

- 売り手市場の新卒採用において、学生に発信する情報を見直し、インターンシップや企業説明会で「人や風土の良さ」を伝えた。また社長の説明会登壇や幹部との対話を増やし、学生とのコミュニケーション不足を解消。結果として応募率の向上、優秀な人材確保につながった。

(きっかけ)  
① 取組前

## 新卒理系学生の採用に苦戦

- ✓ 学生側の売り手市場が続く中、大手志向や地元志向が強まったこともあり、優秀な理系人材の採用が難しくなった。
- ✓ 大学の研究室とも連携しインターンシップを毎年実施しているが、その参加者から応募につながらない。インターンシップのカリキュラムや受け入れ体制を見直す必要性を感じていた。
- ✓ 地域未来牽引企業に選定されたこともあり、これを生かして人材確保のための支援事業活用を検討した。

③ 取組後(効果)

## 若手専門人材の確保

- ✓ 毎年5名程度（うち1名外国人）の新卒採用ができています。
- ✓ 今後インターンシップの内容をさらに改善し、自社の社風をより理解してもらえるようにし、優秀な人材確保を図る。

## 既存社員の意識改革

- ✓ 改めて自社の魅力について考えるきっかけができ、今後伸ばしていくべき方向性や改善点などの認識合わせができた。
- ✓ 今後さらに各部門トップの意識改革を進め、全社的に若手社員を巻き込んで採用活動を行っていきたい。



設計開発の様子

## ② 取組内容や仕組み

### 専門家の助言を受け、発信する情報を見直し

- ✓ コンサル事業を活用し、専門家と一緒に採用活動における課題を抽出した結果、自社の魅力発信不足と学生とのコミュニケーション不足を認識。改めて自社の魅力について考え直し、学生との接触場面や各種媒体で発信。
- ✓ 社長自らが会社説明会に登壇するなど、役員と学生との接触機会を積極的に設け、直接自社の考え方を伝える。学生にも新卒採用の意欲や歓迎する姿勢を見せている。



採用ページ掲載写真

### 参加する就活イベントの厳選

- ✓ 採用ターゲットを明確にし、採用したい学生層が参加するようなイベントを選んで出展するようにしている。また就活時期も考慮に入れ、あえて大企業の選考終了後のイベントを選ぶ等の工夫を行っている。

### 外国人学生採用の取組

- ✓ 外国人学生とのマッチングを行う機関と連携し、優秀な人材と出会える機会を設けている。日本の学生と比べ専門分野がマッチしやすく、優秀な人材確保につながる。