

- 従業員ヒアリングの結果、“困ったときに助け合える職場風土”であることが採用における自社の強みであると確認できた。
- 自社の強みの有効活用（徹底的な発信、強みを活かしたチャネル構築）で採用力強化に取り組む。

① 取組前  
(きっかけ)

### 事業拡大に向け人材確保が急務

- ✓ 今後の事業拡大に対応していくため、専門知識のある人材や次世代リーダー候補、現場作業者の人材確保が急務となっている。
- ✓ コロナ禍により採用候補者との接点機会が減少。新たなチャネルの開拓あるいは既存チャネルの強化が必要であると考え、今後の対策を自信をもって明確化できずにいる。



会社正面

## ② 取組内容や仕組み

### 採用における自社の「強み」を明確化

- ✓ 外部コンサルタントによる従業員インタビューを実施。入社後のきっかけや入社後感じたこと等をヒアリングした結果、「地元で働きたい」「高校の先生に勧められた」といったきっかけや、「人間関係が築きやすく風通しが良い」「同級生が多い」「チームワークが良い」といった入社後の感想から、“困ったときに助け合える職場風土”を強みとして、地元就業希望者をターゲットにするのが良いと明確になった。

### 「採用したい人材」への効果的なアプローチ手法の検討

- ✓ 従業員インタビューで明らかになった強みを、自社サイトや説明会等あらゆる採用活動の場面で一貫したメッセージとして発信を徹底していくことが有効だとわかった。
- ✓ これまでも企業理念や採用方針等は発信していたが、理念方針の「なぜそう考えるか」といった理由や背景までは明記していなかった。SNS全盛の現代においては見る人にいかに「共感」してもらおうストーリーとして見せるかが重要であり、加えて動画を有効に活用するべきだということがわかった。



新人研修の様子

③ 取組後(効果)

### ターゲットを明確にした採用活動にシフト

- ✓ 以前検討はしたが制度化にまで踏み切れなかった「リファーマル採用(従業員紹介)」や、関心のあった「くるみん」認定取得等が自社の強みを最大限活かすことができる施策と認識できたため、制度化・認定取得に向け検討を進めていきたい。
- ✓ 地元近隣高校で講演会に登壇できる機会を得たため、強みである人間関係の良さをストーリーとして伝えることを意識し、困ったときに助け合える職場風土や賞賛しあう文化醸成のために社員表彰式を開催していること等をアピールした。
- ✓ 地元で長く活躍できる職場であることに共感してもらえるよう構成を工夫したうえで新たに採用活動用の動画を作成した。今後はSNSとの連動も含め自社サイトの改修にも着手していきたい。



自動はんだ付け設備