

新卒採用セミナー 学生にとって印象に残るセミナーとは？

人材サービス大手リクルートの調査では、08年春の大卒・大学院採用の求人数はバブル期を上回り、93万人を超えたそうです。09年度の傾向はどうでしょうか？

少し前までは「09年度ではさらに求人数が増えそうだ」というニュースが多かったようですが、ここに来て景気の減速感が採用に影響を与える可能性があり、不透明感が出てきているそうです。

ですが、団塊世代の大量退職などもあり、優秀な学生を確保しようとセミナーなどに工夫を凝らす企業は増えています。

採用選考段階で新たな取り組みを実施する企業は67%

「[e n]パートナーズCafe」の「2009年度新卒採用 就職・採用活動アンケート 1月度」によると、09年度の採用選考段階で新たな取り組みを実施する企業は67%に上るそうです。

具体的な内容として、例えば、以下のような取り組みが上がっていました。

- ・ 面接時間の増量
- ・ 若手先輩社員との接点を増やす
- ・ 面接官のトレーニング
- ・ 面接の合間に人事や先輩社員との懇談を実施。面談で情報交換し切れなかった部分をフォロー
- ・ セミナー日程を増やす
- ・ 徹底的にフィードバックにこだわった選考
- ・ 選考において、研修型コンテンツを導入。学びを持ち帰ってもらうことで、印象度を高める
- ・ 選考途中で、社長を囲んだ少人数の座談会を入れる

[e n]パートナーズCafeの「2009年度新卒採用 就職・採用活動アンケート 1月度」より抜粋

営業体験・ロボット披露・開発秘話で工夫する京都企業

京都の企業でも、自社の仕事や製品を学生に魅力的に伝えるための取り組みをしているようです。

2月2日の京都新聞夕刊の記事によると、「営業体感セミナー」や技術職希望の学生向けに「事業所見学ツアー」を実施している企業や、自社製品を搭載したロボットを企業セミナーに可能な限り登場させる企業、エンジニア希望向けに開発秘話を掲載した冊子を配布する企業など、様々な形で学生へのアピールを行っています。

いまや企業は「選ぶ」側から「選ばれる」側になり、採用力がある大手企業でさえも、さらにマンパ

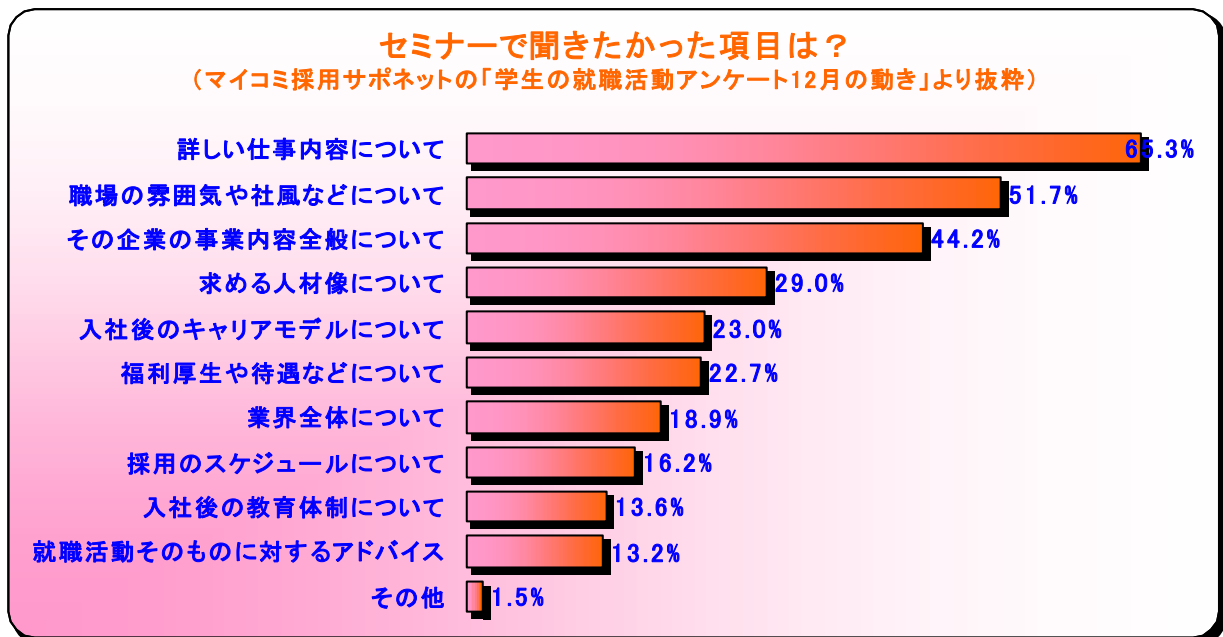
ワーをかけて、学生の囲い込みに必死になっている様子が伺えます。

しかし、マンパワーも予算も限られる中小企業にとって、大掛かりなセミナーや採用ツールを用意することは限界があります。

ですが、学生の「知りたい事」に真摯に向き合うことで、少しでも学生にとってより印象に残るセミナーにすることは出来るのではないのでしょうか？

セミナーで学生が聞きたい内容は？

「マイコミ採用サポネット」が09年卒学生向けに実施した「学生就職活動アンケート12月度」によりますと、セミナーで学生が聞きたかった内容は以下の通りでした。



おそらく皆さんの企業でも、上記のような説明は充分なさっていることでしょう。ですが、ここで大切なのは「いかに学生に自社で働くイメージを抱いてもらえるか？」だと言えるでしょう。

一度も社会人経験のない学生にとっては、働くイメージや職種に対するイメージ自体、なかなか沸かないものです。

「具体的にどんな仕事を、どんな人達と一緒にするのか?」、「どんな雰囲気の中で仕事をするのか?」。

表面的な条件マッチだけでなく、実際の仕事内容などをきちんと伝えることは学生への訴求力を高めるとともに、ミスマッチを防ぐためにも大切なことです。

そのために、どのような方法で仕事内容や会社の魅力を伝えるかが、採用担当者にとって腕の見せ所と言えるでしょう。

良い印象を受けたセミナー・悪い印象を受けたセミナーとは？

また、「マイコミ採用サポネット」の2007年度就職戦線総括「付録 添付資料」に掲載されていた「良い印象を受けたセミナーの内容」、「悪い印象を受けたセミナーの内容」を紹介したいと思います。

セミナーの企画に対する感想の他に、採用担当者や社員に対するコメントがいくつもありました。それらを以下に抜粋いたします。

【良い印象を受けたセミナーの内容】

- ・採用担当の方の誠実さが伝わってきた
- ・悪いところも認めてしっかり教えてくださった
- ・とても楽しい雰囲気、社員の方々が明るかった
- ・質問カードが用意され、挙手による質問がしにくい人も質問できるように配慮してくれていた
- ・日程を考えて調整などをしてくれ親身な対応をしてくれた
- ・人事担当者がきさくで話し方に好感がもてた

【悪い印象を受けたセミナーの内容】

- ・仕事に対して熱意がなかった
- ・投げやりな感じがした
- ・会場が貧相、人事に清潔感がない、新入社員がぼつとしない
- ・担当者が何を言っているか分からないほど声が小さい
- ・若手社員との懇談会で、社員の表情が疲れきっていた。働きたくないと思った
- ・上からの目線だった

「マイコミ採用サポネット」の2007年度就職戦線総括「付録 添付資料」より抜粋

これらの感想をみると、採用担当者や社員の言動がいかに学生の印象を左右するかが分かります。特別な企画がなくても、親身に好感の持てる対応を心がける事で、学生は良い印象を抱き、魅力を感じます。

逆に、せっかく学生を惹きつける企画を行っていても、肝心の採用担当者や社員が学生目からみてマイナスイメージに映ってしまっているのは、全てが台無しと言えます。

採用担当者にとって、セミナーは毎年、年に何回も行うものですが、常に新鮮な気持ちで一回一回の「出会い」を大切にしていけることが大事であると、この結果は教えてくれているのではないのでしょうか。

下記サイトを参考にいたしました。

●「[en]パートナーズ Cafe」より

- ・2009年度新卒採用就職・採用活動アンケート1月度

http://cafe.enjapan.com/dl/pdf/topics/09mothly_Jan_.pdf

●「マイコミ採用サポネット」より

- ・2009年卒の活動状況「学生の就職活動アンケート 12月の動き」

<http://navi.mycom.co.jp/saponet/release/naitei/2006/15.html>

- ・2007年度就職戦線総括「付録 添付資料」

<http://navi.mycom.co.jp/saponet/material/saiyousoukatsu/07soukatsu/pdf/chap07.pdf>