

地場企業における新卒者採用活動のポイント

厚生労働省および文部科学省の調査(2010年2月1日現在)によると、2009年度大学卒業予定者の就職内定率は、厳しい雇用情勢を反映して80.0%(前年同期比▲6.3%)と2000年の調査開始以来最低となりました。10年度の採用についても大手企業では景気、業績の先行き不透明感から慎重な構えのようですが、反面、地場企業においては、優秀な人材を確保する好機と捉えることもできます。今回は、特に大学新卒者の最近の就職活動動向と地場企業における新卒者採用活動のポイントについてレポートします。

大学3年生の10月から企業へのエントリー開始

一般的な大学生の就職活動開始に先立ち、大学の就職課では学生向けに3年生の4～7月頃から就職ガイダンス(就職活動の進め方のオリエンテーション)を開催します。

実際の就職活動は、企業情報が開示される10月から本格的にスタートします。ただし、FFG経営者クラブが例年開催している「新入社員研修会」の参加者に実施したアンケートによると、雇用情勢が厳しいことも影響し、就職活動のスタート時期は前倒しの傾向がみられます(図1)。

また、多数の企業が参加する合同就職説明会も毎年10月頃から始まり、翌年の1～3月頃にかけて頻繁に開催されています。学生の多くは、希望する企業のWEBサイトなどからエントリー(企業に自分の個人情報等を登録すること)を行い、企業との接触が始まります。履歴書や自己PR文などのエントリーシートを提出し、書類選考後、3月には採用試験が実施され始め

ます。企業からは、3月から5月にかけて内定や内々定の通知が出され、通知を受け取った学生は進路が決定します。

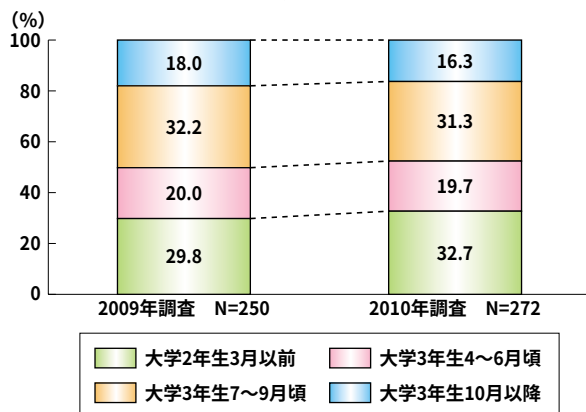
新卒者採用募集にはインターネットが不可欠

アンケートによると大学生の8割超が企業情報収集にインターネットを利用しており(図2)、新卒者の採用募集にはインターネットが不可欠になっています。大学においても、学内で開催する就職説明会や就職セミナーの学生への連絡は、携帯電話のメールを利用した案内が多くなっています。

募集する企業側としては、自社のホームページを整備し魅力あるものにすることが必須となりますが、応募者数がある程度確保したい場合は、「就職ナビ」の活用についても検討する必要があります。

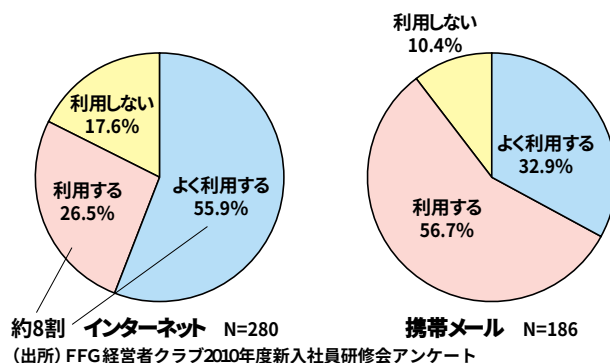
「就職ナビ」とは、新卒者が就職活動で利用するインターネット上の求人広告サイト(掲載企業は有料)です。大手出版情報誌系企業が運

図1 就職活動のスタート時期



(出所) FFG 経営者クラブの2010年度新入社員研修会アンケート

図2 就職活動におけるインターネット・携帯電話の利用率



約8割 インターネット N=280
(出所) FFG 経営者クラブ2010年度新入社員研修会アンケート

営する有料サイトなどが複数あり、大学の就職ガイダンスで「使い方」や「登録の仕方」を紹介するケースも多く、就職ガイダンスをきっかけに登録する人が多いようです。

合同就職説明会の活用

地場企業が新卒者の募集を行う場合、大企業とは異なり、学生に対する知名度が低いことや、新規採用に関わる費用負担などが課題として挙げられます。

学生に対し知名度を上げる方法としては、就職ナビのほか、直接学生と面談ができる合同就職説明会への参加も一つの手段です。

合同就職説明会は、大学の就職課、自治体や商工会議所、就職ナビの運営企業等が主催しています。

採用したい大学や学部が明確な場合は、大学主催の合同就職説明会への参加が効果的です。その点で、大学就職課との関係強化も重要となってきます。

また、各自治体も、地場企業の新卒者採用の支援に積極的です。北九州市産業経済局総務政策部雇用開発課では、合同就職説明会を年4回程度開催しているほか、地場企業の魅力や新卒採用に関する情報等を提供する学生向け地元就職情報サイト「キタキュー就職ナビ」(<http://www.kitakyushushoku.com/>)を開設して地場企業のサポートを行っています。地場企業の採用動向については、「これまで大学の新卒者を採用していなかった中小企業が、合同就職説明会への参加や地元就職情報サイトの掲載によって、初めて採用に取り組む動きもみられます。」と、地場企業の中には厳しい雇用環境を人材獲得の好機と捉える企業もあるという説明をいただきました。

合同就職説明会は、企業単独で開催する説明会とは違い、来場する学生は就職ナビでエントリーする程度の意識で参加するケースが多いため、如何に多くの学生と面談し、企業単独での就職説明会への参加や採用面接に繋げることが

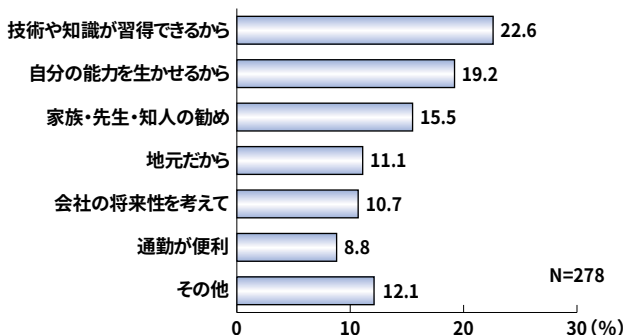
できるかがポイントとなります。

したがって、合同就職説明会に参加する場合は、予定来場者数や昨年度の実績をよく確認することに加え、学生の目を引き付けるパネルや自社製品の展示など学生が集まりやすい工夫を凝らしたり、自社PRビデオを活用するなど効果的なプレゼンの実施が重要になります。

採用活動における学生へのメッセージ

新入社員の会社選定理由をみると、「技術や知識が習得できるから」(22.6%)、「自分の能力を生かせるから」(19.2%)などの割合が多くなっています(図3)。これは、大学などにおいても長期的視点にたった就職指導を行うことが多くなっているためと考えられます。

図3 新入社員の会社選定理由



(出社) FFG 経営者クラブ2010年度新入社員研修会アンケート

そのため、学生に対し入社後のキャリアアップやキャリアデザインを、わかりやすく情報発信することが必要です。このように、応募の動機付けとなる企業メッセージを明快な形で学生に伝えていくことが、新卒者採用実務での重要なポイントとなります。

(島浦 誠)

(参考)2010年度新入社員研修会開催概要

開催日	3/29(月)、4/2(金)、4/5(月)、4/6(火)、4/7(水)
開催地区	福岡、北九州、久留米、熊本、佐世保、長崎 計6地区7会場
対象者	2010年度新入社員、新規採用者
内容	新入社員としての心構え、ビジネスマナー等
参加者数	706人
主催	FFG 経営者クラブ、福岡銀行、熊本ファミリー銀行 親和銀行、ふくおかフィナンシャルグループ FFG ビジネスコンサルティング