



SHINKA



プレスリリース

2009年3月17日(火)

株式会社ビー・スタイル

株式会社シンカ

株式会社モバイルファクトリー

3社から垣間見える今年の採用トレンド

“厳選採用”の真実とは

●「超売り手市場」から「買い手市場」へ

バブル期並みの「超売り手市場」と言われた2009年卒新卒採用マーケットから一変し、2010年卒新卒採用は「買い手市場」へと様変わりをしています。

厚生労働省が発表した2009年1月の有効求人倍率は0.67倍となっています。また、就職戦線が「かなり厳しくなる」と考える学生は、49.5%（出典：毎日コミュニケーションズ：採用サポネット）に達しており、新卒採用マーケットが激変していることがうかがえます。

●採用基準が厳選化

採用コンサルティングを手掛ける株式会社シンカの独自調査によると、2009年2月末時点での学生にとっての入社競争倍率は、2008年同時期と比較して1.56倍に上昇しています。

その主な理由は、学生の応募数の増加よりも企業の採用人数の大幅な減少の方が大きいと考えられます。

企業にとって、2009年度卒採用では30人採用するために3,000人応募があるのに対し、2010年度卒採用では30人採用するために4,680人の応募がある計算になります。

したがって、一見、採用活動が楽になるように思えますが、そんなことはありません。各企業が求める能力が上がっているため、高い成果を発揮する人材、つまり“質”を重視した採用を考えており、活躍する人材の見極めや何社も内定を取っている学生に自社への志望度を高めてもらうための活動が課題になっています。

3社から見られるそれぞれの厳選採用

● 仕事の厳しさを伝える企業、前年より 10 倍増

□株式会社ビー・スタイル

主に映像制作を中心に新卒採用支援を手がける株式会社ビー・スタイル

(東京都新宿区、代表取締役社長：三原邦彦) では、去年と比べて企業側のニーズに新たな変化を感じています。2010 年度採用において、各企業が仕事のやりがいはもちろんのこと、厳しさを全面的に伝えて、やる気の高い学生を集める新たな動きが起こっています。

<具体的内容>

会社説明会において映像で仕事の厳しい面をあえて見せることによって志望動機の高い学生のみを選考に残そうという動きがあります。

従来の採用映像は、売り手市場の影響を受け福利厚生や仕事のやりがいなど「良い部分」だけを伝える傾向が多い一方で、

若手社員の早期退職などミスマッチも多くありました。しかし、今期に入り、「営業職のプレッシャー」「早朝出勤や残業など」「実際の現場仕事の実態」など、従来であれば、学生に敬遠されがちなリアルな情報を映像を使って学生に伝え、ミスマッチを防ぐ企業が去年に比べ、10 倍にも増加しています。

長期的な人材戦略を考え、企業にとっても学生にとっても「そんなはずはなかった」という結果を防ぐために効果的であり、今までにない傾向として、新たな採用トレンドと捉えております。



【お問い合わせ】

株式会社ビー・スタイル 広報担当：高橋 麻紀子

〒160-0022 東京都新宿区新宿 4-3-17 ダヴィンチ新宿ビル 5F

TEL：03-5363-4788 FAX：03-5363-4733 E-mail：takahashim@b-style.net

企業の新卒採用を主に“映像”という切り口から支援する採用支援サービス。本当に来て欲しい学生に訴求し、視聴者である学生自らが「この会社に入社して活躍したい」という入社動機を形成する映像制作サービスです。大手・中小問わず年間 120 本以上の制作実績を持ち、その数々の制作実績から入社効果の高い企画提案を得意としています。従来の映像サービスが何百万というものであったものを、独自の手法で 70 万円から可能にしたのも大きな特徴です。

● 面接の精度を上げて“デキル学生”だけを採用したい企業が3倍増加

□株式会社シンカ

採用コンサルティングを手がける株式会社シンカ（東京都港区、代表取締役社長：太田和人）では、面接官研修の受注が去年に比べて3倍程度増加しています。

例えば、某大手専門商社では、去年の面接の判断基準が「コミュニケーション力」という軸のみ、その他の能力に関しては、面接官個人の感覚的な判断に任されていたために、どのような理由で学生に対しての内定が出されたのかわからず、内定辞退率も高く、戦略的な採用に至りませんでした。同社では、人事部以外の部署を活用し、リクルーター制度もとっておりましたが、その制度もうまく活用できていないという問題点もありました。

そこで今年、シンカ独自の組織分析テストを用いて、社員の能力的特徴と価値観を分析し、面接の判断軸を明確化しました。その結果、能力面では「習得力」「状況判断力」「コミュニケーション力」の3つが、価値観面では「人間関係」「経歴」の2つが重要項目として抽出され、どの社員が面接をしても一定の能力と価値観が統一されるように致しました。

実際に現場の社員から「自社の基準や特徴を知ることによって学生とどのように接すればよいかわかるようになりました。」といった声が聞こえてくるようになりました。

これらにより、質を重視した採用を見込んでおります。（今年面接はこれから行われていきます。）

【お問い合わせ】

株式会社シンカ 広報担当：田中 裕也

〒107-0052 東京都港区赤坂 3-21-20 赤坂ロングビーチビル 7階

TEL：03-3568-1510 E-mail：y-tanaka@shinka.com

新卒、中途採用を総合的に支援し、企業の成長に寄与する採用コンサルティング会社。

主なサービス内容は、①採用支援システム、②採用アウトソーシング、③適性テスト、④ホームページや入社案内等の採用関連クリエイティブ。企業と個人のアイデンティティを明確にし、一貫したコンセプトのもと採用戦略を包括的に立案。母集団形成から内定、入社に至る全てのプロセスにおいて、成果が出るまで継続的に支援できるスタイルが強み。

● 会社説明会一切開催なし！“デキル内定者”からのクチコミ採用に特化

□株式会社モバイルファクトリー

公式サイト¹の運営事業、モバイル広告事業を主に手がけるモバイルファクトリー

（東京品川区、代表取締役：宮嶋裕二）は、今年から自社の採用方針を一変させました。去年まで媒体を使って人を集めたり、セミナーを行うといった採用活動をしていましたが、採用を終えて分析をした結果、「会う人数を増やす」、「よい学生を取れる」が必ずしもイコールでないこと、また今年不況であることから、採用にお金をかける企業も少ない為、弊社は「効率的・お金もかけないで優秀な学生を採用する」をキーワードに、「内定者からのクチコミ採用」手法に方針を変えました。

<背景>

モバイルファクトリーが求めている人物像は、主体性・行動力があり、ポテンシャルの高い学生です。2008年、2009年度新卒内定者を分析した結果、早期から活動している学生は意欲的な学生が多く、またセミナー数を増やし、接触者人数を増やしてもお金や時間もかかり、効率的ではないという結果が出たことから、今回は、「効率的・お金をかけないで優秀な学生を採用する」をキーワードに方針を変更するにいたしました。

<主な特徴>

内定者によるインターンシップの開催

2009年度新卒内定者が、研修の一環で、

ゼロから企画・運営した「1dayインターンシップ」。

内定者同士の結束を固める目的の「内定者研修」の一環で、

2009年度新卒内定者が、2010年度新卒向けに

1dayインターンシップを3回運営しました。そのインターンシップに参加した学生も内定者がSNSサイトを使ったり、ゼミやサークル仲間の中でポテンシャルの高い学生をクチコミで集客いたしました。参加者はインターンシップに参加することで、一番近い存在である「内定者」を通して、弊社の特徴を捉えることができます。また、このイベントに参加した多くの学生から、「会社から信頼され、イキイキ運営している内定者を見て是非選考を受けたい」と応募があり、現在の2010年度新卒採用選考に進んでいる学生もおります。また、インターンシップに参加した学生は、内定者が作ったSNSに参加ができるため、インターンシップの日だけでなく、その後も、SNSを使うことができることから、内定者が学生をフォローしたり交流を深めています。



その他に、採用担当が積極的に学生が集まるイベントに参加して優秀な学生との接触機会を増やし、その導線をもって、社員全体で学生をフォローする仕組みをつくっております。

【お問い合わせ】

株式会社モバイルファクトリー 経営企画室 広報担当：下村 友香

〒141-0031 東京都品川区西五反田 8-1-5 五反田光和ビル 8F

TEL：03-5740-6255 Fax：03-5740-6156

E-mail：mf-press@ml.mfac.jp

【会社概要】

社名：株式会社モバイルファクトリー <http://www.mobilefactory.jp/>

設立年月日：2001年10月1日

本社所在地：東京都品川区西五反田 8-1-5 五反田光和ビル 8F

代表者：宮脇裕二

資本金：2億2,450万円

事業内容：モバイルコンテンツ事業 メディア事業 ソリューション事業

従業員数：47名

※お問い合わせに関しましては、各企業担当者へお願い申し上げます。※