新卒採用のスケジュール変更による危機に直面しながらも
「学生の目」を意識した切り口で、効果的な情報発信を行う

三穂電機株式会社

資本金	4500 万円
代表者	代表取締役　吉川　真二
創業年	昭和 62 年 2 月
所在地	東京都中野区中央 1 丁目 26 番 9 号 YU-COURT 中野坂上 204 号（本社）
従業員数	80 人
事業内容	特殊防音電源車や電源器材の設計・制作・販売、レンタルリース、仮設電源工事施工
ＵＲＬ	http://www.mitsuho.co.jp/

後ろ倒しになった採用時期の影響を受ける



整理整頓されたオフィス風景

2016 年卒採用における情報解禁のタイミングが、12 月から翌年 3 月に後ろ倒しになったことは記憶に新しい。そしてその余波は、多くの中小企業におよんでいる。それは三穂電機株式会社も例外ではなかった。「大企業も中小企業も一斉に新卒採用をスタートすることになり、学生が企業を探す期間も限られてしまいました。そのため、2016 年卒のエントリー数が激減してしまったんです」。そう話してくれたのは、同社で 2 年前から採用を担当している総務部の油原一博さんだ。2015 年卒までは、数名の新入社員を採用できていたという。

同社は、大規模なイベントやコンサート、TVCM のロケなどが行われる際、必要となる特殊防音電源車や電源器材の提供や、それらの工事施工を専門に行っている企業である。90 年以上の歴史があり、業務エリアも全国規模と非常に広い。そうした現場に欠かせないのが、電源供給オペレーター（作業員）の存在だ。「2016 年卒採用に向けた説明会を開いても学生が興味を示してくれないなど手ごたえを感じられず、強い危機感を抱いたんです。そんなときこの支援事業のことを知り、応募してみることにしました」。

「学生が魅力を感じるポイント」を中心に伝える



低騒音、低振動の特殊防音電源車

同社ではこれまで、新卒向けの説明会などにおいて、まずは取り扱っている電源車や機材について紹介し、その後、同社の業務について説明する方法をとっていた。そのスライドを見た担当コンサルタントは、製品だけを単体で説明しても、学生はそこから仕事内容をすぐにイメージできないため、伝える情報や切り口を大きく変えることを提案した。「アドバイスを受けて、事業内容をシーン別に整理しました。誰でも知っている大きな会場でのコンサートの仕事、TV のバラエティー番組の仕事、音楽フェスなど大規模なイベントの仕事…。そして取引先の、有名な芸能事務所や TV 会社の名前も前面に出すことにしました。電源供給車レンタルは一見地味に思えるサービスですが、この仕事こそが華やかな舞台を支えているということを伝えたかったのです。」。

さらにもう一つ説明に加えたポイントは「業界全体の動向」である。音楽業界は CD の販売から、ライブやフェスなどの体験型イベントで収益を得るモデルに変わりつつある。そうしたイベントでは、同社の扱う製品やサービスが欠かせない。自分たちが携わる仕事がどんな場面で役立つことになるのか、これから需要が増える成長分野であることを、より具体的に伝えることにしたのだ。「説明の仕方を変えてから、学生からの質問などが増えました。それだけ、会社に興味を持ってくれるようになったのだと思います」。

配布資料を手に専門学校へアプローチ



インタビューに答える総務部・課長の油原さん

アピールポイントを強調するだけではなく、説明資料には実際の仕事現場の厳しさも盛り込んだ。かつて「有名アーティストに会える！」という面だけを強調して採用を行ったところ、ミスマッチが起きて離職率が上がってしまったことがあるからだ。「現場の忙しさなどマイナスになりかねない要素もきちんと伝えたうえで、『大変なことはあるけれど、やりがいもある』という説明の仕方をしました」と、油原さん。さらに実際の社員の声など、学生目線に立って情報発信することに取り組んだ。

こうして、コンサルタントと共にブラッシュアップした採用のスライドは、印刷・製本して、音響や照明などを専門に学べるイベント系の専門学校にも配布した。手元に残るわかりやすい資料があれば学生だけではなく、学生から保護者への説明にも活用でき、保護者からの理解も得られやすいと考えたためだ。さらに油原さんは、これまで付き合いのあった学校だけではなく、自主的に新規開拓にもチャレンジした、学生に直接アプローチを試みたところ、広島の専門学校での説明会では、参加者８名のうち５名が応募し、そのうち２名の内定が決まった。また、苦戦していた本社の新卒採用でも、１名が採用に至るなど、大きな効果があった。「労力をかけている分、効率は着実に上がっています。できることが限られている中、伝える情報や切り口を学生に訴求する内容に変更することに重きを置き、やるべきことを絞って取り組んだことがよかったのでしょうね。」と、油原さんは話す。

支援前・後の比較

支　援　前	支　援　後
①企業 PR の方法： 製品やサービス内容を中心に説明していた	**①社会の動向も踏まえた仕事の役割とやりがい、時代背景を伝える等、学生目線に立った説明に改善した**
②求職者への配布資料： 営業用の業務案内パンフレットを使用	**②新たに採用向けの資料を作成するなど、説明会資料をミスマッチ防止のために、仕事の大変さも盛り込むとともに、社員の声等学生が興味を持つ内容にブラッシュアップし、新規開拓した専門学校にも配布した**
③採用チャネル： もともと付き合いのあった専門学校から学生を紹介してもらっていた	**③新規の学校開拓に取り組み、採用担当が学校に出向いて説明会を開催し、学生に直接アプローチをした**

成果 ▶ 電源供給オペレーター（作業員）3名の採用

●人材採用のために成功ワンポイント●

仕事のやりがいや役割など学生がイメージしやすい情報を

業務内容や製品・サービス情報も大切ですが、特に新卒採用で重要になるのは「学生目線」の情報発信です。学生が仕事内容を具体的にイメージできるか、保護者にも納得してもらえるか、キャリアステップなどが明確になっているか。学生が「どんな情報があれば安心できるか、魅力を感じるか」を考え、情報の伝え方を見直してみてください。