

秋田県 令和5年度 採用力拡大支援事業 取組事例集



©2015akitapref.ndatchi

<採用力拡大支援事業とは>

秋田県では、県内企業の採用力向上を目的として、実践講座の開催や専門家派遣等を通じて、採用戦略の策定や課題解決に向けた支援を行いました。

本事例集には、事業にご参加いただいた9社の取組事例を掲載しています。採用活動の参考としてお役立てください。

秋田県

事例集(1)

株式会社 横堀温泉紫雲閣

- 事業内容 介護事業
- 住所 湯沢市横堀字小正寺16-1
- 従業員数 107名
- 代表者 代表取締役 安藤誠一郎
- URL <https://www.shiunkaku-komachi.com/>



採用の課題

通所介護、短期入所生活介護、サービス付き高齢者向け住宅(特定施設入居者生活介護)、居宅介護支援を展開する同社では、超高齢化社会の地域を支えるために中途・新卒の採用力強化を図りたいという考えがありました。特に現在の採用活動がほぼハローワークのみになっているため、それ以外の求人ノウハウを学び、また、戦略的な人材の定着化を図り介護業界や地域の活性化にも繋げていきたいと考えていました。

本講座を経た取り組み

- ①ハローワーク以外の採用活動として、ATS(採用HP構築システム)を活用し、Web上でいかに求職者の興味関心を得るかを検討。具体的な職種やPR文章の例文などを確認しながら、Web求人票作成を進めた。
- ②自社PRポイントを検討するため、現場スタッフから「長期在籍する理由」や「PRポイント」の聞き取りを実施。「他社より強いポイント」を見つめながら、求人票を作成していく重要性を実感。

得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ①精査したPRポイントを反映させた求人情報をWeb上で公開し、応募～採用までつながる。
- ②高校生の新卒、地元採用だけでは限界があることを改めて認識。次年度は専門、短大、大学の新卒採用及び中途採用を県内外に向けて実施することを検討。
- ③戦略的な採用活動による応募数及び採用数の増加を目指すと共に、入社後の定着化を図るための社内研修制度やキャリアアップ制度の再構築等を検討。

事例集(2)

社会福祉法人 水交苑

- 事業内容 介護事業
- 住所 大館市字下綱22番地1
- 資本金 9,800万円
- 従業員数 187名
- 代表者 理事長 三浦 功達
- URL <https://suikohen.jp/>



採用の課題

大館市内で特別養護老人ホーム・デイサービスなど複数の事業所を展開する同社では、地域に根ざした活動で、ご利用者様が安心して楽しいひと時を送れるよう努めることを信条としています。理念に賛同いただいた従業員で採用の目標人数はある程度充足しているものの、来るべき人手不足の対策として効果的な自社の紹介方法について学びたいと考えていました。

本講座を経た取り組み

- ①新しい採用方法を学び、取り入れることを目標とし、ATSシステム「TalentClip」や「Googleしごと検索」などを実際に操作し、採用ツールについての理解を深めた。また、スタッフにヒアリングを行いながら、新たなPRポイント等を掘り起こしつつ、求人票へ反映できるよう整理した。
- ②面接や入社後フォローの見直しも実施。面接時のチェックシートの作成や、3つある事業拠点での育成方法統一化に向け、入社後研修スキルシートを作成。面接～内定～入社後フォローの流れを検討・改善した。

得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ①ハローワーク以外の求人媒体やATSツールなどを活用したダイレクトリクルーティングについての知識を習得できた。
- ②自社の魅力、PRポイント、ライバル事業者と比較した強みが把握できた。
- ③面接時のチェックシートを活用し、面接記録や自社に合った人物像(採用要件)を共有できる体制を構築していく。
- ④入社後研修スキルシートを活用し、研修進捗状況の見える化を図るとともに、重複研修などのミスを防ぐ体制を構築していく。

事例集(3)

三共株式会社

- 事業内容 建設業
- 住所 にかほ市平沢字出ヶ沢1番地1
- 資本金 5,000万円
- 従業員数 86名
- 代表者 代表取締役 安倍 秋一
- URL <https://sanken-web.co.jp/>



採用の課題

にかほ市に本社を置く同社は、地域と共に発展し、そこで暮らす方々、社員、支えてくださるご家族すべてが明るく豊かな生活を実現することを第一に考え、「快適な社会の礎をつくる」を目指す総合建設業です。

採用において、従来の固定概念からの脱却を図りたいと考えており、特に、直接的なリクルーティングを確立し人材に対しての採用戦略を計画したい、また、担当部署との募集人物像の共有を図りマッチング率の向上を図りたいという課題がありました。

本講座を経た取り組み

- ① 自社に合った人物像(採用要件)の明確化を目的に、土木・建築・設備・工務の4部署それぞれにおけるペルソナを設定。「実際の資格」・「スキル」の項目だけでなく「性格」・「能力特性」も含めて条件をピックアップし、募集条件として整理。対象となる人材にPRできる自社ポイントも合わせて整理した。
- ② 新たにSNSを活用した採用活動を実施することとし、活用するツールとしてInstagramを選択。若手社員を中心にプロジェクトチームを発足し、運用ルールなどの整備を実施した。

得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ① 採用要件の確認や競合他社との比較による自社PRポイントの整理が完了し、ターゲット層を3パターンに分け、求人活動計画を設計できた。
- ② SNSに関するマニュアルを作成。グループ全体で効果的に運用しながら、若年者等の採用につなげるべく、人員等について引き続き検討。

事例集(4)

サンワメタルス株式会社

- 事業内容 卸売業・製造業
- 住所 にかほ市平沢字深谷地16-1
- 資本金 3,000万円
- 従業員数 16名
- 代表者 代表取締役 平澤 誠
- URL <https://sanwametals.jp/>



採用の課題

にかほ市で各種鋼材の6面プライス、研磨品の製造販売を行っている同社では、総合的に各種採用活動や採用ツールを活用できている一方で、限られた人員で行っている体制であることに課題がありました。専門家の助言を含め活動内容を改めて整理し、組織的な動き方を決める必要を感じています。さらに初めて採用する高校新卒者を迎えるにあたっての研修体制構築や、SNS分野の利用範囲の拡大を図り、企業・仕事の魅了を理解した上での応募を獲得し、採用力と定着率向上に繋げたい考えがありました。

本講座を経た取り組み

- ①4月より入社の高卒新卒への内定式・入社前研修を実施し、内定者フォロー体制の充実を図るほか、父兄への見学会・座談会・懇親会などを企画し安心感の創出を検討。
- ②若手社員が採用担当チームに入ったことで説明会などの経験を積むことができた。新卒者との連絡手段としてグループLINEを活用し、入社前からの社員交流につなげることができた。

得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ①新卒者をチームメンバーとした上で、研修の一環としてSNS発信を実施。会社理解度向上と社内メンバーとのナレッジ度向上を兼ねた研修カリキュラムとして組み込み、研修後もそのまま業務化する。
- ②初となる内定式を実施。できたこと・できなかったことを整理し改善へ。
- ③今期実施した内定フォローや研修カリキュラムをモデルケース化し、新卒採用から入社後研修におけるスケジュール作成と研修内容の整理を行う。

事例集(5)

株式会社むつみワールド

- 事業内容 総合不動産業
- 住所 秋田市八橋本町3丁目18番33号
- 資本金 5,000万円
- 従業員数 54名(役員含む)
- 代表者 代表取締役 佐々木 克巳
- URL <https://mutumi-w.co.jp/>



採用の課題

住宅の建築請負・賃貸物件の仲介・管理・企画など総合不動産業を展開する会社では、新卒の採用は比較的順調であるものの、中途採用の応募がない状態が常態化していました。求人票をどう見直したら、より求職者に伝わるのかが課題でした。

本講座を経た取り組み

- ①中途採用に向け、求人票の見直しに着手。求人内容を修正(未経験または経験者の募集を明記、年収の保証、待遇など)しつつ、「選考前のカジュアル面談の導入」などを検討、実施へ。
- ②新しい採用手法の導入を検討。「リファラル採用」、「以前採用選考に進んだ方への再連絡」など、過去に関わりがあった方への再アプローチ手法を学び、今後の運用に向けて検討。
- ③定着への課題解消に向け、社内コミュニケーション強化やメンター制度についての他社事例を交えて研究し、導入を検討。

得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ①県外の中途転職者とのカジュアル面談を実施し、採用予定者を獲得。本事業で得られた成果を踏まえ、来年度以降もブラッシュアップしていく。
- ②新卒採用の更なる強化を目的に、「社員と関わりが持てる」「業務内容と社風両方が伝わる」インターンシップを検討。新たな取り組みとして、秋田の学生が情報を発信する「チャンネルMoWa」始動。学生の自社理解を高め、応募につなげる。

事例集(6)

本荘電気工業 株式会社

- 事業内容 建設業
- 住所 秋田市八橋本町3丁目3番3号
- 資本金 6,000万円
- 従業員数 83名
- 代表者 代表取締役社長 塩谷久樹
- URL <https://hecic.co.jp/>



採用の課題

創業以来70年以上、秋田県に根付いて建設業(電気設備工事)を展開する同社では、募集と選抜後フォローのフェーズで課題を感じていました。特に、内定者へのフォローの実施ができてない点が重点課題であるほか、理系学生へ情報を届けるための効果的なSNSの運用についても興味関心を持っていました。

本講座を経た取り組み

- ①ターゲットとなる工学科の電気・電子等学生へのアプローチのため、ダイレクトリクルーティングの運用を検討、導入した。
- ②学生に向けて自社をPRするため、SNSの運用を検討。施工実績など、学生自身がキャリアパスをイメージできる内容が重要であることを整理。若手社員へ入社理由や他社との違いをヒアリングし、発信材料としていく。
- ③若手社員へのヒアリング内容を踏まえた自社のPRポイント等を整理し、求人票や運用を予定しているSNS等へ反映させる。特に、スポーツや趣味などのプライベート部分をSNSで公開し、自社のワークライフバランスを知っていただく一環とする。

得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ①X(旧Twitter)とInstagramを運用することとし、社内で9名の担当チームを発足。今後本格的に稼働していく。
- ②内定式を実施し、座談会を初めてプログラムに取り入れた。社内の意見を取り入れながら進めたことで、社内理解の促進にもつながった。
- ③中途採用に向け、ダイレクトリクルーティングツールを活用し、実績につなげたい。

事例集(7)

MEP株式会社

- 事業内容 製造業
- 住所 大仙市角間川町字小萩立32番地
- 資本金 2,000万円
- 従業員数 48名
- 代表者 代表取締役社長 大森富重
- URL <https://www.mep-akita.jp/>



ものづくり日本大賞
東北経済産業局長賞

採用の課題

大仙市で金属製品製造業を展開する同社は、採用難の環境下、「すぐに採用をしたい」ため、明確な基準がなく、採用担当者の個人主観で採用を行っている課題がありました。必要な人材が集まり、採用できる仕組みを構築したいと考えていたほか、明確な選考基準を設け、適切に選考を行うとともに、効果的なSNSの発信についても検討したいと考えていました。

本講座を経た取り組み

- ①自社で活躍している人材についてディスカッションを行い、自社に必要な人物要素の整理を実施。また、適性検査を導入し、従業員にも受験させることで「社内活躍人材」の定義を策定した。
- ②構造化面接に向け、評価ポイント等選考基準の明確化に向けた検討を行った。

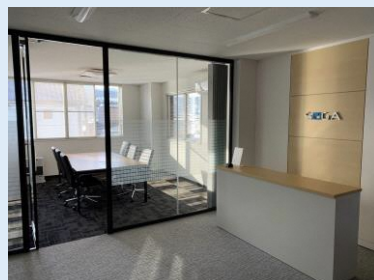
得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ①自社で活躍する人材から人物像を3パターン策定した。
「牽引タイプ」: 挑戦心がありいろいろなことに取り組んでいく
「穏やかタイプ」: 頼まれたことを素直にコツコツとまとめ上げる
「冷静タイプ」: 客観的に見ることができロジカルに考えられる
- ②策定した人物像に合う求職者へ届くメッセージを作成するため、SNSや自社HP等を見直し、一貫性をもって訴求していく体制を構築していく。
- ③明確化した選考基準に基づき、「自社に合った人材」を採用していく。

事例集(8)

株式会社菅組

- 事業内容 建設業
- 住所 湯沢市小野字東古戸19-4
- 資本金 3,500万円
- 従業員数 29名
- 代表者 代表取締役社長 菅 洋介
- URL <http://www.sugagumi.co.jp/>



採用の課題

湯沢市で土木工事、建築工事業を展開する同社は、積極的に人材採用に取り組んでいる一方、採用したい人が明確ではなく、応募があった求職者を採用している状態にあり、そこからの脱却のため、明確な選考基準を設け、欲しい人に届くメッセージを作成する必要がありました。

本講座を経た取り組み

- ①自社で活躍できる人材の特徴や要件について検討し、自社に合った人材の要件(採用要件)の明確化を図るとともに、選考基準を策定することで、採用したい人材が集まる仕組みの構築を目指した。
- ②自社の特色を出したインターンシップを検討。地域内での会社の存在感を高め、ターゲットとなる学生を引き寄せることを狙いとし、具体的なコンテンツ内容を検討した。

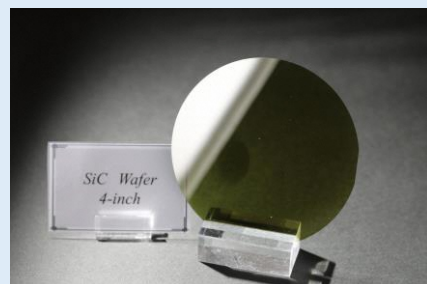
得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ①補助金や専門家の助言を活用し、学生からのエントリーを獲得。インターンシップをサポートする企業のアドバイスを受けながら、プログラムを1カ月間実施することとなった。
- ②認知度向上を図るため、SNSを活用していきたい。採用したい人材像を明確にし、選考基準を策定することで、採用したい人材が集まる仕組みの構築するとともに、自社にとってほしい人へ刺さるメッセージを検討していきたい。

事例集(9)

株式会社齊藤光学製作所

- 事業内容 製造業
- 住所 仙北郡美郷町本堂城回字若林118-3
- 資本金 1,000万円
- 従業員数 63名
- 代表者 代表取締役社長執行役員 齊藤大樹
- URL <https://saito-os.com/>



採用の課題

美郷町でガラス・結晶材の研磨加工を事業展開する同社では、様々な採用手法を実施している一方で、必要となる人物像の要素や特徴を言語化し、適切な人材の確保を目指したいと考えていました。どのような採用要件が必要となるのか、社内の人材のバランスも含めて検討する必要性を感じていました。

本講座を経た取り組み

- ① 管理職へアンケート調査を実施。「人物像の要素」や「特徴の言語化」に取り組み、会社の掲げるビジョン、理念と合致する採用要件を検討した。
- ② 決定した採用要件をもとに、面接での質問設計および試験内容の修正を行った。
- ③ 学卒者の採用にあたっては、「職場見学の際にワークショップを行う」「学生時代に頑張ったことなどをベースに掘り下げて質問を行う」など、面接時の質問設計、選考フローの整理などを行った。

得られた成果(または今後の取り組み予定)

- ① 「受容性」「自発性」をベースとした採用要件が決定。その要件を踏まえた上で、各々の個性を面接で見えていく選考方針を策定した。
- ② 面接官の面接トレーニングの実施を予定。社内で応募者役とオブザーバー役を設定して模擬面接を行う。
- ③ 地域の学生への貢献と高校との関係強化などを目的に、高校生のインターンシップ、応募前職場見学でのワークショップを実施予定。
- ④ 採用活動の振り返りとブラッシュアップの定期的な実施。
採用要件と試験内容を定期的に振り返り、継続的なブラッシュアップと次期採用計画の立案を行う。