

## 【ベストマッチ採用への一歩】

### 『自立(律)したパートナー探し』

人と企業は対等な関係で「互いに選び、選ばれる時代」になった。これは学生と企業、社員(ビジネスパーソン)と企業、お客様と企業のいずれでもある

まさに「気業」の時代…「本気」「やる気」「元気」「活気」「根気」「チャレンジする勇氣」を持った「気業人」「気業」がブランドを確立でき、この厳しい時代を生きぬいていけるのではないだろうか。

今年は、いいパートナー関係を構築できる「自立(律)した企業・人財」のコミュニケーションについて考えていきたい。

まず今回は就職・採用活動において「ベストマッチ」になるために、「学生と企業のコミュニケーション」を、採用する企業サイドに焦点を当てて考えてみたい。

学生は自分の自己実現ができる「ステージ」として企業を選び、企業は自分たちの MISSION や VISION に共感して、協働してくれる「自立(律)したパートナー」を探す。就職・採用活動とは、双方のベストマッチ探しであるといえる。

従来は「企業が学生を選ぶ」という強い立場で接していたが、企業が実力主義・厳選採用の時代に入り「自己責任型の自立(律)したビジネスパーソン」を求めれば求めるほど「(企業にとって魅力的な)学生も自分の能力を発揮できる企業か」を厳しい目で選ぶようになった。

「採用面接の場」では、これから長くつき合うことになるであろう「パートナー探し」をするのであるから、正解もなく、きれいごとやマニュアル回答の世界ではない。「お互いが対等に本音をぶつけ合うことができるか」が大事であると考える。

魅力的な学生(人財)ほど、面接で企業側が学生に求めるものを、企業に対しても求めてくる。「本音で対等に接してくれる企業かどうか」が問われるのだ。

また、採用は別の視点から考えると現在から将来にわたって企業の商品・サービスを買ってくださる「お客様」に接する場ともいえる。直接多くのお客様に接することができるという点で「企業ブランド」を構築する絶好のチャンスであることも忘れてはならない。

学生は各社の対応等さまざまな情報を交換しあい「ブラックリスト」も作成しているのだ。たとえ採用では「ミスマッチ」という結果になったとしても「会社のファン」になってもらうことはできる。

### 『企業も自己分析がカギ』

それでは、企業はベストマッチ採用をするために学生に対してどのようなコミュニケーションをとっていったら良いのだろうか。

まず、第一に「自分たちの企業」をわかりやすく伝えることだ。学生は限られた時間の中で自己分析をした自分＝「自分のやりたいこと」と「やれること」(つまり WILL と CAN)をいかに表現するかが大切であるが、企業も対等な立場で接するのであるから、自分たちの会社の「MISSION・VISION」

や、社会やお客様に対して「やりたいこと」と「やれること」(つまり WILL と CAN)をわかりやすく伝えることが重要である。そのためには学生に求める以上に企業も十分な「自己分析」が必要だ。

私は学生の就職ガイダンスでも「学生の皆さんは選ばれる立場でもあるけれど、選ぶ立場でもあるのだから、企業が自己分析しているか積極的に質問しよう」といっている。「自己分析」していない企業は成長性が低いと思われてもしかたがない。

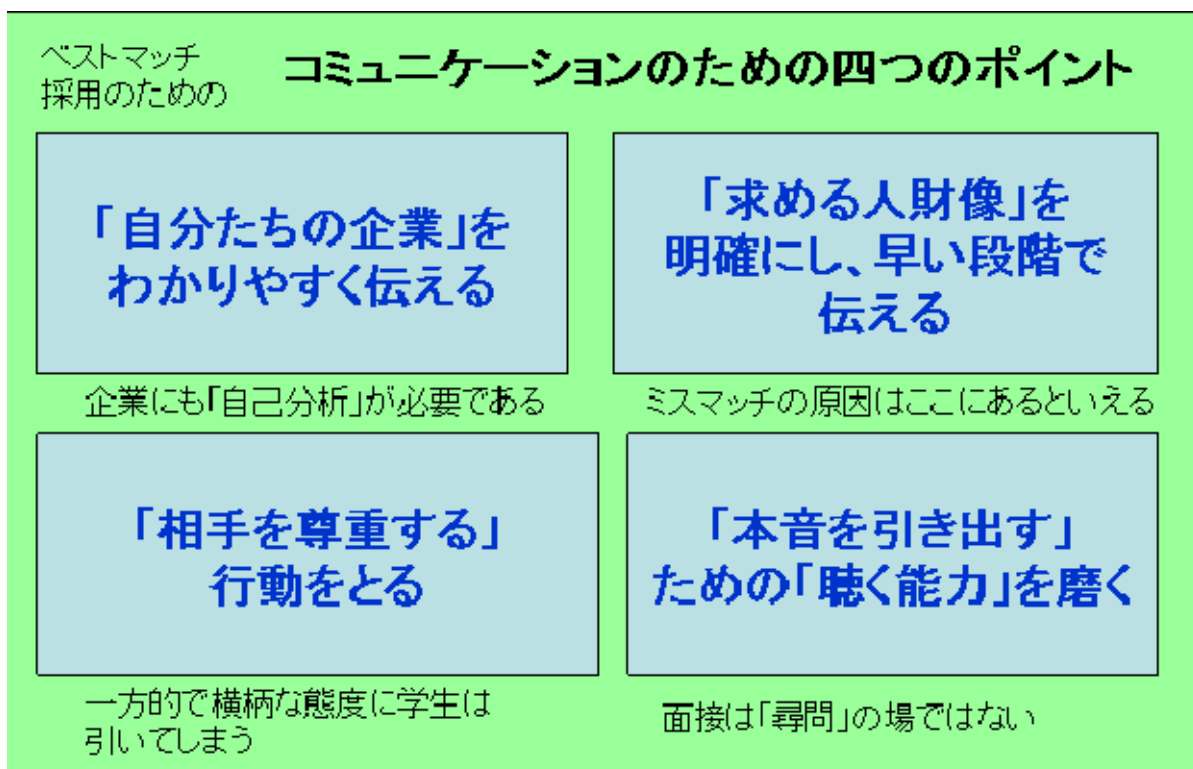
また、「本音」をさらけ出すということでは、会社がおかれている現在の状況なども正直に話し、「現状を知った上で一緒にやっていきたいといってくれるパートナー」を探したほうが良いのではないだろうか。

企業が学生に完璧なものを要求しないのと同じように、学生にとっても企業が完璧である必要はなく、「VISION を持って未来に向かってチャレンジしている姿」を見せることが大切なのだ。

第二は自分たちの「MISSION、VISION、現状」をふまえて「求める人財像」を明確にし、早い段階で学生に伝えることがベストマッチな学生と出合えるポイントである。

第三は「相手を尊重する行動」がとれるかどうか＝会社として「お客様」である学生に対する「マナー」が問われる。「採用してやる」「選考してやる」という対等でないスタンスの企業は学生に接する態度にそれがでてきてしまう。

「電話対応」「会社説明会」「面接」etc.学生が企業に接触する場面において一方的で、横柄な感じを与えてしまうと学生は引いてしまう。しかも怖いのは、魅力的な学生を逃すことだけでなく、「お客様」としても失うことになってしまうことだ。



## 『聴く能力を磨こう』

第四は、面接におけるコミュニケーションであるが、学生にとっては「本音の自分をいかにぶつけられるか」の「プレゼンテーション能力」が求められる。最近では学生の「きちんと自己主張するコミュニケーション能力」が低下してきているように感じるが、これは学生側の今後の課題である。企業側としては「学生の本音をいかに引き出せるか」という「聴く能力」がポイントだ。まずは、学生を緊張させるのではなくいかにリラックスさせるかを考えてみたらどうか。社会経験が未熟で面接という場で緊張しがちな学生に歩み寄って、その本音をいかに引き出すかが大切である。（自分の学生時代の面接を思い出して見てほしい）。

聞き出すことが目的になっていて、ともすると「尋問」になってしまうケースもある。このことが学生が本音を語ることができず、マニュアル的な回答が増える一因となっているのかもしれない。そうしないためには、限られた時間の中で相手を理解できる質問内容の準備が必要である。また、いきなり質問する前に、企業側から自分達のありのままをさらけだす話をすると学生も安心してさらけ出してくるものだ。その他「会場の設営」「面接者の表情」etc.相手をリラックスさせる効果的なスタイルを面接者皆で話し合っておくと良い。ある企業では面接会場の待合室にBGMを流しているが、リラックスさせる工夫をしているのだろう。

最後に「私のどこがダメだったのですか？」と泣きながら電話をしてくる学生がいると聞く。10～20社回って内定がとれないと、自分の存在や人格を否定されたような気持ちになってしまうのであろう。

結果は「ミスマッチ」であって本人の人格否定ではなく、「自己分析」が不十分であったことが原因であることが多い。その点をはっきり伝えることも必要だ。そういう意味でも「求める人像」を明確にし、早い段階で学生に伝えていくことが大切なのではないだろうか。

企業も早期に（一年生の段階から）積極的に学校に出向き、社会や生きたビジネスの世界で生きぬくために何が求められているかを積極的に伝えていき、一人ひとりのキャリアデザインの支援をしていくと良いのではないだろうか。