

企業と学生の「マッチングプロセス」の実態

新卒採用の手法はどのように変化しているのか？

応募機会がオープンか スキル重視かどうか

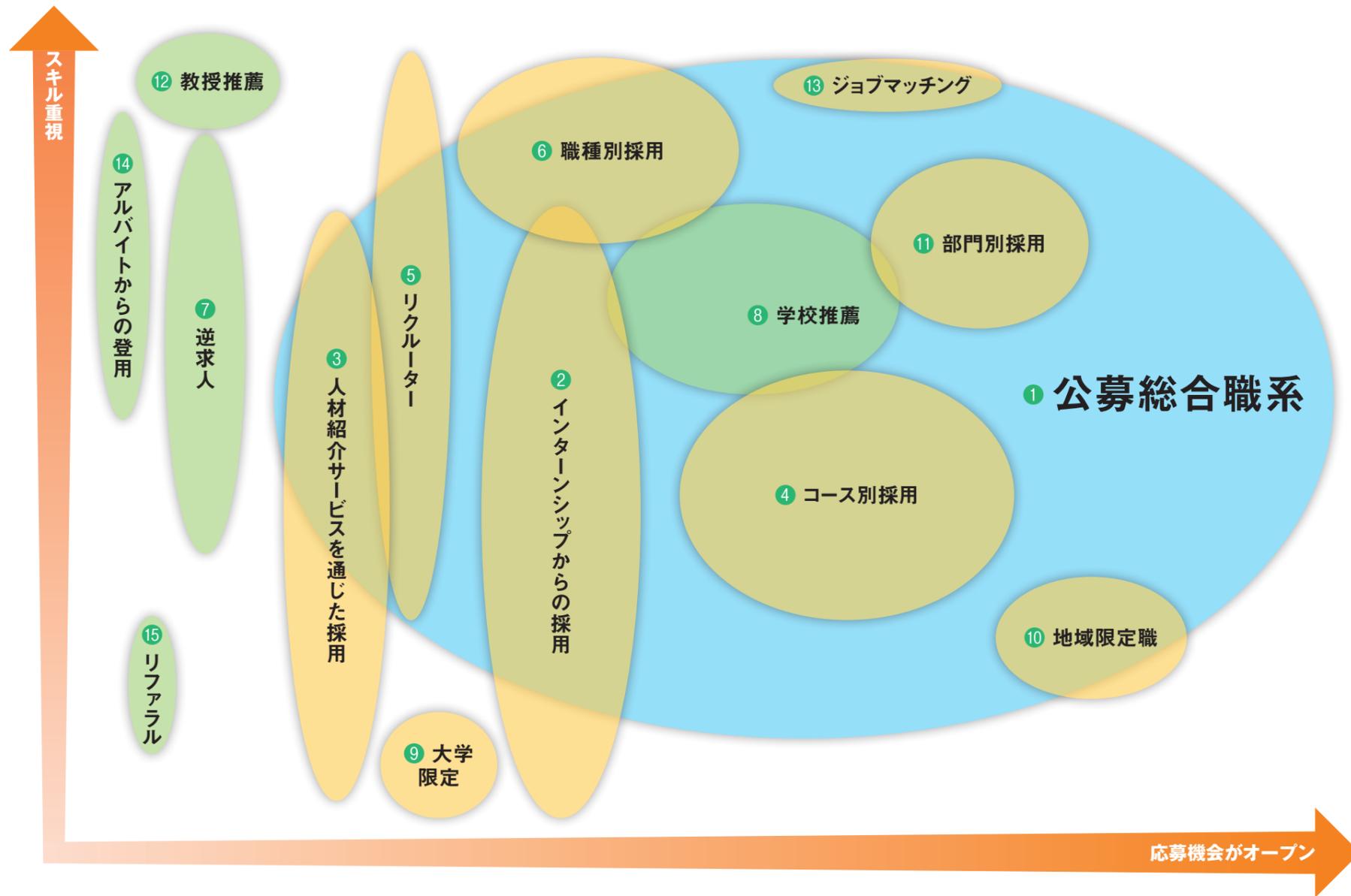
企業と学生のマッチングプロセスについて、種類やその実態について、見ていくことにしよう。

右のMAPは、現在の新卒採用の現場において見られるマッチングプロセスを、「スキル」と「応募機会」という2つの軸によってプロットしたもの。縦軸は「スキル」であり、上に行くほどスキルを重視した採用となる。横軸は「応募機会」で、右に行くほどオープンで、誰でも応募が可能ということ。逆に、左に行くほど、応募機会が限定されることになる。例えば、MAP左下端の「15リファラル」は、社員の知り合いがいないと応募できないという意味合いで応募機会が限定的。同様に、「2インターンシップからの採用」は、インターンシップ参加者しか応募できないプロセスである。また、「12教授推薦」となると、ある程度の専門知識の習得を見込んだ上で推薦枠が設けられるため、応募機会が限定的であるのと同時に、スキル重視という意味合いで、上の方に位置している。

また、ここにプロットされている15種類のマッチングプロセスは、ごく代表的なもの。これ以外にも、コンテストの上位入賞者にアプローチするような「スキル選考」などさまざまな手法があるが、これらの手法を試している企業は少ない印象だ。「総合職と地域限定職」「職種別」などと多様な“入り口”を用意したとしても、公募の数が多く、人材紹介やリファラル、逆求人などの併用については、人事セクションのマンパワーに限られる中では「余裕がなく難しい」(IT関連企業)という声も。マンパワーやコストの範囲内で、ニーズに即したマッチングプロセスを選び、実施している傾向がある。

そこでここでは、主な15のマッチングプロセスについて解説。30ページ以降でそれぞれの実態や動向を見ていこう。

マッチングプロセスMAP



1 公募総合職系

専攻などについて特段の条件を設けない上に、配属先や職種も特定しないで募集を行う採用形態。誰もが応募できるという点で応募機会がオープンであり、学部や専攻限定の募集では対象となりにくい学生にも開かれている。

2 インターンシップからの採用

インターンシップの参加者のみを対象にした採用。インターンシップの実施後に、参加者限定の説明会や座談会を実施するなどして、「インターンシップ枠」の選考を行う。「インターンシップでの評価が高かった学生だけに声をかける」、あるいは「参加

者全員に公平に声をかける」など、企業によってその後のアプローチの対象はさまざま。「インターンシップ枠」があることを見越して、内定獲得のために参加する学生もいる。

3 人材紹介サービスを通じた採用

企業が人材紹介会社に依頼して、条件に合った学生を紹介してもらい、面接などの選考を経て採用するというもの。人事セクションのマンパワーが足りない場合などにも、効率の良いマッチングができる。

4 コース別採用

入社後の配属先や専門分野、志向などに応じて設けたコースごとに応募者を募り、採用を行う。

複数のコースについて、「第1志望」「第2志望」などと優先順位をつけて併願することを認める企業もある一方で、併願を認めない企業もある。また、「コース」という言葉を使っているものの、実際は職種別であったり勤務地別であったりすることも少なくない。

5 リクルーター

社員が学生と直接コンタクトを取り、就職活動のフォローや面談などを通じて採用へとつなげるスタイル。先輩訪問に来た学生につけるケースもあれば、社員が自分の出身大学の研究室に赴いて学生と接点をつくるケースも。リクルーターからの評価がよければ選考の一部が免除になることも。

6 職種別採用

「営業」「事務」「開発・研究」「技術」「総務・人事」などの職種ごとに応募者を募り、採用を行う。企業にとっては、スキルや適性を見極めることが可能になるので、即戦力に近い学生の採用に寄与できる。一方で「総合職」「一般職」といった具合に、大括りな分類にとどまる企業もある。

7 逆求人

学生が登録したプロフィールを企業が閲覧し、興味を持った学生に声をかけて選考に進む採用手法。大学時代に熱心に取り組んだエピソードのある学生などが利用していることが多い。

8 学校推薦

企業が大学ごとに「推薦枠」を設けて、大学が推薦する学生について選考を行い、採用するというもの。推薦枠のある大学の学生が公募に応募して選考が進んだ後に、学校推薦を受けるよう企業から求められるケースも多い。一般的に、学校推薦を受けた学生は、内定を辞退しづらい。

9 大学限定

指定校などの枠を設けて、対象となる大学の学生のみを採用する。「〇〇大」と単独の大学を指定しているケースと、複数の大学をセットにしているケースがある。あらかじめ特定大学の学生のみを対象に説明会や座談会を行い、参加した学生の中からさらに選抜を行うやり方もある。

10 地域限定職

転居を伴う異動がなく、勤務地を自宅から通える範囲内に限定する採用形態。転勤を望まない地元志向の学生が志望する傾向がある。

11 部門別採用

「営業部門」「管理部門」「生産部門」「マーケティング部門」など、配属先となる部門別に応募者を募り、採用を行う。職種別採用と同様に、企業にはスキルや適性を見極めが可能になり、学生にとっては、入社後の配属先が特定されるという安心感があるため、ミスマッチ防止効果が期待できる。

12 教授推薦

企業が教授(研究室)ごとに「推薦枠」を設けて、教授(研究室)が推薦する学生について選考を行い、採用するというもの。一般的に、教授推薦を受けて選考を受けた学生に内定が出た場合、その学生は内定を辞退しづらい。そのため、多くの場合、その企業が第1希望であることを前提に教授推薦を受ける学生が多い。

13 ジョブマッチング

学生の専門性が企業でどのように生かせるかを確認する「ジョブマッチング」を経た上で、特定の職種や分野で採用する。研究内容を学生にホワイトボードなどを使って説明させる場合もあり、専門性の高い技術職の募集で行われることが多い。

14 アルバイトからの登用

アルバイトとして働いている学生を採用する手法。働きぶりやスキルをじっくり見極めることができるので、即戦力としての期待が大きい。

15 リファラル

既存社員が紹介する学生から採用する手法。スキルや社風などに照らして、自社に合った人材かどうかを社員がチェックした上で選考するという点で、従来の「縁故採用」とは異なる。社員自身が自社を「働きやすい」「いい会社」と認識していることが前提で成り立つ仕組みであるため、既存社員の働きやすさや働きがいについての取り組みが進んでいることも多い。