

大府商工会議所主催

# 他社と差が付く！ 面接官向けセミナー



氏名

大池 慶近(おおいけ のりちか)

年齢

53歳

資格

- ・一般社団法人日本クラブメンター協会認定講師
- ・国家資格キャリアコンサルタント  
(登録番号20064280)

## 研修実績

株式会社ラビット・カーネットワーク  
日本メディアシステム株式会社、東海商工会議所  
株式会社グローバルキャスト（非常勤人事役員）  
エグチホールディングス株式会社  
株式会社エルシティ  
STC株式会社  
株式会社ファズム  
株式会社プレジデントワン  
株式会社ハッシュダイ（現DMM子会社）  
株式会社林商事  
愛知大学 名城大学 名古屋経済大学  
名古屋丸の内起業塾  
他多数

## 経歴

1972年長野県軽井沢で生まれ  
21歳で建築内装業会社を立ち上げるが6年間で倒産。多額の借金を抱える。

返済の為某イタリア老舗ブランドに入社。  
1年4か月で銀座本店トップセールスとなり借金を完済。  
退職後経営を学ぶ為産業能率大学代官山キャンパス社会人コースに通い

独立後様々な企業の取締役を歴任。  
現在は大学内の就活セミナーや大学生向け経営塾の講師としても活躍している。  
自身の失敗から学んだ実践的な人財育成術が中心。  
延べ2000名以上の経営者・管理職教育実績を持つ「評論家」ではなく  
「実業の中での経験」に裏付けられたノウハウを単純明快に  
楽しく学べるセミナーは業界を問わず人気が高い。

## データでみる採用動向

### ・2024年3月卒版 求人倍率

(※株式会社リクルートワークス研究所発表)



1.58倍

⇒従業員数300人未満中小企業の場合



中小企業

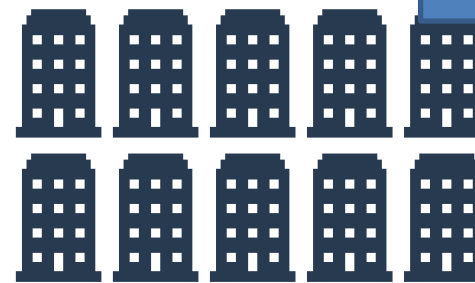
5.31倍！

営業職・技能士は

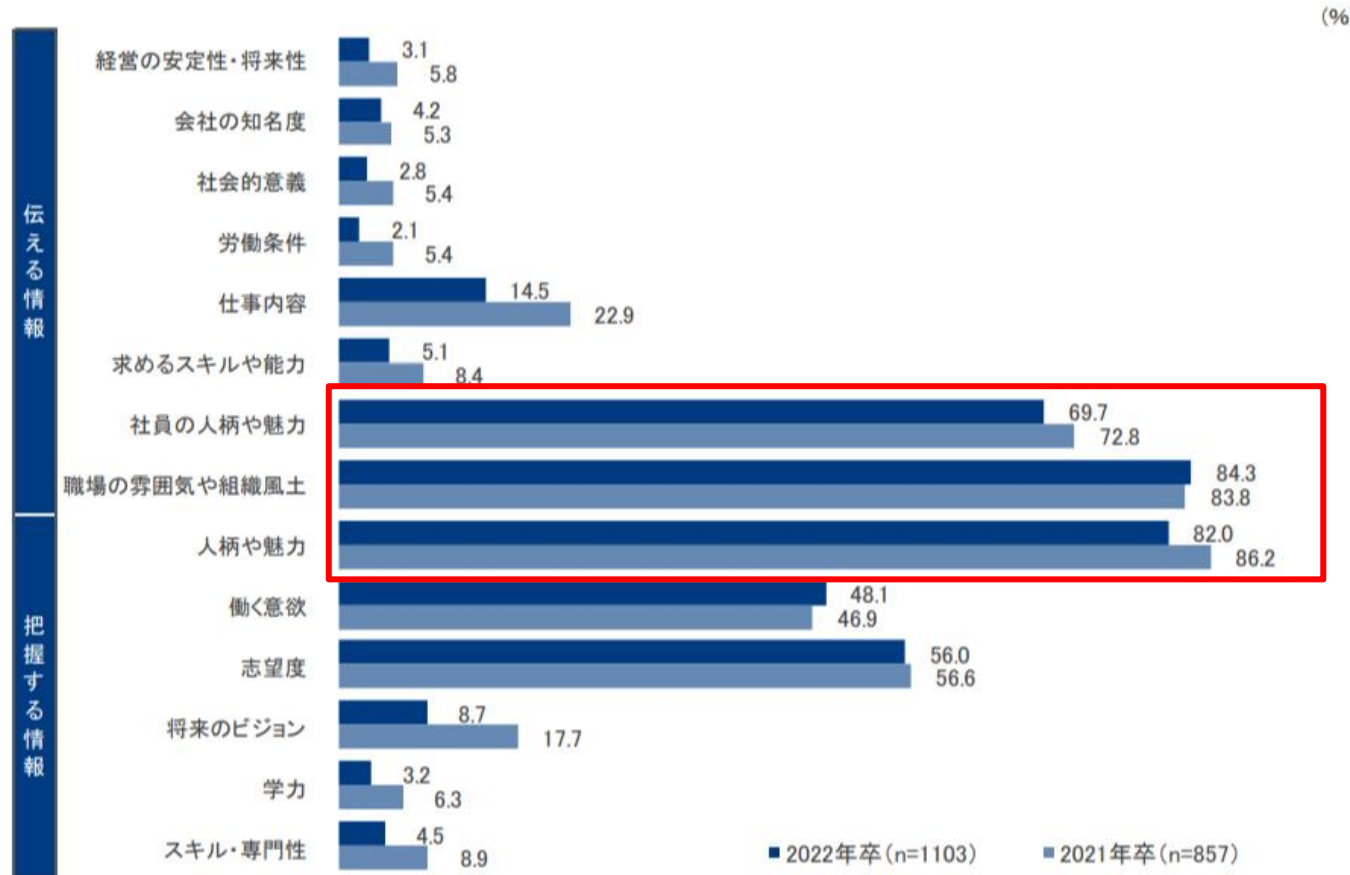
9.6倍！

計算すると...

1人あたりに約10社が求人してる計算に！

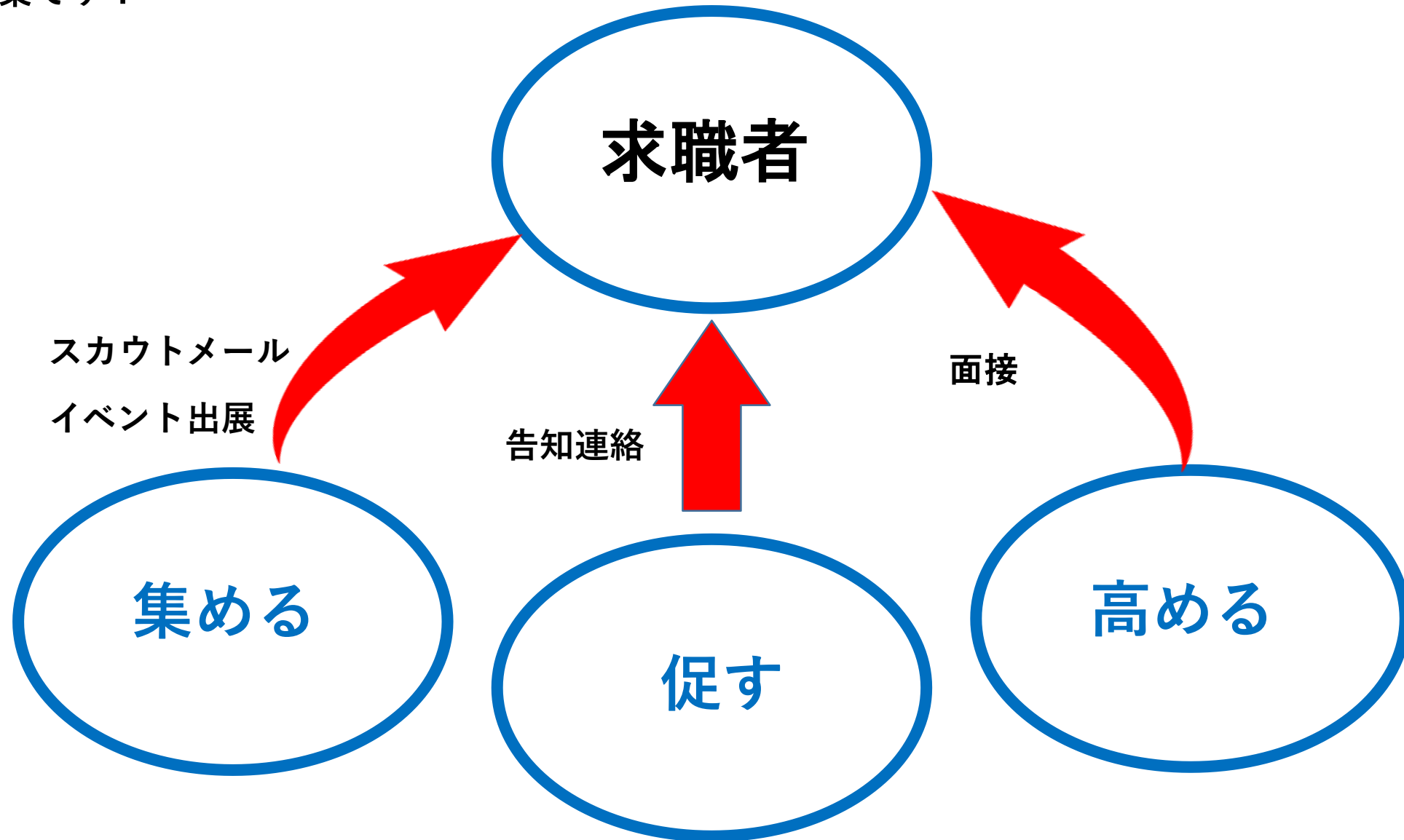


## 企業の行動の変化



社員の人柄や会社の雰囲気など  
**ソフト面**をどのように  
アピールしていくかが課題

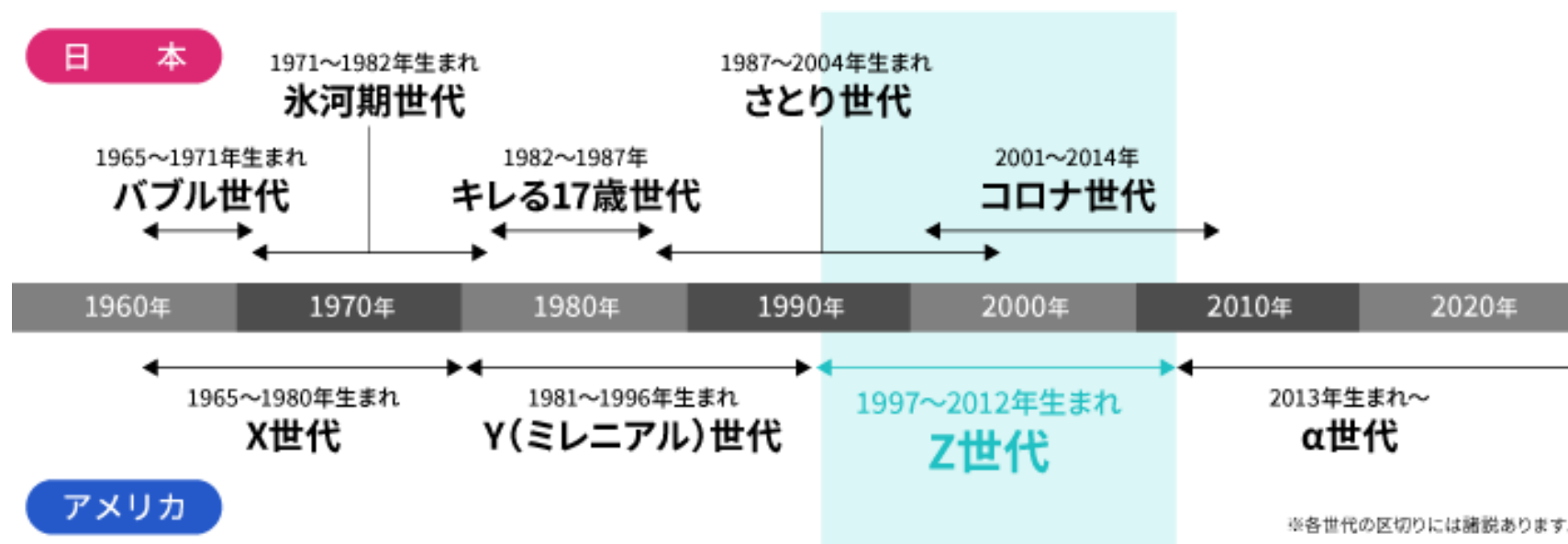
人事は営業です！





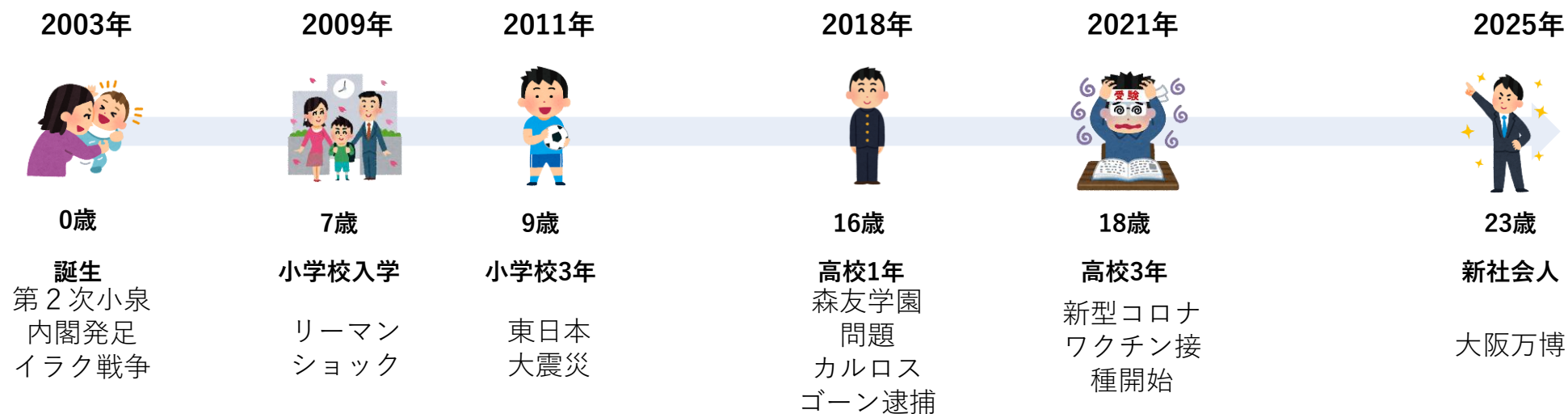
## 求職者の志向の変化

さとり世代・コロナ世代の求職者がメインターゲット



世代	生まれ年	社会背景	特徴	仕事観・価値観
X世代	1965～1980年頃	冷戦・経済変動、PC普及前	現実主義、自己完結型	安定・ワークライフバランス重視
Y世代 (ミレニアル)	1981～1996年頃	インターネット・携帯普及期、リーマンショック	デジタル適応、社会意義重視	自分らしさ、やりがい、社会的意義
Z世代	1997～2012年頃	スマホ・SNS前提、多様性運動	デジタルネイティブ、多様性志向	柔軟な働き方、成長機会、企業の社会的責任
α世代	2013年以降	AI・5G・タブレット前提	超デジタル世代、映像学習中心	(予測) AI共生、環境・持続可能性重視

## 《若者世代の生い立ち》



## 《若者世代の特徴》

### 安定志向

経済低迷期に生まれたため  
景気の良い時代を知らない。

### デジタル ネイティブ

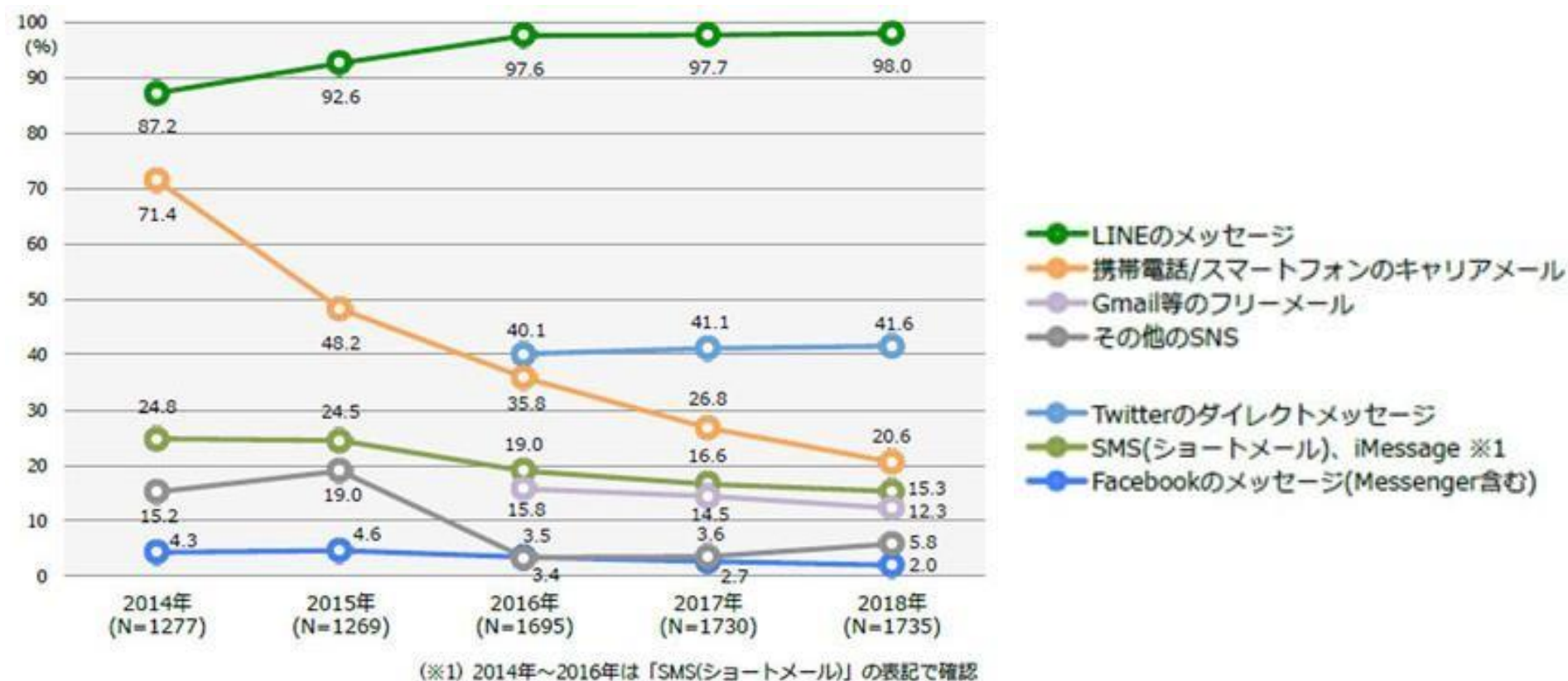
生まれたときから  
コミュニケーションはSNS

### 承認欲求が強い

自分が「おもしろい」  
「美しい」などと思った  
ことを共有したい

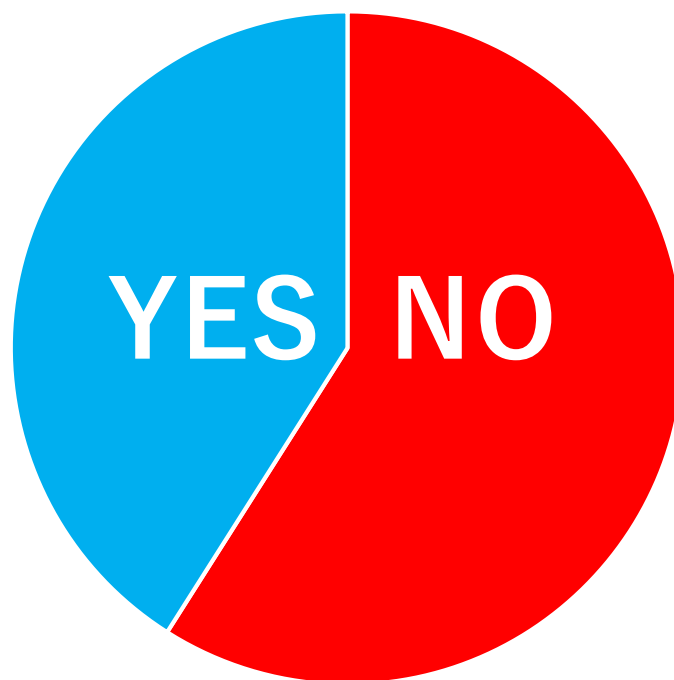


### コミュニケーションはSNSが主流



LINEによる連絡が主流となっている。  
一方で携帯電話のメール利用率は毎年減少傾向。

Q,彼氏の携帯番号を知ってますか。



**YES** …41%

いざとなった時に連絡が取れるように。

LINEが繋がらなかった時のために。

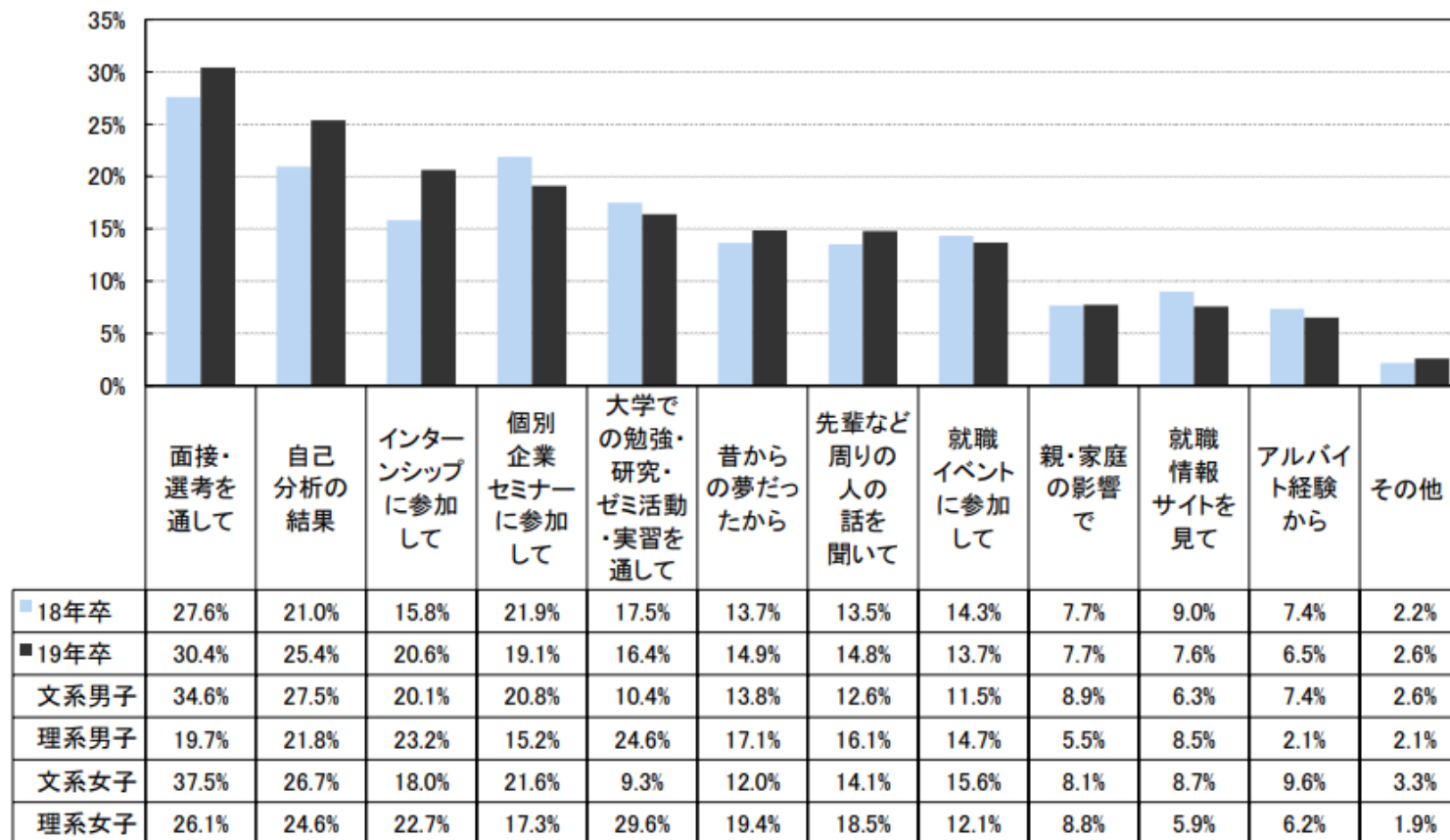
**NO** …59%

LINEさえ知っていれば連絡が取れる。

教えてもらったが、面倒で登録していない。

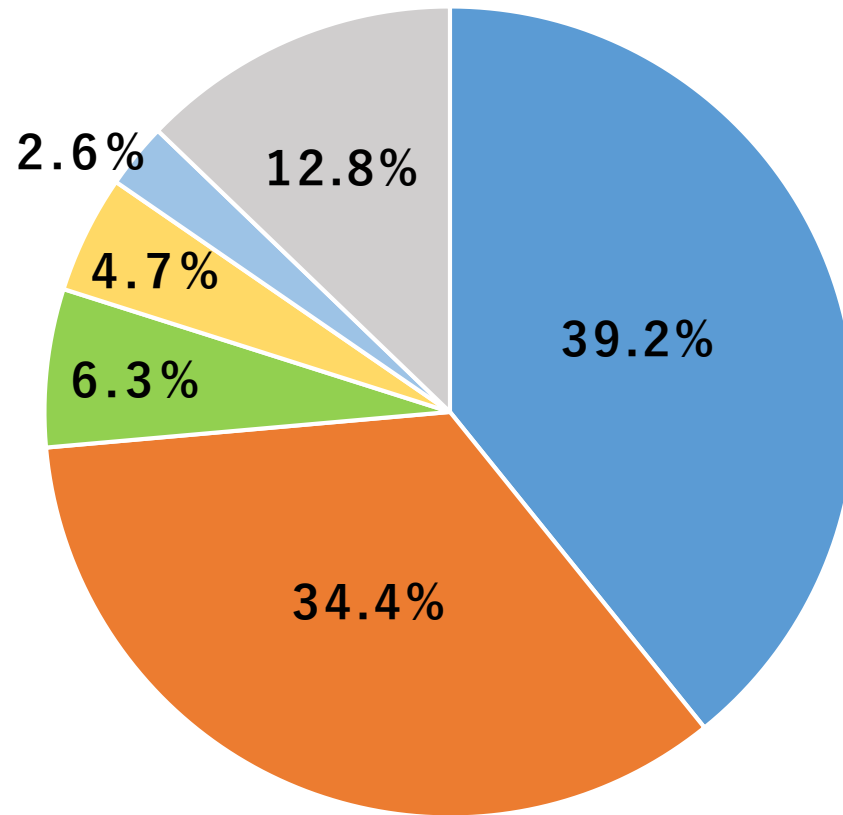
学生が電話に出てくれない…

やりたい仕事が見つかったきっかけ【複数回答】



学生がやりたい仕事を見つけるのは『面接・選考』のタイミング！！

⇒ 学生は選考を通して接する社員に大きく影響を受けている。



入社2～3年目…39.2%

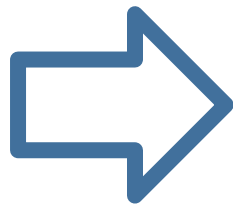
入社4～5年目…34.4%

入社6～9年目…6.3%

入社1年目…4.7%

入社10年目…2.6%

その他…12.8%



自分と年齢の近い先輩と話したい！！

・弊社としては是非来て頂きたいと思っているが、  
あなたが最後まで納得して就活を終えるまで待ちます。  
(理系男子)

・面接後にフィードバックを頂き、他社含め次回選考の  
アドバイスを貰った。  
(文系女子)



- ・ 傾聴
- ・ フィードバック
- ・ 理解

・ 上から目線の質問ばかりで僕を理解してくれな  
さそうだった

(文系男子)

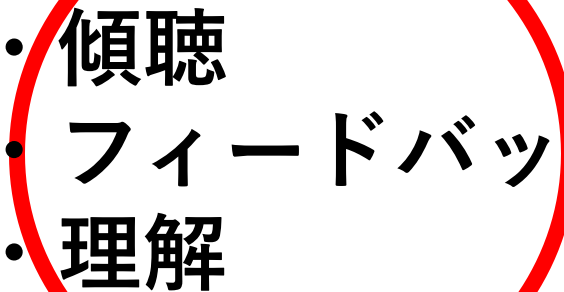
・ 女性だから結婚したら辞めるよね？  
(理系女子)

・ あそこはあまりいい会社ではないから 辞めた  
方がいい。  
(理系男子)



- ・ 無関心
- ・ 否定的
- ・ NG質問

自分が何をやりたいのか分からないまま選考に進む学生 **多**  
⇒選考中から学生の入社意欲を高める必要がある。



- ・傾聴
- ・フィードバック
- ・理解



- ・無関心
- ・否定的
- ・NG質問

面接＝学生を見極める場＋**学生の入社意欲を醸成する場。**



多くの企業

内定者フォロー



内定出しから入社(承諾)までのフォロー

成功している  
企業

内定者フォロー



接触前から入社(承諾)までのフォロー



学生から内定承諾をもらえるかどうか

直結

# 脳内企業シェア率 を獲得する



どれだけ学生に**時間**をかけてもらうか！！



そのために**選考前から**仕掛けを！

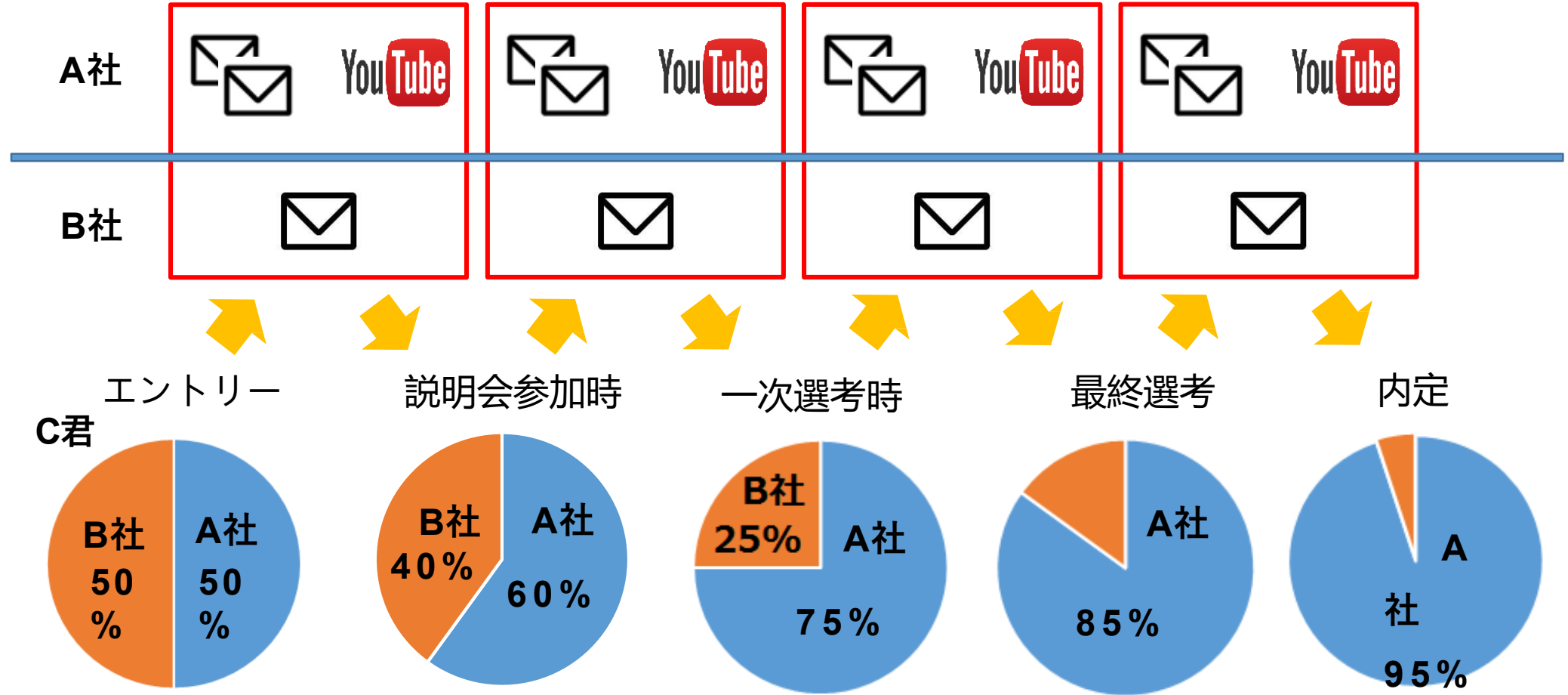
## キーワード「接触数」



圧倒的な**接触数**で、学生を自社に惹きつけていく。

大手企業の採用担当は多く、学生に直接会う回数は当然多い。

直接**会**う接触数で負けるのなら、**Web**での接触数で勝つ！



## Point.

他社より「**接触回数**」と「**使ってもらう時間**」を増やすことで、学生の脳内企業シェア率を獲得していく。

## オンライン

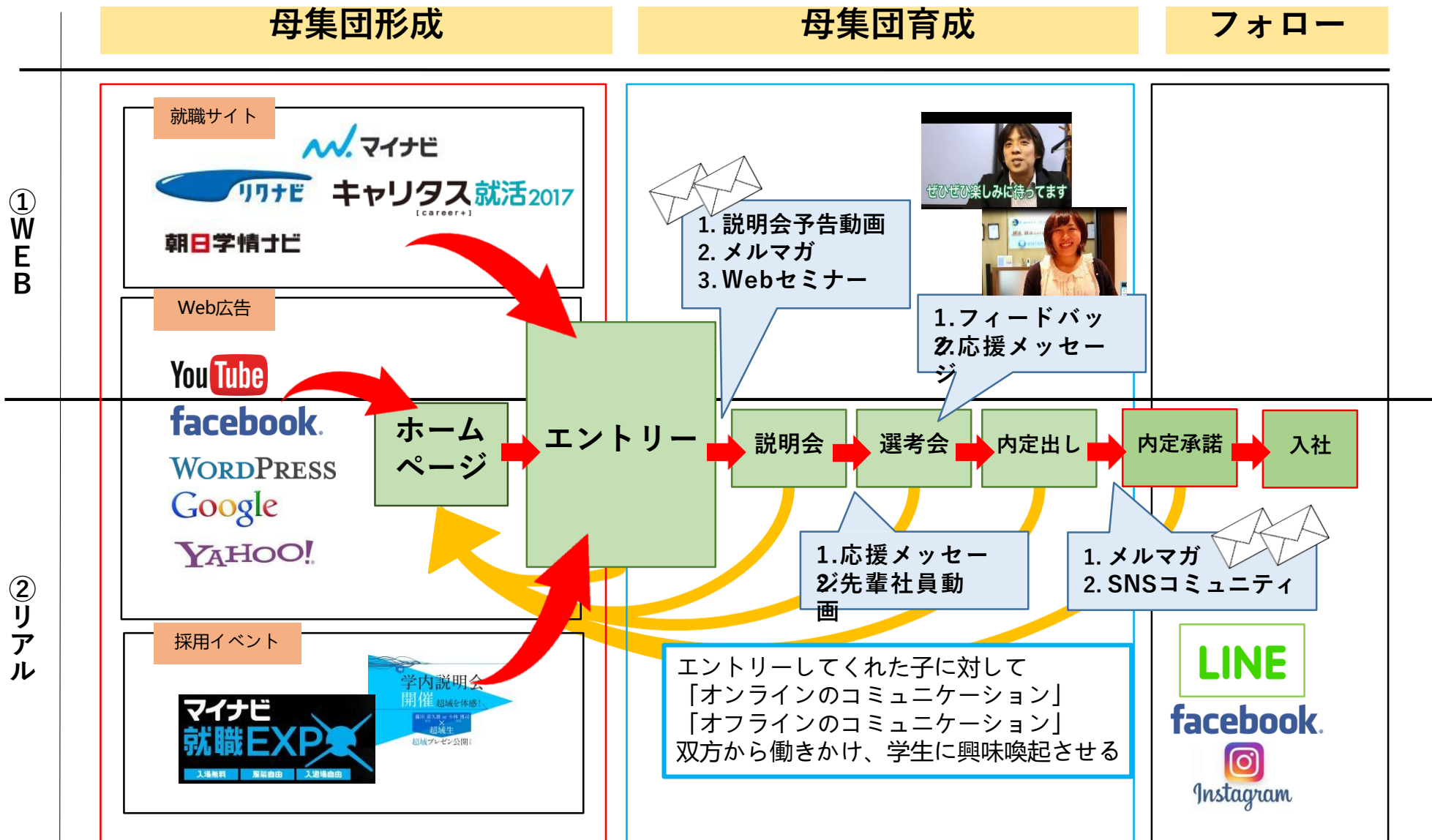


## オフライン



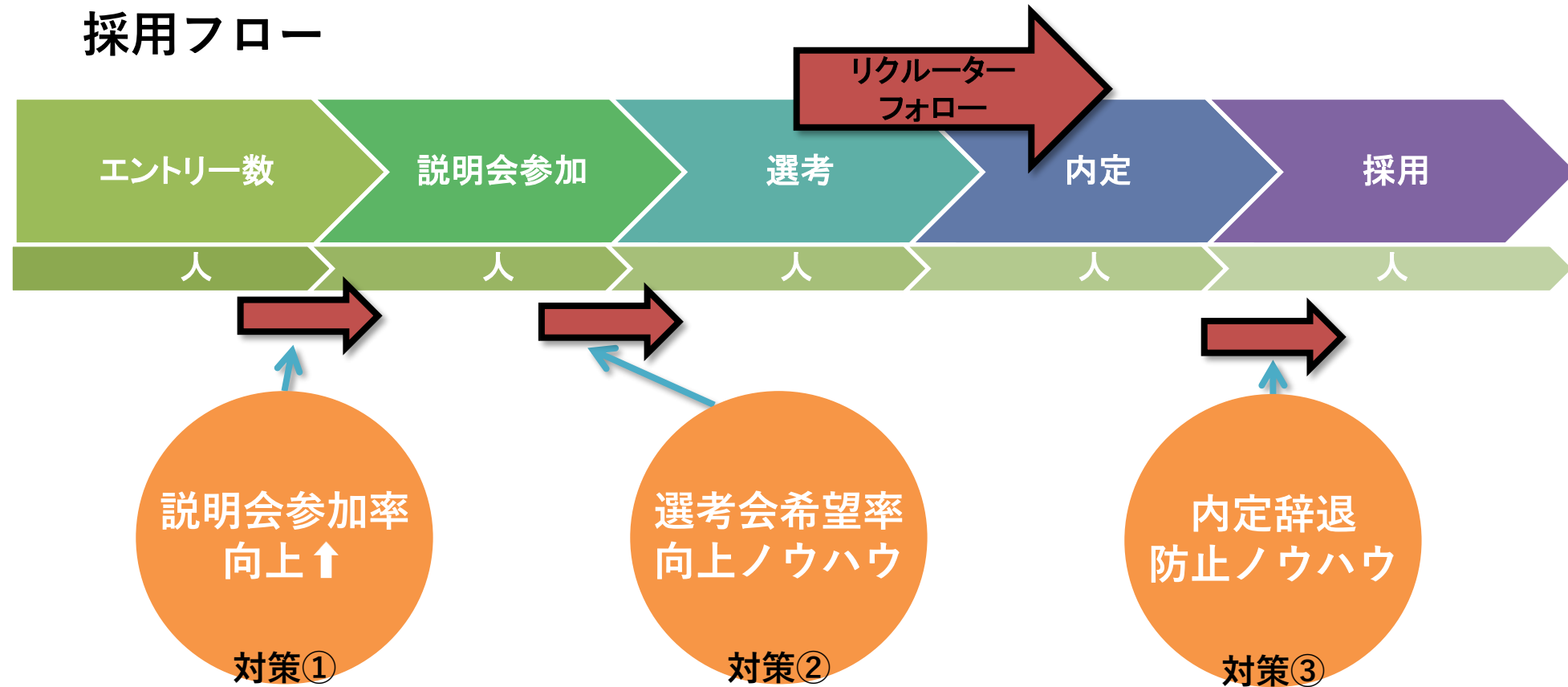
## 共通項

- ①意識的に情報を”提供”している！
- ②社内を巻き込んでいる！
- ③”頻度”または”質”を意識している！





～募集から入社までの管理フロー～



# 聴く力（質問力）

## やり方より在り方 3Kの重要性

3 Kとは…

1. 関心 2. 共感 3. 貢献

3 Kを得る為には質問力が必要

本来は

関心

いかに、自分に興味してもらうかではなく、自らが関心をもてるかである。

共感

いかに、自分に共感を集めるのではなく、自ら1人でも多くの人に共感できるかである。

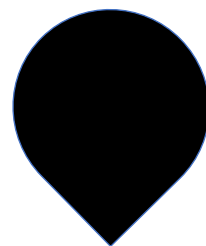
貢献

自分に貢献してもらうのではなく、小さなことでも自分以外の人の役に立てるかを本気で考えることである。

## 聴く力

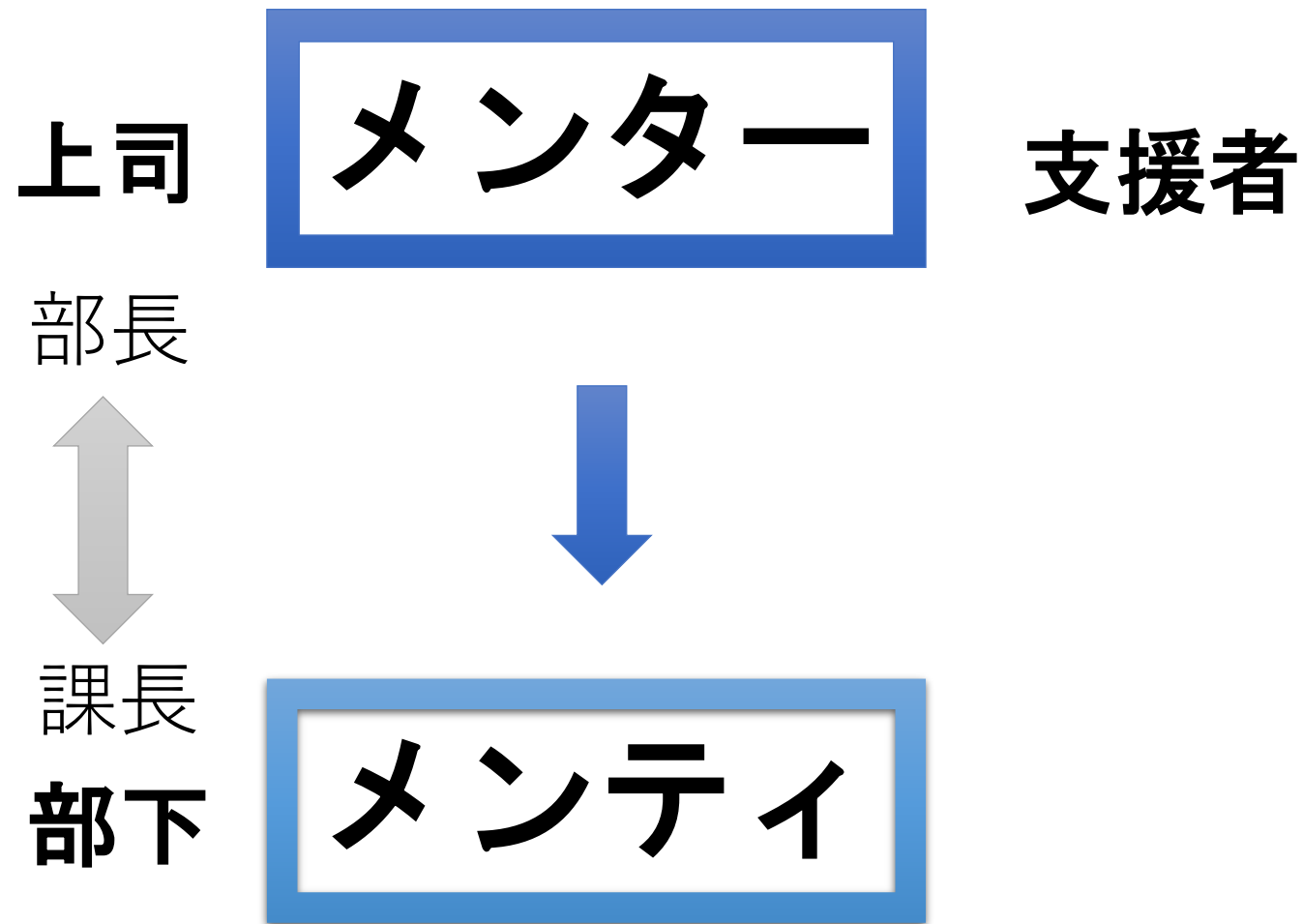
- ①ボディー・リスニング 「体で聴く」
- ②エクスペッション・リスニング 「表情で聴く」
- ③ハート・リスニング 「心で聴く」
- ④ペーシング（ミラーリング）相手にペースを合わせる
- ⑤リターン・リスニング（あいづち、YESセット）

# 衛生要因と満足要因まぜるな危険



衛生要因？満足要因？

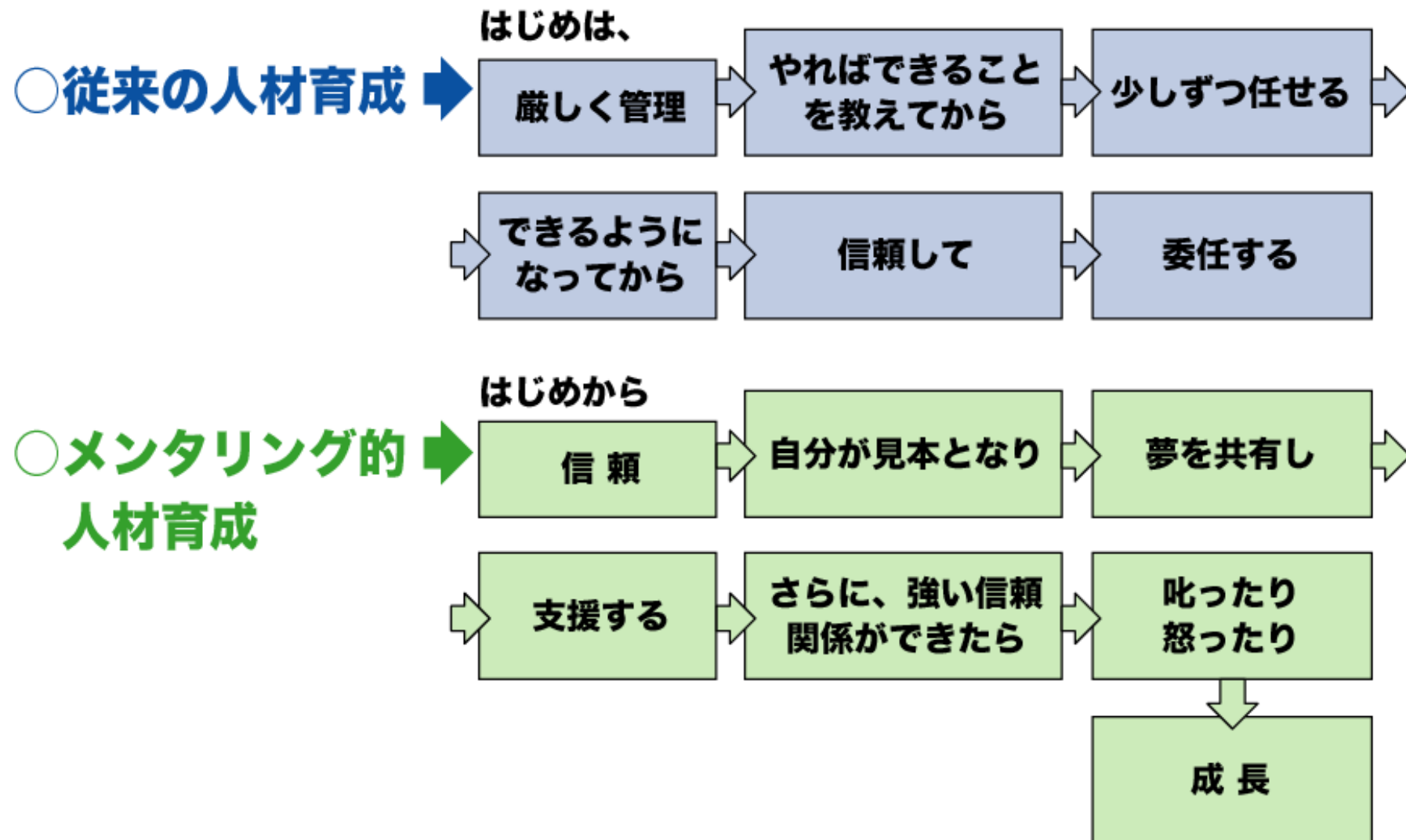
社員定着率が高い企業が取り入れている『メンター制度』





何よりも大切なことは  
やらせるよりも  
やりたくさせること！

## メンタリングについての考察②



- ・ 我々が考えているよりジェネレーションギャップ は進んでいる
- ・ 面接のゴールは選ぶ事ではない！！自社の魅了と求職者への共感
- ・ 人事は営業です！聴く力が重要！
- ・ 衛生要因と満足要因混ぜるな危険！！
- ・ 満足要因を得るにはメンターが必要！  
(詳しくは社団法人日本クラブメンター協会で検索)
- ・ 第三者話法の効能！