



会社説明会／面接会 徹底活用講座

9月21日

CCB Consulting株式会社

代表取締役 黛 武志

講師略歴



CCB Consulting株式会社

代表取締役：黛 武志（まゆずみ たけし）

大手グローバル企業での人事・採用部門長としての広範で深い知識と経験をもつ。それらの活かしながら、コンサルテーションを通じて、担当部門の育成を中心とした人事コンサルティングを行う。

現在は、秩父地域の雇用状況改善について試行錯誤をしている。

経歴

'23/04 ~:CCB Consulting株式会社 設立

'18/08 ~'23/03 : コンサルタント（自営・業務委託）として従事

'14/10 ~ '18/08 : 人材採用部長、メットライフ生命保険（株）

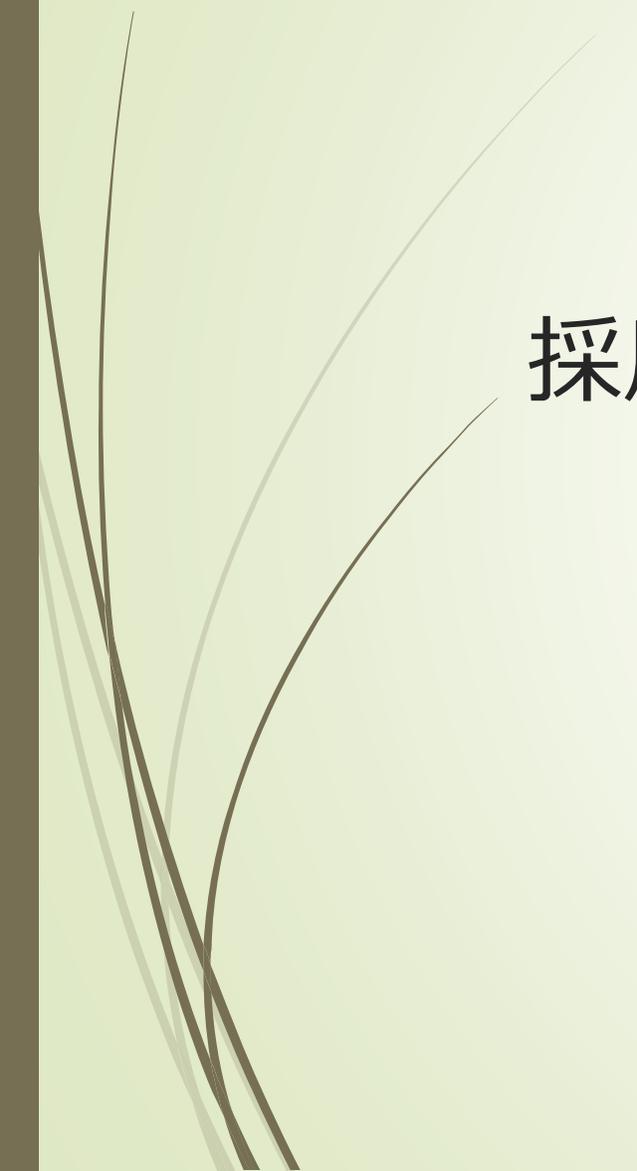
'07/08 ~ '14/09 : Head of Japan Talent Acquisition, SAPジャパン

'05/05 ~ '07/07 : Manager, 採用／人事企画, BIPROGY（株）（旧 日本ユニシス）

*その他、外資・日系の人事での業務経験

これまでの主なProject

- 外資系IT企業でのRPO立ち上げと採用業務の再構築
- 外資系小売り業での採用部門の新規構築と採用・人材戦略の構築
- 外資系小売業の人事Operation業務部門のマネジメントと業務改善
- 人事部門の組織改革（社員向けコールセンターの設置を含む）
- 外資系医療機器販売企業での採用および人事業務の改善
- 日系上場大手製造業での中途・新卒の採用戦略・プロセスについてのアドバイザーとRPOの導入

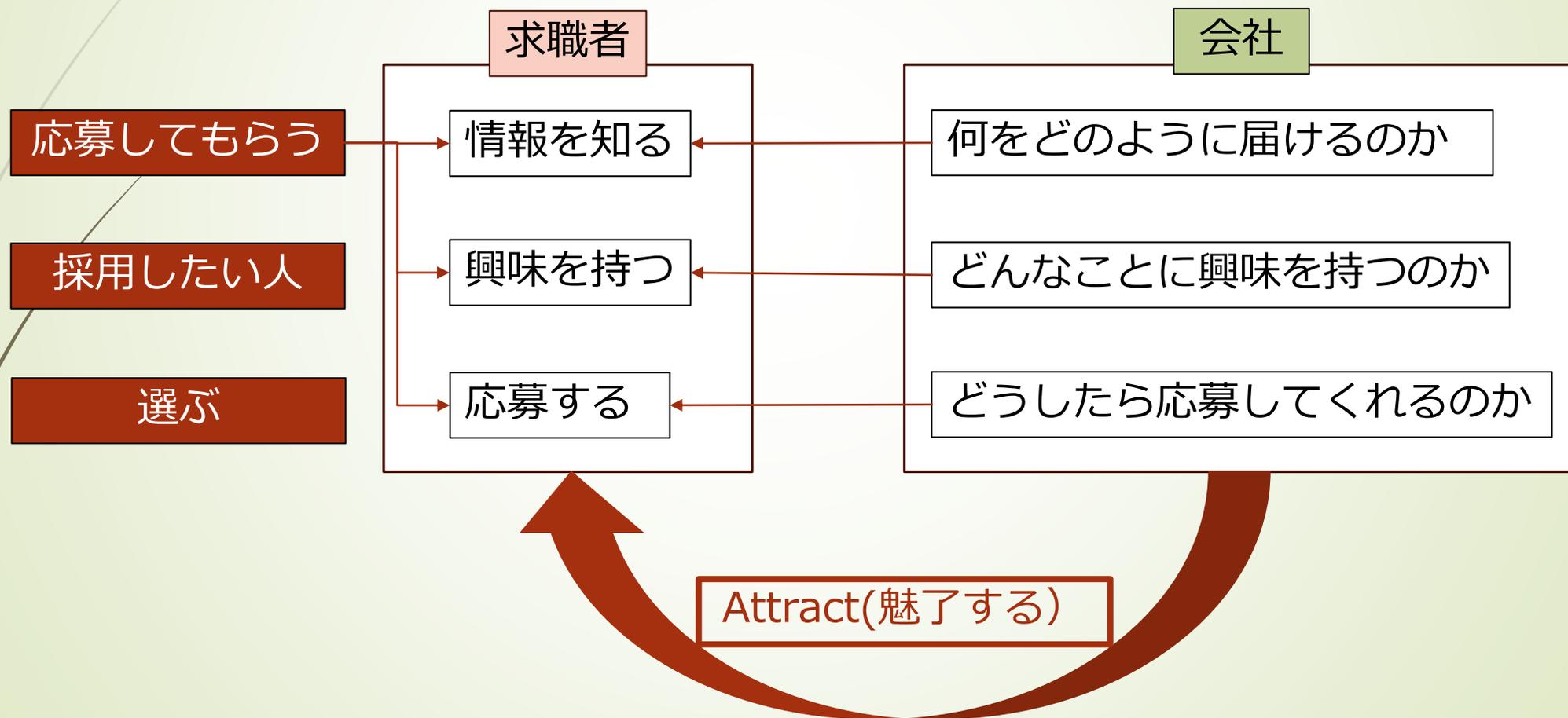


採用の仕事

採用の仕事

採用の仕事とは？

応募してくれた人から採用したい人を選ぶ



応募してもらうために

情報を届ける

- 採用したい人が知りたい情報を採用したい人が理解できる言葉
- 採用したい人に届く方法

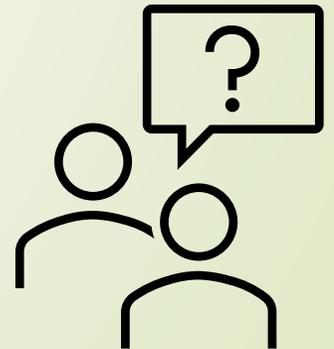
興味を持ってもらう

- 採用したい人が興味をもつ内容
- 採用したい人を歓迎する

応募してもらう

- 採用したい人にとって応募が簡単
- 採用したい人にとって親切な案内

採用したい人はどんな人？



採用すべき人を知る

誰でもいい＝誰でもない

1. 常に満足しない

誰でもよくても選考はします。“誰でもいい”だと合否の基準が明確になっていないため、常に“できないこと・足りないこと”に目がいきます。結果、どの人も何かが足りなくて不合格になる傾向があります。

2. 会社へのFit感が図れない

人に個性があるように、会社にも個性があります。例えばスキル・経験が良くても、相性が合わないの良い採用にはならず、能力を発揮できなかつたり、早期の退職に繋がります。

3. メッセージがあいまい

全ての人に対してのメッセージ（広告）は、その内容が薄くなってしまい、結果として興味を持ってもらうことができません。いくら多くのメッセージをだしても、その内容が届く可能性は低くなります。

採用すべき人を理解することが、良い採用への近道

ワーク1 採用したい人（理想の候補者）はどんな人？

5分で下記の左側の内容をできるだけ具体的に記載します。

分類	詳細	内容
属性	性別、年齢、学歴、居住地	
身体	大きさ、力、体力	
資質	個性、価値観	
業務	スキル、経験、資格	
動機	会社選びの条件、 転職・就職理由	
生活	家族構成 生活様式	
その他		

採用すべき人を知る

スキル・経験・資格

例)
エクセル、メール、学歴、
資格、経験年数

性格・個性

例)
正確さ、忍耐強さ、自発的、
切り替えの早さ、明るさ、慎
重さ、積極性

仕事を探す理由

例)
高い収入、就業時間、職場の
人間関係、仕事のやりがい、
将来的な不安

**その人は、今秩父にどのくらいいると思いますか？
その人が積極的にその仕事に変わる理由はありますか？**

**実在しない人を追い求めるような採用活動は意味がありません。
今一度、採用すべき人材を考え直す必要があります。
また、これが選考するときの基準となります。**

応募してもらうために

情報を届ける

- 採用したい人が知りたい情報を採用したい人が理解できる言葉
- 採用したい人に届く方法

興味を持ってもらう

- 採用したい人が興味をもつ内容
- 採用したい人を歓迎する

応募してもらう

- 採用したい人にとって応募が簡単
- 採用したい人にとって新設な案内

会社のなにを提供すればよいのか？

会社のことを知る

会社の情報を提供するためには、まず会社のことを知る必要があります。
求職者が仕事を選ぶときの一般的な条件は、労働条件、仕事内容、カルチャー、一緒に働く人、といわれています。
それぞれについて、自分の会社の良い点・悪い点（と思われる）ことを考えることで、自分の会社についての理解が深まり、会社の個性が具体的になります。

仕事選びの条件

労働条件

報酬、就業時間、休日・休暇、福利厚生、就業の柔軟性、働く場所、施設、教育 など

カルチャー

会社の雰囲気、上下関係、相互信頼、オープンコミュニケーション、何を大切にしているか、など

仕事内容

社会的意義、会社の中での位置づけ、難易度、スキルUp、責任の重さ、周り（他部署やお客様）との関係性、コミュニケーションの頻度 など

一緒に働く人

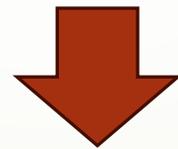
配属部署や会社の平均年齢、男女、家族構成、人柄、勤続年数、最近入社した人 など

会社のことを理解する

自分の会社がどんな会社なのかを理解することは、良い採用活動（良い人を採用し、長く活躍してもらおう）のためには不可欠なことです。

- 何を大切にしている会社なのか？
- どういう人に良い会社なのか？
- どういった人が活躍しているのか？

会社への理解が進むことで、採用すべき人そのものと、提供するべき情報の内容と方法の精度が格段に高くなります。



- 実際に働いている人たちに“この会社ってどういう会社？”と、できるだけ多く投げかけてみる
- 長く働いている社員と最近入社された社員の意見は、とても多くの示唆を与えてくれる

正しく伝える

会社の理解が深まっても、それを正しく伝えること（理解してもらうこと）ができないと意味がありません。

警備会社 1

警備会社 2

どちらも働く条件はほぼ同じです。
伝え方が違うだけで、同じ職種でもこれだけ大きな違いがあります。

求職者との接点のすべてで、伝えたいことが求職者にキチンと届いている
（正しく伝える）ことが実現されなければなりません。

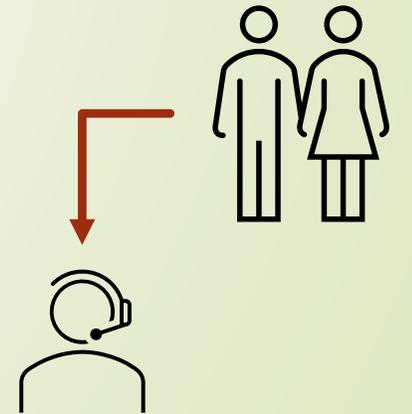
求職者との接点

会社のホームページ、会社の採用ページ、ハローワークの求人票、求人広告、
会社案内、会社説明、イベント、電話でのやりとり、面接、入社手続き

応募を促す（背中を押す）

- ▶ 良い情報をうまく提供しても、応募そのものにハードルがあると応募者数の増加につながりません。
- ▶ 応募のために必要な書類、情報提供、対応、応募方法など、工夫できることはたくさんあります。
- ▶ カジュアル面談といって、応募前に会社と話をする機会を設けることもできます。

会社の都合や効率ではなく、採用すべき人にとって便利で、クイックで、新設な応募方法に変更するだけで、応募者数を増やすことができます。





会社説明会／面接会

選ばれないと選べない

選ばれる努力をしない ⇒ スタートラインにも立てない

選ばれる努力 ≠ 嘘をつく・誇張する

選ばれる努力

- ◆ 採用すべき人（選ばれたい人）明確にする＝すべての人に良い会社はない
- ◆ 会社のこと（良いこと／悪いこと）を十分に理解する
- ◆ 会社のことを正しく伝える

会社説明会／面接会で良い結果をだすために

会社説明会／面接会で良い結果を得る（採用すべき人を見つける）

1. 会社に興味をもってもらう
2. 着席してもらう
3. 会社のことを理解してもらう
4. 求職者のことを理解する
5. 人間関係を作る

会社に興味をもってもらう

事前 to 取得できる情報

ハローワークの求人情報

- 事実を伝えるのではなく、採用すべき人に語り掛けるように
- 可能な限り詳細な情報を記載する
- 条件だけではなく、環境、育成、仲間、休み易さなど、よいことは何でも
- 特に採用すべき人が気にするであろうことには注意を払う

当日 to 取得できる情報

会社情報のリーフレット

- 事前 to 取得できる情報と同様に、語り掛けるような内容であることが大切です
- 会社の個性がでるようになることが望ましいです

ブースでの情報発信、面接官の様子、話している様子

着席してもらおう

ブースの情報発信

- 注目してもらいたい内容を掲示
- 会社のキャラクターがわかるようなデコレーション
- 間口が広くオープンな感じ
- 色の統一

面接官の様子

- 服装（面接会だからといってスーツである必要はありません）
- 背筋を伸ばし、明るい表情で、視線をばらまく
（うつむいたり、社員同士で話したり、作業していたりは厳禁です）
- 会社の個性を体現するつもりで

話している様子

- キチンと会話がなりたっているか？
- 聞いている人の表情（楽しそう、明るい、満足気、真剣）
- 一人の社員だけが話していないか？
- 挨拶はしているか？

説明／面接での対応の注意点

面接官になるべき人

できるだけ

- ▶ 採用条件を理解するだけでなく、会社そのものについて理解している
- ▶ 採用したい人と同じ経歴・生活環境である
- ▶ 簡単に判断をせずに可能性を探る

必ず

- ▶ 明るい表情、話が短い、清潔感がある
- ▶ ボディランゲージができる
- ▶ コミュニケーション（意志や考えを理解し合う）が上手い
- ▶ 人を魅了する

説明／面接での対応の注意点

注意点

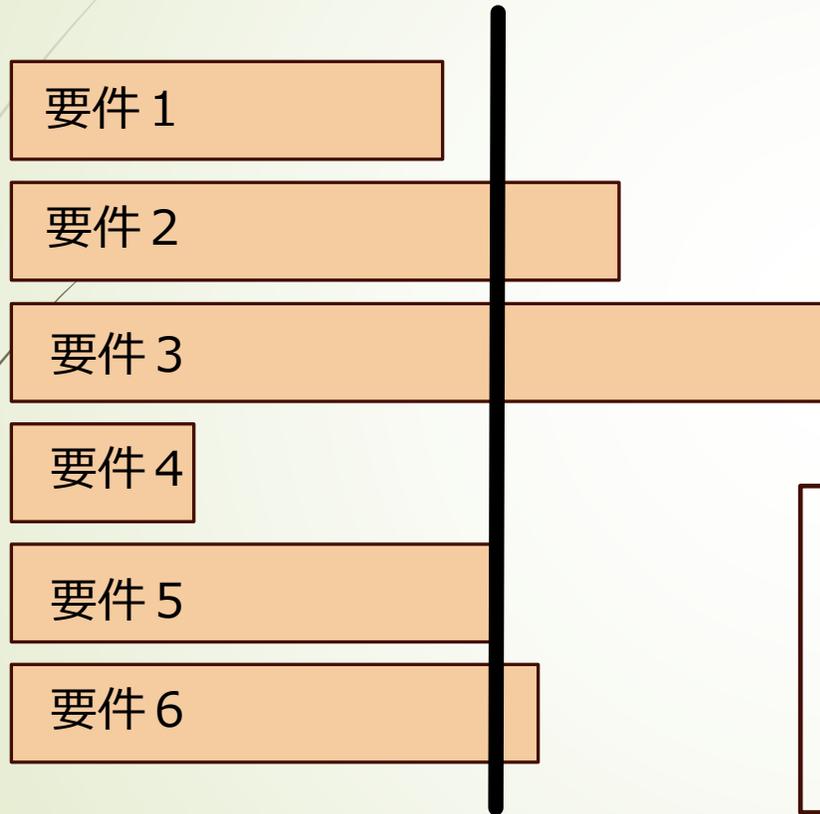
- ▶ ラ・ポール=心が通じ合い、互いに信頼しあい、相手を受け入れていること
- ▶ 双方向のコミュニケーション（一度にたくさん話さない）
- ▶ 相手の理解に合わせて話をする

進め方

1. 雑談から入る
2. 会社と採用職種の概要の説明
3. 求職者からの質問
4. 求職者への質問（自己紹介）
5. 求職者へのフィードバック
6. 今後についての説明

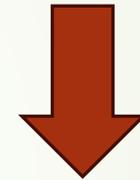
質問の意図
が重要！

可能性を探る



合格ライン

要件 1 と要件 4 が合格ラインに届かない



可能性を探る

1. 優れていることを見つける
2. 弱点を見つける
3. 弱点の重要性を考える
4. 弱点の補完方法（育成など）を考える

クロージング

クロージングとは、説明／面接を終了させること。

クロージングの目的

将来的に有効な人間関係をつくりあげること

- 今は採用できなくても将来的に採用できるようになる可能性がある
- 目の前のその人は、その他の多くの潜在的な候補者と強いつながりを持つ

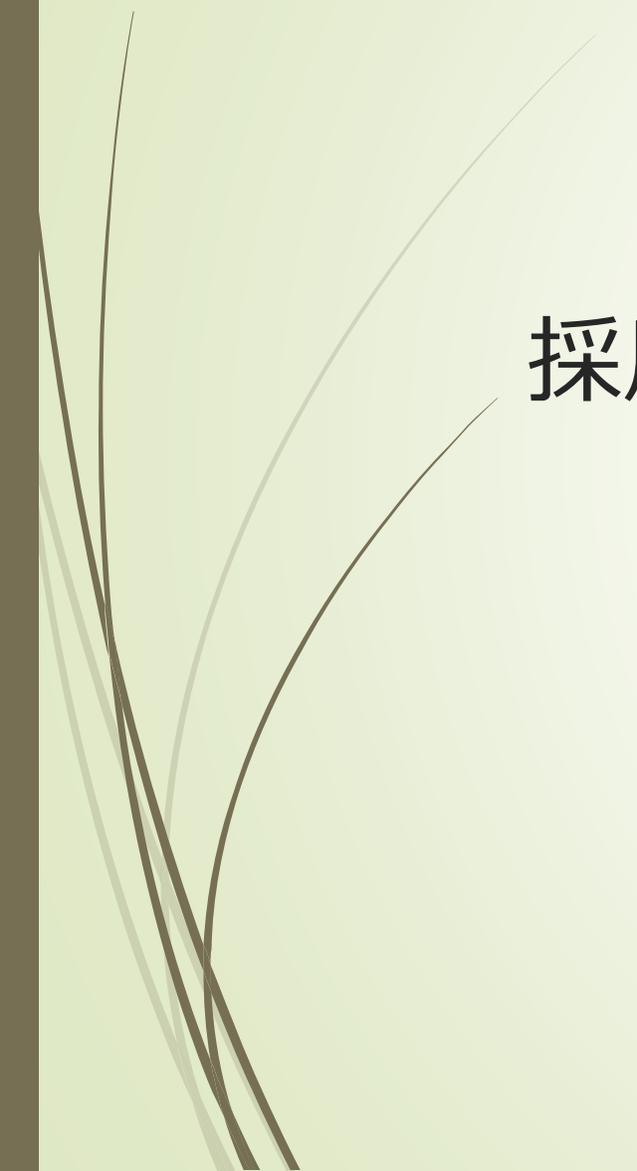
クロージングで行うべきこと

1. お礼
2. 感想
3. 今後のこと
4. 連絡をしてもらう





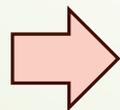
採用担当者の皆様へ



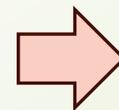
採用担当者の重要性

- ▶ 採用は企業が生き残れるかどうかの重要な経営課題
- ▶ 採用担当者は会社の将来を担っている
- ▶ 採用業務を行うだけでなく、いかに採用を成功に導くかを考えなくてはならない
- ▶ 過去の採用活動および世の中から、様々なことを学び・工夫し・実行する責任がある
- ▶ 候補者に対しては、その人生に大ききかかわることとなるので、誠意をもって対応しなくてはならない

やる／やらない



どうやる



何をやる

採用すべき人と会社の仲立ちをする

採用できないという会社、仕事がないという求職者、一見矛盾しているようですがそうではありません。

こうした状況になっている理由は、“条件のアンマッチ”なのです。

会社が希望する条件で採用ができない、求職者の希望の条件にあう仕事がない、これが現在の状況なのです。

採用担当者は、この条件のすり合わせをどのように行っていくのか、採用すべき人と会社の仲立ちをすることが、もっとも重要な役割とも言えます。





CCB Consulting株式会社
埼玉県秩父市大野原2255番地 5
080-3471-6880
t.mayuzumi@ccbconsulting.co.jp
<https://www.ccbconsulting.co.jp/>