

Indeed Hiring Awards 2023

受賞企業に聞く採用戦略



● このebookについて

このebookでは、Indeed Hiring Awards 2023で優れた採用施策が評価された4社へのインタビューを元に、各社の事例をご紹介します。

また、表彰式後に行われたアフタートークについてもお届けします。

● Indeed Hiring Awardsとは

「Indeed Hiring Awards 2023」は企業の採用活動とその成果を紹介し、賞賛するためのアワードです。

採用に関する人事の皆様の日々の努力と研鑽にスポットライトを当てていくことにより、採用活動の発展に寄与することを目指しています。

● 各部門と賞

・グランプリ

ご応募いただいた「ストラテジック部門」「チャレンジ部門」の採用の取り組みの中から最も戦略的かつ新規的なものを表彰いたします。

・ストラテジック部門賞

採用の取り組みにおいての「戦略性」を評価する部門。

企業の背景や課題から、

ターゲットや訴求内容、採用施策が緻密に計算され、効果を出しているかを重視します。

・チャレンジ部門賞

採用の取り組みにおいて、「独自性」や「新規の挑戦」に注力した取り組みを評価する部門。

取り組みに新規性のあるかどうか、かつ効果を出しているかどうかを重視します。

・Indeedエクセレンス賞

応募頂いたすべての取り組みの中から、Indeedの活用としてもっとも優れた取り組みを表彰します

※Indeedエクセレンス賞は、部門横断での賞となります

目 次

AWARD 受賞企業インタビュー

グランプリ受賞 | 株式会社 物語コーポレーション P04

採用ターゲットに対する「先入観」を取り払い、
現場と「対話」することで生まれた、圧倒的な採用成果とは

ストラテジック部門賞 | RIZAP 株式会社 P10

「200名の大量採用」という結果にコミットした、
RIZAP の戦略的採用術とは

チャレンジ部門賞 | 元気寿司株式会社 P15

「求職者の伴走者になる」その想いが変えたのは、
採用に対する全社の意識。

Indeed エクセレンス賞 | 株式会社 日本医療食研究所 P20

率直で、客観的な、かけがえのないパートナー。それがIndeedです

アワード受賞式アフタートーク P26

Indeed Hiring Awards 2023 受賞企業レポート

グランプリ | 株式会社物語コーポレーション

採用ターゲットに対する「先入観」を取り払い、 現場と「対話」することで生まれた、 圧倒的な採用成果とは



事業内容

「焼肉きんぐ」や「丸源ラーメン」など、外食事業の運営およびフランチャイズチェーンを展開。郊外ロードサイドを中心に、現在国内外で680店舗を出店している業態開発型リーディングカンパニー。

採用課題

- コロナ後の時短営業解除ののち、採用にかかる費用が増大
- パートナー（パートタイマー）人財における採用後の活躍・定着

2 023年11月30日に開催された「Indeed Future Works Japan」。そのなかのコンテンツのひとつとして、「Indeed Hiring Awards 2023」が開催されました。「Indeed Hiring Awards」は、2023年より新たに創設されたアワードとなり、採用戦略・採用施策・Indeed活用の観点から、採用に関する優れた企業の取り組みを表彰します。初開催の今回は64社の企業様よりエントリーをいただき、厳正な審査の結果、4社の企業様がそれぞれ「グランプリ」「ス

トラテジック部門賞」「チャレンジ部門賞」「Indeedエクセレンス賞」を獲得されました。こちらの記事では、今回見事グランプリに輝いた「株式会社物語コーポレーション」様のパートナー（パート・アルバイト）採用施策についてご紹介をさせていただきます。お答えいただいたのは、同社営業企画部でパートナーの採用・定着強化を担当する川添良介様です。

■ 未来を見据えた採用戦略で、 これまでアプローチしていなかった層を開拓



インタビューにお答えいただいた営業企画部 川添 良介様

——このたびは「Indeed Hiring Awards 2023 グランプリ」の受賞おめでとうございます。まずは受賞の感想から教えてください。

川添 正直、ウチでいいの？と最初は思いました。というのも、私自身、パートナーの採用や定着については、これまで他社の方や異業種の方とさまざまな情報交換をしながら表現できるようにするには？と考えながら採用活動に取り組んできました。そういった交流のおかげと思っているものですから、本当にウチが賞をもらっていいの？と。

ただ、弊社の取り組み内容が、このように対外的に評価されることは非常に嬉しいですし、励みになります。また、パートナー採用に関する取り組みを今後も継続して行かなくては、と再確認できたように思います。

——改めまして、本当におめでとうございます。採用活動を開始されるにあたり、どのような課題があったのでしょうか。

川添 大きく2点ありました。1つ目は採用環境ですね。

今から2年ほど前、コロナ禍による時短営業の解除以降、業界問わず採用環境は一気に厳しくなっていました。その一方で、我々の店舗というのは新規出店が多いため、業容が拡大していく中で、今後も雇用を継続的に強化するには、今までの採用手法だけでは間に合わない可能性があると感じていました。

これまで、弊社のパートナー人材の採用対象は学生や主婦の方がメインだったのですが、これまでにない属性の方たちの採用を強化しなくては、長い目で見たとき企業の成長に採用が追いつかなくなる危機感を持っていました。

そして2つ目が、組織における多様性の問題です。弊社は経営理念のうちのひとつとして、ダイバーシティ＆インクルージョンを掲げています。ただ、正社員採用に関しては、外国籍の方の雇用など強化されているものの、パートナー領域でみるとまだまだ分母が少ない状況で、問題提起を始めていく必要がありました。

——シニア層や外国籍の方の採用が進んでいなかったのはなぜでしょうか。

川添 パートナーに関しては、学生層や主婦層からの応募が弊社の場合はそもそも非常に多く、短期的に見れば人材は十分充足していたわけです。

しかし、少子高齢化の問題なども叫ばれ続けています。また、主婦層の方たちに対する需要は非常に高くなっていて、採用が難しくなってきました。これまでメインだった層以外の方たち、つまりシニアや外国籍といった方々の採用強化は、中長期的な観点で非常に重要であると考えようになりました。

今までシニア・外国籍といった方たちの採用が進んでいなかった理由は、やはり先入観が邪魔していた部分があったと感じています。例えばシニアの方なら働く時間が限られているのではないかと、外国籍の方なら、コミュニケーションの問題で初期教育に時間がかかり、戦力化まで時間を要

するのでは、といった先入観ですね。

そういった先入観から、他社さんを含め、こういった方たちの採用にまだ着手しきれていないところも多い。だからこそチャンスがあるのではないかと考えるようになったのです。

■現場との「対話」から見てきた、求職者が本当に求めているもの

——これまで開拓していなかった層の採用にチャレンジするため、まずは何からスタートしたのでしょうか。

川添 シニアや外国籍の方を採用して定着しているお店と、全く採用していないお店の両方の店長に直接会って、ヒアリングをすることからスタートしました。また、在籍して活躍されているシニア・外国籍のスタッフにもお話を伺いましたね。

まず店長へのヒアリングに関しては、なぜ導入が進んでいるのか・いないのかを明らかにすることが目的です。雇う側の意見を聞くことで、会社の仕組みを整えていくために重要なヒントがもらえると考えたからです。

また、スタッフへのヒアリングに関しては、その中身を求人原稿に上手く応用できないかという目的がありました。要はそれぞれの属性の方たちが、働く上で何を求めているのか知り、それを原稿に表現することで共感度を高められるのではないかと考えたわけです。

——現場の声から見てきたものはありますか。

川添 本当に収穫があったと思います。例えば外国籍の方ですと、アルバイトは週28時間までと法令で決まっています。一方で、学費や生活のため、母国への送金のためなどお金が必要な方も多く、最低でも週25時間以上は勤務時間を確保したいといった現実がある。あとは、日本語を話す環境が

そうじゃないかも、彼らにとっては非常に重要なポイントです。そういった生の声から得た情報を、求人原稿にうまく落とし込んでいくことができました。

あるいはシニアの方ですと、開店準備や仕込み、清掃など裏方的な仕事をメインに任せの方が良いのかといった先入観がありました。ただ実際にお話を伺うと、かなりアクティブでコミュニケーション能力に長けている方が多かったり、想定外のことが多かったですね。

——具体的に、どのように採用活動へ反映させたのでしょうか。

川添 まず外国籍の方ですと、オンラインとオフラインの両面で強化施策を行いました。オンラインであれば、弊社の



ホームページに外国籍の方向けのバナーを設け、そのバナーから入ると全て平仮名の求人情報が閲覧できます。これもヒアリングから得た情報で、漢字があまり読めない方が多いことが分かったので、求人情報への理解度を深めていただくため、こういった工夫をしました。あとは、週何時間以上働けます、その場合の収入はこれくらいです、といった具体的な情報を原稿内で表現し、応募しやすい環境を作っていました。

また、オフラインに関しては外国籍の方に特化した求人ポスターを作成しました。ふりがなを振るのはもちろん、福利厚生に関してはテキストだけではなくアイコンでも表現して、より直感的に理解できるような工夫をしたり。細かなところですが、こういったことの積み重ねで採用の成果が変わっていったと思います。

——シニアの場合はどうでしょう。

川添 シニア採用の求人原稿に関しては、シニア向けのものを用意していました。その際に重視しているのは、例えば「主婦の方、大歓迎」など、他の採用ターゲットに関する内容を併記しないようにすることです。こういった記載があると、シニア向けの求人原稿でも「自分は選ばれないんじゃないか」と思われてしまいます。

あくまでも、シニアの方を採用したいということを、ストレートに原稿で表現しています。その上で、体調不良の場合はいつでも休めるとか、重いものを持つ体力の必要な仕事はありませんなど、シニアの方が気にする情報をきちんと原稿内で抑えておくことも重要ですね。

——実際の業務内容にも工夫をされたと伺っています。

川添 例えばウォッシャー（食器などを洗うポジション）の業務一つでも、実は5つぐらい工程があるんですね。その工程の中で、重たいものを持つのが厳しいのであればその業務を業務内容から除き、別の方に任せるといった振り分けを、きちんと本人たちと合意した上で行うといったことがあります。

あとはコミュニケーションが得意なシニアの方なら、気遣い・配慮といった能力を存分に発揮してもらえる仕事をお任

せする。それにより、もっとお客さんからの満足度が上がるといった結果も出ましたので、こういった事例を今はどんどん横展開している状況です。

——現場からの協力を得るためには、どんなことが重要でしょうか。

川添 まずトップダウン方式だと現場はやりたがりません。現場の協力を得るため一番良い方法は、なかなか採用ができないお店に対し、こういったシニア・外国籍の方などへアプローチしてみませんか？という風に、協力体制を依頼するところからです。

そこから店長に、シニア・外国籍の方などの採用メリットを感じてもらい、協力体制を得て採用強化を行っていく。そこで成功事例ができると、今度は店長同士がそれを共有し合って、「それならうちもやってみよう！」という風に少しずつ事例が増えていきました。

また、弊社では月一回、改善や改革、開発に関する発表の場があり、そこでエリアマネージャーや店長が「こういう取り組みをしてシニア活躍に成功しました」とか、「外国籍の方を採用してまだ一人も辞めていません」といった話をする。そうすると、会社から「採用して」と言われるよりも、説得力も受け止め方も全く違いますね。時間はかかりますが、この横展開が最終的に近道じゃないかと思います。



■ 約1年半で、シニア・外国籍の方たちの在籍数は180%増を実現



グランプリ | **株式会社物語コーポレーション**

誰もが輝ける働き方や、環境を実現するために。
人財の多様性によって生まれた議論文化とイノベーションで、個人と組織が成長する。

評価ポイント

- 1** 理念経営に紐づくD&I宣言の実践として、多様な背景を持つ人々を採用
- 2** 外国人とシニア層の採用における課題の把握と具体的な施策の実行
- 3** 採用導線の確立や、ニーズを反映した求人票の作成など効果的な施策
- 4** 結果を具体化し、その結果をもとに施策を洗練

—— さまざまな取り組みの成果についてお伺いさせていただきます。

川添 施策の開始から約1年半経過していますが、シニア・外国籍双方の在籍数は開始時と比べて180%増まで増えています。また、コスト面にも大きな効果が出ており、応募単価・採用単価ともに現状低い数字を出すことができておりますので、取り組みとしては非常に成功しているのではないかなと思っています。

また、コスト面の良さということもあるのですが、想定外の効果もありました。例えば外国籍の方が一生懸命に日本語を覚えたり、仕事を覚えようとする姿を見て、特に弊社の若年層のパートナーの方々が非常に刺激を受けていまし

て。彼らに対して協力的に仕事に取り組むようになったり、模範演技をしようといった姿勢を取っていくことで、結果的にお店の雰囲気やチームワークが向上するなどの事例も出てきています。

シニア層の方ですと、仕事を確実・丁寧にこなしたり、さらに細やかな気遣いができたりすることから、顧客満足度が上がったというお店もありました。

ここで一つ重要なポイントが、やはり店長がシニアや外国籍のスタッフたちのどういうところが良くて採用したかということ、きちんと既存のパートナーのメンバーに伝えるということです。現場の受け入れ態勢をきちんと作る、ということですね。

■ より幅広い層へのアプローチを実現するため、Indeedに期待すること。

—— 今後、Indeedに対して期待することがあれば教えてください。

川添 やはり、サービスとして多言語機能の搭載を実現し

て欲しいと思っています。実際に、今弊社で働く外国籍の方も、日本語が完全に読めるという方たちばかりではないので、現状のサイト構成ですと、どうしても漢字が多くなってしまいます。そこを改善していただけると、より幅

広く外国籍の方からの応募なども見込めるようになるのではないかと。

Indeedのセールス担当の方とは毎月定例で打ち合わせをしていますが、常に提案をいただけている状況です。例え

ばユーザーが検索に用いたキーワードのランキングを毎月更新して共有いただき、その情報をこんな風に原稿に反映したらどうかといった、非常に具体的な示唆を与えてもらっていますね。痒いところに手が届く的確な提案ですので、私自身も判断がしやすく非常に助かっています。



物語コーポレーション川添様とIndeedセールス担当者

■ 先入観を取り払い、採用の現場に踏み込んでいくことの大切さ

——最後に、採用活動を振り返って、皆様に共有したいことはありますか。

川添 私自身も1年半前まではそうだったのですが、やはり「先入観で考えない」ことが重要かなと考えています。実際に当事者と対話をする中で、彼らが何を求めているのか、どうすれば継続して働いていただけるのかといったことの答えに辿り着くことができるのではないかと。

そして、ともに働く仲間に対して、耳を傾けていくこと。それが、結果的に今の採用環境を安定化させる重要な要

素の一つかな、というふうに思っています。

今後の目標としては、やはりパートナーの定着率の向上ですね。飲食業界は離職率がどうしても他の業種・業態から見ても高いです。弊社は業界平均に比べると離職率は低いですが、それでもまだまだ課題は多い状況です。全ての属性の方が働きやすい環境の実現に会社全体として取り組み、今まで以上に定着し活躍することで、弊社での仕事を通じた経験が、イキイキと自分らしく過ごせる日々につながればと思っています。

Indeed Hiring Awards 2023 受賞企業レポート

ストラテジック部門賞 | RIZAP 株式会社

「200名の大量採用」という結果にコミットした、 RIZAPの戦略的採用術とは



事業内容

「結果にコミットする。®」をコンセプトに、2012年よりパーソナルトレーニングジム「RIZAP(ライザップ)」を運営。また2022年より「簡単」、「便利」で、「楽しく続けられる」コンビニジムとして「chocoZAP」をスタート。

採用課題

- 採用コスト削減による事業収益性の確保
- 事業理解不足によるカルチャーアンマッチ

2 023年11月30日に開催された「Indeed Future Works Japan」。そのなかのコンテンツのひとつとして、「Indeed Hiring Awards 2023」が開催されました。「Indeed Hiring Awards」は、2023年より新たに創設されたアワードとなり、採用戦略・採用施策・Indeed活用の観点から、採用に関する優れた企業の取り組みを表彰します。初開催の今回は64社の企業様よりエントリーをいただき、

厳正な審査の結果、4社の企業様がそれぞれ「グランプリ」「ストラテジック部門賞」「チャレンジ部門賞」「Indeedエクセレンス賞」を獲得されました。こちらの記事では、採用戦略において優れた取り組みを行われた企業に贈られる「ストラテジック部門賞」を受賞された「RIZAP株式会社」様の採用施策についてご紹介をさせていただきます。お答えいただいたのは、同社EXユニット採用担当の飯野里菜様です。

■ 月に数店舗の新規開店。 「chocoZAP」事業の急成長に合わせた採用が必要に



インタビューにお答えいただいたEXユニット採用担当の飯野里菜様

—— このたびは「ストラテジック部門賞」の受賞おめでとうございます。まずは受賞の感想から教えてください。

飯野 率直に、大変嬉しく思いました。Indeedが創設したこのような賞をいただけたことは大変光栄でして、私たちが頑張ってきた成果が一つの結果として現れ、報われた気持ちになりました。RIZAPの社内からも、「よくやったね！」というところで、たくさんのお声がけをいただきました。

—— 改めまして、おめでとうございます。新規事業の開始にあたり、どのような採用上の課題があったのでしょうか。

飯野 採用上の課題は2つございました。1つ目は、早急な人財の確保。2つ目がコストの最適化というところになります。

今回、弊社の「chocoZAP」事業を開始するに当たって、1000店舗を1年の間にローンチさせるという目標がありました。この高い目標の達成に向け、社内の人財リソースを活用しながら、新たな人財もスピーディーに獲得していく

必要があったことが、目の前の課題です。

さらに、2つ目のコストの最適化については、「chocoZAP」が2,980円で24時間通い放題のサービスになっていることが大きく関係しています。バックオフィスなどのコストをなるべくかけずに、お客様にサービスとして還元していく必要があるというところで、採用コストについてもなるべく低減させていく必要があった、ということです。

—— 特に「サービス開発業務」と「店舗開店および運営」を担うスタッフの充足が必要であったと伺いましたが、これらはどういった仕事なのでしょう。

飯野 「サービス開発」の業務については、文字通り「chocoZAP」のサービスを開発していく仕事です。フィットネスはもちろんですが、セルフエステやセルフ脱毛、セルフホワイトニングなど多様なサービスを「chocoZAP」では提供しています。より良いものをお客様に提供するために欠かせない職種であるといえます。

また、「店舗開店および運営」業務については、フィットネスマシンの搬入や、マシンのメンテナンスを担当するスタッフです。毎日のように数店舗が新規オープンしている状況であるため、店舗の円滑な運営のため非常に重要な仕事となります。

—— 店舗展開のスピード感に合わせての採用の難度が高そうだと感じますね。

飯野 基本的にRIZAPの採用には2つのパターンがあります。1つは社内のリソースを活用するやり方です。例えばボディメイクトレーナーとして働いている方が本社へ異動して、

サービス開発業務に携わるといったケースがあります。

もうひとつが、いわゆる一般的な採用サービスなどを使用し、たくさんの求職者に対してアプローチしていくというものです。こちらについては、やはり仕事内容や働き方が特殊

なものであったからか、難度が高かったという所感があります。そのなかでもIndeedさんを始めとした採用パートナーの皆様にご協力いただいて、どうしたら求職者のニーズに応えられるかブラッシュアップを重ねてきました。

■ 200名のトレーナー採用に向けて、細かな改善を幾つも実施

—— 自社内の人材を登用していくスキームを開始したきっかけは为什么呢。

飯野 やはり、カルチャーのミスマッチを起こさないようにしたい、ということが大きかったように思います。今までのRIZAPや、他の既存事業がまず事業の軸としてある中で、新規事業である「chocoZAP」が新たに急成長を重ねていく中で、どうしてもこれまで培ってきた自社のカルチャーと食い違ってくる部分がありまして。RIZAP事業のこれまでの成長をきちんと「chocoZAP」へ接続していくには、今までRIZAPで活躍してきた社員が「chocoZAP」も成長させていく、RIZAPのカルチャーを活かしつつ共存していくことが重要だろうと。そこで、社内公募を行うことに至ったわけです。

—— なるほど。RIZAPのカルチャーをきちんと知っている方が、新たな事業づくりを担っていただくということですね。

飯野 そうです。ただ、RIZAPのトレーナーから「chocoZAP」のサービス開発などの業務へ異動していただく、やはり既存事業であるRIZAPのトレーナー層が手薄になってしまいます。そこで、RIZAPのトレーナーを新たに200名ほど採用していくという採用方針を決定し、求職者へのアプローチを実施しました。弊社のトレーナーの選考基準にトレーニング経験は不要で、人に対して全力で寄り添える気持ち（弊社では「他喜力」と呼んでいます）や、コミュニケーション能力に重点を置いた選考を行っています。トレーナーというと特殊な仕事のように感じられるかもしれませんが、意外にもターゲット層は広めなんですね。とはいえ、200名採用していくのは相当高い目標であり、ここをクリア

していくために行ったのが、徹底的な可視化です。

—— 可視化とは、具体的にどのような取り組みでしょう。

飯野 採用情報の一括管理です。選考状況の歩留まりや、採用に関わるテスト結果の可視化などを行いました。同時に、求人原稿や採用サービスのABテストを実施し、それぞれの効果の違いなどについても可視化できるようにしました。可視化をすることによって、スピーディーな現状把握ができ、PDCAを高速化できました。また、Indeed Applyの活用や、選考の段階で面談を入れるなど細かな改善を行って、なるべく応募者に寄り添った選考のフローへ変更しました。特に、Indeed ApplyはIndeed経由で応募をいただいた際に、そのまま弊社の採用基幹システムであるHARMOSに直接応募ができるようなシステムで、これを活用することで、応募時点での歩留まりが大きく改善に繋がったと思います。こういった取り組みを通じて、低コスト、かつスピーディーに200名の採用を達成しようという目標にコミットしていったわけです。



■ 細かな改善を繰り返して、採用コストは従来の3分の1にまで低減



ストラテジック部門賞

RIZAP株式会社

始動1年あまりで「会員数83万人（日本一）」「店舗数1000店舗」を超え、日本最大のフィットネスジムとなったchocoZAP事業を支える採用戦略

評価ポイント

- 1 課題の特定から解決策に至るまでの網羅的で具体的な施策の実施
- 2 Indeed Applyの活用やSNSを利用した採用戦略など、外部チャネルの効果的な活用
- 3 既存事業から新規事業への人財流動などシナジー強化によるグループの事業戦略強化
- 4 新規事業への挑戦など、次のステップを見据えた未来志向の取り組み

—— 取り組みの結果、どのような変化が現れてきたでしょうか。

飯野 大きく変わった点としては、やはり採用コスト最適化の部分だと思います。相当な大量採用を行うにあたって、そのコストは通常膨大になるものかと思いますが、以前と比較して採用コストを1/3以下にまで改善することができました。それも、ABテストなど高速でPDCAを回して、細かな改善を行うことができた結果かなと思っています。

—— コストなど定量的なものだけでなく、定性的な部分で何か変化はありましたか。

飯野 やはり採用が順調に進むようになり人員も増え、新しい方たちが入ってきてくださることで、社内の雰囲気もどんどん明るくなっているように思います。「chocoZAP」が盛り上がっていくにあたって、会社の雰囲気としても、これからどんどん頑張っていくぞというエネルギーな雰囲気が生まれてきていますね。

■ 入社だけではなく、入社後の活躍にまで目を向けた Indeedからのサポート。

—— 御社の採用活動で、Indeedが果たした役割についてお伺いさせてください。

飯野 まず入社決定数というところというと、Indeedのお力添えが非常に大きいと思っています。入社していただく

ところだけではなく、入社された後にどれだけ活躍できるか？というところまでIndeedのセールスご担当者がかかり気にかけてくださって。どうやって離職防止をしていくのかや、そのための選考基準をどう設定していくのかといったところまで、細かなサポートをいただけていると思います。

また、このようなアワードが開催されることにより、採用担当として一層モチベーションが上がります！本当にありがとうございます。

こういった点だけでも、かなりお力添えをいただけているかなと思いますが、今後も選考の可視化や採用スキーム

の作成などにご協力いただければと思っています。Indeedの日本における求人サイト総訪問数 No. 1* という強みを生かしつつ、一緒にこれからも採用活動を強化していただき、より良い人財の採用にご協力いただきたいと思います。



RIZAP 飯野様と橋本様、Indeed セールス担当者

■ 実感として得た「現状を可視化する」ということの大切さ

——今後の採用における目標や展望があれば、教えてください。

飯野 今後についても、やはり求職者から求められているもの、事業から求められているもの、それらのニーズをきちんと汲み取っていくことを大切にしていきたいですね。その中で、採用というフェーズで私たちに求められているものは何なのかを考え抜き、求められている成果、結果に対してコミットし続けたいと考えています。

——最後に、今回の採用活動を通じての学びがあれば、教えてください。

飯野 やはり、採用の現状を把握していくこと、可視化していくことの重要性に気づけたということが大きいと思っています。現状の数値分析をすることによって、現場の課題というものが見えてきます。それらを細かく解消しながら、「大量採用」であったり、「採用の歩留まり改善」といったゴールまで一直線で進んでいくことが大事なかと。現状の可視化を行っていくと課題点や改善点も多く見えてきて、もちろん大変な部分はあります。しかし、結局のところ、それが採用活動を成功させるための、一番の近道なのではないかと感じています。

——ありがとうございました。

Indeed Hiring Awards 2023 受賞企業レポート

チャレンジ部門賞 | 元気寿司株式会社

「求職者の伴走者になる」その想いが変えたのは、採用に対する全社の意識。



事業内容

元気寿司は、1968年の創業以来、50年以上にわたり日本の伝統的な食文化である寿司のレストランチェーンとして国内外で事業を展開。「元気寿司」「魚べい」「千両」の3つのブランドを運営し、国内店舗数184、海外には9の国と地域に237店舗を出店している。

採用課題

- 採用コストの増大
- 採用課だけでなく、企業の全体変革が必要
- 各採用領域（AP／中途／新卒）に複数の課題

2 023年11月30日に開催された「Indeed Future Works Japan」。そのなかのコンテンツのひとつとして、「Indeed Hiring Awards 2023」が開催されました。「Indeed Hiring Awards」は、2023年より新たに創設されたアワードとなり、採用戦略・採用施策・Indeed活用の観点から、採用に関する優れた企業の取り組みを表彰します。初開催の今回は64社の企業様よりエントリーをいただき、

厳正な審査の結果、4社の企業様がそれぞれ「グランプリ」「ストラテジック部門賞」「チャレンジ部門賞」「Indeedエクセレンス賞」を獲得されました。本記事では、独自性と新規性の高い取り組みに対して贈られる「チャレンジ部門賞」を受賞された「元気寿司株式会社」様の採用施策についてご紹介をさせていただきます。お答えいただいたのは、同社人事部長の長尾由紀子様です。

■ 第二創業期を迎えた元気寿司。採用上の課題とはなんだったのか。



インタビューにお答えいただいた人事部長の長尾由紀子様

——このたびは「チャレンジ部門賞」の受賞おめでとうございます。まずは受賞の感想から教えてください。

長尾 日にちが経つにつれ、だんだんと嬉しさが溢れてきた、というところが率直な想いです。私たちは、人事部人財開発課という複数名のチームで日々採用に取り組んでおりますので、そのチームの日々の取り組み、努力が評価されたということは非常に嬉しいですね。受賞のニュースについては社内の会議で報告をしたのですが、皆さんから「良かったね!」とか「頑張ってきたことが評価されたんだね!」とお声がけをいただけて。頑張ってきた甲斐があったと実感しているところです。

——改めまして、おめでとうございます。さて、そんな元気寿司様の人財開発課の皆様が取り組む日々の採用活動ですが、実際に現場ではどのような課題があったのでしょうか。

長尾 今、弊社は第二創業期という新しいステージを迎えている状況です。そのなかで採用力の強化は、重点戦略の一つとして中期経営計画でも掲げてきました。そんな折に、

私が採用を担当するようになったのは、ここ1年のところです。採用活動に携わるようになって、まず私が気になったのは、人材が必要な店舗と、人財開発課との間に温度差があるというところでした。私自身、入社してからずっと店舗での仕事を経験していたものですから、その温度差を敏感に感じました。

現場では、切実に人が足りなくて困っている。一方で人財開発課に来てみると人材が思うように採用できていない。例えば新卒採用に目を向けてみると、飲食業界というものがそもそも新卒採用においては第一候補に選ばれることが少ない。ではどうやって新卒学生に対して魅力づけをしていくのか?そういった取り組みが上手く回っていないというところが、まず課題であると感じました。

——なるほど。新卒以外にも、アルバイト・パート採用や中途採用があると思いますが、それぞれどのような課題がありましたか。

長尾 まずアルバイト・パート採用の領域で言いますと、現場の店長の「認識」に課題があると思いました。「募集を出せば人は来る、応募がある」という時代の認識で止まっている方たちが多い。今の採用の相場観を理解できていないところがあったと思います。ですので、現在の採用市場についての情報を共有し、一つひとつの応募を大切にすることの重要性を伝える必要があると痛切に感じました。

また、中途採用の領域においては、まず絶対数が採用できていないということが一番の課題でした。そこに関しては、とにかく多くの仲間を集めることを目標に、さまざまな施策を回していく必要がある、そういった状況だったと思います。

■「採用には全社体制で取り組む」その意識改革からスタート。

——各採用の領域に課題がある。この難しい状況を打破するため、まずどのような取り組みから始められたのでしょうか。

長尾 これは全ての採用領域において共通するところですが、まず「応募に対してスピード感を持って取り組みましょう」というところからです。応募があって、次の面接またはその後の選考プロセスに関しても、とにかく「1日でも早くレスポンスを返す」というところは、まず初めに取り組んでいったところですね。

当然レスポンスを早くしていくためには、社内の協力体制を作ることが不可欠です。今まで、「採用は人財開発課がやるもの」という認識が全社的にありました。そうではなく「全社の取り組みとして採用をやっていく」という意識改革をしていきました。

例えば「今月こういった方が入社しました」「何名入社しました」といった採用に関する情報も、発信しなければ同じ社内にもわかりません。こういった情報提供を、細かく私たちから社内に向けて行っていくことを重視しています。

また、自分自身が動くこと。店舗に赴き、店舗の責任者や統括する部長との対話を深めたことも重要だと思います。それぞれの店舗の状況を把握して、かけた費用に対し適切に人が採用できているか数字で見ながら、良いのか悪いのかを毎月一緒に検証する。問題があれば改善をしていく。こういったことを一緒に進めるなかで協力体制を築けたと思います。

——中途採用においては、人材の社内登用なども積極的に行われたそうですね。

長尾 もともと当社でアルバイト・

パートとして働かれている方たちなので、当然即戦力です。すぐに次の職位、例えば店長などを目指せる人材ですし、入社後のミスマッチも一番起きづらい。なので、そこをしっかりと強化し、アルバイト・パートから社員に引き上げられる制度やきっかけ作りを行っていきました。

また、店舗でのトレーナー経験者などを新たに人財開発課のメンバーとして迎え入れたりもしています。やはり現場との距離が近い人、店舗を熟知している人の方が、自分の経験を上手く採用活動に活かせるので、私自身の体験も踏まえて感じたものですから。

——外国籍の方を積極的に登用していく体制も整えられたと聞きました。

長尾 そうですね。外国籍の方を迎え入れるにあたって採用基準をしっかりと明文化して、ミスマッチがないように社内の体制を整えました。また、すでに多く活躍されている外国籍のアルバイト・パートの方を店長から推薦していただき、正社員への登用を進めていく。これら2軸の動きで進めていきました。



■ 昨年対比で5倍の採用人数を実現。



チャレンジ部門賞 | 元気寿司株式会社

応募した方に、「伴走者」として寄り添う採用活動を徹底！
1応募の大切さの理解から企業・求職者双方にとっての『いい未来は探せる』を実現

評価ポイント

- 1 チャレンジングな目標を立て、採用施策を経営戦略に基づき展開
- 2 異なる採用範囲に具体的で効果的な施策を展開
- 3 定量的・定性的な結果を具体化
- 4 Indeedによる勉強会を活用し、社内の意識改革を促進

—— さまざまな取り組みの結果、どのような変化が現れたのか教えてください。

長尾 まず、採用数が大きく数字として変わってきました。新卒・中途ともに入社していただける方が増えてきたということは、実数として出ております。

中途採用においては、店舗だけの採用人数になりますが、昨年の実績は10名以下でした。それに対し、今年に関しては50名を超える採用が達成できました。新卒採用についても採用人数が増え、それが如実にコスト面での変化に現れています。昨年までは1名の採用に300万円弱かかっていたところが、今期はまだ進行中の状況ではありますが、58万円ほどで着地ができそうだと予測しています。

—— 素晴らしい成果ですね。色々な施策がありますが、最も効果的だったのは何だったとお考えでしょう。

長尾 一つひとつの施策というよりも、やはり採用に対する意識の変化が最も大きかったと思います。応募者の方にとって「伴走者」になるというスタンスを、現在当社ではとても大切にしています。採用や面接といった場面になると、どうしてもそこで「選ぶ」というイメージを持つ方が

多いと思います。

でもそうではなくて、例えば応募者の方が書いてきた履歴書ひとつ取っても、もし来ていないところがあれば、一緒にここを直しましょうとか、ここはもう少しこういった説明を付け加えると更に良いですよといったアドバイスをしたり。そのくらい一人ひとりの応募者に向き合うことで、採用の成果が変わってきたように思います。「選ぶ」のではなく、一緒に伴走する。そのなかで、その方の意欲が高まって、入社までつながっていくことを目指しています。

—— それは本当に見習いたい姿勢ですね。ただ、人財開発課の方のお手間などは増えていくのではないのでしょうか。

長尾 あまり手間とは思っていないのです。入社いただいた後も、全ての人材に教育は必要で、育てていく必要がありますよね。人財開発課は、採用と教育を担当しておりますから、入社後に教育をするのであれば、それは入社前から始めてもいい、と考えておりまして。「入社前から育てていく」気持ちで接しようという姿勢を大切にしています。

■ 元気寿司は求職者の、そしてIndeedは元気寿司のための「伴走者」。



元気寿司人財開発課の皆さんとIndeedセールス担当者

—— 大きな成果を出された元気寿司様の採用活動ですが、Indeedはどのような役割を果たしてくれたでしょうか。

長尾 目標とする数値を達成するためにどうしたらいいのか、真剣になって共に考え、提案をしてくれる。一緒に会社のメンバーというわけではありませんが、本当に同じチームのなかに入ってくれている仲間、という印象を私は持っています。

現場の店長たちに向けた、より効果的に採用面接を実施するための勉強会の実施をはじめ、各求人広告効果の可視化と最適な採用予算割り当ての共同検討、さらに、今の採用市場に関する情報の提供や、こういったワードが検索ワードで上位に来ていますといった細々としたアドバイスなど、本当に都度行き届いたサポートをしてもらっていますね。まさに一緒に「伴走」してくれるパートナーかなと。

今後についても、採用の市場は日々変化をしていくので、精度の高い情報を引き続きいただけるとありがたいなと思っています。

—— ありがとうございます。最後に、今回の採用活動を通しての学びなどがあればお聞かせください。

長尾 やはり、求職者の視点に立って考えることを日々大事にしています。その視点を忘れてしまうと、どんな取り組みもずれていってしまいます。原点である求職者の立場で、何が求められているのかを考え、施策を実行していくことが大切なのではないでしょうか。

今回の採用の改革を通じて、人を採用することに、会社全体で協力体制ができたように思います。例えば面接をするときも、今までは本社一括面接でした。しかし採用数を増やそうとするなかでは、採用現場での面接も実施する必要が出てきます。そこで、店舗で面接をしてもらえますかというオーダーに対し、「やります」と言ってくれる方が非常に多くなりました。

こういった点からも、すごく社内の空気が変わってきたなど。日々、私も皆さんに助けてもらい、今回の受賞も皆さんの協力があったからこそ、ご評価いただけたのだと思います。

—— ありがとうございました。

Indeed Hiring Awards 2023 受賞企業レポート

Indeed エクセレンス部門賞 | 株式会社日本医療食研究所

率直で、客観的な、かけがえのないパートナー。
それがIndeedです



事業内容

明治13年創業のタイハイ株式会社の子会社として、経営理念の一つである「私たちは良い品・良いサービスに徹し、お客様に満足と潤いを提供します。」をもとに福祉施設・病院を主にメディカル給食事業を展開。

採用課題

- 長時間労働からくる離職・人手不足
- 採用担当者が決まっておらず採用業務のサイクルがうまく回っていない

2 023年11月30日に開催された「Indeed Future Works Japan」。そのなかのコンテンツのひとつとして、「Indeed Hiring Awards 2023」が開催されました。「Indeed Hiring Awards」は、2023年より新たに創設されたアワードとなり、採用戦略・採用施策・Indeed活用の観点から、採用に関する優れた企業の取り組みを表彰します。初開催の今回は64社の企業様よりエントリーをいただき、

厳正な審査の結果、4社の企業様がそれぞれ「グランプリ」「ストラテジック部門賞」「チャレンジ部門賞」「Indeed エクセレンス賞」を獲得されました。こちらの記事では、Indeedの活用方法が特に優れていた企業に贈られる「Indeed エクセレンス賞」を受賞された「株式会社日本医療食研究所」様の採用施策についてご紹介をさせていただきます。お答えいただいたのは、同社代表取締役社長の小宮仁様です。

■ 人手不足に起因する過重労働。社長就任の直後から、直面した課題



インタビューにお答えいただいた代表取締役社長の小宮仁様

——このたびは「Indeed エクセレンス賞」の受賞おめでとうございます。まずは受賞の感想から教えてください。

小宮 そんな賞があったんだ、という驚きがありましたね。私たちが属する給食業界というのは、人材が欠かせない資産です。その一方で、ここ数十年、ずっと人手不足と言われ続けている業界でもあります。私は2022年の6月に社長へ就任したのですが、やはり最初にかしなくてはと課題視したのが人手不足の問題でした。その大きな問題へひとつの成果を残せたことを嬉しく思っています。

——改めまして、おめでとうございます。業界全体で人手不足が課題とのことですが、具体的に御社の課題について教えていただけますか。

小宮 当社は東北から中部まで、非常に広範囲を営業エリアとしてカバーしており、あちこちで起こっている人手不足に対応していくのは、同業他社と比べても大変だと思います。結果として過重労働といった問題が発生していました。まず一番の課題は、その人手不足による労働環境の悪化、という点でした。

我々はグループで経営をしている企業ですから、グループの一員としてパフォーマンスを出していくことは非常に重要です。一方で、お客様へのサービスの質も決して低下させることはできない。そういったなかで大きな経費をかけて採用の改善に打って出る、成功するかどうか確約もないところに向かうのは、非常に勇気のいることでした。

しかし、会社として世間にしっかり認められ、良い仕事をしていくためには、まず従業員が適切な労働環境で充実した日々を送れることが大切だろう、と。特に、主な経営資源が人であるというからには、その部分をおろそかにはできない。なので、代表

に就任してからは、最優先に人材の問題を解決できるように取り組んできました。

——なるほど。給食業界で特に人手不足が深刻化していることに、何か原因はあるのでしょうか。

小宮 マクロ的に言えば、これはもう人口の減少です。日本の人口構造が逆ピラミッドみたいな形になって少子高齢化が加速し、高齢者の数が増え続けている一方で働き手は少なくなっている。その大きなミスマッチが、この先数十年の課題です。さらに、そういう状況下で我々のような「人」を経営資源とする業界は、特に人材の確保が難しくなっています。

もう一つは、給食業界における待遇の低さにも起因しています。料理が好きで、人に提供して喜んでもらう。そういった仕事に意義を感じる人たちが集まるわけですが、一方でそのリターンとなる賃金の水準が比較の上では低い。それが業界全体の問題としてあります。

これからどんどん人が貴重になる時代にあって、そこがし

っかり手当てできていないと、集まるものも集まらないだろう、と。産業構造全体の転換も必要だと思いますし、お客様も含めたマインドチェンジが大事じゃないかなと、私自身は思っています。

私が代表に就任する以前から、状況は同じような感じだったんですね。なので、社長がそう言うのもわかるけれど、なかなか好転はしないだろうといった、半分諦めに近い雰囲気支配的であったのだと思います。

■ 課題をクリアしていくために。まずは働く環境の改善からスタート

——課題解決に向けて、こういったところから手を打たれたのでしょうか。

小宮 いかにして辞めない職場を作るか。そこを、みんなで一生懸命考えようと。議論を重ねるなかで、こういった人が辞めがちなのか、ということを考えるようになりました。入社したばかりで辞める人もいるし、何年も勤めた人が辞めていく場合もありますが、こういった方の退職が発生しがちなのか？をデータで取るところを始めました。

すると、やはり入社して数ヶ月で退職する方が非常に多かったんですね。これは何を意味しているかというと、せっかく入ってきてくれた方に対して、きちっとした指導や教育ができていない。これも人手不足が原因といえばそうなんですけど、なかなか手が回らなくてですね。

入社後早い段階で、もうその人に任せざるを得ず、そのせいでついていけなかったりとか、不信感につながったりとか、そういった状況が見えてきて。それから、入社した方へどうアプローチして教育するのかといった改善をすると同時に、積極的なインタビュー、声かけなどを始めました。

——従業員の方の「生の声」を積極的に聞きに行くようになったと。

小宮 たくさんの事業所があって、その事業所で働く4人とか5人とか、場所によっては10人とかのスタッフが、毎日同じように顔を合わせて働くわけ。そのなかでは言えないこともあると思うんですね。

人間関係が悪くなったりすることを気にして、言いたいことも言えない。それがストレスになって、結果退職につながるといった事態を防止するために、専用の窓口を本社に設け、困っていることや、会社に対して言いたいことが言いや

すい環境を整えました。

——従業員の方たちの「働き方」にも手を入れたと伺いました。

小宮 そうですね。この点では、Indeedさんと共同で実施した調査や分析が役に立ちました。

例えば、各事業所の残業時間の分析によって、特に早朝などピンポイントの時間帯での人手不足がより深刻であることが分かりました。それまではフルタイム勤務を採用要件としていたところを、人員不足の時間帯は短時間のシフト勤務でも採用をする、という形に変更しました。それによって、「短い時間で働いてくれる人をいかに確保するか？」ということが非常に重要となりました。働ける可能性を幅広くしていくため、仕事の内容を切り分けてシンプルにしたりといった取り組みも行いました。あとは、複数の事業所にまたがって勤務する方を優遇したり。

また、給与自体の見直しも積極的に実施しましたね。見直



しにあたっては、まず全事業所の給与と市場の給与水準の比較調査をIndeedさんと協力して行いました。その調査結果を元に、異業種も含め、当社がその比較の上で高い水準になるよう調整していったわけです。

もちろん、これはコストが上がることです。ただ、やはり一番のコストは、入社してすぐ辞めて、その穴を埋めるために

また工数をかけること。これは何も金銭だけの問題ではなく、そこにかかる労力や負荷、ストレスなど、定量的なものだけでなく、定性的な課題にもつながっていきます。であれば、いま活躍してくれている方たちの給与を見直して、定着率を上げる。その方が絶対に効率が良いのではないかと思います。

■ 採用の成果にも、社内の雰囲気にも、大きな変化が生まれた

——課題解決に向けた取り組みを進めるなかで、どのような変化が現れましたか。

小宮 まず、分かりやすく応募者が増えたことが挙げられます。さまざまな取り組みを開始したのは2023年の2月からでしたが、急に応募の人数が増えたなという実感がありました。

もちろん月によって違いはありますが、それぞれの月の応募傾向などについて、Indeedさんに相談しながら、私自身も関わって進めることができました。わかりやすく成果が上がっていることを既存の従業員たちも感じて、社内の雰囲気も良くなっていったように思います。

人が増えていくと、残業もどんどん減っていく。その数値目標もIndeedさんと共有して、何も隠さず、こういう水準まで持っていきたいんだということを社内でも常々発信しながら、さらに成果を上げていく。そうすると、最初に言ったような、社内の諦めムードが劇的に変わっていききました。そういった雰囲気を感じることで、より取り組みが積極的になる好循環が生まれたと思います。

——素晴らしい変化ですね。

小宮 ただ、この問題は始まりがあって終わりがあるようなものではなくて。いつも向き合うものだと思います。Indeedさんに協力をしてもらって「人事戦略マニュアル」を作成し、採用活動に取り組んできたのですが、マニュアルを作っても、それは絶対不変のものではありません。そのときの状況や環境によって柔軟に変えていかなければならないでしょうし、今年成功したことが来年同じように通用するかというと、決してそうではありません。なので、引き続きIndeedさんを始め、外部の方々からアドバイスや知恵をいただきながら、取り組んでいきたいですね。



■ Indeed ならではの情報や分析力が、採用活動を強力にバックアップした



Indeed エクセレンス賞

株式会社日本医療食研究所

採用を変える、採用で変える。
CS協業を通じた長時間労働体質変革への挑戦！

評価ポイント

- 1 トップアプローチによる課題の深堀りによって、採用上の問題点を明確化
- 2 Indeedと「人事戦略マニュアル」を作成。会社の採用体質や考え方を抜本的に変革
- 3 採用コストの削減や残業時間の大幅な削減など経済的成果の達成
- 4 企業としての社会的責任を果たそうとする姿勢

—— 御社の採用に関して、Indeedが果たした役割を教えてください。

小宮 先述した、給与水準を上げるといった取り組みなどは、自社の努力でやるべきことです。一方で、そこから先、例えばどういった求人広告を打つのかや、応募者に対して何を訴求していくのかといったことについては、やはり我々は素人なので、プロと相談するのが一番だろうと。かなり積極的にIndeedさんに取り組みいただいて、非常に良い話し合いができたと思っています。おかげで、素早くさまざまな対策を打つことができました。

例えば、求人原稿については、より具体的に仕事内容や待遇を記載するようにしたことで、求職者が業務と働き方に対する理解をしっかりと深めた上で応募してくれるようになり、入社後の認識のギャップを軽減させることができました。

また、新しく入社した方への接し方だったりとか、さまざまなノウハウをまとめた「人事戦略マニュアル」の作成も大きなポイントだったと思います。当社はグループでの展開をしていますが、やる仕事自体はどの会社もほぼ同じなので、それぞれの会社の特徴や良いところをみんなで出し合っ

て、それで一つのマニュアルを作り上げていきました。グループ全体で共有し、使っていくものですね。その作成にあたり、どういうものであるべきかIndeedさんに相談して、大きな協力をいただけたと思っています。

—— 良いパートナーシップを築けているそうですね。

小宮 ここまで一緒にやらせてもらっていて、想像してた以上にIndeedさんの熱意がすごいですね。こんなに泥臭く、本当に細かいところまでお付き合いいただけるのは、最初は思っていなかったんですよ。

当社の問題点や課題がどこにあるのかっていうことを、場合によっては、当社のメンバー以上に深く分析をしてくれ、解決策を提示してくれたことへ非常に感謝していますし、心強いなと感じています。

待遇の面だったり、労働環境を良くしていく部分については、我々だけで見ても、どうしても近視眼的になってしまうというか。客観的な視点がこういった問題の解決には非常に重要だと思うんです。その部分をIndeedさんには切り込んで、課題解決の提案を積極的にいただければと思

います。

—— Indeed ならではの提案とはどういったものでしょうか。

小宮 例えば、どの事業所の誰がというところまで落とし込んで、その方が、どれぐらい過重労働になっているのか。その人はどういう役割を持ち、社員なのかパートなのか、調理師なのか調理補助なのか。そういったところまで非常に

細かく分析してくれるため、その対策を個別に検討できる。この分析力は、Indeed さんならではのと思います。

本来であれば我々自身がやるべきことですが、なかなかそこまで手が回らなかったり、気づかなかったりといったところをサポートしていただけてます。また、今の採用のトレンドがどうなっているのかといった情報は、やっぱり Indeed さんに勝るものはないと思いますね。

■ 耳が痛いことも言ってくれる。そんなパートナーとの出会いが大切

—— 今回の採用活動を通じて、得られた学びなどがあれば教えてください。

小宮 人手不足、その会社に人が集まらないということには、必ず原因があるんですね。そして、その原因はもしかしたら、会社にとって非常に都合の悪いものかもしれない。だから目を背けたくなくて、結果それを放置してしまい問題が拡大してしまう。

そこに対して、会社の本当に深いところまで切り込んでもらって、経営者の私に対しても何も遠慮せず正しいと思われる選択を提示してくれる。こういった重要なパートナー、相互協力者というかアドバイザーのような存在を、積極的に活用することが大切だと思います。

あと、これはたまたまかもしれませんが、同じ Indeed さんの担当者さんとずっと一緒にやってこれたということは大きかったと思います。関係性を続けていけばいくほど、お互いの理解も深まり、担当者の方も当社へに愛着を持ってくれ、私と同じぐらい解決に対して熱意を持って取り組んでくれたことが大きかったかなと。そういった出会いそのものが、もしかしたら一番の成果だったかもしれません。

—— 最後に、今後の目標などがあれば教えてください。

小宮 我々のような労働集約的な仕事の場合、従業員の働きがいといったものが、商品のクオリティに直結します。なので、やはり従業員がどんな感じで仕事をしているか気になりますし、もしハッピーな状態でないなら、まず最優先に解決すべきはそこですね。

仕事なので、やはり良いことばかりじゃないです。しんどいことの方が大半だと、それはどんな仕事でもそうだと思います。いつも最高の状態でいるというのは、仕事でも人生でもそうはいかないし、挫折や失敗もあります。

ただそういうことも含めて、その会社で経験をして、仮に挫折や失敗があったとしても、一緒に共有し解決していこうとしてくれる。そういう会社であれば、従業員の人も安心して仕事ができるでしょうし、積極的に新しいことや、やりたいことへチャレンジしていけます。

そういった繰り返しで、従業員の定着や働きがい、より良い人生につながっていくのではないのでしょうか。これからも、そんな場所でありたいと思いますね。

—— ありがとうございました。



日本医療食研究所 採用担当の榎原隆夫様と Indeed セールス担当者

アワード受賞式アフタートーク

Indeed Hiring Awards 2023 授賞式後、審査員によるアフタートークが行われました。

この章ではその様子をお届けします。

各社の評価ポイントをもとに「取り組みの中で特に評価すべき部分や印象に残っている点」やアワードの総括と今後の展望について語っていただきました。



登壇

- ・株式会社サイバーエージェント 常務執行役員 CHO 曾山 哲人氏
- ・株式会社ビジネスリサーチラボ 代表取締役 伊達 洋駆氏
- ・Indeed Japan 株式会社 代表取締役／ゼネラルマネジャー 大八木 紘之
- ・Indeed Japan 株式会社 クライアントサクセス部門 本部長／シニアディレクター 渡邊 威

■ ストラテジック部門 | RIZAP 株式会社

曾山 RIZAP さまが展開する「chocoZAP」の急拡大は私も注目していましたが、その裏側の採用戦略の緻密さに驚きました。

施策のポイントは、目標から逆算をすることと、数字でボトルネックを見つけて改善すること。この2つが徹底されていた点です。ABテストやフォーム導線の改修など、比較的大きな決断を伴うトライアルを繰り返している印象がありますが、これは目標の逆算・ボトルネックの把握ができていたからこそだと思います。そうでないと手元の数字に惑わされてしまう。その中で、やはり最終目標を起点に施策を考えることができたのは、素晴らしい運用力だったと思います。

■ チャレンジ部門 | 元気寿司株式会社

伊達 元気寿司さまは、採用に関する勉強会を社内で実施されていたという点が印象に残りました。他の会社の皆様にも参考になりますし、ぜひ真似していただきたいです。

採用に対する温度感って、どうしても社員間でばらつきが生まれますよね。採用の重要性や方法をきちんと共有し、意識改革を行っていくという点が素晴らしいと改めて感じました。

もう一つ、アルバイト・パート採用、新卒採用、中途採用と、採用形態ごとに求職者の理解をすすめ、それぞれにあった採用施策を行っている点が非常に印象的でした。

■ Indeed エクセレンス賞 | 株式会社日本医療食研究所

渡邊 日本医療食研究所さまの施策については、経営層と現場の採用担当の連携がポイントだったと感じています。経営層が採用課題を認識し、改善に向けてリードする。そして、現場で採用に携わる方が採用の定義の見直しから行い、採用・定着につなげていく。その経営層のリードと現場の姿勢がうまく連携されたことが最高の「エクセレンス」だったなと思います。

■ グランプリ | 株式会社物語コーポレーション

大八木 物語コーポレーションさまは施策の大目標としてダイバーシティ＆インクルージョンを掲げており、シニア層の方と外国籍の方の採用に力をいれています。この目標自体が、すばらしいと思いました。

また、具体的な打ち手を考えていくときに、本当に詳細まで検討を重ねたことが見受けられる施策でした。例えば、深夜勤務を募集する際、正直に「求職者が求めていることが分からない」というスタートラインに立つこと。そのうえで、求職者のニーズを知るためにアンケート調査を行った点や、外国人留学生には働きながら日本語を学べる環境を用意するなど、求職者のことを深く理解し、それを施策に落とし込んだ点が課題の解決に繋がったと思います。

採用に携わる方が勇気をもらえるような実績だったのではないかと思います。

アワードを振り返っての総括、今後の採用の展望

大八木 それでは、今年のアワードの感想と、これからの採用活動において、何かアドバイスがあればお願い致します。

曾山 今回審査をさせていただいて、どの企業の皆様も取り組みが本当に素晴らしく、とても悩んだというのが正直なところですよ。

また、改めて「採用は経営に直結する」ということを痛感しました。人事の皆様には、今携わっている採用活動は、経営戦略のどの部分に繋がっているだろうかということを考えていただくと採用効果も上がると思います。経営戦略から考えていただくことで、採用戦略の意味や数字の重要性が見えてきます。全体が見えてくるとなると、施策全体のボトルネックにも気づきやすくなります。

大八木 確かに、経営課題に直結することが分かると、社内のバックアップも受けやすくなると思います。

伊達 私も本当に素晴らしい事例ばかりだと感じました。審査をさせていただきながら、こちらまで元気をいただいたという気持ちがあります。

エントリー企業様を見る中で、各社の共通項として突飛な

特効薬的なものがあるわけでは無いと思いました。当たり前前のことを徹底してやり抜くこと。これが採用を成功させるうえで最も大事なことであり、審査を通じて感じました。

大八木 「当たり前前」のことをきちんとやる」というのはとても難しいことではありますが、やはりその先にインパクトがあるということを感じました。

渡邊 今回審査に関わらせていただいて、学びになることしかなかったというのが率直な感想です。

特に、どの企業の施策にも「どうすれば求職者の方がハッピーになれるのか」という観点が含まれていたことが非常に刺激的でした。この先も、また違う形で「採用戦略×Indeed活用」というものを顧客の皆様から見せてもらえるんだなと思うと、非常にワクワクします。

大八木 今回、採用に携わるみなさまに光を当てる取り組みとしてアワードを実施しましたが、皆様の取り組みを知ることができて本当によかったと思っています。この度は本当にありがとうございました。

