

Indeed Hiring Awards 2025

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 2025 で優れた採用施策が評価された5社へのインタビューを元に、各社の事例をご紹介します。

● Indeed Hiring Awardsとは

Indeed Hiring Awards（インディードハイアリングアワード）は、企業の先鋭的な採用活動を紹介・賞賛するための取り組みです。

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、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ける「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（2社）

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	株式会社ニチイ学館	P4
介護採用は「選ばれる選考」へ。ニチイ学館が変えた求職者体験と現場文化		
ストラテジック部門賞	株式会社一蘭	P9
一蘭の未来を左右する、1000名以上の大量採用。成否を賭けた大胆な変革とは		
チャレンジ部門賞	創生会グループ	P13
新たなターゲット開拓で見た、介護業界の活路		
チャレンジ部門賞	グリーン警備保障株式会社	P17
業界の常識を覆す「面接なし即内定」で、警備業界に新風を		
Indeedエクセレンス賞	株式会社FOOD & LIFE COMPANIES	P21
「仕事の縁」をムダにしない。アルムナイ採用が拓いた、慢性的人材不足からの脱却		

グランプリ受賞

株式会社ニチイ学館

介護採用は「選ばれる選考」へ。 ニチイ学館が変えた求職者体験と現場文化



「グランプリ」を受賞した「株式会社ニチイ学館」様は、
どのような背景から採用活動を「文化づくり」へと再定義し、
在籍数の改善を実現したのでしょうか。

人財開発事業本部 ディレクター 松本裕美子氏と、シニアエキスパート 千石友明氏に伺いました。

株式会社ニチイ学館 プロフィール

● 1968年創業。医療関連事業・介護事業・保育事業を中心に、社会生活になくてはならないサービスを全国で展開。企業理念「社業の発展を通して豊かな人間生活の向上に貢献する」のもと、介護サービスでは「自分らしい暮らし」の実現を支援。全国各地に拠点を持ち、訪問介護からグループホーム、有料老人ホームまで幅広いサービスを提供している。

■ 採用活動を「文化づくり」へ。理念を実現するための戦略的転換



人財開発事業部 シニアエキスパート 千石友明様

— このたびは「グランプリ」受賞おめでとうございます。まずは率直なお気持ちからお聞かせください。

千石 このような素敵な賞をいただき、大変ありがたく思っております。ただ、採用がとても円滑に進んでいるわけではなく、道半ばの状況ですので大変恐縮ではありますが、拠点の採用実務担当者や本社の採用担当者の取り組みが評価されたことがとても嬉しく思っております。

松本 第一報を聞いた時は本当に驚きました。授賞式当日は私は現場に行けなかったのですが、オフィスでみんなとウェブで様子を見ていて、ちょっと騒ぎになるくらい盛り上がり（笑）。今、机の上にトロフィーを置いているのですが、通りかかる人みんなに声をかけてもらっています。

今回の受賞で、やってきたことが間違っていなかったんだと実感できましたし、社内のモチベーションアップにもつながりました。喜ばしい受賞で、本当にありがとうございます。

— 御社の事業内容について、改めてご紹介いただけますか。

松本 ニチイ学館は1968年の創業以来、医療・介護・保育

を中心に、社会に不可欠なサービスを全国で展開してきました。企業理念は「社業の発展を通して豊かな人間生活の向上に貢献する」。介護を通して、ご利用者さまが自分らしく暮らせる環境を整えることこそが、私たちの提供する介護サービスの本質だと考えています。

この理念を実現していく上で、サービスを継続していくことが大前提となりますので、人の採用が事業を続けていく上で最も重要な課題だと捉えています。

— 採用活動を開始された当初、御社にはどのような課題があったのでしょうか。

千石 喫緊の課題は、新規採用数を退職者数が上回ってしまい、在籍職員数が年々減少していることです。これは事業継続の根幹に関わる状況でした。

背景には「4つの壁」が存在していました。1つ目は業界の壁。介護業界全体に深く根付く「低賃金」「重労働」といったネガティブなイメージです。2つ目はリファラル採用の壁。社員紹介が個人依存になっており、組織的な取り組みになっていませんでした。3つ目は採用プロセスの壁。選考自体が「選ぶ選考」となっており、「選ばれる選考」への転換が必要でした。そして4つ目が社会的な壁。日本の介護職員総数が調査開始以来、初めて減少に転じたという厳しい現実です。

— 厳しい状況下での採用ということですが、人材確保に向けてどのような戦略を立てられたのでしょうか。

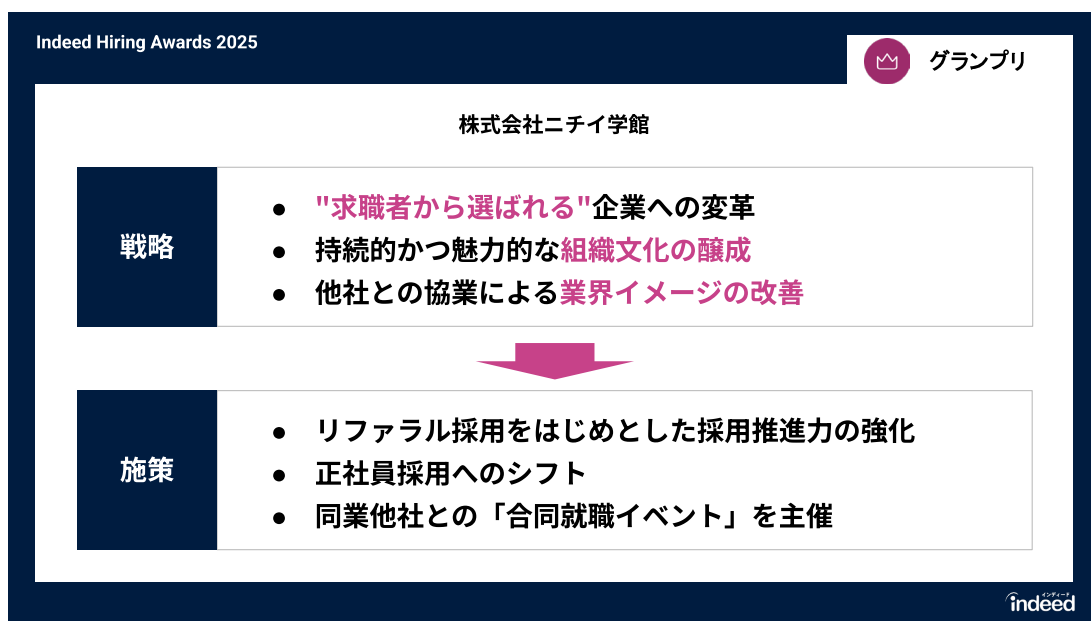
松本 介護サービスを持続していくために一番必要なのは、介護を支えるスタッフです。今回の採用活動で私たちが目指したのは、単なる人集めではありません。理念を実現するための文化づくり、そして意識改革まで含めた取り組

みへと捉え直しました。

千石 課題を乗り越えるため、今いる従業員の働きやすさと働きがい高め、さらに仲間を増やす「組織魅力の創造」、そして業界全体の底上げを目指す「業界共創」に注力しました。また従来は、安定的なサービス提供のため、

コストコントロールの観点からパート・アルバイト採用が優先されがちでした。しかし、介護職の魅力高め、定着率を向上させるには、雇用の安定が不可欠だと判断し、経営方針として「正社員採用の強化」を明確に打ち出しました。

ニチイ学館の取り組み



■ Indeed 連携による求職者体験の改善と、業界初の挑戦「合同マッチングフェア」

—— 具体的には、どのような施策を実施されたのでしょうか。

千石 求職者にどれだけ良い体験をしていただくかを重視し、選考プロセス全体の改善に取り組みました。選考中にしっかりと魅力づけをして、「ニチイ学館に来てみたい」と思ってもらえることを意識して施策を実施してきました。

具体的には、全国6つの支社で採用研修を実施し、求職者から選ばれる企業を目指しました。面接を「可否を伝える場」から「魅力的な体験を提供する場」へと変革し、求職者から選ばれる企業を目指すことが目標です。

研修では、参加者である従業員一人ひとりに「研修に来てくれてありがとう」という感謝カードを配り、感謝を伝えることの大切さをまず実感してもらいました。そして、求職者には、「来ていただいて、ありがとうございます」というウェルカムボードを用意するなど、具体的な求職者ファーストの施策を実践形式で学んでもらいました。

この取り組みにより、求職者に「ニチイ学館は温かい会社なんだ」と感じていただけただけでなく、現場では面接の第一印象が改善し、雰囲気や和やかになったという声も上がっています。こうした結果、採用までのリードタイムを約10

%短縮することができました。

——「リファラル採用」についても教えてください。

千石 採用というと、これから新たに従業員になっていただく方にフォーカスを当てがちですが、リファラル採用は、今いる従業員の働きやすさと働きがいを高め、友人を紹介したくなる職場づくりを目指す施策です。

リファラル採用が個人の善意に頼りがちになるのを避け、組織として職場環境改善に注力しました。そこで、「紹介人数」ではなく「取り組み内容」を評価する方針へ転換しました。チーム単位で制度を評価する仕組みを導入した結果、各拠点でスタッフ紹介ボードや従業員エピソード集を作成したりと、前向きな会話やアイデアが自然と生まれるようになったのです。

さらに、紹介してくれた従業員一人ひとりへ社長が直筆でメッセージカードを書くなど、トップ自らが姿勢を示すことで、「ありがとうを伝える文化」が全社に広がっていきましました。今では、応募者や入社者への「サンクスカード」もマニュアルではなく、現場の心からの行動として自然に生まれています。

——競合他社との協業で新たに開催された「合同マッチングフェア」について詳しくお聞かせください。

松本 2040年には約272万人の介護職員が必要とされており、将来的には約50万人が不足すると言われています。



こうした2040年問題を踏まえて、私たち単体だけの採用活動には限界があると考えました。

そこで、業界のリーディングカンパニーとして介護業界全体に貢献していこうと、複数の大手介護事業者にお声をかけていただき、「介護のお仕事マッチングフェア」を開催しました。競合6社が参加し、自社を含めた7社による合同開催となりました。競合同士が手を取り合うという、介護業界ではこれまでになかった試みです。

本当に初めての取り組みでしたが、ご参加いただいた各企業様には非常にご満足いただき、実際に採用につながったという嬉しいお声もいただきました。潜在的に介護の仕事に関心を持つ方々を、業界として一緒に受け入れていくという取り組みは、社会への強い意志と覚悟を示すメッセージになったと感じています。今後も、同じような取り組みを全国で広げていきたいと考えています。

■ リファラル期間前年比200%を実現し、定着率も改善

——様々な施策を通じて、どのような実績が生まれたのでしょうか。

千石 まず、年間退職者数が前年比87%にまで減少し、長年の課題であった人員減少に歯止めをかけることができました。これにより、介護職員在籍数は長らく続いた減少

傾向から脱却し、前年比101%とついにプラスに転じました。これはまさに、組織が再び成長へと向かうV字回復の兆しと言える結果です。重点施策である正社員採用も143%、リファラル採用も200%と大幅な伸びを見せており、反転への確かな手応えを感じています。それ以上に大きかったのは、組織文化の変化です。ウェル

カムボードやリファラルへの取り組みを通じて、現場同士での意見交換が活発になり、様々な施策が展開されるようになったと思っています。

——こうした取り組みを通じて、Indeedとの連携についてはいかがでしたか。

千石 採用プロセス全体を可視化し、応募から面接までの歩留まりを丁寧に数値化しました。特に、応募状況を拠点別・職種別に分解し、「この拠点が弱い」「この職種に課題がある」といった改善ポイントが具体的に明らかになりました。全国展開する当社では、このようにピンポイントで課題を提示することで、現場が「これは自分たちの課題だ」と納得感を持って改善に取り組めるようになりました。

Indeed担当者とは、月1回の定例に加え、細かな点は2日に1回ほどの頻度で密に連携しました。こうした分析に基づく継続的な改善により、Indeed経由の正社員採用比率が7%アップしました。

——最後に、今後の展望についてお聞かせください。

千石 介護業界の魅力をしっかりと発信していくことが

重要だと思っています。リファラル採用を通じてしっかりと、今活躍してくださっている従業員にフォーカスを当て、働きやすく働きがいのある職場づくりをすることで、採用活動を強化していきたいと考えています。

松本 今回の取り組みを通じて実感したのは、「良い職場づくりが、最高の採用活動である」ということです。私たちの挑戦は、単なる採用手法の改善にとどまりません。やはり、介護の仕事の社会的価値をどんどん高めていくような活動をしていきたい。介護の魅力をどんどん発信していきたいと考えています。

Indeedには、応募数の大部分を占めていただいております。引き続き期待をしているところです。また、Indeedのテクノロジーでの貢献も非常に大きいと思っています。私自身、介護現場のDX推進に向けて「GENBA SMILE Lab」を立ち上げ、見守りセンサーや移乗支援機器など、現場で使うテクノロジーの有効性を検証しています。こうした新しい領域でもIndeedと連携しながら、介護という仕事の未来をともに創っていきたいと考えています。

——ありがとうございました。



人財開発事業本部 ディレクター 松本裕美子様

ストラテジック部門賞

株式会社一蘭

一蘭の未来を左右する、1000名以上の大量採用。 成否を賭けた大胆な変革とは



「ストラテジック部門賞」を受賞された「株式会社一蘭」様の取り組みについて伺います。

「天然とんこつラーメン」の専門店として高い知名度を持つ同社ですが、
前代未聞の採用数が必要という状況を、どのような戦略で乗り越えたのでしょうか。
人材開発部門マネージャーの宮里亮様にお話を伺いました。

株式会社一蘭 プロフィール

● 福岡市博多区に本社を置く「天然とんこつラーメン専門店」。1993年の設立以来、とんこつ一筋に味を追求し続け、「味集中カウンター」や自分好みにラーメンをカスタマイズできる「オーダー用紙」などに代表される独自のサービスを次々に開発し、誰もが一杯のラーメンを集中して味わえる体験を提供。現在、国内外に90店舗以上を展開する。

■ 前代未聞の採用数1000名の壁。 これまでの「当たり前」を根本から変える戦略が必要に



飲食事業部/人材開発部門/店舗スタッフ採用・雇用対策 マネージャー 宮里亮様

——最近では、インバウンド需要の影響もあって、お客様が急増しているそうですね。

宮里 そうです。まさに今回の採用活動の背景にもなりますが、既存店の好調な業績と、新たな店舗数の増大に合わせるように、月間800～1000名の採用が必要という状況が発生していました。これまでは店舗の店長などが現場の人材採用の対応を行なっていましたが、兼務となるとどうしても店舗運営が優先となるため、応募の取りこぼしが発生するなど、思うように進まない状態が続いていました。

——このたびは「ストラテジック部門賞」受賞おめでとうございます。

宮里 ありがとうございます。広報をはじめ、社内の各部署から祝福の言葉をいただいて、本当に嬉しかったのと同時に、今後もより大きな壁を越えていく責任感もひしひしと感じているところです(笑)。

——「一蘭」といえば、街なかやカップラーメンなどでもよく見かける、お馴染みのお店ですが、改めて会社のことを教えてくださいいただけますか。

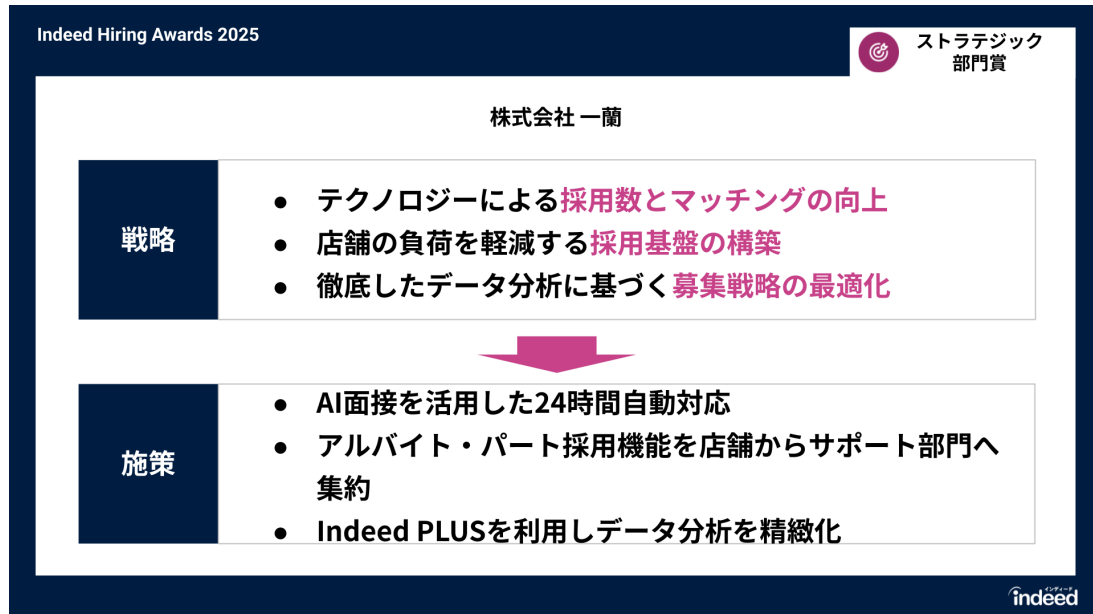
宮里 一蘭は1993年の設立から「天然とんこつラーメン」の専門店として、ひたすら味とお客様体験の向上に取り組んでいる企業です。お客様が一杯のラーメンに集中できるようにと開発された「味集中カウンター」や、味の濃さや脂の量などを自分好みにカスタマイズできる「オーダー用紙」など、他のラーメン店の一歩先を行くサービスの提供をしてきたという自負がありますね。

また、一蘭は会社の風土として、仕事の能力よりも個人の良心を最重要視するということがありまして。一蘭で働く方はこの考えを理解し、一蘭で働くことを通じて社会全体に貢献できるような人材になって欲しい、という育成方針を掲げています。ただ人手が充足すれば良いということではなく、当社の理念に共感してくれる方でないと採用できないということも、思うように採用が進まない原因のひとつでした。

——募集の数だけではなく、質も問われるということですね。

宮里 人を集める、ということが最優先の課題でありつつ、同時に質の部分も考えないといけない。さらに800～1000名の採用となると採用コストもかかってきますから、その部分をいかに最適化していくか、ということも課題になっていました。

株式会社一蘭の取り組み



■ Indeedとの二人三脚で実現した、データドリブンな新しい採用の手法

— まず、どこから手をつけていったのか教えていただけますか？

宮里 まず現場において、店長でないとできない仕事、そうでない仕事というものをきちんと洗い出すことから始めました。その上で、店長が採用活動になかなか時間を割けないという状況を考えたとき、まずこの業務については本部のサポート部門に集約して良いのでは、ということが分かってきたんです。

そこで採用を担う専門チームを本部で立ち上げることになりました。そこからは、採用活動の中身について一つひとつ改善を進めていったような形です。例えば応募者の面接も、これまでは店舗に来てもらっていたところをオンライン面接に切り替え、双方の手間を無くせるようにしました。ただ、オンライン面接でも当日に都合がつかなくなって面接に来ていただけない、そのままフェードアウトといったケースは散見されて。そこで導入したのが、24時間365日対応可能なAIによる面接でした。

— たしかに手間は削減できそうです。しかし、AIだと「質」の部分の見極めなどが難しそうですが。

宮里 AI面接で設定する質問によって、その方の持つ資質をある程度測れるような仕組みになっていまして、そこで当社の企業文化に対する理解度や共感度を見ることができるようになっています。例えば「他の人への感謝の気持ち」や「人を手助けした経験」といった内容についてお伺いすることで、事前にミスマッチを防げるようにしています。

あとは、これまで時給の設定なども店舗ごとに行っていたのですが、ここも近隣の競合企業などと比較して採用チーム側で設定するようになりました。その効果の変化についても定点観測をしてそのデータを積み上げ、しっかり競争できる時給価格の設定が行えるようにしていったり、採用業務を一箇所に集約したからこそ、できる動きが増えていきました。

— データドリブンなやり方に進化していったようなイメージ

一ジですね。

宮里 はい。ここはIndeedの伴走体制も非常に大きくて、感謝しているところです。まずそれぞれの店舗の現状を徹底的に見える化し、店舗ごとに採用の「緊急度」をランクづけする、それに応じIndeed PLUS※の予算配分をしていくといった体制を一緒に作っていただいたと思っています。

こういったデータベースを活用し、例えばこの店舗では何

人が働き、何人がこの先で退職予定なのか。さらに過去の採用実績から考えてこの店舗でこれだけの人数の採用は難しいのでは？といった分析が精緻にできるようになったことは非常に大きかったです。店舗ごとの採用の緊急度や難易度、それらをもとに原稿をカスタマイズし「ある時間に絞った働き方」や「全時間帯の働き方」など分けて訴求をする。そういった個別最適化の動きが、採用成果に繋がっていったのだと感じていますね。

■ 採用の先の「定着」へ。これからも一蘭の挑戦は続いていく

——具体的な成果としてはどのようなものでしょうか。

宮里 採用専門チームを発足させてからの成果としては、発足前と比較すると応募数にすると約160% UPという結果に結びついています。月間でいくと最大で約5000件程度の応募数を獲得できる月もあるなど、これまでとは比較にならないほど大きな反応を得られるようになってきました。また、店舗ごとの採用緊急度の違いに合わせて予算配分を行なっていくという運用のおかげで、採用単価についても約40%程度、金額にすると数千万円単位での削減に成功しました。

専門チームの立ち上げ、さらにAIなどテクノロジー活用による工数削減とチームの動きの最適化、さらにIndeed PLUSによる求人広告戦略と同時に動かしていった結果、高い成果を残すことができ、非常に嬉しく思っています。

——今後の展望についてお聞かせください。

宮里 現場の店長たちからも、採用業務を本部が担当してくれるようになったおかげで、店舗におけるスタッフの育成や、お客様対応にこれまで以上に向き合えるようになったといった声をいただいています。安定的に人員の採用ができるようになったからには、せっかく入社いただいた方に少しでも長く働いていただくため、現場とも協力しながら、

現在進行形で様々な改善に取り組んでいくつもりです。

Indeedの営業担当の方には、正直色々な注文ばかりしていて恐縮なのですが(笑)、しっかり寄り添っていただいて、かつ常に最善の方法と一緒に考えてくださって感謝しています。まだまだ採用活動の最適化の途中という認識ですので、これからも伴走していただければ幸いです。

——ありがとうございました。

※Indeed PLUS利用の際には、Indeedの利用規約、掲載基準、使用制限が適用されます。



チャレンジ部門賞

創生会グループ

新たなターゲット開拓で見た、 介護業界の活路



「チャレンジ部門賞」を受賞された「創生会グループ」様の取り組みについて伺います。

介護という採用難のイメージが強い業界において、

同社はいかに課題を乗り越えたのでしょうか。

首都圏事業部 採用担当の鈴木久仁計様にお話を伺いました。

創生会グループプロフィール

● 1973年の設立以来、介護事業を中核としながら、医療、給食、人材紹介、薬局、障がい者福祉、建築、不動産など医療・福祉分野の事業を首都圏エリアを中心として展開。有料老人ホームやデイサービスなどの事業を軸に、少子高齢化が加速する地域社会へ貢献することを目指す介護グループのパイオニア企業である。

■ 圧倒的に人材の流動性が高い業界。 人材の採用と定着、その両面にわたる課題が目の前にそびえていた



首都圏事業部 採用担当 鈴木久仁計様

——このたびは「チャレンジ部門賞」受賞おめでとうございます。まずは率直なご感想をお聞かせください。

鈴木 まず「本当に受賞できた！」という気持ちです。実は、昨年のIndeed Hiring Awardsの様子も拝見しておりまして、受賞された企業さんの取り組みを見て、「来年はウチもエントリーしよう」と密かに闘志を燃やしていたものですか（笑）。

——それで見事に受賞されて、嬉しさもひとしおですね。

鈴木 はい。役員をはじめ社内の方たちからも「凄いね！」とお褒めの言葉をいただけて、本当に取り組んできて良かったという気持ちです。

——それでは、まず御社の事業内容について簡単に教えてください。

鈴木 創生会は1973年に福岡で設立され、そこから介護事業を中心に展開してきました。医療、薬局、給食、人材など介護を中心に周辺領域にまたがるさまざまなサービスをご提供できるよう規模拡大を図っており、現在は全国で550箇所以上の施設運営を手掛けています。現在は要

介護の方たちだけでなく、いわゆるフレイル（健康と要介護の中間状態）と分類される方たちに向けたサービスや、シルバー向け職業紹介事業など、この先介護が必要とされるかもしれない層に向けたビジネス展開にも注力しています。

——介護業界というと、やはり採用難のイメージがあります。実際のところ、どうなのでしょう。

鈴木 人材不足という部分に関してはその通りです。そもそも求人倍率が非常に上がっている売り手市場で、採用上の競合もあまた存在し、サービス業や飲食業といった他業界とも人材を取り合う状況です。さらに、

介護というと肉体的な疲労が発生する仕事で、ご高齢の方とのコミュニケーションも難しそう…など仕事そのものへのネガティブイメージもあります。せっかく入社しても、ギャップから早期退職するケースも発生しており、人材の流動性は非常に高い業界です。

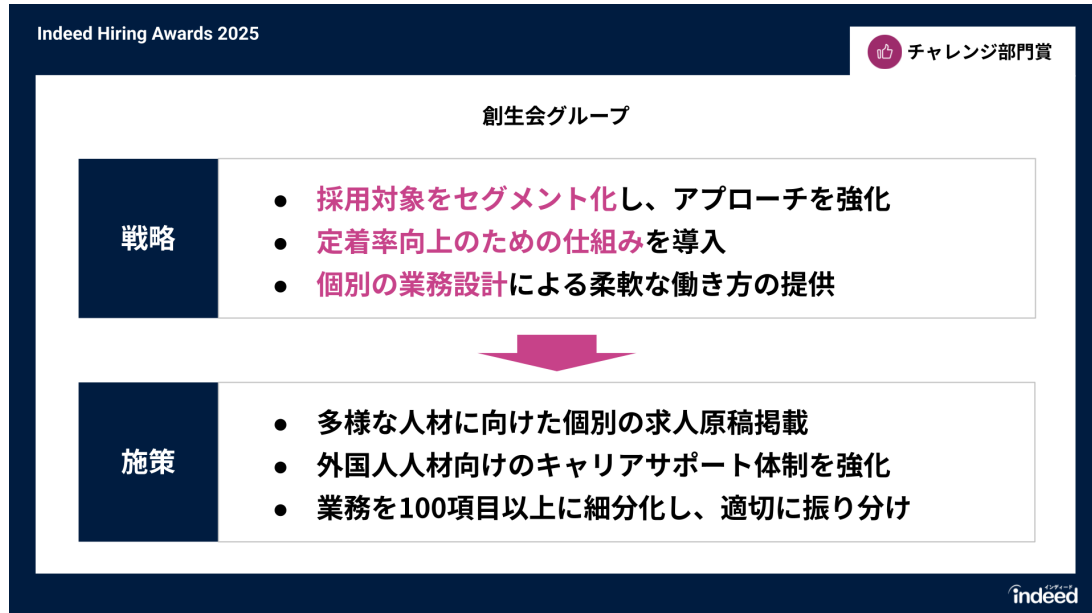
当社においてもそういった状況は変わらず、特に人材の定着に関しては大きな課題感を持っていて、早急に解決の方策を立てていく必要が出ていました。

——まず、どこから手をつけることにしたのでしょうか。

鈴木 一言でいうと、ターゲット人材の見直しです。それまでは、いわゆる現役世代の若手人材をメインターゲットとして求人活動を行なっていました。しかし、ここは同業をはじめ他業界でも喉から手が出るほど欲しい層。当然獲得競争は激しく、分が悪い。であれば、別のターゲット層を開拓していくのが近道だと考えたのです。

実際当社の現場を見ても、60代で若手にも引けを取らない活躍をされている方たちはたくさんいらっしゃいます。こういったシニア層などを新たな戦力として獲得していこう、と大きく舵を切ることにしたのです。

創生会の取り組み



■ ターゲットを変える。 そして、ターゲットに適した新しい働き方も創出していく

——他には、どういった層を新たにターゲティングしていったのでしょうか。

鈴木 シニア層をはじめ、短時間勤務を探している主婦・主夫の方たち、そして海外から働きに来ている方たち。こういった方たちをセグメント化し、彼らへどのように魅力を訴求するべきか？徹底的に考えました。

例えば主婦・主夫の方なら、まだお子さんが小さいから1日に2～3時間の仕事を探す方も多い。そこにフルタイムのお仕事を紹介しても当然マッチしません。ですから、当社における「働き方」の見直しも必要でした。既存の業務を100項目以上に分解すると「居室から浴室までのご案内だけ」など限定的にお願いできる仕事があることが分かりました。

——なるほど。フルタイムではなく、スポットという働き方に合った仕事を作り出すと。

鈴木 これまでもそういった仕事の切り分け方は、各現場

で状況に合わせて行われていました。しかし、これを会社として実施し、業務の再設計を行なったわけです。これまで採用のハードルを低くしようと、あえて求人原稿で「介護業務全般」といったあいまいな書き方をしたこともありましたが、それがかえってハードルを上げていたのかもしれない。

「〇〇の仕事だけしかやりません」と明記したほうが「私にもできそう」と思ってもらえる、それも発見でした。また入社後は、そういったスポットの仕事で慣れてもらい、ライフステージの変化に合わせて柔軟に働く時間と業務内容を増やしたりもできる。そういったフレキシブルな体制が業務の再設計により生み出せたと思います。

——人材の定着に関してはどのような取り組みを？

鈴木 特にギャップによる離職が激しかったのが、外国籍のスタッフさんでした。それぞれの国の文化の違いや言葉の問題もあって、これまでは入社される方たちに向けての研修に注力していたと思います。しかし、受け入れる側の

日本人スタッフに対しても、相互理解の促進に役立つ研修を実施し始めました。

また、海外からいらっしゃる方は非常に向上心が強い方も多く、そういった意識に応えていけるよう3年後、5年後などのキャリアパスをしっかりと明示し、ロードマップとして展開したり。あるいは地域間の給与格差については住宅手当などを上手く活用し、手取り金額で地域による差異が生まれないよう変更しました。シニア層に向けても、定年を65歳まで延長するなど定着しやすい環境づくりに取り組んでいきました。

——さまざまな施策を同時に動かしていったのですね。

■採用数は120%以上UP。 人材の多様化により、職場の雰囲気にも明るい変化が

——打ち出した施策の結果としてはいかがだったのでしょうか。

鈴木 コールセンター設置後の通電率は90%以上となり、面接設定数も増加、結果として採用数に関しては前年比で123%UPという成果を残すことができました。コストについては前年比105%と、減にはならなかったのですが、採用数から考えると十分コストパフォーマンスの良い結果になっていると思います。

なにより、新たな人材層の開拓で人員が充足し、業務負荷が低減傾向となって既存のスタッフたちがメインの介護業務へ集中できる環境が作り出せたと思います。また、シニア層や海外人材が一層活躍できるようになり、彼らと若手スタッフたちとの交流も非常に活発になり、施設全体が今まで以上に明るい雰囲気になりました。副次的な効果ですが、そういった施設全体への好影響が生まれたことも非常に嬉しく思います。

——今後の展望についてお聞かせください。

鈴木 今後も高齢者の方たちは増え続けていきます。現在のフレイル層が要介護にならないための新しい取り組み

鈴木 はい。重要なのは、これらの細分化した仕事内容や、新たなターゲットに対するベネフィットを、求人原稿のなかでしっかり訴求していくことです。求人原稿の内容について、自社で検討して個別にチューニングできるIndeed PLUS※の特性は、こういった場面でとても活かされると思いますね。

あと社内で大きく変化した点としては、応募対応のコールセンターを社内に設けたということでしょうか。これまでは、各現場などが都度対応していたため、せっかく応募があっても取りこぼしてしまうといった状況が発生していましたが、コールセンター設置以降は大幅に改善できています。

も必要となってきます。ますます介護人材の重要性が高まっていなかで、少しでも働きやすい環境づくり、仕事づくりにこれからも取り組んで行きたいと思っています。今回の採用成功の要因は、Indeedのご担当者とともに細かなデータ分析を実施して、ターゲット層を明確化していったことが大きいと思います。これからも素晴らしい人材を採用していくため、パートナーとして頼りにしています。

——ありがとうございました。

※Indeed PLUS利用の際には、Indeedの利用規約、掲載基準、使用制限が適用されます。



チャレンジ部門賞

グリーン警備保障株式会社

業界の常識を覆す「面接なし即内定」で、 警備業界に新風を



「チャレンジ部門賞」を受賞された「グリーン警備保障株式会社」様の、
業界でも注目を集める「面接なし即内定」と、
給与以外の魅力で差別化を図った取り組みについて伺います。
お答えいただいたのは、事業推進部 部長 山崎 章司様です。

グリーン警備保障株式会社 プロフィール

● 1985年創業。東京都杉並区に本社を置き、首都圏を中心に27拠点と2つの研修センターを展開。交通誘導警備、イベント警備、施設警備など幅広い警備サービスを提供。「安心と安全を届ける」を理念に、未然防止対策を重視した警備サービスと充実した教育・研修体制で、地域社会の安全を支える。

■ 慢性的な人材不足と言われる業界で、給与以外の魅力をどう打ち出すか



事業推進部 部長 山崎 章司様

— このたびは「チャレンジ部門賞」受賞おめでとうございます。まずは率直なご感想をお聞かせください。

山崎 われわれの採用に関する取り組みを評価していただき、大変嬉しかったです。代表の小林に伝えたところ大変喜んでくれました。

— 御社の事業内容について、改めてご紹介いただけますか。

山崎 当社は道路工事などの交通誘導と花火大会やコンサートなどの雑踏警備を行っている警備会社です。『東京2020オリンピック・パラリンピック』に約900名、ZOZO CHAMPIONSHIP 2024に約400名の警備員を配置したほか、東京マラソンや隅田川の花火大会など、大規模イベントでの実績も豊富です。「安心と安全を届ける」という理念のもと、地域に根ざした警備サービスを提供しています。

— 採用活動を開始された当初、御社にはどのような課題があったのでしょうか。

山崎 警備業には必ず研修があります。しかし研修途中で離脱する方や、暑さや寒さ、雨のなか外での作業となるため、数日で辞めてしまう方も多いたが課題です。また、警備業界の特性として高齢化が進んでいる傾向もあり、若年層の採用にも非常に苦労しております。そうしたなかで、2024年度は在籍隊員数6000名の達成を目指し2600名の新規採用が必要でした。

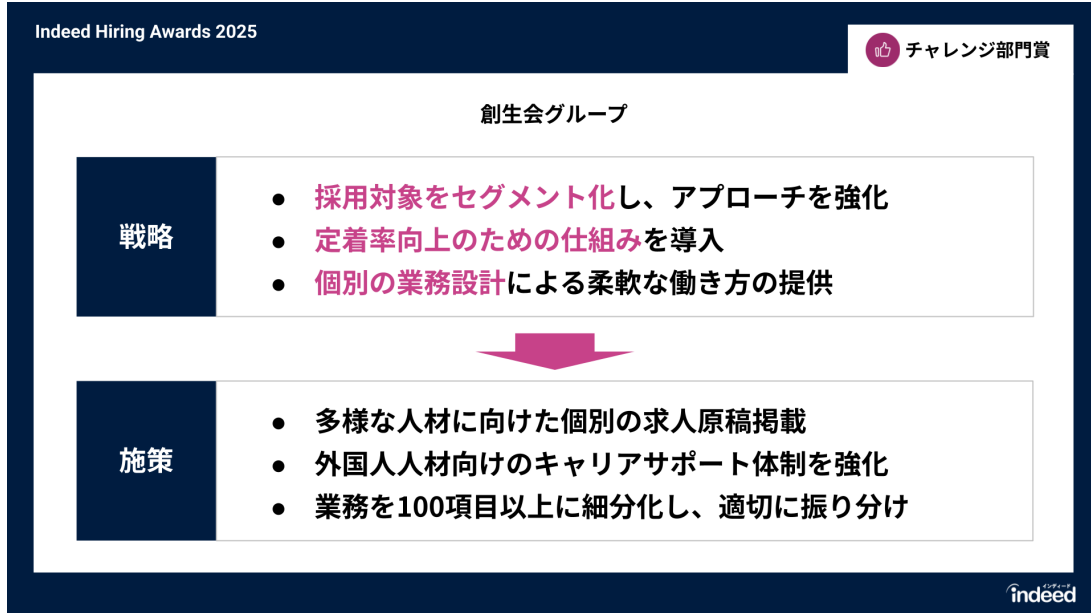
— 厳しい状況下での大規模採用ということですが、人材確保に向けてどのような戦略を立てられたのでしょうか。

山崎 警備業界の求人では「日給を上げる」「入社祝い金を出す」といった打ち出しが主流で、他社も給与やお祝い金で競争しています。ただ、それは短期的には応募を集めやすい反面、長く働いてもらうことにはつながりにくい。金額だけを理由に応募された方は、他社により良い条件が出ればすぐに移ってしまいますから。

そこで私たちは「お金の競争」ではなく、「働きやすさ」と「福利厚生の充実」で勝負しようと決めました。当社が以前から取り組んできた「誰もが安心して働ける厳しすぎない組織づくり」を、求職者に寄り添う企業文化として訴求したのです。

数字で勝負するのではなく、「安心して働ける環境」や「人を大切にする文化」といった本質的な魅力を伝えることが、結果的に定着率を高める。この考えに基づき、私たちは「人に寄り添う採用」を戦略の軸に据えました。

グリーン警備保障株式会社の取り組み



■ 「面接なし」は人に寄り添う組織文化の体現

—— 具体的には、どのような施策を実施されたのでしょうか

山崎 転換点となったのが、「面接なし即内定」です。以前は面接を行っていましたが、面接後に研修に来てもらえないケースがあり、応募者の離脱が大きな課題でした。

そこで、面接を省略し、応募から即オリエンテーション・教育を開始する仕組みを導入したところ、採用数が大きく伸びました。応募者がその場で会社の雰囲気を感じながら研修に参加できるため、この職場でやっていけるという「やる気」を醸成でき、入社までの心理的ハードルが下がったのだと思います。

—— 「面接なし」が成り立つのは、研修制度の充実があってこそですね。

山崎 その通りです。この「面接なし即内定」は、単なる採用フローの効率化にとどまりません。当社が警備業法に基づき実施する20時間の教育研修は、ミスをしてでも決して怒らず、何度でもやり直しを支援するという、応募者に寄り添う指導方針を採っています。

採用者全員に寄り添いながら研修を行うのは、会社にとって決して容易ではありません。それでも育てることこそが定着につながり、結果として警備の質を守り、社会の安全につながると考えています。

—— 福利厚生についても御社ならではの工夫があると伺いました。

山崎 はい。もうひとつの大きな柱が、処遇と福利厚生の充実です。警備業界では60歳以上になると給与が下がるのが慣例ですが、当社では75歳まで給与を一律に維持しています。この処遇は、シニア層が安心してキャリアを継続し、業界の高齢化という社会課題に真っ向から立ち向かう画期的な施策です。

また、有給休暇は通常6ヶ月から付与される所を3ヶ月で付与し、閑散期の給与補填にも活用できるようにしています。さらに、就業中以外の病気・ケガによる入院費や通院交通費も補償する独自の企業保険に加入し、体調や生活リズムの変化にも配慮。リュックや地図などの装備品

も無償支給し、隊員の持ち出し負担をゼロにしています。

——組織文化にも、御社ならではの**特徴があるそうですね。**

山崎 これが私たちの最大の特徴かもしれませんが、社長の小林が旗振り役となり、「厳しすぎない組織作り」を推

進しています。ミスを前提に許容し、「何度でもやり直せる」というカルチャーを大切にすることが、若年層からシニア層までの幅広い応募者に「安心して挑戦できる会社」という印象を与えているのだと思います。これは他社がすぐに真似できるものではなく、時間をかけて築いてきた「人に寄り添う組織文化」の成果だと思っています。

■ 採用目標の6,000名超を達成、幅広い年齢層が活躍

——こうした取り組みを通じて、採用活動にはどのような変化がありましたか。

山崎 2024年度の成果は明確です。在籍隊員数は6,200名を達成し、目標の6,000名を超えました。またIndeed PLUS[※]の利用により、応募単価が30%も削減できました。当初は「警備業とデジタル求人との相性はどうなのか」という不安もありましたが、結果的には他媒体を大きく上回る応募数を獲得できました。

——今後の展望についてお聞かせください。

山崎 2025年度は在籍隊員数6,500名を目標に掲げて

おり、達成間近です。「面接なし即内定」やそれを支える組織風土の魅力が求職者に伝わったことにより、高齢層だけでなく若年層や幅広い層の採用につながりました。警備という仕事は人々の暮らしを支える社会インフラだからこそ、働く人にも安心を届けたい。Indeedをはじめとする採用パートナーと共に、多様な世代が安心して働ける職場づくりを進め、さらなる成長を目指していきます。

——ありがとうございました。

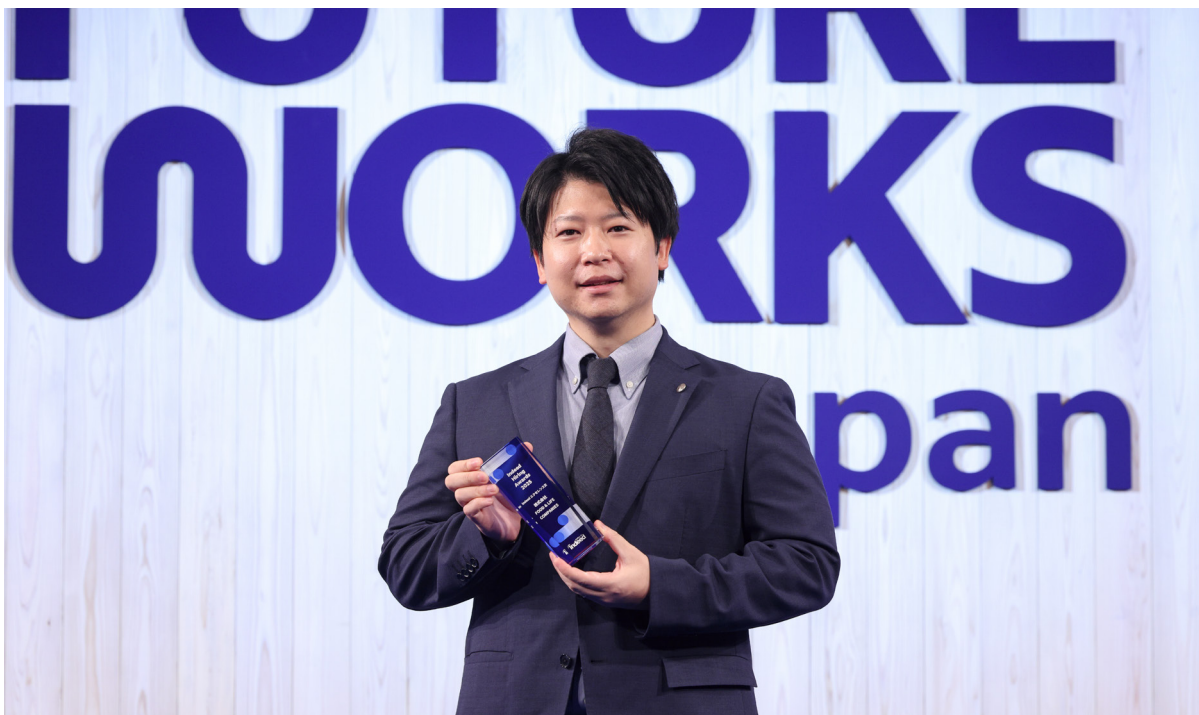
※ Indeed PLUS 利用の際には、Indeedの利用規約、掲載基準、使用制限が適用されます。



Indeed エクセレンス賞

株式会社FOOD & LIFE COMPANIES

「仕事の縁」をムダにしない。アルムナイ採用が拓いた、慢性的人材不足からの脱却



「Indeed エクセレンス賞」を受賞された

「株式会社FOOD & LIFE COMPANIES」様の取り組みについて伺います。

「スシロー」事業を中心に事業を拡大し続ける同社は、Indeed とどのように協業しながら慢性的人材不足に向き合い、それを解決へ導いたのでしょうか。

人財部 採用企画課 主任 長濱 太武様にお話を伺いました。

株式会社FOOD & LIFE COMPANIES プロフィール

● FOOD & LIFE COMPANIES は、1984 年に大阪で創業し、日本を含む 10 カ国・地域で 1100 を超える店舗を「スシロー」「京樽」「回転寿司みさき」「杉玉」などのブランドで展開。「変えよう、毎日の美味しさを。広めよう、世界に喜びを。」を VISION に据え、美味しい『食 (FOOD)』を、お取引先さまや従業員、地域の方々などの『人たち (COMPANIES)』と一緒に提供し、お客さまの『生活や人生 (LIFE)』を豊かにすることを目的に成長を続けている。

■ 多店舗だからこそその課題。 店舗ごとの「採用格差」が大きくなっていった



人財部 採用企画課 主任 長濱 太武様

——このたびは「Indeed エクセレンス賞」受賞おめでとうございます。

長濱 ありがとうございます。受賞の知らせと映像が社内で共有されまして、多くの社員から「おめでとう」「動画見たよ」といった声をかけていただきました。普段はどうしてもお店の運営側である営業部門が注目されがちですが、こういった採用業務にもスポットライトが当たったことで、他の部署からも「自分たちも頑張ろう」という前向きな声が出たり、組織全体に良い影響があったと思います。

—— FOOD & LIFE COMPANIES とは、どういった企業なのか改めて教えてください。

長濱 はい。私たちは「スシロー」「京樽」「回転寿司みさき」「杉玉」などのブランドを日本を含む10カ国・地域で1100店舗以上展開する企業です。主力商品はもちろん「お寿司」で、海外においても一番と言って良いくらいメジャーな日本食ですから、世界中どこでもお客様から愛される店舗を

作れていると思います。最近では、大阪・関西万博における「スシロー未来型万博店」も大きな話題になりました。

——確かに、今やお寿司は世界で愛される日本食の代表ですね。

長濱 そうなんです。主力ブランドである「スシロー」は、海外からのお客様にも多く来店いただいたということもあり好調な業績を維持しています。ただ、やはり人材採用の部分が店舗運営における鍵なのは間違いないですね。特に回転寿司という業態は、店内に大きなレーンが設置されているぶん、他の飲食店に比べてコストとなるエリアが多いという特性がありま

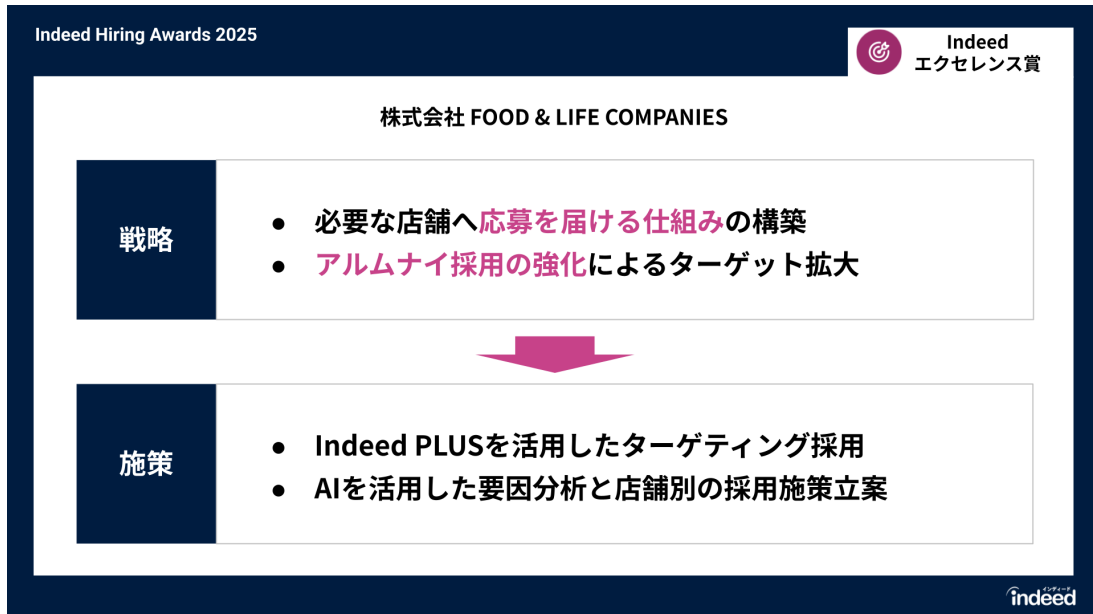
す。そのため、最適な人員配置は、店舗の黒字化を左右する生命線とも言えます。

——なるほど。採用活動を行う上でどのような課題認識があったのでしょうか。

長濱 一言でいうと「店舗ごとの採用格差」が顕著に発生している、という状況でした。つまり「応募が十分に集まる店舗」と「応募が来にくい・来ない店舗」の差が慢性的に続いていた、ということです。その理由もわかっていて、まず一つはエリア特性です。そもそも店舗のあるエリアの人口の差や、あるいは採用上の競合となる他の飲食店の多寡などが大いに関係していました。

そしてもう一つは店舗個別の特性で、やはり人手不足の店舗は売上や接客の品質、人の定着といったところが厳しくなる。そういった評判からますます人が集まりにくくなる、という負のサイクルが生まれやすい状況になっていました。

株式会社 FOOD & LIFE COMPANIES の取り組み



■ 採用方針の大胆な転換。そして、アルumniに向けた施策にも注力

—— そういった負のサイクルを断ち切るのは本当に大変そうです。どのような施策を行なったのか教えてください。

長濱 まず採用方針そのものの転換です。従来はとにかく「応募数を増やす」ことや「応募単価を下げる」ことを目的に、大量募集の一律的な求人情報を発信することが多かったのです。しかし、このやり方だと店舗ごとの採用格差が広がるばかりです。そこで、まず私たちが考えを改め、「どの店舗にも必要な人材が応募してくる状態」を作ることが第一の目標とし、「応募獲得店舗率」をKPIとして設定、店舗の月間応募獲得率を100%にすることを目指して求人広告の運用を開始しました。

また、採用予算については、店舗の予算とは別に「本部予算」を確保して、採用に苦戦する店舗には重点的に投下できる仕組みを構築しました。これにより、採用予算を効率的に配分できる体制へと改善が進み、店舗ごとの目標応募数に応じて求人広告の運用を重点的に行なったり、逆に運用を停止したりとフレキシブルな対応ができるようになっていきました。

—— 進捗管理が大変そうですが、確かに店舗間の格差は解消できそうです。

長濱 週に数回進捗管理を行なう必要がありましたが、ここでチカラを発揮してくれたのがIndeed PLUSでした。従来は一律に求人広告を出稿していたと言いましたが、要は採用担当者の経験則頼みで、過去に成果が出た広告をそのままの内容で同じ媒体に出稿しているだけ、という状態だったのです。

Indeed PLUS利用開始後^{*1}は、データの活用やAIによる出稿先の最適化^{*2}が進み、まず成果としては「求人を出しても応募ゼロ」という店舗が無くなりました。また、それぞれの原稿についても、内容を我々の側で欲しい人材層に向けた個別最適化をしていくことで、明らかに求める人物像や時間帯にマッチした応募者が増加していきました。

—— アルumni採用にも注力されたとのことですが。

長濱 アルumni採用についても、Indeed PLUSで「元従業員」の方に向けた求人原稿を出稿し、そういった方たちの

目に止まりやすくしていただいたというところが非常に効果的だったと思います。

そもそも、当社のように多店舗展開をしている企業だと、これまで働いていただいたスタッフの数というのは本当に膨大になります。その中には、例えば学生さんであれば「卒業して上京するので」といった理由で退職した方も多くいます。主婦・主夫の方であれば「育児が忙しくなってきたので」といった理由の方も多いでしょう。

つまり、「お店のことは好きだけど、個別の事情でやむなく辞めた」方が多くいるのではないかと仮説を立てたわけです。しかも元々働いていた方であれば入社後のギャップが少なく、即戦力として活躍してもらえます。この人材データベースを活用しない手はないだろうということで、Indeed PLUSの持つ拡散力と組み合わせることで進めていった感じですね。

■ 一度できた縁を切らさない。 アルムナイ採用で3000名近い人材の採用に成功

——具体的な成果としてはどのようなものでしょうか。

長濱 各ブランドで多少差はありますが、応募獲得店舗率の向上において、30～50%以上と大幅に改善が進みました。また、アルムナイ採用についてはなんと3000名近くの方の採用に成功しています。

——素晴らしい成果ですね。現場からの反応はいかがですか？

長濱 これまで、お盆や年末年始などの繁忙期は、他店舗からのヘルプスタッフや、派遣のスタッフを増員するということが常態化していましたが、初めて一度も使わずに乗り切れた、と店舗から感謝の声をいただいたことが印象に残っています。十分に人手が充足したことで、店舗のスタッフの皆さんの働き心地が少しでも改善されるなら、それに越したことはないですね。

——最後に、今後の目標を教えてください。

長濱 採用市場は大きく変化し続けていて、労働人口も減少しています。こういった逆境の中だからこそ、企業

の情報を正しく届けて、必要な人材に出会うための新しい採用手法が重要です。Indeedには、今後も採用業務の革新をリードしていただくことを心から期待しています。

※1 Indeed PLUS利用の際には、Indeedの利用規約、掲載基準、使用制限が適用されます。

※2 Indeed PLUS連携求人サイトのうち、求人の内容・特性や閲覧・応募状況等に照らしてIndeedが最も当該求人者に相応しいと判断した連携求人サイトへ自動掲載します。



