

地方学生の採用強化で 売り手市場を乗り切る

戦国時代を代表する名将・“甲斐の虎”武田信玄。彼の代表的な名言に、こんなものがあります。「人は城、人は石垣、人は堀」。つまり、人は城や石垣と同じくらい、戦の勝敗を決するのに大切だということ。さまざまな大きさ、形の石をうまく組み合わせることが、石垣づくりには必須。まさに、多様な人材が、強固な石垣を形成するのです。

2019年度の採用市場 約38万人が不足

2019年度の新卒採用を見ると、民間企業の求人総数は81.4万人と、前年の75.5万人から5.8万人増加。一方、学生の就職希望者数は43.2万人と、単純計算で、38.2万人の人材不足ということに。リクルートの調査研究機関・リクルートワークス研究所によると、2019年度卒の求人倍率は1.88倍と、7年連続で上昇。多くの企業で採用数を増加していることが、新卒市場の競争激化を生み出しています。

そんな超売り手市場が続く新卒採用。求人サイトで採用募集をかけても、「エントリーが集まらない」「自社にマッチした人材に出会えない」といった悩みを抱える企業も多く、求める人材にどうアプローチすればよいのか、担当者の悩みは尽きません。

そんな人事担当者の中で、「切り札」として注目を集めているのが、地方の大学に通う学生へのアプローチです。

もちろん、やみくもに地方開催

の合同説明会に参加しても成果は上がりません。そもそも、地方の大学に通う学生は、進学時に都市部に出なかつた（出られなかつた）理由があり、効果的なアプローチには、そこを理解しておく必要があります。

地方学生は負担増 その差は約6万円

それでは、地方学生の就職活動の課題について説明しましょう。

一言でいえば、「費用」の問題。新卒採用支援を手掛ける「サポートーズ」が、2017年度卒学生を対象に実施した就活費用調査では、関東地方の大学に通う学生の平均費用は約13万円。それに対し、地方学生は平均約19万円。約6万円の開きがあるとの結果が出ています。

ただ、あくまでもこれは平均。中国地方では最高約23万円、四国地方だと、約42万円もの費用がかかるとの回答もあります。これらの費用を、約6割の学生がアルバイト給与で捻出。深夜バスやネットカフェ、シェアハウスなどを利

用し、費用の削減を図っているとのこと。

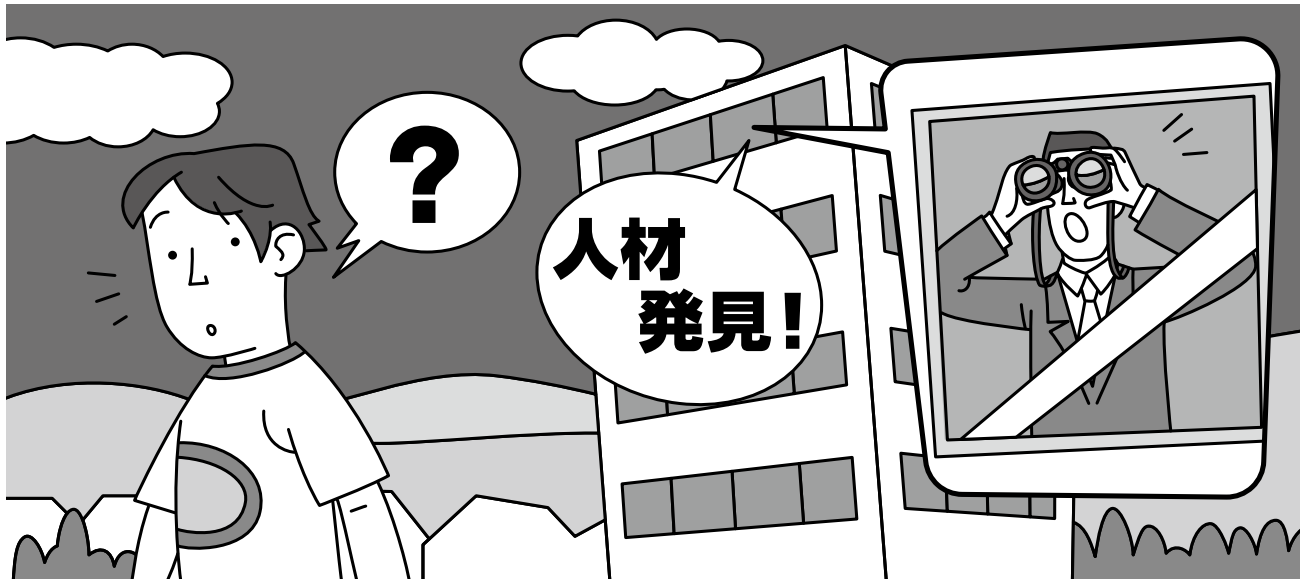
東京や大阪など、都市部で開催する説明会や選考会が多く、宿泊交通費などの負担が、地方の学生の活動を制限する要因となっていることが分かります。

また、都市部と地方では、情報格差も顕著。前述のとおり、インターンシップなどの就活イベントは都心部で開催するため、地方学生の参加機会は少なく、それが、アプローチ数や企業研究の差になることも。

内々定獲得率を見ると、都市部と地方では、2倍以上の差が発生しているとの調査データもあり、九州、中国・四国地区など、関東までの距離が遠い学生は、都心部に比べ、内定率が低い傾向があります。原因はさまざまあると思いますが、費用面の影響も大きいのではないのでしょうか。

地方学生採用に利する 三つのポイント

繰り返しになりますが、地方学生にとって、就活の壁は「お金」



と「時間」です。

例えば、北海道の学生に都心企業から面接の連絡があった場合、移動コストは、日帰りなら往復4時間で最低2万円。複数企業の面接が入れば、宿泊費も必要となるため、参加できる説明会や選考は限られてきます。

逆にいえば、企業は、こちらから歩み寄ることで、確実に接触できる学生の数を増やせる可能性があるということです。そのためポイントを、以下に挙げていきます。

①出張セミナー、OB・OG訪問
地方に採用担当や現場社員を派遣。インターンシップや面談を実施します。

また、地方出身の現場社員が活生の質問に答える、OB・OG訪問会なども有効です。

②オンライン選考

学生の就職活動を制限する交通費や時間のコストを最小化します。

また、地方学生向けのオンラインコミュニケーションを開設するなど、SNSを活用することで、情報差の是正も図れます。

③現地選考会

オンライン選考に合わせ、現地選考会を実施。企業に対し、リアルな接点を求める学生の要望に応えます。

地方採用のメリット・デメリット

それでは、企業が地方採用を行うメリットはどこにあるのでしょうか。

前述したように、地方学生は費用などの制約から、エントリーする企業を厳選するため、優秀な学生が未接触のまま他社に取られます。機会損失を防ぐことに期待できます。加えて、検討を重ねた上で企業に接触を図るので、必然的に内定辞退率は低くなり、企業、学生の双方にとって、納得感の高い関係が築けます。

一方で、以下のようなデメリットもあります。

一つは、東京・大阪などの都市圏ではなく、地元企業への就職を希望する、「地元志向」の学生が多いこと。そのような志向性を持つ優秀な学生を口説くのも、採用担当の腕の見せ所かもしれません。あらかじめ、「地元を出たがらない学生の割合が比較的高い」ことも念頭に置いて、取り組みが必要があります。

もう一つは、企業側のコスト。これまで都心で実施していた説明会や選考会に加え、新たに地方学生に対する採用チャンネルを新設

し、新たな選考方法を導入するとは、予算、人材、時間など、あらゆるコストが、これまでよりも掛かることとなります。

採用難を理由に、「地方なら採用できるだろう」程度の安易な心構えでスタートすると、しつぱ返しが待っています。しかし、上述のメリット・デメリットを踏まえた上で、地方採用プランを実行すれば、人材採用の大きな切り札となるでしょう。



昆野真也 (こんの・しんや)
10店舗未満のパチンコホール専門の人材コンサルタント。これまで3000人超の正社員面接を実施。独自の「採用マーケティング理論」を武器に、キャリア採用・新卒採用・アルバイト採用など、数々の店舗支援を行っている。