

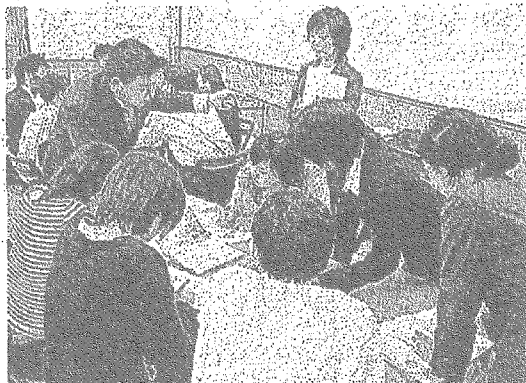
二〇〇七年春の大卒採用
 内定者数は前年比で一三・
 三%増となり、三年連続で
 ニケタの伸びとなった。だ
 が成長に備え優秀な人材を
 採りたい企業の意欲はなお
 旺盛で、学生もどの企業な
 ら力を発揮できるかを思い
 悩んでいる。新卒の需給は
 一段と引き締まる見通し
 の中、早くも〇八年春採用が
 静かに動き始めた。

セメント最大手の太平洋
 セメントは〇八年春採用で
 札幌や仙台、広島など七都
 市で会社説明会の開催に臨
 み切る。採用が少数のため
 従来は大学の研究室からの
 紹介や学生からの応募に頼
 ってきた。だが「待ちの姿
 勢では優秀な学生の獲得は
 難しい」（IR広報部）。
 地方国立大や周辺の大学の
 人材を広く掘り起こす。
 ソフト大手の富士ソフト

就職 最前線

始動する'08春採用 ④

地方・海外攻めのアピール



パフのイベントでは
 企業の採用担当者が
 学生と共同で自社の
 宣伝戦略を考えた
 (9月、都内で)

学生との接点増やせ

は〇八年春採用で、米國に
 出向き留学中の日本人学生
 を直接リクルートする検討
 を始めた。「現地に赴き、
 プラント大手の千代田化
 工建設は〇八年春新卒者を
 生に我が社の熱意を伝えら
 対象に、新たに一日だけ職

場を体験してもらう「ワン
 デー・インターンシップ」
 を始めた。一回十八人に絞
 り、エンジニアリングの勉
 強や若手社員との座談会な
 どを実施し、「インターン
 を通じてどんな仕事を実
 感してもらおう」。

質の高さを求める
 地方で、海外で、職場体
 験で……。手法は異なるが
 三社に共通するのは、学生
 と接する機会を点から線
 へ、線から面へと広げ、よ
 り質の高い人材を確保しよ
 うとしている点だ。背景に
 は質の確保に苦戦した来春
 採用での経験がある。

例えば富士ソフトは来春
 企業約八百四十社の四割以
 上が来春採用の活動を依然
 継続中だ。納得できる人材
 獲得をさらに積極化する。

千人を過す約一千人に内
 定を出した。だがその後、
 辞退者が続出した。現在は
 計画数に近い人数をなんと
 か確保したが、「人材の質
 の面では課題が残った(赤
 松センター長)。他の二社
 も採用する人材の質にこだ
 わった結果、現段階では計
 画に達していない。

日本経済新聞社の「二〇
 〇七年度採用状況調査」で
 は全三十九業種のうち内定
 プを多く知ってもらうこと
 がなにより重要(経営企
 画室)という。

三菱地所は採用活動予算
 を上積みし、地方都市の大
 学で単独の会社説明会を年
 内にも初めて開催する。三
 秋口から年明けの採用に
 向けた活動はいわば前哨
 戦。だが、この時期の活動
 の巧拙がそのまますべて人
 材の採用の成否を左右する。

来春は女性比率を前年の三
 割から四割強に拡大、〇八
 年春もさらに女性比率の引
 き上げを検討している。

採用コンサルティング会
 社のパフ(東京・中央)が
 九月中旬に都内で開催し
 た、大学三年生を対象にし
 た就職活動イベント。そこ
 で企業の採用担当者と学生
 が共同で企業の宣伝戦略を
 策定する企画を実施したと
 ころ、多くの学生が強い興
 味を示したという。同社の
 釘崎清秀社長は「もはや通
 常態などは今後詰める
 り一週間の採用活動では優秀
 な学生の関心を引けない。
 丁寧さが必要に