



「内定ブルー」解消へ企業も躍起

就職先が決まっても、「この会社でいいのだろうか」などと悩んでしまう学生たちの「内定ブルー」。なかには内定辞退や早期離職につながるケースも少なくないだけに、企業も必死だ。親にも会社を理解してもらうための説明会を開いたり、内定者のサイトを開設して会社とのつながりを密にしたり……。様々な対策を取り始めた。

(大津和夫、写真も)

社長も出席

「残業はどのくらいあるのでしょうか」「会社の事業方針を教えてください」。コンサルティング会社「アウンコンサルティング」(東京)が昨年8月、初めて開いた内定者の親を対象にした説明会。出席者の親たちから「こんな質問が相次ぎ、役員らが丁寧に回答した。当日は、内定者12人のうち6人の家族計9人が参加した。社長が役員を紹介した後、事業概要や設立の経緯などを説明し、質問を受けた。終了後、参加した親たちは「一緒に、安心していただけようだった」という。同社は今秋、同様の説明会を実施する予定だ。

同社総務人事グループ



ファンづくりへ

親に会社説明会

の中田茂樹グループマネージャーは説明会の狙いについて、「会社の良さを本人だけでなく、ご両親にもよく知ってほしい。そして会社のファンになって

就職活動

下

最前線

もらいたい。入社後の押し入れをしてもらうだけでなく、入社後も本人を励ましてほしい」と説明する。

ヨコの連携

住友商事は今年6月、内定者がネット上で意見交換できるSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を開設し

た。学生は、内定者同士でスポーツや飲み会の日程などの情報交換をする。会社側も配属先の希望調査などに利用している。

同社人事課は「内定者

同士のヨコの連携を深め、会社を身近に感じてもらうと同時に、会社への帰属意識を持ってほしい。SNSはネット世代

に対する

就職情報会社「デイスコ」(東京)が2007年2月、約1000社を対象に実施した「採用活動に関する調査」によると、今春卒業の内定者に対し、98%の企業が、何

らかの研修を実施していた。その内容(複数回答)は「懇親会」(82・3%)が最も多く、「メールや電話による定期連絡」(56・6%)、「集合型の研修」(25%)も目立った。「家族への説明会」を行っているところも1・7%あった。

就職活動に詳しいコンサルティング会社「リンクアンドモチベーション」(東京)の楠原清孝取締役は、「この数年、会社

の規模や業種を問わず、内定者研修に関する相談が増えている。内定辞退、早期離職問題は、各社共通の課題だ」と指摘。その背景について「採用難の環境下で、多くの企業が、学生との相互理解が不十分のまま内定を出していることがある」と分析し、「内定を出した後が勝負。企業は、その会社で働くことの意義をもっと伝えていく必要があるだろう」と話している。

社員のアドバイスを受けながら取り組んでもらう課題を内定者に出し、会社とのつながりを深めてもらう工夫をしているところもある。人材

サービスの「インテリジェンス」(東京)は、内定者を5人1組のグループにして、1か月半かけて、

1チーム5分間の自己紹介ビデオを作る課題を与えている。

各チームに数名の社員が随時アドバイスをする。10月の内定式で優勝チームを発表している。同社の人事担当者は「課題をこなすことにより、会社の雰囲気を知ってもらいたい」と話す。