

Publicity Report

新聞・インターネット・情報誌などで
紹介されたミックの記事のご紹介



[ミック]グループ 株式会社三春情報センター

[リフォーム産業新聞] 2018年7月17日(火)掲載 (発信: (株)リフォーム産業新聞社)

リフォーム産業新聞

The Remodeling Business Journal

トップ > 総合リフォーム > 【特集人材問題(2)採用&離職率低下】サンプル・三...

CATEGORIES: 総合リフォーム | 全国

【特集 人材問題(2) 採用&離職率低下】サンプル・三春情報センター・ゆとりリフォームの問題取組を紹介
■ 1321号 (2018/07/17発行) 10面、11面

人材問題(2) 採用&離職率低下

会社説明会に学生が集まらない、求める人材が来てくれない...など人材獲得に苦戦する企業は多くある。そのような状況の中、好調に採用を続ける企業に戦略を聞いた。そして重要なことは、せっかく採用した人材が辞めてしまわないこと。社員と会社のつながりを強固なものにするための取り組みも紹介する。

【三春情報センター】

スカウトで採用コスト半減・地元の就職世代にDM1万枚

人事担当が学生と交流

三春情報センター(神奈川県横浜市)は、新卒採用を30年以上前から行っている。近年は12~30人を採用。会社説明会には全5回で400人ほど集まり、8割以上が一次試験を受ける。

これまで年間800万円かけて採用を行っていたが、昨年度は半分のコストで12人を採用した。「昨年からは半額で同じことをやるように、と人事担当にミッションを与えました」と春木磨碑露社長。担当者は大学に赴き、サークルに顔を出して飲み会にも参加。学生と交流し、同社に興味を持った人を説明会に招待した。

また、「超ジモト就職」を打ち出し、地元の就職世代がいる家にピンポイントにDMを送付した。DM数は1万枚。「最終面接まで来た学生の1/5くらいはこのDMを見て受けたと言っていました」と春木氏は語る。「地域土着の企業ですから、地元の人で盛り上げたいという思いがあります。お客様の息子さんや娘さんが入社することも多いです」

合同説明会での学生の呼び込み方もユニークだ。「総合生活産業という打ち出し方も強み。不動産やりたい人！と言っても興味がある人しか来ない。私は幸せになりたい人！と呼びかけています。違う業界を検討していた人も来てくれる。何の仕事をするかより、どう生きたいかが大事ですから」と春木氏は語る。

最終選考前の学生を対象に見学バスツアーも開催。店舗やリノベーション物件を見学し、最後には同社運営のレストランで懇親会を行う。このツアーの目的は、入社後のギャップをなくすこと。

懇親会では学生4人のテーブルに社員が2人つき、社長は各卓を回る。春木氏は「社員には素を出すように言っています。仕事でつらいことも正直に話させます。学生は、懇親会での雰囲気会社の魅力を物語っていた、絶対に入りたいと言ってくれます」と語る。



ハワイ旅行の様子



理念研修の様子

また、「人が辞める理由の7割は人間関係」と春木氏。社員同士のつながりを強化する機会を設けている。今年のゴールデンウィークは社員で行く旅行の費用を負担。海外の場合は10万円、国内は5万円負担した。

シドニーやバリ、台湾、北海道など行き先を選び、部署や社歴は一切関係のないグループを構成。今後は部活動の支援も行う。「みんなと遊んで距離を近づけたから色々トライしています。サバイバルゲームなんかやる時には新人に撃たれるんですよ(笑)」

ミックでは地域密着企業として、地元採用を行っています。自分が生まれ育った街で仕事をしたいと考える学生向けの会社説明会や社内見学ツアーなどを開催しています。本件がリフォーム産業新聞 WEB に掲載されました。

