



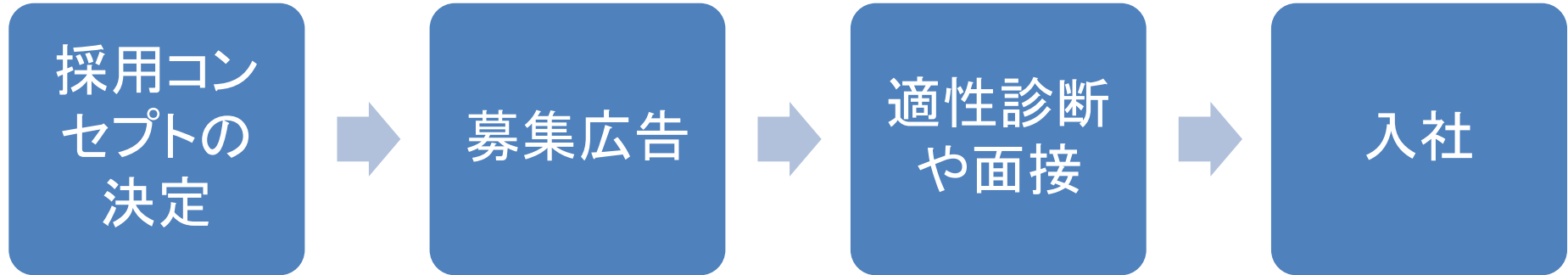
「良い社員」が集まる 会社になろう。

活躍する女性人材を獲得するために
今、できること

<eラーニング版>

講師：入門美穂

採用の基本的な流れ



採用とは
自社の魅力を伝え
欲しい人材を選考する作業

女性求職者の不安

- 求められる仕事がかきちんとできるのか？
- パワハラ、セクハラはないか？
- 有給休暇は取れるか？
- 休みはあるか？
- 残業代は支払われるか？
- 頑張ればキャリアアップできるか？

採用活動のポイント

自社のことを知らない＝「不安」だらけの求職者

1. どんな魅力がある会社か
2. どんな仕事を任せたいと思っているか
3. 仕事に対する報酬(給与だけではない)は何か

分かりやすく具体的に伝える＝「不安」をなくすこと

⇒求職者を獲得できる可能性が高まる

欲しい人材を「惹きつける力」

★企業の魅力そのものをアップさせる

★アップさせた魅力を効果的に広報する

上記2つを同時並行で取り組む必要がある

採用は「選ぶ場」であると

同時に「選ばれる場」でもある

採用コンセプトの決定：求める人物像①

「採用コンセプト」とは・・・

- ・採用人数
- ・採用スケジュール
- ・求める人物像の確定
- ・選考ステップ

「求める人物像＝良い社員像」

明確に文字化することが重要

採用コンセプトの決定：求める人物像②

「事務職は、
何でも対応してくれる感じのいい女性がいいなあ。」

→「感じのいい」って、具体的に何ですか？

「何でも」とは、具体的に何を指しますか？

女性じゃないとダメな理由は何ですか？

採用コンセプトの決定：求める人物像③

「主体性」がある人材とは？

「指示待ちではなく、自分から考え、行動できる人」

→ 具体的にどんな行動が出来る人ですか？

- ・分からない時に、自分から上司に確認しに行ける人？
- ・自分で案を出してから、相談に行ける人？
- ・自分で解決できる人？

文字化(具体化)する際に困ったら・・・？

活躍中の社員の「主体性」を感じさせる行動を参考に

それぞれの仕事に不可欠な要素を踏まえ
必要要件を具体的に出して、文字にする

× **WANT(欲しい)条件**

○ **MUST(なければ仕事にならない)条件**

※思い込みや既成概念を取り払って考えることが大切

女性を対象とした広報活動

大手企業は、女性の活躍状況を積極的にPR

- ①採用における女性割合
- ②継続勤務年数の男女差異
- ③管理職の女性割合
- ④労働時間の状況(残業時間など)

1つでもPRできれば、そこからスタート

⇒1つの実績から好循環が生まれる

効果的なPR方法

女性のキャリアをテーマにしたコンテンツを作成

- ★通常のコンテンツとは別枠に
- ★作成後は女性社員に確認してもらう
- ★制度の具体例を出すと信用度が高まる
- ★あくまでもポジティブに伝える

女性を積極的に活用したい！というその意思が重要

「感情の共感」が女性活躍に欠かせない

Staff Interview

育児休業を2度取得後、短時間勤務制度を利用

総務課主任 梶田 恵子 さん

勤続18年。7歳と2歳の子どもさんを持ち、2回の育児休業を取得しました。岡山県倉敷市からマリンライナーで通勤。短時間勤務制度を利用。くるみん取得にも担当者として関わり、現在は総務の中堅社員として活躍しています。



Comment

第1子から、育児休業はもちろん1時間早く帰る勤務制度や子の看護休暇を利用しました。過去に育児休業を取得した社員の方々ののおかげで、休業の取りやすい企業風土があり、第2子のときも抵抗なく取得することができました。とはいえ、常に感謝の気持ちを忘れないようにしています。

復帰から1年半が過ぎ、復帰後の仕事も慣れてきましたので、現在は限られた時間の中でいかにスピード化、効率化を図るかが課題です。居残ると、返って周囲の方が心配してくださるので、極力ご迷惑を掛けない工夫をしたいと思っています。

また今後は、主任会議などで部署を超えて問題の改善等に取り組んでいきます。

コンテンツ例(香川県作成 「女カツのススメ」より参考資料として抜粋)

まとめ

良い実績づくり(ウソをつかない)と積極的な広報

- 採用ターゲットの明確化と採用ブランドの構築
- 「働きやすい職場」になるための実績づくり
- 活躍している女性社員の協力を獲得
- 広報の強化(ホームページや採用ページ)

★「分からない」と、絶対に人は来ない。

いいことも悪いこと(改善点を踏まえて)も提示。