

内定者の親に「自社知って」

浜松市内の企業が採用活動の中で、就職内定者の親との関係構築に力を入れている。社長が内定者の家庭を訪問したり、自社製品を送ったり。学生に有利な「売り手市場」が続く中、親の理解を得ることで、人材確保や早期の離職防止に一定の成果を上げているようだ。

(山田晃史、写真も)



内定者の自宅を訪ね、事業内容を説明するエネジンの藤田源右衛門社長(左)=伊東市で

社長家庭訪問で縁固め

「四十年以上働くとになると相性が大切になる。結婚と同じで、一度あいさつするべきだと思いましたが」

LPカスを販売するエネジン(浜松市中区)の藤田源右衛門社長(左)が十一月月上旬、来春に入社を予定する伊東市内の小牧勇也さん(17)と伊東商業高校三年生(18)の母澄江さん(48)に事業内容や入社後の仕事、CSR(企業の社会的責任)活動を説明。一つ一つに直面したとき、「家族の応援や励ましが大切になる」と協力を求めた。

澄江さんは「十八歳で親元を離れるので心配していたけれど、社長自ら来てくれたので安心して送り出せる」と話した。

浜松の企業、離職防止も

エネジンは昨年からは家庭訪問を始めた。社長自ら会社を紹介することで内定者と家族に深く知ってもらう、採用後に「想像していた仕事と違った」といった認識のずれを防ぐ狙いだ。このほか二十代中心の採用チームをつくったほか、見学会で会社の隅々まで見せるなどの取り組みもあり、二〇一五年入社以降の離職はゼロという成果も出た。

これまでの家庭訪問では、理系学生の親が営業への不安を打ち明け、結局、内定を辞退したこともあった。しかし、藤田社長はこの一件をヒントに「来年の採用では最終選考前に仕事体験を組み込み、不安解消に努める」と決めた。

■製食品送り「安心を」

「源氏パイ」や「カンパン」などで知られる三立製菓(浜松市中区)は五、六年前から、内定者の親に自社製品の詰め合わせと会社案内を送っている。商品は有名なものの、社名と結びつくことが少なかったからだ。近年は売り手市場の傾向が強まり、「親に安心してもらうことの大切さを感じている」と担当者。「この会社だったんですね」と礼状をもらうこともあり、人材確保にも役立っているという。

浜松商工会議所は、来年二月に家族で参加する就職活動研究のイベントを浜松市内で開く。親元を離れた学生にとって、親が地元企業の情報の窓口になっている場合が多いため、親を巻き込むことにした。商議所人材支援室の担当者は「企業の運動会や祭りがあった昔に比べて一般家庭との接触が減っている。人手不足もあり、親に知ってもらう機会を自らつくる企業が増えている」と話している。

新聞東海本社2017 (日刊)



新聞東海本社
浜松市東区美新町45番地
〒435-8555 電話 053(421)7711

しずおか

2017年(平成29年)

12月19日

(火曜日)



2017.12/23-30・1/2-14
17:30-21:30
名古屋城 名古屋城 名古屋城
https://www.teamlab.art.jp/en/nagoya-castle2017

購読申し込みは

0120-454010

スマホで便利
中日新聞+プラス
chuplus.jp

CHUNICHI Web
www.chunichi.co.jp

2017年(平成29年)12月19日(火)

中日新聞 トップ紙面