

オンラインを活用した就職・採用活動と キャリア形成支援

2021年12月7日(火)

太刀川 明
Tachikawa Mei

富士通株式会社
Employee Success本部
Engagement&Growth統括部
人材採用センター



事前課題動画 事例紹介

富士通株式会社におけるコロナ禍における新卒採用の取組

コロナ禍による外出自粛が始まった2020年より、企業の働き方改革は加速しました。コロナ以前からテレワークを推進してきた富士通では、現在は在宅勤務が基本。社員の実情に合わせて、時間と場所を自由に選べるスタイルに変わってきています。

今回は人材採用センターの太刀川明(たちかわめい)氏より、2020年に行われたオンラインインターンシップについて紹介がなされました。太刀川氏自身、所属チームは川崎にありながら、京都からの参加となっています。

富士通のインターンシップは2つのコースがあります。ディスカッションをしながらソリューション提案をしていく5日間の『Field Learningコース』、そして、エンジニア領域で課題解決に取り組む、2週間の『Skill Challengeコース』です。それぞれ約270名、50名の参加となりました。

インターンシップのオンライン化に伴い、従来とは環境や経験できる内容が異なる中、できるだけ富士通を体感し、魅力的な内容となるよう、現場と密に連携をしながらコンテンツを作成。

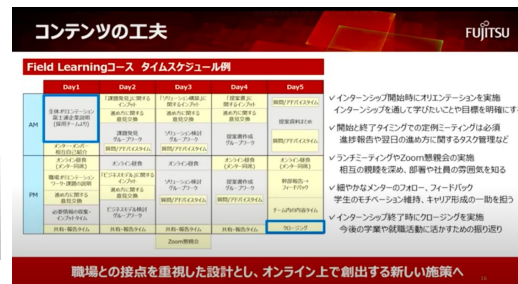
インターンシップ初日のオリエンテーションでは、一人ひとりが目標を設定することで学びたいことや目的を明確にし、自律的な活動を促していました。インターン期間中は職場に入り込んで行うため、メンターはもちろん、たくさんの社員からフィードバックがもらえる機会を提供。学生にとっても非常に貴重な

経験だったのではと思います。終了時のクロージングでは、開始時に立てた目標がどれだけ達成できたか、また今後の学生生活にどう還元できるかなど、インターンシップで終了してしまうのではなく次に繋がることを意識してもらえよう構成としました。

また、オンラインでコミュニケーションが希薄になることを防ぐために、開始終了時の定例ミーティングを必須とし、相談しやすい環境やタスク管理も徹底して行いました。ランチミーティングやZoom懇親会を設けるなど、オンライン下でもオフの場を作り、現場社員や部署の雰囲気を知ってもらえよう工夫も行いました。

全面オンラインでの開催は初年度ではありましたが、期間中はZoomやBoxなど様々なオンラインツールを活用しながら、決められた期間の中で各学生が最大限のパフォーマンスを出せるようフォローアップ。オンラインの環境を活かし、オンラインだからこそできる取組も取り入れながら、少しでも学生のキャリア形成の手助けができるよう努めました。その結果、参加後のアンケートでも非常に満足度の高い結果を得ることができました。

学生の就職活動も多様化している中で、より学生に魅力的と感じてもらえるインターンシップとなるよう、2021年度以降についてもしっかりと分析してアップデートし、次年度に繋げていきたいと考えています。



OPENING

井上 示恩 Inoue Shimeon 日本学生支援機構 学生生活部長

ワークショップのはじめに、日本学生支援機構の井上学生生活部長より開会の挨拶がありました。就職、採用活動における、オンラインの活用に係る課題について、得られたことを所属先に持ち帰り、キャリア教育、就職支援の充実に活かしていただきたいと思います。

登壇者によるパネルディスカッション

住田 暁弘
Sumida Akihiro

東京都市大学
学生支援部 部長



増本 全
Masumoto Zen

株式会社リクルート
就職みらい研究所 所長



オープニングトークの後、事前動画と参加者から事前に集めた質問をもとに対談が行われました。ファシリテーターの東京都市大学学生支援部長の住田暁弘(すみだ あきひろ)氏、講師の富士通株式会社人材採用センターの太刀川明氏、そしてゲストコメンテーターとして、リクルート就職みらい研究所所長の増本全(ますもと ぜん)氏の3名によるものです。

- 住田** オンラインになって、インターンシップの応募者が増加しているとのことですが、背景としてどのようなことが考えられますか？
- 太刀川** オフラインでは1~2週間拘束されていたことを考えると、物理的なハードルはかなり下がりました。「ゼミがあるから1時間出席」ということもOKです。その柔軟性から、応募者は倍増しています。
- 住田** 一方、積極的に動く学生と、動かない学生の差が大きくなっています。「スーツを着始めた友達に影響されて」ということもなくなりましたね。
- 増本** オンラインになると、自ら情報を求めないといけません。周囲の動きが見えづらくなっている中、ゼミなど学生が小集団で関わる場が非常に大事だともいわれます。
- 太刀川** オンラインではSNSや動画配信を行うなど、情報発信量は増えました。一方、企業側の雰囲気や社風、熱量については伝わりづらい環境ともいえます。どうすれば他社と差別化でき、相思相愛の人材が採れるのか。ここはしっかり取り組んでいかなければいけない課題です。
- 増本** 情報を集めても、最後は信頼できるかどうかです。対話の機会を通じて、考え方をきちんと語っていく場も必要でしょう。それが施策や制度につながっているか、会う社員がみんな同じことを言っているか、そういった一貫性が信頼につながるというのです。
- 住田** 学生が情報を見て整理をしてインターンシップで自分の言葉で確認したり、相性を調べていくイメージですね。
- 増本** よい採用をする方法は、実際に仕事をさせることだと、学術的にも言われています。学生も、自分たちが大学に戻って何を勉強すべきなのか、学びの再設定にもつながるでしょう。
- 太刀川** インターンシップは、実際に自部署で受け入れた学生の専門性や取り組み姿勢を見ることのできる良い機会です。学生・企業の相互理解の場として非常に有効であり、入社後のギャップは通常の入社者より少ないのではないかと思います。実際、インターンシップ参加後に富士通にエントリーしてくれる学生も多く、内定にも至っています。内定期間中はSNSコミュニティを作ったり、経営層と話せる機会を設けていたり、内定者へのフォローも欠かさず行っています。
- 増本** オンラインで内定辞退が増えるのではと心配する声も聞かれます。しかし、オンラインか否かよりも、コミュニケーションがとれているかどうかの方が相関性が高いです。学生に聞くと、説明会はWebの方がいいけれども、インターンシップや最終選考は対面の方がいいといっています。何のための場なのかによって、最適な手法が選ばれていくことが大切といえそうです。

グループワーク -Part1-

パネルディスカッションの後は、10グループ(1グループ 4~5人)に分かれ、グループワークが行われました。1回目のグループワークのテーマは「オンラインを活用した就職・採用活動について」です。ブレイクアウトルームでの25分間の意見交換のあと、各グループで出した意見を3つのキーワードに集約してチャットに書き込み、メインルームにて1分間の発表が行われました。

Topic

オンラインを活用した就職活動・採用活動

あるグループでは、まずは「オンラインのメリット・デメリット」について、多くの意見が出されました。特に県外に行きたい地方の学生にとって、「金銭面できりめなくて済む」「時間的な負担が軽くなる」など、メリットを感じている参加者が多くありました。ただ、県内就職も推進したい大学としてはジレンマもあるようです。逆に、地方の企業には、今までなかった大都市圏からの応募が集まるところもあり、競争率が上がって大変だという意見も出ています。

学内企業説明会におけるメリットとしては、Zoomの活用など、レコーディングしていつでも自由に閲覧できるような環境構築が可能になったことがあがりました。インターンシップでは、学生の状況をオンラインで容易に確認できるようになり、フィードバックの面談などで、きめ細やかな支援ができるといった話も出ています。

「学生の動向」については、就職活動に対して積極的に動く学生、動かない学生というように「二極化」してきているという声も多く聞かれました。オンラインの環境では、遠方の企業が企画するイベントにも学生が距離を移動することなく参加できます。このように積極的に動く学生は、春、夏にすでに多くの業界や企業を回り、早々に就職先を絞ってしまう事例もあることから、「あまり視野を広げる間もなく就職先が絞られていくというのはどうか」という意見も出されました。なかなか動かない学生への対応として「1~2年生のうちに自発性を生み出す仕掛けを作っておく必要がある」という意見もありました。

全体共有 -Part1-

全体共有では、「オンラインを活用した就職・採用活動」の現状と課題について、チャットに書き込んだキーワードをもとに各グループから1分間ずつ発表が行われました。

学生の二極化

情報が簡便に取得できる反面、情報を見る学生と見ない学生の「二極化」がより顕著になってきたこと。それが後々キャリア支援の現場の中で大きな差になって、支援の複雑さが増している側面。また「オンライン化による容易さの裏に潜む離脱率」ということで、インターンシップで離脱する学生があることが課題としてあがりました。また「キャリア支援施策の時期と方法」ということで、採用チャネルが複雑化し、時期もまちまちに。さらにオンライン下では個別の状況が見えづらく、複雑さが増しているという話がありました。

オンラインによる学生の熱量低下、メンタルフォローの大切さ

大学で行う合同企業説明会等がオンラインになり、学生側も企業イメージが先行。偶然の出会いもなくなり、合同企業説明会への「参加率」に課題が出ている現状が報告されました。また、熱量の部分で、ビデオをなかなかオンにできない学生がいる、ビデオオンのイベントは参加する学生が少ない傾向があるといった問題もあるようです。一方で他グループでは、オンラインインターンシップを「単位認定」することについて、内容についてどれほどのものかよく分からないという意見が出ました。さらに、オンラインの環境では外部との接点がなく、ストレスを抱える学生が多いなど、キャリア支援の中で「メンタルフォロー」の必要性が増えたということです。

学生へ「ニューノーマル」のあり方を指導

オンラインでは数多くある情報の中から「メリハリ」をつけて情報収集してもらうこと、加えて、気持ちを私生活から切り替える「メリハリ」も大事だという意見が出ました。学校によっても、部屋の貸し出しをして学生の利便性を高めたり、1年次からWeb面接などに慣れてもらうなどの事例があり、新しい学生へ「ニューノーマル」のあり方を指導していく必要性があげられました。他にも二極化が進む中、利便さが進めば進むほど電話や「対面の大切さ」が、逆に必要になってくるのではないかとことも言われました。全体的に、説明会やイベントの参加率が低く、悩ましい問題であるということが共通認識としてありました。

2年次から学生が自ら動けるようにする支援

企業では早々からインターンシップを行い、これぞという学生には次のアプローチをとりまします。そうすると、もうそこでいいと就職先を決めてしまう学生もいる。しかし大学から見ると、もっと視野を広げ、就職活動の機会を増やすことの方が大切ではないかという考えが出されていました。また就職活動からは一度切り離して、1年次や2年次から、学生が自ら動ける人材となるように、大学側が広範囲な視野で学生へ働きかける必要があるのではないかという議論がありました。

オンラインと対面の「テーマと目的」をクリアに

その取組がなぜオンラインなのか、なぜ対面なのかという「テーマと目的」を明確にすることが大事だという認識が示されました。コロナ禍で就職が難しい業界があれば、学生は他に視野を広げるなど、業界の動きに対応していかなければなりません。一方、企業側ではネームバリューがないと学生が集まりにくい。そこである企業では「学生の知りたいことに寄り添っていく」を念頭に、昨年から1day開催のオンラインプログラムをつくり、そこで提示される「13項目のコンテンツ」の中で、学生が何に興味を惹かれるのかを調査した事例を紹介しました。また別の企業からは、インターンシップでは親切なところばかりでなく、厳しい側面も伝えているという話がありました。

些細な相談ができる学生窓口を

「学生に伝えるのがなかなか難しい」ということから、「講座自体を細分化する(必要な段階を選んで参加)」ことや「動画を見てもらうための工夫」、そして就職活動をする上での「些細な相談ができる窓口」として予約する必要のないZoom相談室を常に開けておくなどの案が出されました。



グループワーク -Part2-

2回目のグループワークは、「これから自校／自社／個人でやってみたいこと」について15分間の意見交換を行いました。そして、一人一人が「アクション宣言」をチャットに書き込み、全員で共有していきます。

Topic

ネクストアクション

各グループで、これまでの登壇者、参加者の意見を踏まえた「ネクストアクション」をテーマに、意見交換が行われました。フルリモートの就職、キャリア支援をする大学では、障がいを持つ方も含めて、もれなく就職支援、キャリア支援を力強く進めたいとのこと。一人一人のスキルやキャリア観にマッチした就業支援、フルリモート勤務の拡充などを企業と連携して進めたいと話しました。

企業からは、身近な発信者としてのOB・OG訪問の活用という話題が出ました。また、大学と企業どちらも幸せになるために、単位認定がされるようなインターンシップを協同で行いたいというアクション宣言がなされています。そのためには、オンライン、対面ということに振り回されず、「学生が何を求めているか、何が支援として大事か」を中心に考えていきたいということ。また就職が決まった学生にヒアリングするという案も出されました。インターンシップに職員が参加するという話を聞き、自大学で取り入れていきたいという声も出ました。

キャリア支援の施策の時期と方法について、「新しい時代になったのでチャレンジしてみてもよいのではないか、現場で提案していきたい」という声もあがりました。早期段階から企業をよく知ってもらい、マッチングができる限り行うことで早期退社を防ぎたいとする大学もあります。全体的に、悩んだときは今回の共有を参考にしたいという声が多く聞かれました。

全体共有 -Part2-

2回目の全体共有では、企業と大学等、双方の参加者から、ネクストアクションとして、次のような内容の宣言がなされました。

企業から(抜粋)

- ✓ 自社のミッションの言語化を深掘りし、学生に企業の本質を知ってもらい、入社後のロイヤリティを高めていく努力を行います。
- ✓ 最新テクノロジーを活用した、感性を磨くコンテンツにチャレンジしたい！！
- ✓ 学生に業界を知ってもらいたい。そのための活動を強化していきます。
- ✓ 学生のキャリア観の育成、サポートと企業としての目標達成の両立を目指します。
- ✓ 人と人とのつながりを大切に、心こもった採用活動を行っていきます。
- ✓ 取り残される学生が少しでも減るよう、学校と連携してサポートしていきたい。
- ✓ 目的・狙いを捉え、学生の傾向や求められているコンテンツを提供します。
- ✓ キャリア部署と連携し、学生、大学、企業の皆さんがHAPPYになる採用広報・選考活動を行えるよう尽力します！

大学等から(抜粋)

- ✓ 低学年次から気軽に相談してもらえるよう、オンラインでのグループ相談を始めます！
- ✓ 就職だけでなくライフキャリアのフォローを念頭に支援を行っていききたいです。
- ✓ 障がいの有無や場所、時間などの障壁を超えて、全学生に質の高い支援体制を作ります。
- ✓ 予約なしで小さな質問や相談ができる「チャンネル」を開設したい。
- ✓ 学生に「どんな話も聞いてくれる」と思われるキャリア支援課を作りたい。
- ✓ 浮き彫りになった問題を直視し「キャリアセンターの役割」とは何なのか問い続けます。
- ✓ 現場スタッフでもっと論議しながらトライ&エラーしても良い風土にしていきたい。
- ✓ 社会の多様化に合わせ、就職支援のあり方を見直す機会をつくりたい。
- ✓ 学生と伴走する存在になり、座談会等を復活させ、学生同士の対面の機会を多く設けたい。
- ✓ 動きの見えにくい学生へ効果的なアプローチや一人一人に合わせた対応で支援したい。
- ✓ 能動的に動ける学生、具体的なキャリアを考えられる学生支援をしていきます。
- ✓ 学生が、自分自身を肯定でき、自信を持ってもらえるキャリア教育を行いたいです。
- ✓ 良い意味でもとには戻らない。多様性に合わせて昭和世代からワープする。
- ✓ 「面白い！」と思う取組&魅力的な見せ方で、学生の心に届けます。
- ✓ コンテンツを見直し、時代のニーズにあったものを提供していきます。
- ✓ ユーチューバーに負けない！テーマ・目的を明確にした、短時間のコンテンツを発信する。
- ✓ オンラインの企業説明会等で、学生がすぐに退出してしまわない取組を提案する。
- ✓ ガイダンスを早期化し、参加自由度を上げていきます。
- ✓ ガイダンスやセミナーのコンパクト化やサムネによる参加率(視聴率)UPに取り組みたい。
- ✓ すべての支援プログラムの目的をはっきりさせ、参加率を上げ、離脱者を減らします。
- ✓ 上級生→下級生、就活生↔就活生といったコミュニケーションの場を創ります。
- ✓ 企業と学生の個々のマッチングによる就職率アップを目指します。
- ✓ オンラインツールを活用し、学生がより良い就職先に巡り合えるようサポートしたいです。
- ✓ 連携してインターンシップ等を充実させるなど、企業との接点を充実させていきたい。
- ✓ インターンシップにキャリア職員の参加許可をいただき、企業と学生を知ることで個別性の高い面談へつなげます。

「オンラインを活用した就職・採用活動とキャリア形成支援」 ワークショップの終りに

プログラムを終えて、参加者からは「たいへん勉強になった」という声が多く寄せられました。「目の前の課題はたくさんあるけれども、先を見据え、企業と大学が連携して学生をサポートしていかねれば」と、住田氏はいいます。自分自身が学び続けること、そして一緒に何かを創っていく仲間として、大学が横につながることも大切だと話しました。太刀川氏は、企業として、大学側がどこに興味を持ち、どこに不安や課題を感じているか改めて感じたとのこと。

学生のキャリアの醸成に寄与していくためにも、今後とも大学側と接点を持ちたいと語っています。「前例にとらわれないアイデアがすごくたくさん出て、ワクワクしました」という増本氏。これからは変化に対応する力が必要。小さなトライを積み重ねていくことが重要ではないかと述べました。