

# わたしたちの会社にはどんな人が合うんだろう??イチから始めた採用活動

採用成功レポート vol.12 株式会社東西吉祥様

採用職種	自社ファッションブランドの企画運営、web デザイナー・アパレル EC サイト運営、 自社ファッションブランドのディレクター
募集背景	業績好調による増員募集
成功ポイント	・「なんとなく〇〇な人」ではなく、欲しい人物像のターゲットを 明確化したこと ・選考フローの工夫 ・雇用形態の柔軟化
事業内容	EC サイト、自社ブランド『ARGO TOKYO』の運営
本社	千葉県松戸市



## 自社に合った媒体選定の重要性

千葉キャリアを初めて利用したのは、2016年のことです。会社を立ち上げ、人材の増員を検討していたのですが、世の中には溢れるほどの求人媒体が存在しており初めはどの媒体を利用するかとても悩みました。

「大手媒体だと応募がたくさん来る。たくさん来るのは嬉しいけれど、当社には人事の部署があるわけでもなく、代表の私が一人で捌ききれぬかしら。」「折込はお手頃価格で利用がしやすい。でも、当社のブランド力やおしゃれな魅力を発信できるか心配だな。」  
…いろいろなことを考えているうちに、ご縁があって千葉キャリアに出会いました。

地元密着なので、大手媒体のように全国からたくさん応募が来るわけではないというのは把握していましたが、何よりも巨額の費用をかけずに、自社の魅力を存分に打ち出せることに大きな期待を寄せ、千葉キャリアを使って採用活動をすることにしました。

## 明確なターゲットの選定の重要性を知った

千葉キャリアを使って採用活動をする<sup>と決め、まずはどんな人が欲しいのか千葉キャリアさんと一緒に話し合いました。</sup>  
初めは「なんとなくこんなことができる人がいいな」程度にしか求める人物像を設定していませんでしたが、打ち合わせをするうちに「〇〇をすることができて、〇〇なことを考えている〇歳くらいで松戸近郊に住んでいる人」などのように、かなり詳細な人物設定をすることが重要だというお話を受けました。

「そこまでする必要があるのか」とはじめは少し疑問に思いましたが、千葉キャリアさん曰く「ターゲットがぶれていると応募が来ないだけでなく、ミスマッチも起こる」とのことで初めて「自社にはこんな人が向いている」ということ意識したものです。

特に当時の社内は当時 20 代～ 30 代の女性が数名しかおらず、どんなにスキルを持ち合わせていても「社風と合わない」可能性も考えられるので、「なるほどな」と納得しました。もちろん初めからピンポイントの人材に出会うのは難しく、何回か原稿修正などの対策をしながらなんとか自社に合う人物に「出会う」ことができました。

## ただ載せるだけではなく、採用活動のステップも重要

千葉キャリアさんで広告を載せ始めて、反響も出始めていた時、ある課題に直面したことがあります。応募が来るのですが、「選考に進まない」という課題です。そこで千葉キャリアさんに相談したところ、「選考ステップのハードルが高すぎる。※当時はイラストレーターを用いた作品の提出が必須」という声をいただきました。

確かに、働く前に「どんなことができるのかを自分の目で見てみたい」と思う気持ちは当然ですが、求人広告に赤裸々に載せすぎってしまったことが原因のようでした。そこで、段階を踏んで作品提出を求めたり、人によってはスキップしていただいたりとなるべく求職者に寄り添ったステップにすることにしました。

その後は応募から次のステップに進んでいただけるケースが増えました。単に広告を載せるだけでなく、このような「ステップ」についてのアドバイスもいただけて感謝しています。