



若手社員が
働き続けられなくなる！③
会社を辞める



選考活動・インターンシップを通じた早期離職の防止策

新入社員の早期離職は、多くの企業において深刻な課題となっています。そこで今回は選考活動時点において実施することができる早期離職防止策について解説します。

社会保険労務士法人名南経営
マネージャー・キャリアコンサルタント

田代 倫大

- 第1回 若手社員の早期離職の原因とリアリティ・ギャップの防止
- 第2回 高まるワークライフバランスの意識とその対応
- 第3回 選考活動・インターンシップを通じた早期離職の防止策
- 第4回 入社当初に徹底したい社会人・企業人としての働く意識の醸成
- 第5回 メンター・面談などの取組みを通じたエンゲージメントの向上
- 第6回 成果発揮・承認の好循環を回す人事評価制度

早期離職が招く 現場への悪影響

新規卒者の入社後3年以内での離職率は、かねてから30%を超えており、人事管理上の大きな課題となっています。

早期離職による影響は、それにより現場の人員計画に狂いが生じるだけではありません。

教育係であった先輩社員は、これまでの教育が無駄になってしま

ったという徒労感を感じやすくなります。

また、周囲の社員も「自分自身もこのままこの会社で仕事を続けてよいのだろうか」という不安を感じ、転職を意識するといった悪循環を招く危険性もあります。

早期離職の要因になる 情報の質の問題

若手社員の早期離職の理由は第1回で解説したとおり、「自分の

やりたい仕事とは異なる内容だったため」「仕事が上手くできず自信を失ったため」などが挙げられています。

これらの離職を防止するには、応募時に、自社の情報がしつかりと伝わるような対策が重要です。

インターネットの普及により情報が得やすくなっているのにもかかわらず、このような対策をわざわざ必要とする理由には、情報の出し手と受け手のニーズのミスマッチが大きい点が挙げられます。

たとえば、求人情報が勤務時間、給与、各種保険など労働条件面に偏っていたり、採用時のパンフレットが営業用のものを兼ねていたりして、そこで働くことを考えるために必要な情報が十分ではないことがよくあります。

また、求人広告についても多くの母数形成を狙い、求職者によい印象を与える情報を中心となっていることが通常です。

実際、仕事を長く続けるためには、苦勞を乗り越えるなどの大変な場面も当然ありますが、そうしたネガティブな情報を掲載することで求職者が集まらないのでは意味がないため、どうしてもこの傾向は強まります。

早期離職防止のために 必要な情報とは

それでは、入社した社員に定着してもらうには、どのような情報を伝えるべきでしょうか。

左図は、学生が就職先を選択する際に重視する主なポイントの一例です。学生は、具体的な待遇面だけでなく、「働き甲斐」や「社風」といった主観的かつ感覚的な情報も重要視しているのです。

そのため、情報発信にも工夫が求められます。育児休業を例としていえば、応募者の多くは、「育児休業の制度はあるか」という客

■学生が就職先を選ぶための主なポイント

- 安定している会社
- 自分のやりたい仕事（職種）ができる
- 給料がよい
- 働き甲斐がある
- 社風がよい
- 自分の能力や専門性を活かせる など

出典：「マイナビ 2022年卒大学生就職意識調査」より著者作成

観的事実だけでなく、「育児休業を取りやすい雰囲気か」という情報を求めています。

そこで、実際に育児休業を取得した社員の体験談を会社の採用ページやパンフレットに記載してもよいでしょう。

感覚的なことを伝える直接的なコミュニケーション機会

効果的な採用と入社後の定着を図るためには、応募者が求める感覚的な情報を上手に伝え、自社への理解を深めてもらうことが不可欠になります。

このような情報は、対話のなかでしっかりと伝えていくことで理解が深まります。採用試験であれば、面接の場がもっとも重要になります。

面接による選考では、会社が応募者を見極めるだけではなく、応募者に自社を選んでもらうための重要な場面であることを認識する必要があります。

面接時間は、企業からの質問ばかりに使うのではなく、自社の紹介・PRや応募者の質問を受けて不安を払しょくする時間として活用し、応募者のイメージギャップをなくすように努めましょう。

インターンシップ実施時の注意点

応募者の自社への理解度を高める施策としては、インターンシップや社内見学会、社員との交流会の開催なども有効です。

いまやインターンシップは、採用・就職活動では不可欠の取組みとなっていますが、インターンシップの効果は、会社と学生との接点づくりだけでなく、ミスマッチの防止にも大きく寄与します。会社説明会での一方的な情報ではなく、そこで働く人や職場の雰囲気を感じ、仕事に触れられることで、その会社への理解が促進され、自らの職務適性などを考えることにも繋がります。

ここでは、インターンシップを実施する際の注意点を2つ紹介します。

① テーマ設定

インターンシップは、就業体験であることを前提にしつつ、細かいテーマは会社が設定します。

しかし、会社が伝えたいことだけを一方的に伝える内容になってしまうと、学生の理解は進まず、満足度も落ちてしまいます。

場合によっては、企業に対する

興味も低下してしまい、選考を受けてもらえないという結果を招きかねません。

そのため、テーマ設定においては、学生の知りたい情報を押さえておくことが重要です。

既存の社員にアンケートを実施し、過去に実際に感じたギャップや、中途入社社員がいれば前職との違いについて聞くなどしてテーマ設定に反映させるとよいでしょう。

② 受入体制

インターンシップに参加する学生は、先輩社員と直接触れ合い、生の話を聞きたいという思いを強く持っています。

そのため、インターンシップ実施の際には、人事担当者だけでなく、学生が親しみをもちやすい若手社員も配置し、学生が気軽に会話をし、会社と業務内容について深く理解できるようにすることが重要です。

会社の思いを伝える「アップローチブック」や内定通知書

インターンシップをはじめとしたコミュニケーション機会は、応募者にとって具体的な情報をつかみやすい半面、限られた時間や人

員では対応しきれないこともしばしばあります。

特に中小企業においては負担感も大きいでしょう。このような場合、情報提供のツールを工夫することも効果的です。

たとえば、「アップローチブック」や「キャリアブック」などと呼ばれる応募者や内定者に対してアップローチする独自の冊子を作成している会社があります。

これらの冊子作成のポイントには、先輩社員がどのような「思い」を持っているのかという点にフォーカスすることです。

たとえば、「どのような思いで入った社員がいるのか」「どのようなキャリアを歩んでほしいのか」といった情報をわかりやすく伝えることがおすすめです。

また、冊子としてまとめられていることで、誰に対しても均質的で、抜け・漏れのない情報伝達ができるメリットもあります。

さらには、内定通知書等に会社のスタンスを反映したメッセージを書き加える方法もあります。

新入社員には、「会社がどのような考えを持って働いてほしいのか」を、理解したうえで入社してもらいましょう。