

# 「OB・OG訪問」の上手な活用法

OB・OG訪問を通じて、自社のリアルな情報を伝えることができれば、採用ミスマッチの削減につながります。そこで、OB・OG訪問を上手に採用につなげるためのポイントを紹介します。



## OB・OG訪問の あらまし

### ◆OB・OG訪問とは◆

OB・OG訪問とは、学生（または社会人）が就職を希望する企業に在籍する同学のOB・OG（オールドボーイ・オールドガール）を訪問して、企業の情報収集を行なうことを言います。昭和の時代より脈々と続く就職活動の手段の1つです。

学生は、「紙面やオンラインだけでは伝わらない生の雰囲気や対応が知りたい」「求人媒体や説明会などの対外的な広報内容だけでなく、現場のリアルな声を聞きたい」と考えてOB・OG訪問を行います。学生からすると、同じ大学やサークル、ゼミに所属していた先輩であれば、信頼感を持ってそうしたリアルな情報を尋ねることができそうです。

### ◆OB・OG訪問の流れ◆

#### ① 学生がOB・OGを探す

学生が所属する大学の就職課・キャリアセンターなどにある卒業

生名簿から就職を希望する企業に所属するOB・OGを検索し、連絡先を入手します。

学生が所属する部活やゼミ、サークルなどの先輩に直接連絡をとるケースも多いです。なかにはアルバイト先や親戚などのつながりを利用するケースもあります。

#### ② 学生から連絡が来る

①のほか、学生から、会社宛てもしくは所属社員宛てに、メールまたは電話でOB・OG訪問を希望する旨の連絡が届くことがあります。

学生にはまだビジネスマナーが身についていないため、電話対応が稚拙だったり、メールのタイトルや内容がわかりにくかったりする場合もあります。成長機会はあつて設けることができますので、初めは寛大な姿勢で対応することをおすすめします。

また、学生のアポイントは、社会人に比べて不安定です。「時間を間違えた」「忘れていた」「場所を間違えた」「電車に乗り遅れた」などの理由から、時間どおりに進まないこともあります。無駄な待ちぼうけを食らうことがないように、緊急連絡先を伝えておく

ようにしましょう。

#### ③ 実際に会う

学生は、多くの企業のなかから自分に合った企業を発見したいと思つて真剣に訪ねてきます。

企業ホームページ、企業説明会、インターンシップなども大事な判断材料ではありますが、マンツーマンで対応をしてもらえるOB・OG訪問は、それらのコンテンツ以上に志望度を左右するといつても過言ではありません。

そのため学生からは、対応する社員の言動、話す内容、印象に至るまで、注意深く観察されています。丁寧な応対を心がけるようにしましょう。

対応の善し悪しで、志望度が変化することはもとより、学生間でやりとりをされている情報ツール（『ワンキャリア』『就活会議』『ツイッター』『インスタグラム』など）で共有されることがあります。

対応する社員は、そこまでの影響があることを念頭に置いて、会社の代表として適切に対応することが求められます。

#### ④ 連絡先等を聞く

学生の氏名、大学名、学部名、

電話番号、メールアドレスなどの連絡先については、学生本人が承諾した場合に限り、採用担当者と共有するようにします。

ただし、住所までヒアリングするのは、嫌がる学生も多いです。無理をして聞かないほうが賢明でしょう。また、LINE等のSNSの連絡先の交換も昨今は不快感を示す学生が少なくありません。あくまで就職活動に必要な最低限の連絡先にとどめましょう。

#### ⑤ お礼のメッセージを送る (または返信する)

学生にとって社会人からのメッセージは嬉しいものです。簡単な内容で構わないので、訪問後にお礼のメールを送るだけでも好感度や志望度が上昇するでしょう。丁寧な学生の場合、訪問後すぐにお礼の連絡をしてくる場合があります。当然ですが「よきお手本を見せる」意味でも翌営業日中には返信をしてあげましょう。そうした対応の1つひとつが、自社の印象を大きく左右します。

#### ◆ 訪問依頼が多い時期は ◆

昨今の採用活動の通年化に伴い、OB・OG訪問も通年行なわ

れるようになってきました。

とはいえ一般的には、インターンシップ期間（7月～9月または10月～1月）や、本選考（2月～5月）の直前の時期が、特に訪問依頼が増える傾向にあります。

特に夏のインターンシップ時期は、志望企業を絞り込むことはおろか、志望業界すら絞り込むことができない学生が多いため、広い視野で活動する学生が多く、訪問数を少しでも増やそうとする学生が多いです。

採用に力を入れたい企業の場合、この時期の対応は秋以降の自社の評判にも影響するため、できる限り積極的かつ丁寧に対応しておきたいところです。

### OB・OG訪問の メリット・デメリット

#### ◆ OB・OG訪問のメリット ◆

##### ① 母集団を大きくできる

採用活動において、母集団（自社を志望している、または志望する見込みのある学生の数）の大きさは重要です。母集団が大きければ選沢肢が増え、より質の高い人

材を選び出せる確率が高まるからです。

そのため、企業説明会やインターンシップに限らず、採用選考が始まる前に様々な場面で多くの学生に接触し、1人でも多くの学生に自社のファンになってもらうことが大切です。

近年はOB・OG訪問をオンラインで実施するケースも増えていくため、学生は以前よりも気軽に訪問しやすくなりました。知名度に劣る中小企業は、そうした利点を意識して、学生との接点を増やしてグリップ力を高め、母集団を少しでも大きくする機会にしたいところです。

##### ② 母集団の質を高められる

いくら母集団が大きくとも、そのなかに自社に適した人材がいなければ意味がありません。

母集団の大きさとともに、その質も高める必要があります。

その判断のポイントには、学生の「自社に対する理解度が高いこと」「自社の業務に対する理解が深いこと」「自社に入社したい気持ち強いこと」の3点が挙げられます。

OB・OG訪問を実施すれば、

訪問時に自社の社員から踏み込んだ情報を得ることで、自社や業務への理解が深まるとともに、志望意欲も高まる効果が期待できます。その結果、選考時に可否のボーダーラインに達する人数も増え、内定後の辞退率も低くなる可能性が高まります。

入社後のミスマッチや早期離職も低減できるため、長期的な観点で考えても、OB・OG訪問を上手に活用したいところです。

#### ◆ OB・OG訪問のデメリット ◆

##### ◎ 対応部門・社員の負担増

OB・OG訪問の最大のデメリットは、対応する部門や社員の負担が増加することです。

いくら採用活動において有効な手段であったとしても、本業あつての採用活動です。あまりにも負担が大きいと判断した場合は、お断りをするか、負担のかからない日程に調整しましょう。

就職活動に一生懸命に取り組む学生ほど、就職活動に多くの時間を割いていることに加えて、授業やゼミ、アルバイトなどで多忙なケースが多いものです。日程を合わせにくい場合もありますが、誠



意をもって可能な限り丁寧に対応することで、結果的に志望意欲を高めるなど、よい副産物を得られることもあるでしょう。

### ◎ 風評被害リスク

また、OB・OG訪問を行なった学生が「OB・OGから不誠実な対応をされた」と感じた場合には、周囲の友人や、大学のキャリアアセンターなどにその情報が共有されるリスクがあります。

情報の共有の方法は多様化しており、SNSや就職情報サイトなどの不特定多数が閲覧する場で共有される可能性もあります。こうしたリスクを認識したうえで誠実に対応する必要があります。対応する社員には、事前に教育・指導を行なうようにしましょう。

## 中小企業が活用したい

### 「OB・OG訪問アプリ」

#### ◆ OB・OG訪問アプリの活用が増加する背景 ◆

近年では、「OB・OG訪問アプリ」を利用することが増えていきます。その背景として大きく3点が挙げられます。

1つめは、個人情報の取扱いが厳しくなるに伴い、OB・OGの連絡先を開示しない大学が増えていることです。

2つめは、コロナ禍により、企業説明会、インターンシップ、面接まで採用活動がオンライン化したことで、会社の雰囲気や社員の雰囲気などリアルな情報が得にくくなっていることです。

3つめは、コロナ禍によって大学の授業がオンライン化し、コミュニティが分散・消滅したこと、以前のような学生同士で自由に会話をする場面が大きく減少していることです。

たとえば、コロナ禍以前では当たり前であった企業説明会や選考の帰り道での学生同士の情報交換の場が減少するなど、就職活動にまつわる情報収集の難しさについて、多くの学生が悩みを抱えています。

そんななか、学生は、少しでも有効な情報を得ようと、SNSやインターネットを駆使しています。その結果、OB・OG訪問アプリが広く活用されるに至っていると思われます。これは近年の就職活動における大きな変化の1つといえます。

#### ◆ OB・OG訪問アプリの種類 ◆

OB・OG訪問アプリの種類もさまざまです（図表1）。

そのなかでも利用者が多いのが、「Matcher（マッチャー）」と「ビズリーチ・キャンパス」の2つでしょう。

利用する学生と登録されている社会人（訪問される側）の数が共に最も多いと言われているのが、Matcherです。自分の大学以外の先輩ともつながれるという気軽さが人気の理由です。

ビズリーチ・キャンパスの特徴は、上位大学向けサービス（マリーチレベル以上）であることです。上位校の学生を採用したい場合や、自社に上位大学の出身者がいる場合に有効です。

このほかにも、さまざまなOB・OG訪問アプリがあるので、自社の予算や使い勝手に合わせて検討してみましょう。

#### ◆ 社員を登録・掲載する際のポイント ◆

OB・OG訪問アプリを利用する際は、アプリ上に自社の社員を登録・掲載する必要があります。

図表1 主なOB・OG訪問アプリ

アプリ	特徴
Matcher	……大学に関係なく訪問できる
ビズリーチ・キャンパス	……上位大学に特化
OBトーク	……チャットで気軽にやりとりできる
HELLO, VISITS	……企業公認の社員を訪問できる

そこで重要となるのが人選です。学生から見て「この人なら話を聞いてみたい」と思える社員を人事側で選出しましょう。

採用ターゲットとなる人物像（どんな学生に訪問・入社してもらいたいのか）についてイメージできていれば、そのイメージに近い社員を選ぶとよいでしょう。

また、アプリ上に掲載する社員（OB・OG訪問を受ける社員）には適切な学生応対ができるよう、事前に人事側で教育・指導し



図表2 想定される質問事項

<b>仕事のプラス面・マイナス面</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 仕事をしていてよかったこと</li> <li>● ノルマや忙しさの度合い</li> <li>● 仕事で大変だったときのエピソード</li> <li>● 仕事で達成感を感じたこと</li> <li>● 会社の改善点や今後期待していること</li> <li>● 活躍している社員の特徴</li> </ul>	<b>キャリアプランとライフプラン</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 転職の実情</li> <li>● 結婚後のキャリアプラン</li> <li>● 転職の有無とその理由など</li> </ul>
<b>会社や商品・サービスについて</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 商品・サービスの開発秘話</li> <li>● 商品・サービスの他社との違い</li> <li>● ライバルに勝つためにしていること</li> </ul>	<b>福利厚生・収入詳細とその満足感</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 昇給やキャリアステップのしくみ</li> <li>● 社宅の雰囲気</li> <li>● 有休などの休みの取りやすさ</li> </ul>
	<b>選考へのアドバイス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 面接の特徴</li> <li>● 選考で印象的だったこと</li> </ul>

図表3 社員に周知したい留意事項

<ul style="list-style-type: none"> <li>● 就職活動や学業とは関係のない話について社員からはあえて触れない</li> <li>● 学生との面談は、日中または夕方までに行なう</li> <li>● ほかの社員や人の目があるところで会う</li> <li>● 学生と2人きりにならないような配慮を心がける</li> <li>● 飲酒を伴う席での面談は控える</li> <li>● LINEなどのSNSの連絡先の交換は、社員から申し出ない</li> <li>● 大学や友人、SNSなどに情報が拡散されるリスクを認識する</li> </ul>
--

ておく必要があります。「会社を代表して広報の役目を担う」という自覚を持って、具体的な対応方法の知識やポイントを押さえておいてもらうことが大切です。

昨今、OB・OG訪問アプリを起点にしたハラスメントなど、さまざまな事件を耳にすることが増えています。自社の信頼やブランドを失墜させるような事態を未然に防止するためにも、事前の教育・指導が重要といえます。

## OB・OG訪問を成功させるためのポイント

### ◆ 想定される質問事項 ◆

OB・OG訪問では、よい面だけを冗長に話す人が少なくありませんが、いまだきの学生には響かないどころか、不信感を抱かせてしまします。ありのままに答えているかは、学生が敏感に感じ取っ

ています。

いまだきの学生は、買い物に際して、ネット上の評価コメントを吟味したうえで購入します。表面上の情報には流されまい、という姿勢を身に着けている世代ともいえます。

マイナス面も誠意を持って伝えることで、自社への理解を促し、志望意欲を高めることにもつながります。

OB・OG訪問で想定される質問事項は、図表2のとおりです。

### ◆ 人選のポイント ◆

OB・OG訪問への対応は、入社3年目前後の若手が最適です。

その次に、経営陣（年配であっても、コミュニケーションに難がなければ、むしろ◎）、または、キャリアの延長線上にいるミドル世代がよいでしょう。

どの世代においても共通する必須条件は、次のとおりです。

- 清潔感がある
- 明るい、活気がある
- 話が冗長にならないよう

配慮ができる

### ● 学生目線に立てる

どれか1つでも欠けていては、採用につなげることはできなくなる可能性があります。必ずすべての条件を満たす人を選挙するようにしましょう。

仮に条件をすべて満たす人が1人もいない場合は、OB・OG訪問ないし新卒採用活動そのものの実施を中止したほうがよいでしょう。売り手市場といわれるなか、学生の目線はそれくらい厳しいものと心得る必要があります。

### ◆ その他の留意点 ◆

先述したように、OB・OG訪問アプリを利用した不適切な事件が近年増えています。その大半は、男性社員による女子学生に対するハラスメントで、立場を利用して、飲食に誘ったり、自宅に誘ったりするなど、就職活動とは関係のない目的でOB・OG訪問に依拠しているケースです。学生が後になって、家族や大学、警察に相談することで事件に発展しています。そうしたリスクを認識したうえで、トラブル防止のために、対象社員には事前に教育・指導を行ないましょう（図表3）。