

Report

企業の人材獲得戦略

アトムメデイカル(株)

1938年創業。本社は東京都文京区。従業員数約4000人。主な事業は、医療機器・産科・婦人科用機器、新生児小児用機器などの製造・販売、輸出入。国内のほかイタリヤ・アメリカなど、海外展開も進めている。フイロフィーは「小さな生命(いのち)を救うために」。

将来のリーダー候補を求め 定期採用を実施、紹介制度を活用

風土変革のための、採用方針・採用手法の見直し	
Before	After
人材戦略	・「自分で考えて動く」風土
人材要件	・チームワーク ・リーダーシップ・主体性・自立性
採用方針	・必要に応じて不定期採用 ・定期採用して育成(風土変革へ)
採用方法	・一括採用(就職ナビサイト利用) ・紹介制度(一括で採れない人材を補強)
選考プロセス	(変更なし) ・筆記、面接3回

新卒社員への期待は リーダーシップの発揮

弊社は、主に産科や新生児科で使用する機器の製造・販売を行うメーカーです。創業から80年近い歴史を持つ会社ですが、2015年の新社長の就任を契機に、企業風土改革を進めています。新卒採用も、以前は不定期に実施していたものを定期採用に変え、次世代を担う層の強化を図ることで風土改革につなげようとしています。

今、弊社が求めているのは「リーダーシップを発揮できる人材」です。これまでの社内の意思決定はトップダウン型に近く、現場レベルでも上から下へのコミュニケーションが中心でした。しかし、スピードが求められるビジネスの現場に対応していくには、今後はボ

人事総務課 課長補佐 須田智徳

※たとのり●2015年アトムメデイカル(株)入社。前職より異動して人事に携わる。新卒採用を担当して10年。

ジションに関係なく、個々が主体性・自立性を持って行動し、リーダーシップを発揮していただくことが求められます。そのため、新卒採用でも、3回の面接(現場社員、現場責任者、役員)を通して、「主体的に判断し、積極的に行動した経験があるか」を見ています。

人材紹介会社の活用で 幹部候補生の獲得へ

弊社の新卒採用枠は、総合職5人、技術職5人です。技術職に就く理系の学生は、おおむね欲しい人材を採用できていて一方で、総合職の採用には苦戦しています。B to B企業のため学生の認知度が低いせいでしょう。新卒社員は将来的に会社の中核を担う人材に育てたいのですが、「ぜひ採用したい」という総合職の応募者は、期待するほど多くはありません。そこで、ナビサイトを活用した一括採用に加え、人材紹介会社と提携し、特に不足する総合職の幹部候



補生を紹介してもらっています。今の学生は、大学でしっかり勉強していて、ITスキルや語学力が高く、非常に優秀だと感じています。しかしその一方で、エネルギーが減っているようです。ビジネスの現場では常に新しい挑戦が求められます。チャレンジ精神旺盛な学生にもっと来てもらいたいものの、こういった志向の学生は、ベンチャー企業を志望する傾向があります。弊社のような長い伝統を持つ企業でも、今はさまざまなチャレンジができるということ、多くの学生に知ってもらうことが、今後の課題です。

大学へのメッセージ

主体的な判断、行動はさまざまな場面で求められます。大学でもこうした経験をする機会を増やしてほしいと思います。