

harutaka

- 導入事例集 -





就活をフェアなものへ！ 新卒採用に改革を！

株式会社USEN-NEXT HOLDINGS 執行役員 住谷 猛 様

業種 / サービス サービス / 音楽配信等

活用シーン 新卒採用 250名

目指す成果 選考機会の最大化とスクリーニング精度の向上



母集団

- ◆ 自己PR動画 **1,000** 件以上
- ◆ ライブ面接 **100** 回以上



面接工数

- ◆ 一次選考
対面面接 ……→ **動画選考**



選考精度

- ◆ 内定受託率 前年比 **1.5** 倍

ここがPOINT!

経営統合元年の節目となる 19 新卒採用を、「超！全力採用」と名付け選考プロセスを大幅に刷新。その一環として、ハルタカを用いて、志望者から一次面接代わりに自己アピール動画を送ってもらった。学生は全力で個性をアピールし、中には、歌を歌う、バンジージャンプを飛ぶ、滝行をするなど、自分を表現するっておきの体験を切り取ってくれた方もいた。二次面接以降では、遠隔で面接を受けられるライブ面接を選択可能にし、スマートフォンさえあれば一度も来社することなく内定を得ることができる採用フローを構築。双方にとってフェアな出会いを実現させた。

根底にあるのは、就職活動は フェアなものでなければいけないという考え

テクノロジーを活用することで、遠方にお住まいの方や多忙でスケジュールを組みづらい方でも場所を問わず面接を受けられる状況を作り、就職活動をフェアで快適で楽しいものにしたいという思いが強かったですね。

新卒採用の 1 次選考では、エントリーシートの提出に加え、自己 PR 動画を投稿してもらっています。また、2 次選考以降は、希望により最終選考まですべての面接をスマートフォンで受けることのできる「LIVE ビデオインタビュー」を実施しており、一度も来社することなく内定を得ることも可能です。

個性あふれる動画投稿は1,000件以上

ライブ面接の方は 100 回ほどで、地方在住の方が中心となっています。いつでもどこでも、自分の受けやすい環境で面接を

受けられるため、機会損失を最小限に抑えることができる点が最大のメリットだと感じています。対面との違いはほとんどないです。リアルでもオンラインでも、印象チェックはしっかりとできます。ただ、学生さんが個性をより発揮しやすくなったというのはあるかもしれません。やはり**歌を歌ったりダンスをしたりといったパフォーマンスは普通の面接ではなかなかできませんが、動画投稿であれば思う存分に自己表現ができます**。ライブ面接もうまくコントロールさえできれば学生さんが自分のフィールドでリラックスして面接を受けることができ、結果として個性を引き出せると思っています。

動画エントリーの導入によって、一人の面接官の判断ではなく複数人で動画をチェックしたうえでの判断が可能になったため、精度は上がったと感じています。可否の判断基準もより可視化されました。また、面接官のスキルアップも目的の一つです。これまでの面接現場はブラックボックスでしたが、ライブ面接によってログが残り、面接官は何度でも見返すことができます。これは面接以外のことにおいてもそうですが、誰しも自分を客観視することで必ず大きな気づきがあるんですよね。新卒・中途を問わず、採用においては、やはり企業と求職者のフェアな出会いをどれだけ豊かにかつ効率的に実現できるかを目指すべきだと考えていて、ハルタカはそれをテクノロジーで解決するソリューションだと思っています。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/8970>



有線放送最大手のUSENと、動画配信サービスを手がけるU-NEXTが2017年12月に経営統合し、新たに誕生したUSEN-NEXT GROUP。音楽配信を含む店舗サービス事業のほか、通信事業、業務用システム事業、コンテンツ配信事業、エネルギー事業、メディア事業の6つのセグメントで幅広く事業を展開。



接触困難だった 地方エリアからの採用に成功！

株式会社ベイクルーズ 人財統括 早野 彰二 様

業種 / サービス 小売 / アパレル

活用シーン 新卒採用 30名（地方限定）

目指す成果 アプローチできていない地方エリアからの採用



母集団

- ◆ 自己PR動画 **1,000** 件以上
- ◆ ライブ面接 **100** 回以上



面接工数

- ◆ 一次選考
対面面接 ……→ **動画選考**



選考精度

- ◆ 内定受託率 前年比 **1.5** 倍

ここがPOINT!

経営統合元年の節目となる 19 新卒採用を、「超！全力採用」と名付け選考プロセスを大幅に刷新。その一環として、ハルタカを用いて、志望者から一次面接代わりに自己アピール動画を送ってもらった。学生は全力で個性をアピールし、中には、歌を歌う、バンジージャンプを飛ぶ、滝行をするなど、自分を表現するとおきの体験を切り取ってくれた方もいた。二次面接以降では、遠隔で面接を受けられるライブ面接を選択可能にし、スマートフォンさえあれば一度も来社することなく内定を得ることができる採用フローを構築。双方にとってフェアな出会いを実現させた。

根底にあるのは、就職活動は フェアなものでなければいけないという考え

テクノロジーを活用することで、遠方にお住まいの方や多忙でスケジュールを組みづらい方でも場所を問わず面接を受けられる状況を作り、就職活動をフェアで快適で楽しいものになりたいという思いが強かったですね。新卒採用の 1 次選考では、エントリーシートの提出に加え、自己 PR 動画を投稿してもらっています。また、2 次選考以降は、希望により最終選考まですべての面接をスマートフォンで受けることのできる「LIVE ビデオインタビュー」を実施しており、一度も来社することなく内定を得ることも可能です。

個性あふれる動画投稿は 1,000 件以上

ライブ面接の方は 100 回ほどで、地方在住の方が中心となっています。いつでもどこでも、自分の受けやすい環境で面接を

受けられるため、機会損失を最小限に抑えることができる点が最大のメリットだと感じています。対面との違いはほとんどないです。リアルでもオンラインでも、印象チェックはしっかりとできます。ただ、学生さんが個性をより発揮しやすくなったというのはあるかもしれません。やはり歌を歌ったりダンスをしたりといったパフォーマンスは普通の面接ではなかなかできませんが、動画投稿であれば思う存分に自己表現ができます。ライブ面接もうまくコントロールさえできれば学生さんが自分のフィールドでリラックスして面接を受けることができ、結果として個性を引き出せると思っています。動画エントリーの導入によって、一人の面接官の判断ではなく複数人で動画をチェックしたうえでの判断が可能になったため、精度は上がったと感じています。可否の判断基準もより可視化されました。また、面接官のスキルアップも目的の一つです。これまでの面接現場はブラックボックスでしたが、ライブ面接によってログが残り、面接官は何度でも見返すことができます。これは面接以外のことにおいてもそうですが、誰も自分を客観視することで必ず大きな気づきがあるんですね。新卒・中途を問わず、採用においては、やはり企業と求職者のフェアな出会いをどれだけ豊かにかつ効率的に実現できるかを目指すべきだと考えていて、ハルタカはそれをテクノロジーで解決するソリューションだと思っています。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/8970>



有線放送最大手のUSENと、動画配信サービスを手がけるU-NEXTが2017年12月に経営統合し、新たに誕生したUSEN-NEXT GROUP。音楽配信を含む店舗サービス事業のほか、通信事業、業務用システム事業、コンテンツ配信事業、エネルギー事業、メディア事業の6つのセグメントで幅広く事業を展開。



1 時間かかっていた 面接工数を 5 分に削減！

ソフトバンク コマース&サービス株式会社

人事部 人材採用育成課 村尾 栄人 様

業種 / サービス IT / 流通

活用シーン 新卒採用 80名（一部）

目指す成果 採用工数の削減と選考スピードの向上



母集団

- ◆ 内定までのリードタイム
1ヶ月強 ……→ **3週間**



面接工数

- ◆ 月15人の対面面接で15時間
……→ **50人**の動画確認で**5時間**



選考精度

- ◆ 志望度の高い学生が増え、
内定承諾率もUP

ここがPOINT!

新卒採用では約 80 名の採用枠に対し、面接官の不足と選考スピードが遅いことが大きな課題になっていた同社。採用担当者の数が限られる中で、地方学生との面接日程の調整等、スピーディーに選考が進めにくい状態があった。そこで、ハルタカを導入して、一部職種の一次選考を「動画面接+SPI」となるフローに切り替えた。結果は、これまで 1 時間かけていた面接を 5 分に短縮！学生は来社不要となることで、選考スピードも大幅に向上。加えて志望度の高い学生の応募が増えたこともあり内定承諾率もアップした。既に利用していた採用管理システムとの連携により、スムーズな運用も実現！

限られたリソース。猫の手も借りたい状況

一般職の一次面接については私も含めた人事担当者 3 人でを行っています。3 人のうちの一人は役職者ですし、私に関してはインターンシップに加えて中途採用、障がい者採用なども兼務しているので正直なところ「猫の手も借りたい」というような状況でした。ハルタカの説明を受け、デモを見せていただいた段階で、面接に関する業務工数を大きく削減できるのではないかと感じました。

また、**当社ではすでに別の採用管理システムを導入していたのですが、そのシステムと簡単に連携させることができるという点も大きかったですね。**既存の採用管理システムと連携できないということになれば、私たちも双方のシステムを別々に使う場面が発生してしまうので、そうすると工数削減にはつながりません。導入にあたってのシステム連携に関しても当社側で工数を割くような作業もなく、非常にスムーズでした。

業務はスリム化。

選考スピードアップで内定承諾率は大きく向上

私たちの業務がスリム化されたことに加え、地方学生に遠征してもらう必要がなくなったこともあり、選考スピードは大幅に上がりました。これまで一次選考から内定出しまで 1 カ月強かかっていたものが、ハルタカを導入することで 3 週間程度にまで短縮できるようになりました。その分、内定承諾率もアップしていると思います。また、ハルタカの導入によって志望度の高い学生のエントリーが増えたとも感じています。まだ動画面接に馴染みのない学生も多いので、志望度が低い学生は受けづらかった部分もあったはずですが、そういった意味でのスクリーニングができたこともあり、昨年に比べて一般職の内定承諾率は大きく向上しています。私たちの肌感覚としては、ほぼ辞退されていないという印象です。

学生の負担も軽減

企業のイメージアップにも寄与

全国規模で採用を行っているような企業であれば、選考を受ける地方学生の遠征負担も減らすことができます。企業と学生の両者がハッピーになれるシステムであることは間違いないので、導入している企業のイメージアップにもつながりますし、私としては導入する価値の高いシステムだと思っています。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/9274>

SoftBank C&S

ソフトバンクグループの原点である IT 製品の流通事業を継承する形で分社独立し、2014 年に設立。PC・ソフトウェア・サーバ・クラウドサービスといった ICT のトータルソリューションを中心とする事業者向けサービスに加え、モバイルアクセサリーやロボット、IoT デバイスなどを提供するコンシューマ向け事業も好調。



保育業界にもテクノロジーを！ 採用予定人数の 2.5 倍を実現

社会福祉法人森友会 理事長 立山 貴史 様

業種 / サービス

サービス / 保育

活用シーン

新卒採用

目指す成果

地方学生の選考機会の最大化



母集団

◆ ハルタカ経由での採用予定人数
3名 ……→ **8名採用**



面接工数

◆ 対面面接 40分
……→ 動画面接 **5分**



選考精度

◆ 1人あたりの採用コスト
40万円 ……→ **約30%削減**

ここがPOINT!

東京・福岡・大分で、年間約 100 名を採用している同社。都心部と地方の就職格差が深刻な保育業界において、時間と場所を問わずに選考に参加できる選考フローを築くことで、地方学生の就職活動をサポートすることに期待を抱き、導入を決める。ハルタカ経由では最低 3 名採用できればと考えていたが、結果は 8 名採用と期待以上の成果に驚き。また、対面面接から動画面接への変更で 30% の工数削減。コスト面でも就職イベント等の過去の採用手段と比較し、1 名採用あたり約 30% を削減。いい人材を幅広く集めることが大切な保育業界において、園の近隣だけでなく全国を視野に入れた採用活動ができる実感を掴んだ。

地方学生の就職活動を サポートできる可能性に期待

保育業界では、預かる子どもの人数に必要な保育士が圧倒的に足りていません。業界全体の離職率も 13% と高く、他業界へ転職してしまう人が多いという課題もあります。昨年は 100 名採用できたのですが、今年は前年に比べて進捗が良くなかった中で、ハルタカの話がありました。「ハルタカを通して世の中から就職格差をなくしたい」との想いを聞いた瞬間、すぐに導入を決めました。というのも保育業界は、都心部と地方の就職格差が深刻で、経済的な理由から大学に行けず、専門学校を卒業して保育士になれば、いまの状況を抜け出せると考える必死な想いの学生が大勢います。面接を受けるために「片道切符だけでも交通費を貰えませんか」と養成校から言われることもあるほどです。

今年は、導入初年度ということもあり、ハルタカ経由の応募数

自体は 8 名と多くはありませんでしたが、投稿してくれた全員の人が人柄が素晴らしかったので、8 名全員採用しました。採用の判断基準は、応募者の人柄です。誉めることが上手な人や、物事に対してポジティブに取り組める人であれば理想的ですね。WEB 面接の設問が「志望動機」や「学生時代の経験」など固い内容だったため、緊張しながらまじめに答える動画が多かったのですが、逆にその人の誠実さが画面を通してこちらに伝わりました。

IT 化が後押し。職員との会話の幅も広がった

今回のハルタカを通じた採用の IT 化のおかげで、テクノロジーを導入するメリットについて、職員と話やすくなりました。早速、IT の教育教材を導入したいと話す園長も出てきたので、これからが楽しみです。遊びや生活の中で、子どもたちがいるいるなことを習得するスタイルは変えませんが、子どもたちがロボットや IT に触れる機会を多くつくることで、将来ロボット開発やエンジニアになる夢を描けるようになればいいと思います。

ZENKIGEN に要望というか期待することとしては、私たちのような複数施設を運営する企業や法人だけではなく、小さい規模の法人でも導入・利用できるサービスとして広めてほしいですね。こういうサービスを待っている保育業界の経営者はたくさんいますから。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/9435>

Shinyukai

「すべての子どもの最善の利益のために」を保育理念に掲げ、東京都・福岡県・大分県で認可保育園と幼保連携型認定こども園を運営。年齢別の担任制ではなく、0～1 歳と 2～5 歳で分かれる異年齢保育を通して、多様で豊かな人間関係の中で子どもたちの心身の成長をサポートしている。



1,000 名を「動画面接」で採用！ 面接参加率が 2 倍に

株式会社ミュゼプラチナム 人事部次長 畠中 裕一 様

業種 / サービス サービス / 美容

活用シーン 中途採用（全国、正社員）1,000名

目指す成果 応募から面接までの歩留まりの解消



母集団

- ◆ リードタイム15日……→ **4日**
- ◆ 面接参加率 18% ……→ **35%**



面接工数

- ◆ 出張数 10日 ……→ **0日**
- ◆ 採用担当数3.5人 ……→ **2人**



コスト削減

- ◆ 出張費、広告費、人件費
- ◆ 年間採用コスト **1億円減**

ここがPOINT!

全国 173 店舗、年間採用数 1,000 名の採用を本社採用担当 3 名で実施。月に 10 日の出張を行い採用活動を実施していたものの、応募から面接までの調整に時間がかかることで、面接の前に辞退されてしまう機会損失が大きな課題になっていた。場所と時間の制約なく面接を実施できるという点にメリットを感じハルタカを導入。1 次面接をすべて Web 面接とし、候補者に「録画」で質問に回答してもらうことで、採用担当が地方に赴くことなく面接の参加率を倍増させることに成功！

母集団の拡大ではなく、 採用率をあげる方向に転換

以前は、当社では全国各地で説明会を開催し、その場で面接を実施していました。当時は毎月 70 ～ 80 名ほどを採用していたのですが、歩留まり率を考慮すると月に 2,000 名ほどの応募者を集めなければいけない計算でした。そのために、あらゆる求人媒体を利用し、ネットだけではなく紙媒体も網羅していました。当然、月間の採用コストは非常に高く、効率も悪い状況だったんです。その改善のために、母集団を大きくするという考え方から採用率を上げる方向に舵を切り、2016 年 8 月から動画面接サービスを導入しました。

リードタイムの大幅短縮で 各指標が改善。出張もゼロに

対面面接のみを実施していた当時に比べてリードタイムは大幅に短縮され、選考参加率は 1 割以上グンと上がりました。その結果、応募者を無理に集める必要がなくなり、一部の求人媒体をストップして Web 求人のみに切り替えることができ

した。当然、全国各地への出張もなくなり、採用コストは減少しましたし、歩留まりも改善され、良いことばかりでしたね。以前は面接担当が各地を飛び回っている状態だったため、打ち合わせの頻度が極端に少なかったんです。新たな試みもなかなか定着せず、結局元のスタイルに戻ってしまうということが多々ありました。動画面接の活用で、基本的に出張がゼロになったので、その分情報共有の機会は増え、面接で何か問題があった場合にもすぐに対応できる環境ができましたね。

動画を見直して改善を重ねることで、 面接力向上にも寄与

後から何度も面接を見直すことができるので、一人の面接官が採用の判断に悩んだ際にも、他の面接官と一緒に動画を見て判断することが可能です。以前は面接官が出張し対面面接を実施して帰ってきていたわけですが、記憶とメモだけで応募者の細かな印象を伝えきけることは非常に難しかったはず。それらの情報を臨場感をもって共有できることは、まさに動画ならではの利点だと思いますね。

また、採用後に例えば現場で社員の能力不足やミスマッチが表面化した場合に、必ず動画を見直し、面接の際のチェック項目を増やすなどして次につなげています。社内の面接力を高めていくことができるという点でもメリットは大きいですね。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/8960>



女性専用美容脱毛専門サロン「ミュゼプラチナム」の運営を軸に、コスメ・オーラルケア商品の企画・開発・販売、EC サイト運営、メディア企画・開発などの事業を展開している。現在、「ミュゼプラチナム」は全国 170 店舗以上にのぼり、店舗数・売上ともに美容脱毛サロン国内 No.1 を誇る。

Calbee



応募者目線の採用活動！ ファン作りの場

カルビー株式会社 人事総務本部 人財・組織開発課 西村 結 様
人事総務本部 人財・組織開発課 富永 玲奈 様

業種/サービス メーカー / 食品

活用シーン 中途採用（卒業後7年以内の既卒採用）

目指す成果 採用工数の削減と応募者の負担軽減



母集団

◆ 高い投稿完了率



業務工数

- ◆ 採用側 出張の負担軽減
- ◆ 応募者 移動の負担軽減



選考精度

◆ 複数面接官による多角的評価

ここがPOINT!

既卒採用ではこれまで東京と大阪の二カ所で一次選考を実施。動画選考を活用できれば、運営側の移動時間や採用工数の削減、そして全国から来社頂く応募者の負担も軽減できるという点に魅力を感じ、ハルタカの導入を決定。一次選考をエントリーシートと自己PR 動画の提出に変更した。結果として動画の投稿完了率は非常に高く、距離や時間の制約がある候補者の面接の負担を軽減！またテキスト情報だけでは測れなかった人柄や熱意が確認できた。複数名の面接官による多角的な視点で評価ができるメリットも実感！

ハルタカ導入の決め手は サポートの手厚さと開発スピードの速さ

動画選考に関して当初はイメージがぼんやりとしていたのですが、とても丁寧にアドバイスを頂きました。サポートの手厚さも大きなポイントでしたが、ZENKIGENさんは自社内に開発体制が整っていて、クライアントの声をすぐに反映させてサービスをどんどん進化させていくという、そのスピード感が一番の決め手だったかもしれません。当社が導入している採用管理システムともスムーズに連携できましたし、もちろん一つのツールとしても非常にユーザビリティが高いと感じました。

工夫を凝らした質問設計。人物像を探るヒントに

社内のミーティングで議論の衝突が起きているシーンを私たちに再現して、「あなたがその場に戻ってきたとき、どのような第一声をかけますか？」というような質問を投げかけました。これは口頭でも説明できる内容の設問だとは思いますが

が、実際にその状況を演じることでよりイメージが伝わると考えたんです。私たち自身、ある意味楽しみながら熱演しました(笑)。当社が求める人材像として、「自ら学び、自ら困難な課題にチャレンジし、自ら育つ自立的実行力ある人財」というものがあるのですが、やはり主体的にアクションを起こせる方かどうかを知るためのヒント、という意図はありましたね。実際の回答としては、少し距離を置いて落ち着いて状況説明をされる方もいれば、ほかのメンバーに確認を投げかける方もいらっしゃいました。**どれが正解、というのはないので、みなさんそれぞれの言葉で動きかけていて、いろいろとキャラクターやアプローチの違いが見えましたね。**エントリーシートも動画も複数名で拝見していますが、動画については選考官それぞれの着眼点の違いもありました。多角的に判断できるメリットは大きかったと思います。

カルビーのファンづくりの場でもある

採用活動のコンセプトとして、ユニークな設問設計をしたことにも関係するかもしれませんが、選考を受ける応募者のみなさんに何かしら“気づき”や“経験”のようなものが残ったら、という思いがあります。また私たちの場合、応募者の方には同時にお客様でもあるので、カルビーのファンづくりの場でもあると思って臨んでいますし、気持ちの良い採用活動というものを目指しています。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/9447>

Calbee

日本のスナック菓子メーカーで、シリアル食品なども製造・販売している。1949年の創業以来、「かっぱえびせん」や「ポテトチップス」などの大ヒット商品を次々と生み出し続け、スナック菓子市場で圧倒的なシェアを誇っている。



業務工数削減と 選考参加率向上を同時に実現！

株式会社サンエー・ビーディー 経営管理部 人事課 小島 様
経営管理部 人事課 植村 様

業種 / サービス 小売 / アパレル

活用シーン 中途採用（アルバイト）100名 / 年

目指す成果 調整業務の効率化と、歩留まりの解消



母集団

◆ 面接参加率67% ……→ **86%**



面接工数

◆ 1次選考 6時 ……→ **1時間**

◆ 応募者への電話連絡がゼロに



選考精度

◆ マッチング率の高い**面接実現**

ここがPOINT!

『JILL by JILLSTUART』等5つのブランドで全国214店舗を展開する同社は、採用担当者2名で年間約100名の中途採用を実施。応募者や店長との面接調整等の業務工数が多いことにより生じていた機会損失と、面接参加率が67%と低いことに課題を感じていました。採用活動の効率化を図りつつスクリーニング精度も上げられることに魅力を感じ、ハルタカを導入。録画動画面接を活用し、従来の約85%の業務工数削減と約20%の面接参加率の向上を同時に成功！

数百名の応募者に電話で対応していたが、 選考参加率は上がらなかった

これまででは、応募された方一人ずつに電話で連絡を行い、面接の予約や来社が難しい方へ書類選考のご案内をしていました。数百名以上の応募者一人ひとりに電話で確認をとっていたので、ヒューマンリソースの観点から大きな課題となっていました。もちろん、人物面を重視した当社の選考に合わせて「一人でも多くの応募者にお会いする」という目的に沿って行っていたわけですが、面接予約後の参加人数が非常に低い傾向が続いていたことから、面接参加率を上げる仕組みはないか検討していたところにハルタカのお話がありました。

電話連絡がゼロになり、面接参加率も20%UP

WEBエントリー後に動画面接へ招待し、動画選考を通過した方に面接の連絡をする方法を取ったので、電話連絡が一切なくなりました。この工数削減は非常に大きいものだとも認識しています。例えば、一日の中で電話連絡に1時間、書類選考に1時間、面接時間で4時間と合計6時間かかっていたところ

ハルタカの導入ですべてをたった1時間で行えるようになりました。また、応募総数は昨年に比べるとやや増えた印象でしたが、面接予約した方で実際に面接に参加した方との割合を見ると、動画面接の効果が一目わかりました。導入前は、面接予約人数に対する面接参加率は67%。導入後は、面接予約人数に対する面接参加率は86%。さらに、両社で意見を出し合いながら、候補者に送るメールの工夫や、質問内容、および歩留まっている候補者へのプッシュアクションなど、フレキシブルに改善を重ねた結果、90%の面接参加率を実現しました。

投稿された動画情報は、 マッチング率の高い面接につながった

「誰とでもコミュニケーションできます」「忍耐力があります」といった真面目なアピールをしてくれる方が多かったですね。なかには、全身当社のブランドでコーディネートした方や、芸能人のように自分をアピールする方、あえて外で撮影した方など、いろいろな方からの投稿がありました。応募者情報という点で言えば、導入以前の電話や書類選考以外で得られる情報が、ハルタカのなかに多く見出すことができました。本人の意思や意欲といった潜在的な部分と重なり、マッチング率の高い面接につながったと思います。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/9399>



「basic」と「design」をテーマとして掲げ、自社のファッションブランド5つの企画、製造、販売すべてを手掛ける。駅ビル、ファッションビル、ショッピングモールでのショップ展開に加えて、カフェ併設店など各ブランドのテーマに沿った新たなライフスタイルを積極的に提案。



苦戦していた地方エリアで、 全国平均を上回る成果！

株式会社IDOM 中途人材開発セクション セクションリーダー 池ノ谷 一成 様
SHRチーム 中途採用ユニット 福留 彰紘 様

業種 / サービス 小売 / 自動車

活用シーン 中途採用

目指す成果 地方エリアの選考参加率向上



母集団

- ◆ 選考参加率
対全国平均 約 **10%** 以上の向上



コスト削減

- ◆ 選考会の **会場費・移動交通費・人件費**



選考精度

- ◆ **SPIの点数**
通常選考の合格者よりも **高い傾向**

ここがPOINT!

全国約 600 店舗で面接を行う同社は、エントリーがあるにも関わらず選考参加率が低いエリアの採用に課題を感じ、多忙な求職者が時間と場所を選ばずに面接ができるハルタカを導入。特に選考参加率の低かった 4 県を対象に、一次選考を録画面接、二次選考をライブ面接とし、内定に至るまで Web 上で完結する選考方法を構築。結果は 4 県の選考参加率は大幅に向上し、全国平均を 10% 以上も上回る大きな手応えを実感！また選考会の移動交通費や会場費用、移動時間などの大幅なコスト削減にも成功した。

頭打ちになっていた改善策に次なる一手

当社の中途採用では、年間 8,500 名ほどの応募があり、600 名ほどを採用しています。理想は 800 名の採用ですが、応募者の 10% を採用するというのは非常に難しいことです。これまで良くも悪くも完成された採用活動をキープしてきており、母集団形成や歩留まり改善などあらゆる面で頭打ちになってしまっている状態でした。特に地方の採用は現状維持ということで結論を出そうとしていたんです。だからこそ、ハルタカを導入することでもう一つアクセルを踏めるかもしれないという期待はありましたね。

苦戦していたエリアでの大きな成功

ハルタカ利用した録画面接が一次選考で、エントリーシート・職務経歴書・履歴書の提出と SPI 受検を二次選考としていました。内定に至るまで Web 上で全て完結する選考方法となりますね。対象とした 4 県の選考参加率は大幅に向上し、全国平均を 10% 以上上回る結果となりました。これは想定

数字よりも高かったです。本当に苦戦していたエリアだったので、大きな手応えを感じました。また副次的な効果として、録画面接を受けていただいた方の SPI の点数が通常の選考の合格者の点数よりも高いという傾向が見られました。当社では、適正としてチャレンジ精神や柔軟性に重きを置いています。このような慣れない選考方法に対しても自分なりの工夫を持って対応できる方が IDOM の求める人材である可能性は高く、ハルタカが擬似的な SPI のフィルタになりえるという仮説を立てることができました。

対象を広げて Web で完結するスキームを確立したい

トライアルでは 4 県でしたが、現在は全都道府県に対象を広げています。選考工数については 1 ヶ月で 34 時間ほど、移動工数も 43 時間ほど削減することができました。約 77 時間なので、10 日分くらいの工数が削減されたということですね。また、選考会の移動交通費や会場費用なども大幅に削減されました。合格率の低いゾーンで、採用人数を変動させることなく工数の削減に成功したため、他にリソースを割くことが可能となりました。徐々に蓄積されてきているデータの分析も始めています。参加率や適性が高いという仮説が成立することも期待していますし、成功事例を重ねて、来期には戦術の柱としていきたいです。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/9124>

IDOM Inc.

自動車の買取・販売会社。2016 年に「ガリバーインターナショナル」から株式会社 IDOM へと社名を変更。未来に向かって自動車流通業界の変革に挑戦し、次のステージに向かうというメッセージが込められている。2020 年に向けて国内 1,000 店舗という目標を掲げ、より強固な組織を作るため全国で積極採用を実施。



選考時間が 93% 大幅削減！ 優秀な学生との出会いに成功

株式会社シーイー・モバイル 新卒採用グループ 新卒採用責任者 宮本 隆輔 様
新卒採用グループ マネージャー 原田 尚弥 様
新卒採用グループ 採用担当 林 詩織 様

業種/サービス IT / メディア

活用シーン インターンシップ

目指す成果 採用工数削減とマッチング精度の向上



母集団

- ◆ 主体的な学生が増えた
- ◆ 動画投稿 200件以上



面接工数

- ◆ 面談100時間 ……→
動画面接 7時間



選考精度

- ◆ 複数の面接官による評価で
精度とスピード向上

ここがPOINT!

2017年のインターンシップでは“会うこと”にこだわり3日間で約120名の学生との面接を実施。しかし自社の求める人材にはなかなか出会うことができなかった。一人でも多くの「社風に合った学生」に出会うために動画面接を導入。書類選考をやめ、素直さや高い成長意欲といった、履歴書やエントリーシートでは絶対に見抜けないポイントを動画面接で確認。意欲のある人物を事前に見極められたことで、同社の求める学生を多く集めることに成功。さらに、100時間を見込んでいた面接時間を約7時間で完了！

最重視していた“会う”こと。 しかし求める人材にはなかなか出会えず

以前から新卒採用で最も重要視していたのが、学生とのタッチポイントです。2017年夏のインターンシップでは、1日30～40名、3日間で約120名の学生と会う機会をつくりましたが内定につながったのは、わずかに1人。全員と会って話したい気持ちはありながらも、新卒採用の担当者が3人という状況では不可能でした。書類選考でかなりの人数に残念なご連絡をする結果となり、良い人材になかなか出会えなかった。そうした反省を踏まえて、一人でも多くの優秀な学生に出会うために、Web動画面接の導入を決定しました。

圧倒的な工数削減と書類では見抜けない 人物像の把握

昨年の面談と比較して圧倒的に選考時間を削減できました。私(原田さん)は、今回200名の投稿動画を拝見しましたが、これを面談に置き換えると1人30分×200名＝100時間かかるところ、上限2分で設定した今回の動画面接では7時

間で済みました。93時間という以前には考えられない工数を削減できたことに驚いています。インターンシップ自体の雰囲気も随分と変わりました。昨年までは、基本的に「教えてもらうスタンス」の学生が多数を占めていましたが、今年は我々が望む人材が多く集まり、明るく活気にあふれた有意義な3日間となりました。主体的な学生を動画面接でピックアップできたことから、昨年なら書類選考で落としていたかもしれない優秀な人材と出会うことができたのです。

キャラクターの把握から得られた思いがけぬ効果

筋トレ中の動画を投稿した学生がいたのですが、その学生について話すときは「筋トレの〇〇君」と名前の上にその学生の特徴をつけて話ができる。これは、単にユニークというだけでなく、実際にインターンシップで会った時「筋トレの〇〇君だね?」と、すぐに打ち解けることができました。

実のところ私(宮本さん)は、採用活動に関して直接会ってなんぼのアナログ派です。当初は動画面接に対して、未知の生物と会うような抵抗感がありました。しかし、結果を踏まえて導入して良かったと思います。やって気づいたことが沢山あったので、導入を迷っている方がいたら、ぜひ試してほしいと思います。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/9244>

C.A. MOBILE
CyberAgent Group

設立当初から大手通信キャリア各社のプラットフォーム上で、ゲームや各種コンテンツの配信など、キャリアと連携したサービスを展開。近年はAKB48MobileやLDHMobileなどのアーティストファンサイト、ゲッターズ飯田の占いを始めとする各種占いサイトを運営する「メディア企業」として、更なる成長を続ける。



選考方法を多様化 等身大の自分らしさを表現

日本たばこ産業株式会社 長塚 康介 様

業種 / サービス メーカー / 嗜好品

活用シーン インターンシップ 25名

目指す成果 1次面接のスクリーニング精度の向上



母集団

- ◆ 応募障壁を意図的に上げて、質の高いエントリーを集める
- ◆ エントリー方法 書類 1 択 ……→ **3 択制** (小論文・動画面接・エントリーシート)



選考精度

- ◆ エントリーシートの
約5倍の最終合格者

ここがPOINT!

インターン参加人数は 25 名程度と限られている中で毎年約 1,000 名以上の応募があり、面接で会えるのは 200 名ほど。書類だけで判断することへの限界と多くの機会損失があることに課題を感じていた。そこで意図的に応募障壁を高くし、エントリー数が減るうとも、一人ひとりの学生をしっかり見る手法を採用。小論文・動画面接・エントリーシートの 3 つの選考方法から学生自身が選ぶ選考フローを構築。動画選考では、書類だけでは見られない思考性や“らしさ”等の人物像の評価が可能になり、満足いく結果を得られた。

選考方法を多様化し、 得意な手法で等身大の自分を表現

学生によって自己表現の得手不得手があるので、今回のインターンシップの一次選考には、小論文、動画面接、エントリーシートの 3 つを用意しました。エントリーシートについても、「あなたが人間からなくしたいことは何ですか？」といった、解釈の幅が広い設問を用意することで、その人の思考性を評価できるよう意識しました。3 つのうちでもっとも応募障壁が高く、応募数も少なかったのは 5,000 字の小論文です。読む方も大変でしたが、滲み出る人間性も読み取ることができ、面接への通過率が一番高かった選考方法でした。そして、応募障壁の高さでは中間に位置し、かつ面接への通過率も高かったのが動画面接です。ハルタカ経由の応募のうち約 10% が最終合格に至っています。過去、書類選考だけだった時のインターン通過率が 2% だったことを考えると、これは十分に満足できる数字で、動画面接の見極めの精度は高いと感じました。やはり規定のエントリーシートよりも、動画からにじみ出る

人物像の方が圧倒的に伝わるものがありました。動画面接経由で合格した学生の中には、おそらく書類選考だと通過していなかっただろう、という人もいました。言葉や文章にするのは難しいのですが、喋っている様子を見て初めて伝わる魅力もあります。担当者全員で動画を見て話し合ったのですが、そこで議論が生まれるのも楽しかったです。もう一つ感じたこととしては、どの選考方法を選ぶかは人それぞれだということ。文字で表現するのが得意な人、動画が得意な人、人それぞれです。エンターテインメント業界であれば動画面接一本でもいいかもしれませんが、嗜好品という抽象度の高い商品を扱う JT では、多様な選考方法を用意しておくべきだと確認できました。

東京大学との AI に関する共同研究は、 JT の価値観にも通じる

ハルタカが面白いと感じたのは東京大学との AI に関する共同研究です。人の感性や共感性を計測し、人間と仲間になれる AI を研究するというアプローチは他にはありませんでした。JT はスキルや能力だけでなく、道徳性や高潔性も大切にしている企業です。共同研究の成果が JT の価値観にも合致する可能性も高く、サービスの将来性にも大きな可能性を感じています。

インタビュー全文はWEBで！ <https://harutaka.jp/case/9222>



国内・海外たばこ事業、医薬事業、加工食品事業を中心とした事業活動のほか、社会への取り組みや企業イベント・企業スポーツを展開する日本たばこ産業株式会社（通称 JT）。世界 120 カ国以上で事業を展開し、100 を超える国籍の社員が活躍している。

harutaka

<https://harutaka.jp/>

TEL : 03-3286-8550 (平日 9:00~18:00/ 土日祝休日)

運営企業 : 株式会社 ZENKIGEN

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-6-1 大手町ビル 6 階

