

採用力強化の動画面接／WEB面接プラットフォーム



導入事例集



 HARUTAKA
<https://harutaka.jp/>

TEL 03-3286-8550 (平日9:00~18:00/土日祝休日)
MAIL info@zenkigen.jp
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



2019年7月版

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、HARUTAKA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、自分を表現するとし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、HARUTAKA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!

株式会社バイクルーズ 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

- ◆ 面接参加率・内定通過率
対他エリア**平均以上**
- ◆ 東北エリアからの採用
0人 ……→ **4人**

選考精度

- ◆ 応募者のうち **30%**を採用

ここがPOINT!

自社ブランディング強化の観点からも新しい採用手法に積極的にチャレンジしてきた同社。新卒の地方採用力強化の課題を動画で解決できる可能性を感じてHARUTAKAの導入を決める。採用活動をしていない地方エリアから導入することで既存の採用フローを変更することなくスムーズに開始。初の東北エリアの採用を動画面接で実施し、結果として東北の3エリアから、全体の13%に当たる4名の内定者を創出!これまで接触が困難だったエリアの候補者へ効率的にアプローチすることに成功!

まだ出会えていない学生が地方にいる

バイクルーズグループは全国に店舗があるのですが、採用の拠点にしていたのは東京、名古屋、大阪の3都市でした。地方の学生からは、「店舗はあるのに採用は行っていないのですか?」と質問を受けることもあって、出会えていない学生が多くいることには課題を感じていました。2019年の新卒採用からは積極的に人事担当者が全国に足を運ぶようにしたのですが、もちろん我々の人員にも限りがあります。従来の方では限界を感じていました。

まだ見ぬ学生と出会うという点において、Webで面接ができるHARUTAKAは最適なツールだと思えたんです。導入を決めた時点で既存の採用戦略が動き出しており、そこにHARUTAKAを乗せていく形でした。そのため、事前に綿密にオペレーションを構築したというよりも、まずは一度地方で録画動画面接をやってみよう、という始め方でした。

動画の先にいる人のことを考える想像力、 垣間見える細部の差

見ていたのは応募者の“美意識”です。つまり、動画の背景や見え方

にも気を遣っているかどうか。特に当社はライフスタイルを扱う事業を展開していますし、お客さまと接する場面も多いので、動画の先にいる人のことを想像できているかどうかにはこだわりました。一見細かいことに思えても、やがて仕事の細部に絶対に現れてくるはずだと考えています。

動画に写っている角度や、声のトーンなど、細かいところから読み取れるものはたくさんありますよね。Web選考は応募のハードル自体は低いのですが、細部の差はむしろ対面よりもWebの方が大きくなってくると感じました。

オペレーション側の視点から言うと、わからないことはすぐに答えもらえるなど、フォローがしっかりしていて安心できます。Webの選考だけではなく会社の採用全体を成功させようと考えてくれるから、一緒に頑張れるのだと思います。

Web面接自体はほかの企業もやっていますが、HARUTAKAが持つ可能性は圧倒的に大きいと考えています。もし、基本的なシステムが同じだとすれば、違いが出てくるのは人やカルチャーの部分ですね。私たちがZENKIGENさんと仕事をする理由はそこにあります。採用を成功させて、その先に何かがあるのか。それをZENKIGENさんと一緒に見たいと思っています。

インタビュー全文はWEBで! <https://harutaka.jp/case/9045>



30以上のブランドを展開する「ファッション」事業を中核に、カフェなどの「飲食」事業、「家具・インテリア」事業、「フィットネス」事業まで、ライフスタイル全般に関わる幅広い事業を展開するバイクルーズグループ。1977年の創業以降、店舗数は右肩上がりの成長を続けており、現在では全国に377店舗を構えている。



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



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

- ◆ 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、HARUTAKA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！

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、HARUTAKA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、HARUTAKA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>



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。



母集団

- ◆ HARUTAKA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**



コスト削減

- ◆ 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できることに期待を抱き、導入を決める。HARUTAKA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、HARUTAKAの話がありました。「HARUTAKA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「片道切符分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、HARUTAKA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HARUTAKA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、子どもたちがいろいろ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することで、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>



「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。



Web説明会＋動画面接で 大幅な効率化を実現！

荒井商事株式会社 人事部 人事課 次長 藤原 様(左)
人事部 人事課 志賀 様(右)

業種 / サービス 商社 / 自動車・食品
活用シーン 新卒採用
目指す成果 採用業務の効率化



業務工数（1次面接の実施時間）

- ◆ 面接官 3名同時に会場移動 …→ **空いた時間で各自確認**
- ◆ 対面面接 1時間 …→ **録画面接 10分間**



コスト削減

- ◆ 移動交通費と移動時間 …→ **ゼロ**

ここがPOINT!

2020年に創業100周年を迎える同社は、事業拡大に伴い現場からも採用数増を求められていた。しかし人事課は6名全員が他業務兼務で採用活動を行っており、業務フローの改善や効率化を推進する必要があった。そこで会社説明会をネット上で動画を見るWeb説明会にし、対面の一次面接を動画選考にすることに。従来は平塚本社から面接会場の東京本部へ面接官3名が毎回往復移動のうえ1時間の対面面接を実施していたが、動画面接に切り替えたことで、学生も面接官も時間と場所を問わずに1次面接を実施することが可能になった。採用工数の大幅な削減で、役員面接の前にWeb面談でフォローする機会もできた。

シンプルなUIと自社開発を評価

ツールの検討では、最終的にHARUTAKAも含めた3社のサービスを検討したのですが、**他社のサービスに比べてコスト面での優位性が高く、実際に触ってみた感想としてもUIなどがシンプルで使い勝手が良かったというのが大きいですね。**それらの理由に加えて「自社で開発をしている」ということも大きな安心材料になりました。自社でサービスの開発を行っている会社であれば、ユーザーの要望に応じた柔軟なアップデート、カスタマイズに応じてくれるのではないかと期待感があったのです。

単純な数値では表せないほどの効果を実感

現状では新卒採用での活用がメインとなっています。当社では今年から、従来の会社説明会の代わりにWeb上で動画を見てもらうWeb会社説明会を行っています。Web会社説明会のURLを送った

候補者に対してHARUTAKA用のURLをセットで送り、会社説明会の動画を見ていただいた後、選考を希望される方はHARUTAKAで録画した面接動画を提出いただくという流れです。これまで対面で行っていた一次面接をHARUTAKAによる録画面接に切り替えたという形ですね。

HARUTAKAの導入によって、単純な数値では表せないほどの効果が現れていると思います。Web会社説明会～動画登録による一次面接という採用フローに変更して以降は、一次面接通過者に対し、二次面接に進んでいただく前に簡単な対面の面談を行うようにしています。**会社説明会と一次面接をWeb化したことにより、候補者と社員が対面で触れ合う機会が減ってしまったため、いきなり役員が登場する二次面接に進んでいただく前に、選考に関係のない面談の場を設定したのです。**

地方候補者との情報交換にもライブ面接を活用

先日地方の候補者の方と情報交換をするため、面接前の面談をしようということになり、HARUTAKAのライブ面接の機能を活用して話をすることができました。地方の候補者の方とも問題なくコミュニケーションを取れることがわかったので、今後はさらに活用の場が広がっていくかもしれません。また、ライブ面接の機能は二次面接後のオファー面談でも活用できると考えています。

インタビュー全文はWEBで! <https://harutaka.jp/case/9587>



大正9年(1920年)に米穀卸売として創業し、時代の変化と共にさまざまな事業分野を開拓し続けてきた。現在は中古車オークション事業と食品流通事業を主軸に幅広い事業を展開。とくにトラック、バン、建機を中心とした商用車の取扱台数に強みを持ち、中古トラックに関しては国内流通の約60%のシェアを誇っている。



内定承諾者の1/3が 新たな出会いから創出！

JIG-SAW株式会社 経営管理本部 人事総務グループ リーダー 伊川 由起 様
経営管理本部 人事総務グループ 田中 淑子 様

業種 / サービス IT / IoTサービス
活用シーン 新卒採用
目指す成果 ターゲット層とのマッチング・選考機会最大化



母集団

- ◆ **求める学生**との新たな出会い
- ◆ 母集団の**質も向上**



面接工数

- ◆ 一次選考 対面面接 …→ **動画選考**



選考精度

- ◆ マッチ度の低い面接が**激減**
- ◆ 内定承諾率も**UP**

ここがPOINT!

エンジニアが中心の募集に対し、大半が文系出身者、早期の内定辞退が続くなど課題を抱えていた。大きな方針転換として、専門学校を含む情報系の学生に積極的にアプローチを行うことにした。募集の間口を広げるだけでは選考の工数が膨れ上がってしまうため、採用工数を抑えながら、ターゲット母集団の拡大を図れる動画面接を導入。エントリーシートでは判断できなかった応募者の人となりを事前に確認することで、二次面接以降で実りの少ない面接がなくなったという。従来のやり方では出会えなかった多くの学生との出会いもあり、内定承諾までを効率的に得ることに成功！

動画選考導入で、実りの少ない面接がなくなった

当社では従来の一次面接を完全に置き換えるものとして動画面接のHARUTAKAを導入しています。その後、取締役による二次面接、現場の社員による三次面接、代表による最終面接という流れになっています。導入後、面接官の取締役や現場の社員からは「実りの少ない面接がなくなった」「工数が減った」という期待した通りのフィードバックがもらえています。また、動画は短い時間とはいえ、話し方や背景などから読み取れる情報は想像以上に多いという発見もありました。エントリーシートは全部目を通して結局判断できないことが多かったのですが、動画面接は短い時間で応募者の人となりを読み解けるといっても、革新的だと思いました。工数削減以外にも、今まで会えなかった学生と出会えたことも大きなメリットでした。**実際に、昨年までの体制および採用基準では選考を通過していなかったであろう学生も最終面接を通過し、内定承諾が**

もらえています。現時点で、内定承諾者の約3分の1がそのような学生なので、動画面接の意義はとても大きかったと思っています。

学生の“意欲”を図るフィルタリング効果も

学生からすれば動画面接はハードルが高いと感じる人も多いようです。それで応募をやめてしまう人も一定数いるはずですが、「意欲」という点でのフィルタリングになるため、それはそれで構わないと思っています。動画面接は、企業側と学生の双方にとって無駄な面接を減らすことにもつながります。

一方で、学生からは「動画面接を経験できて良かった」「新鮮だった」という好意的な声もありました。**そもそも当社は先進的なサービスを展開する会社なので、動画面接という新しい採用手法に積極的に挑戦する学生は、私たちの求める人物像にもマッチしています。**そういえば、当社では内定提示前に意思確認面談を必ず行うのですが、昨年までは大手企業と当社を併願し結果他社様を選択する学生が多かったのですが、今年は意思確認面談時に既に当社が第一志望だという学生が増えました。当社の事業のフェーズが変わってきたこともあるのかもしれませんが、動画面接によって「意欲」のフィルタリングが上手くできた結果であるとも思っています。

インタビュー全文はWEBで! <https://harutaka.jp/case/9668>



IoT社会をテクノロジーで支えるため、独自技術を駆使してIoT・システムサーバのマネジメントサービスを提供。現在は企業様向けにIoTソリューションをパッケージ化したサービスをリリースしたりや海外展開にも力を入れている。2015年4月に東証マザーズに上場し、国内だけでなく海外も見据えた事業を展開中。



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%**

業務工数

- ◆ 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HARUTAKA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ました。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。

以前は面接担当者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。



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
多角的な評価

ここがPOINT!

既卒採用ではこれまで東京と大阪の二カ所ですべて一次選考を実施。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、HARUTAKA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！

HARUTAKA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、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な、という思いがあります。また私たちの場合、応募者の方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>



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、「かつばえびせん」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(左)
経営管理部 人事課 植村 様(右)

- 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時間 …→ **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
面接の実現

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、HARUTAKA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HARUTAKA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して認識しています。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、HARUTAKA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でわかりました。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、HARUTAKA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ブ展開に加えて、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HARUTAKA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、内定に至るまでを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、HARUTAKA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

HARUTAKAを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。これは想定していた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、HARUTAKA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、現在は全都道府県を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>



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

株式会社シーエー・モバイル

新卒採用グループ 新卒採用責任者 宮本 隆輔 様(右)

新卒採用グループ マネージャー 原田 尚弥 様(左)、採用担当 林 詩織 様(中)

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はなく、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>



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AKB48 MobileやLDH Mobile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)

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、エントリー数が減ろうとも、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。HARUTAKA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のかもしれませんが、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

HARUTAKA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。人の感性や共感力を計測し、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。



カルチャーフィットする人材を「攻めの選考」で早期に獲得！

ソフトバンク株式会社

採用・人材開発統括部長 源田 泰之 様(右)

採用・人材開発統括部 人材採用部 中條 由唯 様(左)

業種 / サービス IT / 通信 活用シーン インターンシップ

目指す成果 自社にマッチする人材の見極め・最大化



母集団

- ◆ 選考に移行する学生は意欲・志望度が高く、**質が向上**



面接工数

- ◆ カルチャーフィットを**早い段階で見極め**



選考精度

- ◆ 意欲ある学生とのマッチングで**インターン受諾率UP**

ここがPOINT!

毎年30,000人近い学生からのエントリーがある同社新卒採用。未だに「通信キャリアの会社」という認知が強いが、求めているのはAIやIoT、ロボットなどの技術に精通しており、新しい事業を創ることができる人材。従来のような大量の母集団形成ではなく、ターゲットに合わせて適切なアプローチが必要と考え「攻めの選考」としてインターンシップの強化に踏み切る。多くの応募の中から、短期間でマッチ度の高い学生を絞り込んでいくためにHARUTAKAを導入した。意欲ある人材の見極めやマッチング精度の向上を実感。さらに、思いがけない活用方法も見えてきた！

狙いは“既存業務の効率化”ではない

私たちは採用業務へのテクノロジー活用を積極的に進めており、WEB面接の導入もその一環です。これまで、エントリーシートの選考をAIで自動化する、学生からの問い合わせにチャットボットを活用するなど、業務効率化のためにテクノロジーを活用してきました。ですが、HARUTAKAに関しては効率化ではなく「多くの応募者の中から、よりマッチする学生にインターンへ来てほしい」という想いのもと導入しました。

カルチャーフィットや意欲を見る上で非常に有効

動画で実際に話している姿を見られるのは人材を見極める上で有効で、インターン生を受け入れる部門からも好評でした。エントリーシートのみを実施した場合より選考への移行率は下がります。ですが面接に来てくれる学生のマッチ度や、インターンの受諾率は上がっており、選考へ進む学生の意欲を実感できました。効率化を狙った

施策ではないとはいえ、本気でない学生はそもそも動画を撮影しないので意欲でのスクリーニングにもなり、結果としては選考業務自体も効率的になりましたね。インターンシップでは実際の業務を行ってもらうにあたり、チームで働くことになるのでしっかりとコミュニケーションが取れるかどうかを重視しました。「この人と一緒に働きたいかどうか」というカルチャーフィットを図る上でWEB面接は非常に有効でした。

内定者から動画を募集!広がる活用の幅

人となり・キャラクターが分かるという点に大きなメリットを感じています。その点を活かし、WEB面接の動画提出システムを活用して内定者の自己紹介動画を集めました。動画は一人ひとりの個性が出ますし、人となりもわかるので人事内でも好評です。入社して部署が決まるころに、配属先の上長・先輩社員にどんな新入社員が来るのか動画で見せることで、入社後の円滑なコミュニケーションに繋がるのではないかと考えています。

他にも、内定式の答辞代表者の選抜にWEB面接を使いました。ソフトバンクでは人事の指名ではなく、手挙げで答辞代表者を決めています。以前は応募理由を文面で提出してもらっていましたが、動画にすることで意欲の高さや事前準備の深さを図ることができました。選考に限らず幅広い場面で使っていきたいと考えています。

インタビュー全文はWEBで! <https://harutaka.jp/case/9463>



「情報革命で人々を幸せに」という経営理念のもと、通信の枠を超えた数々の事業を展開する。従来の国内通信事業に加え、AIやIoT、ビッグデータ、でんき、ロボットなどライフスタイルを豊かにする分野で新規事業を積極的に立ち上げている。採用では、変化を楽しみ、何事もチャンスととらえて挑戦する人材を求める。



募集広告費90%削減！社内選考通過率No.1の手法に！

キューアンドエーワークス株式会社

HR事業部 部長 倉岡様

HR事業部 キャリアデザイングループ チーフマネージャー 村上様

HR事業部 マーケティンググループマネージャー 朝比奈様

業種 / サービス 人材派遣 / 事務派遣 活用シーン 人材派遣

目指す成果 登録コスト削減とマッチング精度の向上



母集団

- ◆ 新規スタッフ登録数 **10倍**



コスト削減

- ◆ 募集広告費 **90%削減**
- ◆ **半数の社員**で対応



選考精度

- ◆ 社内選考通過率 ……→ **1位**
- ◆ 評価引き継ぎ30分 …→ **数秒**

ここがPOINT!

人材派遣業界での新規登録者の獲得競争が激化する中で、来社登録に加え、電話のみで仕事紹介をする制度を実施。登録者数は順調に伸びていたものの、登録担当者の付帯業務、時間制約を解決できない課題を抱えていた。HARUTAKA導入を決め、双方にとって、時間を合わせることなくエントリーが可能に「オンライン動画登録」という新しいスキームを構築。来社、電話、動画登録と応募者にとって選択肢が増えたことで登録者数を継続的に増やすことに成功。従来の募集広告費を90%以上削減することができたことに加え、求人へのマッチングにおいても、コーディネーターと営業が動画を確認することで、マッチング精度を大きく向上させた。

登録者の利便性を追求した結果、動画に行き着いた。

動画であれば求職者の人柄をある程度把握できることから、会社として掲げる「人柄マッチング」に適していることや、対面や電話での登録・面談時に発生する時間と距離の問題を解決できること、さらに社員の業務工数や残業時間の削減にも寄与できることから導入を決めました。

導入前と比べて、新規登録者に向けた広告費を90%削減できました。来社での登録のみ行っている時期と比べると、毎月の登録者の差は10倍と明確な差があります。登録時の工数を削減することで求職者ニーズに応えていることを、HARUTAKAを通じて、あらためて実感しました。

HARUTAKA導入前は、営業担当に「この登録者さんはいいですよ」と私たちが口頭でアピールしても、登録者本人の印象が伝わりづらかった。しかし、導入後は、「この人の動画を見てください」と動画を

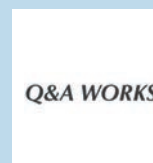
見せてから、私たちの意見を営業担当に伝えています。動画を先に見てからのコメントなので説得力があるため、営業担当も納得してくれます。以前は30分かけて説明した内容を、わずか数秒のコミュニケーションで済むようになりました。**動画面談の導入が単なる工数の削減ではなく、「登録者一人ひとりを大事にする」サービスの低下とはなっていないことが、大いなる価値だと思います。**

19時退社が平常化。社員の働き方もポジティブに。

来社での登録のみだった時は、非常に残業が多く、ワークライフバランスという意味で大変な時期がありました。また来社登録対応に時間が割かれ本来のマッチングに時間がさけない事が課題だったのですが今ではそれも解消し、19時以降にコーディネーターが会社に残っていることは、ほぼありません。

HARUTAKA導入によって、登録者の質と量を担保できることに加え、社員の働き方もポジティブに変えることができました。以前と比べて、同じクライアント数、登録スタッフを半数の社員で対応できるようになりました。**付帯業務に追われることなく、営業やコーディネーターが本来の業務にかけられる時間が増えたことで、登録スタッフの方にいいお仕事を、早いサイクルでご紹介できる体制が以前より強固になりました。**コーディネーターが休眠状態だった登録スタッフへの再アプローチや、離職者への再キャストを積極的に行えるようになったのは大きいです。

インタビュー全文はWEBで! <https://harutaka.jp/case/9575>



「事務派遣サービス」「RPA/BPOソリューションサービス」「ITエンジニアサービス」「ITサポートサービス」これら4つによる人材派遣、人材紹介など求職者と企業のマッチングサービスを手掛ける。2013年キューアンドエー株式会社の子会社となったことで、取引先の拡大、人材育成ノウハウの強化、全国展開を進めている。