

動画選考は「選考フローの最適化」を実現する

エントリー動画導入を 成功させる2つの手順

株式会社ZENKIGEN

カスタマーサクセス リード

三五 和磨



HR Tech ベンチャーの株式会社 ZENKIGEN でカスタマーサクセスを担当している三五です。これまで、100社を超える企業の採用オンライン化を支援してきました。

今回私がお説明するのは、動画選考を用いた「選考フローの最適化」についてです。選考過程の一部をエントリー動画に変えることで、採用にかかる時間と労力が効率化され、企業として本来時間を費やしたい候補者とのコミュニケーションに時間が使えるようになります。

企業と候補者のマッチングが上手く行ってなかったり、採用業務の工数増加に悩まれていたりする企業様にとって、少しでも参考になれば幸いです。後半には、エントリー動画選考を成功させるために必要な要素もお伝えしますので、ぜひ最後までご覧ください。



三五 和磨

さんご・かずま

株式会社ZENKIGEN
カスタマーサクセス
リード

2011年に株式会社サイマックスへ入社し、グループ全社の新卒/中途採用に6年従事。その後、経営企画、SaaSセールスを経て、2019年に株式会社ZENKIGENへ入社。カスタマーサクセスとして100社超の採用オンライン化を支援。

採用面接の新たな可能性を解き放つ 「エントリー動画」

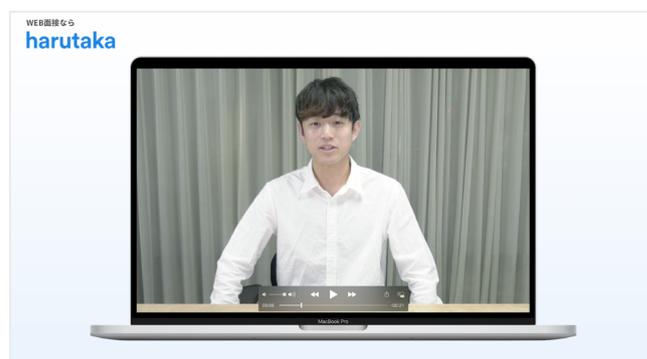
エントリー動画は、オンライン採用によって増加している新たな選考スタイルです。「候補者が好きな場所や時間で動画を撮影し、選考に応募できる」という手軽さから、業界問わず取り入れる企業が増加しています。この機能を使う主なメリットは3つあります。

エントリー動画を選考に取り入れる「3大メリット」

- 「自社にマッチする人材」かが判断しやすくなる。
- 業務に時間的な余裕が生まれ、力を入れたい仕事に集中できる。
- 候補者が面接の予約枠や移動時間などを気にせず選考を受けられる。

エントリー動画の大きなメリットは文章や適性検査とは異なる情報が分かる点です。相手の雰囲気や人柄が伝わりやすく、自社にマッチする人材かを動画から判断できます。この選考スタイルは面接のように決まった時間に拘束されるわけではないため、面接官はいつでも好きなタイミングに動画が見られます。そのため、自身の業務の合間に採用業務を進めることも可能です。

エントリー動画の例



エントリー動画の例は下記をクリック
<https://www.youtube.com/watch?v=b7y7pPSQiAA>

また面接は予約枠に限りがあるため、後から応募する方をお待たせしてしまうケースが発生します。一方、動画はみんなが同時に申し込みできることから、応募タイミングはもちろん、移動時間や距離に制約を受けやすい地方の方も選考に参加しやすいです。加えて、面接では、予約枠の残数調整や面接官の調整工数も発生しますが、エントリー動画の場合これらは不要です。

エントリー動画を活用した「採用の歩留まり改善」に必要な、たった一つのコツ

エントリー動画を取り入れた企業の大半は、「生産性や面接精度の向上」を目的に導入しました。よく「採用の歩留まり改善にエントリー動画は有用でしょうか？」とご質問をいただきますが、残念ながら、候補者と接点がない段階だとその効果は期待しにくいのが現状です。

「いつでも応募できる動画なら、時間で拘束される固定の対面面接よりも候補者はエントリーしやすいのでは？」という声もありますが、候補者と接点がない段階だと、エントリーするかどうかは各企業に対する候補者の興味に依存します。

そこで重要となるのが、「なぜエントリー動画？」を候補者にしっかりお伝えすることです。おすすめは、企業説明会など候補者と直接のコミュニケーションを取る時です。候補者が企業に興味を持ってくれた段階だと、受け入れられやすい傾向にあります。そのときに、「時間や距離といった条件に左右されず公平に参加するため」、「面接という場では分かりにくい皆さんらしさを見させていただくため」など候補者の目線でメリットをお伝えした上で、エントリー動画のご応募をお願いするよう企業様にはお伝えしています。

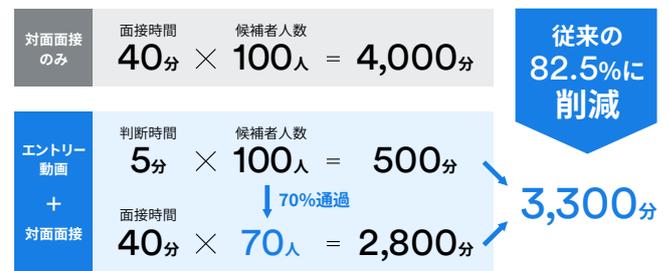
エントリー動画が全体の業務工数を削減する

エントリー動画から判断しやすい要素として、候補者の「人柄」や「雰囲気」が挙げられます。テキストベース

のエントリーシート（ES）では、これまで分からなかった点です。エントリー動画は「ESよりは相手を理解できるが、面接ほどはつかめない」ため、0.5次選考というイメージを持っていただくと分かりやすいと思います。ただし、論理構成力・説明力・志向性・印象など、1次選考のジャッジポイント次第では、まるっとエントリー動画に選考を代替するケースもあります。

例えば0.5次選考でエントリー動画を活用した場合、もしかしたら選考ステップが増えたことで、逆に工数が増加したと思われる方もいるかもしれません。ただこの0.5次選考を行うかどうかで、後工程にかかる時間が大きく変わります。

0.5次選考にエントリー動画を活用した場合の工数削減



例えば、1分間のエントリー動画から、5分で可否を判断する場合、100人分なら約500分の時間を要します。

これまで1次選考で、準備時間も含め1人あたり40分の時間を選考に要していたとしましょう。仮に例年100人の候補者に対し1次面接を実施していた場合、4000分の時間を費やすことになります。

もし、0.5次選考で応募者の約70%を通した状態で1次選考を実施した場合、1次選考までにかかる時間の目安は3300分となります。

【0.5次選考を実施しなかった場合】

1次選考：40分/人 × 100人 = 4000分

【0.5次選考を実施した場合にかかる時間】

0.5次選考：5分/人 × 100人 = 500分

1次選考：40分/人 × 70人 = 2800分

→ 1次選考までにかかる時間は3300分
(500分 + 2800分)

両方を比較すると、0.5 次選考を実施した方が、1 次選考を終了するまでに 700 分削減できたこととなります。あくまでも目安時間となりますが、候補者との対話など、人事として本来時間をかけたい選考の場以外でのコミュニケーションに時間を使うことができます。

また、面接の冒頭で 2～3 質問する中で「カルチャーマッチしていないかも？」と感じる候補者もいると思います。

エントリー動画でそうした面接を減らすことによって、時間をかけて足を運んでくれる候補者の負担を軽減することが可能です。企業としても、初期段階からマッチした学生と出会うため、面接官の満足度向上も副次的な効果としてあります。

中には「候補者も折角参加してくれたのだから……」と規定時間は必ず話を聞かなくてはと考える担当者もいるかもしれませんが、しかしそれは、候補者も面接官も時間を無駄にさせてしまう、大変もったいないことだと思います。

動画選考の導入を成功させるための 2 つの手順

では、エントリー動画選考を成功させるための秘訣は何かなのでしょう。実際にエントリー動画の導入を 100 社近く支援してきた中で分かった成功フローを、他社事例も交えながらご説明します。

手順 1：自社の課題を明確化する

エントリー動画の導入で効果を上げている企業は、自社の採用課題を適切に把握している印象があります。「社員の経験から人材の見極めが難しい」、「面接の時間枠が限られている」など、社員由来の理由もあれば、物理的な課題も存在します。単にエントリー動画を導入しても効果は上がらないため、なぜ自社が導入したいのかを明確化する必要があります。

例えばある企業では、「面接に参加しにくい地方候補者の確保」を目的に導入しました。応募数の増加に比例して人事を増やすことはできないので、地方の候補者の採

用を動画で効率化しました。

手順 2：自社課題にマッチするエントリー動画の活用方法を考える

ある美容メーカーの企業様では、ES による選考精度の低さに課題を抱えていました。そこで、これまで 3,500 人のエントリーから約 1/10 まで ES で候補者を絞っていた選考スタイルを、導入後は約 1/6 までの候補者を ES で絞り、その通過者に対しエントリー動画を提出してもらう方法に切り替えました。選考ステップ自体は増えましたが、良い人材を採用したいという本来の目的にフォーカスした結果です。

実際にエントリー動画の導入によって、今までなら不合格にしていた人を合格者として見いだせたり、面接では発揮されない個性を見られたりすることで選考精度が向上したりしたそうです。更に、面接前に動画を見て候補者理解を深めたり、面接で判断に迷った際に動画を見返したりもされたそうです。「動画」は単なるツールではないのですが、活用方法は多様だなと感じました。

「解釈の幅を広げること」で得られる新たな気づきと可能性

改めて採用面接でエントリー動画を見るメリットをまとめると、一番の利点は「人事の方の業務工数が削減され、その時間を選考以外のコミュニケーションに当てられること」です。また「候補者の解釈の幅を広げること」にもつながると思います。

その方法の一つとして、例えば当社の harutaka には候補者が動画にハッシュタグという自分を表すキーワードを自由に付けられるという機能があります。そもそも、そのハッシュタグを付ける・付けないという点でも、候補者のホスピタリティや人間性、クリエイティビティが分かるなど、さまざまなメリットにつながるのです。

動画にキーワードがあることによって何かしらのイメージが想起されて、動画のイメージが入ってきやすい、記憶に定着しやすくてただ見るだけでも「あの人だな」と思い出せるというような形で、解釈の幅を広げられます。

エントリー動画の解釈の幅を広げていくことで、人事の方が本当に必要な情報を手に入れるお手伝いになったらと思います。

株式会社 ZENKIGEN

お問い合わせ先

03-3286-8550

<https://harutaka.jp/>