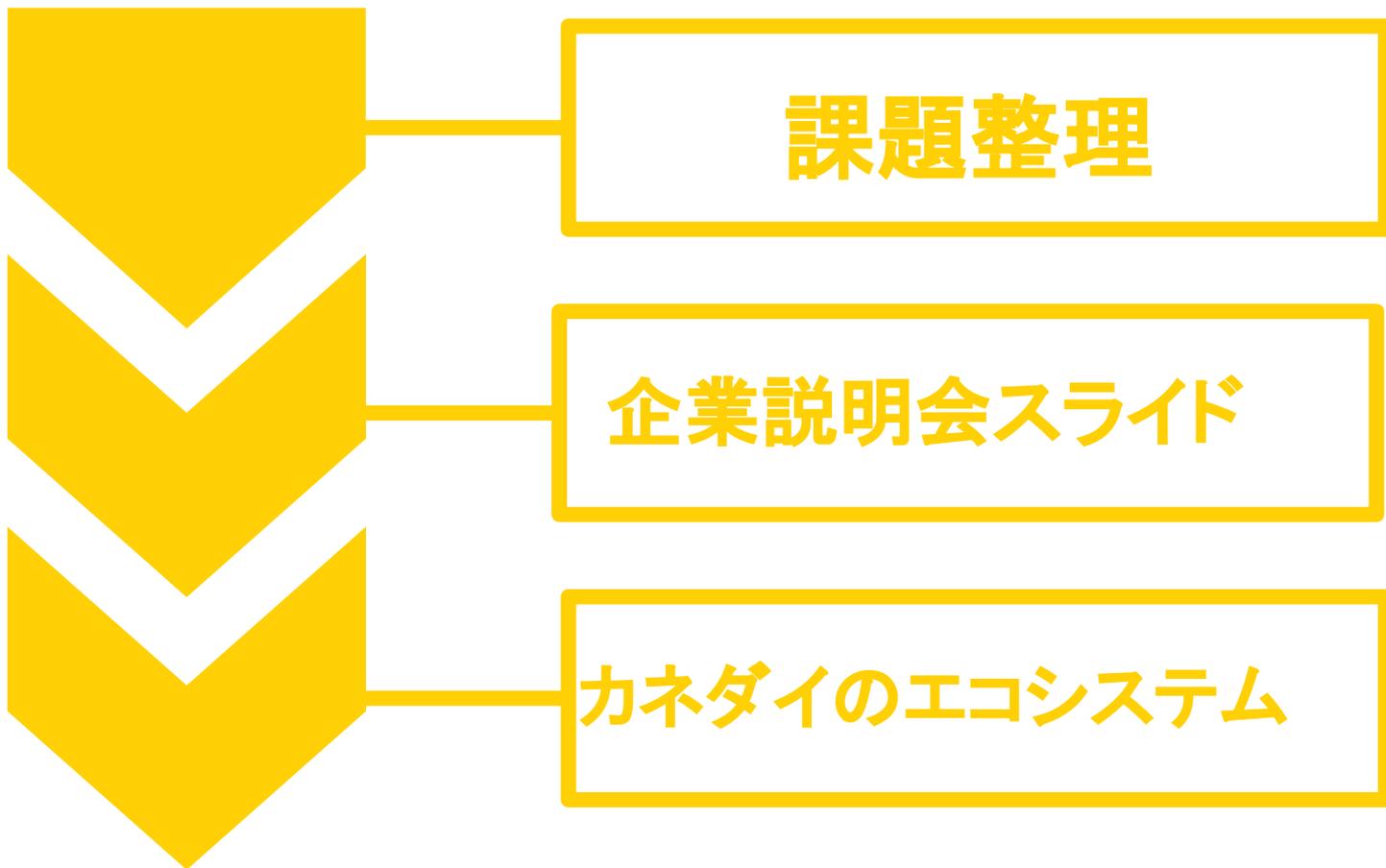


## 今回のゴール

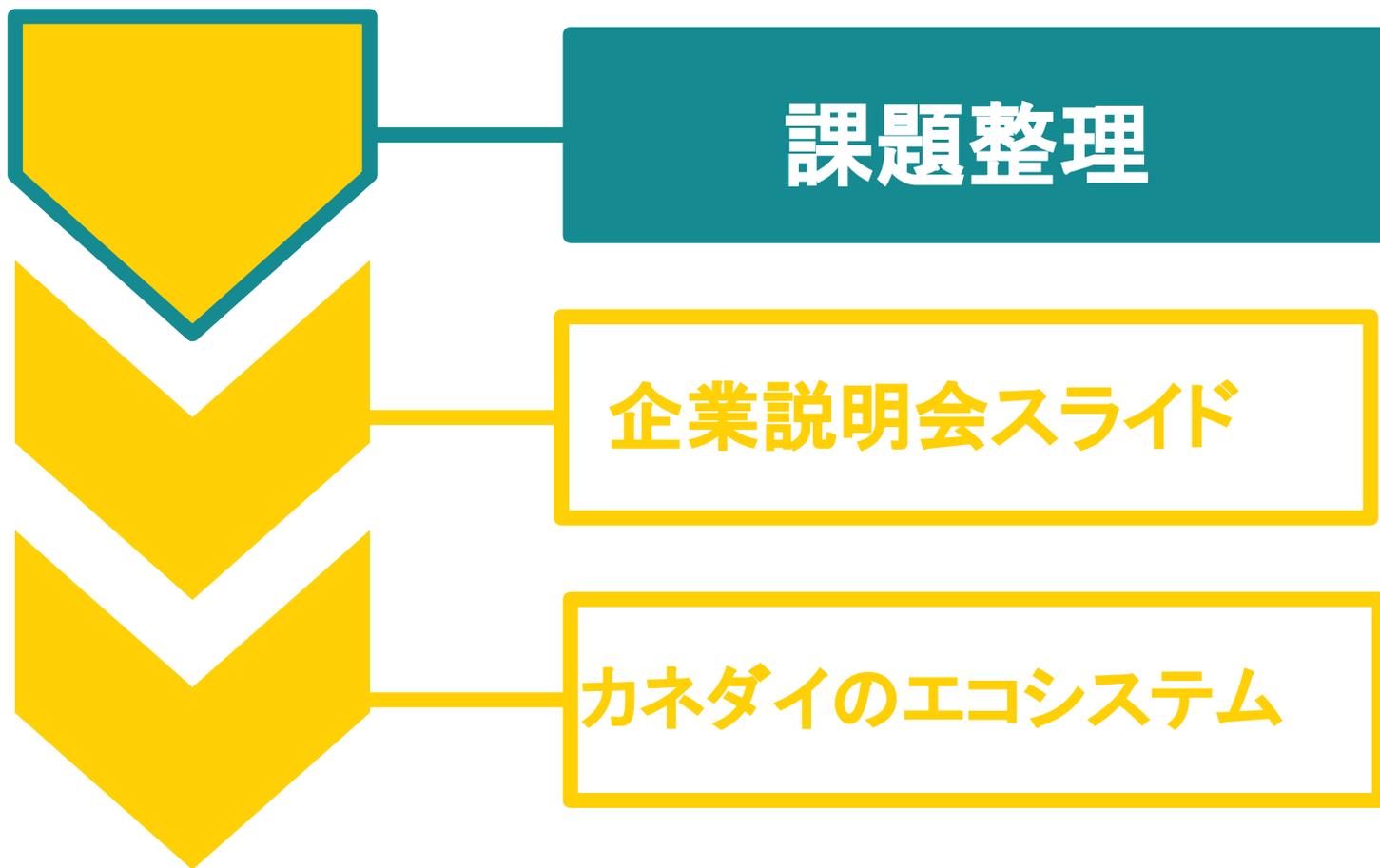
# 『新卒採用の応募人数を増やす』



# タイムスケジュール



# 課題整理



# 採用関連の課題整理

集める

選ぶ

動機づける

応募受付

説明会  
インターン

書類選考

面接

内々定  
内定出し

入社



# 採用関連の課題整理

集める

選ぶ

動機づける

応募受付

説明会  
インターン

書類選考

面接

内々定  
内定出し

入社

応募人数が  
多くない

選考に  
繋がらない

自社に  
マッチするか  
判断が難しい

内定者から  
辞退が出る

営業向き  
ではない  
／離職する

# 採用関連の課題整理

集める

選ぶ

動機づける

応募受付

説明会  
インターン

書類選考

面接

内々定  
内定出し

入社

応募人数が  
多くない

選考に  
繋がらない

自社に  
マッチするか  
判断が難しい

内定者から  
辞退が出る

営業向き  
ではない  
／離職する

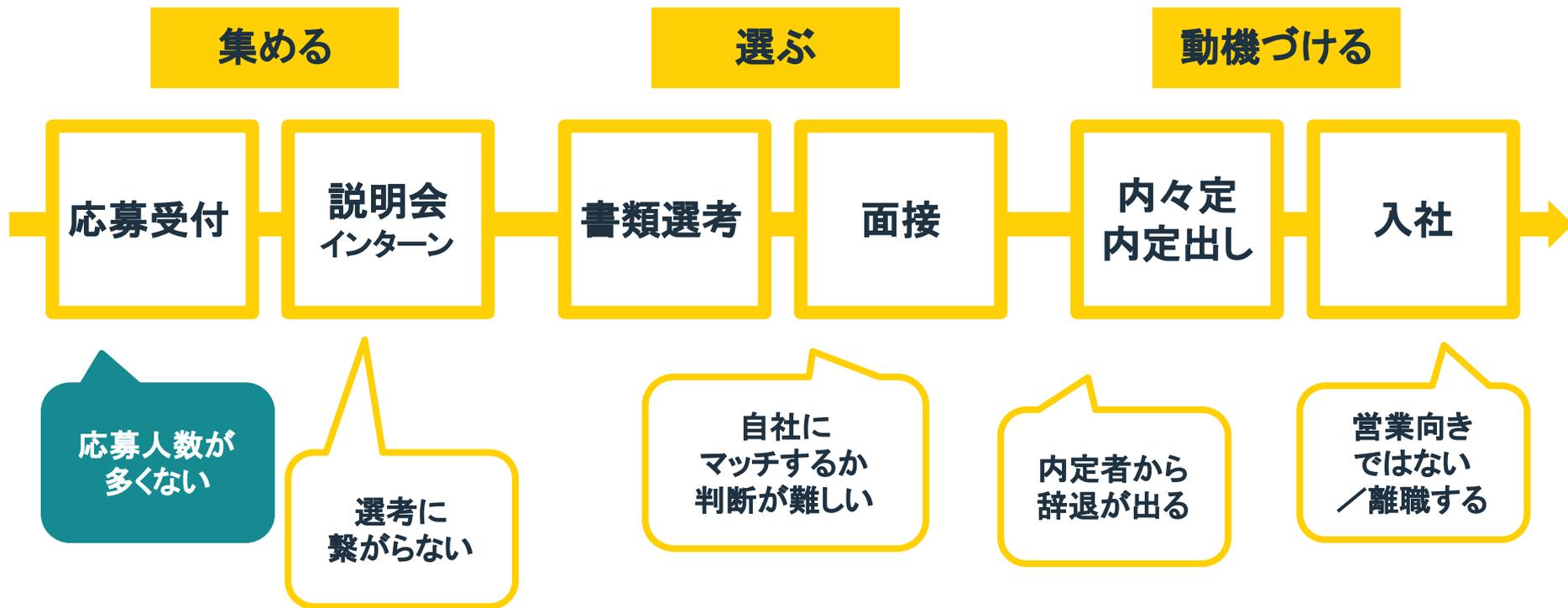
①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カネダイの魅力が伝わっていない

③入社後のイメージが適切に伝わっていない

④欲しい人材を選ぶ方法が確立されていない

# 採用関連の課題整理



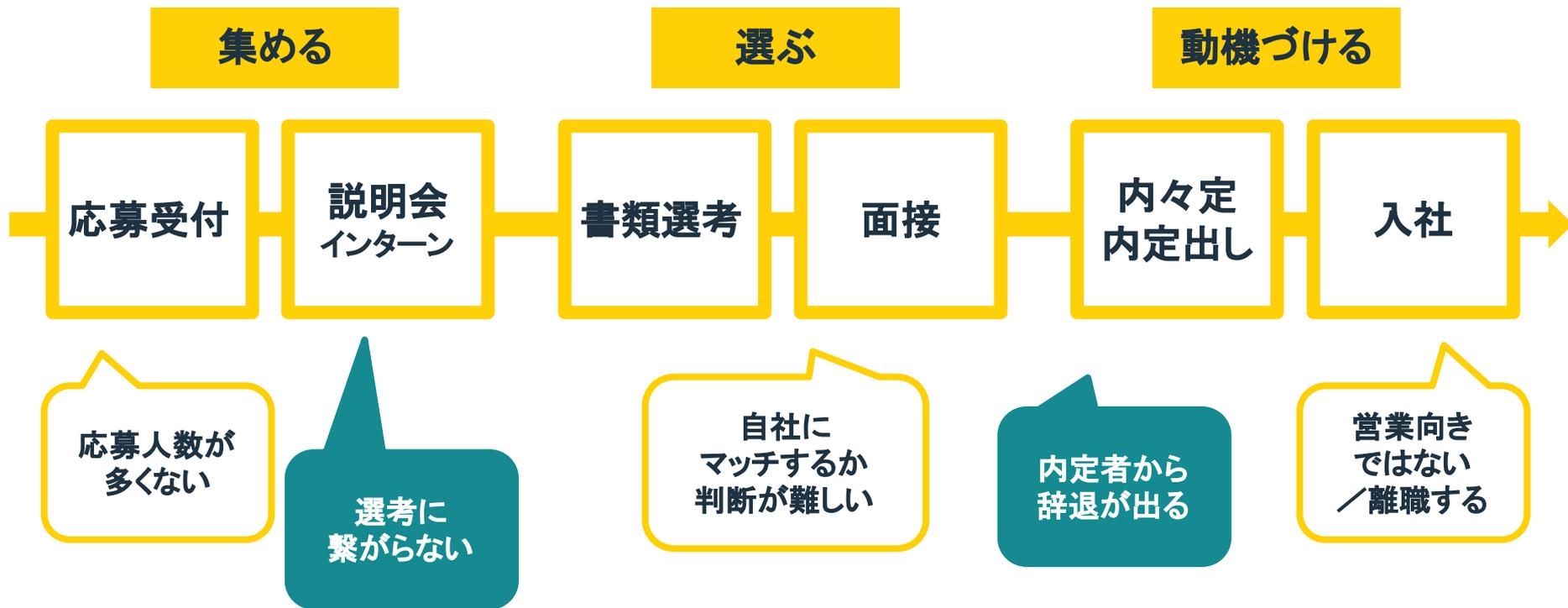
①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カネダイの魅力が伝わっていない

③入社後のイメージが適切に伝わっていない

④欲しい人材を選ぶ方法が確立されていない

# 採用関連の課題整理



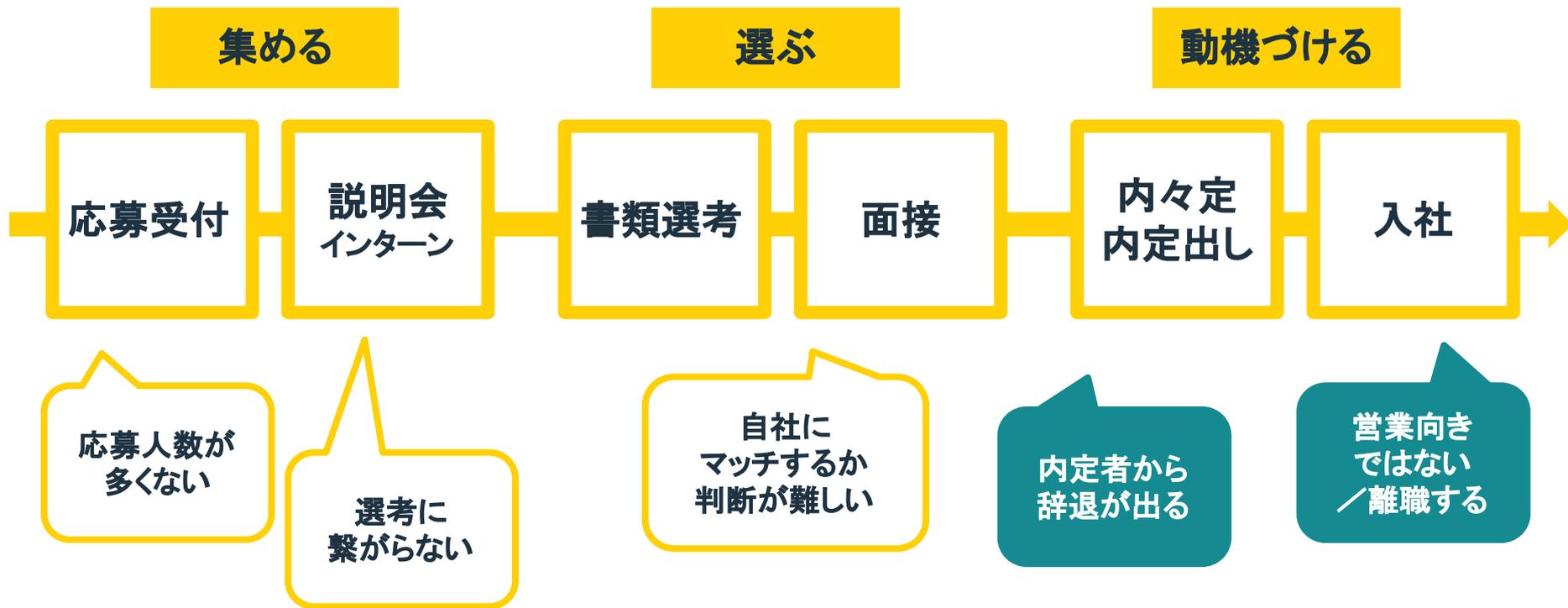
①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カネダイの魅力が伝わっていない

③入社後のイメージが適切に伝わっていない

④欲しい人材を選ぶ方法が確立されていない

# 採用関連の課題整理



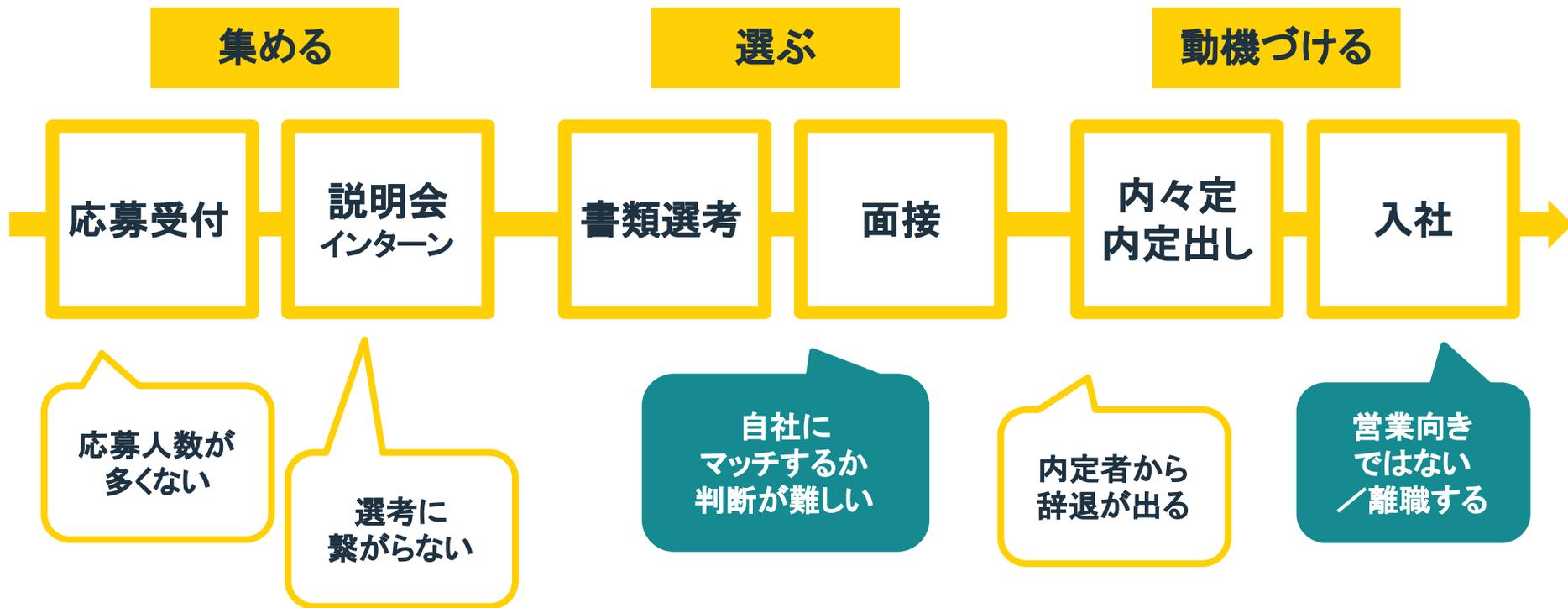
①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カネダイの魅力が伝わっていない

③入社後のイメージが適切に伝わっていない

④欲しい人材を選ぶ方法が確立されていない

# 採用関連の課題整理



①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カネダイの魅力が伝わっていない

③入社後のイメージが適切に伝わっていない

④欲しい人材を選ぶ方法が確立されていない

# アイデア案

カナダイと学生を繋ぐ  
エコシステムを創る

①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カナダイの魅力が伝わっていない

③入社後のイメージが適切に伝わっていない

Fisherman JAPANと  
共同で情報発信

①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カナダイの魅力が伝わっていない

情報発信系Instagram  
アカウントとコラボ

①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カナダイの魅力が伝わっていない

ユニークな採用方法で  
応募人数とマッチ率up

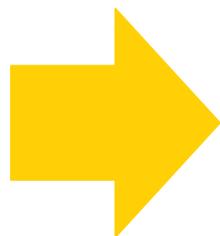
①欲しい人材に情報がリーチされていない

④欲しい人材を偉ぶ方法が確立されてない

# コンテンツ確定

## 〈必須条件〉

- 一カ月で成果のでるもの
- 分かりやすい成果物があるもの



②カネダイの魅力が伝わっていない

を解決する

「企業説明会で使用する魅力的なスライド作成」に

# 企業説明会スライド



## スライド作成の目的

企業説明会でカネダイの魅力を伝え、  
説明会からインターンに就活生を繋げる



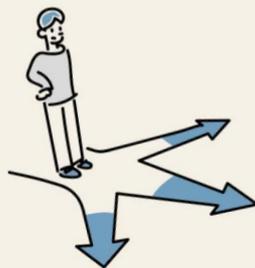
## スライドの改善点

- ① 学生の目線からの魅力を反映する
- ② 双方向的なコミュニケーションを取り入れる
- ③ インターンへときちんと誘導する

# 作成したスライド

## カネダイが提案できる三つの働き方

- ① ローカル×グローバルの『**グローカル**』
- ② **マルチな能力**の育成
- ③ **変化**に対応できる環境



## グローカルまとめ

グローバル

ローカル

ヨーロッパからアメリカ、アジアや中東、アフリカに至るまで世界中で広く活躍できる！

気仙沼に貢献し、地域に根付いた深く密接な関係性を構築できる！

## 求められるカニ・エビの営業

### 共通の仕事

- 営業
  - 売り込み
  - 情報収集
  - トラブル対応



### 分担／必要があれば行う仕事

- 商品開発
- 商品デザイン
- 商品管理
- などなど

ここまで行うのがカネダイの特徴

## 就活生からのフィードバック

淡々とした大手とは違った  
温かみがあって良かった、  
地方中小企業ならではの

復興のリードや事業内容に  
興味が湧いた

構造的に説明されていて  
分かりやすい



## 就活生からのフィードバック

人事の人＝おじさんだと思っ  
ているので、おじさん頑張って  
作ってるなあと思ってしまう  
(複数回答)

写真が挿入されていると、  
自分がそこで働くイメージが  
湧きやすいかも

インターンに繋げるなら  
インターンの魅力を伝えた方がいい

会社がただアピールをしただけ  
なのか、就活生が行きたくなる  
ようなものなのか分からなかった

# スライドの修正

## ターゲティング設定

### マイナビ

- 書いてあるタグ
  - 農林・水産
  - 食品
  - 商社(化学・石油・ガス・電気)
  - 専門店(食品・日用品)
- 実際にくる人は食品・水産・生物系に関心がある人が多い

### s→kip(気仙沼人事部)

- 東北出身者(16/24)
- 東北の大学所属(15/24)
- 地方創生・地域課題への関心度
  - 参加前(4.08)
  - 参加後(4.44)
- 参加後のカネダイへの関心度
  - 3.72
  - 5をつけた人が6人、4をつけた人が11人とかなり高得点をつけてくれた人も多い
- 大学の学部について
  - 地方創生系が散見
  - 水産・食品系は一切なし



水産/食品系・地方創生に関心がある人に響くものを

カネダイに興味・好感が持てると感じた箇所があれば教えてください。

6件の回答

経営者様がカジュアルで働く場として多くの挑戦をさせてくれたのでたのしみそうだと思います。

想定顧客を海外へ広げていく方針に魅力を感じます。

海外に事業を進出しているところ。

水産業への諦めない挑戦。

デメリットを活かせる点

皆さん働きやすい環境があるのかなと感じました。海外進出など地産地消とは違った展開での地域貢献をしている点が良いと感じました。

カネダイに就職する際にネックに感じられる部分について教えてください。

5件の回答

気仙沼という地域

仙台から遠い

顧客作りが不安です。

気仙沼という場所

水産が苦手な人は就職できるのかな？と気になりました。

## 改善点

### フィードバック内容

- 人事の人＝おじさんだと思っているので、おじさん頑張って作ってるなあと思ってしまふ
- 会社がただアピールをただいだけなのか、就活生が行きたくなるようなものなのか分からなかった

### 問題点

- 社会人が妙に学生にすり寄っているような気持ち悪さ
- ターゲティングの設定ができておらず、就活生が望む情報を適切にセットできなかった

### 改善案

- 学生が自分事化できるニュアンスを残しながらも、学生と社会人の線引きをきちんとするスライドのテスト変更
- マイナビ・s→kipの就活生の分析をした上で、提示する情報を精査する

# 新スライド

## カネダイの試行錯誤

- 知名度が低い...



大手回転寿司と  
コラボ



BtoCブランド  
「かに物語」の誕生

## 今後の選考の流れ



- 応募している営業職の**実際の業務**について
- 社員の入社後の**キャリアパス**
- 社内案内・設備紹介
- 福利厚生説明
- 営業の業務を模した**ワーク** などなど

## 気仙沼の漁業を支える事業部



水産食品事業部



漁業事業部

廻来船事業部

# 修正版へのリアクション

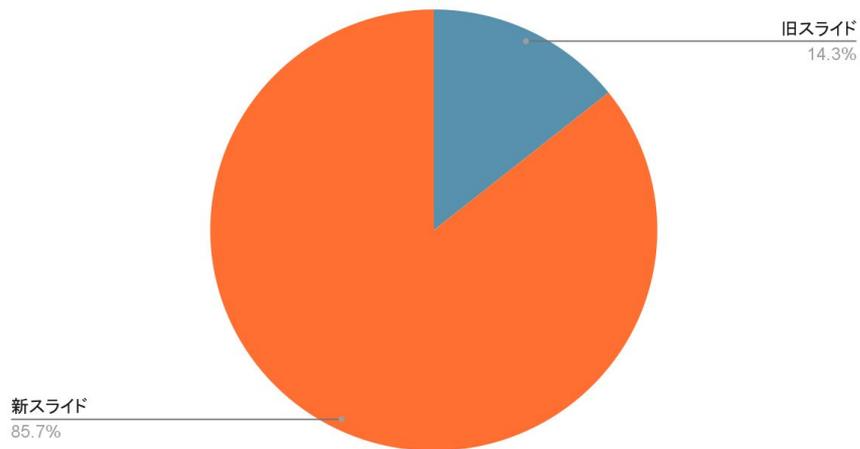
カネダイで働くことの  
イメージが鮮明になった。  
地域との関わり合いが  
知れて良かった。

まるずわいの事例で  
どのような業務を行って  
いるか分かりやすかった。

グローバル企業としての  
大きなVISIONがいいなと思っ  
た。

## 〈従来使用されていたスライドとの比較〉

S→KIP参加者アンケートより



新スライド支持 87.5%

より好意的な意見が寄せられるように！

## 今回のゴール

# 『新卒採用の応募人数を増やす』



# 効果検証方法

インターン・選考に  
参加した就活生から  
アンケートを回収



「企業説明会」の  
チェック数で効果検証

【カネダイ】インターン・選考アンケート

本日はカネダイのインターンないし選考にご参加いただき誠にありがとうございました。  
採用の取り組みについてアンケートを回収しておりますので、ご回答いただければ幸いです。  
(完全匿名かつアンケート回答内容は選考に結びつきませんのでご安心ください。)

shibata.arisa.c6@elms.hokudai.ac.jp (共有なし)  
アカウントを切り替える

\*必須

カネダイに興味をもったきっかけを教えてください。(複数回答可) \*

- マイナビページ
- 企業説明会
- インターン
- s-kip
- カネダイのホームページ
- 就活前からカネダイのことを知っていた
- その他: \_\_\_\_\_

カネダイのトピックの中で惹かれたものを教えてください。(複数回答可) \*

- 水産・漁業
- 食品
- 地域おこし・地域貢献
- グローバル・海外事業
- 営業
- その他: \_\_\_\_\_

送信 フォームをクリア

Google フォームでパスワードを送信しないでください。

# カナダイのエコシステム



# アイデア案

## カネダイと学生を繋ぐ エコシステムを創る



①欲しい人材に情報がリーチされていない

②カネダイの魅力が伝わっていない

③入社後のイメージが適切に伝わっていない

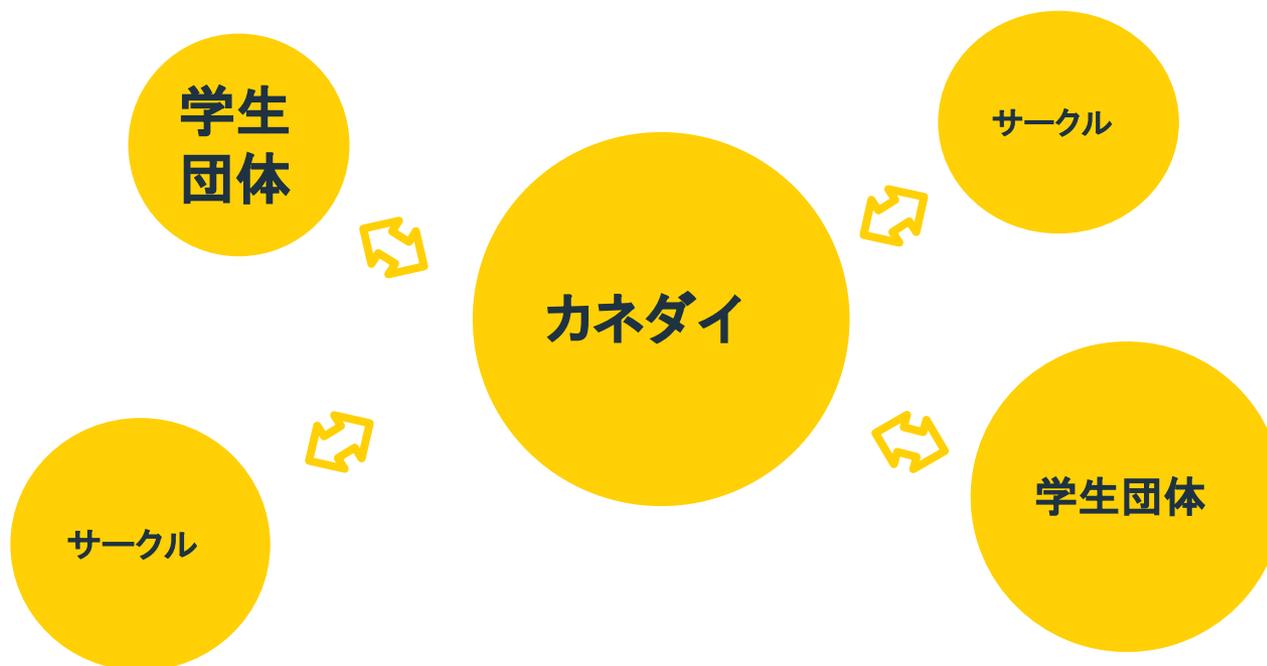
## エコシステムの目的

カナダイがエントリーしてほしい層に、  
カナダイの知名度を上げ、その魅力を伝える。



## この施策の概要

カネダイが大学のサークル・学生団体に協賛し、  
定期的に双方の**事業報告会&交流会**を行う

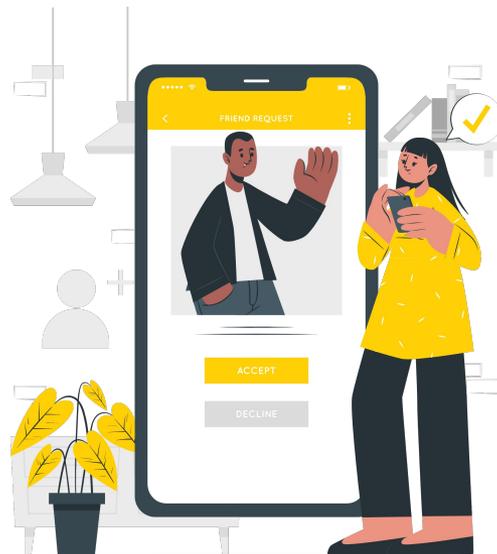


# 具体的な流れ

カナダイが学生に協賛



日々の支援+情報発信



相互に活動共有&交流会



マッチ感の高い学生に継続的にカナダイの魅力をアピール

# メリット&デメリット

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"><li>● カネダイがマッチする層に<b>直接アプローチ</b>できる</li><li>● マイナビ・S→KIPより<b>少額で投資</b>できる</li><li>● カネダイの<b>知名度が向上し</b>、<b>ファン</b>や潜在的な<b>顧客</b>を獲得できる</li><li>● <b>SCR</b>を果たす</li><li>● 会社の<b>PR</b>に繋がる</li><li>● <b>大学関係者</b>との繋がりも見込める</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 採用に<b>直結しない</b></li><li>● 効果検証に<b>年単位</b>かかる</li><li>● 人事部を持たないカネダイが実行する<b>負担が非常に大きい</b></li></ul>

## この施策の概要

カネダイが大学のサークル・学生団体に協賛し、  
定期的に双方の**事業報告会&交流会**を行う

