

Happy Triangle Case Book



アウトドアテクノロジー
株式会社

代表
弓田 望 氏
に聞きました。

今回クイックに仕事を依頼した経緯を教えてくださいませんか？

約1年前になるでしょうか。06年の10月頃だったと思います。長妻さんと出会ったのはある方のご紹介。当時の私は社長に就任したばかりで「事業の建て直し」というミッションがありました。会社の経営と社員とのコミュニケーションに悩んでいたんです。とはいえ、採用もしていかなければ業務が回らない状況。そんな最中でしたから、当然採用の件を相談するつもりでした。私自身、求人市場や、採用方法の話がされるものと思っていました。しかし話が始めると、いきなり、「社長はこれからどうしていきたいんですか？」と聞かれまして…。話の始めに将来像のことなど聞かれるとは思っていませんでしたので、正直焦りましたね。なぜならオーナーから「やりたいようにやっていい」とは言われていたものの、私の中でイメージを言語化できていなかったからです。ですから、その商談は改めて会社の将来像を考えさせられるきっかけになったんです。そこで、長妻さんと、将来どうなりたいかを話し合い「5年後には、観光・ビジネス・ライフを分業できる体制をつくろう」という目標設定を共有することができました。目の前の採用だけでなく、将来を考えた採用をきちんと提案してくれる長妻さんが頼もしく思えました。将来も長くお付き合いできそうと思ってお取引をすることにしました。ちなみに長妻さんは当時、坊主頭で、第一印象のインパクトが相当強かったんで、そのせいもあるかもしれませんね（笑）。

御社の採用課題をどのように解決していききましたか？

課題となっていたのは、実際の仕事内容とのギャップによる離職率。それまで出稿していた求人広告は「観光業」の色を強く出して、『地方から上京される方を対象にした観光ビジネス』と謳っていましたが、毎回応募者も多かったのですが、実際は成田空港までの送迎やビジネス用途のお仕事も半分以上あり、その認識のズレから、なかなか戦力に定着しなかったんです。ですから、今回採用したいターゲットを、「自分らしさを出したサービスをしたい元サービス業経験者」と提案を受けました。マニュアルや型にはまったサービスの先にオリジナリティや個性を出したいと思う人は、小売・ホテル・病院・飲食と様々



なサービス業界にいるということに納得しました。専門知識や2種免許は後からでも身につきますからね。面白そうで応募する人でなく、現状から成長したい人に、きちんと採用ターゲットを定めたことで、課題となっていた離職率の低下を図ったんです。

■ 前回原稿から変更した点、工夫した点があれば教えてください。

外国人ゲストの利用も多いので、楽しい出会いがあるという傾向に原稿はなりがちでした。しかし、ターゲットをしっかりと見据えたので、その仕事を通じて、自分は何をしたか、何を得たかを具体的に明記するようにしました。女性のドライバーの増員を図りたかったので採用したいターゲットに近い女性社員を原稿に登場させ、会社目線ではなく、彼女の目線で読者に会社をアピールするようにしました。

■ 広告掲載の効果はいかがでしたか？

結果として、20 数名の方と面接をしました。応募者のほとんどにお会いして、その中から2名を採用。仕事へのスタイルやスタンスがちゃんと共有できて、一緒に私が描いた事業に共感できるかどうかジャッジのポイントでした。採用した人はターゲット通りで、今では後輩のいいロールモデルとして活躍してくれています。その後、定期的に募集を継続していますが、毎回2名ペースでの採用に成功しています。きちんと入社後の定着と戦略化ができるところまで考えたことが、結果となって表れたことが嬉しいですね。

■ 次回の採用に向けての課題はありますか？

段々と社員も増えてきて、組織としての形ができてきました。そろそろ次のステップのことを考えています。人材という面で見ると、今後は経営という視点から一緒に考えていける方や、周りを巻き込んでいけるリーダーシップ型の人材も獲得していきたいと思っています。長妻さんには、私のほうで策定した事業戦略を実現できるような採用プランの立案や実務面での知恵をいただきたいと思っています。クイックさんが持っている多くのケーススタディやノウハウ、採用市場のトレンドやデータをもとに、客観的な視点でのアドバイスを期待しています。

以前は経理をやっていました。また、姉がイギリスに住んでいたこともあって、日本にきた海外の方のサポートをしたいな、と思っていたんです。そんな時、原稿を見て応募しました。今はアウトドアプランナーではなく、予約担当として英語でかかってくる電話に対応する内勤の仕事をしています。この仕事自体、私にとっては新境地。新しい挑戦ができることに、とてもやりがいを感じています。

ワタナベ マユコ

渡辺 繭子さん 30歳 2007.7月入社 ▶



入社者インタビュー

タナカ エミ

◀ 田中 絵美さん 24歳 2007.1月入社



接客がしたかったのと、英語を生かした仕事をしたいと思い、この会社を選びました。面接の時、代表の弓田と会って、一緒に働きたいって思えたんですね。素敵な女性になれそうというのもありましたし、やりたいことをきちんとできそうとも感じました。旅行も元々好きでしたし車を運転するのも大好きなので、今の仕事はピッタリだと思います。友達からも似合っている仕事と言われます。

将来の会社のビジョンの共有。

仕事を振り返って

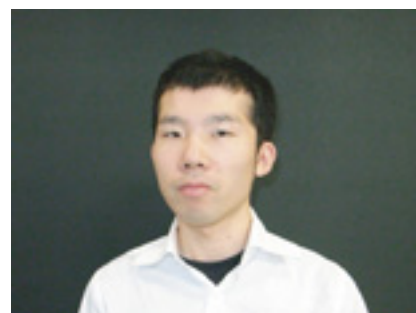


営業担当より

営業 1 課 長妻 潤 (2005 年入社)

弓田社長とお会いする前から、実は当時の会社の状況については、紹介者の方からお話を伺っていました。創業 5 年間の紆余曲折も、大体のところは理解していたのです。ですので最初に伺う時に、これからどういう経営をしていこうとお考えなのか、ということが一番知りたかった情報でした。これまで多くのベンチャー企業の社長様と仕事をさせていただいていたので、ビジョンや思いが立ち上げ期の会社にとってはとても重要なことだと実感していました。ですから、募集案件のことを詳しく聞く前に、弓田社長と将来のビジョンの共有を、初訪の商談で行いたいと思ったのです。「こんな会社になりたいから、次はこういう人が欲しい」という想いを知りたかったのです。しかし一方で課題は、従来の募集の原稿がただ人が集まりやすいように作られており、結果的には社員の定着が悪くなるというサイクルに陥っていたことでした。戦略化できない採用ほど意味のないものはありません。将来必要となる人材像を明確化し、そこをポイントに採用すべき人物像を言語化したことで、原稿での表現のブレをなくしました。社長の想いと採用したいターゲット像がきちんとリンクした求人広告を作ることは、採用成功に近づける 1 つの方法だと思います。

今回の採用で工夫したのは、設定したターゲットへの仕事内容の書き方。「アウトドアプランナー」という職種が、一般的には馴染みの無いものであり、実際の業務が想像しにくいものでした。行う仕事は、旅行の企画から、現地のガイド、そしてハイヤーですから運転も行います。また、羽田空港から海外ゲストも利用されるので、英語などの語学力が必要。これだけ見ると、なかなかの能力を持っている人でないと業務がこなせないように見えてしまいますが、「まずはこれができれば大丈夫」という優先順位をつけることで、読者の不安を解消することにしました。実際に、車の 2 種免許は入社後大丈夫ですし、旅行の企画やコース案内は先輩に教えてもらえます。人と話すことが好きだったり、自分の提案でお客様が喜ぶことができる、といったことが先にわかればよかったです。また、その中で英語を使えたり、色々なところへ行けるという仕事の楽しさがわかるようにすることで、少しずつターゲットとなる方へのメッセージを強くしていきました。採用ターゲットに「何を・どんな具体的な情報で伝えるか」が基本ですが、大切なポイントです。



制作担当より

制作課 鈴木 高祥

アウトドアテクノロジー株式会社

<http://www.outech.co.jp/>

〒135-0063 東京都江東区有明 2-5-7 T O C ウエストタワー有明 9F

TEL 03-3599-6740 ■事業内容：・ハイヤー業・旅行業

■設立：2002 年 12 月 ■代表者：弓田望 ■従業員数：30 名 (2007 年 4 月 1 日現在) ■資本金：1000 万円



株式会社クイック

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-9-20 第 16 興和ビル北館 8F

TEL.0120-314-919 Email:jingoto@919.jp URL: <http://happy.919.jp/>

編集：金高紀夫、薮内由布子、鈴木高祥