

育て、育つの時代

ニチレイフーズ編

“得意技”共に育む



ニチレイフーズ 人事部 人事企画グループ
橋本恵実氏

持続可能な成長へ広範な事業創出を求められる今、定着した企業イメージは、多様な「人材」獲得への悩みにもなる。ニチレイフーズは「家庭用冷凍食品メーカー」とらわれない多様な事業内容を発信。「社員の得意技を共に育てる」を掲げる同社の姿は「育て、育つ時代」の採用を考えるヒントとなる。

発信 2段階で

「ニチレイフーズという会社のイメージは、スーパーの売り場などでおなじみの『家庭用の冷凍食品の会社』だと思います。でも、実はレストランのメニュー、コンビニやスーパーのお総菜、学校給食といった業務用商品も幅広く

手掛けていて、売り上げの半分以上が業務用というのが実態です。そのため『こんなところにニチレイフーズの商品が!』とよく驚かれるんですが、これは会社の魅力を伝えられていないことの証しでもあります」

「冷凍食品には外食や介護など人手不足に悩む業界を支える役割もあります。その社会貢献という視点も、今まであまり訴求できてきませんでした。そんな会社の強みや魅力をより多くの方に知ってもらうために、採用活動で学生とのコミュニケーション強化を重視しています」

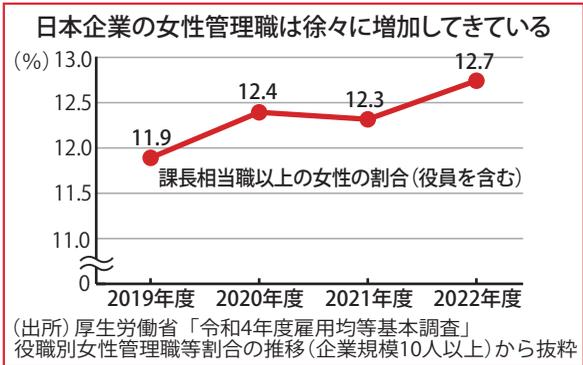
「最近では就労観が多様化する中、仕事を通じてやりたいことを明確に持っている若い人が多いと感じます。就職先としてニチレイフーズを選ん

でもらうには、彼らの背景を理解し、寄り添う必要があると考え、学生の方々が知りたいたいと思っていることに照準を合わせ、2段階で情報発信を進めることにしました」

ハミダス、促す

「第1は、自分の価値観にマッチする仕事や働き方をイメージしてもらう情報で、その一環がグラフィックコーティングをヒントにした広告です。業績や事業領域、社員の働き方、社会貢献など、ニチレイフーズの様々な面について、若い世代に届きやすいように一目で分かるイラスト主体で表現し、関心を持つきっかけにしようと考えています」

「一方、第2の発信は、採用サイトで多様な事業内容を詳しく紹介します。キャリアパスについても丁寧に説明して、当社に関心を持った人が入社後の自分の姿をさらに具体的にイメージできるようにしています」



「若い世代に向き合ったことは、会社が大切にしてきたことを再認識する機会にもなりました。それは社員一人ひとりの『得意技』を磨くということです」

「当社には、各自の得意技を個性を磨き、その可能性を広げる仕組みがあります。象徴的なのは『ハミダス活動』です。全社員が自分の担当領域を超えた自発的取り組みを促すもので、社内推進部を設置し、アイデアや取り組みを集約、支援しています」

「チャレンジ職」も

「同時に『ダイバーシティ推進部』も置いて、人事と協働で社員が得意技を最大限に発揮できる道を考えています。性別に関係なく挑戦する意欲を醸成できる活動を実施するなど、多様な人材が能力を発揮できる体制を整えています」

「得意技を意識した新卒採用の試みとして、既存の職種や業務にとらわれずに新たな発想で会社の変革を担う人材を募る『チャレンジ職』を設けました。2024年卒採用では90人も応募がありました」

「もちろん、得意技がまだ見つからない人もいます。そういう人も、働く中で会社と一緒に見つけ、育てていく。ニチレイフーズには、挑戦できる舞台がたくさんあります。一人ひとりが会社と共に成長し、得意技を磨きながら社会に新たな価値を提供する。私たちはそんな好循環の実現を目指しています」