



採用活動の要は具体的な情報の提示。 自社の採用サイトを見直しましょう。

(株)広済堂HRソリューションズ
メディアソリューション本部 課長

袴田 金生 (はかまだ・かねお)氏

プロフィール

秋田県能代市出身。同志社大学文学部文化学科心理学専攻卒業後、(株)広済堂入社。大阪勤務を経て、20代で福島県郡山市の拠点長を経験した後、仙台勤務となり、各拠点で企業の採用活動のサポートをはじめとした人材サービス事業に従事。2021年、広済堂のホールディングス化に伴い、(株)広済堂HRソリューションズに移籍し、現在に至る。



常態化する採用難

現在、約1億2500万人の日本の総人口は、2050年には1億人程度に減少し、そのうち15歳から65歳未満の労働生産人口は、約半数の5000万人になると予測されています。労働生産人口が2人に1人しかいなくなるような世の中が、目の前に差し迫る中で、求人数はどのように変化しているのでしょうか。

ハローワークを利用した「求人事業者（以下、求人者）」と、新卒者・中途転職者を含む「求職中の方（以下、求職者）」の数を基に算出した数値によると、新型コロナウイルスの影響により2020年の求人数は減少しました。2022年は回復しつつあるものの、求人数に比べて求職者はまだ戻っていません。これは宮城県だけではなく、全国的な傾向です。また、宮城県の有効求人倍率を見ると、実は2021年よりも上昇しています。2021年7月は1.33倍、2022年7月は1.38倍と、売り手市場が続いており、求職者は時間をかけて企業を検討できる立場にあります。

では、このような状況の中で、求職者は何に注目しているのでしょうか。長く続く売り手市場の中で、求職者が重視するものはますます多様化し、具体的に変わってきています。最近では、企業のネームバ

入社後のポジション

中小企業が押さえるべき採用戦略立案のポイント

多くの企業が課題としている「人材確保」。人口減少や少子高齢化により労働力人口の減少が進む中で、企業の人材獲得競争は今後さらに激化していくと予想されています。こうした状況の下で、コストや時間をかけて採用した人材をミスマッチなく自社に定着させていくためには、時代の変化に合わせてながら求職者のニーズに寄り添った採用活動を行うことが重要です。

そこで今月号では、今日の中小企業の採用活動を取り巻く環境やトレンドを見ていながら、人材獲得の要となる採用戦略の立案を進めていく上で重要となるポイントについて、解説します。



採用の目的

特集

リユースで選ぶ傾向は弱まっていて、仕事の内容や職場の雰囲気をはじめ、キャリアパス、育児休暇や介護休暇、有給休暇の取得に至るまで、検討したい項目が多くなっていることから、応募までの時間が長くなっているのも特徴です。結論が出るまでの目安は12週間ほどと言われていいます。さらに、中途採用の場合は、就業中に転職活動を行うことが多いために時間がかかり、今の仕事をすぐ辞められない場合もありますので、これからの採用活動では、今まで以上に時間に余裕をもつて行うことが求められます。

また、いまや2人に1人が転職する時代です。さらに、終身雇用制ではなくなってきたり、キャリアアピジョン（人生や仕事で自分自身がなりたい姿）が明確にある人は、若年層を中心に減少して、1人を採用したからといって、10年、15年と会社についてくれるとは限りません。このようなことから、求人者は年間を通して採用活動を行う「通年採用」状態にならざるを得ないのが現状で、常に人材難、採用難であるという認識を改めて企業側が持つことが必要だと思えます。

必要なのは視点を換えること

では、どんな採用戦略が必要になってくるのでしょうか。戦略を立てるときに

大切なのは、「どれだけ求職者に歩み寄れるか」です。応募者が全員、面接に来てくれるわけではないですし、履歴書の郵送をお願いしても送ってもらえない方もいます。ですから、「若干名募集」とか「和気あいあいがんばっています」といった大ざっぱな募集では、求職者の心には届きません。現在の求人情報は「1職種、1雇用形態、1勤務場所、1ターゲット」に作るのが主流になっています。

ある施工会社の例を紹介します。職人として働いてくれる若年層を募集していたその企業では、今まで休日は日曜日のみという条件で求人情報を出していましたが、給料が3万円下がると土日完全休日という条件でも募集をしたところ、後者の方に多く応募が集まったそうです。このことから、今までは少し違う視点をもって求職者の意識を分析し、求人情報の内容も吟味しなければならぬということが言えそうです。

採用戦略立案のポイント

採用戦略を立てるのに、まず必要なのが「前提条件の整理」です。増員なのか欠員なのかといった「採用の目的」、いつまでに採用しなければならないのかといった「採用納期」、採用後に就いてもらう「仕事内容とポジション」を明確にします。求職者に「この求人は私のことを

求めているんだ」と思ってもらえるかが非常に重要なのです。細かく丁寧に前提条件を明確にして発信することは、入社後のミスマッチを減らし、人材の定着にもつながります。

次に、「**採用情報の発信**」です。現在の求職者の約7割は、応募の前に企業のホームページを訪問すると言われています。しかし、サイトを訪れた方のうち6割が応募に至りません。理由は「実際の職場のイメージがつかめない」「求人票に掲載されていた情報以上のものが得られなかった」などが多く聞かれます。そのため**企業は、現状の採用ページを見直して、求職者の多様なニーズを満たす内容になっているかどうかを精査し、足りない部分を直ちに修正することが求められます**。また、古い情報がいつまでも掲載されていると、「求人に対する熱意

や積極性に欠ける」という印象を求職者に与えかねないため、定期的な更新も必須です。

また求職者は、いまや求人サイトをブランドでは選びません。求人サイトや検索エンジンに「**仙台 事務職 駅近**」などを入れて、自分が求める条件をキーワードとして入れて、出てきた情報をクリックするケースがほとんどです。ですから、弊社を含めた求人媒体各社は、お互いに連携して各社が保有する求人情報を共有し、求職者の目に触れる機会ができるだけ多くなるように、努めています(図1参照)。

従業員が知っている「強み」

弊社がもつ総合求人媒体に求人情報を掲載していた場合、決裁権限者の

図1. 各求人サイトに配信されるしくみ

求人サイトを活用した場合、1つの求人情報が各求人サイトに自動で連携されるので、応募獲得につながる。



弊社がもつ総合求人媒体に求人情報を掲載していた場合、決裁権限者の方のみならず、従業員の皆さんの声も聞かせていただくことが多々あります。理由は、働いている人たちの声は、その会社の強みを最も表していると思うからです。例えば、「外から電話を入れると、『お疲れさまです』と、明るい声でねぎらってくれるので、そんなみんなのためにも、

求職者の心を射止める

採用活動にSNSやYouTubeなどを使う事業者も増えていますが、採用活動を進めるためにまず注力すべきことは、求職者の受け皿となるホームページ内の採用サイトの充実です。仕事の内容や入社後のポジション、会社の雰囲気や社員の良さを伝えてくれます。また、ヒアリングの場で、強みと併せて課題や弱点を伺うことで、その企業の課題解決にもつながり、プラスに転じるきっかけにしたいとすることができま。さまざまな改善が進めば、採用活動のみならず、全体の底上げに結びつくはず。また、求人者にとってマイナスと思えるような情報も正直に伝えることで、求職者は大きなプラスの情報として受け止めることも多々あります。例えば、繁忙期はどうしても残業が多くなるという情報も、「その分、残業手当が手厚い」とか、「残業を依頼することもあ

採用活動にSNSやYouTubeなどを使う事業者も増えていますが、採用活動を進めるためにまず注力すべきことは、求職者の受け皿となるホームページ内の採用サイトの充実です。仕事の内容や入社後のポジション、会社の雰囲気や社員の良さを伝えてくれます。また、ヒアリングの場で、強みと併せて課題や弱点を伺うことで、その企業の課題解決にもつながり、プラスに転じるきっかけにしたいとすることができま。さまざまな改善が進めば、採用活動のみならず、全体の底上げに結びつくはず。また、求人者にとってマイナスと思えるような情報も正直に伝えることで、求職者は大きなプラスの情報として受け止めることも多々あります。例えば、繁忙期はどうしても残業が多くなるという情報も、「その分、残業手当が手厚い」とか、「残業を依頼することもあ

容や入社後のポジション、会社の雰囲気などが分かる動画を貼り付けたりして、より詳しく、具体的に作り込みさえすれば、企業ブランドや知名度に関係なく、求職者の心を射止めることが可能です。今は、求人情報誌のような紙媒体で完結する採用活動はないといつてよいと思います。求職者が求人雑誌を手にしても、「誌面より求人サイトより求人者のホームページよりホームページ内の採用ページ」という順に閲覧するのが一般的です。効果的なページづくりには、導線の考え方などの専門知識も必要ですので、その点は専門家に相談することも検討してみてください。

さらに、転職者の採用に関しては、退職した方やミドル・シニア世代をターゲットにして、これまで培ってきたノウハウなどを生かしていただくような求人の方も有効だと思います。最近では、転職エージェントを活用する求職者も増えていきます。採用までこぎ着けたときのみ費用が発生する場合がありますので、即戦力の確保のために利用してみるのも手ではないでしょうか。

ぜひ、従業員の方々と対話の機会を頻度高く設けて自社の強みと弱みを把握し、採用に関する具体的な情報を発信していきましょう。必要な場合には、専門家に相談しながら採用活動を進めていくこともお勧めします。

を知ってもらう目的でスタートした「IMOTOコラボポイント」も今年で4回目を迎えます。志を同じくする企業と合同でインターンシップを開催するもので、参加者からは「地域を大事にしている企業を知ることができた」「経営者の方と直接話ができてうれしかった」といった感想が寄せられています。

採用活動の見直しを経て、いま感じるのは、共に成長する仲間同士として接すること、対話を絶やさずに思いを共有して信頼関係を築いていくことが大切であるということです。現状に留まることなく、今後も新しいことにチャレンジして、採用活動をより進化させていきたいと思っています。

独自の採用活動で成果を上げて企業にお話を伺いました。

共に成長してくれる人材と出会うことが、私たちの採用活動です。



株式会社SKホールディングス
人事広報部
土田 まなみ 氏
秋田県由利本荘市出身。2014年、株式会社SKホールディングスに入社。総務、広報担当を経て、現在は新卒採用、インターンシップ担当に就任。近年は、SKグループ全体の採用戦略の立案、地元企業とのコラボレーションによるインターンシップ事業の企画運営などに携わる。

ポイントは「具体的な発信」

弊社は2020年にグループ企業をまとめるホールディングスとして立ち上げました。立ち上げと同時に、これまで行ってきた廃棄物を回収して資源化する環境ビジネスと並行して、「地元を元気にする新規事業を創出し、社会課題を解決する企業グループになる」という明確な目標を掲げました。それと同時に、弊社の採用戦略も変更しました。

以前、職種ごとに募集していた新卒採用では、「新規事業を創出できる人材」「自分の成長に努力を惜しまない人材」といった観点での向き合い方にシフトしています。職種だけを伝えるのではなく、例えば「企画ができる人を求めています」

採用活動を行う上で弊社が意識しているのは、求職者が緊張しない雰囲気をつくること、自分の入社後の姿が具体的にイメージできる情報を発信することです。例えば、会社説明会を「Link's」という名称に変えて堅苦しさを払拭したり、参加者の服装もリクルートスツ

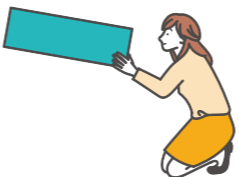
というように具体的な打ち出し方に変えたところ、明らかに求職者の反応が変わり、弊社への興味が強くなり、応募が多くなったほか、これまで多かった内定辞退もかなり改善されました。

中途採用に関しては、ドライバーが必要なケースや新規事業の企画を担当してほしいケース、営業職で力を発揮していただきたいといったポイントでの採用が中心となります。そのため、転職エージェントを活用するなど、新卒の方とは異なり、目的によってアプローチを変えながら採用活動を行っています。

「仲間探し」という観点

採用活動を行う上で弊社が意識して

いるのは、求職者が緊張しない雰囲気をつくること、自分の入社後の姿が具体的にイメージできる情報を発信することです。例えば、会社説明会を「Link's」という名称に変えて堅苦しさを払拭したり、参加者の服装もリクルートスツ



ではなく、「できるだけ普段のままで」とお願いしています。これは、お互いと同じ目線で話をするので、緊張せずに自分の聞きたいことを聞いてもらうのが目的です。また、学生の方から就職活動にSNSを活用しているというお話を聞き、弊社の採用担当でインスタグラムを始めました。現在は週1回の頻度で更新し、こまめに会社の雰囲気や社員紹介を通して、仕事内容を伝える発信をしています。さらに、インターンシップでは実際に社員の営業活動に同行してもらうこともあります。採用する側、される側という関係ではなく、私たちの考えに共感してくれる人を探す「仲間探し」というスタンスが、弊社の採用活動の特徴だと考えています。



会社説明会Linksの様子(2022年3月)。学生と社員の壁を取り払い、リラックスした雰囲気の中で行われているのが特徴。

仙台商工会議所では、今後も学校の就職指導担当者との情報交換会や、セミナーの開催による情報提供を通して、企業の採用力強化を後押ししていきます。