

# 元 氣 の 源 通 信

充実した人生を送るために心・技・体を磨き続ける  
みんなが笑顔で幸せに暮らせる社会をつくらう

特定社労士・65歳超雇用推進 PL 深川順次  
福岡市博多区比恵町 11-7-701  
深川経営労務事務所・(株)グッジョブ  
TEL092-409-9257 FAX092-409-9258

(今月の言葉) 採用力を高める方法 (採用ブランディング)

- ① 採用ブランディングのメリット
- ② 趣味などを採用に活かす
- ③ スマホ時代に対応した求人を行う

2022年7月号 (第220号)

「いくら募集しても応募者がいない」「高い費用をかけて採用してもすぐ辞めてしまう」

「社員が定着しない」

中小企業の採用難は今も続いており、更に強まることが予想されます。

コロナ禍前の有効求人倍率は1.6倍、超採用難、超売り手市場でした。コロナにより1.04倍に落ち込みましたが、今年5月には1.24倍、5カ月連続で上昇しています。経済活動の高まりとともに求人数が増えているからです。今後アフターコロナを見越し、求人数が増えていきます。ますます人手の確保が難しくなっていくことが予想されます。

また、生産年齢人口(15~64歳)が大幅に減少しています。すでに最も多かったときよりも1200万人も少なくなっています。若手だけでなく、中高年層も採用できない、そういう時代に入っているのです。

今回は、採用難時代に打ち勝つため、「採用力を高める方法」について、考察したいと思います。

## 採用力を高める方法 (採用ブランディング)

### ■ 採用ブランディングのメリット ■

採用ブランディングとは、求職者に「この会社で働きたい」と感じてもらうために、企業イメージを上げることです。採用の厳しさが増す中、この採用ブランディングが注目されているのです。

採用ブランディングには、次のようなメリットがあります。

#### 【企業認知の向上による応募者の増加】

採用ブランディングの取り組みにより企業の存在や価値の認知度が高まります。求職者はもちろんのこと、これまで接点がなかった人に対しても自社の情報を目にする機会を増やせるからです。

中小企業では、自社の認知度の低さ故、採用が厳しいことが多いと思われます。認知度が上がることで、公募者の増加も見込めます。

#### 【自社に合う応募者が集まる】

採用ブランディングには自社に合う応募者を集める効果があります。求職者が応募前に自分に合うか合わないかを十分に検討できるようになり、企業の求める条件に合う応募者が集まりやすいのです。応募や初期選考の段階からマッチング精度が高まれば、選考途中での離脱や内定辞退が少なくなるだけでなく、定着向上も見込めます。

#### 【採用コストの削減】

「就職白書2019」によると、採用コストは、新卒採用で72.6万円、中途採用で84.8万円です。またアルバイトは5.2万円(2013年)となっており、高止まりの傾向です。例えば、アルバイト1人採用するだけでも、売上高利益率10%の企業であれば、50万円の売上を上げないとペイできないわけです。

採用ブランディングを活用すれば、自社にあった採用が可能となり、早期離職も減少、コスト削減につながります。

#### 【社員のモチベーションアップ】

採用ブランディングを目にするのは求職者や社外の人たちだけではありません。社員へのメッセージやモチベーション喚起としても機能します。

## ■趣味などを採用に活かす■

中小企業は、大企業のように会社名や給与、福利厚生などで求職者を引きつけることはできません。ただ、人を引き付けるのは、給与や福利厚生、経営理念や人事制度などの仕事軸だけではないということです。例えば、趣味をブランディングして、採用を行っている企業があります。

### 【釣り部採用や野球採用】

「堅苦しい面談はしないで、一緒に釣りをやりましょう。釣りをしながらざっくばらんに話をしてお互いの素を知り合いましょう。知り合ったうえで価値観が合えば一緒に働きましょう」という採用イベントを仕掛けた企業があります。名古屋市でタクシー業を営む中央交通株式会社です。

社長が大の釣り好きで、社内に「釣り部」があったということが背景にあります。

また、株式会社サンチャレンジ（派遣業）は、「野球採用」を行っています。同社は、その趣旨を次のように述べています。「野球採用」では、「野球」という共通の趣味で、ゆるやかにコミュニケーションをとり、「チーム仲間」になってもらいたいと考えています。大好きなものが共通であることで、仕事でもチームワークをもって目標に向かうことが出来ると思っています」

このように趣味で企業の特徴を出し、採用に活かすという方法があるのです。

### 【「仕事」、「経営理念」、「社会貢献」、「ワークライフバランス」採用】

趣味以外に「仕事」、「経営理念」、「社会貢献」、「ワークライフバランス」で特色を打ち出し、採用に活かす方法があります。

「仕事」…やりがい、魅力、独自性、将来性を明確にする

「経営理念・ビジョン」…3年後の実現したい未来像、社長の熱い思い、企業の存在意義を明確にする

「社会貢献」…SDGsへの取り組みを明確にする

「ワークライフバランス」…年次有給休暇取得率、育児や介護と仕事の両立、テレワークなどを明確にする

こうしたことで、自社のイチオシポイントをつくるのが大切です。

## ■スマホ時代に対応した求人を行う■

昭和の時代、仕事を探すときは、ハローワークに行ったり、求人誌で探したりしていました。場所も時間も非常に限られていたのです。しかし今はほとんどスマホで探しています。スマホでネットに繋がれば、いつでも、どこでも仕事を探すことができます。

### 【求職者視点が大切】

貴社の求人は、スマホで3分間で検索できるでしょうか？もし、見つけられなかった場合、残念ながら求職者の中では皆さんの会社は、この世の中に存在しないことと同じです。どんなに素敵な求人も、どんなに素敵な会社でも意味がありません。

今は、ハローワークの求人もスマホでネット検索できる時代です。

### 【勝負は3秒】

スマホの求人情報には、競合他社がひしめいています。その中で、選ばれ「応募する」という行動を起こさせる力がないと採用に至りません。勝負は3秒です。3秒以内に戻るボタンを押されない求人原稿にすることです。すなわち、求職者の気持ちを揺さぶり、ひきつけ、「あ、今すぐこの求人に応募しなければならない。この求人は私のための求人だ」と感じてもらうことが大切なのです。

そのためには、なによりも競合他社の求人内容を知る必要があります。求職者は競合他社と比較しているからです。

### 【画像を有効に使う】

例えば「和気あいあいとした楽しい職場です！」と求人に記載するよりも、社内の楽しい雰囲気や写っている写真1枚の方が伝わりやすいです。実際に働いているスタッフの写真は、求職者に自分自身が働いている光景を想像してもらえるとという点で優れています。スマホ時代は画像も有効活用することが大切です。