

# 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ろう

特定社労士・人事コンサルタント 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② 訴求力のある採用募集を行う！

- ① 他社を応募者の目線で調べ比較し、自社のウリを明らかにする
- ② 人間くさい情報が応募者をひきつける
- ③ プレない一貫したメッセージを伝える
- ④ 求人ページをつくり、十分な情報を伝える

2023年5月号(第229号)

「採用」が、最大の経営課題となっています。

厳しい採用難の中、採用を成功裏に実現していくためには、その準備が重要であることを明らかにしました。以下の4点です。

- ①経営理念やミッションを明確にする。
- ②欲しい人材、欲しくない人材を明確にする。
- ③採用面談シートをつくる。
- ④効果的な求人を出す。

前回の『元氣の源通信』4月号で、①～③を取り上げました。

今回は「④効果的な求人を出す」ための4つの方法について明らかにします。

## 採用力を高める② 訴求力のある採用募集を行う！

### ■ 他社を応募者の目線で調べ比較し、自社のウリを明らかにする ■

訴求力のある採用募集を行う1つ目の方法は、他社の求人情報を応募者目線で調べることです。

求人誌を見ても、ネットで検索してもありとあらゆる業種、同業他社の求人情報があふれています。一度でも仕事を探した人であればわかっていますが、応募者は自分が興味を持っている仕事、就こうと思っている仕事の求人情報を比較しながら調べています。

応募者はあなたの会社以外にも、就職先を考えているのです。このことを知らないと効果的な求人を行うことはできません。

例えば、ある応募者(未経験者)がタクシー会社を探しています。タクシー会社では、未経験者に対して「免許取得時までの日当〇〇〇〇円」と謳っていますが、A社は日当8,000円、B社は日当6,000円と求人していた場合、応募者はどちらを選択するでしょうか。他のところで相当魅力ある求人を行わない限り、応募者がA社を選択するのは間違いありません。

求人数に対して応募者数が圧倒的に少ないのが現状です。特に同業他社(ライバル)と比較検証しないで行う求人はアウトです。

#### 【同業他社の情報を調べる】

応募者は、ほとんどがスマホで求人検索しています。

- ①ハローワーク求人サイト
- ②インディードなどの求人サイト
- ③「求人案内」などの求人誌

などからライバル会社の諸条件、求人文章などを調べます。

できたら印刷し、応募者の視点に立って検証しましょう。そうすれば、自社の求人に必要なものが見えてきます。

### ■ 人間くさい情報が応募者をひきつける ■

2つ目の方法は、人間くさい情報を提供することです。

【職種】営業、【仕事内容】ソフトの販売営業、【応募資格】要普通免許、学歴・経験不問

【給与】月給20万円以上※当社規定により決定、【勤務時間】9時～18時、

【休日・休暇】週休二日制（土、日）祝日。

こうしたデータを並べただけの求人をよく見ます。しかしこれでは応募者の心をつかむことはできません。

応募者の心を引き寄せることができるのは、「人間味のある」情報です。

例えば、「社長はどのような思いで会社をつくったのか」「社長は、今後どうしていきたいのか」「経営（企業）理念にかける思い」「みんなはどのような気持ちで働いているのか、仕事の厳しさや楽しさ」などです。

若者や女性がいキキキと働く職場を実現している（有）原田左官工業所では、社長自らブログ等で、「求ム！未来へ輝く人」などで求人募集し、「仕事への思い」「自らの価値観」等を発信し続けています。

また、タクシー会社では、「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ひましょう。知り合ったうえで価値観が合えば一緒に働きましょう」などと、趣味を採用に活かしたりしています。

## ■ブレない一貫したメッセージを伝える■

3つ目の方法は、ブレない一貫したメッセージを伝えることです。

経営環境は大きく変化しています。人も会社も日々変化する環境に対応していくことが求められています。しかし、判断基準の土台となるものは、コロコロ変えるものではありません。

その土台となるのが、経営（企業）理念であり、それに基づく行動方針です。ぜひ書き出してみましょう。

「あなたの会社はだれのために何をしたいのか？」

「お客さまと社員に約束することは何か？」

「これから未来に向かって、どう行動したいのか？」

ブレない軸を明確にし、発信することができれば、必ずや応募者の心に届き、「働きがいのある会社」「カッコイイ会社」と認知されます。会社の考え方と方向性に共感する応募者からの応募がくるようになるのです。

## ■求人ページをつくり、十分な情報を伝える■

4つ目の方法は、自社の採用ホームページ（採用欄）をつくることです。

業者の求人媒体を利用すれば、かなりのランニングコストがかかります。しかも十分な情報を伝えることができません。

自社のウリや経営理念、経営者の思い、会社情報（働いている姿など）を余すことなく伝えるホームページをつくれれば、それは会社の資産として、会社の採用活動を根底から支えてくれます。しかも求人媒体に頼る必要もなくなります。

### 【原田左官工業所の求人ページをベンチマークする】

前記した原田左官工業所もホームページをフル活用しています。「採用情報」欄を設け、会社情報を余すことなく伝えているのです。例えば、

- ・冒頭に「提案型左官の原田左官工業所紹介動画」を載せ、社長自ら仕事内容を紹介
- ・「仕事内容を見る」では、「工事管理」「左官・タイル職人」などが、どのような仕事内容なのか、どういう人に向いているのかなどを記載、「数字で見る原田左官」では、有給休暇取得率などを明記、「職人キャリアステップ」では「見習い」から「建設マスター」までの4段階の制度を詳しく記載
- ・「自社独自の職人育成制度」では、写真入りで「モデリング手法による左官工育成トレーニング」「OJTによる職人育成制度」「外部研修・技術講習会」「社内レクリエーション」「年明け披露会」を紹介
- ・最後に「原田左官が求める人材像」を明記

同社は、応募者に十分な情報を伝え、今や全国から履歴書が届くようになっているのです。

自社の求人ページまで見に来る応募者は、紙媒体や求人サイトで募集条件をチラ見して応募した応募者とは意識レベルが違います。採用成功のためには、自社の求人ページ、十分な情報を伝える求人ページが絶対に必要なのです。