



## 「求人募集を“なんとなく”でしていませんか」

### 【図1】「現実路線の採用」の効果

●「現実路線の採用」とは、「すべての適切な情報をゆがめることなく求職者に伝える」という採用のあり方。「ホントのこと」を伝えることは、入社後の早期離職の防止につながる。

①ワクチン効果	「ホントのこと」を伝えることで、現実に対し幻滅することが少なくなる
②自己選抜・マッチング効果	求職者自身が自己選抜を行なうことで、ミスマッチを防げる
③コミットメント効果	リアルな情報を求職者に提供することで、誠実な企業として映る

参照・引用：「採用学」(新潮選書 服部康宏著) P95より

### 【図2】現実路線の採用が効かない場合

●「現実路線の採用」は、いついかなる場合も有効に機能するわけではなく、機能するために次のような条件が必要となる。現在のような「売り手市場(求人難)」であれば、「伝統的な募集」を行なうほうが効果的といえる。ただし、入社後のミスマッチの問題は以前、残るため「現実路線の採用」も必要となる。

求職者にある程度の選択肢がない場合(就職難のとき)
求職者数が採用予定人員に満たないような場合
仕事の内容がかなりクリアな場合

参照・引用：「採用学」(新潮選書 服部康宏著) P99より

### 【図3】今後の求人募集の方法

●以上をふまえ、今後の求人募集の対策について、筆者なりに考えてみた。次のおとりとなる。

①求人(自社)の魅力を一語で表現すると(を考える)
②他社との違いを明確にし求職者にとってのメリットとは
③現実的な情報(ネガティブ情報含む)も必ず伝える
④求人票の文言と採用担当者の言葉等に一貫性がある

### ①「昼休みにサーフィンができる職場」

「昼休みにサーフィンができる職場です」とは、徳島県のT企業、サイファー・テック株式会社の求人募集時の宣伝文です。海、畑、山、川が狭い地域に密集している地域のよさをアピールし、募集枠の10倍の応募がありました。

ある仕事に対し詳細な情報をもっていない人は、求職活動の初期段階では、フィーリング(感覚)で企業を選んでいるということがカルガリー大学のデレク・チャップマンらの分析からわかっています。

サイファー・テックの例はサーフィンを切り口にしていますが、田舎へ移住し仕事と生活を充実させたい人材を惹きつけるキャッチーな宣伝文として響きました。

### ② 求職者はフィーリングで会社を選ぶ!?

現実的な情報は出さず、自社のグッドポイントのみアピールする手法は、多くの候補者を集めその中から選抜する日本の伝統的な採用法です。

現実的な情報は入社前の段階で伝えていないと、入社してから現実とのギャップに離職していく可能性が高くなります。そのため欧米では、現実的な情報も積極的に発信することが常識となっています。ただし、活動の初期段階では「感覚」で企業を選んでいた求職者も活動が進むにつれ、仕事内容や給与など様々な情報に目をこらし始めます。

### ③ わかりやすいPRと一貫性

以上のことから、中小企業が求人活動をするうえで、次のような取り組みが考えられます。まず他社との違いを明確にし、自社ならではの求職者にとっての「よさ」を伝えることです。求人票にはこの違いを意識した言葉を書き、自社の採用ページ等で現実的な情報も発信しましょう。また、PRは一貫性をもって行ない、求人票に書かれている内容と採用担当者の口から発する言葉が同じ趣旨であることは、求職者への求人内容における信頼性を育みます。



### 事務所日誌

#### 3月の事務所の活動

- 9日 井原商工会議所「定例労務相談」相談員
- 15日 オンラインで早朝読書会「いばら朝喝同好会」に参加
- 17日 オンラインで労働調査会「セミナー」に参加
- 28日 SDGs導入研修の講師
- 28日 オンライン読書会「ゆうかつ」に参加

#### ■編集好き

▼WBCが終わりました。日本の三大会ぶりの優勝に日本中が湧いた大会になりました。大会を通し応援することで、元氣と勇氣をもらったように思います。チームで何かを成し遂げるのもいいなと、あらためて思いました(SS)



### 事務所のお仕事紹介

#### ●人事評価ミーティング

先日、クライアント企業さまで作成した人事評価について、今後の運用面のミーティングを行いました。

人事評価は運用次第で、モチベーションを高めたり、人材育成につなげることがができますので、作ったときより作ったあとのほうが大事です。

そのため人事評価規程は、毎年、クライアントとミーティングを重ねながら更新しています。

(妹尾 悟)

