



「今こそ見直そう『採用マーケティング』」

【図1】採用マーケティングの出発点

●マーケティングを考えると、事業の定義づけ(誰に、何を、どのように提供するか)は必須。採用マーケティングにおいても同様に、どのような人材を対象(ターゲット)とするかが出発点になる。

事業の定義	採用マーケティング
誰に	どのような人に(求職者の悩み、期待)
何を	どのような仕事を(仕事内容とレベル)
どのように	雇用形態(正社員、パート等)

【図2】「仕事内容」を見直す

●仕事の「価値を変える」「分ける」「やめる」ことができないかを検討することで、仕事内容を見直すことができるため、どのような人材が必要かが明確になる

- ①仕事の価値を考える(定義付けをする)
 - ・お客にどのように役に立っているかを考えることは、社員と対立せず、企業の目的と一致させるための核となる
- ②仕事内容を、仕事のまとまり単位で分ける
 - ・受注から納品までの流れを分解して考えることで、担当する仕事と到達水準がわかるため、人物像が明らかになる
- ③やめてもよい仕事はやめる
 - ・上記によりムダな仕事が見つかったら思い切ってやめる

【図3】現在の労働条件をチェック

●労働条件の見直しを図ることは、労働市場から人材を獲得するうえで考慮すべき重要事項となります。そのため、自社の現在の労働条件がどうなのか、まずはチェックすることから始めます。

- 自社の標準者の賃金、休日、労働時間
- 福利厚生(法定と法定外とで区分する)
- 職場の雰囲気、コミュニケーション度合い
- 仕事内容とノルマの有無
- 上司、同僚のサポート体制
- 人事評価制度の有無、評価制度は機能しているか

●求職者起点の発想があるか

「採用マーケティング」という言葉があります。「採用をマーケティング的な発想で行うこと」です。

「マーケティング的な発想」とは、企業であれば普段行っているお客に対する活動を考えるとよいでしょう。企業活動は、お客のお悩みごとを解消するために行います。

採用も同じ発想で行うことを「採用マーケティング」といい、「求職者起点の発想」が元になります。つまり、労働市場という就職活動が行われる場所で、どのような人の転職に対する悩みや、採用に関する期待を得ることができるか、を考えていくことになります。

●人材を明確にするため仕事内容を見直す

仕事内容を見直すことは、一見遠回りに思えて、必要な人材を確認するために重要です。

仕事内容を見直す方法として、まず、仕事の価値を定義づける(し直す)ことから始めます。この仕事は「お客にとってどのように役立っているか」を考えることから始め、仕事を仕事のまとまり別に分けることで、ムダな仕事は省き、してもらいたい仕事をピックアップすることができます。これによりどのような人を採用したいかが明確になります。

●知ることから始める求職者へのアプローチ

仕事内容を見直したあとは、今いる社員の労働条件をチェックすることです。自社の仕事内容はどうか、賃金、休日、福利厚生、評価方法など、今いる社員のことを考えることは、自社はこのような人材方針で行っていることを労働市場に提示するために、とても重要なことです。なかなか採用がうまくいかないときは、今の現状を確認し、求職者に向けて何が提供できるかを考えることから始めましょう。

参照・引用 : 「1からのマーケティング」(碩学舎)石井淳蔵著より

事務所日誌



6月の事務所の活動

- 8日 井原商工会議所「定例労務相談」相談員
- 16日 クライアント企業で人事評価制度定着ミーティング
- 13日 オンライン読書会「ゆうかつ」に参加
- 27日 井原商工会議所 人材育成交流会総会
- 27日 オンラインで早朝読書会「いばら朝喝同好会」に参加

■編集好き

▼三男坊の小学校では、今年から授業でプールが再開されました。水が苦手な三男坊は、プールがある日はとても嫌がっていました。これも遺伝かなと思っていましたが、始めてみれば、楽しそうにしているようなので、安心しました(SS)

●人事評価ミーティング

当事務所のお仕事を紹介

先日、クライアント企業さまで、人事評価後の反映について、ミーティングをさせていただきました。

こちらの企業さまでは、賞与にどのように反映させるか、でお悩みでした。現状とできるだけ近い方法で、かつ、簡単にできる方法として、Excelの計算式を使い、人事評価結果を入力するだけで、ほぼイメージに近い形で、人事評価を反映させることができました。

今後もメンテナンスが必要だと思しますので、引き続き伴走支援させていただく予定です。

(妹尾 悟)

