

人事 Lab
ヒトコトラボ

Vol.7～人材確保難時代のいま、企業が取り組むべきことは～

株式会社マイナビ 静岡支社
支社長 野澤 哲

プロフィール：2005年新卒で入社。大阪府出身。関西・中国・四国地方にて10年強、中途採用支援部署にて採用や人材教育・育成、人材活用等の法人営業を経験。その後、滋賀支社長を経て2020年10月より現職。趣味はサッカー。



2020年から続く新型コロナウイルス感染症拡大も変化の兆しが見え、今月から5類へ移行となりました。雇用環境も影響を受け変化をしていますが、最新の有効求人倍率（2023年3月厚生労働省発表）は全国1.32倍（前年同月比+0.09倍）、静岡県内1.23倍となり、少しずつ採用意欲の高まりが見られます。背景のひとつには少子高齢化があり、15歳～64歳の生産年齢人口は2050年で5,275万人（2021年から29.2%減）になると見込まれています（内閣府「令和4年版高齢社会白書」）。

さて、そうした昨今の人材確保が困難な状況の中、いかに対策を行い効果的な採用活動を実施するか。工夫をしつつもお悩みなところも多いはず。県内で様々な企業の採用支援に携わる中で、よくあるケースとその解決策として今回は3つのポイントをお伝えしたいと思います。結論から申し上げますと、

①採用戦略立案と体制の整備 ②採用広報（採用ブランディング） ③人材選抜・選考や見極め これらのいずれかもしくはすべてを強化するところとなります。

採用活動の標準的モデルは、なるべく多くの応募者獲得の上で母集団を形成し、書類選考や面接を経て人材選抜を行い、内定・入社ということになります。しかし現在の労働市場の需給バランスにおいては、そのスタイルも一部見直しが必要ではないでしょうか。つまり「（以前より）少ない応募者の中でも採用したい人材を含む応募者を獲得し、選考中にも企業理解と入社意欲を高めていくことで辞退を防ぎ、入社へと結び付けていく」というスタイルです。

私は企業の「採用力」とは、企業ブランドやイメージ・社風・待遇といった“企業力”と、①～③のような“採用活動”の掛け算だと考えています。この【採用力 = 企業力 × 採用活動】とした場合、企業力よりも採用活動を変化させる方がより現実的であり、その実践が特に中小企業にとっては人材確保のキーポイントになると想定しています。

なお①～③のポイント・要点を簡潔に挙げると、それぞれ以下ようになります。

- ①採用戦略立案と体制整備の強化：どこでどういう人材が必要か。人数・要件・スケジュールの明確化と採用基準の策定。誰が・どの部署がどういう役割を担うかの分担・体制構築と、選考帳票や採用プレゼン時の資料作成など採用インフラの準備
- ②採用広報（採用ブランディング）の強化：求める人物像に沿ったターゲットの明確化と採用手法の選定。自社のPRポイントの選定・差別化への昇華とターゲットへ訴求する文章表現や視覚訴求方法・ツールでの実施
- ③人材選抜・選考や見極めの強化：自社に合った人材の適性を明確にし、適性基準をもって選考（書類・面接）を行えるように、見極めのスキルを養い選考を行う

「当社は中小企業だから採用ができない」というお声をいただくケースもあります。しかし、働き手すべてが大手企業で働きたいわけではなく、むしろ「自分に合った企業で働きたい」という求職者は多数おり、「その企業のどこが魅力なのか」を求職者は知りたがっています。どの企業においても必ずそこで働く魅力はあるはず。企業規模や報酬だけではない、例えば技術力や製品・サービス力、社風・同僚、将来のキャリア展望や働く環境面といったソフト面においてまで、いかに自社の魅力を棚卸しPRしていくか。それらを工夫して採用活動に活かしていくことが、今後はより重要視されるようになるのではないのでしょうか。



経営と人材をつなげるメディア「HumanCapital サポネット」には、人事担当者向けに様々な有益な情報を掲載しております（登録無料）。また上記のような採用活動のご支援・ご相談を当社では承っております。ご興味ございましたら、お気軽にお問合せください（TEL:054-275-3200）。

【人材採用のステップと3つの強化ポイント】

