

## 通信 i・ストリーム（法人版）VOL. 12



文：小川 康成

ファイナンシャル・プランナー

### 「求人難時代の人材採用」

最近、感じている事のひとつが経営者の皆さまとの会話で話題になるテーマが、変わってきているのではないかとこの事です。

少し前までは「人・モノ・お金・情報」等のテーマが会話の中心でしたが、最近では「人・人・人」採用と教育、特に採用の話が必ずと言って良い程上がります。

「人は城、人は石垣、人は堀、情けは味方、仇は敵なり」と語ったのは、武田信玄公。戦国最強と恐れられ、騎馬武者軍団を統率した信玄公、今から 500 年前の優れたリーダーは人の大切さに気が付いて居たという事でしょうか。

信玄公の時代から 500 年経た日本は、失業率も 3% を切っており、求人倍率 1.57、雇用動向だけに注目すれば人不足となります。

取引先の社長様とお話しの中で、求人広告を出しても人が来ない、年間数百万円広告代に使い応募があったが、入社して 2 ヶ月で辞めてしまった等。中には、大手社への入社祝金（10 万円程度）目当てに転職を繰り返す強者も居るとかいけないとか。（笑）

#### ～欲しい人材と出会えない本当の理由～

大手就職ナビサイトには掲載企業が 1 万社程度ありますが、実はその中 2～3 割の大手と呼ばれる企業に学生の 7 割が集中しており、中小企業は残り 3 割の応募学生を取り合っているという現実があるそうです。

では、日本で一番起業家（アントレプレナー）を輩出している有名企業リクルート社では一体どのような採用をしているのでしょうか？

#### ・リクルート社での採用の本質、基本スタンス

- 1：採用費はコストではなく投資と考える
- 2：採用にこそトッププレーヤーを配置する
- 3：トッププレーヤーが自分よりも優秀と思う人間を採用する



**NG** は、「人員補充」の採用は避けるべきだそうです。

それは、何故でしょうか？

## 「人員補充」の為の採用は避けるべき理由

入社動機の弱い、ミスマッチ人材が増える  
高い離職率が発生し、社内のモラル低下を招く  
会社にノウハウが蓄積されず、負のスパイラルに落ち、結局は高いコストになる

そうは言っても、求人サイトの内情でもわかる通り、中小企業に選択できるほどの人材応募がある訳でもありませんよね

そこで、中小企業は採用の仕方に工夫が必要になるそうです。

就職サイトや求人イベントを通じて応募者を募る「プル（引き）型採用」ではなく「プッシュ（押す）型採用」が良いそうで、会社のエースが、学校訪問や欲しい要求を満たしそうな人材がいそうな集団に直接アプローチしていく必要があるそうです。

会社のエースとは、中小企業の場合、一般的に代表者が該当すると思います。

そこで必要なのは代表者の熱意や行動力かと思われます。

## ピカピカタイプは望まず、伸びしろタイプを発掘する

どの企業から見ても一目で欲しい人材となる、成績トップ・体育会主将・企業経験者など誰が見ても分かる実績を持つ「ピカピカタイプ」は当然競争も激しく、大手に流れるので、ポテンシャルはあるが実績がなく注目されていない将来有望な「伸びしろタイプ」なら競合が少なく、発掘できれば採用しやすい。

**採用で成功している中小企業は、このような「伸びしろタイプ」を採用できているケースが多い**

## 「伸びしろタイプ」を発掘する方法は？

伸びしろタイプを発掘するには次の3つがポイントです。

- 1：ターゲットの明確化。自社にとって将来中核になる人材の要件を明確化しておく
- 2：アプローチ方法の工夫。ターゲットとなる人材にどのような方法なら到達するのか？
- 3：インタビュースキル。面接時は自社の説明ばかりではなく、自社の求める人材化をしっかりと見極めるためにも7対3の割合で、相手の話を引き出すスキルが必要になる。

真に必要な仲間をイメージし、自らの足を使って求める人材を発掘する。  
中小企業に必要な人材戦略は、このようなイメージになるようです。