

失敗ケースに学ぶ!

現場の採用力パワーアップ講座

- Lecture 1 採用は経営課題そのもの
- Lecture 2 目先でなく3年後を見据えた採用戦略
- Lecture 3 人任せの採用からトップ主導の採用へ
- Lecture 4 スキルより価値観の合致が大事
- Lecture 5 多様性とインクルージョンの推進
- Lecture 6 求職者視点で求人原稿を作成
- Lecture 7 競合他社を調べる
- Lecture 8 求める人物像を明確にする
- Lecture 9 採用ブランディングの強化

Lecture 6 求職者視点で求人原稿を作成

現場に求職者の視点なし

一般的に、面接では応募者に対して企業が求めている要件を確認するために、志望動機や自己PRを尋ねます。あくまで企業側からの一方的な視点です。他方、企業が求職者の視点に立った採用活動をしているケースは案外少ないのが現状です。ここでは、具体的な失敗例を通して、求職者の視点を取り入れるための改善策を考えます。

**ケース①：応募が来ない
深夜アルバイト求人**

ある建設会社が、現場の深夜アルバイトの求人を出しましたが、応募が全くありません。社長は「日給1万円と高めに設定しているのに、なぜ応募がないのか分からない」と悩んでいます。

改善策

このケースでは、以下の2つの改善策が考えられます。

①競合他社の給与水準の現状を確認する

同様のアルバイトに対して、他の建設業者や深夜勤務のアルバイトがどのような日給を提供しているかを調査します。同地域の競合他社がどのくらいの給与水準を出しているのかをリサーチすることが大切です。社長に話を聞くと、

日給1万円は10年前から変わっていないとのこと。10年前は相場より高い給与水準だったかもしれませんが、市場は常に変化しているため、現在の相場に合わせた見直しが必要です。特に、アルバイトの求人は、時給で選ばれることが多いので、まず市場調査をすることが必須です。

②労働条件の改善を検討する

他社や同業他社と比べ、競争力のある日給に引き上げることが必要です。少なくとも、同地域の深夜アルバイトの平均賃金に近づける、またはそれ以上の金額に設定することが効果的です。また、その他の待遇として基本給以外にも、交通費支給、勤務時間の柔軟性、休憩時間の確保、安全設備の充実など、求職者に魅力的な要素を加えることが重要です。

**ケース②：企業視点の
求人原稿**

ある製造業の会社がハローワークに求人を出したものの、全く応募が来ずに困っていました。求人原稿を確認すると、「急募」や「アットホームな職場です」といった表現が目立っていました。理由を尋ねると、担当者は「最近、人が辞めてしまって早く補充が必要だから急募と書いたんです。うちはアットホームな職場なので、それ

もアピールしようと思いました」と話していました。

改善策

このケースでは、以下の2つの改善策が考えられます。

①求職者にとっての魅力を具体的に伝える

求職者にとって魅力的に映る求人原稿を作成するためには、具体性を持たせることが重要です。「急募」や「アットホーム」といった言葉は、多くの企業が使うため、ありふれた印象を与えるだけでなく、場合によってはネガティブなイメージを連想させる可能性があります。

例えば、「急募」の場合、その理由を説明することで、求職者が納得しやすくなります。「新規プロジェクトの立ち上げに伴い、早急にメンバーを迎え入れます」や「事業拡大により、即戦力として活躍できる方を募集しています」といった背景を伝えることで、求職者はより安心感を持って応募できるでしょう。

また、「アットホームな職場」という表現は注意が必要です。企業側では良好な職場環境を示すつもりでも、求職者には「ブラック企業」や「過度な親密さ」を連想させてしまうことがあります。代わりに、「フラットな組織で、意見交換がしやすい環境です」など、



■ 山田 真由子 (やまだ まゆこ) 山田真由子社会保険労務士事務所 代表

【誰もが輝く職場づくりをサポートする専門家】社労士としての法的な視点だけではなく、キャリアや心理の視点を併せ持ち、統合的な観点から、クライアントの本当の問題をいち早く見抜くことをモットーとしている。著書に『外国人労働者の雇い方 完全マニュアル』『会社で泣き寝入りしないハラスメント防衛マニュアル 部長、それってパワハラですよ』『すぐに使える！ はじめて上司の対応ツール』がある。

HP : <https://officestarccompass.com/>

公式メルマガ : <https://www.reservestock.jp/subscribe/221393>

具体的にどうアットホームなのかを説明すると、誠実な印象を与えられます。

重要なのは、企業側の視点ではなく、求職者の立場に立って考えることです。応募者が何を期待し、どんな不安を抱くかを意識し、それに応える形で求人情報を作成することが、魅力的で信頼できる企業像を伝える第一歩となります。

② 仕事内容や福利厚生を明確にする

求職者は、仕事内容や労働条件に関する具体的な情報を求めています。給与や勤務時間、福利厚生、キャリアアップの機会などを明確に記載し、求職者が安心して応募できる内容にしましょう。

例えば、「〇〇業務を担当し、スキルアップの機会があります」など、具体的なメリットを伝えることが重要です。このように、求職者にとっての魅力具体的に伝えることで、応募者が増える可能性が高まります。

人事としてできること

これらの事例から学べるポイントを踏まえ、企業の採用力を向上させるために人事部門が実践できる施策を以下にまとめます。

1 求職者のニーズを理解する

求人活動を行う際には、求職者が何を求めているのか、どのような条件を重視しているのかをしっ

かりと調査することが重要です。具体的には、競合他社の求人状況や市場のトレンドを調べ、どのような要素が求職者に魅力的に映るかを把握しましょう。アンケートやインタビューを通じて、実際に求職者のリアルな声を反映させることが有効です。

2 具体的で魅力的な求人原稿を作成する

求人原稿には、曖昧な表現を避け、具体的で分かりやすい内容を記載することが求められます。例えば、給与水準、福利厚生、勤務条件、キャリアアップの機会などを詳細に説明し、求職者が安心して応募できるようにすることが大切です。また、単に「急募」や「アットホーム」といった表現ではなく、実際の職場環境や企業文化を具体的に伝えることで、企業の信頼性や魅力を高めることができます。

3 定期的に求人原稿を見直し、改善する

求人原稿の効果を定期的に分析し、応募が少ない場合には速やかにその原因を特定し、内容を見直す体制を整えましょう。市場の変化に応じて、賃金や労働条件を見直すことも重要です。また、求職者のニーズが変化するなかで、求人情報も柔軟に対応できるようにしましょう。

4 入社後のフィードバックを

活用する

新しく入社したスタッフからフィードバックを得ることは、求人活動において有効です。求職者の目線で求人内容を評価してもらうことで、次回の採用活動に向けた改善点を見つけ出し、より求職者に響く内容へと改良していくことができます。

5 求職者にとってのメリットを強調する

求人原稿には、求職者にとって具体的にどのようなメリットがあるのかを明確に示すことが必要です。例えば、スキルアップの機会や、フレキシブルな勤務条件、昇給の可能性、長期的なキャリアパスなど、求職者が将来にわたって価値を感じられる要素を強調しましょう。これにより、応募者の関心を引き、採用活動の成功率を高めることができます。

これらの施策を導入することで、現場の採用力を強化し、効果的な人材確保が期待できます。

今回は、求職者視点で求人原稿を作成することの重要性を、具体的な失敗例と改善策を通じて解説しました。応募者のニーズを理解し、具体的かつ誠実に魅力を伝えることで、採用の成功率を高めることが可能です。また、フィードバック体制を整え、定期的に求人内容を見直すことが、効果的な人材確保につながります。