

人手不足の解消目指し 採用活動のリセットを

今年3月に入社した女性社員と
茶谷敏夫社長(右)。ハローワークの
求人票を見直し、採用につ
なげた。



CASE 01 (有) 茶谷鉄工所

白山市旭丘3丁目7番地 / TEL.076-274-2001

- 代表者 茶谷 敏夫
- 設 立 昭和59年8月
- 資 本 金 300万円
- 従業員数 22名
- 事業内容 各種歯車、機械部品の製造、加工
- <http://www.chadani-tekko.co.jp>

ハローワークの 窓口担当は心強い味方

歯車や機械部品を製造する茶谷鉄工所で人手不足が顕在化し始めたのは2年前にさかのぼる。それまではハローワークで募集すればすぐに充足できた。しかし、今回は1年たってもまったく応募がない。茶谷敏夫社長が頭を抱えていたところへ、声を掛けたのが矢部アドバイザーだった。

この際、矢部アドバイザーが助言したのは「求人票=プレゼンシート」という考え方である。矢部アドバイザーに促され、自らハローワークへ足を運んだ茶谷社長は、窓口の職員に相談しながら、求

人票の記載内容を手直した。

例えば、求人票の中でも求職者が最も重視する「仕事の内容」欄は従来、「機械オペレーター」と記載し、機械の名前を羅列するだけだったが、より丁寧に説明する文章に改め、文頭には「未経験者歓迎!!指導させていただきます」との文言を加えた。また、「会社の特長」欄では、社員を応援する姿勢や職場の雰囲気伝えるようにした。

その結果、求人票を修正してから1カ月後には求職者から応募があり、今年3月には20代の男性と女性を一人ずつ採用した。

「丁寧に情報が書かれていて、会社や仕事のことをイメージしやすい求人票の方が選ばれやすいのです。ハローワークの窓口担当者は経験豊富で的確なアドバイスをしてくれますから、相性のいい人を見つけて積極的に

多くの企業で人手不足が深刻化している。その背景には、少子高齢化による人口減少があり、今後、人材の獲得競争はさらに激化しそうだ。言うまでもなく、企業にとって働き手は成長の原動力であり、確保できなければ商機を失うことにつながりかねない。では、中小企業が人材を採用するには、どのような手立てが有効なのだろうか。今回の緊急特集では、これまでの取り組みにひと工夫を加え、人材獲得に成功した県内3社の取り組みを、ISICO産業支援課の矢部敏明アドバイザーの助言を織り交ぜながら紹介していこう。

「ISICOでは、できるだけコストをかけず、長期的視点で優秀な人材を確保できるようお手伝いします」と話す矢部敏明アドバイザー。



求人票は“プレゼンシート” 分かりやすく丁寧に記入を

質問し、教えてもらうようにしてください」(矢部アドバイザー)。

定着率を上げるため 待遇や労働環境を改善

茶谷社長は採用が難しい時代だからこそ、いま働いてくれている人材が長く続けてくれるようにと待遇や労働環境の改善にも力を入れている。働き方改革を実行し、年間休日数を98日から112日へと増やしたほか、社員が病気やけがで入院や手術をした際に給付金を支払う医療保険にも加入。会社負担による慰安旅行もスタートさせた。

「多くの中小企業の給与水準は大手よりも低いのが現状です。それでも、職場が明るく、社員が生き生きと働いている会社では離職者は少ない

ものです。そんな職場を実現するには社員のリアルな本音を聞き出すことが重要です。そのためにも、経営者はいつも機嫌よく、好かれるように心がけ、社員と良好な関係を築いてほしいと

思います」(矢部アドバイザー)。

こうした助言を受け、茶谷社長自身も積極的に現場へ出向き、社員とコミュニケーションを取るよう努めている。工場内を快適でクリーンに保つ

ため、換気扇やエアコンを取り付けるなど、社員の要望を取り入れるように心がけており、これからも居心地のいい職場づくりに力を入れる考えだ。

CASE 02

(株)オノモリ

学生の質問や不安に答え、 印象に残る合同説明会へ

能美市上清水町夕30番地1 / TEL.0761-51-5755

- 代表者 小野森守
- 設立 昭和42年4月
- 資本金 1億3800万円
- 従業員数 61名
- 事業内容 産業機械や繊維機械の設計、製造、修理、販売など
- <http://www.onomori.co.jp>

一方的な説明をやめ、 車座で親身に対話

ハローワークを利用する以外にも、大学や専門学校での求人票の掲出、ウェブをはじめとする求人媒体の活用、合同説明会への参加、人材紹介会社の利用など、求人募集にもさまざまな手段がある。しかし、矢部アドバイザーは「どの手段を使うにしても、大手と同じやり方を踏襲するだけでは印象に残らず、埋没してしまう。地方の中小企業に勝ち目は薄い」と指摘する。

例えば多くの企業が一堂に会し、学生に事業概要や求人情報について説明する合同説明会。矢部アドバイザーの指導を受け、ひと味

合同説明会に出展した際のオノモリのブース。学生との対話に向け、いすを車座に配置する。



「ずっと同じやり方では時代の変化についていけない」と採用活動を見直した北村美菜子さん(右)と今年4月に入社した社員。

違った取り組みにチャレンジしているのが産業機械を製造するオノモリである。

通常、合同説明会では大型ディスプレイに資料を映しながら自社の強みや仕事の内容を説明し、その後、質問を受け付けるのがオーソドックスなやり方だ。これに対し、オノモリのブースは一方的に会社の情報を説明することはせず、車座にいすを配置し、学生からの質問や不安に徹底的に答えるスタイルにしている。会話を続けていると次第に打ち解けてくるので、学生もリラックスし、仕事でやりたいことはもちろん、家族の話や就職活動に対する悩みを打ち明けてくれることもある。質問に答えながら、じっくりとコミュニケーションを取れば、学生の人となりも理解でき、就職活動に臨む若者の動向を把握することもできる。

「昨年は新入社員を確保できず、抜本的に採用活動を見直したいと思いました」と話すのは採用担当の北村美菜子さんだ。取り組みが奏功し、今

年4月に入社した2人のうち、1人はこのスタイルの合同説明会を足がかりに、採用につなげた。

感情を動かせば 行動に結びつく

では、どうしてこの方法が採用に結びつくのだろうか。矢部アドバイザーは次のように解説する。

「合同説明会の目的は説明することではなく、後日、設定する単独での会社説明会に来てもらうなど、学生に行動を起こしてもらうことです。そのためには学生の感情を動かすことが大切です。感情を動かすには相手の欲求や気持ちに親身になって応えてあげることが効果的です。一口に学生と言っても、ひとくくりで捉えてはいけません。一人一人、興味も違えば会社選びの基準も違います。だからこそ、通り一遍の説明でなく、その人に合ったことを話してあげることが大事なのです」。