

孫子に学ぶ 人材採用の極意とは

古代中国の思想家・孫子の教え、「彼を知り己を知れば百戦殆^{あやう}からず」。これは、敵、味方の実情を熟知していれば、百回戦っても負ける心配はないということ。反対に、相手のことをよく知らないまま戦いに臨めば、負ける危険性が高まるということです。それは、超売り手市場といわれる人材採用の分野でも同じこと。「彼（敵）」を知らなければ、望む結果を得ることはできません。

世は採用困難時代 採用競合対策が必須です

少子高齢化による労働人口減少が進む現在、失業率や有効求人倍率は改善していますが、これに比例して、企業の人材不足が深刻化。中でもサービス業の現場では、人員獲得のための過酷な競争が行われています。

もちろん、パチンコ業界も新卒、中途、パート・アルバイトのいかににかかわらず、採用に苦戦している企業が、私が知る限りでも多数見受けられます。

募集広告を出稿しても反響がない。応募があつたとしても、求職者と連絡が取れずに面接に結びつかない。さらに、これはという応募者に対して内定を出しても、より良い条件の他企業に流れ、辞退されてしまう…。

そもそも、自社に興味を持つ人材を集めること自体が難しく、また、集められたとしても、費用に見合う人員を確保できるとは限らず、採用単価も上昇しています。そこで、必要となってくるのが「採用競合対策」です。

自社の敵はどこにいる？ 採用競合企業の見つけ方

まず、考えなければならぬのは、自社の採用競合企業がどこになるのかということです。

ここでいう採用競合とは、「自社の求める人材を奪い合う」競合となる企業のことであり、必ずしも営業上のライバル企業とは限りません。

なぜかというのと、同一エリアで同じ規模のホールが営業競争をしているいても、人材に対してのマネジメント方針が異なれば、採用においては、競合しているとはいえないからです。

例えば、店舗規模や主要客層が同じで競合関係にあるA社とB社があり、人材マネジメントに対する方針が、A社は、「自社の経営哲学を研修でスタッフに浸透^{しんとう}させていく」。B社は、「実力主義の下、自ら学び自ら成長する」という「社員の成長」という意味では同じですが、A社が「教育育成型」なのにに対し、B社は「実力競争型」。競合店でも、人材採用の面では、

目指す方向が異なるということでも、人材マネジメント方針が同じなら採用競合になることもあり得ます。

一方、業種・業態が異なる企業でも、人材マネジメント方針が同じなら採用競合になることもあり得ます。

では、採用競合をどう見つければいいのか。

確実な方法は、自社の採用に応募した求職者や新入社員から、「他にどのような企業に応募したのか」をヒアリングすること。その中で、同じ企業名が複数出てくれば、それは人材マネジメントの方針が類似している証拠であり、採用競合といえるでしょう。

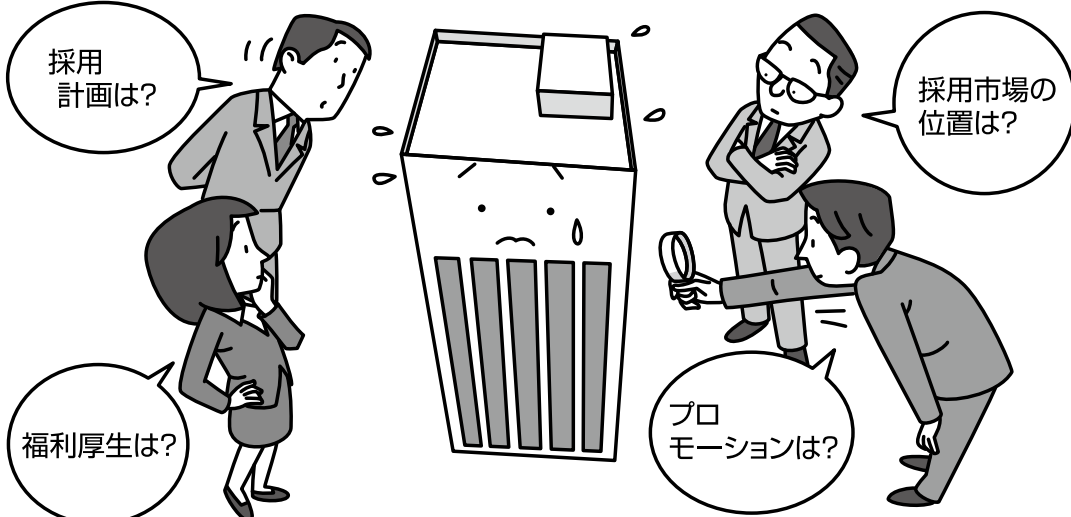
敵を知れば危うからず 敵情研究のメリット

その次にやらなければならないのは、敵情研究。採用競合企業が、どんな条件・どんな打ち出しで人材募集をしているのか、そして、どんな成果を得ているのかを把握^{はあく}することです。

敵情を把握することは、以下のようなメリットがあります。

①採用マーケットでのポジション

人材採用は敵を知ることから。



把握

競合企業の「給与水準、福利厚生の充実、働きがいなど」を知ること、転職市場や新卒市場での自社の位置がはかれます。

② 福利厚生の修正

競合他社の福利厚生を知ること、自社の劣っている条件を変更・改善できます。

③ インターネット上の評判

求職者などが書き込む、ネット上の口コミサイトで採用競合の評価を分析することで、自社の募集条件や採用環境を改善するためのヒントが得られます。

④ 選考工程の見直し

採用競合の選考時期や工程を知ること、自社の選考スケジュールの工夫ができます。

自己分析で採用基準を再設定 敵に合わせて弱点を改善

敵の採用手法、つまり、彼を知ったならば、次に必要なことは「己」を知ること。

人材採用ならば、競合他社の条件とどのように差別化をしていけばいいのでしょうか。

① 採用計画の見直し

募集媒体や採用ウェブサイトなど、募集ツールを見直すだけでなく、

く、選考工程を変更することで競合との差別化を図ります。

例えば、企業主催の採用イベントなどを通じて社員から推薦を受けた求職者を、書類面接をパスし、最優先で面接するファストパス採用など、選考プロセスの簡略化。

また、これに合わせて、面接官教育も、従来の「選ぶ」面接から、「口説く」面接へ転換します。

② 採用マーケティング戦略の検証 「自社の強みの分析」「自社の弱みの分析」「キャリアプランの提示」「採用プロモーション」について検証します。

強みの分析ならば、自社の企業文化や仕事の進め方など、採用競合がまねることができない要素の洗い出しをする。反対に、弱みの分析ならば、自社と比べて相手が優れているところを洗い出し、自社の弱点を理解する。

また、キャリアプランの提示なら、応募者がどのようなキャリアプランやライフプラン、職業観を持っているのか、会社に対して何を求めているのかを分析し、自社にできることを訴求します。

③ 採用ブランディングの確立

求める人材への認知度を上げるため、自社の強みを打ち出した採用活動テーマを決定し、求人情報

や説明会などでこれをアピールしていきま。同時に、採用サイトやSNSなどでも周知することで、転職を希望する潜在層にイメージを刷り込みます。

普段、何気なく意識している採用競合をより深く知ること、自社の採用力の向上につながることで、自社の採用力向上につなげることができま。まさに、「彼を知り己を知れば百戦殆からず」になるのです。



昆野真也 (こんの・しんや)
10店舗未満のパチンコホール専門の人材コンサルタント。これまで3000人超の正社員面接を実施。独自の「採用マーケティング理論」を武器に、キャリア採用・新卒採用・アルバイト採用など、数々の店舗支援を行っている。