

内外交差点

求人現場の最前線 ～「採用チーム」創設のすゝめ

関根 コウ氏 (求人広告ライター協会代表理事) 第1/12回

今、日本国内には1000を超える求人メディア・人材サービスがあるとされています。もしハローワーク求人だけで、タクシー乗務員の人員確保が達成できていたなら、これだけ多くのサービスが生まれることはなかったでしょう。毎年のように新しい採用メディアやツールが登場していますが、パンフレットに書かれているほどの結果を体感しているタクシー事業者は少ないのではないのでしょうか。少子高齢化が本格化する日本で、タクシー業界だけが突出して採用に苦しんでいるわけではありませんが、交通インフラを支えるタクシー事業者の人材確保は、社会的にも非常に重要な課題だといえます。

日本には人口100万人を超える大都市が11都市ありますが、都市部の場合、求職者人口は多いものの、競合するタクシー事業者も多く、また求職者にとってはタクシードライバー以外の選択肢の豊富さから、1人当たりのタクシー乗務員の採用単価は50万円以上、高ければ100万円を越えると言われます。一方で人口10～30万人の地方都市ではさらに厳しく、地元メディアに毎月掲載しても1件の応募もないとの声も聞きます。採用にかけるお金が高いのか安いのかを論じている間に、どんなにお金をかけても人材の確保がままならない時代がやってくる気さえします。

縁あって2年前にタクシー業界の採用改善をさせていただき、北海道から九州まで全国30の都道府県で、前年比3～5倍以上の応募数とそれに続く採用数の獲得を支援してきました。どの事業者様も「本



*1月に姫路市が主催した「求人広告作成実践セミナー」で講演する関根氏

当にこんなに応募が集まるのか」と初回の打ち合わせでは、全く信じられないといった顔でしたが、タクシー業界の採用のリアルを踏まえれば当然の反応のように思います。

多くのタクシー事業者が採用に苦戦しているわけですが、一方で私たちチームのように毎月一定の入社数を獲得し続けるタクシー事業者も存在します。人材の奪い合いが加速する日本社会で、成功する側の取り組みには皆さん興味を持たれるところでしょう。他よりも待遇が良く、ブランド力があるから成功しているわけではありません。苦戦する会社と成功する会社には一体どんな違いや差があるのでしょうか。

本コラムを通じて、多くの事業者が採用力を育み、1人でも多くのドライバーを採用できるようになればと強く願っております。今回まず、皆様に提案したいのは、採用がうまくいく会社になるために、社内に「採用チーム」を創設していただきたいのです。求人広告(集客)から会社説明会、面接、入社後フォローまでの一連の採用フローを行う「採用チーム」の創設は、勝ち組への第一歩です。紹介会社や求人メディアへの予算を少し抑えてでも、自社内に投資し採用チームを育てていきましょう。結果的にそれは、採用予算の最適化と、安定した人員確保に繋がります。

採用活動にストーリーを

これは、まさに私が実践する採用手法の第一歩でもあります。今後、タクシー業界では「採用チーム」の創設が加速していくと予想しています。どんなに求人広告に魅力的な言葉を並べても、面接官が求人広告の内容すら把握していないことで、求職者が「聞いていた話と違う」と辞退を申し出るケースは少なくありません。一連の採用活動が1本のストーリーとして繋がっていないことで、各現場の対応がバラバラとなり、選考の途中で応募者の気持ちが白けてしまうのです。今こそ、広報・面接官・研修担当者のそれぞれが連携する場が必要です。これから毎月、業界の問題点や事例紹介も交えながら、採用のリアルを通じて、皆様の採用力が上がるコラムをお届けしたいと考えております。

