

内外交差点

他業種の求人への熱量を 求人現場の最前線③

関根 コウ氏 (求人広告ライター協会代表理事) 第3/12回

今年5月の全国での求人掲載件数は各求人メディアによって増減はあるものの、全体で見ると前年比1.3~1.5倍ほど求人件数が増えている状況です。コロナ禍で大きな打撃を受けた業種・業界も多くありましたが、ほぼ全ての業種で求人数が増加し、5月に入り求人件数の高止まりをみせつつも、全業種でおおよそ昨年対比8%~15%ほど求人掲載件数が回復しています。これまで他業種からの未経験求職者を好んで採用してきたタクシー事業者にとっては、コロナ禍の際、飲食業や観光業・ホテル業といった業界から、多くの業界未経験者を採用してきました。接客経験者の多い業界からの転職であれば、タクシー事業者にとっては嬉しい採用に繋がっていた側面もありましたが、ここへきてそれらの業界も採用活動を再開したことで、タクシー業界への応募数が厳しさを増しているように感じます。3月末(年度末)までは、そこそこの応募者を見込めていたタクシー会社も4月に入り一気に応募数を減らしているとの声も聞きます。今いる業界(飲食や観光やホテル)に留まり(または同じ業界で)転職活動をする求職者が増えたことも一因でしょう。ここ数年、乗務員を減らし稼働してきたタクシー事業者の多くが、4月以降、本格的な増員計画に動きはじめたことで、タクシー業界内でも採用費用の上昇が起こっています。ただ、前途したように全業種で採用が過熱する今の状況を見ると、同じ街のタクシー会社同士が応募者を奪い合うという図式よりも、他の業種・業界と求人内容を比較されていると見たほうが自然に感じます。「働きやすさ」「待遇・給与」「仕事の魅力」などをより一層アピールして、タク

シー業界そのものの魅力を発信していかなければ、応募者を募ることも難しくなるでしょう。意識すべきは、同業他社の求人ではなく、他業種の求人への熱量かもしれません。

では、他の業種に勤めている人材が、タクシー業界に魅力を感じるキッカケとは何でしょうか。飲食からタクシー乗務員へ、ホテルマンからタクシー乗務員へと、様々な業種・業界からの転職が生まれるタクシー業界ですが、求職者それぞれに魅力を感じるポイントは少しずつ違います。私の会社では52個の心理的欲求をもとに、求職者にあわせた求人を作成していますが、今回は、その中の1つ「稼ぎたい欲求」をより効果的に刺激する求人作成のコツをご紹介します。このコラムを終えたいと思います。

求職者へ向けてただ「稼げます」と謳うだけでは、求職者の心は掴めません。必要なのは「稼げる根拠の提示と実態」です。全国ハイヤー・タクシー連合会の「新型コロナウイルス感染症の影響による営業収入の対2019同月比」レポートによれば、2020年~2022年までのコロナ禍の3年間で50%台にまで落ち込んでいた売上が、今年に入り80%台にまで急速に回復しています。2019年対比で見ればまだまだコロナ禍前の売上推移には戻っていないものの、業界全体のドライバー数が減ったこともあり1人あたりの売上は着実に上昇しています。

全国的には、おおよそコロナ前の7割くらいの稼働と言われておりますが、ドライバーが不足している分、一人当たりの売り上げは伸びており、自然とタクシー乗務員の月収も上昇傾向にあります。私がお手伝いしている全国各地のタクシー事業者様の中には、無理に夜勤帯をやらずとも日勤業務だけでも稼げるようになったとの声も聞きます。これら売上回復の現状や、それに伴うドライバー1人あたりの収入増加は、これから入社する新人ドライバーさんたちにとっては大きな魅力であり、またより具体的に求人内に発信することで応募効果にも期待ができます。例えば「入社一年目の月収」や「若手ドライバーの収入例」を具体的に求人内に盛り込んではいかがでしょうか。参考程度のモデル給与ではなく、リアルな収入事例であるほど、求職者の心をグッと掴みます。

