

内外交差点

会社説明会の有効活用を 求人現場の最前線④

関根 コウ氏 (求人広告ライター協会代表理事) 第4/12回

4月から1年の連載がスタートし、これまで採用チーム創設の意義や、求人の情報量不足を解消する「4つの視点」の話、また先月は「稼げる」だけで終わらない裏付けのあるデータに基づく広告PRの改善話など、わりと自由なテーマで書かせていただきました。少しずつ感想をいただく機会も増えてきましたが、主観も含めてお話しすると、年間を通じて採用活動を行うタクシー業界の皆様は、新しい求人メディアや採用ツールの情報には非常に敏感で、いただく感想にも厚みがあるように感じます。

他の業種・業界よりも採用にかかる時間が多く、新しいツールも積極的に検討している。ではなぜ、採用に苦戦するのか。もし、御社に採用に苦戦する現状があるならば、もしかしたら一度「採用の原点」に立ち戻る必要があるかもしれません。新しい求人メディアや採用ツールの話は一旦忘れて、採用の基本的な取り組みの精度を改善していく方が、応募数・採用数のアップに繋がるかもしれません。私の会社では「採用の基本」を非常に大事にしている、新しいツールに飛びつき、多額の使用料を払うよりも、社内の採用フローの見直しや面接官のトークを直していくことで、さほどお金をかけずにエリアNo.1の応募数・採用数を実現しています。

今回皆様には、企業の魅力を発信する「会社説明会」の見直しをおすすめしたいと思います。会社説明会は求職者にとって一番最初に会社の姿を「五感」で感じる場です。応募者が求人広告の紙面を読むだけで「絶対この会社で働きたい」と考えるのは稀です。多くの応募者の心理は「ちょっと興味が湧いたので話だけでも聞いてみたい」が採用のリアルです。



この心理に対して採用担当者がすべきことは、会社の魅力をより詳しく知ってもらい「この会社で働いてみたい」と思って説明会なり面接を終えることです。選考の場のオマケとして会社説明会があるのではなく、会社をアピールする絶好の「広報」の場が会社説明会の役割なのです。人のはたらく動機づけである「企業のビジョン（社会的貢献）」「仕事の醍醐味（なりたい自分）」「働く環境（働く仲間や職場）」「給与や待遇（理想の生活）」の4つの視点を意識し、選考の立場ではなく、広報担当になったつもりで会社説明会を再構築してみませんか。せっかく遠くから足を運んでいただいたわけですから、ただ聞くだけの説明会ではもったいない。五感を意識して、会社の中を見て・聞いて・触れて・嗅いでみてといった体験や体感を得る会社説明会が理想です。人はただ話を聞くだけではなく、聞きながら触れてみたりすることで脳に印象が強く残りやすいと言われています。応募者はいろいろな会社に応募し、最終的に1社に絞ります。であるならば、この場を有効活用して印象に残る会社説明会を企画していきましょう。

実際に乗務するタクシーに乗ってもらったり、最近入社した新人ドライバーさんに入社後のセキララな話をしてもらうのも良いです。休憩室に案内し「入社後はこちらのロッカーをお使いくださいね」と一言添えるだけでも、応募者の気持ちは好意的に揺れ動きます。なんだかよくわからない最新の採用ツールに投資するよりも、目の前のひとりの応募者に対するおもてなしを変えるだけで、年間の入社数は面白いほど改善していきます。

私の顧客である、とあるタクシー会社さんでは、面接の約束をしても当日来社しない悩みを解決するために、面接当日にタクシーでご自宅まで迎車する作戦を実践していただきました。すると一気に面接数が上がり、これまで毎月採用数ゼロが続いていたところから、一気に単月で複数人の入社を実現しました。これも今日から取り組める低コストで実現できる採用改善です。

もしご興味あればご連絡ください。一緒に今日から取り組める採用フローの見直しを考えていきましょう。

一般社団法人 求人広告ライター協会

東京都千代田区九段南一丁目5番6号 りそな九段ビル5F KS7フロア
 (電話)03-4405-4951
 (HP)<https://saiyo.or.jp/>

