

社会保険労務士が答える  
企業の労務管理

鈴木啓介



「ヒト」に困らない  
会社になるために

採用担当者の皆様は、経営資源である「ヒト・モノ・カネ」のうち、これほど「ヒト」に困ると予想できたでしょうか。人気のある飲食店でも、閉店になってしまう原因の一つに人手不足が挙げられます。

今、どの会社も「ヒト」を確保するため採用に苦勞しています。国が働き方改革を進めている背景には、この労働力人口を維持するため、という目的もありますが、残念ながら抜本的解決はすぐには期待できません。個々の会社においては、ハローワークの求人票や自社ホームページなども

普通に募集情報載せても応募は来ません。そして、有料求人媒体にお金をかければ解決できる問題でもありません。ではどうすれば良いのでしょうか。

まず考え方を変えないといけません。なぜなら求職者の労働観がガラリと変わってしまったからです。多様化した社会において、仮に多くの求職者が魅力的だと思っても、人広告を作ったとしても、採用につながるには限りません。かつては求職者にとつての最大のメリットは給料だったかもしれませんが、今は仕事を選ぶポイントはいくつもある

48

ります。例えば、社風やビジョンはもちろん、世間に向けて会社はどんなことを発信しているのか、希望部署の上司や先輩社員の顔は見えるのか、会社の商品やサービスはどんなユーザーに喜ばれて



いるのか等です。ですから、会社目線ではなくに自社が素晴らしいかを語っても、マーケティングやブランディングという戦略が浸透した現代では、求職者は演出されていると感じてしま

ます。

圧倒的な売り手市場です。上から目線だと感じられる「採用感」は当然出さない方が良いでしょう。どの会社も働き方改革に取り組み、ホワイト企業を目指していることをアピールする中で、現時点で会社にはどこまで実現できていて、何ができていないのか、ここは正直に発信すべきです。そしてその理由に對して真摯（しんしん）に向き合っているという姿勢が大切

です。ハラスメントに関するニュースが蔓延している今、求職者が本心に知りたいのは、会社がどれだけ社員を大切にしているか、さらには現在働いている社員の「体温」や「感情」ではないでしょうか。終身雇用制度が崩れ、

将来への漠然とした不安がある中、会社には多くを期待していかないかもしれません。それでも求職者は、『どんな職場だったら自分は幸せを感じる事ができるか』を自問しているのです。

これからの採用活動において大切なことは、なるべく多くの求職者から選ぶことではありません。ターゲットを絞り、求職者一人一人の個性や多様性を尊重することです。もしそのターゲットに、『この職場で働くことができたら、自分は幸せだろう』と思ってもらえることができれば、「ヒト」に困らない会社になれるでしょう。

（社会保険労務士事務所  
コルトス代表・社会保険  
労務士、ホワイト企業推  
進社会保険労務士協議会  
会員）

イラスト・伊藤栄章