

取引先の人材不足解決を支援する

人材に選んでもらえる企業へ!

中小企業の採用力強化はこうサポートする

中小企業の人材採用が難しい現状で、どう採用力を強化するか、金融機関担当者が知っておくべき4つのポイントを見ていく。

水沼啓幸

株式会社サクシード 代表取締役

ポイント1 賃金水準

まず

多くの求職者が転職のポイントとして挙げる、賃金水準を見ていく。「わが社の場合、給料は業種にどのぐらい支払えばよいでしょうか」「どのぐらい他社は賃上げしているのでしょうか」と多くの経営者から質問が寄せられる。中小企業には、自社と他社の給与を比べる機会が少ないからだ。

その会社の賃金が業種別・年齢別の平均賃金よりも高いか、低いかを知ることが、採用力強化の第一歩である。業種別賃金平均などは、統計データで確認できる。具体的な金額などは、アドバイスの前に調べておきたい。採用では、必要に応じて賃金の引上げも検討対象だ。既

存社員との兼ね合いもある。必要なケースもある。その際には、社会保険労務士など専門家の紹介で対応しよう。

賃上げが無理なら目標案を提案

しかし、多くの中小企業では、すぐには賃金を上げられないというのが現実だ。そこで、将来どれぐらいの賃金水準を目指しているかの計画を立てるとよい。

「弊社はこれぐらいの賃金水準を目指し、計画を立てて取り組んでいます」と面接時に言えると、現在は賃金水準が低くても、今後は向上が見込めると認識してもらえる。多くの中小企業では、賃金

の上昇を想定した事業計画を立案しない。そのため、将来に不安を覚えた若手や幹部候補の離職を招いてしまう。

現在は大企業が中途採用を強化している。賃金が上がらないために、手塩にかけて育てた社員があつさり転職してしまわないよう、3年後、5年後を見据えて早めに着手する必要がある。

賃金上昇を目指しても、その会社の提供価値を高めなければ原資が確保できない。賃金水準上昇には、同時に付加価値向上に資する施策の展開が必要になる。これこそが、金融機関担当者が伴走型で支援していくべき取組みだ。

Check!

- ✓ すぐに賃金を上げられない中小企業には将来的な賃金目標を提案しよう

ポイント2

HPやSNSを用いた対外的な発信

最近、特に、若い求職者は企業の持つ社風や制度を重視している。そのため、企業側は求職者に働くイメージを具体的に持つてもらえるような、対外的な発信をすることが求められる。

そこで活用できるツールとして、企業のホームページやSNSが挙げられる。建設業や産業廃棄物業など採用が難しいといわれる業界においても、これらを活用し採用に結びついたという企業も増えている。

ここでは、ホームページやSNSをどのように採用に活用するかについて、それぞれ見ていく。

まず、第一に「企業ホームページ内に採用ページがあるか」は最も重視すべきポイントである。採用ページを設けていると、積極的に採用活動をしていると求職者に受け取られやすい。

また、求職者に適した労働環境であるか見定めるための指針や先輩社員のインタビュー、社員平均年齢といった数値を含む具体的な情報を掲載することで、求職者の心理的なハードルを下げることもできる。

金融機関の担当者として、まずは採用ページの必要性を提案し、開設を促すことが採用サポートとして重要な取組

みとなる。

双方向のやり取りで求職者にPRできる

続いて、採用活動におけるSNSの有効活用もトレンドになっている。昨今は学生に限らず、中途採用においても、SNSを通し情報収集や情報交換が行われている。

中小企業を取り入れやすいSNSとして、X(旧Twitter)とInstagramが挙げられる。Xでは、求職者同士がやり取りをするためのハッシュタグが活発に使用されている。

会社の日常をブログのように発信することで、より親しみやすい印象を与えることが可能だ。

Instagramでは、社内イベントや展示会出席の様子を撮影し投稿することで、自社の様子をPRすることができる。また、ルールと

いう短い動画を投稿する機能やライブ配信の機能も備わっている。これらを活用することで、求職者と双方向的にやり取りをできることがSNSの強みである。

どちらのツールも正しく活用できれば、採用活動で大きな効果を得やすく、自社で運営を行うことができれば費用も抑えられる。運用フェーズにおいては、自分が感じた意見などのフィードバックを適宜行いながら、サポートしていきたい。

Check!

- ✓ 企業HPの採用ページを充実させ、採用の本気度をアピール
- ✓ SNSの活用により、低コスト・ハイリターンな採用活動が可能となる