

従業員 30 人以下の 中小企業がとるべき採用戦略

入社したくなる会社へ！！

目次

はじめに	5
3 年先を見た採用	9
採用活動とあわせて、社内の働き方改革が必要	11
社員は「不満」「不快」で辞めていく	12
近い未来の組織図をつくる	13
「人材紹介会社」と「求人広告」は、高い！？	14
Indeed×自社採用サイトがおススメ	15
検索結果 = 採用のライバル	17
漠然と「いい人が欲しい」では集まらない	18
採用ペルソナの設定手順	19
自社採用サイトの求人原稿の書き方	20
応募があつたら	22
応募者がきてくれる面接日程	24
面接のリマインドは 2 日前に	26
面接当日、5 分前に応募者が到着しなかったら電話しよう！	27

既存のスタッフさんも歓迎ムードを作る	27
面接会場の準備をしっかりとしておく	28
効果的な面接の仕方	29
面接官も身なりを整える	29
「圧迫面接」は昭和の遺物！令和は「ファン化面接」	30
ファン化面接の効果的な流れ.....	31
内定を辞退されないために	37
面接後のフォロー方法	38
結果を伝えるタイミングと見送る際の心配り	39
結果は早く伝える。ただし「内定」とは言わない.....	40
条件面談	41
労働条件と同時に、入社後の道筋も伝えましょう.....	41
一緒に働くスタッフも紹介しておく	42
求職者が、入社を悩んでいるような場合の対処法.....	42
在職者に内定を出すときにやるべきフォロー	43
定着してもらうためのフォロー体制.....	44

新入社員は「褒める」ことが定着への近道..... 48

おわりに 49

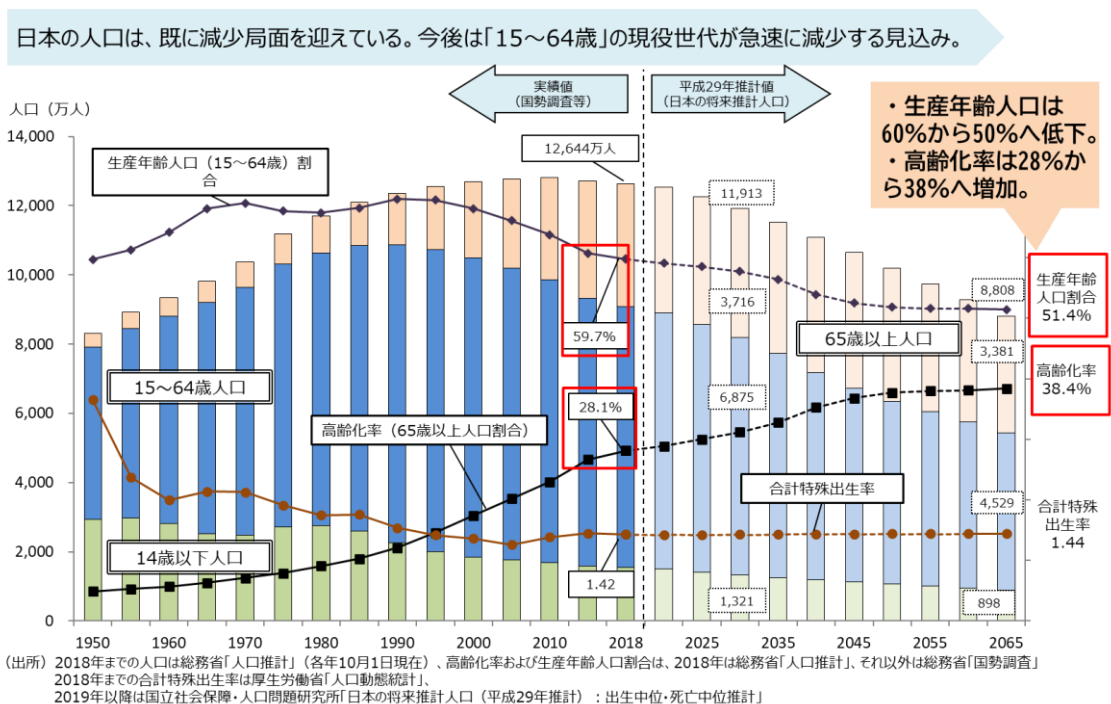
はじめに

「ハローワークに求人を出しても応募がない。」

「求人広告に50万円払ったが、採用できなかった。」

「人材紹介会社に100万円払ったが、すぐに退職された。」

中小企業の採用はどこも苦戦しています。その理由は、人口の減少。生産年齢人口(現役で働いている人口)の減少です。



日本の総人口は 1 億 2 千万人をピークに右肩下がり、2065 年には 9, 000 万人を割り込むと推測されています。生産年齢人口は、1, 990 年から右肩下がりで、高齢化率がどんどん上がっている状況です。

そんな中で知名度のない中小企業が、ただ求人広告を出しても思うように応募がくるはずありません。

時代は「採用氷河期」です。

また、求職者の意識の変化があります。

いまの 20 代は、平成生まれ。平成の経済は決して上向きではありませんでした。男性らしく、女性らしくという考え方も変わり、ライフスタイルや働き方の多様化も相まって、若者に支持される会社像も変わっています。

国は、持続可能な社会の実現のために「働き方改革」を推進し、若者も「長時間労働が伴う出世」よりも「自分の時間の確保」や「育児の分担」などを重要視しています。

2022 年に成人を迎えた人数は 120 万人でした。

20 年前が 152 万人であることから、20 年で 32 万人減少しています。また、2020 年の出生数は 84 万となり、2 年連続 80 万人台へ突入。20 年後はまた 40 万人近く成人が減ることが確定しています。しかし、そんな中でも採用できている会社もあります。

【電気工事業・福岡・社員 10 名】

- ・未経験 OK だが若い人が欲しかった。
- ・求人広告のスペースを広げたり、期間を長くしてみたりしたが、採用できなかった。

【介護事業所・大阪・社員 30 名】

- ・介護職員と看護師の同時募集
- ・人材紹介会社に 1 人 100 万円払ったが、すぐに辞められたことがあった。
- ・年間休日や給料は業界平均

どちらも採用方法を変えたら10人以上の応募が来ています。

本書では、いまのスマホ時代にあった採用方法、自社が行うべき労務管理の取り組みをわかりやすく解説しています。

新たに事業の中核となる人材を採用し、定着してもらえるように、本冊子がお役に立てば幸いです。

3 年先を見た採用

御社は、3 年後どうなっていますか？

売上規模は？

スタッフの人数は？

各人材は、どのような役割を担っていますか？

そのために、いまどのような採用・定着の取り組みが必要ですか？

30 人以下の中小企業は、常に「人材の採用・定着」に課題を抱えています。

「スタッフが辞める → あわてて欠員募集 → 応募がこない → 少ない応募の中で採用しミスマッチの場合がある → すぐに退職 → また募集」

という負のループに陥っています。また、なぜ応募がないのか、なぜ辞めるのかの根本原因を排除しなければ解決しません。

欠員募集は、「緊急かつ重要」ですが、やるべきは「重要だけど緊急ではない採用活動」です。

いつも欠員募集のみ行い、入社しても引継ぎや業務指導もままならず、すぐに現場に駆り出されていては、新入社員は定着しません。

「重要だけど緊急ではない採用活動」は、「いまどうしても人が足りないわけではないけど、求人は出しておいて、良い人がいたら採用しよう」というスタンスでの採用活動です。その方が、良い人材を選びやすいのです。

求人はあせってやると失敗します。中には、入社後、トラブルの種となる人も一定数います。人員が足らず少ない募集の中から仕方ないと決めていては、そういうトラブルの種を採用しかねません。

採用活動とあわせて、社内の働き方改革が必要

現在の、残業時間はどれくらいでしょうか？

多いと認識しているのであれば、改善していく意思はありますか？

給料は相場と比べてどうですか？

低いのであればもう少し上げることはできますか？

休日や有給休暇、育児休業はどうですか？

取りにくい環境であれば、改善していく意思はありますか？

どれもすぐにはできないかもしれませんが、求職者が応募してくれる、入社してくれる職場環境を作らなければ、何も始まりません。求人テクニックだけで人を採用しても、すぐに辞めてしまいます。根本原因を解消する必要があります。

社員は「不満」「不快」で辞めていく

- ・ 給与に「不満」
- ・ 休日の少なさに「不満」
- ・ 残業の多さに「不満」
- ・ 自分をもっと活躍できるのに認めてもらえず「不満」
- ・ 上司のセクハラ・パワハラ・モラハラ発言に「不快」
- ・ やりたい仕事ができず「不快」

社員は給料などの条件が良くなると、一度満足感を味わいますが長続きしません。逆に不満足要因のため退職してしまうのです。この不満足要因をなくしていくことが、人材定着につながり、求職者が入社してくれる近道にもなります。

繰り返しますが、「採用氷河期」です。

採用してやるでは、人は来ません。

御社で働くメリットはなんでしょうか？

近い未来の組織図をつくる

3年後や5年後の組織図をつくってみましょう。

目標・経営計画に沿って、必要な部署、ポスト、人員数を計画してください。

そのポストに入って活躍してくれる社員は誰でしょうか。

どんな人材がそのポストに適していますか？

その人材はこれから採用が必要でしょうか。

ぜひ、3年後、自社はこうなっているという理想、目標を掲げ、絶対うちに入社したほうが良いと誇れる職場環境にしていきましょう。

それが、きっと売上・利益にも影響を及ぼすはずです。

「人材紹介会社」と「求人広告」は、 高い！？

地域や媒体、広告スペースによって費用は変わりますが、ざっくりとした値段は以下のようなものです。

- ・人材紹介会社

年収の30% (年収400万円なら紹介手数料120万円)

- ・転職・アルバイトサイト（リクナビ・タウンワークなど）

1職種1週間～4週間 5万～80万円

決して安いとは言えません。

事実、人材紹介会社はテレビCMを流し、売上は絶好調です。

Indeed×自社採用サイトがおススメ

いま求職者を集めるのに有効な手法が「オウンドメディアリクルーティング」です。

これは、**自社採用サイト**を作成して、プロモーションする方法です。

求職者は、スマホで「横浜 事務 求人」といったように検索します。その際に一番上に表示されているのが indeed です。現在、利用するのにおススメの媒体は、いまの求職者の「スマホでの仕事の探し方」にマッチしている indeed です。

indeed は、求人情報に特化した検索エンジンで、google や yahoo で検索するとほぼ一番上に表示され、中をのぞくと無料、有料を問わず様々な媒体の求人情報を集めて表示されています。

「うち会社のホームページにも採用ページを作っているよ」という会社さんもあるでしょう。しかし、求職者は会社名で求人検索をしません。その採用ページにたどり着かないのです。

いかに求職者に、自社を見つけてもらえるか。そして見つけてもらったら「いかにこの会社が魅力的であるか」、「私にとって働きやすい会社であるか」をアピールできなければいけません。

応募してもらうために、魅力的な求人原稿が必要になります。だからこそ、魅力的な求人原稿を作りやすい「自社採用サイト」が必要なのです。

また、indeed だけだとスペースの関係上、写真などを使ったアピールができません。Indeed で、社名を知ってもらう。自分が探している地域、職種で自社を見つけてもらえたなら、そこで自社採用サイトも検索して見てもらえる確率が上がります。

検索結果 = 採用のライバル

応募があっても、まだ入社してくれるかわかりません。当然他社にも応募しているでしょう。たくさんの競合の中から自社を選んでもらわなくてはなりません。

- ・ どれくらい同業他社が求人を出しているのか
- ・ 他社の給料はどれくらいか
- ・ 他社の勤務条件、福利厚生はどうなっているか

他社より勤務条件が劣っているのなら、その改善がどこまでできるか検討します。給料の増額は限界がありますが、他社より下がっても2～3万程度。それを何でカバーするかも必要です。

漠然と「いい人が欲しい」では集まらない

「ペルソナ」という言葉はご存じでしょうか？

マーケティング用語で、企業の商品やサービスを購入してくれる理想的なお客様像、いわゆるターゲットが重要視されています。

理想の顧客が、「どんなライフスタイルをおくっていて、何に関心があり、何にお金をかけるのか」を明確にすることで、よりそのお客様にとって魅力的な商品、サービスができるからです。

採用においても、「どんな人材が欲しいのか」を明確にすることで、採用後のミスマッチを防ぎ、早期離職防止につながられるのです。

採用ペルソナの設定手順

①いまの従業員が辞めずに働く理由を具体的に書き出してみる。

- ・給料が良い。
- ・給料は平均くらいだけど、ほぼ残業がない。
- ・夜勤がない。
- ・手に職を付けられる。
- ・人間関係が良い。

②自社にマッチした人材を考える上で、必要な項目をピックアップする。

- ・年齢層は？
- ・資格や経験はいるのか？
- ・採用後どんな人材になってほしいのか？
- ・自社に合わないと思う性格は？

これらを整理することで、応募してほしい人材像が見えてきます。

自社採用サイトの求人原稿の書き方

求人原稿には、仕事内容や職場を具体的にイメージできるように具体的に記載し、求職者が入社したくなる工夫が必要です。

「急募」「大量募集」はNG。

何かブラックな感じがしますね。人がどんどん辞めるから大量募集しているような。。これらの文言はいまの求職者に響きません。逆に敬遠されてしまいます。

「未経験歓迎」「経験不問」といったキーワードも多く見られます。決して悪くはありませんが、あまりに間口が広いと、ミスマッチ人材が応募してきて、早期退職の可能性も高くなります。

採用ペルソナを意識して、その人が応募してくれるようなアピールをするほうが良いでしょう。

「以下にあてはまる人はご応募しないでください」という書き方も、ミスマッチを防ぐという意味では効果的です。

給料額は、しっかり記載しましょう。また入社後の実績も記載すると良いでしょう。「入社5年目の課長職〇〇万円」等。

年間休日数、有給の使用状況、残業の頻度なども開示することで、求職者がより具体的に入社後のイメージをすることができ、応募につながりやすくなります。

以前は、求職者側から「入社面接でこんなことを聞くと、採用されないのではないか」といった内容ですね。

とにかく求職者が、「私が入社した場合に、こんな仕事をこの給料額で行い、休日はこれくらい、将来的にこれくらい昇給しそう、一緒に働く人たちも良い人そうだし、やっていけそう。」といったように具体的にイメージできることが大切です。

応募があったら

応募が来たら 3 分以内に電話しましょう！

なぜなら求職者はスマホで仕事を探していることが多いので、応募後すぐに電話をすれば、スマホを手にもっているため連絡が取れる確率が上がるからです。

また応募直後は、求職活動を積極的にやろうとしているところです。「鉄は熱いうちに打て」です。

電車の中などで電話に出られない場合や、知らない電話番号からの電話に出ない場合もあります。その場合には、SMS（携帯のショートメッセージ）で連絡をしましょう。普通の E メールだと届かないケースもあり、SMS のほうが見てもらいやすくなります。

「応募いただいた株式会社〇〇の▲▲です。またこの携帯番号で連絡いたします。」と入れておけば、電話に出てもらえる確率が上がりますし、折り返し電話がくることもあります。

再度の電話がつながりやすい時間

再度の電話は、「30分後、3時間後、次の日の応募時間付近」がつながりやすいとされています。

求職者が在職中である可能性も踏まえ、「昼休み時間」「18時以降」も視野に入れておきましょう。

再度の電話の時もつながらなければ、SMS にメッセージは残しておきましょう。

応募者がきてくれる面接日程

他のライバル社も求人募集をしています。だからこそ、面接日程を組む時には「できるだけ早くセッティングする」ことが重要です。

求職者は、一番最初に内定をもらった会社に入社する傾向があるからです。

未経験者採用の場合

応募後の電話連絡でそのまま面接日程を組んでしまいましょう。履歴書は会社に来てもらってから書いてもらえば問題ありません。

経験者採用の場合

面接の前に、履歴書や職務経歴書を見たいと思いますが、書類の郵送を依頼した場合、そのまま書類が送られてこず、連絡がつかなくなることもあります。

ですので、「面接に値するかどうかの判断」は、電話でしてしましましょう。

「いま在職中ですか？すでに退職していますか？」「どんなお仕事をされてきたんですか？」といったことを聞いてみましょう。その話しぶりで面接に来てもらいたいなと思えば、その場で最短の面接日程を決めましょう。

電話で何か違和感を感じたのなら、履歴書・職務経歴書の郵送をお願いすれば良いのです。もしそれで履歴書等が送られてこなくても、今回はご縁がなかったということです。

面接のリマインドは2日前に

面接前にはリマインドの連絡を入れましょう！

2日前の夕方がオススメです。

なぜなら 1 日前の連絡だと、何かの手違いで求職者がダブルブッキングしていた場合に、調整ができないからです。

また、もし2日前に返信がなかった場合には、再度前日にリマインド連絡を入れることができるからです。

普通の求職者であれば、リマインド連絡した場合に「こちらこそ宜しくお願いいたします」などの返信があるはずですが、それがない場合、面接に来ない可能性が高いです。

面接当日、5分前に応募者が到着し なかったら電話しよう！

応募者にとって面接場所（会社）は、初めていく場所ですので、道に迷うこともあり得ます。

ですので、面接5分前に応募者が到着していなかったら電話連絡をしましょう。

面接時間を過ぎてからの電話だと、遅刻が確定した時点で、もうダメだと諦めて帰ってしまう場合もあるからです。

既存のスタッフさんも歓迎ムードを 作る

面接に行ったら、「スタッフさんが私に見向きもせず、ムスっとして仕事をしていた」という経験はありませんか？

これだと応募者は、「雰囲気良くないな。ここに入社して大丈夫かな？」とってしまいます。

「今日は面接に〇〇さんが来るので、明るく挨拶をお願いします」というようにスタッフさんに伝えておきましょう。

面接会場の準備をしっかりとしておく

応募者が来てから「すみません。この部屋暑いですね。いまエアコンいれますね」という会社があります。丁寧に言っはくれています。が、事前に面接があることはわかっています。お客様の来社であれば、あり得ませんね。これでは面接に対する準備不足です。

繰り返しますが、採用氷河期です。「面接してやる。採用してやる」というスタンスでは採用はできません。

また、まだ入社してくれるかもわからない方であり、従業員ではありません。飲食業や小売業では、実際に普段のお客様かもしれません。

お客様が来社されているように、対応しましょう。

効果的な面接の仕方

面接は異常な空間であることを認識しましょう。

「全く知らない人に、自分の個人情報や経歴を伝え、自分をアピールする」なんてことは、日常生活ではありません。だからこそ会社側は、少しでも応募者の緊張を和らげ、普通の状態面接してもらうように努めなければいけません。

面接官も身なりを整える

応募者がスーツで面接に来る職種であれば、面接官も本来はスーツで対応するのがマナーでしょう。もし業務上、作業服を着ており、面接も作業服のままでしかできない状況であるなら「業務の関係でこの服装で面接をさせていただきます。ご了承ください」と一言伝えるだけで印象は変わります。

「圧迫面接」は昭和の遺物！令和は 「ファン化面接」

この人手不足の時代に、「圧迫面接で応募者の本性を見てみよう」というのは何のメリット也没有ありません。

最悪の場合、SNS で悪評がたってしまうことになりかねません。

令和の時代は、「ファン化面接」を行いましょう。これは文字通り、応募者が（合格しようがしまいが）ファンになってくれるような面接をするということです。

SNS で変な書き込みをされようものなら、次の応募者の採用に苦戦することは間違いありません。

特に、医療、介護といった資格者が必要な業界は要注意です。有資格者同士の横のつながりも強いので、悪評が一気に地元の業界にまわり、その結果有資格者の採用ができなくなってしまう。

ファン化面接の効果的な流れ

①アイスブレイク

アイスブレイクは、緊張した固い空気や心を氷にたとえてそれを壊す、溶かすというものです。

「今日は暑いですね」「ここまで迷わず来られましたか？」

「そのお茶を飲んで一旦リラックスしましょうか」など、異常な空間である面接の場を和ませ、応募者が話やすい雰囲気を作りましょう。

②面接の流れの説明

今日の面接の流れや所要時間について簡単に説明します。

その際に、自社の面接で大切にしていることは何かということをしっかり伝えます。

「未経験採用を行っていますので、人柄重視です」

「お互いの将来ビジョンがマッチするかを確認しています」など。

③面接官の自己紹介

面接官がまったく自己紹介しない会社も多いです。

かろうじて名前と役職だけ言うこともあります。面接は異常な場です。応募者ができるだけ普通の精神状態になってもらい、相互理解をし、雇用のミスマッチをしないために、面接官もしっかり自己開示することをおすすめします。

「社長の〇〇です。この会社を立ち上げて●●年になります。この仕事の▲▲が好きで、これまでやってきました。いまは□□を目標にわが社の理念に共感してくれて、一緒に働いてくれる人を探しています。本日は宜しくお願いします。」

ここでは、いかに熱く語れるかがポイントです。なぜなら応募者がファンになってくれ、入社してくれるかの可能性が変わってくるからです。

④会社説明・募集の背景の説明

会社の理念や応募の背景についてもしっかり伝えましょう。

「会社の理念」というと、難しく感じるかもしれませんが、「社長の考え方・目指す目標」と考えてもらえれば大丈夫です。大切なことは、社長の価値観をしっかり伝え、価値観が合う人に来てもらうことです。

その上で、以下のような募集の背景や業務内容についても説明し、相互理解を深めましょう。

- ・どんな仕事をするのか
- ・なぜ募集することになったのか
- ・入社後は、どういったことから始めてほしいのか

ただし、応募者も面接の場で、会社のスタンスを見ています。

「人間関係がギクシャクしていたらどうしよう」「長時間労働だったら」「有給が使いえなかったら」「産休・育休はとれるのか」

そういった部分も積極的に開示していきましょう。

⑤会社や募集の背景の理解度を応募者に確認

ここまで来たら一度、「うちの会社の仕事内容や理念等について、何か聞きたいことはありますか？」と応募者に質問してみましょう。

理解度の確認ができますし、応募者の質問力も確認できます。

⑥応募者の夢や目標を確認

応募者がどんな夢や目標を持っていて、なぜ転職するのかを聞いてみましょう。

中途採用者は、本心を明かすのは照れるといった気持ちもあり、抽象的な答えが返ってくるかもしれません。

ですが、ここは「共通の価値観を持っているか」「長く勤めていけそうか」という定着人材を採用する上で重要な部分です。「具体的にはどういうことでしょうか？」と深掘してみましょう。前職の何が転職を決意することになったのか。

「もっと家族との時間を大切にしたい」「給料が悪すぎて結婚できない」「パワハラ体質の職場だった」など。

とにかくお互いの考えを本音で語り合うといった状況が理想です。そのためにも序盤で「面接官が熱く語ること」が重要になってきます。面接官が自己開示をして、熱く語ってくれるからこそ、応募者も本音を話してくれるのです。

そういった意味でも、面接は組織のトップがかかわるほうが良いです。

「家族との時間を大切にしたい」という応募者に対して、自社も常に長時間労働の職場で休日も少ないとなると、それはミスマッチです。

自社の環境を変えていくことができるのかによって、今後の定着度合いも変わってきます。

その人を採用することによって、改善を進めていくんだということであれば、それもお伝えしましょう。

⑦履歴書・職務経歴書で気になった点を確認

履歴書・職務経歴書がある場合は、気になった点を確認しましょう。ただし中途採用の場合、転職回数が多い人も中にはいるでしょう。その場合、一つ一つ確認するより、温和にコミュニケーションを取りながら「採用側として納得できるか」を検討しましょう。

⑧採用したい応募者に、再度、夢や目標の共有

ここは、採用したい応募者への最終段階です。

改めて応募者の夢や目標の話を持ち出してください。

自社の理念と応募者の夢や目標に共通点があり、一緒に働いていけると判断できたら、「うちなら〇〇さんの夢の実現をかなえる環境があります。ぜひ一緒に頑張りましょう」と熱く伝えてください。

人間は、「一番盛り上がった時と最後しか覚えていない」という法則があるそうです。だからこそ最後に、「自社で一緒に頑張ってほしい」と伝えることがとても大切になるのです。

内定を辞退されないために

面接 1 回、その場で採用は NG

中小企業で、社長が直接面接する場合、その場で内定を出し、いつから来られる？と聞いてしまうことがあります。

これはやめたほうが良いでしょう。

もし面接 1 回だけの選考でも、必ず別日に給料等の待遇をすり合わせる条件面談を行うことをおすすめします。

そのほうが、内定に重みが出て、定着につながるからです。応募者にも相談したいご家族もいるでしょうし、面接 1 回でも「社長面接は合格ですので、後日条件面談を行います。ご家族にもお話ししてみてください」とアナウンスしておきましょう。

面接を 2 回にわける場合は、1 回目に社長面接を組んでしまいいましよう。応募者が同時期に、競合他社の面接を受けている場合、こちらでも採用の本気度を示すことができます。

そして採用の方向で進んだなら、2 回目の面談では配属する部署の部長等の面接と同時に、条件面談を行いましょう。

面接後のフォロー方法

面接後、そのまま応募者を帰していませんか？

面接直後は、応募者の緊張が解け、本音が聞けるタイミングです。だからこそ面接後、社長が退席したら別のスタッフに応募者のお見送りをしてもらい、「面接はどうでしたか？」など聞いてみてもらいましょう。

そうすると、うちに入社してくれるかどうか、雰囲気は感じられるものです。

また口下手な社長や、言葉遣いがきつめの社長の場合、スタッフが「社長はあんな感じですけど、実は面倒見が良くて優しいんですよ」とフォローしておくだけでも、「あの会社はパワハラ体質だ」などという変な口コミも防止できます。

結果を伝えるタイミングと見送る際の心配り

選考結果は、「長くても1週間以内」に伝えるようにしましょう。求職者からすると、1～2週間合否連絡がなければ他社へも応募を進めるでしょうし、待たされている間に他の会社で内定が出れば、そちらに決めてしまうでしょう。

お断りする際も、丁寧な対応を心がけましょう。

不採用通知書にも応募してくれたお礼を入れ、送ってもらった履歴書・職務経歴書もしっかり返送しましょう。

書類返却は手間ではありますが、個人情報保護の意識が高まっており、不合格の場合、履歴書・職務経歴書は返してほしいという声も多くなっています。この手間は惜しまずに対応しましょう。

結果は早く伝える。ただし「内定」 とは言わない

面接で合格となった場合でも、いきなり「内定」という言葉は使わないようにしましょう。内定は、一度出すと取り消すのが大変だからです。

前職をなかなか退職できず、予定していた入社日に入社できない場合など、トラブルになるケースがあります。

ですので、面接に合格したことをお伝えしたら、しっかりと入社までの調整を行った上で、文書で内定通知を出しましょう。

条件面談

条件面談は、選考が終わった上で給与・休日等の労働条件を伝える面談で選考ではありません。この条件で納得されて入社を希望するなら内定通知を出しますという面談です。

募集の際に給料額も明示していますので、ここでは個人の経験等も踏まえてプラス α があれば提示します。

労働条件と同時に、入社後の道筋も伝えましょう

「入社が決まったら、〇〇さんにはまずこういった仕事をしてもらいたい。中長期的にはこういった仕事も任せたい」といったことを伝えることで、応募者は入社後、この会社で働く自分をイメージできるようになり、内定辞退される確率が下がるからです。

一緒に働くスタッフも紹介しておく

その日にいるスタッフだけでも構いませんので、会社内を見てもらいながらできる限り、一緒に働くスタッフを紹介しておきましょう。応募者はどんな人が働いているか知りませんから入社前に紹介しておくだけでも安心できますし、事務所内のリアルな労働環境を見てもらうことで、入社後のミスマッチを防ぐことになります。

求職者が、入社を悩んでいるような 場合の対処法

内定が出せる場合には、当社に入社していただけますか？と聞いてみましょう。その際にもし求職者が入社を悩んでいるような場合には、あえて内定通知は出さず、「1週間以内に入社の意思表示をしていただけたら、そのタイミングで内定通知書を出させていただきますね。今日は労働条件をお知らせいたしましたので、持ち帰って検討してみてください」とお

伝えしておきましょう。

この時に「あなたならいつまでも待ちます」とは言うてはいけません。これで入社意思表示がなければご縁がなかったと諦めましょう。

在職者に内定を出すときにやるべき フォロー

在職者に内定を出す場合には、現職の退職フォローをしてあげてください。なぜなら退職を申し出たものの引き留めにあい、内定辞退することもあるからです。

しかし「給料を上げるから」と言われて退職せず残ったとしても、その後居づらくなるケースも多々あります。一度退職を申し出たら引き留めにあっても辞めたほうが良いことも多いです。

だからこそ「もし退職で困ったら相談してください」と声をかけたり、必要であれば「退職の仕方」を教えてあげたりすることも大切です。

定着してもらうためのフォロー体制

新入社員をフォローすべきタイミングが4つあります。

それは①入社初日、②最初の休日前、③入社1ヵ月、④入社3ヵ月のタイミングです。

①入社初日

入社初日は、誰でも緊張します。新入社員としては、自分から先輩や同僚に挨拶に行きたいところですが、緊張もありなかなか行けない人もいるでしょう。

名前と顔が一致せず、どこに何がおいてあるかも知りません。

誰しも新たな環境に慣れるまでストレスを感じます。

ですので、初日はできる限りスタッフが一人、新入社員のそばにつきアテンドしてあげましょう。

そして、会社の独自ルールなどあれば教えてあげましょう。

「掃除は当番制とか、帰るときは〇〇と挨拶してから帰る」などのその会社の人しか知らないルールです。

新入社員は、些細なことでも聞きたい心境ですが、先輩社員

に声をかけることすらストレスに感じることも多々あります。とにかく、新入社員を気にかけてあげましょう。

②最初の休日前

最初の休日は注意が必要です。

なぜなら、ちょっとした会社へのマイナスイメージやストレスを持ったまま休日に入ると、「この会社でやっていけるかな？」とマイナス感情が出てきてしまうからです。

そして翌週には、「やはり私にはあわないと思います」と早期離職になることもあります。

そうならないためにも、最初の休日前に配属先の上司と「新しい職場はどう？大変なことはない？」といった簡単で良いので、「あなたのことを気にかけていますよ」というメッセージが伝わるミーティングを行いましょう。

「新しい職場で疲れたよね」と共感メッセージを出したうえで、不安なことを聞いてあげたり、困りごとは誰に聞けば解決できるのかを教えてあげるのも良いでしょう。

③入社1ヵ月

入社1ヵ月は、会社に着いてくれるかの大事なタイミングです。

入社1ヵ月が経つと、職場の人たちの名前と顔も覚え、すこし気持ちに余裕が出てくる頃です。

このタイミングで改めて、「採用時の初心」を思い出してもらいましょう。

会社は面接時にどういった期待を伝え、新入社員もどういった気持ちをもって入社したのか。その上で、3年後どうなりたいか？といった中長期的な目標を改めて確認することも重要です。

また、前職と比べてこの会社の良いところ改善すべき点などあるか？といった意見も聞いてみましょう。

新しい人の意見を聞くことで、社内では当たり前だったことを改善する機会にもなります。

④入社 3 ヶ月

入社 3 ヶ月も経つと中途採用の経験者などは、職場にも慣れ、徐々に活躍し始めていることでしょう。

それと同時にだんだんと初心を忘れ、ルーティンワークをするようになる時期でもあります。

ですので、このタイミングで再度、「なぜこの会社に入ったのか」という入社時のビジョンを思い出す時間を取りましょう。内容は入社 1 ヶ月での面談と同じです。

こういったすり合わせが、会社と新入社員とのギャップを解消し、その後の定着につながっていきます。

新入社員は「褒める」ことが定着への近道

新入社員教育は「褒める」ことを中心に進めるのが定着への近道です。

なぜなら新入社員は緊張の中で仕事をし、未経験者であれば失敗することが通常のため、ただでさえ自己肯定感を失っている状態です。にもかかわらず「ミスのことさら叱る」ことを続けていると、新入社員はさらに自信をなくし、職場から気持ちが離れてしまいます。「褒めて伸ばす」を意識していきましょう。

おわりに

人口減少の時代、特に中小企業は採用に苦勞しています。

採用した人材が長く勤めてくれる、働きやすい職場でなければ、会社は継続していきません。

決して、「ゆるい職場」ではありません。ただ、他社ができている長時間労働削減への取り組み、産休・育休への理解、有給休暇の使いやすさなどが出来ていないと、やはり人材定着もなかなか進みません。

すべて完璧にできている中小企業はまずありません。トップが理解を示し、働きやすい職場作りに取り組む意思表示をし、実際に進めてみることで、採用に成功し、人材が定着するようになっていくでしょう。

スタッフが安定すれば、本来の仕事の業務分担や、複数担当制などもうまくでき、業務の質も上がるでしょう。社長の採用にかけていた時間もあき、さらなる利益率向上の取り組みや新事業へのチャレンジなどができるようになります。

人材が定着することで、忙しくしながらも職場は明るく、スタッフは笑顔で仕事をしている。

安定して、継続していく会社はそんな会社だろうと思います。

採用を支援することで、また採用後の労務問題の解決を支援することで、そのサポートができればと本冊子を作成いたしました。

採用支援、人事評価制度導入、残業・有給休暇など働き方改革への対応等、お困りごとがございましたらお気軽にお問合せください。初回相談は無料です。

無料相談の申し込み

柏谷横浜社労士事務所 特定社会保険労務士 柏谷英之

横浜市中区扇町 1-1-25 キンガビル

TEL: 045-550-5767

HP: <https://ksrfp.com/>

Mail: info@ksrfp.com