

経営者のための人財育成通信

vol.15

※人材を財産と捉える意図により「人財」と表記しています。

採用戦略

■採用戦略とは？

中小企業白書2024によると、中小企業にとって優先度が最も高い経営課題に「人材の確保」が挙げられます。労働人口の減少で現場の人手不足が深刻化する中、採用戦略が重要とは分かっていますが、そもそもどう戦略を組み立てるべきか戸惑っておられる経営者も少なくありません。では、なぜ採用戦略が重要なのでしょうか？それは採用戦略に基づいて自社に必要な人材を効果的に確保できれば、業務の円滑な推進と企業の成長につながるからです。

採用戦略には事業計画に紐づいた人員計画と求める人物像の明確化、自社のブランディングが必要で、中小企業の多くは大企業と比べ相対的に知名度が低いため、他社との差別化を図りながら、求職者に自社の強みや魅力を効果的に発信する必要があります。ブランディングは欠かせません。

■自社の強みと

重点アピールポイントを発信

自社ブランディングの第一歩としては、自社の

強みと魅力を洗い出し、それを具体的な数字で発信することが有効です。例えば「創業100年以上の信頼と確かな技術力」、「国内シェア2位の主力製品」等の具体的な実績はもちろん、他社との違いを明確にし、採用したい人物像をイメージしてアピールポイントを打ち出すことが重要です。自社ホームページによる発信強化と併せて、SNS(X・Instagram・YouTube等)を活用して社内の様子や自社が取り組むSDGsに関する活動等を発信することで、企業風土や社風を特に若年層の求職者に効果的に伝えることもできます。

また、求人媒体や人材紹介サービスの利用がコスト的に難しい場合には、自社をよく理解している社員や関係者から人材を紹介してもらうリファラル採用を検討することも有効です。自社の強みと魅力を再発見して効果的に情報発信することで自社に必要な人材の確保につなげ、その人材の能力を最大限に引き出す。中小企業が持続的に成長するためには必要不可欠な戦略です。



【採用戦略に重要な重点アピールポイントについて】



出典：人材戦略セミナー（第2回：人材採用戦略を作る）資料
（@株ルヴィアコンサルティング）

重点アピールポイント

- 打ち出せる魅力
(今自社で打ち出せる魅力)
かつ
- 打ち出すべき魅力
(今後自社に必要な魅力)
かつ
- 採用競合と被らない魅力
(差別化できている魅力)

取り組めば比較的早めに効果が出る可能性がある



次回は

クリティカルシンキング

をご紹介します

京都商工会議所では、採用・育成・定着に課題をお持ちの中小企業の経営者からのご相談を受け付ける人材トータルサポート事業を展開しております。お気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ】 会員部 研修事業課(京商ビジネススクール事務局)

☎ 075-341-9762 ✉ jinzai@kyo.or.jp <https://www.kyo.or.jp/jinzai/>

