# **【第2回】応募が来る・選ばれる・辞めない組織をつくる**

## **― 採用成功のための10の戦略的アプローチ ―**

### **■ はじめに：「求人を出せば人が集まる」はもう通用しない**

人手不足が深刻化するなか、求人票を出しても応募が来ない、採用してもすぐに辞めてしまう――そんな悩みを抱える企業が増えています。  
 ですが、これは単なる「労働力不足」ではなく、自社の採用戦略や働く環境が時代の変化に追いついていないことの表れかもしれません。

今、求職者は「条件が良い会社」ではなく、**「自分らしく働ける場所」や「価値観が共感できる職場」を探しています。  
 つまり、「選ばれる企業」になるための視点と仕組みの再構築が必要**なのです。

### **■ 採用を成功に導く10の視点**

以下に、応募数の確保から定着支援までをカバーした「採用を成功させるための10のアプローチ」を紹介します。  
 これらは中小企業でも実行可能な内容に整理しています。

## **【採用成功のための10の戦略】**

| **No** | **項目** | **概要・具体施策例** |
| --- | --- | --- |
| 1 | **接点の設計** | 求職者と出会う場所を広げる。SNS活用、合同説明会、アルムナイ採用、社員紹介（リファラル）、動画配信など。特に情報の届いていない層への「きっかけづくり」が重要。 |
| 2 | **ペルソナ設計** | 「どんな人に来てほしいか」を明確にし、その人物像に合った発信・選考を設計。価値観、生活背景、就職動機まで細かく想定する。 |
| 3 | **企業の魅力発掘と見せ方改革** | 仕事内容や職場文化、社員の人柄など、社内にある“当たり前の価値”を言語化・ビジュアル化。ストーリー性を持って発信することで共感を得る。 |
| 4 | **情報発信力の強化** | 求人票、HP、採用パンフレット、SNSなどを活用し、「誰に、何を、どう伝えるか」を整理。働く姿をリアルに見せる動画や現場インタビューは効果大。 |
| 5 | **柔軟な働き方の提示** | 時短勤務、副業OK、週3勤務、フレックス制度など、「選べる働き方」を用意。ライフステージに合った働き方を提案できる会社は強い。 |
| 6 | **選考体験のアップデート** | 面接は「選抜」より「相互理解」を重視。カジュアル面談や職場体験、現場スタッフとの座談会を通じて、安心感・納得感を醸成する。 |
| 7 | **面接官・現場巻き込み型の選考設計** | 人事だけでなく、配属予定の上司や先輩社員も選考に関与。「リアルな声」が入ることで入社後のギャップを減らせる。 |
| 8 | **入社後オンボーディング設計** | 初日～3ヶ月間の受け入れ・育成プランを明文化。メンター制度や定期フォロー面談により、早期離職を防ぐ。 |
| 9 | **マネジメント層の当事者意識醸成** | 「採用は人事の仕事」という思い込みを払拭し、管理職も採用責任者として育成・評価に関わる体制を構築する。 |
| 10 | **採用活動のPDCAと数値化** | 応募数、通過率、内定承諾率、定着率などを毎月可視化し、改善点を分析・共有する。属人的な勘と経験の採用から脱却を図る。 |

## **■ 採用は「経営」そのものである**

～中小企業こそ、経営者が主導すべき理由～

採用とは、単に「人を集めるための手法」ではありません。  
 それは、**会社の価値観・文化・未来の方向性を世の中に問いかける行為**であり、  
 「どんな人と、どんな未来を創っていきたいのか」という**経営の本質的意思決定**そのものです。

だからこそ、**採用のあり方を見直すことは、会社の在り方を見直すことに直結**します。  
 「採用がうまくいっていない」という現象の裏側には、

* 会社の理念が伝わっていない
* 社員が誇りを持てる職場になっていない
* 働く環境が時代の変化に追いついていない

といった、経営全般に関わる要素が潜んでいることが多いのです。

### **◆ なぜ経営者が「採用」に関わる必要があるのか？**

特に中小企業では、採用活動を人事や外部任せにしてしまうと、次のような問題が起こりがちです。

| **よくある状況** | **起こる弊害** |
| --- | --- |
| 経営理念や方針を共有できていない | 採用メッセージがぼやけ、魅力が伝わらない |
| 条件面だけで競おうとする | 大手との勝負に敗れ、価格競争に陥る |
| 応募が来ても、入社後にミスマッチ | 離職率が高まり、現場が疲弊する |

中小企業においては、**「社長の言葉」こそが最大のブランディングツール**であり、 「この社長と働きたい」「このビジョンに共感した」から入社を決意するケースが少なくありません。

### **◆ 採用に関わる＝会社の未来に責任を持つ**

経営者が採用に関わるというのは、履歴書を見るということではなく、  
**「誰に、どんな想いで、どんな未来を託したいか」を発信し続けること**です。

面接の場に一度出るだけでも、応募者の印象は大きく変わります。 理念を語ること、働く魅力を自分の言葉で伝えること、それは「選ばれる会社」への第一歩なのです。

### **◆ 採用は“現場の困りごと”ではなく、“経営の意思”**

目の前の採用難を、現場任せの“人手確保”と捉えるのではなく、**自社がどんな組織になりたいのか、そのビジョンと構造を見直すチャンス**と捉えてみてください。

採用とは、「会社が誰と、どこを目指すのか」を社内外に示す、極めて経営的な行為です。**だからこそ、トップである経営者自身がその旗を振ることに、意味と成果が宿ります。**

# **【ワーク】採用は経営そのもの ― 自社にどう落とし込むか？**

## **◆ Step 1：考えを言語化する（自社の採用観の整理）**

| あなたの会社にとって「良い採用」とは、どんな状態を指しますか？  （例：すぐに辞めない、将来の幹部候補が育つ、文化に合う人が集まる…など） |
| --- |
|  |
| その「良い採用」ができていない原因は、どこにあると思いますか？  【社内構造／伝え方／働き方／理念の発信／関わる人材】などの観点で整理してください。 |
|  |

**◆ Step 2：会社の“志望度”を高めるための視点**

| あなたの会社を「働きたい会社」だと感じてもらうために、今のままでは伝わっていない魅力や特徴は何ですか？ |
| --- |
|  |
| その魅力を伝えるために、【経営者として】あなたができること・やるべきことは何ですか？  （例：採用ページに理念を語る、面接に出る、職場文化の可視化を進める　など） |
|  |

**◆ Step 3：現状把握と行動設計（自社のギャップと次の一手）**

| 現在、採用活動において「誰がどこまで関与しているか」を簡単に整理してください。  （例：採用広報は外注、面接は店長だけ、人事任せになっているなど） |
| --- |
|  |
| 理想とする採用体制・経営者の関与レベルはどうあるべきだと思いますか？ |
|  |
| 理想と現状のギャップを埋めるために、**今すぐ1つだけ実行できる具体的行動**を決めてください。  （「●月●日までに」「誰と」「何をやるか」まで記入） |
|  |

**◆ Step 4：まとめ**

| 「採用は経営である」という視点に立ったとき、あなたの会社における**採用の本当の目的**を一言で表すとしたら、どんな言葉になりますか？ |
| --- |
|  |