

## 採用媒体を細分化する

プラスアルファ 齋藤裕樹

アルバイトスタッフを採用する際の広告出稿媒体は、タウンワーク、an、バイトル、ジョブセンス、フロムエーなど様々な情報誌／WEBサイトです。「なぜ？」そこに出稿しているか調べると、「この地域では〇〇が主流だから」「いろいろ試したけど〇〇が一番いいから」「ずっと〇〇で採用できたから」といった理由に集約されます。

理由が抽象的なため、仮に思うような結果が出なかった場合、「掲載タイムニングが悪かった」「アルバイト希望者が今回は少なかった」といった、他責理由で結論付けてしまいます。そのため、採用率は一向に改善されません。

これからは「なぜ、その媒体に広告出稿するのか」を明確にして、求人広告を行う必要があります。その際に気を付けるべきことは、「コスト(価格)だけを理由にしないこと」です。最大の目的は必要なスタッフを採用することという軸はぶらさないでください。そのためには次の2つを意識する必要があります。

- ① 求職者が多い場所に求人広告を掲載する。
- ② 応募後のキャンセルや辞退などの数を少なくする。

人こそ資源!  
採用と定着の工夫

求職者が多い場所とは、「時代のニーズに合った場所」です。「過去良かったから」「老舗で安心だから」といった理由は捨てるべきです。時代のニーズとは、紙媒体だけではなくWEB媒体に連動して求人広告を掲載できることです。そのWEB媒体が見やすいかどうかを、実際にスタッフと一緒に「仕事を探している人の気持ちになって」利用してみるべきです。ほとんどの広告発注者は、掲載だけを依頼し、サイトの使い勝手までは確認していません。

もう一つ、時代のニーズに関しては、「LINEバイト」の活用です。20代のLINE利用率は94%というデータがあります。さらにLINEはSNSの顔も持ち、メッセン

ジャー機能もあるため、利用している人はほぼ毎日LINEを起動しています。それを裏付けるように今年2月、求人誌anとLINEがタッグを組み、「LINEバイト」をオープンしました。この半年足らずで既に500万人が利用しています。LINEの国内ユーザーは約5200万人ですので、半年で10%がLINEでアルバイト探しを行っているということです。9月からは新サービスが追加され、求職者は

LINEから直接応募ができ、採用担当者とそのままLINE内でメッセージのやり取りができるようになりました。つまり、手軽にすぐに対応できるようになったため、応募から面接までのキャンセル率を下げることができました。先の②の部分もクリアされます。実際に某飲食店では、応募数は変わらずですが、約3割だった面接に進む率が、7割に上がったそうです。

このように、仕事を探している人の立場に立ち、時代のニーズを読み取って「なぜ、その媒体に広告出稿するのか」を明確にすることで、攻めの掲載に変わります。LINEバイトは現在anと独占契約ですので、anに掲載をすることでan求人誌、anWEB、LINEバイトにもれなく掲載されます。

これまで12回にわたり、大枠ですが「採用手法」「離職防止」をお伝えしてきました。細かな手法などに関しましてはいつでもご相談ください。



さいとう ゆうき 株式会社プラスアルファ 人材紹介事業部 民協協認定 職業紹介士 営業コンサルタントとして営業支援のほか、人事評価制度・社内不正防止策定など、幅広い支援を行い、組織の円滑化に取り組んでいる。パチンコ転職サイト「パチンコ転職ナビ」運営の総責任者も務める。http://www.hpa.co.jp/

[A]