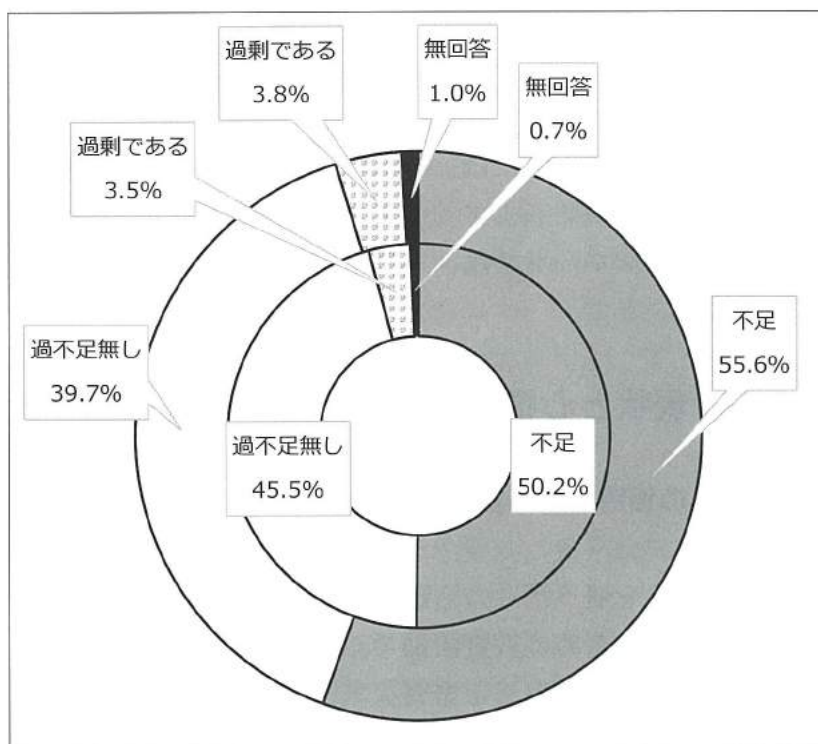


企業の成長は人材にあり 「応募者を集めるための対策」

1. 中小企業における人手不足の実態

日本商工会議所が実施した「人手不足等への対応に関する調査」の中の「人員の過不足状況について（前年調査比較）」によると、「不足している」と回答した割合が全体の55.6%を占めており、前年調査よりも5.3ポイント上昇しています。

図1 人員の過不足状況について
(内円：平成27年、外円：平成28年)

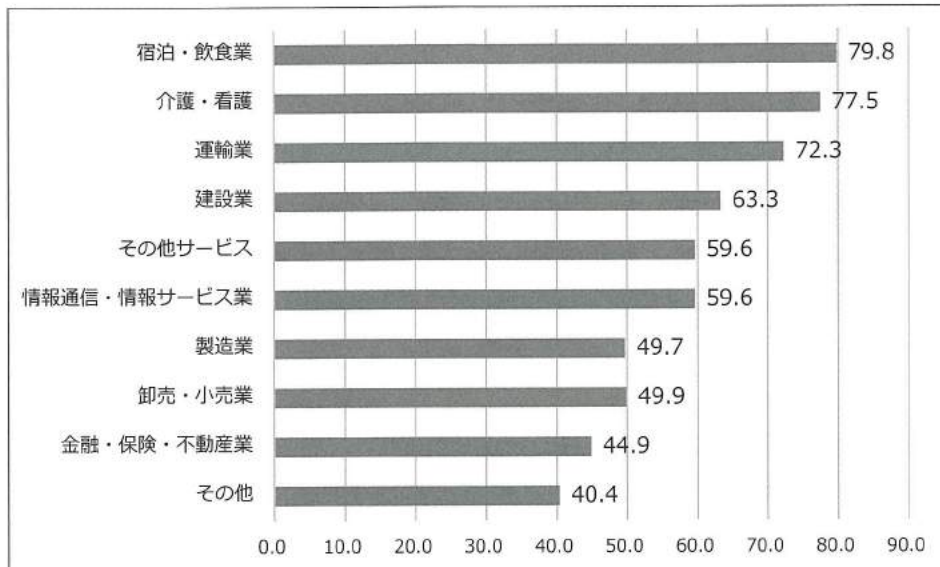


出典：日本商工会議所「人手不足等への対応に関する調査」2016年6月29日

次に、業種別をみると全業種で中小企業の人手不足感が強まっていることがわかります。その中でも、宿泊・飲食業の不足感が最も高く、約8割の企業が「不足している」と回答しています。

図2 <業種別集計>

(図1. で「不足している」と回答した企業の割合※業種無回答除く)



出典：日本商工会議所「人手不足等への対応に関する調査」2016年6月29日

このような人手不足への対応には、「人材を確保するか」、「生産性を向上させるか」の大きく2通りがあります。今後も人材を確保するには厳しい状況が続くとみられます。本レポートでは、人材を確保するための採用に焦点を絞って解説していきます。

2. 採用活動の現状と心構え

① 旅館・ホテルの採用活動の現状

採用活動は、単に人を雇うだけの活動ではなく、大切な経営資源のひとつである「ヒト」を獲得するための投資活動で、会社の成長につなげるための活動です。しかし、人事部・採用担当を重要なポジションであるという位置付けをしている旅館・ホテルは少ないように思われます。また、経営者が採用を担当している場合に至っては、経営者の負担はさらに大きくなっています。

大企業なら専任の担当がおけても、旅館・ホテルの場合では、兼務が一般的であり、他に本来の業務があれば、採用に時間をかけられないのは当然のことです。

また定期採用をしている大企業とは違い、中には久しぶりの採用を行なうと

いう旅館・ホテルもあります。就業規則が古いままになっていたり、インターネットを使った求人慣れていなかったり、準備が整うまでに手間がかかるケースも見受けられます。

② 採用活動は投資活動であり、広告宣伝活動でもある

旅館・ホテルの場合はどうしても欠員補充や増員という観点で、「その時にある仕事や見通せる仕事に人をあてがう」ということに重点が置かれ、投資という要素が忘れられがちな傾向にあります。

もちろん大企業のようにはいきませんが、それでも人員構成、年齢構成、人材育成といった中長期的な視点で採用を考えることが大切です。「採用活動は投資である」ということは、常に意識しておく必要があると思います。

また、採用活動は、企業そのものの広告宣伝活動という要素も持っています。募集広告を出した時に、いろいろなところから電話が入るようになった経験があると思いますが、募集広告は単に求職中の人だけでなく、顧客や取引先、競合他社といった、多くの方々に見られていることを認識しなければいけません。

採用を行なうということは、外部から業績を上げていると見られることもありますし、人手が不足していると見られる場合もあり、見方によって様々な捉え方がされます。発信する側として、企業イメージそのものの発信にもつながるということを、理解しておく必要があります。

3. 採用計画を立てて、目的を明確にする

① 採用目的を明確にする

採用は企業経営において、事業戦略と密接に関係しています。したがって、採用目的を明確にし、社内で共有した上で採用活動を行なうことは、事業計画を遂行するための重要事項です。計画段階では、事業計画を経営陣で話し合い、現在の人員体制で、それを達成することが可能であるか否かを明確にする必要があります。

これが判断できていると、採用の優先順位を上げることができ、採用の成功率も高まります。採用は社長や採用担当者だけが奮闘しても、上手くいかない