

内外交差点

一丁目一番地の課題

鳥取県ハイヤータクシー協会  
会長 澤 耕司氏

—鳥取県は「コロナ禍で全国で最も人が減った」と聞きます。

澤 ご指摘の通り、乗務員数について当県は全国でコロナの影響を最も受けました。こうした結果を受け、われわれも強い危機感を持ち、一丁目一番地を採用と考えてきました。そこで関根さんに当県に来てもらったわけです。米子市の老舗事業者が労務倒産したように、とにかく環境が厳しく、求人にお金を割ける状況にないという状況がありました。従ってハローワークを使う。そこから始めているといった状況ですね。それで関根さんからハローワーク求人を十二分に活用する方法を教わりました。あとはサービスタクシー（鳥取市）さんが地元のFM鳥取で求人広告を出したら、結構反応があったと聞いています。求人そのものは事業の一丁目一番地なので関根さんの話を3回（23年6月14日、7月10日、8月28日）聞き、すでに複数社で効果が出ているところです。

関根 それは嬉しいですね。

澤 「求人教室」は非常に勉強になりました。圧倒的に驚いたのは、求人アピールが4つの軸に分かれるという考え方です。「企業メッセージ」「職場や人の紹介」「仕事の魅力」「条件や待遇」——という4点ですが、これまではそういうことを考えておらず、条件や待遇、特に賃金面だけを押し出して求人を行ってきました。今、当協会のホームページでは女性乗務員のインタビュー動画を投稿していますが、こういったものを入れたのも、関根さんのアドバイスからです。企業として、各

## &lt;特別対談・前編&gt;

ノウハウの注入で復活する地方業界  
求人現場の最前線⑩

ライドシェアを巡る駆け引きの中で、常に話題となるのはタクシーの供給輸送力だ。全タク連の取りまとめた乗務員数の充足率を見る限り、東京や大阪などの都心部は乗務員が増加傾向にあるものの、地方では微減が続いているのが実情だ。地方業界にはもう人が集まらないのか？鳥取県ハイヤータクシー協会の澤耕司会長と求人広告ライター協会の関根コウ氏の対談から、地方業界の求人の未来を探る。（聞き手：鈴木宏志）

社で企業のヴィジョンやメッセージを発信していますし、社長自らが仕事の魅力を語るといったところもあります。採用がもっともうまくいっている事業者では社長自らが側乗、教育するとアピールしています。

関根 最近のトレンドとしては、社長面接、社長の画像を掲載して「私が面接します」とキャッチコピーを付けると全然、反応が違います。やはり、応募者がどういう会社か分からないと難しいです。顔も見えない中で、「ご相談ください」と言われても求職者はなかなか安心できないものです。

澤 ネガティブなことでも具体的に書きなさいという考えは、目から鱗でした。

—鳥取県の乗務員数は17年3月末に839人だったものが、19年末には768人、23年末には581人となっています。

澤 コロナ禍で減少が加速度的に進みました。特に県西部地区は19年の359人から23年には215人となっています。23年4月以降は全体的にだいぶ乗務員が増えたので、減少と相殺できるくらいの水準となっています。

関根 私個人としては業界全体が良くなれば良いと思いますが、現在、コンサルさせていただいているお客様には、「当地域ではノウハウを独占させてほしい」とよく言われます。実は乗務員増のランキング上位の県のいくつかはコンサルさせていただいています。

—求人業界から見たタクシー乗務員職の評価は？

関根 もともと求人業界側からすると、タクシー業界はドル箱市場と言われています。1年中募集をかけているので、1年中求人広告を出稿してくれるという考え。警備や飲食、昔ならパチンコ屋などと同じカテゴリーです。そのため、タクシー求人のナレッジというのは、いっぱいあるんです。一方、求人紙は東京や大阪、名古屋などの大都市圏のみ商売が成り立ちます。例えば大阪の会社が片道3時間かけて鳥取県の会社を訪

「採用のムーブメント」を



求人広告ライター協会  
代表理事 関根 コウ民

れ、5万円の広告だけを契約して帰るのか——そんなことは一般的にしません。問題は地方にナレッジを誰も届けにこないということです。鳥取県の状況を見た時に、ノウハウを注入すれば立て直せる——と感じ、実際に3回講演させてもらった結果、乗務員数が持ち直しているというのは、大きな成果だと思っています。

——鳥取業界を最初に見ていかがでしたか？

**関根** 鳥取県は人口50万人で日本最少の県です。今回、鳥取県業界をコンサルさせていただく前に、人口5～15万人の地方自治体を受け持っていたので、自信はありました。一番驚いたのが、鳥取県は求人メディア関係者が営業リストに入れていない県であったということです。事業者さんに話を聞いた時に、ハローワークでの求人のみで予算が確保できないから他のメディアで求人を展開できていないと聞いていましたが、違います。営業マンがいれば、お金が無いなりにやれることがあるんです。ただ、提案もなく、商品が分からなければ、予算を投下する先がありません。

——地域メディアはどうですか？

**関根** あまり効果を発揮していないのが実情です。

**澤** ハローワークの求人であそこまで効果を上げることができるとは知りませんでしたし、新聞折込の求人情報は費用の割には入れられる文字が少ししかありません。

**関根** 単純な求人広告の枠のサイズなどでは人は来ません。私は事業者さんに人を集めるためのノウハウや考え方をお伝えしているのです。そうすれば、業界の中から知恵が出てくる。それが地方業界には大事なことだと思っています。そうしなければ、業界側にノウハウが蓄積されず、求人への投資がバクチみたいになってしまう。業界側にノウハウが蓄積されれば、求人営業に対する目利きができるようになるんです。求人広告への知見が増すことで県全体の底上げになっていくのではないかと考えています。

——なぜ、関根さんを招聘しようと思ったのですか？

**澤** きっかけは関根氏の著書（『採用1.9 求人広告ライターだけが知っている採用の流儀』）を読んです。とにかくコロナ禍で乗務員が25%も辞めて、実際に労務倒産も発生していることから、どの会社でも起こり得る経営危機だと感じました。採用問題を一丁目一番地に取り組みなければならぬと実感を持って感じました。当社（日本交通）も乗務員不足からこのままでは路線バスの減便が必要となり、採用が今年のテーマです。これらの取り組みは県の交通政策課と取り組んでいます。県はこれまでの地域交通政策への取り組みのおかげで公共交通に対する理解が深く、路線バスに対する補助金も手厚い。全ての路線にたいして補助を出す。国から降ろされた路線でも、市の単独路線でも必要があれば県が出します。

そうした中でも地域住民の高齢化が著しく、補助をタクシーにも回す必要性が出てきている実情があります。バス停まで歩けないような人が一杯、出てきているわけです。現在、鳥取市で行われている「とりモビ」（県・市などがJR鳥取駅南側市街地等で始めたm o b iの実証実験）でも、「帰りに家の近くで降ろしてくれるのが良い」との声が多いそうです。つまりはドア・ツー・ドアの乗りものの価値は非常に高い。一方、その公共交通機関であるタクシー会社はそれぞれが経営規模が小さく、倒産しかかっている。そこを支援してくれということなので、声をかけています。ところが単純な支援はないということなので、鳥取ハイヤー共同組合（理事長＝澤会長）では今、複数社での共同経営や共同配車による経営・輸送の効率化を図ることでの生き残りを強く呼びかけています。この起爆剤としての補助を求めています。

**関根** 求人も同じで、やはり地方には起爆剤が必要だと思います。いろいろな人に鳥取県での取り組みを東京でやれば良いと言われますが、少子高齢化が進む中、地方で成功を収めなかったら、50年後、100年後を考えるとどうなるのか——ということです。鳥取県でも100両もない会社さんで、私の講演会を聞いただけで10人採用を増やしてくれた。それができるというポテンシャルがまだ地方業界にあるということです。そして、日本国としてインフラを維持するためには、今は攻めの採用が必要です。そのムーブメントを各地で起こしていくことが採用コンサルタントとしての私の役割だと思っています。<続く>