

内外交差点



鳥取県ハイヤータクシー協会
 澤 耕司会長

求人広告ライター協会
 関根 コウ・代表理事

—関根さんの講演を振り返って、4つのポイント(企業メッセージ、職場や人の紹介、仕事の魅力、条件や待遇)に感銘を受けたとの話がありました。

澤 いままで求人票には労働条件や待遇を書けば良いと思っていました。自分の中ではどこかで企業からのメッセージを書かなければいけないとは思っていましたが、書きようがなかったのです。関根さんの講演で、ハローワークの求人票でもこれだけ書けるということを学んだ結果、その会社の特徴を書くべきだと知りました。同じ産業である以上、どうしてもタクシー会社の条件は似たり寄ったりになります。その会社にはどんな人がいるのかだとか、仕事の魅力などの具体的なところをしっかりと書き込むというのが目から鱗でした。媒体の問題ではなく、五感を刺激するようなアプローチが必要と気づかされました。

関根 他の産業と比べてみれば分かりやすいのですが、給料だけ提示されている募集に応募する人がどれだけいるのか—という話です。ブランド力のある企業ならそれでも良いでしょうが、求職者はどの求人に応募すれば良いか分からないものなのです。ブランド企業じゃなくても、そこで何をするのか具体的に分かる求人が必要です。

澤 応募する側の気持ちになって徹底的に考えれば、何を発信すれば良いのかが見えてくるわけです。最後に求職者が不安に思うことを、募集段階から面接、採用に関しても、例えば、応募があったら30分以内に電話するとか、本当に細かくマニュアル

<特別対談・後編>

必要なのは人事の意識改革だ 求人現場の最前線⑪

「求人を出しても、全然応募がない」との嘆きは、ライドシェア問題と並び全国の事業者の頭痛のタネだろう。しかし関根コウ氏(=写真左)は、「タクシーの求人は他産業と比べてラク」と言う。特に地方では、「まだやれることがある」とも。鳥取県ハイヤータクシー協会の澤耕司会長と関根氏の対談から、採用に必要なマインドなどをピックアップして紹介する。(聞き手:鈴木宏志)

ル化することの必要性を具体的に学びました。メールアドレスが書いてなくとも、携帯電話の番号があればショートメールを送ることができるという細かいことが大事でした。

「神は細部に宿る」

関根 例えば、ショートメールを送っても、求職者のスマホには頭の2行しか表示されません。名名の後に改行を挟んだら、非常に勿体ないんです。大手求人会社の調べでは、求職者が就職を決めるまでに大体8社に応募するというデータがあります。8社からのメールが溢れてしまえば、求職者はどこにどう応募したのかも分からなくなってしまいます。最初の2行で勝負を決める—こうしたノウハウの蓄積が、求人募集の結果に直結します。求人はディテールこそが大事なんです。

澤 他にも辞退を引き留めるためにはどうすれば良いのかとか事後連絡の方法とか、「門外不出」の実践的なノウハウを門外に出していただき、しっかりと勉強させていただきました。

関根 私は、多くの講演会は「門外不出」を出さないからつまらないのだと思っています。はっきり言って、講師の過去の実績なんてどうでも良いという感覚であると思うんです。講師は講演会が終わった後に受講者に、ものすごい土産を持って帰ってもらうことこそが大事なんです。私の名前を忘れても、学んだノウハウだけは忘れないで欲しいと思っています。

澤 当社(日本交通)でもせつかく女性ドライバーが来ても、家族の反対で辞めてしまったという経験がありますが、例えばあの時の面接時にご家族へのメッセージを渡しておけば、違う未来があったかもしれないと思っています。

関根 最初の講演会を開いた後、受講者の方から「反響がない」との声をいただきましたが、ハローワークを見たら、3社くらいしか載っていない。話を聞いて納得していただいても、行動に移さなければ、反響がないのは当たり前なのです。

問題の根底には人事担当者が、「タクシーの求人への応募は来ない」と思い込んでしまっており、モチベーションが低い状態が続いていることがあるのだと思います。でも、例えばメール返信のタイミング一つをとっても、「まだまだやれることがある」と思い直していただきたいのです。

正直に申し上げますと、タクシー業界の求人は、他の業界と比べれば全然ラクなんです。多くの求人コンサルタントが言っているのは、タクシーよりもバスの方が大変だということです。現在、大型2種免許の取得率が毎年大幅に減少しており、昔は100万人いたのが、今では80万人になっているそうです。昔は、バス運転者は「花形職」でしたが、今の20～30代の若年層でバス運転者になりたい人が本当にいないんです。一方、採用担当者は中高年なので、いまだにバス運転者が花形だと思っている。そのギャップから若い人に求人をかけても若い人は来ないんです。カッコよくないから。一方、同じカッコいいと思う50代が応募しても、会社側は年齢を理由に採用しません。

—小さい子どもは今でもバスが大好きだと思えますが。

関根 確かに小さい子どもはバスが好きです。でも、それを求人応募にまで育む土壌がないのが実際のところですよ。

澤 当県で行った交通フェスティバルでも、子どもたちはバスに大喜びしてくれたし、タクシーのハンドルを握ってはしゃいでくれていました。トラックでも普段の視野と違うことに大喜びでした。ただ、残念ながら小学生のうちはそうなのですが、高校生になったら、もう誰も興味を持ってくれません。

関根 5歳から17、18歳くらいまでの子どもたちが成長するまでの間に、われわれタクシー業界、バス業界が何をやってきたのかが問題でしょうね。今、東京でタクシーの新卒採用がうまくいっているのは、ムーブメントの20年くらい前から徐々に取り組みを継続してきたからで、今、若い人がやりたい仕事になりつつある—というバックボーンがあります。鳥取県でもそのムーブメントを作ることは十分可能です。

澤 私もそう思います。最近、求人に工夫をこらすことで若年層と女性を採用できるということが分かってきました。思い続けること、やり続けることが大事だと思います。

関根 その受け皿として、採用チームが必要です。そこで求職者の方にどうしてお迎え方をするのが重要です。人気のあるIT企業などでは、会社の受付に入る前から「この会社に入りたい」と思わせるような仕掛けを多数作っているのですが、タクシー会社も応募してきた時にどういう対応をして、どういう誘導をするかというところを作っていかなければなりません。

女性乗務員が欲しいと言われて、女性用更衣室やパウダールームがない等はナンセンス。先に環境を整えないといけません。

澤 当協会でも5年くらい前に県と共同で女性乗務員採用のセミナーをやって、「これからは女性採用の時代ですね」と話し

ていたのですが…また、やらなければならないと思っています。24年は、県下の各社から女性乗務員を集めて、「女子会」をやるかと思っています。

関根 ちなみに、当協会がライティングすると女性の応募が非常に増えるとのデータがあります。

澤 それはなんでなんですか？

関根 当協会のライター陣は、子育て中も含めて女性が多いんです。そのためわれわれ男性が気がつかないような子育て中の女性の働きやすいシフト構築まで配慮することができるんです。一方、タクシーは独身中高年男性の多い世界ですから、男性のライターだと分からない者同士の話になってしまいます。

澤 一方で子育て中の女性は家の近くの保育所などに子どもを預けて、その後には働けない。その上、退勤の時間が早いから、コアタイムに乗務員不足が生じることもあり、嫌がる事業者さんがいるのも、事実だと思います。

「シフトありき」から「人ありき」へ

関根 私がコンサルに入らせていただいた事業者では、人が入ってくれるのであったらシフトは変える、乗務員の状況に合わせてシフトを考え直す—と言っています。その会社は現状、昼勤が全て埋まったので、次は夜勤の募集を行っています。人さえこればいくらかでも変えられるけれど、人が来ない点が問題だったのです。今のタクシー求人は、「彼女が欲しい」と言いながらずっと家でゲームをしているだけの状況。これでは出会いはありません。これは人事の意識改革の話だと思います。

澤 現場が採用したい人の生活スタイル等を分かっていないとだめだという点も大きいと思います。応募者に寄り添った形で考えないと、いくら「大募集」と銘打っても全然ダメです。事業者側からすれば、固定シフトで働いてもらう方が管理も楽で良いのですが、今は一人ひとりの生活に沿ったシフトを作るために、努力しないといけない時代だと思っています。変に過去のシフトに捉われてしまい身動きが取れなくなってきたのだと思います。他の産業では、既にみんなやっています。シフトありきの人ではなく、人ありきのシフトであるべきでしょう。

—有り難うございました。(23年11月20日、鳥取市の日本交通鳥取本社営業所で収録)

