



～アルバイト人材の採用から定着・戦力化に関する最新のトピックスをお届け～

◆◆◆ ノーザンライツ NEWS LETTER vol.3 ◆◆◆

エンゲージメント向上で変わる社員・アルバイトの採用・定着改善

- 従業員は、自社の評判を高めてくれる“インフルエンサー”
- 採用・定着改善は、社員へのマーケティング調査で自社にあった戦略作りを！

1995年の設立時より、アルバイトの採用から定着・戦力化までワンストップで支援をする株式会社ノーザンライツが、人材戦略に関する最新の動向・トレンドについてお伝えいたします。

雇用形態の多様化や売り手市場の状況から、労働者が会社を選ぶ時代となりました。採用費の高騰や離職率の高まりも進み、採用・定着に関する悩みを抱える企業も多く見受けられます。アルバイトの採用から定着・戦力化まで支援するノーザンライツは、「企業通貨」を活用した人事施策の設計、導入、検証までを支援し人事課題を解決するステラパートナーと共催で、企業の採用担当者を招き、『エンゲージメント向上で変わる、社員・アルバイトの採用・定着改善』セミナーを1月下旬に開催いたしました。“エンゲージメント”を活用した定着率向上の仕組み作りや、社内風土・組織活性化のためのノウハウなどのポイントを解説いたします。

＜社員・アルバイトの採用・定着改善ポイント＞

- 採用・定着改善のカギは、「エンゲージメント」*。従業員は自社の評判を高めてくれる“インフルエンサー”
- エンゲージメントを高める「企業通貨」は、多様化する今の時代にあった新しい報酬のカタチ
- 採用・定着の課題解決法は、社員が知っている。「マーケティング調査」で自社にあった戦略作りを！

*エンゲージメントとは、「企業と従業員の相互理解・相思相愛度合い」のこと。
 これが高いほど「従業員の欲求充足」と「会社の成果極大化」が同時実現されます。



【登壇者】株式会社ステラパートナー 代表取締役 遠上智之

パチンコホールを中心に、ボウリング場、ゲームセンター、映画館等を運営する総合エンターテイメント企業の株式会社マルハンで約12年間、人事部に所属し、採用や定着改善に関する様々な人事制度を構築。その後、企業内起業としてビジネスプランを作り、グループ会社として株式会社ステラパートナーを創業。給与、賞与等の現金報酬、退職金等の福利厚生報酬に続く第3の報酬として、「企業通貨」を活用した人事施策の設計、導入、検証を支援。

■ 約10年で3倍以上の定着率向上を実現した、マルハンの事例

パチンコ業界はこれまで慢性的な人手不足が続き、採用・定着の課題を常に抱えていました。そのような中、マルハンは信じた人事施策をやり続けたことで徐々に成果が出てきました。その施策こそが、「エンゲージメント」です。

2007年のアルバイト平均勤続年数は1.34年と悪くない数字にも見えますが、これは5年・10年の勤続スタッフがたまたま在籍していたため平均年数が上がり、実際は半分以上が入社3ヵ月以内で離職という状況でした。この頃は、「時間給を上げれば人は集まる」という思い込みがあり、他業種と比較しても高い時間給で対応していましたが、それでも人手不足に。そこから様々な施策を実施し、2018年のアルバイト平均勤続年数は、4.16年まで改善。世の中が売り手市場になる中、約10年で3倍以上の定着率向上を実現しました。

[アルバイト平均勤続年数]

2007年 1.34年

2018年 4.16年

なぜ人が採用できるようになったのか？ 取り組みから見えてくる採用・定着のコツ

① 社員に対する「マーケティング調査」を実施

仕事において魅力的なこと・重視すること等を、マルハンスタッフと一般求職者それぞれにマーケティング調査を実施。基本的には同じ傾向になると想定していましたが、結果を比較分析してみると、一般求職者は「単純でラクな仕事」を求める一方、マルハンスタッフは「色々任せてもらえる」「働きに応じてインセンティブや報酬がつく」という点に魅力を感じていることが分かりました。そこで、「色々任せてもらえて自分の価値を高めていきたい」という人を、お金をかけてでも採用し育てていく戦略に方向転換。母集団を形成する際は一般的な求職者に刺さる打ち方ではなく、自社に共感してもらえる人材にターゲットを絞りました。

② アルバイトの人事・育成制度を抜本的に変更

社員間の差をなくした「役割等級制度」を導入し、“正社員は偉くてアルバイトは偉くない”ではなく、“みんな同じ仕事をしていれば同じ役割”という考えに。またボーナス支給基準に「目標管理制度」を導入。正社員では導入している企業もありますが、当時アルバイトでは珍しいことでした。この他にも、業績や成果以外を評価する「企業通貨インセンティブ制度」や、行動指針の体現を評価する「多面評価制度」など様々な施策を導入したことで、アルバイトの平均勤続年数が約10年間で3倍以上に。

③ エンゲージメントを向上させる手段としての「企業通貨」とは？

アルバイトや社員の採用・定着には、給料アップや労働条件を変える方法もありますが、「エンゲージメント」を向上させることで、お金をかけずに採用や定着を実現することができます。その「エンゲージメント」を高める手段のひとつとして、「企業通貨」が挙げられます。

「企業通貨」は企業独自のオリジナル報酬で、給与や賞与とは違い、支給タイミングや利用時期などを会社で自由に設計することができ、多様化する今の時代に合った新しい報酬のカタチです。企業が決めた評価基準で従業員に企業通貨(ポイント)を支給し、それを従業員が電子マネーなどの様々な商品と交換することができます。月に1回の給与や半年に1回の報酬ではなく、リアルタイムに報酬を渡すことができるため、“人事部が給料を払う”という概念を崩し、職場の上司が直接、部下に対して報酬を払うという仕組みが作れます。

④ 従業員は、自社の評判を高めてくれる“インフルエンサー”

働きがいを高めている企業は、定着率が高いと言えます。従業員は、日々の生活の中で、自社の評判を高めてくれる“インフルエンサー”になる可能性が高いため、採用率も上がります。現在は「リファラル採用」という手法も浸透していますが、従業員が自分の大切な人を働かせたいと思ってくれるかが決め手になります。

【まとめ】 エンゲージメント向上を成功させるカギは、人事主導ではなく現場主導に

採用できない・定着しない・企業風土が良くならないという企業の悩みは常日頃からありますが、解決の糸口となるのが社員に対するマーケティング調査で、「働きたい会社で、何が原因で働かなくなっているのか」を直接聞いてみることです。「どうしたらもっと働きたくなるのか」という答えは、社員自身が持っています。それを一つ一つ叶えてあげることが問題解決の近道なのですが、人事部も人数が限られているため、頭では理解していても対応できないというケースもあります。

そこでポイントとなるのが、「現場の力を借りる」ことです。現場の力を少しずつ借りるだけで、様々な問題が解決できます。人事部は現場のマネジメント負荷を最小限に効率的に行えるよう支援することに徹し、人材を「管理する側」から「活かす側」に。そして、そのひとつの手段として「企業通貨」を使うことで、実施できる施策の幅が格段に広がっていきます。

～応募者集めに関する最新トレンド～ （株式会社ノーザンライツ）

ここからは、セミナーの第一部でご紹介した母集団形成（応募者集め）に関する最新トレンドについて解説いたします。

ノーザンライツはアルバイト採用において、求人広告メディアの最適化、応募者対応からスタッフの定着、戦力化までワンストップで支援し、取引先は、飲食、介護、小売、物流、アミューズメント、リラクゼーションなど幅広い業種・職種で、全国約19,000店舗・拠点に上ります。現在、求職者の多くは情報源をインターネットから得ていることから、企業の採用活動における母集団形成（応募者集め）も、自社採用HPなどの「オウンドメディア」の活用が目まぐるしく変化しています。

母集団形成（応募者集め）のための、自社採用ホームページ強化のポイント

1. 運用型広告の磨き込み

- 🔗 自社採用HPを、GoogleやIndeedを意識して常に情報更新
- 🔗 台頭する可能性が高い求人ボックス、スタンバイを含めたトータル運用の追求

- Googleや、Indeed、求人ボックス、スタンバイなどの求人検索エンジンが次々と台頭している中、自社採用HPの求人有料広告運用をどのようにすればよいのか、メディアの特徴をとらえた活用方法が求められてきています。Googleは流入として圧倒的な数値になりますが、昨年日本に上陸したGoogleしごと検索は、まだまだ流入自体は少ないものの応募率は高く、Indeedはyahooを超える流入数になり、そこからの応募のコンバージョンも高くなっています。
- このような変化がある中、自社採用HPの書き方ひとつでGoogleに評価されなくなり、検索結果の上位に出てこないことも。きちんとしたロジックは公開されていませんが、どういったことが評価されやすい・評価されにくいというのは、求人広告代理店にノウハウが蓄積されているので、代理店に相談し、知見を深めるのもひとつの手です。
- 現在使っている既存媒体をベースに、基本的な応募数は確保しつつ、自社採用HPの露出をGoogle対策や求人検索エンジンを活用しながら、採用活動を向上させることがポイントになります。

2. クチコミサイトの有効活用

- 🔗 自社採用HPへの導線を強化
- 🔗 ミスマッチを防ぎ、定着人材を採用する

- 企業のクチコミサイトが活性化しています。求職者が情報を取得しようとする、いくつもの検索結果がヒットするため、どれを選んでよいかわからない状態に。そこで、「どう評価されているか」という第三者視点のクチコミや体験談が応募の決め手として重要視されてきています。
- Indeedの企業ページにクチコミコンテンツが追加。コンテンツの充実度合いによって効果に差が出てくるようになりました。
- GMOリサーチが運営するアルバイトのクチコミサイト「to Be」も、SEOに強いサイトとして台頭。求職者がクチコミで探す場合、「（企業名）バイトクチコミ」などの複数ワードで検索しますが、最近は自社採用HPよりも「to Be」が上位に表示されるケースも。求職者が自身のアルバイトの体験記を入力することで、該当企業のクチコミページに掲載されるため、掲載されていない企業もありますが、まずはどのように表示されているか確認するとよいでしょう。有料版は、クチコミページが自社で運用でき、応募の際は自社採用HPに移動するため、自社採用HPを強化したい時の手段として活用できます。

【まとめ】 Indeed、求人ボックス、スタンバイなどの求人検索エンジンを上手く活用し、露出の導線を運用型広告で複数実施。応募の決め手として to Be のようなクチコミサイトを有効活用し、効率的に採用活動を行うことがカギ

【ノーザンライツ 会社概要】 <https://www.n-lights.com/>

[社名] 株式会社ノーザンライツ [代表者] 代表取締役社長 山根康宏 [設立] 1995年6月1日

[所在地] 東京オフィス：東京都千代田区一ツ橋 2-5-5 岩波書店一ツ橋ビル 15F (TEL: 03-3262-8825)

大阪オフィス：大阪府大阪市中央区本町 2-6-10 本町センタービル 5F (TEL: 06-6120-2903)

[事業内容] ① 飲食・小売・介護など大手企業を中心としたアルバイトの採用～戦力化支援事業

② 留学生支援事業(外国人留学生のアルバイト・職業紹介)

③ インドネシアでの語学教育を中心とした海外事業

<ニュースレターに関するお問合せ>

- ・株式会社ノーザンライツ 西崎 TEL: 03-3262-8825 Email: info@n-lights.com
- ・株式会社アネティ(PR会社) 真壁、森口 TEL: 03-6421-7397 Email: makabe@anety.biz