

JOB Search...



「物流の2024年問題」本番！ 運送会社が今取るべき採用戦略

物流の2024年問題によって、ドライバー求職者の流動性が高まっています。すなわち、「稼ぎ重視」のひとと「コンプライアンス重視」のひととで、二極化が進んでいるのです。

今回は、コンプライアンスを重視するとともに2024年問題対策にも取り組み、求人募集に成功している会社の事例を紹介します。

Search 一時的な効果を上げるより、長期的な視点に立って考えよう

働き方改革を背景に、時間外労働時間の削減により給与水準も落ち、稼げなくなったことで他社への転職を検討するドライバーが増加しています。その一方で、現在勤めている会社が2024年問題対策に取り組んでいなかったり、いまだにコンプライアンス意識が低かったりする場合、将来を不安に思い、労務管理に取り組んでいる会社に転職するというドライバーも増えています。

このようにドライバーの転職市場では、「稼ぎ重視」もしくは

「コンプライアンス重視」で、求職者の二極化が進んでいるのです。稼げることを前面に打ち出せば、一時的には人が集まるかもしれませんが、長期的な視点で考えるとコンプライアンスに対応していかないと会社自体が淘汰されるでしょう。また、そもそも最近の若者は給与を稼ぐことよりも、プライベートを重視する傾向にあります。次にそのような求職者のトレンドを踏まえ、ドライバー確保に成功している事例を見ていきましょう。



古田 和貴（ふるた かずたか）

船井総研ロジ株式会社物流HRグループ物流HRチームチームリーダー・シニアコンサルタント。中小の運送・物流企業に向けた、業績アップコンサルティングを展開。ドライバーの採用・育成・定着やマーケティング戦略の立案・販促・営業力強化の支援をテーマにメインにコンサルティングを行っている。

今が採用のチャンス！コンプライアンス対応だからこそ集まる求人のポイント

ポイント① 2024年問題対策をアピール

連日各メディアで2024年問題が取り上げられていため、ドライバー経験者はもちろん、未経験者にもその認知が広がっています。そこで、求人広告や求人票に「2024年問題の対策をどのようにしているのか」

を明記することで、反響率が高まります。例えば下記の例のように求職者が不安に感じていることに対し、会社として対策に取り組んでいる旨を記載するとよいでしょう。

求人広告に記載したい、「2024年問題対策への取り組み」例

- ・待ち時間の削減を荷主企業と取り組んでいます！
- ・運賃交渉を行って、時間当たりの給与水準を上げています！
- ・地場配送がメイン！月間残業時間は〇〇時間以内です
- ・賃金制度を変更したので、24年4月以降も給与が下がることはありません！ など

ポイント② 2024年問題をテーマにした転職相談会の開催

2024年問題に対する取り組み内容や実態についての説明を、「転職相談会」という形で設けている会社もあります。この相談会は、今の会社に対する不満や給与が下がることへの不安を抱えている在職者がターゲット。ここでは実際に支払われる給与や勤務時間、担当するコースの内容などをもとに、求職者が求める働き方に合う仕事を提示しています。

求職者としては、この機会に「具体的な働き方の相談ができる」というメリットがあり、同時に会社側としては、「2024年問題への取り組みを徹底している」という点を訴求できるメリットがあります。



Search 「頑張れば稼げる」会社には人が集まらない！？

Z世代からの応募を増やすために、SNSに積極的に取り組んでいる会社も増えてきました。しかし、これからはそのSNSでの発信内容にも気を付けたいといけません。

ある会社では、SNS上に「高収入」「頑張ったら頑張った分だけ給料をもらえる」といった内容の社員インタビュー動画を上げたところ、「そんなに残業しないと稼げない会社なのか？」

「高収入だとしても休みを削ってまで頑張りたい」といった予想外のコメントが多数入りました。これらからも見て取れるように、今や「高収入」「稼げる」「頑張りを評価」というような言葉を使っている求人は、「ブラック企業認定」されるおそれもあります。



実際に、長時間労働を敬遠する人が増えてきていることは事実です。長期的な視点で多様な人材が活躍できる会社になるために、2024年問題対策に取り組む、またその内容を求職者に向けて積極的に発信していきましょう。