

# 運送業界で人材確保を有利に進める 「ダイレクト・リクルーティング」

企業が成長するうえで、優秀な『人財』の確保は不可欠です。今や若い求職者の多くは、スマートフォンで求人情報を検索するのは当たり前になっています。そして、事前に職場の雰囲気を知るために、ホームページやSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を閲覧することもよくあることです。そこで今回は、企業側がSNSなどを通じて、求職者に採用情報を直接発信する「ダイレクト・リクルーティング」について、船井総研ロジ株式会社の河内谷庸高氏に解説してもらいます。



## “守りの採用”からの脱却

皆さんがドライバーや事務職の方を募集する際は、ハローワークの活用や紙・web媒体への求人広告の掲載など、第三者の力を借りることが一般的ではないでしょうか。しかし今後、求人募集をより効果的にするためには、自社のホームページのほかSNSも活用すべきと考えます。それは、若い世代を中心にスマートフォンの利用時間が長く、SNSを見る時間も多くなることに加え、近年注目を集めている「ダイレクト・リクルーティング」という時流が背景にあるからです。

ダイレクト・リクルーティングとは、企業自らがSNSなどを

通じて求職者へ直接アプローチする採用活動のことで、“攻めの採用”とも言われます。求人広告掲載件数が激増している昨今、第三者に任せて待つという“守りの採用”では、求職者からの応募は集まりづらくなっています。そこで、この現状を打開するために企業自らが積極的に情報を発信し、応募者を獲得する取り組みが必要になってきたのです。海外では、10年以上前からダイレクト・リクルーティングが主流となっている一方、日本では数年前から普及。運送事業者に目を向けると、取り組んでいる企業はまだまだ少数です。

河内谷庸高 (かわちや のぶたか)

船井総研ロジ株式会社 物流ビジネスコンサルティング部所属。部長、エグゼクティブ経営コンサルタント。運送会社・物流会社向けにマーケティング戦略の立案から取組・営業企画、新規事業参入等、業績アップコンサルティングに従事。近年はドライバー採用・定着・育成をメインテーマに活動。ホームページを核とした求人方法で、エリアや企業規模に関わらず、今の時代でもドライバー採用に困っていない運送会社を各地で輩出している。物流企業経営研究会「ロジステクスビジネス経営研究会」を主宰。

## 主流になっていくダイレクト・リクルーティング

ダイレクト・リクルーティングについて、代表的なものを紹介します。求めている人材を効率的に集められ、これからの求人方法として主流になっていくと思われます。運送事業者の皆さんには早めに取り組んでもらうことで、他社と差別化を図り、人材確保を有利に進めていきましょう。

### ダイレクト・リクルーティングとは

#### SNSを活用

ホームページのほかにも、SNSで直接メッセージを発信し共感を喚起する「オウンドメディア・リクルーティング」と言われる採用活動のことです。従来の求人広告では伝えられなかった情報を届けられ、入社後のミスマッチを減らせます。

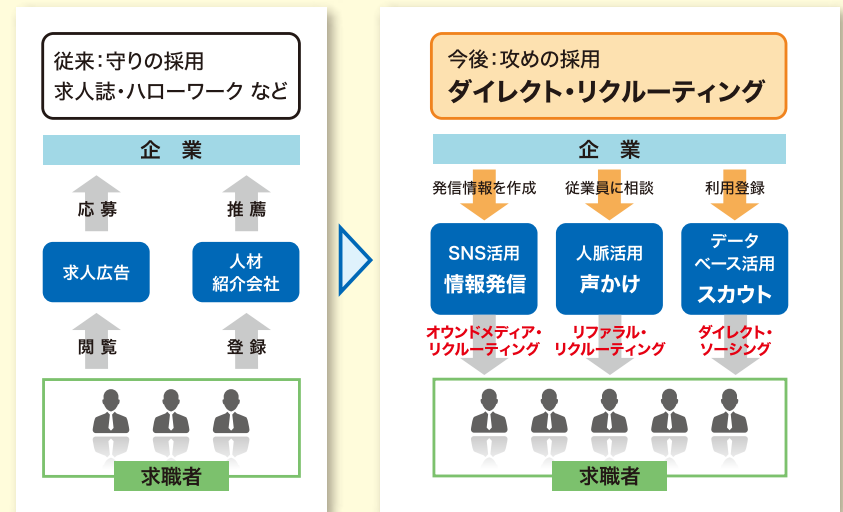
#### 人脈を活用

自社の従業員に友人を紹介してもらったり、推薦採用のことです。「リファラル・リクルーティング」とも言われます。自社をよく理解した信頼できる従業員の人的ネットワークを通じて、質の高い人材を集めることができ、さらに定着率も高まります。

#### 求職者のデータベースを活用

転職希望者が登録されているデータベースを利用し(有料)、企業側からオファーを送る採用活動のことです。求人要件にマッチした候補者を人材データベースの中から見つけ出し、自らメールを送って応募・面接につなげることが可能です。

### 〈ダイレクト・リクルーティングの採用イメージ〉



出典: (株)ビズリーチ「BizHint」より船井総研ロジ(株)作成

企業自らSNSなどを活用し、直接情報を発信する  
“攻めの採用”で、人材確保を有利に!