

選ばれる会社になるための採用戦略とは 一カギを握るのは「働き方の発信」

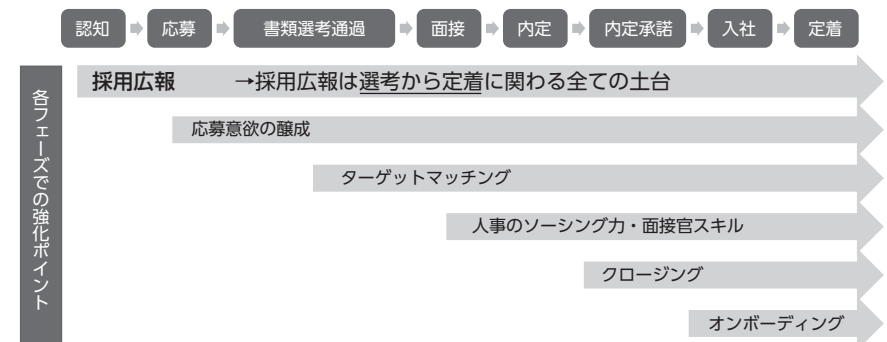
2025 年、日本の労働力人口は7,004万人と過去最多になりました。働き方改革を背景に、働きづらさを抱えていた人材も市場へ戻ってきています。それでも人材を確保できない企業が多いのは、選ばれる働き方を実現し発信する「採用広報」が不足していることに要因があります。カギを握るのは「働き方の発信」。今回は、選ばれる会社になるための採用広報のコツを解説します。

採用戦略のカギは「採用広報」にある

人材不足の中、多くの企業が「採用手法の見直しに躍起になっています。求人媒体を変える、面接回数を減らす、内定までのスピードを上げる等々、もちろんどれも大切な工夫ですが、採用戦略の本丸はそこではありません。カギを握るのは「採用広報」です。

採用広報と聞くと、ホームページ（HP）やSNSでの情報発信をイメージする方が多いかもしれませんが、しかし、採用広報の本質はそこにとどまりません。求職者に「この会社で働きたい」という動機を与える情報提供の全てが採用広報であり、母集団形成、書類選考、面接、内定承諾、そして入社後のオンボーディングに至るまで、採用のあらゆるフェーズを貫く営みなのです。つまり採用広報とは、単なる情報発信ではありません。定着し、活躍する人材とのミスマッチを防ぐために、自社にマッチする人物像を描き、その人物に響く情報を適切なタイミングで届け続けるプロセスそのものです。どこか一つのフェーズだけを強化しても、他のフェーズに「穴」があれば、そこから人材はこぼれ落ちてしまいます。図表1にあるように、採用広報は選考から定着までの全フェーズを支える土台であることを、まず押さえておきましょう。

図表1 選考から定着までのステップ



(出所) 株式会社ワーク・ライフバランス作成

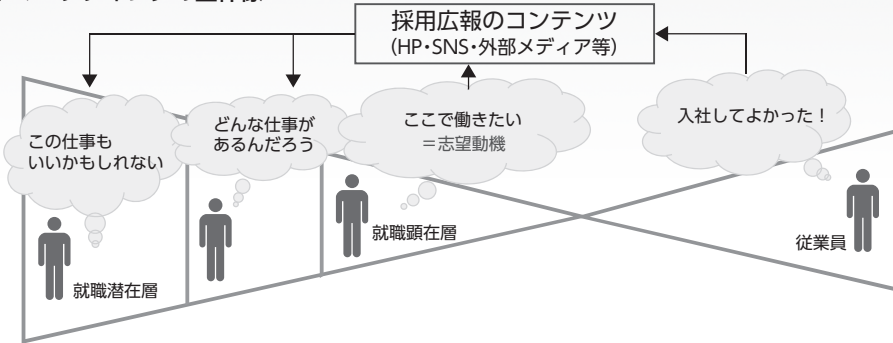
求職者は企業の「何」を見ているか―働き方の発信が刺さる理由

では、求職者は企業の何を見て「働きたい」と判断しているのでしょうか。求職者の視点は、主に四つに整理できます。一つ目は条件面への納得感（勤務時間・休日・給与、二つ目は仕事内容や経験がキャリアとかみ合うか、三つ目は人間関係や評価、社風で失敗しないか、そして四つ目が、発信されている情報と実態にズレがないかどうかです。

このうち近年、特に重要度を増しているのが三つ目と四つ目です。転職理由の上位には人間関係や社風への不満が挙がり続けており、また口コミサイトをみた求職者の実に67%が、口コミの影響で選考を辞退した経験を持つという調査結果もあります。求職者はもはや、企業が発信する公式情報だけでなく、口コミや面接での印象と突き合わせながら、その企業の「実態」を見抜こうとしているのです。

だからこそ、企業が主体的に発信すべきは「働き方」の実態です。平均残業時間、有給休暇取得率、女性管理職比率、男性の育児休業取得率―これらは求職者が企業を比較する際に着目する具体的な数値であり、口コミの対象にもなりやすい項目です。ここをあいまいにしたまま、耳当たりの良い言

図表2 リクルートマーケティングの全体像



(出所) 株式会社ワーク・ライフバランス作成

「道半ば」でも発信する意義―現職の声から逆算する

では、働き方改革が完成していない企業は、採用広報で「働き方」を語る資格がないのでしょうか。答えは否です。むしろ大切なのは完成形を見せることではなく、変化の過程を誠実に見せることです。

採用広報で発信すべきコンテンツは、実は外部に向けて新たに作り出すものではなく、現職の職員・社員の声から逆算して設計するといでしょう。図表2に示した通り、現職の社員が実感している働きやすさや成長の手応えこそが、就職を検討している潜在層・顕在層にとって最も説得力のある情報になります。逆にいえば、社内の実態と乖離した「作られた」メッセージは、いずれ現職社員自身の口コミによって覆われてしまいます。

この「変化の過程を見せる」発信で成果を上げた企業の例を挙げましょう。大手回転寿司チェーンを展開する株式会社銚子丸は、かつて長時間労働が常態化し、採用にも苦戦していました。しかし、研修や買い付け業務のオンライン化、役員自らの育児休業取得など一つひとつの取り組みを積み重

働き方の見直しは、企業の体質改善そのもの。歩みを止めない

ここまで見てきたように、選ばれる会社になるための採用戦略の結論は、シンプルな3点に集約されます。

第一に、採用戦略において最優先すべきは、採用広報に力を入れることです。手法の効率化以前に、自社が求職者から「選ばれる理由」を発信できているかを見直してみましよう。

第二に、その採用広報では、「働き方」にフォーカスして発信することです。条件や制度の「覧よりも、そこで働く人がどのような日常を送り、どのように成長しているのかを具体的な数字とエピソードとともに伝えることが、求

職者の信頼を得る近道になります。

第三に、働き方を見直すという営みそのものが、企業の体質改善に直結するという点を忘れてはなりません。だからこそ、採用のための一過性の取り組みで終わらせず、道半ばであっても歩みを止めずに発信し続けることが重要です。

働き方を変える過程は、決して平坦ではありません。しかしその過程こそが、企業の体質を強くし、結果として「選ばれる会社」への最短距離になります。採用担当者、そして経営層の皆様には、ぜひ自社の働き方に今一度目を向け、発信を止めない一歩を踏み出していただきたいと思います。そのために、現在の従業員との対話を通じて、自社の働き方に関する現状の声を知るところから始めていきましょう。



原わか奈（はら わかな）

株式会社ワーク・ライフバランス コンサルタント
前職の株式会社マイナジでは8年間、中途採用のコンサルティング営業に従事し、600社以上の採用課題に携わり、有休を経て人事に異動し、キャリア採用と採用広報を担当する傍ら、女性活躍推進プロジェクトを立ち上げる。2019年より現職。「外」と「内」双方の経験を生かし、営業力・販売力に強みを持つ組織の働き方改革支援や採用広報コンサルティングを得意とする。国家資格キャリアコンサルタント。