

こんにちは。

リッチピクチャーズの小澤と申します。

ご視聴ありがとうございます。今日はですね。

ウイズコロナ時代における飲食業界の人材確保。なかなか難しいですよ。

細かく色々お話をしてきますけども、

それぞれみなさんの業態も違っていると思います。

ですから使えるところにはしっかりヒントとして使って、採用に結び付けてください。

二つに分けます。

まず前半ですけど、ターゲットをしっかりと見据えた採用戦略を取ってほしい。

つまり、欲しいって気持ちはみなさんあると思うのだけでも

それだけでは人って集まりませんよね。

だから求められていることをしっかり理解した上で広告とか求人票を作ってほしい、ということですね。

後半は、求職者が思わず手に取る求人票ですね。

入り口のところでどうしても迷いが生じてしまうとね、

なかなか採用まで進んでいきませんから。

この求人票の書き方のポイントだったりとか、採用のホームページ、更には広告の戦略だとか、そういうところにも結びつけてほしいというような話をしていきましょう。

それでは、最初は「ターゲットを見据えた採用戦略」をということですけど

先ほど申しましたとおりね、「欲しい」っていう気持ちは分かるんですけども

それだけで攻めていってしまうと、人はなかなか集まってこないです。

ですから、「求められていることをしっかり知りましょう」という話です。

今、労働市場が非常に混沌としていますけど、その中で飲食業界の立ち位置をちょっと知りましょうか。

その中で採用ターゲットをしっかりと考えていくという話をしていきましょう。

まず、ついこの間のデータですけどね、

埼玉県ですと最低賃金の改定が10月1日にありましたけど

928円から956円にちょっと上がったと。

その上で10月25日に緊急事態が解除になりましたね。

そのタイミングでどのぐらいの業界がどのぐらいの人たちを欲しいのかと。

これ人材ニーズをリクルートさんが調べてくれたんですけど、こういう感じです。

トップはね、新規採用をしている 79.5%ですけど
飲食関係ですね、やっぱり。もう満を持してといったところだと思います。

ただ、客観的に僕らがコンサルティングをしていて感じることは
まだちょっと迷いがありますよね。

つまり、これから新しいコロナの何とか株っていうのが出てきましたし
どうなっていくのか？ということがあるから
「新規採用している」と答えているんですけど
実際にはそこまで本気になってやっているかな？という部分もすごく感じられます。
医療福祉は、どんな状態でも欲しいわけですけど。
だからこのデータだけを見ると、すごく積極的に採用しているような感じですけど
本格的な数字になっていないのではないかなという気がしますね。

その中で、飲食関係ですかね。
コロナの影響でもものすごく大変でしたね、2年間。
新型コロナの関連倒産数がデイリーで出てくるんですけど
最初の12月1日現在ですね、2,466件。
多いですかね？少ないですかね？
ちょっと少ない気がします。これ全国ですからね。
実はここに表れていない廃業だったりとか、閉店だったりするのは
大体7倍から8倍あるのではないかとはいわれています。

その中で書いてあるとおり、
東京都心に入っていくほど厳しいんですよ。なぜですか？

僕は東京・千葉・神奈川・埼玉はじめ全国飛び回って採用のコンサルだとか
もしくは求人の求職者のサポートとかするわけですけど、
都心に入れば入るほど、繁華街というのは人が集まる場所ですよ、
例えば銀座だったらシーンとなった時ありますよね。
逆に郊外に出たりとか、もしくは埼玉県に入ったりの方が
企業さんは少し守られていたんですよ。

今までですと、埼玉県にお住まいになっていて東京の方に仕事に行く
という人が圧倒的に多かったわけですね。
そういう方々が都心の方に求人を求めることができなくなっている。

逆に言えばチャンスなわけですよ。

その中でワースト4。どんな業界ですか？お出しします。

まさに飲食業ですね、大変でしたね。

2番目の建設・工事はちょっとイレギュラーです。人手不足業界のトップですよ。

昨年、一年ぐらい前ですかね、国土交通省の方で

三密の小さな工事はとにかく中止にしてくれ、ということが出たんです。

下請けの小さな会社がバタバタ来ちゃったと。

食品卸、ホテル・旅館です。

まあ食品卸関係もね、もちろんみなさんの飲食店の方に入れたりとか、ホテル旅館に納めたりとかね。

一方では、病院だとか学校給食だとか、そっちの方がまだまだ良いわけですよ。

つまりマーケットごとに提供するものの量が違って来るから、

一概にこの順番だとは言えるものではないと思うんですね。

この中で溢れるコロナの離職者です。

本当に求職者支援に入ってくると、コロナの離職者と元々の氷河期支援の方々とか

もしくは「黒字リスト」ってご存知ですか？

大手企業はコロナの直前までものすごく人を切ったんです。

そういう方々が混沌と求職支援の場所にいるんです。

ですから、それぞれのターゲットをしっかりと持たないで

みんなに打てるような求人を使ったとしても響かないんですよ。

この辺は是非、お考えいただければと思うんです。

もうちょっと細かく話しましょうか。

「休業者」っていう言葉はどうですか、みなさんピンと来ますか？

これ「休業者」の報道はあまり無いですけど

僕ちょうど昨年の4月7日。

第1回の緊急事態宣言からここにずっと着目していたんです。ものすごい変化ですよ。

これちょっとお見せします。こんな感じです。

昨年の4月はね、なんと600万人の休業者が出たんです。史上最悪ですね。

サポートしている側から見たら、ものすごく怖かったですよ。

経営者の方々がギブアップしちゃうと、600万人がマーケットに出てきちゃうわけでしょ？

怖かったですね。

ただその後、みなさんとしてはほっとした。

周りの人達から見たらね。何でこんな時って思ったかもしれませんが
G0 T0 トラベルが始まったでしょ。7月ぐらいから。

どのぐらいまで休業者減ったと思います？

出しますよ。こういう状態です。

一番低かった時でね、

昨年10月かな、170万人だったんです。

今回、長い緊急事態宣言を越えて、10月になりました。減りました、少し。164万人。

ただし、これ左下ちょっと見てください。

リーマンショックってあったでしょう？

あの時でさえね、153万人だったんです。

それよりも今、まだまだ多いという現状です

これからどこまで回復してくるのは分かりませんが

ギブアップ寸前にいる方もたくさんいらっしゃるって

やっぱり就職活動始めたりしているんです。

だからそこをしっかりと見ながらやっていくと良いとは思っています。

まとめてみましょう。

溢れる休業者とか廃業の会社さんから、人材をしっかりと確保していく、ということですね。

みなさんも採用する側においてね、しっかりと働いてくれる人ほど
条件だけじゃ動かないでしょう。

ところが人が取れないなって形になってくるとどうしても
条件を良くしていこうと考えがちになるんですよね。

ところがそれで採用が完結するわけではないです。

しっかりと働く人を採っていきたいということになれば

こういう状況ですから、安心だったり安全だったりとか

そういうのは徹底してコロナ対策はやらなくちゃいけないです。

ここは最初に見られるでしょう。

あとは業態によって随分違ってくると思うんですけど、

外食産業もしくは飲食業といっても顧客層がみんな違うと思うんです。

だからビジネスモデルとして
顧客層の優位性をもし出せるお店だとすれば
そこをちゃんと全面出した方がいいです。

そうじゃないとやっぱりお客さんが止まってしまえば仕事も止まるわけですから
採用側もちょっとビクビクしながら
もしくは求職者側も「どうなのだろう？」と思いながらでは
なかなか採用まで行きませんから。

ですからもう一度言いますけど
語れるのであればビジネスモデルだったりとか
もしくは顧客層の優位性だったりとか
こういうことはね求人の方にしっかり出した方がいいです。

その上でね、
「人が欲しい」なんですけど、今おそらくまた再開始まったところでね
「人手が欲しい」って感覚だと思うんですよ。
もちろん採用側とか経営者側はそうですね
だけど今、求職者だったり廃業してしまった方々から見れば人手じゃ困るわけです。

だからそれこそ暖かい気持ちを持って
飲食業にまでやってきた人たちがもう一回リカバリーできるように
飲食業を諦めないでほしいんだぐらいの気持ちを持って、迎え入れるぐらいの
感覚を持つと少し変わってくると思います。

もちろん面接もそうですし、それから求人票の作り方一つもそうですし。
言葉ってやっぱり気持ちが出てきますから。
そんなところをちょっと気を付けてください。

ここからはですね、「選ばれる会社へ」。
やっぱり選ばれてなんぼですからね。

若年層、学生・フリーター、それから主婦層それからミドル・シニアの雇用
三つぐらいに分けてですね、
どんなことを求められるのかとかということ
しっかりお話をしていきたいと思います。

学生・フリーター・若年層を採用すると。
あの僕仕事柄、色々な大学でも教えているんです。
そうすると今、みなさんもお存知のとおり、
採用っていうのはインターンシップが直結し始めているじゃないですか？
経団連の方でもそういう動きになっています。
そうするとインターンシップを経て入社していこうかなと思った矢先が
コロナだったんですよ。

そうすると今本当に学生さんたち、コロナの前の状況とは随分変わってきちゃっているんです。
とにかくインターンシップに行こうと思ったら、オンラインの授業とか
オンラインのインターンシップとかになってしまったので、
「少しでも世の中知りた。動くに動けない。」
特に大学一年生とか二年生とか、入ってから一回も学校に行っていないなんて事態も起こったわけでしょう？
ですから、対面のコミュニケーションにも、もっと自信を付けたいし、
仲間も増やしたい気持ちもあるんですよ。

だけでも、バイト先といっても
みなさんも含めて BtoC 個人向けの仕事っていうのがやっぱり
都心の方だと随分閉鎖しちゃったじゃないですか。
そうなるとそこも行けない。
悶々としている方々たくさんいらっしゃるんですよ。

ちなみに今日も
みなさんオンラインでこうやって見ていると思うんですけど
大学の授業等々でオンラインっていうのは
できる限り対面に近くやっていきたいのだけでもいろんなルールがあって
できないこともたくさんあるんですよ。

そうすると、最初は対面でやってもお化粧しながらビシッとして出てくるんですけど
慣れてくるとジャージ履いてきますし、そのうちにね
自分の画像を隠してしまったりとか。
そういうことで一年二年過ぎしちゃったんですね。
だから残念ながらみなさんの描いている学生生活みたいな形とは違う
生活を歩んできちゃったんですね。

世の中考えた時にやっぱり世の中に出て磨かなきゃいけないなってこともよく知っているわけです。

だから試しに働いてみたいって気持ちすごく思っています。

ただインターンシップでどうですかね？

みなさんは例えば、アルバイトとして採用しようと思いますよね。

当然それは当たり前のことなんですけど。

確かにインターンシップとは違うんです。

けども、インターンを受け止めるぐらいの感覚で採用していくと良いと思います。

そこで働いたらこんなことが身に付くよと。

例えばどうでしょう。

お客さんの層とか、もしくはみなさんのビジネスモデルによって随分違うと思うんですけどね。

例えばプロの接客のコミュニケーションが身に付いたりとか

それからビジネスマンたちの会話に入っていくたりだとか

いろんなことが起こるじゃないですか。

そういったことが非常に大きなメリットとして

感じてもらうことができるんですよ。

成功例で話しますけど、書いてあるとおり、

社員のような扱いを実は喜んでくれるんです。

インターンシップの話で恐縮なんですけど

本人たちが行きたいか行きたくないか別問題として。

飲食業っていうよりも、もっとイメージの良くないような仕事って

世の中たくさんありますよね。

3Kの職場だったりとか。

建設土木業とか人手不足がトップでしょう？

そういうところにね、学生さんを送り出すんです。

その際に我々は企業の方々にね。

「どうぞ社員のような扱いで本気で働かせてくれ」って言います。

そうするとまあ施工管理の真似事やったりとか

あの大きな建機ってあるじゃないですか

そういうのに乗って帰ってきたりとか。

もう喜んで帰ってくるんですよ。

気が付いたらそこに受けに行っているんですね。

つまり本気で大人が接してくれることに対してものすごく今飢えていますよ。
建設業だけじゃなくて、例えば物流会社の方々とかそういうところもそうなんです。
であれば、飲食業の方が学生の方々は身近にある存在じゃないですか。
そこで入社した時にどんな受け止め方してくれて、何が学べるよ、と
このような感覚で求人を打ったり、もしくは面接をしたりだとかしてください。

もちろんインターンシップじゃないです。
アルバイトの採用ってこと前提なんですけども
受け止め方としてインターンを受け止めるぐらいの感覚で温かく迎えてあげるといいです。
そうすると本当に人と揉まれるコミュニケーションを求めている人は本当に多くて
どこ行ったらいいかわからないという人はたくさんいますから。
是非、そういう方々にフックをかけるっていうかな、
そういうような採用をやってみてください。

それから、主婦の層ですね。
主婦層の方々、7~8年ぐらい前から厚生労働省のお仕事でね、
女性活躍の推進がありましたよね？

僕も随分現場に出てきて、セミナーやったりとか研修やったりしてきました。
今でもたくさんやっています。
この方々の層は実は、一番今、元気です。一番、働きたいって気持ちがあるんです。
ただしどうでしょう？

働き方改革関連法ができましたとかワークライフバランスなんて言葉。
この5年ぐらいの間にずっと語られてきたじゃないですか。
その時にうちに入られた方多いんですよ。
そうするとちょっと頭でっかちになっているんです。
その辺をケアしながらやっていただくとグッと入ってきますね。
どういうことかって言うと家庭との両立ができますよと
自由度の高い働き方。これを一手、求人を持ってきてほしいんですよ。

みなさんこういうのご存知ですか？
パートさんの募集とかアルバイトの募集って当たり前に出しますよね。
「限定正社員」って知っていますか？

実はみなさんもお存知のとおり、派遣法が変わったじゃないですか。
3年ルールってご存知ですか？

一つの派遣会社から同じ場所に3年間継続して派遣で行った場合、
本人が希望すればその派遣先の企業が直接採用しなきゃいけない、
こういうルールができています。

「2018年問題」って言いましたけど、
ここから変換していったんです。
ただこの時に僕はもう現場でね、色々研修をやっていて
主婦の方々に聞くわけですよ。
「先方さんが、もし欲しがったら行きますか？」
どんな答えがやってきたでしょう？
行きますと答えた人は何%ぐらいだと思います？
なんとね10%ぐらいですよ。
つまり、正社員になるのは嬉しいですよ。嬉しいんだけどもそれができない。
つまりフルでは働けないですよ、と。
だから今、派遣社員でいるんですよ、っていう声が
圧倒的に多かったんですよ。
そこで出てきたのが、この「限定正社員」というものなんです。

どういうことかって言うと、一人一人の条件に合わせるわけですよ。
例えば、「私は月曜日と木曜日しか来られません」、その限定ですね。
「私、何時から何時まで働きます」限定ですよ。
「転勤なんかありません」限定ですよ。
こうやって一人ひとりの条件にそって採用して、なおかつ待遇が「正社員」なんです。
つまり、パートさんと同じような働き方をするんだけども保険が付く対応が
「限定正社員」ということです。

採用しなかったとしても、両方を打ち出しておくんですよ。
そうすることによって、ワークライフバランスだったりとか
自由度の高い働き方を実現できそうな会社になっていくでしょう。
もちろんその方々の希望によって、雇用形態を変えていけばいい話なんです。
これも、これからの採用には本当に必要になってきます。

成功例でお話をしていきたいと思いますかね。

「リカレント教育」なんていうのもこの1年、2年で出てきました。
つまり「学び直しをして今の社会に対応できる人たちを作り上げていく」ということです。
その時に一番入ってくる方々が40代から50代ぐらいの主婦層の方々なんです。
そういう方々に1週間とか2週間とか研修をしっかりとした上で
「交流会」というのを開くんです。

そうすると主婦の方々を採用したい戦力化したい企業さんが手を挙げるわけです。
それで来てくれるわけです。そこで実際に仕事のあり方だったりとか、待遇面だったり
いろんな話を自由にできるような場所を作ってあげるんです。

この間ね、20人ぐらい主婦の方々集まって研修が終わって、最後の交流会で
「こういう方々がいらっしゃるの、是非採用したいっていう企業の方々はいらっしゃって
ください」と。
それで、4社来てくれたんですよ。もう採用したくてしたくてっていう人ですね。
求人票を見せながら、いろんな話をしていますよね。
その求人票の中にね4社中、3社はね
限定正社員の求人票をちゃんと持ってきていました。

つまりターゲットとして
「こういう人たちを採用するにはどうしたらいいだろう」ということを
真剣に考えた上で、「これは用意しておくべきだよな」ということを
当たり前のように説明していました。
だから、ざっくりと「人が欲しい」「とにかく人欲しい」と感じになってくると
向こう側のことはあんまり考えなくなってきた、求人票一つ作りますよね。

ところが、それぞれに刺さるものって違うじゃないですか？
そうすると、最大公約数みたいな求人を作ってしまうと誰も来なくなっちゃうんですよ。
だからこそ、このターゲットっていうことを理解した上で、
みなさんの飲食業って言ってもいろんな業態があるはずですよ。
顧客層も違うはずですよ、場所も違いますよね。
となってくると、「どういう人に働いてもらうと一番いいのかな」とってことを考えてみてく
ださい。
もし、主婦層の方々が十二分にできるなっていうお仕事であれば、
こういった打ち出しをしてもらうことによって動いてきますから。
今、職場すごく求めている人多いですからね。是非、これも一つ考えてみてください。

ミドル層・シニア層。ちょっと幅広いんですよ。
30代後半ぐらいからね、50歳、60歳、70歳までいますからね。
この中にはちょっと書いてありますけど、
いろんな自治体で、氷河期世代を支援するということで
当然、埼玉県もやられてます。
東京でも千葉でもいろんなところでやっているわけですけど
溢れ返っている人達がいるわけです。

それから一方では「黒字リストラ」。
さっき、ちらっと話しましたが、ご存知でした？
コロナっていうのが今年の春先ぐらいからマスコミ賑わしちゃったので
隠れていたんです。

ところがコロナになる3年ぐらい前からですね。
僕らはいろんな企業の研修とかもやっていますから内緒で話が来ます
「世の中の話をしに来てくれ」なんて言われるんです。
なぜかと言うと、「社員たちにはまだ発表してないんだけど、半年後にリストラを控えて
いる」と。
世の中の状況を知って、いろんな職業の選択肢って出てくるじゃないですか。
だから、そんな研修やってくれ、なんて言われて行ったりもしました。
その上で、びっくりするぐらいの数字の黒字リストラを出していったんです。
みなさんが知っている企業さんばかりです。

これはなぜかと言うと、バブルの時代ですね。
あの時に新卒で大量採用し過ぎちゃったんですよ。
だから組織図が三角にならなくなっちゃったんです。
上の方がダブついちゃったんです。

この方々、景気の良い時だったら手放したとしても再就職可能じゃないですか。
コロナの直前まではものすごく景気のいい段階でしたから、
そこでリストラっていうのを押し進めていったということです。

数字的なことを言うと
昨年4月7日に緊急事態宣言出ましたよね。
昨年の1月から5月までの5ヶ月間、
前年の一年間のリストラ数をすでに超えていたんです。

その上でコロナが来ましたから、もう全く見えなくなってしまったというのが現状でしょうね。

今になってくると、今度はコロナで倒産だったりとかコロナでピンチになってリストラも始まりましたでしょう？

だからみなさんが想像している以上に、氷河期世代だとか 40 代、50 代、60 代、こういう方々がものすごく巷にいらっしやいますね。どの層が欲しいのか、ちょっと考えてみてください。

意識すべきことは、そういう方々は何らかのキャリアを持ってきたりしていますよね。だから「採用の背景」をしっかりと語った方が良いです。それから、あなたに求めること伝えてください。

「採用の背景」ってどういうことでしょう？

今日ご覧のみなさんも

まだまだできて 3 年目という会社もあるでしょうし

老舗のお店でもう 40 年、50 年やっているという会社もあると思うんです。

企業って必ず 4 段階でまわっているじゃないですか。

わかりますか？

まず「創業期」でしょう？

「創業期」というのは、「お利口さんが来てくれるよりも一生懸命する仕事する人が欲しい」ですね。ベンチャーとかね。

そのあと何が起こりますか？

「みんな現場で働いていたからマネージャーがいない」ってことに気付くんですよ。

そうすると店長候補募集とかって始まりますよね。

その後は、「安定期」に入ってお利口さんが欲しくなってくる。

その後「変換期」じゃないですか。

みなさんの会社は今どこにあるのでしょうか？

それを考えた上で「どの世代採ろうかな？」って出すといいです。

そうすると採用の背景がはっきりしていますから

私が該当者だってことが分かるわけですよ。

そんな思いをまず作ってほしいです

求人広告ですけど

飲食店の方々の求人広告はみなさん一生懸命作られていると思うんですが、
どうしても際立っているのは「明るさ」とか「元気さ」とかそっちですよ。
もしみなさんの中でミドル層とかシニア層を採用したいという思いがあるとすれば
そこはあんまり際立たせると引かれますよ。
ちょっと入りづらくなっちゃいます。

だからそういうこと一つも年代層によって変わってくるわけです。
そして仕事をある程度やってきた方々は、主婦層の方でも仕事を並行してやってきた方々
いらっしゃいますから、そういう方々もそうですけど、
お任せしたいこと「こんなことやってほしいです」、
それから期待すること「こんなことを期待しているんです」ということを
明確に書いてあげるんですよ。
そうすると自分の履歴とか自分の経験が生かせそうだなってことを描けるでしょう、
ということなんです。

シニアの雇用、少し上の世代の60代とか。

今、定年退職は努力義務ですけど、70歳までになったでしょう？
電気を大量に消費するような電化製品を売っている会社だと
80歳定年なんて打ち出していますよ。

つまりこれから「人手不足」というのは、見えているわけですから。
そこをぐっと広げている会社も出てきています。
もしみなさんがシニア雇用をしようとしたら、時短勤務であれば、時短は条件ですよ、
それであれば比較的土曜日でも祝日でも働けるんですよ。
この辺が一般の仕事している人とちょっと違います。

成功例としてはね、

月曜から金曜まで結構、若手が働いていて、土日はシニアが働いてるなんて会社も
結構あるんですよ。
そんな風に振り分けたりするのも一つの手になってきます。

ターゲットをしっかりと絞って、採用活動した方が良いと思います。
それぞれが求めるものって違ってきますもんね。

このあと、引き続きVTR-2を是非ご視聴ください。
ここから先は「求人票」です。

求人票はみんなに当たるだろうっていうような求人票を作っても
一人一人の気持ち動かないんです。
ですから、ある程度ターゲットを絞って
こういう書き方をすると伝わりますよ、ということをお話ししていきます。

それと最初に少しお話ししましたが
是非、採用活動するのであれば迷い迷いやっていると求人票の言葉とか
面接で語る言葉が伝わっちゃうんですよ。

そうすると向こうが不安を抱いてしまったりしますから。
是非、「一人は採ろう」とか「二人は採ろう」とか状況見ながら
ある程度の決心を持って採用活動に入ってください。
すごく大前提として大事なことだと思います。

のちほど、「求職者が思わず手にする求人票・ホームページ」だとか
広告戦略の話をしていきましょう。

ありがとうございました。失礼いたします。