

時代は「所有」から「共有」へ 拡大するシェアリングエコノミー市場

民泊やファッションシェア、ライドシェア、シェアサイクル、クラウドファンディングなど、近年、SNSなどの急速な発達に伴い人やモノ、スペース、スキルを有効活用するシェアリングエコノミーが世界中で注目されている。すでに、日本でも遊休資産の「シェア」が広がりつつあり、多様なサービスが創出されている。もちろん、その波は運送業界にも確実に押し寄せており、パソコンやスマートフォンを使用して車両を手配する配送サービスも提供され始めている。時代は「所有」から「共有」へ。今後ますます拡大が見込まれるシェアリングエコノミー市場は、人々の消費スタイルのみならず、市場経済を大きく変貌させる可能性を秘めている。



業界見聞録

平成34年4月に 月60時間超の残業代5割増し

高速道の落下物 5年間で166万個回収

過労死白書 取引改善を提言「運輸・郵便業」が3割を占める ほか

SNSを上手に活用して 若い社員を採用しよう

—— 新卒者に選ばれる企業をめざす ——

一般社団法人SRアップ21

宮城会所属／社会保険労務士 中島 文之=文

ワークライフバランスを 重視する若い就労者

「会社を選ぶとき、あなたはどのような要因を最も重視しましたか」この問いに対して、新入社員がどのように答えましたか、興味を惹かれる採用担当の方は多いでしょう。

（公財）日本生産性本部の「職業のあり方研究会」と（一社）日本経済青年協議会は、毎年1回、春の新入社員を対象とした「働くことの意識」調査を実施しています。この調査は、働く目的や就業意欲、仕事と私生活の比重といった質問項目に対し、複数の選択肢の中から選んで回答する方式により行われます。昭和44年の初回実施以来、半世紀近くにわたってほぼ同一の質問項目が使用されており、新入社員の意識の移り変わりを長期間にわたって分析できるところが、この調査の大きな特徴となっています。

平成29年度に行われた調査では、上記の設問に対して最も多かった回答が「自分の能力・個性が活かせるから」でした。以下、多い順に「仕事が面白いから」「技術が覚えられるから」「会社の将来性」と続きます。就職活動の真っ只中にある学生を対象にした他の意識調査では「安定している会社」や「福利厚生の良い会社」「給料の良い会社」と答える割合の増加傾向が見られるようですが、実際に就職先を決める段階ともなると、会社の安定性や待遇面以外の要素が、より重視されている状況がうかがえます。

「働くことの意識」調査では、就労意識（仕事について

の新入社員の考えや希望）に関する質問項目も設けられています。16個の質問文のうち、肯定的な回答の割合が高かった上位三つは「社会や人から感謝される仕事がしたい」「仕事を通じて人間関係を広げていきたい」「ワークライフバランスに積極的に取り組む職場で働きたい」でした。このうちワークライフバランスに関する項目は、2年前の調査から新しく追加されたばかりにも関わらず16番中3番目という高位に着けています。働く目的について尋ねた別の質問項目では「楽しい生活がしたい」が最上位になり、また仕事と私生活との比重については「両立」との回答が最も多かったことを併せて考えると、昨今の若者が抱えるワークライフバランスへの高い意識に込められるか否かが、採用の成否を分けると言えるのかもしれない。

採用活動に有効な SNSの特徴を理解する

さて、かような意識を持つ今どきの若者たちと採用する会社側とが、互いにミスマッチを極力抑えて就職ないし採用活動を成功させるには、どういった手段が有効になり得るでしょうか。会社説明会やインターンシップ、求人WEBサイトといった従来の手段に加え、昨今注目を集めてきているのが「ソーシャルリクルーティング」です。

ソーシャルリクルーティングとは、FacebookやTwitterといったSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を用いた採用活動を指します。日本でよく利用されている四大SNSとしてLINE、Facebook、Twitter、

Instagramが挙げられますが、これらを利用して採用活動を行う際には、それぞれの特徴をよく理解しておくことが大切です。

四大SNSのうち、日本で最も利用率が高いのがLINEです（総務省「情報通信白書平成27年版」）。しかしLINEは友人同士のグループチャットや無料通話アプリとして使用されることが多く、他のSNSと比べるとあまり採用活動に向いているとは言えません。

Twitterは利用者数が多く、とりわけ10～20代に広く浸透しているSNSですが、その匿名性の高さと拡散性の広さから、つねに「炎上」のリスクが付きまといま。会社や社長のアカウントでつぶやいた何気ない一言が思わぬところでイメージダウンを引き起すこともあるため、利用にあたっては慎重な姿勢で臨むことが求められます。

Facebookを利用した採用活動は、上記二つのSNSが抱える欠点を解消するものになっています。まずFacebookは実名での利用が原則となっているため、炎上のリスクがかなり低くなっています。またユーザーがプロフィールに設定した職歴や学歴、出身地、住んだことのあ

る場所などを基にターゲットを絞り込んで広告を打つことができるため、会社が求める人材に向けて説明会などのイベントを効率よく告知することが可能です。広告の出稿にはアカウントの開設やFacebookページの作成といった事前準備と、運営による審査を通過する必要がありますが、検討してみる価値は大いにありそうです。

最近になって利用者数を爆発的に増やしているInstagramにも注目です。写真や動画の投稿に特化したSNSで、他に比べ10～20代の女性の利用率が高いという特徴があります。会社の日常や社員の皆さんを写した「インスタ映え」する写真を掲載することで、会社への親近感をより高める効果が期待できます。

ドライバーの高齢化という課題を抱える運送業にとって、若年労働者の確保は喫緊の課題です。この課題を解消すべく、トラック協会では合同企業説明会の実施や業界紹介冊子の配布といった取り組みを進めています。これらの取り組みに加え、SNSを利用した採用活動を展開することにより、採用する側と、される側双方の意向にマッチした新卒採用が可能になるでしょう。



一般社団法人 SRアップ21 (<http://www.srup21.or.jp>)

平成6年8月に設立、社会保険労務士(SR)による人事・労務管理の実務家集団で、北は北海道から南は沖縄まで全国的に活動。弁護士・税理士・行政書士など専門士業との関係強化を積極的に図り、企業のあらゆる相談や手続きをワンストップサービスでサポートしている。

◆職場でよくあるトラブルをドラマ仕立てにしたDVD「人事労務トラブル110番vol.4」販売中。本誌読者割引あり。お申し込みは03-5432-7676へ。