

この1つを知らないと

優秀な人材を

永久に採用できません



Z世代人材を取るための対策14選!

1はじめに：特約店を取り巻く採用環境の現状

SS業界における人材不足は深刻さを増しています。企業の永続性を考えれば若手の採用は組織にとって避けられない課題。特にZ世代(1990年代後半から2010年代生まれ)と呼ばれる若手の採用は企業の成長を左右していくことになりそうです。そこで今回は、Z世代の価値観や特性を踏まえ、若手世代を採用していくために特約店が取るべき具体的な戦略を解説します。

2 Z世代とは？彼らの価値観と行動特性を理解する

幼少期からインターネットが普及した環境で育ちZ世代には、これまでの世代にはない独特の特徴があります。

・情報リテラシーが高い。SNSや検索エンジンを使いこなし、情報収集能力に長けています。企業の情報を徹底的に調べ、透明性を重視します。

・多様性を尊重する。価値観やライフスタイルが多様であることを理解し、横のつながりを尊重する傾向があります。よって、企業のダイバーシティ&インクルージョン(D&I)への取り組みに関心があります。社会貢献意識が高い。社会問題に

関心を持ち、社会貢献できる企業で働きたいと考える傾向があります。企業のサステナビリティ(持続可能性)への取り組みを重視します。

・ワークライフバランスを重視する。仕事だけでなく、プライベートも充実させたいと考える傾向があります。柔軟な働き方や休暇制度を求めます。

・成長意欲が強い。自己成長やスキルアップに意欲的で、学びの機会やキャリアアップの支援を求めます。つまり、今の若手世代は、企業だけ、自分だけが儲かることに対する違和感を持つ子が多いため、彼らのそういった特徴を踏まえれば、会社が世の中のためにどういった思いでビジネスを行い、どんな貢献を果たしている存在かを言語化していく必要があります。

3 特約店が陥りがちな採用の失敗例

以下のような採用をしてしまうと苦労をすることになりますので注意してください。

・大企業と同じ採用手法を模倣する。知名度や資金力で劣る中小企業が、大企業と同じような採用活動を行っても、Z世代の関心を引くことはできません。

・待遇面ばかりをアピールする。給与や福利厚生だけでは、Z世代の心を掴むことはできません。彼らは、会社が世の中にも果たす貢献度、自身の仕事のやりがいや成長機会を重視します。

ることができず(例)メンター制度導入/資格取得支援制度の導入/キャリアパスの明確化)

・対策11 選考プロセスを見直す。従来の採用選考プロセスは、Z世代には響かない可能性があります。選考プロセスを見直し、Z世代に合った方法を取り入れましょう。具体的には以下の方法が効果的です。

・オンライン面接を導入する。Z世代は、オンラインでのコミュニケーションに慣れていますが、オンライン面接を導入し、手軽に選考に参加できるようにしましょう。

・グループディスカッションを取り入れる。Z世代は、チームで協力して問題を解決することに慣れていません。グループディスカッションを取り入れ、協調性やコミュニケーション能力を評価しましょう。

・対策12 SNSを活用した情報発信。Z世代は、SNSで情報収集を行うことが日常的です。

・X: 企業の最新情報やイベント情報などを発信しましょう。

・Instagram: 職場の雰囲気や社員の様子などを写真や動画で発信しましょう。

・Facebook: 企業の理念やビジョンなどを発信しましょう。

・YouTube: 企業の紹介動画や社員インタビュー動画などを掲載しましょう。

・TikTok: 短尺動画で企業の魅力をアピールしましょう。

・対策13 社員を巻き込む。採用活動は、人事部だけの仕事ではありません。



石原尚幸 代表取締役

いしはら・なおゆき。1973年生まれ、愛知県名古屋出身。96年、上智大学経済学部経営学科卒業後、出光興産に入社。京都支店、関東第二支店を経て05年本社・販売部企画課に配属。08年に独立起業し、2012年法人化した。

人。社員全員で協力して、Z世代の採用に取り組みしましょう(例)リアル採用/採用イベントに社員を参加させる/SNSでの情報発信を社員に促す

・対策14 採用後の定着支援。採用はゴールではありません。Z世代が長く働きたいと思える環境づくりが重要です。OJTを充実させ、仕事を通じて成長できる環境を提供しましょう。また、Z世代は、上司とのコミュニケーションを重視します。定期的な1on1ミーティングを実施し、悩みや相談を聞き、成長をサポートしましょう。

5まとめ。Z世代採用成功への道

Z世代の採用は、持続的成長を目指す特約店にとって重要な経営課題です。Z世代の価値観や特性を理解し、本稿で解説した戦略を実行することでZ世代の採用を成功させることができます。

・企業の魅力を十分に伝えられていない。どの特約店・SSにも競合や異業種にはない魅力があります(SSは世界の流通とつながるビジネスであり、地域に欠かせないインフラである等)。しかし、その魅力を効果的に発信できていない特約店が多いです。

・採用後のフォローアップが不十分。採用して終わりではなく、入社後の育成やキャリア支援も重要です。Z世代は、企業が自分たちの成長をサポートしてくれるかを重視します。

4 Z世代に響く採用戦略

ここまで、Z世代の特徴と特約店が陥りがちな落とし穴を見てきました。それではZ世代の採用を成功させるために、自社で実践できる対策がないか考えてみてください。

・対策1 企業のビジョン・ミッションを明確化し、共感を呼ぶ。Z世代は、企業の存在意義や社会貢献性を重視します。企業のビジョン・ミッションを明確に言語化し、Z世代に共感してもらえらるよう発信する必要があります。

・対策2 企業の将来像を具体的に示す。10年後の売上目標、事業規模、社会への貢献などを数値で示すことで、Z世代は将来のイメージを持ちやすくなります。

・対策3 経営者自らストーリーを語る。創業者の想いや、事業を通じて社会にどんな価値を提供したいのかをストーリーで語ることで、Z世代の心に響きます。

・対策4 SNSで発信する。企業のビジョン・ミッションを、SNSで積極的に発信しましょう。Z世代は、企業のSNSアカウントをチェックし、企業の雰囲気を知ろうとします。

・対策5 企業の魅力を洗い出し、効果的にアピールする。自社の魅力を洗い出し言語化していきましょう(例)社員一人ひとりの裁量が大きい/経営者との距離が近い/成長機会が豊富/アットホームな雰囲気。これらの魅力を言語化しアピールする必要があります。

・対策6 採用サイトを充実させる。企業の魅力を分かりやすく伝える採用サイトを作成しましょう。社長の言葉(社長顔出し)、社員インタビューや職場の写真・動画などを掲載すると、Z世代は企業の雰囲気をイメージしやすくなります。

・対策7 インターシップを実施する。Z世代に実際に働いてもらうことで、企業の魅力を直接体験してもらいましょう。

・対策8 合同説明会に参加する。多くの学生が集まる合同説明会に参加し、企業の魅力をアピールしましょう。

・対策9 OB・OG訪問を受け入れる。Z世代は、企業のOB・OGから話を聞くことを重視します。OB・OG訪問を積極的に受け入れ、企業のリアルな情報を伝えましょう。

・対策10 成長機会を提供する。Z世代は、自己成長やスキルアップに意欲的です。成長機会を提供することで、Z世代のモチベーションを高め