

採用ニッチ戦略の進め方

～自社にとって最高の人材を獲得する実践テクニック～

コオ・マネジメント(株) 代表取締役 窪田 司

■ M. ポーターのフレームワークで「競争優位」の採用を

「エントリーが少ない」「応募が少ない」「内定辞退が多い」など、人材採用の課題は尽きず、特に地方・中小企業では深刻の度が増している。少子化による売り手市場やBtoBゆえの知名度の低さを恨み、「有名大手企業には勝てない」「どうしようもない」ともはや諦め半分の採用担当者もいらっしゃるかもしれない。しかし、まだ見直しの余地はあり、実際、採用も定着も成功させている例がある。格別奇策を打ち出すわけでもなく進め方のステップそのものはノーマルながら、「自社にとっての最高の人材」にこだわる採用戦略の再構築がポイントとなる。苦戦する地方・中小に特化し、限られた資源（ヒト・モノ・カネ・情報）で結果を出す方法をアドバイスしている本稿の著者は、これを「採用ニッチ戦略」と名付けている。ベースとなるのは、M. ポーター教授が提唱した“競争優位のフレームワーク”を用いた特定セグメントと特異性の掛け合わせによる勝ち方だ。今回は、この考え方の解説とともに、実例も紹介しながら具体的な打ち手を誌面に公開していただいた。基本的な戦略の立て方はもとより、候補者集団の形成、ペルソナ情報の整理、会社の魅力や職場実態の伝え方、内定者の入社動機の高め方など実務も一通りトレースできる内容だ。業種を問わずヒントを得ておきたい。（編集部）

CONTENTS

1. 人手不足時代の採用市場
 - (1) 超売り手市場の到来
 - (2) 採用のオンライン化という変化
2. 採用競争を勝ち抜く成功戦略
 - (1) 採用は競争戦略で考えよう
 - (2) 限られた資源で勝ち抜く「採用ニッチ戦略」
3. 「採用ニッチ戦略」のステップ別進め方
 - (1) 差別化を可能にするコンセプト
 - ①採用ポジションの確定／②ハイパフォーマーの要素分解／③ペルソナ化／④訴求ポイントの絞り込み
 - (2) 求職者の認知度を上げる候補者集団形成
 - ①ナビサイト／②SNS／③学内／④イベント
 - (3) 自社にとって良い人材に刺さる情報提供
 - ①事前案内／②説明会／③事後面談
 - (4) 変化に対応！ミスマッチを起こさない選考
 - (5) 戦力化する入社動機形成
4. 「採用ニッチ戦略」の事例
5. 人事・採用担当者に求められる変化対応力
 - (1) 採用は変化するからこそ面白い
 - (2) 「採用ニッチ戦略」とは成長戦略である

■ 窪田 司（くぼたつかさ）

1983年岡山生まれ。地域金融機関の経営企画部門で店舗分析など組織戦略を5年間担当し、中小企業診断士を取得。史上最速での昇進を果たした後、人事部門に異動。2014年独立。地方中小企業の「専門性」と「関係性」を明確化する専門家として、「中小企業をリフレーミングする3つの技術」をベースに、人事・組織・採用についてのコンサルティングを展開中。人事分野においてはのべ500社以上の中小企業をサポートし、新卒採用人数3.5倍、離職率1/6など多くの成功事例を持つ。主著に『化ける人材』採用の成功戦略』（スタンダード・プレス）。

■ コオ・マネジメント(株)

【岡山オフィス】 〒700-0901 岡山県岡山市北区本町 6-36 第一セントラルビル 1号館 4F
【東京オフィス】 〒160-0023 東京都新宿区西新宿 7-2-5 TH西新宿ビル 5F
●TEL 086-800-1410 ●URL <https://co-management.co.jp>

