

税理士が顧客から

採用と定着の

相談をされた時に読む本



で社長の信頼を勝ち獲る
キラーワード

14選

特定社会保険労務士 / 採用定着士®
C & Pいずみ社会保険労務士法人 代表

いずみ まさみち
泉 正道

社長からの人に関する相談も

これでもう怖くない！

顧客の人材課題をスルーせず
社長の信頼をさらに勝ち獲るための

ノウハウ満載の1冊！

読者限定

採用と定着
に関する

小冊子
プレゼント
付き！

はじめに

税理士「社長、最近どうですか？」

社長「うーん、良い人が来ないというか、採用が厳しいですね」

税理士「(ギクッ!) な、なるほど!採用ですか」

社長「どうしたら良い人が来ますかね？」

税理士「たしかに皆さん、採用には苦戦されていますね・・・」

社長「他の企業はどんな感じですか？」

税理士「そうですね・・・(なんて答えればいいんだ・・・)」

この本を手にとっていただき、ありがとうございます。特定社労士であり、採用定着士として、中小企業に「考える共感人材の採用支援」をしている泉と申します。

最近、複数の税理士さんから、「採用と定着」に関する相談が増えています。そのたびに、私なりのアドバイスをさせていただいたり、ご紹介を受けて企業様の支援を直接させていただいていました。そんなある日、知人の税理士さんから、

「専門外なので分かりません。だと、社長の信頼を失いそうで怖い」

「社長に聞かれたその場ですぐに使える、使い勝手の良いワードがほしい」

という相談をされました。

冒頭の「税理士」とは、その知人税理士の事です。

「たしかに、それは困るだろうな」という想いと、「誰もやっていないから、自分がやるしかない」という想いで、本書の執筆を決めました。

< この本の対象読者と目的 >

この本は、

- ・全国の税理士、金融機関の営業マンなど
- ・採用のプロではないが採用の相談をされる人にとって
- ・経営者との面談時に使える情報を
- ・秒(短時間)で提供し
- ・経営者の信頼を高めること

を目的としています。

税理士の皆様は、日々の業務に追われる中で、経営者からの多岐にわたる相談に対応しなければなりません。特に、採用や労務管理に関する相談は専門外であるため、適切なアドバイスを提供することが難しいと感じている方も多いでしょう。

さらに、忙しい本業の中で新たな知識を学ぶ時間を確保するのは無理ゲーです。一方で、適当に答えてしまうと、経営者からの信頼を損ねるリスクもあります。

だから「短時間でサクッとポイントだけ知りたい」のが本音ではないでしょうか？

※「本当に時間がない！」という方は、第2章から読み進めてください。

最初にお伝えしますが、本書を読んでも、採用定着のプロになれるわけではありません。この本を読めば、経営者から「この人（あなた）は、やっぱり信頼できる」という印象を与えながら、かつ、実際に中小企業の採用定着力を高める事ができる、そんな内容です。

誤解を恐れずに言いますが、本書は、ある種、「表面的な質問」「表面的なアドバイス」を書いた本です。

そして、表面的な言葉だけでは足りないことも、当然、理解しています。本書では、最終的にどうすれば中小企業の採用定着力が高まるのか？という点についても触れています。

税理士の皆様が経営者からの「採用と定着」相談に自信を持って対応できるよう、この本が一助となることを願っています。

本書が皆様の業務に役立ち、経営者との信頼関係を強固にするためのツールとなることを心から願っています。

目次 はじめに

第1章:そもそも、なぜ税理士が「採用と定着」の相談に困るのか

1. 税理士が直面する「採用と定着」の悩み

税理士が抱える現状

採用の事を相談される

労務の事も相談される

勉強する時間が無い

期待と現実のギャップ

2. 経営者に対して、適切な情報が提供できないリスク

不適切なアドバイスによる信頼低下

クライアントの課題が解決しないとどうなるのか？

3. 明日から使えるノウハウとテクニック

第2章: 税理士が時間をかけずに、すぐに使える実践的テクニック

1. 新たな気づきを与えて、経営者から感謝される“初期質問”7選

初期質問①「どの段階で課題を抱えていますか？」

初期質問②「3年後の組織図はありますか？」

初期質問③「採用にどれくらいの予算をかけるのが適正だと思いますか？」

初期質問④「採用ペルソナって聞いたことがありますか？」

初期質問⑤「御社の求人原稿って、上から何番目くらいですか？」

初期質問⑥「御社にとって、面接ってどういう場ですか？」

初期質問⑦「採用における、御社のゴールは何ですか？」

2. 税理士が、“秒”で社長の信頼を勝ち獲る「初期アドバイス」7選

初期アドバイス①「やり方（見せ方）だけで何とかなる時代は終わりました」

初期アドバイス②「人事は、総務や経理に兼任させないことが大事です」

初期アドバイス③「資産として残る採用手法がベストです」

初期アドバイス④「面接は、応募者との信頼関係を築く場です」

初期アドバイス⑤「働きやすさだけだと、Z世代から選ばれません」

初期アドバイス⑥「入社後フォローがないと離職率が上がります」

初期アドバイス⑦「社長が本気の企業ほど強いです」

3. 経営者にやってはいけないアドバイス5選

NGアドバイス①「広告費を増やしましょう」

NGアドバイス②「媒体の数を増やしましょう」

NGアドバイス③「給料を上げましょう」

NGアドバイス④「ホームページや採用ページにお金をかけましょう」

NGアドバイス⑤「SNSをやったほうが良いですよ」

4 中小企業が採用、定着で上手くいかない理由

5.これだけで十分？基本的なアドバイスの限界

表面的な解決策の限界と、3つの選択肢

選択肢① 社長自身に頑張ってもらう

選択肢② 先生方の事務所で採用の専門家を雇う

選択肢③ 専門家と連携する

第3章: 今すぐ行動し、信頼できる専門家に相談する重要性

1. 放置するとどうなるのか？

問題の深刻化とその影響

企業存続のリスク

経営者が陥りがちな「まだ大丈夫」という誤解

社長に必要なのは覚悟

2. 専門家の重要性

餅は餅屋

専門家に依頼することで得られる安心感

早期対応が必要

3. “信頼される専門家”とは？

1. 知識と実績がある
2. 企業に合った提案ができる
3. 成功事例を持っている
4. 長期的な視点を持っている
5. 信念がある
6. 人事に関する全体観を持っている
7. 税理士目線で「紹介しやすい」専門家である

4. もっとも怖いのは「専門家を装う素人」

国家資格があれば専門家？

「やり方」の事しか言及しない

100%の成功を約束します！

フォローアップが不十分
経営コンサルタントなら安心？

5.本物かどうかを見極める方法

見極め質問①「●●さんの採用支援って、いつもどんな流れでやってるんですか？」

見極め質問②「なんて書いたら、応募が来ますか？」

見極め質問③「●●さんの支援で、うまくいった事例を教えてください」

見極め質問④「入社後のフォローもやってますか？」

見極め質問⑤「どんな企業でも同じ方法で結果が出ますか？」

見極め質問⑥「紹介しても、請けてもらえない事もありますか？」

6. 税理士と専門家の連携事例

1. アパレル業 A 社の事例：過去 2 年応募 0 → 2 ヶ月で応募 9 名、内定 4 名
2. 医療法人 B 社の事例：採用コストが 10 分の 1 に
3. 製造業 C 社の事例：採用よりも気になる課題を発見

おわりに

1. 感謝の言葉
2. 【 読者限定 】プレゼントのご案内

第1章: そもそも、なぜ税理士が「採用と定着」の相談に困るのか

中小企業の経営者が直面する「採用と定着」の課題は、税理士にとっても無視できない問題です。近年、経営者からの「採用と定着」に関する相談が増加していますが、税理士はこの分野において十分な知識や経験を持っていないことが多いのが現状です。

経営者は税理士を信頼し、財務や税務以外の問題についても相談を持ちかけますが、「採用と定着」に関する具体的なアドバイスを提供するのは難しいと感じている税理士が多いのです。本章では、税理士が「採用と定着」の相談に困る理由を整理し、その背景にある課題を探ります。

1. 税理士が直面する「採用と定着」の悩み

税理士が抱える現状

税理士の先生方は、日々多忙で、多岐にわたる相談に対応する必要があります。特に最近増えているのが「採用と定着」に関する相談です。しかし、税務や財務の専門家である税理士にとって、これらの問題は専門外であり、その対応に苦慮しているのが現状です。

採用の事を相談される

「優秀な人材はどうやったら見つけられる?」といった具体的な質問に対し、どう答えて良いかわからないという声が多く聞かれます。人件費や経費に関しては答えられても、採用や定着の話となると自信が持てない、という状況です。

労務の事も相談される

採用に付随して労務管理の話もよく出てきます。「新しい従業員の労働条件をどう整備するか?」などの質問に対して、具体的なアドバイスができず、専門外の相談に困る場面が増えています。

勉強する時間が無い

「本業が忙しく、採用や労務の勉強に時間を割けない」という声も頻繁に聞かれます。新しい知識を学ぶ余裕がなく、クライアントからの相談に十分対応できないことが課題となっています。

期待と現実のギャップ

経営者は税理士を「何でも知っている」と期待し、採用や労務の問題にも対応できると考えています。しかし、税理士は必ずしもこれらの分野に精通しているわけではありません。このギャップが信頼を損なうリスクを生み出しています。

2. 経営者に対して、適切な情報が提供できないリスク

不適切なアドバイスによる信頼低下

税理士は幅広い問題について信頼される存在ですが、採用や定着に関して不十分なアドバイスをすると、クライアントの信頼を失うリスクがあります。曖昧な回答や、何も答えない場合は、クライアントから「頼りにならない」と思われる可能性があります。

いずれにしても、不適切なアドバイス、曖昧な回答、無回答のいずれも、根本的な課題解決には至っていないわけです。

クライアントの課題が解決しないとどうなるのか？

例えば、ある企業が新規採用に苦勞している場合、そこがクリアにならない限り、企業は引き続き人手不足に悩まされることとなります。

また、採用面で課題を抱えている企業では、次のような「労務管理」に問題を抱えていることも多いです。

- ・労働時間が長すぎる
- ・知らないうちに違法状態が続いている
- ・現場でハラスメントが根付いていて、社員が入ってもすぐに辞める

このような労務問題についても放置してしまう事になるわけですが、そうなると当然、企業の採用定着力はさらに悪化しますし、法的トラブルに巻き込まれる可能性もあります。

3. 明日から使えるノウハウとテクニック

税理士であるあなたに「採用と定着」についての相談が増える理由は、経営者があなたを最も信頼しているからです。

財務や税務以外の分野であっても、相談を受けるという現実を受け入れ、何もしないままでは信頼を失うリスクがあります。とはいえ、すべてを自分で解決しようとするのは無理です。

そこで、まずは最低限の質問や基本的な知識を身につけ、経営者からの期待に応える姿勢を持つことが重要です。

次章では、「税理士が、“秒”で社長の信頼を勝ち獲るキーワード 14 選」と題し、クライアントとの信頼関係を強化するための「初期質問」と「初期アドバイス」を紹介します。

これらを通じて、クライアントとの信頼関係を維持しつつ、経営者の課題解決への道筋をつけていきましょう。

第 2 章: 税理士が時間をかけずに、すぐに使える実践的テクニック

1. 新たな気づきを与えて、経営者から感謝される“初期質問”7選

本章では、税理士がクライアントとの面談時に即座に使える「初期質問」7選を紹介します。どの業種にも当てはまり、シンプルで覚えやすいものばかりです。

初期質問①「どの段階で課題を抱えていますか？」

この質問は、①中小企業の採用には「いくつものプロセス（段階）」があるのを自覚してもらうため、②採用プロセスのどこで問題が発生しているか？を特定するためのものです。

多くの中小企業は、採用プロセスを意識しておらず、「耳障りの良いワードを並べて、求人原稿を出せばよい」「応募さえあれば、後は何とでもなる」という勘違いをしています。

まずは、「採用定着には、多くの落とし穴がある」と、経営者に気づかせることが重要です。

採用プロセスは、大きく「応募が来ない」「応募はあるが、合う人がいない」「面接に来ない」「内定辞退」「早期退職」の5つに分類できます。

この質問を通じて、経営者に採用プロセスの重要性を認識させることができます。

初期質問②「3年後の組織図はありますか？」

この質問は、①採用活動を計画的に行っているかどうかを確認するため、②採用計画の必要性を認識してもらうためのものです。

多くの中小企業では、採用活動が計画的に行われていないことが問題となることがあります。いつも場渡りの、いつも「●●さんが来月辞めると言ってきたから」と、後手後手の採用

になっています。計画的な採用活動は、適切な人材をタイミングよく採用するために不可欠です。

経営者にこの質問をすることで、採用活動の見直しや改善の必要性を感じてもらうことができます。なお、計画的な採用活動には、求める人材像の明確化、面接プロセスの整備、予算確保、掲載場所や媒体、募集時期の設定などが含まれます。

初期質問③「採用にどれくらいの予算をかけるのが適正だと思いますか？」

この質問は、①採用活動にどれくらいの予算を投じているかを確認するため、②予算ゼロでは採用はうまくいかないことを理解してもらうためのものです。

一部の中小企業は、予算ゼロで良い人材を採用したいと考えていますが、それでは採用は成功しません。新卒でも中途採用でも「1人あたり100万円はかかる」というのが、採用業界の常識です。

広告料の具体例を挙げると、リクナビやマイナビなどの大手求人広告会社では、掲載費用が「月20～150万（中央値は月40万程度）」です。リクナビエージェントやビズリーチなどのヘッドハンティング会社では「年収の30%～100%」の紹介手数料がかかります。

求人を出すだけで人が集まった時代もありましたが、そんな時代はとっくに終わっています。「採用に1円もお金をかけたくない」という経営者のセリフは、「良い人材はウチにはいない」と言っているのと同じです。

月100万円もかける必要があるかは別として、無料の取組みでは、期待通りの結果を得るのは難しいでしょう。

初期質問④「採用ペルソナって聞いたことがありますか？」

この質問は、①ほしい人物像が明確化されていない事を自覚させるため、②理想的な人材像を明確にする重要性を伝えるためのものです。

採用ペルソナとは「企業が求める理想的な人材像」のことです。多くの中小企業では、この採用ペルソナが明確化されておらず、「優秀な人」「仕事ができる人」「コミュニケーション能力のある人」と、曖昧に答えます。これでは求職者に合ったメッセージが分かりませんし、応募したいと思ってもらえる求人原稿は絶対に作れません。

採用で結果を出せていない経営者に「良い人って、具体的にどんな人ですか？」と聞いて、明確に答えられた事はほぼありません。

この質問を通じて、経営者に理想的な人材像を明確にする重要性を伝えます。具体的な採用ペルソナをイメージできないと、「人気のワードを並べただけの求人原稿」になり、合う人からの応募は絶対に集まりません。

初期質問⑤「御社の求人原稿って、上から何番目くらいですか？」

この質問は、①求職者がどうやって仕事を探しているかを知っていただくため、②多くの中小企業が求職者視点に立てていない事を自覚してもらうためのものです。

「求職者目線で、御社の求人原稿を探してみてください」と私がお願いした時に、企業名やサービス名を検索エンジンに入力し、「ほら、表示されてるよ」と自慢気に語る経営者がいます。

求職者は、「神戸市 営業 正社員」とか「福岡市 事務 年収 400 万」と、自分に関連するキーワードを複数入れて検索しますが、経営者にはその自覚がありません。

「求職者目線で検索してみると、上から 50 番（5 ページ目）だった」なんて事も多々あります。それでは、どんなに良い原稿を書いても見てもらえませんし、応募してもらえません。

上位表示されていない場合は、原因と改善策を考える必要がありますが、まずは自社の現状をしっかりと自覚したうえで「求職者目線でなければいけない」と、危機感を覚えてもらう事が最優先です。

初期質問⑥「御社にとって、面接ってどういう場ですか？」

この質問は、①面接で一方的コミュニケーションをとる企業が多いという自覚をさせるため、②面接の質を向上させるためのものです。

面接は単なるスクリーニング（ふるい分け）の場ではなく、応募者との信頼関係を築く、相互コミュニケーションの場です。その認識が欠けているため、多くの面接官が自己開示もせず、「自己紹介をお願いします」「志望動機を話してください」と、いきなり求職者に質問を投げかけます。

これでは内定辞退の可能性を高めるだけです。求職者を見極める事も大切ですが、緊張状態をほぐしたり、企業のビジョン、強みを伝えるほうがもっと重要です。

あえて緊張状態を作りだして面接を行うという企業もありますが、面接という行為そのものが「非日常的な緊張空間」です。方向性としては、相手をリラックスさせて、「お互い、素の状態に対話をする事」ほうが良いでしょう。

また、面接では経験や能力はもちろん、人間性、価値観もしっかりと確認すべきです。経験や能力は入社後の育てる事ができますが、人間性や価値観は教育で変える事が難しいからです。どれほど優秀でも、会社の文化に合わない人を採用すると混乱を生みます。

面接に対する経営者の考え方を確認する事で、面接の重要性に気づかせ、改善策を考える機会を作ることができます。

初期質問⑦「採用における、御社のゴールは何ですか？」

この質問は、①採用のゴールを確認するため、②採用活動の質を見直すためのものです。この質問をすることで、採用活動の質を見直すきっかけを提供します。

ここでは「マッチ度」という言葉で説明します。マッチ度とは「企業理念や今回の求人内容と、応募者がどれくらい合っているか？」を見る数値と考えてください。

専門家から見ると、マッチ度 60%の求職者 10 人より、マッチ度 90%の求職者 1 人のほうが価値は高いです。マッチ度が低いという事は、内定に至らないか、早期退職や、活躍しない可能性が高いからです。

ところが、多くの経営者は「10 人から応募があったほうが嬉しい」と考えます。それは、多くの求人広告会社や求人コンサルが、ゴールを「入社させること」に設定していて、それに洗脳されているからとも言えます。

はたして、中小企業が求めるゴールは入社させることでしょうか？おそらく、99%の経営者は「そうではない」と答えるでしょう。

採用のゴールは、企業の課題に合わせて設定するのがベターです。

例えば、

- ・応募のマッチ度が低い企業なら→「採用基準を満たす人材からの応募が、応募者全体の 70% 以上」を目標とする
- ・内定辞退が多い企業なら→「内定辞退率 10%以下」を目標とする
- ・早期退職者が多い企業なら→「採用から 1 年後の定着率 90%以上」を目標とする

という感じなどです。

以上、これら7つの初期質問は、シンプルでありながらも的確で、経営者にとって重要な気づきを与えるものです。人は、自分に新たな視点や洞察を与えてくれた相手に対して、自然と感謝の念を抱くものです。質問を通じてクライアントに「気づき」を提供することが、信頼を築く第一歩となります。

とはいえ、質問だけでなく、具体的なアドバイスも用意しておきたいですね。次章では、経営者の信頼を勝ち獲るための、効果的な初期アドバイスを7つご紹介します。

2. 税理士が、“秒”で社長の信頼を勝ち獲る「初期アドバイス」7選

初期アドバイス①「やり方（見せ方）」だけで何とかなる時代は終わりました

目的：①「あり方」と「やり方」の両方が大切であることを知ってもらうため、②特に企業文化や風土などの「あり方」が重要であることを理解してもらうためのものです。

多くの経営者は、求人広告の見せ方、掲載場所と掲載期間、面接時のパフォーマンスだけで良い人材を採用できると考えがちです。5年前からそうだったかもしれません。しかし、かつてない求人難の今、やり方だけで「定着人材を採用する事」は不可能です。

労働条件が重要なのはもちろんですが、企業の「あり方」である、社長の人間性、企業文化や理念、風土、企業の未来、社会課題との向き合い方が、求職者の重要な判断基準となっています。応募がゴールなら、やり方だけでも良いでしょう。ただ、3年後の幹部採用、社員の定着に重きをおくなら、「あり方」のほうが重要です。

「あり方」を無視し、「やり方」ばかり修正するのは、穴の開いたバケツでしかありません。いくら予算を増やし（水量を増やし）ても、水がこぼれ続ける（人が辞め続ける）状態では、企業は良くなりません。

初期アドバイス②「人事は、総務や経理に兼任させないことが大事です」

目的：①人事業務を専門的に行う必要性を知ってもらうため、②人材戦略が企業の成功に直結することを理解してもらうためのものです。

多くの中小企業では、総務や経理の担当者に人事業務を兼任させていますが、これはダメで

す。理由は次の通りで、

< 総務、経理、事務 >

- ・見ている方向：過去と現在
- ・求められるスキル：慎重さ、丁寧さ、緻密さ

< 人事（採用） >

- ・見ている方向：未来
- ・求められるスキル：ワクワクさせる力、発信力、コミュニケーション力

見ての通り、全く違います。それなのに、同じ人物にやらせるから、良い人物を逃し続けるのです。「ウチは零細だから、そんなにたくさん雇えないよ」と言われますが、だったら社長がやるしかありません。採用定着力の高い会社は、総じて経営者が本気で動いています。

初期アドバイス③「資産として残る採用手法がベストです」

目的：①短期的な効果だけでなく、長期的な資産となる採用手法を知ってもらうため、②オウンドメディアやリクルーティングチャンネルの重要性を理解してもらうためのものです。

リ●ナビやマイ●ビといった大手求人広告に高額な費用をかける中小企業が多いですが、これらを否定するつもりはありません。ただ、求人広告は、掲載期間が終わると何も残らないものです。「掲載枠を、お金で買っている」のと同じです。

一方で、オウンドメディア・リクルーティングやYouTubeチャンネルを開設して、自社の魅力を発信する採用手法は、長期的に見て企業の資産になります。

また、「業者に丸投げ」ではなく、社長はもちろん、会社全体で取り組む姿勢は会社のあり方を変えます。あり方こそ、企業を強くする最大の資産です。

短期戦略的な「やり方」に目を向けながらも、中長期的に「あり方」も見直していく。これが、企業の採用定着力を高める鍵です。

初期アドバイス④「面接は、応募者との信頼関係を築く場です」

目的：①面接が単なる“ふるいがけ”の場ではなく、信頼関係を築くためのものであることを知ってもらうため、②面接の質を向上させるためのものです。

中小企業の経営者の中には、面接を単なるふるいかけ（選別）の場と考えている方がいます。しかし面接は、お互いを知り、応募者との信頼関係を築き、互いに適合性を確認する重要な場です。

経営者には、面接を通じて応募者に自社の魅力を伝え、応募者が「ここで働きたい」と感じるようにすることが大切であると理解してもらう必要があります。

初期アドバイス⑤ 「働きやすさだけだと、Z世代から選ばれません」

目的：①「働きやすさ」だけではZ世代を引きつけられないことを知ってもらうため、②「働きがい」が重要であることを理解してもらうためのものです。

1990年代後半から2012年頃に生まれた世代をZ世代と言いますが、Z世代は「働きやすさ」だけでは会社を選びません。Z世代が重視するのは、働きがいや成長できる環境、さらには権限を与えられて挑戦できる機会です。

最近ではホワイト化を意識しすぎて、権限だけ与えて責任を与えない（ダメ出ししない）企業が増えていますが、それではZ世代の心は離れます。

責任だけ重くて権限を与えないのはもっとダメです。責任と権限をバランスよく与える事が、社員の“成長感”につながります。

経営者は、単に「働きやすい職場」を提供するだけでなく、社員が成長し、やりがいを持って働けるような環境を整備する必要があることを伝えることが重要です。

初期アドバイス⑥ 「入社後フォローがないと離職率が上がります」

目的：①入社後フォローをしていない企業が多いことを知ってもらうため、②新入社員の定着に必要なサポートのコツを伝えるためのものです。

採用活動だけに集中している企業が多い中、採用後のフォローアップが不十分な企業は早期離職のリスクが高まります。入社後のフォローアップ、特に最初の3ヶ月間のサポートが、新入社員の定着を大きく左右します。

原則は、初日、初休暇の前日、1ヶ月後、3ヶ月後。定期的な面談やフィードバック、成長をサポートする仕組みを設けることで、社員が安心して職場に馴染むことができ、離職率を低下させることができます。

初期アドバイス⑦「社長が本気の企業ほど強いです」

目的：①採用に対して積極的に情熱的に取り組むことが、中小企業の成功の鍵であることを知ってもらうため、②社長自らが採用に関わり、その姿勢を社外に発信する重要性を伝えるためのものです。

多くの経営者が採用活動を「これ、やっといて」と、従業員に丸投げしがちですが、社長自らが情熱をもって採用に取り組まないで、成功はありません。採用は社長以外の誰か1人がやるものではなく、社長を中心に、会社全体で取り組むべき重要課題です。

また、採用に関するコンテンツやメッセージを発信する際に、写真や動画で自分自身を前面に出すことを「恥ずかしい」とか「ウチなんか」と、ためらう経営者も多いですが、経営者が直接メッセージを伝えることで、求職者に強いインパクトを与えられます。

これらの初期アドバイスを活用することで、税理士は経営者の信頼を勝ち取ることができま

す。

直接的な指摘を好まない社長には「聞いた話ですが」「他社ではこんなやり方をしているみたいですよ」と、第三者トク的に伝えるのも効果的です。多くの社長は「ヨソ（他社）がどうやっているのか？」を気にしているからです。

3. 経営者にやってはいけないNGアドバイス5選

前項で「初期アドバイス7」についてお伝えしました。一方で、問題解決を遠ざけ、あなたの信用を下げる「NGアドバイス」も存在します。ここでは、その代表例を5つ紹介します。

NGアドバイス①「広告費を増やしましょう」

私は「無料での採用活動」は難しいと思っているので、広告費という発想自体はもちろん賛成です。重要なのは、ただ広告費を増やすだけでは、根本的な解決にはならないという事です。

例えば、大手求人広告媒体では、掲載プランが複数あります。下は4週間10万から、上は4

週間で150万以上など、まさにピンキリです。高いプランを選択すれば目立たせる事ができるので、応募者は増える・・・可能性は否定しません。

ただ、応募者数が増えても、「あり方」と「やり方（手順、原稿の内容、媒体など）」が変わっていないければ、定着率が上がることはありません。

企業が採用定着力を高めるには、あり方とやり方の両方を見直すことが不可欠です。

NGアドバイス②「媒体の数を増やしましょう」

さっきの広告費と似た話になりますが、これもよくある勘違いです。

1つの媒体で月2名の応募が来ているなら、媒体を5つにすれば応募も5倍（月10人）になるとおもいますか？そんな風に考える経営者もいますが、全くそんな事はありません。

求人原稿は生き物です。一度アップして終わりではなく、反応を見ながら定期的に更新、修正すべきものです。媒体を3個も5個も増やしたら、管理が大変になります。更新できている媒体、更新を忘れてしまった媒体に分かれ、媒体ごとの内容にズレが生じます。

< 内容にズレが生じている例 >

媒体A：月給23万

媒体B：基本給23万（固定残業手当含む）

「諸手当を含んだ月給」なのか「基本給だけ」なのか。固定残業手当は「あり」か「なし」か？どちらが正しいのか分からず、迷いや不安を感じた求職者の大半が、その企業を選択肢から外します。

他にも理由はありますが、「媒体数を3倍にして、採用定着力が3倍になった」という話は聞いたことがありません。私から言わせると、媒体は1つか2つで十分です。複数の媒体を利用するとしたら、

- ・ネットを使う層に対して、indeed
- ・ネットを利用しない層に対して、新聞の折り込みチラシ

など、ターゲットが違う場合に限るのが原則です。

NGアドバイス③「給料を上げましょう」

給料を競合他社より高く設定することは有効な手段ですが、給料だけで「ほしい人材」を引きつけたり、定着させることはできません。給料や労働条件だけで応募してくる人は、すぐに給料や労働条件の良い企業に目移りするからです。

- ・社長が、会社で実現したい事はなにか？
- ・ほしい人材が本当に明確なのか？
- ・ほしい人材が今、何に困って転職を考えているのか？
- ・ほしい人材に合ったメッセージ、求人原稿が書けているのか？
- ・企業理念と、ほしい人材はマッチしているのか？
- ・ほしい人材が活躍できる環境や、教育制度はあるか？

給料や労働条件の話をするのは、その後でもいいでしょう。

また、中小企業が給料だけで勝負するのは危険です。給料で勝負できるのは、体力、資本のある大手企業だけだと、著者は考えます。

経営者には、単に金銭面だけでなく、魅力的な企業環境や、成長の場を提供する重要性を強調することが求められます。

NGアドバイス④「ホームページや採用ページにお金をかけましょう」

デザインに凝った採用ページや、社長の熱いメッセージが書かれたホームページは、確かに重要です。企業に興味を持った求職者の8割以上が、応募前に、企業のホームページや採用ページをチェックするからです。

しかし、それが「間違ったアドバイス」になる可能性があります。どんなに魅力的なホームページや採用ページに何百万円かけても、求職者がそのページにたどり着かなければ全く意味がないからです。

豪華な採用ページを作ったのにアクセスされず、応募が来ない企業は意外と多いです。求職者を「見せたいページにたどり着かせる導線づくり」が重要です。

例えば、超豪華なレストランを想像してみてください。外観は立派で、一流のシェフが腕を振るい、最高の接客が提供され、ランチが1人1,000円という夢のような場所。しかし、そのレストランは人里離れた離島にあって、橋も無く、宣伝もされていません。

結果、誰もそのレストランにたどり着けず、訪れるお客さんはゼロ。どれほど素晴らしいレストランでも、そこを知る方法も、行く手段も無ければ意味がないのです。

採用活動も同じです。ホームページや採用ページがどれほど魅力的であっても、求職者がそこにたどり着かせなければ無意味です。

NGアドバイス⑤「SNSをやったほうが良いですよ」

このアドバイス、実はあながち間違いとも言えません。SNSは長期的な資産にもなり得ますし、若年層へのアプローチという意味でも有効な手段です。とはいえ、それが全ての企業に適しているわけではないという事実もあります。

特に TikTok や Instagram、YouTube といったプラットフォームは、かなりの情熱とお金、時間がかかります。効果的に運用できないと、逆にリソースの浪費になる可能性があります。中途半端に取り組むと、お金と時間だけを失うだけです。

経営者には、「SNSをやるなら、継続的に運用できる体制と、覚悟が必要です」と注意を促す必要があります。

4. 中小企業の採用、定着がうまくいかない理由

ここで、中小企業の採用、定着がうまくいかない理由について話します。1つ1つ説明すると長くなりますので、ここでは解説は省略して、羅列します。

- ・ほしい人材がアバウト
- ・採用基準も明確でない
- ・欠員募集に追われるだけで、計画的な採用ができていない
- ・採用、教育、定着の全体像がない
- ・社内の労働環境が魅力的に見えない
- ・求人原稿が曖昧で、仕事内容や条件が具体的に示されていない
- ・求職者目線に立ったアプローチが不足している
- ・定着を支える仕組みやフォローが不十分
- ・会社の潜在的魅力に気づいていない
- ・会社の潜在的な課題が見えていない
- ・従業員のキャリアパスや将来像が見えにくい
- ・面接官のスキルや対応に問題がある

- ・面接に「おもてなし」の精神がない
- ・面接が相互コミュニケーションという感覚がない
- ・求人原稿の更新や管理ができていない
- ・社内文化や価値観が求職者に共有されていない
- ・入社後のフォローや新人研修が不足している
- ・評価制度や昇進システムが不透明
- ・採用を、会社全体で取り組む意識が低い
- ・職場の雰囲気が入社前に伝わっていない
- ・面接や入社後のフォローアップが適切に行われていない
- ・給与や福利厚生などの条件面談が不十分で、入社後の期待が裏切られる

この項目だけ写メで撮って、経営者に見てもらうのもアリです。「うち、できていないかも」と、社長に気づいてもらうことが、採用定着力アップの第一歩です

5.これだけで十分？基本的なアドバイスの限界

表面的な解決策の限界と、3つの選択肢

ここまで、即効性の高いアドバイスについて話してきました。これらは経営者にとって一定の助けにはなりますが、当然、このアドバイスだけでは根本的な問題解決には至りません。

おそらく、ほとんどの経営者が「じゃあ、具体的にどうしたらいいの？」と、あなたに聞いてくるでしょう。とはいえ、冒頭の話に戻りますが、先生方は採用のプロではありませんし、採用の知識習得にお金と時間をかけることも現実的ではないでしょう。

先生方も持っているカード（選択肢）は、おそらく次の3つです。

選択肢① 社長自身に頑張ってもらおう

経営者自身が採用活動に積極的に関わり、自ら学び、改善を図ることを期待するというものです。しかし、現実的には多くの中小企業の社長は時間がない上に、採用に関する基礎知識も不足しています。

そもそも、自分で解決できるなら、あなたに相談していないはずですが。この選択肢は、「学ぶことが好きで、実行力と時間がある社長」に限られますし、何より、先生方から「社長が頑張ったらどうですか？」と言うのも気が引けるでしょう。したがって、この選択肢はあまり現実的ではないと言えます。

選択肢② 先生方の事務所で採用の専門家を雇う

もう一つの選択肢は、採用の専門家を自社（先生方の事務所）で雇うことです。専門外の分野に強いプロがすぐそばにいと、安心ですし、「ウチのスタッフから社長に連絡させますね」で万事解決という場面もあるでしょう。

ただ、当たり前ですが、専門家を雇うには固定費がかかります。大規模な税理士事務所で社労士を雇用している例もありますが、多くの税理士事務所にとっては、簡単な話ではないでしょう。

選択肢③ 専門家と連携する

最後の選択肢が、採用に強い専門家と連携することです。先生方はクライアントの財務や税務の相談に応じるだけでなく、「人材の問題にも対応できる」という信頼を得るチャンスになります。

変な言い方かもしれませんが、クライアントは「あなた自身が問題を解決してくれる」ことを必ずしも求めているわけではありません。「課題を解決してくれたら OK（それが専門家の紹介でも OK）」というのが、クライアントの想いです。

採用の専門家を紹介することで、クライアントはプロのサポートを受け、問題を根本から解決する道が開けます。そして、紹介したあなたの信用も高まります。

ズバリ、この選択肢③こそが、クライアントから信頼を獲得し、長期的な関係を築くための最適な方法だと、私は考えます。

そのうえで、「誰を連携相手にするか」が、この本を読んでいる税理士の先生方にとって最重要ポイントになるでしょう。

第3章（最終章）では、緊急性を伴う問題への早期対応の重要性と、信頼できる専門家をどのように見つけ、連携すれば良いのかについて解説していきます。

第3章: 今すぐ行動し、信頼できる専門家に相談する重要性

採用と定着に関する問題を放置すると、その影響は企業全体に広がり、企業存続の危機に直結します。

本章では、緊急性を伴う問題への早期対応の重要性と、信頼できる専門家に相談することのメリットについて解説します。

※緊急性について、すでに理解されている方は、1項、2項を飛ばして、「3.“信頼される専門家”とは？」からお読みください。

4. 放置するとどうなるのか？

問題の深刻化とその影響

採用や定着に関する問題を放置すると、企業にとって大きなリスクを招きます。採用定着力の低い企業では、「離職率が高い → 人手不足による業務の遅れ → 既存社員の負担増 → さらに人が辞める → 人手不足 → 既存社員の負担増 → 企業の競争力低下」という悪循環が、常に起こっています。

企業存続のリスク

採用や定着の問題を長期的に放置すると、最悪の場合、企業の存続が危ぶまれることもあります。人手不足が続けば、業務品質が低下し、顧客の信頼を失う恐れがあります。その結果、売上が落ち込み、倒産のリスクが高まります。

経営者が陥りがちな「まだ大丈夫」という誤解

多くの経営者は、問題が発生しても「今は何とか回っているから」「まだ大丈夫だろう」と考えがちです。残念ながら、まだ大丈夫と思っているのは社長だけで、社員は「もう無理（いい加減にしてくれ）」と切実に思っています。

この認識のズレこそが、採用定着力が上がらない最大の要因となっています。

採用活動を後回しにする社長は、よく「忙しくて手が回らない」とおっしゃいます。厳しい言い方ですが、そういう社長に限って、

- ・商工会、BNI、同友会などの会合に“しょっちゅう”出ている
- ・ゴルフに“しょっちゅう”行っている
- ・社長同士で“しょっちゅう”飲みに行っている

という時間は確保しています。付き合いの時間を0にしろと言っているわけではありません。こういった時間が大切なことはわかりますが、「今、社長がやるべき事はそれですか？」という事です。

最初の数ヶ月だけ、月に数時間、社長が採用に本気で向き合うだけで、採用定着力は飛躍的に向上します。「やる」と決めて、実行すれば変わるのです。

社長に必要なのは覚悟

当社の顧問先でも、かつて採用を後回しにし、他責思考になり、崩壊寸前に陥った企業がありました。が、私の厳しい言葉や質問に奮起し、採用を最優先課題として取り組んで、応募者のマッチ度、応募数、定着率を伸ばした企業があります。

私に相談してくる社長のほとんどが「もっと早く相談していれば良かった」と言っています。そして私も「もっと早く相談してくれていたら」と思います。あなたも経営者に対し、同じ想いをされる事が多いのではないのでしょうか？

お気づきだと思いますが、地方の中小企業が、自力で採用業務を成功させる事は、ほぼ不可能です。多くの経営者は、採用定着力のなさが会社を窮地に追い込む事に気づくのが遅れ、その代償を支払うこととなります。

5. 専門家の重要性

餅は餅屋

採用や定着の問題は、企業にとって極めて重要な課題です。しかし、経営者自身がこれに精通していることは稀です。そして日本には昔から「餅は餅屋」という言葉があります。

採用や定着は、専門的な知識と経験、かつ、日々タイムリーに情報を追う必要があります。精通していない経営者が独力で対応しようとする、誤った判断をしてしまうリスクが高まります。だからこそ、専門家の力を借りることが不可欠です。

専門家に依頼することで得られる安心感

繰り返しになりますが、税理士の先生方が採用や定着の問題に直接関わることは、非常に困難です。専門家に依頼すれば、クライアントは将来の不安から解放され、あなたも自分の専門分野に集中できるでしょう。

また、良い専門家を紹介できれば、クライアントは「先生（あなた）に任せてよかった」と

感じ、信頼関係はさらに強固なものとなります。結果として、クライアントは業績を伸ばし、あなたの業務にも良い影響をもたらすでしょう。

早期対応が必要

採用や定着の問題は、放置すればするほど深刻化します。私はよく、ヒトの問題を「虫歯やガン細胞」に例えますが、早期発見ができれば症状は軽く、コストも安く済みます。

遅れるほどコストも大きくなり、対応も難しくなります。手遅れになる前に、信頼できる専門家に早急に対応を依頼することが、税理士の先生方にとって最も賢明な選択と言えるでしょう。

6. “信頼される専門家”とは？

では、信頼される専門家とは、どんな人物なのでしょう？ここでは、信頼される専門家の特徴を詳しく解説します。

1. 知識と実績がある

信頼される専門家は、採用や定着に関して体系的な知識を持ち、理論に裏打ちされたアプローチを採用しています。

例: 求人原稿作成、応募者対応、面接、入社後のフォローまで、全てのステップで具体的な助言を行い、実績を伴ったアプローチを示します。

2. 企業に合った提案ができる

信頼される専門家は、企業の規模や業種、文化に合ったアドバイスを提供します。定型的なアドバイスではなく、その企業のニーズに応じたカスタマイズされた戦略を提案できることが重要です。

例: A社には中途採用、B社には新卒採用と、企業ごとの課題に応じた柔軟な対応が求められます。

3. 成功事例を持っている

信頼される専門家は、具体的な成功事例を語れる人物です。どんな問題に対してどのように対処し、どんな成果を上げたのか、自信を持って説明できることが信頼の証です。

4. 長期的な視点を持っている

採用は単なる欠員補充ではなく、企業の成長に向けた長期的な投資です。信頼される専門家は、短期的な採用活動の成功だけにとどまらず、社員の定着や育成を考慮し、長期的な視点からアドバイスを行います。

例: 採用後のオンボーディング（新人教育や離職防止）や、教育・評価の仕組みづくりも提案できる専門家は、企業の長期的な成長に寄与します。

5. 信念がある

信頼される専門家は、採用や定着に対して強い信念と情熱を持っています。単に「儲かるからやっている」ではなく、顧客企業の成長を第一に考え、誠実に対応します。

注意: 信念のない専門家は、目先の利益に走りがちで、顧客との信頼関係を軽視することがあります。本物の専門家は、長期的に顧客と共に成長を目指します。

6. 人事に関する全体観を持っている

採用は一時的な問題解決ではなく、企業全体の人事戦略や教育、評価制度との一貫性が重要です。信頼される専門家は、採用を企業の成長戦略の一環として捉え、全体を見渡す視点を持っています。

例: 企業理念やビジョンに基づき、どのような人材を採用し、どのように育成し、評価するかという流れを理解し、適切なアドバイスを提供します。

7. 税理士目線で「紹介しやすい」専門家である

この本は、全国の税理士、金融機関職員、保険会社の営業マンなど、“採用のプロではないが”採用の相談をされる人向けに書いています。ですので、クライアント目線ではなく「税理士目線」で、紹介しやすい専門家の特徴を簡単に挙げていきます。

- ・税理士が安心できる行動をとってくれる（例：紹介の場に遅刻しない、正式な見積書を提示する、クライアントと業務委託契約書を交わしてくれる、など）

- ・税理士の役割を引き立ててくれる（例：税理士の株が下がるような発言をしない、人件費などお金に関しては税理士のアドバイスを積極的に取り入れる、など）

- ・タイムリーにハウレンソウをしてくれる（例：●●社長とお会いできました。1人目の応募がありました。△△社ですが、少し進行が遅れて困っています、など）

- ・クライアントが望む提案だけをする（NG例：特に話が出ていないのにいきなり評価制度

を作りましょうか?と提案する、など)

・顧問社労士がいる場合は、顧問社労士がやっている業務に手を出さないし、顧問社労士の評判が下がる言動をしない(ダメな例:顧問契約も取ろうとする、顧問社労士の評価が下がるようなことを言う、など)

- ・相談は、リアル、ZOOM、電話、どれでも対応してくれる
- ・クライアントとの顔合わせは、税理士の同席あり、同席なし、どちらにも対応できる
- ・レスポンスが早い
- ・推進力がある(社長に決断力がない場合、社長の背中を押せる)

といったところでしょう。では次に、よくある「専門家を装う素人」を見ていきましょう。

4. もっとも怖いのは「専門家を装う素人」

国家資格があれば専門家?

社会保険労務士、キャリアコンサルタント、中小企業診断士など、人事系の国家資格を持っている人に相談する税理士も多いですが、彼らが皆、採用に詳しいと思っははいけません。おそらく彼らの7割以上は「採用を体系的に学んでいない(なんとなく知っている)」と言えます。

注意点: 資格だけで専門家を選ぶと、表面的なアドバイスに終わり、問題が根本的に解決しないことが多いです。資格は参考にはしても、実績や実際のアプローチが重要です。資格者に対しても、考え方、ノウハウ、実績などは、詳しく確認してください。

「やり方」の事しか言及しない

断言しますが、活躍する社員を採用したり、定着させるなら、やり方(どの媒体にどう書くか、どう出すか?)よりも「あり方(企業の理念や文化、社長自身がどんな職場を作りたいのか)」のほうが重要です。

にもかかわらず、専門家を装う素人は、求人媒体の選び方や応募者へのアプローチなど、テクニックの部分にしか言及せず、企業の「あり方」にはほとんど触れません。

見極めポイント: 「どの媒体を使えばいいか」などの表面的な事ばかり言う人は要注意です。逆に、「社長が大切にしている価値観」「社員にどんな環境で働いてほしいか」を重視し、企業理念やビジョンを引き出そうとする人こそが、信頼できる専門家です。

100%の成功を約束します！

採用や定着には多くの要因が絡んでいますが、「必要な人材が100%とれますよ」と言い切る人は信用できません。採用は市場、競合他社、応募者、経営者の本気度など、コントロールできない要因が多いため、成功を100%保証することは不可能なのです。

見極めポイント: 信頼される専門家は、成功の可能性を上げるための具体的な施策を提案しますが、100%の成功を約束することは絶対にありません。

フォローアップが不十分

- ・ 応募が来たら採用担当者はどう動くべきか？
- ・ 履歴書の何を見るのか？
- ・ 適性検査はどうするのか？
- ・ 内定通知はどのタイミングで、どう伝えるのか？
- ・ 入社前にやるべき事は？
- ・ 入社後にどんなフォローをすればいいのか？

など、定着のためにやるべきフォローは数えきれないほどあります。「応募数」をゴールとし、応募後のフォローをやらない（できない）人も多いですが、経営者が望むゴールは、「採用した社員の定着と活躍」です。その意識がない人には、依頼すべきではありません。

重要なポイント: 経営者を甘やかす事と、必要なフォローをする事は全く異なります。経営者への厳しさ（愛情）と、フォローの気持ちを併せ持った専門家に相談してください。

経営コンサルタントなら安心？

最近たまに聞くのは、「経営コンサルタントが採用も支援する」というパターンです。ただ、採用「も」やっている程度なので、支援の内容を具体的に聞くと、「これでは成果が出ないだろうな・・・」と覚えることがほとんどです。

それでも、「当社を知ってくれている経営コンサルタントだから」という理由で信じる経営者も多いので、著者としては非常に複雑な想いです。

以上、資格や表面的な実績に惑わされず、真の専門家を選ぶことが大切です。次章では「信頼される専門家」を見極める方法について解説します。

5.本物かどうかを見極める方法

専門家が本物かどうかを見極めるためには、適切な質問が重要です。以下の質問を通じて、専門家の信頼性を確かめましょう。

見極め質問①「●●さんの採用支援って、いつもどんな流れでやってるんですか？」

企業の状況に応じたカスタマイズは重要ですが、プロなら「基本の型」を持っています。「基本の型」について、スラスラと自信をもって話せるかどうかをチェックします。

- **良い解答例:**

「まずは企業の現状をヒアリングし、採用すべき人材像を明確にします」

「企業の強みや文化に合わせた求人原稿を作成し、応募者対応や面接の準備もサポートします」

「定着率を高めるため、ルール整備や研修の見直しも行います。」

- **悪い解答例:**

「まったく決まっていないですね」

「まず求人メディアに投稿して応募者の反応をします。あとは、企業の判断にお任せする感じです。」

見極め質問②「なんて書いたら、応募が来ますか？」

多くの方が気にする質問ですが、実は本質的なところは別にあります。何を書くかは、「企業がほしい人材が誰なのか？」が明確でないと書けません。

- **良い解答例:**

「何を書くかを決めるために、ほしい人材を明確にすることから始めます」

「即答はできません。企業の理念や、ほしい人材がどんな人か、ヒアリングが必要です」

- **悪い解答例:**

「○○○というワードが人気です」

「△△っぽい見せ方をするのがトレンドです」

見極め質問③「●●さんの支援で、うまくいった事例を教えてください」

この質問では、過去に実際に採用を成功させた事例があるかどうかを確認します。成功事例

を持っている専門家は、自信を持って具体的に話すことができるはずです。

- **良い解答例:**

「●●●という課題があったのですが、採用戦略を見直したことで、●か月にマッチする人材△名から応募がきました。」

「過去2年間応募0から、2ヶ月で応募9名、採用3名にいたりました」

- **悪い解答例:**

「特に具体的な事例はありませんが、どの会社でも同じように成功しています。」

ここでのポイントは、なるべく数値で確認することです。

見極め質問④「求人原稿を書いた後のフォローもやっていますか？」

採用は原稿をアップして終わりではありません。信頼できる専門家は、求人原稿を書いた後も丁寧にフォローします。

- **良い解答例:**

「社長と定期的に面談をし、進捗確認や改善策について話し合います」

「社長から質問があれば、すぐにアドバイスしています」

- **悪い解答例:**

「原稿を書いた後は特に関与していませんが、必要ですか？」

見極め質問⑤「どんな企業でも同じ方法で結果が出ますか？」

一つの方法がすべての企業に当てはまるとは限りません。専門家が企業の個性を尊重し、柔軟に対応できるかを確認します。

- **良い解答例:**

「企業の業種や社風を踏まえて、最適な方法を提案します」

- **悪い解答例:**

「どの企業でも同じやり方でうまくいきます」

見極め質問⑥「紹介しても、請けてもらえない事もありますか？」

あなたもそうだと思いますが、内容によっては依頼を請けられない（断る）ケースも当然あ

るはずですが。断る基準をどこに置いているのかで、その専門家の信念、本気度が見えてきます。

良い回答例

- 「本気でない経営者は、支援することが難しいと思います」
- 「とにかく安い業者を探している、というお客様は向かないと思います」
- 「必ず断るわけではありませんが、職種が●●の場合は、慎重に判断しています」
- 「自分にできない支援（SNS代行）を希望された場合は、他の専門家を紹介しています」

悪い回答例

- 「まったくありません！」
- 「誰でも大丈夫ですよ！」

良い専門家は、「中小企業の課題解決」に向かっています。一方、悪い専門家は「自分が仕事（報酬）をもらう事」に重きを置いています。

これら6つの質問を通じて、専門家が本物かどうかを見極めることができます。最後に、税理士と専門家が連携して、成果を出した事例を3つ、確認していきましょう。

6. 税理士と専門家の連携事例

1. アパレル業 A 社の事例

・ビフォー（専門家を紹介する前）

アパレル業 A 社では、営業職の応募が過去 2 年ゼロで、先行きが不安な状況でした。経営者から相談された税理士は、A 社に採用の専門家を紹介しました。

・アフター（専門家を紹介した後）

専門家は、ヒアリングを通じて、A 社の潜在的課題、潜在的魅力を引き出しました。特に A 社には「オタクが多い」事が分かったため、うまくアピールし、競合他社との差別化に成功。2ヶ月弱で応募9名、内定4名と、合う人材からの応募が集まる企業になりました。

2. 医療法人 B 社の事例

・ビフォー（専門家を紹介する前）

医療法人 B 社では、紹介会社に年間 2,000 万円の紹介手数料を支払って、ドクター、看護師

を集めていました。ところが、紹介された従業員の大半が早期退職し、紹介手数料が垂れ流しになっている状況でした。

・アフター（専門家を紹介した後）

専門家はB社の潜在的課題を見つけるため、経営者と従業員数名にインタビューを行いました。結果、B社にハラスメントが根付いていること、ルールが明確でないこと、ほしい人材が不明確なことなど、多くの課題が見つかりました。

経営者のあり方、考え方と、働くルールを抜本的に見直したうえで、求人原稿を大幅修正。入社後のフォローや、新人教育についてもプログラムを作りました。結果、スタッフの定着率が大幅に改善し、採用コストは10分の1に減りました。

3. 製造業C社の事例

・ビフォー（専門家を紹介する前）

製造業C社では、熟練技術者が次々に退職し、人材不足に悩んでいました。新規採用も思うように進まず、業務が停滞。求人広告にお金をかけても応募者の質が低く、採用にコストがかかるばかりでした。

・アフター（専門家を紹介した後）

税理士が紹介した採用専門家は、労務面にいくつかの課題、リスクを見つけました。C社の社長も実はそこに悩んでいて、まずは「労務改善プロジェクト」を進めることになりました。

労務面の改善に目処がたった頃、ほしい人材を明確化したうえで、求人内容を大幅修正。採用基準や適性検査についてもアドバイスをした結果、3ヶ月で複数の技術者を採用。これによってC社の生産性が向上し、業務がスムーズに回復しました。

おわりに

本書を手に取りお読みいただき、誠にありがとうございます。『採用と定着（ヒトの問題）』は、おカネの問題と同様、いつの時代も企業にとって最も重要なテーマの一つです。

その解決策を、あなたが「専門家との紹介」という形で企業に提供できれば、クライアントとの信頼関係をさらに深める大きな機会となるでしょう。

この分野で成果を出せるのは、単なる有資格者ではなく、実際に経験と成功事例を持つ専門家です。クライアントにとっても、紹介するあなたにとっても、共に成長できるパートナーシップを選んでください。近くの社労士に聞いてみるのもよし、ネットで探すのも良いと思います。

そして、私で良ければ、ぜひ先生方のお話を聞かせてください。

当社のミッションは「雇用のミスマッチを0にすること」です。信頼を築くのはいつも人です。企業を支えるパートナーとして、全力でサポートいたします。共にクライアントの成長を支え、長期的な成功に向けて協力できれば幸いです。

採用定着のこと、人事に関すること、ぜひ気軽にお問い合わせください。

・お問い合わせフォーム

<https://x.gd/p6nkL>



【 読者限定 】プレゼントのご案内

最後まで読んでくださったお礼代わりに、先生方にプレゼントを贈ります。採用定着の全てが載っているわけではありませんが、より具体的な内容（どういう順番で、何をやるか？）が書かれています。必要な方は、お問い合わせフォームよりご請求ください（郵送かメールでお送りします）。

・小冊子「30人以下の中小企業が求人広告なしで定着人材を採用する方法（約80ページ）」
小冊子を希望される方は、後述のお問い合わせフォームのURLかQRコードを開いて、チ

ェックを入れてください。

小冊子の目次

第1章：3年後のナンバー2を今から採るべき理由

日本の成人数は、どんどん減っている
従業員300人未満の中小企業の採用は厳しい
コロナ後でもリーマンショック後の2.5倍の求人数がある
みんな「緊急かつ重要」な採用ばかりして失敗している
やるべきは「重要だけど緊急じゃない」採用
「3年後の組織図を書く」のがナンバー2採用の近道
1つ1つ課題を解決すれば、「3年後のナンバー2」は採用できる

第2章：「採用コストが高い」の解決策

ハローワークで人が集まらない理由
「人材紹介」と「求人広告」は高い
一番求人が集めやすい媒体は〇〇
「Indeed×自社採用サイト」が最強である理由
自社採用サイトとIndeedを自動連係できるシステムもある

第3章：「応募が来ない」の解決策

知らない会社には応募しようがない
「検索結果=競合先（採用のライバル）」であると認識すべき
漠然と「いい人が欲しい」では集まらない。ペルソナ設定をすべき！
採用ペルソナ（どんな人がほしいか）の設定手順
①今の従業員が辞めずに働く理由を見える化する
②具体的に書き出してみる
求人票は「求職者との最初の出会い」
「急募」と書いていませんか？「求職者目線」が大事な理由
応募が集まる求人原稿テンプレート
求人原稿のポイント①：とにかく具体的に！
求人原稿のポイント②：検索されるキーワードを入れる
求人原稿のポイント③：「Why」から始め心を動かす

第4章：「面接に来てもらえない」の解決策

応募がきたら〇分以内に電話すべし！
電話がつながらなかった時の効果的な対策
電話もショートメッセージも、連絡が取れない場合の対処法

再度の電話がかかりやすい時間
人材紹介会社が当たり前にやっている「掘り起こし」
応募者が来てくれる面接日程とは
未経験者の採用の場合
経験者の採用の場合
面接の案内状を送付しよう
面接案内状に書くべきこと
面接のリマインドは〇日前にすると効果的
面接当日、5分前に応募者が到着しなかったら電話しよう
面接会場を分かりやすくしておく
既存スタッフも歓迎ムードで迎える
面接会場も整えておく（特に照明やエアコン）
少し待たせてしまう場合用に「会社のパンフレット」を置いておく
応募者に飲み物を出す

第5章：「面接のやり方が分からない」の解決策

面接は異常な空間であることを認識しよう
面接官も身なりを整えるのがマナー
「圧迫面接」は昭和の価値観。令和は「〇〇面接」
圧迫面接がNGな理由
令和の時代は「ファン化面接」
応募者をファンにする面接の流れ

- ①アイスブレイク
- ②面接の流れを説明
- ③面接官の自己紹介
- ④会社説明・募集の背景の説明
- ⑤応募者の理解度を確認
- ⑥応募者が当社に貢献できる理由を聞く
- ⑦応募者のビジョンや目標を確認
- ⑧履歴書・職務経歴書で気になった点を確認
- ⑨（通過させたい応募者について）ビジョンを共有

面接1回で内定を出すのはNG！別日に条件面談を
面接が1回なら、面接前後に案内役社員がフォローする
面接を2回に分けて行う場合
東証1部上場企業もやっている！面接後のフォロー
結果を伝えるタイミングと見送る際の気配り

第6章：「内定を辞退される」の解決策

結果は早く伝える。でも「内定」とは言わない

条件面談を行う

給与を伝えるとともに、入社後の「道筋」を伝える

面接で良かった点を伝える

一緒に働くスタッフも紹介しておく

在職者の入社タイミングの調整は要注意

「仮に内定が出たら、入社していただけますか？」と探る

応募者が悩んでいる場合の対処法

「いつまでも待ちます」はNG！正しい内定の出し方

在職者に内定を出すときに必ずやるべきフォローとは

第7章：「すぐに辞めてしまう」の解決策

新入社員をフォローすべき4つのタイミング

入社初日にすべきフォロー

①新人の挨拶を先輩がバックアップする

②会社の独自ルールを説明する

最初の休日前にすべきフォロー

①環境変化へのフォロー

②仕事の困りごとが無いかの確認

③休日はリフレッシュできそうかの確認

入社1ヶ月目にすべきフォロー

前職との比較での改善点も聞いてみる

入社3ヶ月目にすべきフォロー

新人は「ほめる」事が定着への近道

(以上)

●著者プロフィール

泉 正道 (いずみ まさみち)

C & P いずみ社会保険労務士法人 代表

特定社会保険労務士、採用定着士®、キャッシュフローコーチ®、聴くプロコンサルタント®

1980年福岡県生まれ。国立高専に入学するも、人間関係などの理由から6ヶ月で退学、最終学歴は中卒。その後10以上のアルバイトを経験。26歳で就職した会社がブラック企業だった事を機に、「労使ともに幸せにできる社労士」を目指す。

社労士事務所、税理士法人での勤務を経て、2019年に独立。全国の中小企業（従業員5名～300名規模）の、ヒトに関する課題解決に取り組む。

現在では、コーチングや心理学の知識を生かして、考える共感人材の採用支援、幹部会議のファシリテーション、研修講師など、中小企業の良きパートナーとして支援を続けている。

●電子書籍（Amazon kindle）

・考える共感人材シリーズ 第1弾

「優秀な人材が長期定着する、“考える共感人材”の集め方・育て方」

<https://x.gd/5bKRI>

・考える共感人材シリーズ 第2弾

「優秀な人材が長期定着する、“考える共感人材”の集め方・育て方」

<https://x.gd/qHPL1>

・助成金の本質、リアルが知りたい税理士さん向け

「助成金 社労士が経験したリアルな不支給事例 7+11」

<https://x.gd/ULjzA>

C & P いずみ社会保険労務士法人

兵庫県姫路市北条宮の町287番地6 ANGELO北条703号

TEL : 080-3404-6857

・C&P 採用定着研究所

<https://sites.google.com/view/himeji-saiyouteichaku/home>



・泉正道 SNSまとめページ

<https://lit.link/izumisr>

本書の一部または全部を無断で転載、複製、インターネット上に掲載すること、および有償、無償にかかわらず本データを第三者に譲渡することは、法律により禁じられています。