

採用弱者の戦い方

〈4〉求職者にアピールする「給与」

【はじめに】給与は大事な要素だが、求職者は「総合的」に判断する

求職者へのアピールで「給与」は重要な項目であることは間違いありません。ただ給与は働く方にとって、必ず目が行く項目ではあるのですが、求職者の考え方、置かれた状況によって、誰にとっても、一番大事かと言えばそうではありません。「給与が一番ではない」は分かっている、会社側は、応募が低調だと、すぐに「給与が低いから反応が悪いんじゃないか」となりがちです。

しかし、応募が芳しくないのは「給与だけの問題」ではないことが多く、給与以外の項目や求人原稿自体の表現力など、求人者の「総合力」が現時点で求職者に響いていないのです。求人者の「引き」の総合力を上げることを意識して、各項目のアピールの底上げを、今回から3回に分けてお話しします。今回は「給与」です。

「給与」の見せ方は、書籍、ネット等、採用関係のセミナー等、多くの情報が方々に出ています。大体のことはご存じの方も多いかと思えます。そこで、今回は、私が採用コンサルの場面で行う少し変わったアドバイスを紹介します。「その点気づいていなかったです」と言われる方が多いです。

あなたにとっても良い気づきがあるはずですよ。

【1】アピールより「分かりやすさ」
「疑問を抱かせない」

【2】給与幅が広いなら求人原稿を「分ける」

【3】業界によって違う（求職者の）給与の「感覚」を意識する

【1】アピールより「分かりやすさ」
「疑問を抱かせない」

今回のテーマは「求職者にアピールする給与」ですが、「アピール」と言う「大げさに盛って表現する」「言葉巧みに目立たせる」と思われる方がいます。もちろん、そういったことも文章テクニックとして使うときもあります。ただ、それより大事なことは、「求職者に分かりやすく表現」することと、「疑問を抱かせない」原稿づくりです。

【表】給与の表示比較例

A社	月給26.5万円
	賞与（年2回合計）5.5ヵ月
B社	月給30.0万円
	賞与（年2回合計）3.0ヵ月

例です。表のA社とB社を見て、「年収」だけ考えたとき、どちらが「多い」と分かりますか。答えは、A社です。A社がB社よ

採用編

- ✓(1) 「弱者」が押さえるべき3つの大前提
- ✓(2) 採用弱者の「自社の強み」の見つけ方
- ✓(3) 求職者の目に留まる求人票作成のコツ
- ✓(4) 求職者にアピールする「給与」
 - (5) 求職者にアピールする「労働時間・休日」
 - (6) 求職者にアピールする「職場環境・福利厚生」
 - (7) 「ハローワーク」の賢い使い方
 - (8) 「ネット求人」の賢い使い方

面接編

- (9) 採用成功率が上がる履歴書の確認ポイント
- (10) 入社後の活躍人材を見極める面接質問法

入社前後編

- (11) 採用率を上げるためのフォロー（採用者・不採用者）
- (12) 早期離職を防ぐため、必ずすべき対策

り年額で13.75万円多いです。この場合、年収額までこの例で記載すれば、すぐに分かったはずですよ（A社463.75万円 B社450万円）。A社が「年収は高い」と分かりました。

すると求職者は次に疑問を持ちます。A社は「賞与が毎年支給されるだろうか…」「賞与5.5ヵ月が、MAXの値なのか、固定値の最低ラインなのか…」「業績に応じて、毎回、変動するのか…」などです。求職者の疑問に先回りして、答えを示すのが良い原稿です。またありがたいのですが、給与は同業より多いものの、実は年間休日日数が少ない、有休の消化率が悪い、などで入社後にトラブルがあります。

「分かりやすい」「疑問点が少ない」給与表記は、それ自体が、誠実という「強いアピール」です。給与も、予定年収で表示したり、あるいは労働時間ではなく拘束時間も含めた「時給表記」も行うと、他社との給与の差別化になります。

【2】給与幅が広いなら求人原稿を「分ける」

給与表示で、例です。「基本給300,000円～500,000円」の表記はよくありますよね。求職者は「下限」（この場合300,000円）を見て、

福留 文治 (Fukudome Fumiharu)<https://sr-saphir.or.jp>

鹿児島市出身。同市在住。特定社会保険労務士。社会保険労務士法人サフィール共同代表。社会福祉法人(介護事業) 在職中の平成16年に社労士登録。企業の総務人事を約12年経験。平成25年独立開業。これまで受けた労務相談件数は1万件超。職場の労働問題予防・解決、採用定着支援を得意としている。

著書に『職場の問題・トラブル77の解決法』(ファストブック)、『採用がうまくいく社員100人までの会社がやっていること』(かんき出版)(ともに「共著」)がある。

▶モットー「多弁より一文、法律より現状、説得より納得、解決より予防、優秀より実直」



自らが「必ず貰える給与額」と判断します。そのため、採用コンサルでは顧客に「下限を意識してください」と伝えます。

そしてもう一つ、ここが大事です。下限(300,000円)と上限(500,000円)と給与額の開きが大きい場合、本当にその通りだったとしても、求職者が、怪しさを感じ、敬遠します。

この「怪しさ」「敬遠」を払拭するのに、簡単な方法は、求人をつけることです。給与額に開きがあるということは、同じ正社員、職種でも、経験、技能等に違いがあるはず。それなら、別の求人として、求人原稿、職種を分けて作成すべきです。

例えば、未経験者向きなら基本給300,000円～350,000円で表記した求人票を作成。経験者向きなら、400,000円～500,000円として、2つ原稿を作ったほうが反応はよくなります。また、1つより2つのほうが、「求人」の露出は上がるうえ、それぞれの求人票の求人ターゲットも明確になり応募がしやすくなります。未経験者用の求人原稿の備考に「経験者用求人も別にあります」などと一言入れてもよいでしょう(逆もあり)。1つの求人原稿に、「未経験者歓迎」と書きつつ「経験者優遇」と書かれていると「本当に欲しいのは、どっち？」と疑問も持たれま

す。今回は「経験の有無」で上限下限を考えましたが、インセンティブ(歩合)だったりもするでしょう。「能力差」で給与額に開きがあるなら、求人票を分けたほうが、求職者の納得感も上がります

【3】業界によって違う(求職者の)給与の「感覚」を意識する

以前、美容室の経営者と夏の賞与の話をしていたときです。こう言われました。「(福留)先生、うち(美容室)の社員というか業界の傾向なのかな、賞与を貰うという感覚がないんですよね」。(美容室)業界の傾向として、指名料など歩合給で月々還元することが多く、賞与は低額あるいは「なし」も珍しくないです。そのため「賞与の感覚が希薄なのでは」とのことでした。もちろん、これは会社、地域によって異なるでしょうが、業界・職業によって、「給与、賞与の考え方が異なる」を強く感じた一件でした。

他の例です。運送業界では、早くお給料が頂ける週給や日払いの制度を好む方もいます。また、走った(乗車した)数で給与が変動することが多いので、逆に一定の固定給を用いると、ドライバーの方のウケが良かったりします。

医療・福祉では、ほとんどの職員が専門資格を有しているので、

その資格そのものの価値を認め「手当」を支給すると、本人のプライドを満足させられるため、目を引きやすい給与アピールとなります。

単に、給与の金額の高低だけではなく、業界の感覚を意識して、決定過程、支給根拠、支給方法などをアピールするのもよいでしょう。

【まとめ】同業他社のリサーチ、比較は必ず行うべき

今回は、給与のアピールで、少し変わった見せ方についてお伝えしました。次回以降、別の項目についても取り上げますが、最低限の取り組みとして、「同地域の同業他社との比較」は必ず行いましょう。

本連載の第1回『弱者』が押さえるべき3つの大前提でお話ししましたが、「井の中の蛙」で「土俵にさえ上がっていない」と「募集」時点で他社と勝負することさえできません。他社の動向に振り回される必要はありませんが、事前リサーチはしましょう。もしライバル社があるならば、その会社の給与額を1円でもよいので、上回らしましょう。その上で求職者へ「給与アピール」を分かりやすく、疑問を抱かせないよう行うと良い反応があるはずです。