

連載 Vol.29

### 新卒採用の肝所

ラン・リグ  
代表取締役社長  
渡辺昇一氏



住宅業界マーケットの縮小、消費者ニーズの複雑化、異業種からの新規参入などを受けて、競争に勝つためのマーケティング活動が求められるようになってきました。業績アップを図るマーケティングの考え方は、人材採用活動にも生かせます。

# 採用活動成功のカギとなる「購買行動モデル」とは

## ポイント1 2つの「購買行動モデル」を知る

マーケティングの考え方で、お客様が物を買うまでの間に、Attention(注意)→Interest(興味)→Search(検索)→Comparison(比較)→Examination(検討)→Action(購買)→Share(情報共有)というステップを踏むという定説があります。

これを「AIDMA」といいますが、現代のインターネット時代における購買行動モデルに「AISCEAS(アイシース)」

というものがあります。Attention(注意)→Interest(興味)→Search(検索)→Comparison(比較)→Examination(検討)→Action(購買)→Share(情報共有)というステップです。

採用難の今は、応募者をお客様に見立てて、こうしたフレームを採用活動にも応用していく必要があります。

## ポイント2 「検索・比較・検討」「情報共有」の時代

採用活動で企業がまず行うのは、採用を告知し、対象者の注意を引くことです。そしてインターネットが発達した今は、そのあと採用対象者が「検索・比較・検討」し、実際に次のステップに進んだ後は「情報共有」=シェアするという行動が発生してきます。

採用媒体や合同説明会をきっかけに、興味を持った企業

のホームページなどを検索して情報を調べ、様々なポイントで同業他社と比較し、SNSなどでの口コミや他人の評価などを参考にして次に進むかを検討する。また、面談などに進んだ後にその内容や印象を仲間内やSNS上でシェアする。といった、マーケティング上で典型的な行動パターンをたどっています。

## ポイント3 「行動モデル」に沿った全体設計を

そこで、この行動モデルを意識した採用活動の全体設計が重要です。例えば、Search(検索)されていること

を意識して、採用HPを充実させる。Comparison(比較)されることを前提に、採用上の競合他社の採用条件や打ち出しをチェックし、そこより少しでもよく見えるよう改善する。

Examination(検討)されるため、ウェブ上の口コミやSNSでの打ち出しを工夫。Share(情報共有)されるために、よい口コミを回してくれるような仕掛けをつくる。

こうした、採用される側の視点で一つ一つ手を入れていく意識が現場にも経営者にも必要な時代です。競合他社より少しでも優れた人材を獲得するよう採用活動の全体設計を工夫することが、業績上の圧倒的な差につながります。

### ラン・リグ(東京都渋谷区)とは

「地域ダントツ化コンサルティング」を事業コンセプトに、地域密着ビジネスに特化した集客・営業・人材支援事業を手掛ける。設立11年で延べ350社、リフォーム・工務店・不動産・医療・大学・専門学校・学習塾・健康施設などクライアントは幅広い。

渡辺昇一社長は、15年間延べ8500人以上の新卒大学生の就職支援に関わった経験を生かし、さまざまな業種の地域ビジネスで培った横断的なノウハウを提供している。

ニュース・メーカー