

axis news

アクセスグループ

6

2023

COLUMN

採用に効く!?
ロコミと企業の取り組みについて



知りたいあれこれ Q&A

No.45 2024年問題 -36協定上限規制の猶予期間終了-

今月の助成金

No.7 両立支援等助成金 出生時両立支援コースについて



COLUMN

採用に効く!? 口コミと企業の取り組みについて

columnは、私が「日々お客様と接している中で感じたこと」「自社の経営について考える中で感じたこと」をコラムという形でご紹介させて頂く新しい企画です。

ぜひ、コーヒーを片手に気楽にご一読ください。



コラム執筆

アックスグループ代表 川人 広平



▶ axis talk



new

採用に効く!?
口コミと企業の取り組みについて



動画視聴はこちらから！
これまでの配信動画もご覧頂けます！

採用に効く!? 口コミと企業の取り組みについて

今回は採用の量と質についての話をしました。採用の量では主に採用の3点セット「求人票・ホームページ（採用ページ）・インスタグラム（以後、インスタ）」と、能動的な施策の話をしました。採用の質では採用の3点セットには何を載せていくのかということで、アピールポイントにもある程度のパターンがありますよねという話をしました。今回は採用の3点セット以外のところでも採用に効く部分があると考えていて、網羅的に全て話せるわけではないですが、思いついたものを話してみようと思います。

口コミが採用にも影響する!?

まず、Google 口コミというのがあると思いますが、これは集客にも影響しますが、採用にも影響すると思うんですね。Google 口コミってスマホやパソコンで検索したら、Google マップの下に星や口コミが何個か出てきますよね。「口コミを書く」と言ったら、だいたいGoogle の口コミに書くことが多いのではないかなと思うんですが、求職者の方々もそれを見ていると思うんですね。

口コミで評価がすごく低いと「この会社はちょっとやめようかな」って思ってしまうんですね。でも逆に、口コミでお客様から良い評価をもらえていると「ここに入りたいな」という確率が上がると思うんです。

割れ窓理論から学ぶ 口コミの集まり方

良い口コミは集めないと集まらないと思ってしまうが、悪い口コミは勝手に集まるんですね。

「割れ窓理論」というのがあって、昔、経営学が何かで習ったんですけど、ニューヨークとか、どこかの街に、車をしばらく置いておくとかどうなるかという話なんですけどね。ピカピカの車を置いておくと、1週間経ってもピカピカのままだんですが、窓にちょっとヒビが入っていると、1週間後には落書きされたり、ぶつけられたり、ゴミを投げ入れられたり、ボコボコになっているという、実験結果があったと思うんです。この理論でなんとなくわかる通り、窓にヒビが入っていると「雑に扱ってもいいんだ!」と思

われてしまい、人が雑に扱うようになります。それがどんなにエスカレートしていくということです。ピカピカのものはちょっと触りづらいですよね? だからピカピカのままだんです。

口コミも同じだと思っていて、最初の方に悪い口コミが入ってしまうと、そこから荒れやすくなり、放っておくと集まってしまうと思うんですね。でも良い口コミは放っておいても集まらないんです。ただ、良い口コミがちゃんと集まっているとピカピカの車の状態を保てるのではないかな。つまり悪い口コミが入りにくくなって、良い状態を保っていきやすいのかなという風にも思うんです。

割れ窓理論イメージ



口コミ頼だと、どんな口コミが採用に効く? お客様が喜ぶ仕事で自分にもできることだと感じさせる

より良いのは「お客様に喜んでもらえるような良い仕事ができる」として、その仕事で自分でもできそうな内容だということですね。

例えば、社長のカリスマ性がないとできないようなことで、お客様からすごく感謝の声が届けるといのはもちろん良いんです。でも、これだと求職者は「これは自分が良い仕事できるというわけではないな」とみないな、良い会社なんだけど、「自分には何ができるんだろう?」という感じになっちゃうかもしれないですね。自分でもできそうな内容でお客様が感謝してくれて、良いコメントを書いているという状態が作れたら、「お客様が喜ぶ仕事で自分にもできそうだ」と感じさせること

ができるのではないかなと思います。そして、その機会を逃さないということです。口コミを集めると言っても別にサラ行行為とかそういう話ではなくて、満足していただけでいいようなお客様にお願ひしたら、良い口コミを書いてくれる可能性が高いですね。そういう時にちゃんとお客様に「良かったら口コミをお願いします」とお願いするということです。良い口コミを集めようとか気を配り、行動を起こすことで、口コミを集められるようになれば、従業員さんでもできるような仕事で、お客様から喜ばれているという状態を表現でき、集客だけでなく、採用にも効くものになるのではないかなと思います。

アクセスの事例 若手・新人によるご支援チームと連動した口コミ収集

アクセスの事例を出しますと、コロナでいろんな給付金が出た時に、その給付金の無料申請支援というのをしていたんですが、それはうちの若手や新人さんでもいっぱい勉強して何回も申請したら詳しくなることができるので、若手や新人さんのご支援チームというのを作って、そのお客様の申請支援をしていました。お客様に資料をリクエストして出してもらって、チェックして、入力フォームに入力して、お客様は確認をして申請ボタンを押せば、給付金が受給できるというように形にしていたんですけど、そこで、その給付金



が無事に入金されたお客さんに対して、良かったら口コミをお願いしますってお願いしたら快く書いていただきました(書いてくださった皆様、ありがとうございます!)。それは別にカリスマ税理士がいいとできないことではなくて、若手や新人さんでもできることで、尚且つお客さんが喜んでくれることだったという事で



それが会社の取り組みだったり、それに対する研修を行っていたり、LINE公式アカウントなどのツールを整えたりという環境整備によって、求職者の方々がこの会社に入ったら自分でできるという風を感じてくれ..たらいいかと思っています。



企業の取り組みは採用にも影響する!?

変化を身近に感じさせると安心感や今後の成長に繋がる

他には、例えば、YouTubeやっているとニュースレターというのを結構気合い入れて作っているとかですね。tiktokやってるでも良いんですけど、新しいことに取り組んでいる様子が外に対して見えると、それは採用にプラスになりやすいかなと思います。変化がない会社よりも、新しいことに取り組んだりして変化がある方が「安心感」や「これから成長していきそうな会社」という印象がつかずやすいかなっていう風にあります。

また、この話と似ているんですけど、アクティブな動きというのでも良いかなと思います。例えばラーメン屋さんと、常に商品の研究をして、試作を作って、「今月の期間限定商品はこれ!」というような新商品開発をしているようなお店があり

ますよね。そういうのってすごく仕事に対してアクティブなイメージがあると思うんですけど。その会社の姿勢、社長さんの姿勢として、そういうアクティブな動きが見える会社の方がそこで働いて楽しいというのもあるかもしれない、経営に対しての安心感が生まれますよね。社長の仕事に対するやる気がないよりあった方が従業員としても安心感を感じるんじゃないかなと思います。新商品とかじゃなくても新しい設備を導入したり、イベントやセミナーを開催したりとかですね。何らかのアクティブな動きというのをホームページやインスタ、あるいは抜粋して求人票にも載せたりという、求職者が見るところで表現していくとそのアクティブな動きというのが求職者にとってはプラスになりやすいのかなと思います。

インスタ事例



安心して働いてもらえるような環境作り



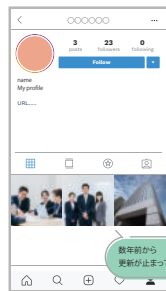
※四国名鉄運輸株式会社様_公式アカウントより引用

継続する姿勢は安心感や信頼感にも繋がる

インスタとかを運用する時に「継続すること」もとても大事だと思うんですよね。企業インスタでは3年前前に2個3個ぐらい投稿があって、そこから3年間何もなかったりというのが企業インスタあるあるなんです(汗)最終更新2019年とかになっているわけですが、そうすると逆効果かなと思うんです。いろいろ取り組みもしてるとんだけど、続かないだろうなって感じてしまうって求職者はそういう会社なのかなって思ってしまう、自分の知遇だったり、仕事に

対する不安を感じちゃうのかなと思うんです。でも、例えば週1でも月2とか、月1でも良いんですが、継続してって、例えば研修とかカリキュラムなどを売りにするのであれば、毎年その時期同じ研修をちゃんとやっていると、その研修の頻度がある程度高いとか、ちゃんと続いていることが伝わるとその会社に対しての信頼感や安心感というものに繋がっていくのかなという風に思います。

企業インスタあるある



数年前から更新が止まっている...



ホームページの「お知らせ」の情報が古い...

本当に大丈夫かな??

現状はどうなの?!

最後に

応募を増やしていくという意味ではまず採用の3点セットですねと書いたんですけど、それ以外の部分でも採用に対して影響を及ぼしているなと思うので、ツールでコーディネートしていく必要があるのかなと思います。そのお手伝いを企画広報支援では行っています。今言っているんな施策をどういう風に繋げるかというのを考えるのもひと手間かかりますし、実際にニュースレターをどういう構成で作るかとか、そもそも書くのも大変

だったりもしますよね。また、Googleのロコミをお願いするってどういう風にお問い合わせが良い?とか、QRコードを見せるものを作る必要があるのかなど、そういう施策の検討をしたり、制作物や準備物というのが出てくるので、そういうところは企画部員や広報部員がいた方がより進むと思うところがあると思います。それは企画広報支援をやっている中で、ご興味があればぜひ相談いただけたらと思います。



知りたいあれこれ

Q & A

経営にまつわる様々な疑問を解決する「知りたいあれこれQ&A」
税務や労務に関することや今話題の情報までお客様に役立つ情報を発信していきます。

今月の講座

「2024年問題 -36協定上限規制の猶予期間終了-」(川崎 葉々子)

Q & A

No.44

2024年問題

- 36協定上限規制の猶予期間終了 -

Q. 36協定とは？

A. 正式には「時間外・休日労働に関する協定届」とい
い、1日8時間、週40時間の法定労働時間を超える時間
外労働及び休日労働をさせる場合に、この協定書を労働基
準監督署へ届けることが義務付けられています。

Q. 36協定上限規制の猶予期間終了とは どういうこと？

A. 36協定で定められている時間外労働の上限は年720時
間であり、これを超えることはできません。
ですが、建設業や運送業の一部では長時間労働が常態化してい
るという背景から、先ほど述べた上限規制適用が5年猶予され
ていました。しかし、2024年4月1日から猶予期間が終了し建
設業や運送業でも上限規制が適用されるようになります。
つまり、来年の4月以降も現在と同様の長時間労働をさせ、上
限規制に違反した場合には他業種と同じように罰則が科せられ
ようになってしまう。
上限規制適用により、働く時間が制限されることから運送業
では会社側の売上・利益減少やドライバーの収入減少・離職など
の問題が生じる可能性もあると懸念されています。

Q. 労働時間の上限を超過しないための 対策とは？

A. まずは従業員の正しい労働時間を把握することが
とても重要です。勤務形態や給与体系が複雑になって
いるケースも少なくないため、勤怠管理システムを導入
し労働時間を管理することが効果的です。
その他にも、一人あたりの労働時間が長くないために従業
員の確保に取り組む必要もあります。週休2日制の導入や有給
休暇の取得促進、キャリアパスの明示、女性・高齢者にも働き
やすい職場づくりなど労働環境の改善も重要です。人手を確保
するためには魅力ある職場づくりがカギと言えます。

労働環境をすぐに変えることは難しいので、2024年に向けて
今から取り組んでいかなければなりません。具体的に何から始め
たら良いかわからないという事業主さんも多いかと思いま
す。労務に関することでお困りでしたら、ぜひ、アクセスへご相談
ください。

LINE公式アカウント

税理士法人アクセス

アクセスでは、それぞれの顧問先様に合わせて検討をし、ご提案しております。
初回は無料でご相談承っておりますのでお気軽にお問い合わせください！
また、弊社ではより多くのお客様に必要な情報をタイムリーにお届けするため
LINEの公式アカウントを開設しております。LINE検索で「税理士法人アクセス」
と入力していただくか、右のQRコードからご登録いただけます！



私が紹介しました！



川崎 葉々子

人事労務部 スタッフ

主に、顧問先様の社会保険・雇用保険等の手続き、給与計算代
行業務を担当。仕事を通じて自分も学びながら、顧問先様の有
役に立てよう日々奮闘中です。

お問合わせはこちらまで

アクセスグループ

088-631-8119

今月の助成金



今月の助成金のテーマは…

両立支援等助成金 出生時両立支援コース

- 子育てパパ支援助成金について -

このコーナーでは各所より提示される様々な助成金や補助金、支援金などを毎月ご紹介していきますので、皆様のお役に立てれば嬉しいです！

両立支援等助成金

- 出生時両立支援コース(子育てパパ支援助成金)について -

両立支援等助成金(出生時両立支援コース)とは？

この助成金は、男性労働者が育児休業を取得しやすい雇用環境整備や業務体制整備を行い、育児休業を取得した男性労働者が生じた中小企業事業主に支給されます。

01 第1種(男性の出生時育児休業取得)

◇ 支給額

20万円

代替要員加算 20万円(代替要員を3人以上確保した場合には45万円)
育児休業等に関する情報公表加算 2万円

◇ 主な要件

- 育児・介護休業法に定める雇用環境整備の措置を複数行っていること。
(育児休業研修、相談体制、事例提供、休業取得方針の周知など)
Point▶対象男性労働者の育児休業開始前日までに、原則として2つ以上行っていることが必要です。
- 育児休業取得者の業務を代替する労働者の、業務見直しに係る規定等を策定し、当該規定に基づき業務体制の整備をしていること。
- 男性労働者が子の出生後8週間以内に開始する連続5日以上の育児休業を取得すること。
Point▶所定労働日が4日以上含まれていることが必要です。

<代替要員加算>

- 男性労働者の育児休業期間中の代替要員を新たに確保した場合が該当します。
Point▶妊娠の事実を知った日以降の新たな雇入れまたは派遣でなければなりません。

<育児休業等に関する情報公表加算>

- 自社の育児休業の取得状況(男性の育児休業等取得率、女性の育児休業取得率、男女別の育児休業取得日数)を「両立支援のひろば」サイト上で公表した場合が該当します。

◇ 支給申請期間

要件を満たす育児休業終了日の翌日から
起算して2か月以内



【両立支援のひろばウェブサイト】
厚生労働省・両立支援のひろば
ウェブサイトもご覧ください。
右のQRコードよりご覧いただけます。



◇ 支給額

1 事業年度以内に30ポイント以上上昇した場合： **60**万円

2 事業年度以内に30ポイント以上上昇した（または連続70%以上）場合： **40**万円

3 事業年度以内に30ポイント以上上昇した（または連続70%以上）場合： **20**万円

◇ 主な要件

- 第1種の助成金を受給していること。
- 育児休業を取得した男性労働者が、第1種申請の対象となる労働者の他に2人以上いること。
- 第1種の申請をしてから3事業年度以内に、男性労働者の育児休業取得率（%）の数値が30ポイント以上上昇していること。または第1種の申請年度に子が出生した男性労働者が5人未満かつ育児休業取得率が70%以上の場合に、その後の3事業年度の中で2年連続70%以上となったこと。

$$\text{男性労働者の育児取得率} = \frac{\text{ある事業年度において育児休業を取得した男性労働者数}}{\text{ある事業年度において配偶者が出産した男性労働者数}}$$

＜注意事項＞

法令に則した育児・介護休業規程を作成していること、一般事業主行動計画を作成・届出していることが必須となります。

※「一般事業主行動計画」とは、企業が従業員の仕事と子育ての両立を図るための雇用環境の整備や、子育てをしていない従業員も含めた多様な労働条件の整備などに取り組むに当たって、計画期間、目標、目標達成のための対策及びその実施時期を定めるものです。

詳しくは右下のQRコードからご確認ください。

◇ 支給申請期間

要件を満たす事業年度の翌事業年度の開始日から
6か月以内

【厚生労働省ウェブサイト】

厚生労働省ウェブサイト一般事業主行動計画の策定・届出等についてをご覧ください。
右のQRコードよりご覧いただけます。



私が紹介しました！



大島 郁美

人事労務部 スタッフ

建設会社にて人事担当を経験後、社会保険労務士法人アクシスに入社。より専門分野を深めていけるよう、日々勉強中。皆様のお役に立てるよう精進してまいります。

お問い合わせはこちらまで

アクシスグループ

088-631-8119