



MMPG 医業経営 Journal

発行 メディカル・マネジメント・プランニング・グループ TEL03-6721-9763(代) FAX03-6721-9764 <https://www.mmpg.gr.jp>

【キーワード】 人材採用

人手不足時代に対応する スタッフ採用「攻めの戦略」

現役世代の減少に伴い、人材採用は年々厳しくなっています。実際、従来型の採用手法だけでは人材確保が難しくなっています。そこで、医療機関側から積極的に働きかける「攻めの採用戦略」について、株式会社アイリスプランナー代表取締役で医業経営コンサルタントの奥野美代子氏に解説してもらいました。

待っていても人は来ない 採用は「攻め」の時代に

医療機関における人材採用といえば、ハローワークや求人情報サイト、求人誌への広告出稿、人材紹介会社の利用などが一般的でした。しかし、業界を問わず人材が不足するなか、もはや「求人広告を出しておけば応募がくる」ということは期待できません。そこで最近では、こうした「待ち」の採用から、医療機関側が求職者やその予備軍に対して積極的に働きかけていく「攻め」の採用に力を入れるところも増えてきています。そこで最初に、主な「攻め」の求人手法を紹介します。

【ダイレクトリクルーティング】

データベースにある、転職等を検討している人材の職務履歴書や経歴書を読み、欲しい人材にスカウトメールを送るなどのアプローチを行う採用方法です。

従来型のスカウトとは違って、医療機関の採用担当者が、登録されている人材のなかから自院に合う人材の検索や対象者に合わせた

スカウトメールの作成などを行う必要があります。そのため、採用担当者の負担は大きくなります。ただ、候補者とのコミュニケーションを重ねることで相互理解を深めることができるため、一般的な面接よりもミスマッチは少ないと考えられます。

ダイレクトリクルーティングの代表的なサイトとしては、ビズリーチ、ジョブメドレーなどがあります。なお、前者は月額利用料+成功報酬、後者は完全成功報酬型です。その他のサービスも支払い方式はだいたいこの2つになります。採用時の報酬単価が高い人材紹介や対象外の人にも幅広くアプローチする求人広告と比べて、ダイレクトリクルーティングは対象を絞った人材にのみ働きかけるため採用コストは低くなる傾向があります。

【ソーシャルリクルーティング】

X(旧Twitter)やFacebook、InstagramなどのSNSを活用して行う新しい採用手法です。これらSNSは通常、自院の紹介や治療および検査、疾患の説明、日常風景、イ

ベント告知などの情報発信に使われています。こうしたSNSは、スタッフ募集などの人材採用の告知にも活用することができます。

SNSの公式アカウントからの情報発信なので低予算で行うことができるうえ、シェア機能を使って拡散させることも可能です。また、採用候補となる人のSNSへの投稿内容や書き込みなどを確認することで、その人の生活習慣や行動、趣味・嗜好など、面接や履歴書からは読み取れない人物像の見極めもしやすくなります。

販路開拓や情報収集、ビジネスパートナー検索などで利用されることの多いビジネスSNSの「LinkedIn」なども採用活動に有効です。こうしたビジネスSNSは、比較的高学歴者やエンジニアを含めた専門職の利用が多いのが特徴です。

なお、TikTokやYouTubeショートなどの1分間動画はWEBページ3600枚分相当の情報量があると言われています。こうした動画も積極的に活用すべきでしょう。

【リファラル採用】

自院のスタッフから友人や知人

などに働きかけてもらうリファラル採用も効果的な「攻め」の採用手法です。特に専門職の場合、養成校時代の同期や前職の同僚、職能団体や勉強会の知り合いなど個人的なつながりを持っているスタッフは少なくありません。

リファラル採用に協力してくれるスタッフが紹介してくる人材は当然、自院の理念やめざすもの、大切にしている価値観、必要とされるスキル、雰囲気合う人材のはずです。スタッフの紹介だけに「辞めさせにくい」というデメリットはありますが、「採用のミスマッチを防ぐ」という観点からも有効な方法だと言えます。

【ジョブリターン制度】

これは、配偶者の転勤や育児・介護などといったやむを得ない理由や、留学・転職などのキャリアアップをめざして退職したスタッフに働きかけるものです。

待遇面などを理由に他の医療機関に転職したスタッフの再雇用には、心情的に二の足を踏む経営者もいると思います。しかし、「戻ってきたい」ということは、転職先よりも働きやすい職場だからでしょう。そもそも「隣の芝生は青く見える」ものです。

再雇用者の場合、その人の人となりはある程度わかっているはずですし、相手も自院の理念や風土、仕事の進め方などを理解しているので教育コストを抑えることができます。また、転職先の同僚などをリファラル採用してくれるという可能性もあります。

何よりも「退職してももう一度戻

りたい」という場合には快く受け入れる」という実績は、「非常に間口の広い職場」「風通しが良い働きやすい医療機関」として、新規採用の際のアピールポイントにもなります。

便利かつスピーディなWEB応募活用の必要性

「攻め」の採用によるアプローチによって自院に興味を持ってくれた人に応募してもらうには、「ここで働きたい」と思ってもらう必要があります。その際に重要な役割を果たすのが、自院のWEBサイトやSNS、求人用のパンフレットなどのオウンドメディアです。

「攻め」の採用を行いながら思うような成果が上がっていないという場合、ここに問題があるケースが少なくありません。実際、「友人、知人に働きかけてほしい」という指示だけでは、具体的な行動は起こせません。求人用のパンフレットなども用意し、それをもとに動いてもらうといった仕組みが必要なのです。

もちろん、求職者によって「ここで働きたい」と感じるポイントは異なります。ただ、一般的に求職者は新しい職場に対して、「人間関係」「社風文化」「職務内容」「勤務時間」「教育研修」「成長評価」などが果たして自分に合うものかどうかについて不安を持っています。そのため、オウンドメディアには、経営者の考え方や医療機関のコンセプト、職場の雰囲気、ハラスメント対策、採用するポジションの職務と必要なスキル、教育研修体制、

人事評価、将来のキャリアなど、自分の求める環境かどうかの判断材料となるような情報提供が必要になります。

これら情報の見せ方としては、経営者や現在働いているスタッフのインタビューなどを活用するのが得策です。一日の大まかな仕事の流れや一緒に働いている人の様子が見えれば、そこにいる自分をイメージしやすくなります。

「攻め」の採用を推進するうえでは、応募のしやすさへの配慮も必要です。今や、求人応募はWEB履歴書を使ってスマホやPCで行うのが一般的になっています。そのため、自院や採用サイトから直接応募できる仕組みを用意しておかなければなりません。

なお、一昔前のように「履歴書郵送」とすると、応募は“激減”する傾向があります。また、求職者は自院以外への入職を検討している可能性があるため、応募から内定までスピーディな対応も重要です。

書類選考や面接のアポイントの連絡はもちろん、面接結果もできるだけ早く、遅くとも3日以内に電話、もしくはメールで連絡するようにしてください。今はとにかくスピードが大事であり、それにはWEB対応が不可欠です。

これら求人業務を効率よく行うためには、Indeed(インディード)などの採用サイトが提供している求人管理システムが便利です。面接日時や結果連絡などの応募者情報の履歴が一覧できるため、メールの見落としや連絡の抜け・漏れなどの防止にもなります。