

賢く使ってコスト削減!

# 効率的な求人広告の出し方とは?



採用には様々な手法があります。求める条件に応じたメリット／デメリットを理解した上で、賢く使い分けなければなりません。また、採用にかかる実費／時間的コストは甚大です。しっかり特徴を把握して効率よく優秀な人材を採用しましょう!

いよいよ手段の選別に!  
どこから着手して  
どう活用するか?

これらの手法は、一概にどれが効果的で、どれがダメというものではありません。それぞれのメリット・デメリットを把握してうまく使い分け、ときには組み合わせることでコストを削減しつつ、採用活動を行うことができるのです。

採用にかかるコストを  
把握しよう

看護師・歯科衛生士の採用にはかなりのコストがかかります。

日本医師会総合政策研究機構が出した『看護職員等の医療職採用に関する諸問題・アンケート調査の分析と考察』(2017年)によれば、看護師採用に際して人材紹介会社に支払うコストの平均は87万円と算出されています。

す。歯科衛生士は目立ったデータがありませんが、想定年収に換算すると70万円前後はかかるものと予想されます。

人材獲得予算は高額で経営圧迫の原因にもなります。そのため、「急募」や「ハイスケルの方」は人材紹介を活用しつつ、コストダウンのために求人広告やハローワーク、自社採用を併用させて全体コストを下げる、というやり方が最も良いでしょう。ある人材紹介会社担当者によると、「看護師は35万円/名、歯科衛生士は25万円/40万円/名程度で採用・定着できると悪くないでしょう」とのことです。また、採用には「時間的コスト」にも意識が必要で、応募選考→面接にかなりの時間を使ってしまうと、医師・歯科医師という「最も時間コストの高い人の収益機会」を失うことにも繋がります。「10名以上面接して一人も採用できなかった」ときは「人材紹介を最初から使用して、マッチする1名を採用したほうが安かった」ということにもなりかねません。本来、医師・歯科医師は「患者の診療にあたって時間」を最大化することが、経営上最も重要です。多角的な面から採用活動をとらえましょう。

●求人の種類を徹底比較!目的に応じた手法を取ろう!

	メリット	デメリット
紹介会社の活用	採用成功報酬型のため初期投資がかからない。また、面接調整などの時間コストをほとんど使わないのもポイント。	成功報酬は年収が相場。他の採用手法に比べて一人あたりの採用コストは高い。
求人広告への掲載	複数人数採用するときは、コストを抑えることができる。	求人広告の出来によって結果が左右されがち。採用に至らなくてもコストがかかる。
ハローワーク紹介	費用がかからない。	地域の公的機関のみの告知となり、優秀な人材の目に触れない可能性がある。
知人の紹介、SNS経由など自社採用	費用がかからない。事情をわかった上で入職する人が多く、定着の可能性が高い。	日ごろの運用の手間。急募に弱い。不採用時や退職時にトラブルになりやすい。

## 求人媒体で応募数を取るためのポイント

求人広告を出す際は、「どの媒体に」「何を掲載するか」の2点が重要で、

▼とらばーゆ  
1980年創刊(WEBは2007年)。早くから医療従事者向けのプランを用意しており最も実績があるが、競争率が激しいので内容を工夫しなければならぬ。

▼Indeed  
近年、急速に伸びている「検索エンジン型求人広告」。少額コストから掲載することが出来るため、コストコントロールがしやすい。

▼地域情報誌、地域新聞  
都市部はWEBが主流だが、地域によってはまだまだローカル媒体が効果的なことも

求人媒体へ掲載すると、求職者は必ず「他の求人と比較」します。他の医療機関の掲載内容も必ずチェックして差別化を図ることがポイントです。給

与、立地、院内環境、人間関係、働き方、診療内容、設備、など、「自分が転職者だったとき、他の掲載求人比べて胸を張れるポイント」に集中して内容を決定すると効果的でしょう。

## 人材紹介業者と付き合う際のポイント

選出を代行してくれることで、急募にもハイスケル保持者にも柔軟に対応できるのが「紹介会社の活用」です。しかし近年、医療機関からは「紹介を使ってもなかなか採用出来ない」という声が聞かれます。競争が激化していること、離職率が高いこと、紹介手数料の過度な値引きがあること、がその理由と言われています。

ここでポイントとなるのが「紹介会社との上手な付き合い方」です。紹介会社は当然のことながら「ビジネスになるところ」に積極的に良い人材を紹介してくれます。つまり、良い人材であればあるほど「求職者にとって魅力的な労働環境が整っており」「条件も良く」「離職率が低い」ところに優先的に紹介するので、人材紹介業者はいわゆる「オーダーを出せば商品を納品してくれる業者」とは異なります。担当者に自院の特徴を理解してもらい、マッチする

方がいればすぐに紹介してもらえる関係を築くように心がけましょう。もちろんここでも「他の求人比べて自院が優れている点を院長が理解していること」が役立ちます。

## 自社募集をもっと増やす際のポイント

リファラル採用、SNS採用は、コストがかからないので定期的な人員補充や、長期スパンでの採用に活用しましょう。ポイントとなるのは、以下の点です。

- ▼日々のSNS運用に積極的に乗り出して、しっかりとクリニックのアピールをすること
- ▼院内環境がわかるように、なるべく日常的内容を載せてギヤップを埋めること
- ▼クリニックの理念や思いなど、職場が目指していることをきちんと伝えること
- ▼日頃から職員へ「こういう人材がいれば紹介してほしい」とはっきり伝えること

また、採用コストを把握しておくには「お祝い金」「転職準備金」などを用意することも有効です。仮に直接応募者にお祝い金として10万円を渡しても、採用コストは十分に低コストに抑えられている算段となります。直接応募を増やすきっかけになるでしょう。

「紹介会社一本でお願いしよう」や「SNSだけで募集しよう」というのはおすすりできません。これらの手法のうちどれをやるか、ではなく「できることをすべて行って採用コストを抑える」ことが重要です。絶対に譲れないスキルを持った人材や急募案件は広告や人材紹介を、定期的な補充は計画立てて自社応募を増やす努力をすることによってコストを抑えましょう。

