WONDERLIZE INSIGHT

経営者と人事のための、採用・組織レター　Vol.09

09

社名を隠すと、どの会社も「求める人物像」が同じ人物像になる。

「求める人物像」とは、スペックの一覧ではない。

宮川 卓也

ワンダーライズ株式会社　代表取締役

Wonderlize

求人票（または、採用要件の中身）にてよく言語化されている「求める人物像」を、
会社名を隠して何社か並べてみます。
すると・・・、
主体性がある。協調性がある。コミュニケーション能力が高い。チャレンジ精神がある。
･･･など、どの会社も似た言葉が並びます。
社名を伏せたら、もう見分けがつきません。

これは、担当者が手を抜いた結果ではありません。
むしろ真面目に、世の中で良いとされる言葉を丁寧に集めた結果です。

求める人物像は、本来なら会社ごとに違うはずです。
なぜなら、それは「自社が何を成し遂げたいか」を人の条件に翻訳したものだからです。
目指す先が違えば、必要な人も変わります。
それなのに、なぜ横並びになるのか。
多くの会社で、人物像が人事部だけで作られているからです。

事業をこの先どこへ持っていくのか。現場で今、何に困っているのか。
その素材は、経営や現場の中にしかありません。
人事部だけで作ろうとすると、手元にある一般的な言葉で埋めるしかなくなります。
真面目な担当者ほど、世間の正解を丁寧に並べます。
こうして、どの会社も同じ人物像に行き着きます。

更に、ここには見落とされやすい点があります。
立派に整った人物像ほど当たり障りがなく、自社らしさが消えています。
『仏を作って魂を入れず』と同じです。
シートは綺麗に仕上がっているのに、
いちばん大事な要素が入っていない状態となります。

「どんな人が欲しいか」の前に、「何を成し遂げたいか」。

では、どうすれば魂が入るのか。
・・・それは、順番を変えるだけです。
「どんな人が欲しいか」の前に、「何を成し遂げたいか」を先に決める。
これは、口で言うほど簡単ではありません。
自社の目的を言葉にする作業そのものが、
経営の本音を問ういちばん難しい仕事だからです。

それでも、ここが定まると人物像は自然と自社の言葉になります。
Vol.1の記事で、採用基準はまさに見直すべき時代であることを述べました。
その見直しの第一歩が、この人物像の作り直しです。

これは「人事部には関係ないこと」ではありません。
積極的にこの論点へ食い込むことで、人事は自社の成長を動かす存在になります。

FROM THE FIELD

人物像を、自社の言葉にする

1

人物像は、人事だけで作らない。

事業の行き先も現場の困りごとも、素材は経営と現場にあります。
人事はそれを翻訳する役です。まず両者に話を聞くところから始めます。

2

抽象語の裏に、自社の具体を一つ添える。

「主体性」で止めない。自社では何を、どこまで自分で決めてほしいのか。
具体が一つ付くだけで、人物像は他社と違う表現に変化します。

3

社名を隠して、見分けがつくか確かめる。

出来上がった人物像を、社名を伏せて読み上げてみます。
それでも自社だと分かるなら魂が入っています。
分からなければ、まだ取って付けたようなレベルだということです。

人物像を自社の言葉に直すのは、骨の折れる作業です。
経営に本音を聞く。現場の困りごとを拾う。それを人の条件に翻訳する。
手間はかかります。
しかし、一本の筋が通ると、採用活動のすべてが変わります。

面接で見るべき点が定まります。口説き文句が自社だけのものになります。
入社後に何を任せどう育てるかも、同じ筋でつながります。
人物像は採用活動の入口であり、組織づくりの設計図でもあります。

Wonderlize Insight ｜ Vol.09

発行：ワンダーライズ株式会社（Wonderlize Inc.）　／　著：宮川 卓也（代表取締役）

これまで500社以上の採用支援に関わり、組織改革のご提言も行ってまいりました。
採用・組織づくりのご相談は、お気軽にお問い合わせください。

Web　https://wonderlize.com

Wonderlize