

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！”第160回

---

<タイトル>

「仕込みの時期」

<本文>

いわゆる3Kと呼ばれる業種ほどこの時期は採用・人材獲得の格好のタイミングと言えよう。物流業もこの業種に当てはまってしまふ。好景気には集まらなかったヒトが、この時期は集めることができる。

バブル崩壊の時も同じような動きがあったが、今回は様相が少し違うようである。今までは「多くの会社で人が余る＝運送会社が採用できる」だったが、今回は「多くの会社で人が余る＝有能ではない人からリストラされる」というように、バブル崩壊時に採用に苦労したのか、過去をしっかりと学習しており、各社そう簡単には採用に飛びついていない。このように、確かに人を獲る余裕がない、ウチの会社の人が余っているという物流会社が多いことも事実であるが、一方で、物量減少幅の小さな内需型の食品メーカーや流通業を荷主に持つ物流会社では、枯渇していたポストは枯渇したままになっており、この時期に何としても獲得したいと考えている。センター長クラスの現場管理職のポストが主である。こうして、過去に良い人材を採用できなかった物流会社はもう少し様子を見て、比較的優秀な人材が出てくることを待っているか、もしくは会社の将来を不安視して、どこか良い会社があれば転職したいと考えている潜在的離職者にターゲットをあてている。

さらにかつてと様相の違う点がある。それは少子高齢化の影響もあって人を求める会社側も、働きたいまたは転職したいと考えている求職者も平均年齢がバブル崩壊時よりも10歳ほど高齢化していることである。量的にも、質的にも充実した「団塊の世代」は今も健在である。

このように様相が変わった人材マーケットでの獲得合戦はこれからが本番のようである。人材獲得は上を見ればキリがないが、比較的優秀な人材を獲得することが当然、重要であり、またそれは中途採用に限らず、新卒の採用も会社の将来設計には不可欠な活動である。