

## 健康経営などによる魅力発信

### ■ 取組の目的(背景等)

背景: 業界的な採用難の中、荷主需要に応えるための増車計画進行が滞る恐れがあった為、  
取り組みを行う必要があった

目的: 自社の等身大な魅力を求職者に伝達し、入社後の定着率アップへ向けた取り組みを  
行う

課題: 1. 魅力を伝達する為の自社ウェブサイト、2. 伝達する為の方法、3. 定着率アップへ  
向けた取り組み

### ■ 取組の概要(内容)

1. ウェブサイトは元々あったが、業界外の人からは業務内容がイメージし辛いものであった  
自社ウェブサイトを観覧する求職者をイメージした時、ハローワーク等で求人票を見て不明点  
があった場合ではないかと考えた

そういった不明点を取り除き、エントリーに結びつける為ウェブサイトのリニューアルし、応募  
フォーム等のエントリー窓口を設置し、魅力の伝達からエントリーまで一貫した動線を用意した

2. 魅力を求職者に伝達するため、「新しく、分かり易く」をテーマに月1回以上お知らせ更新  
により情報発信をこまめに行いサイトの鮮度を保つようにした

同時に、アクセスの傾向・結果を解析し、より低コストで高い効果を上げられるよう何度もライ  
アンドエラーによる見直しを行った

また、アクセス数アップを図るため、ウェブサイト自体への課金広告を実施した

3. 従業員、求職者にとって魅力的と捉えてもらえるよう新しい取り組みも実施し、自社の魅力  
アップに努めた

元々機材を持ち込み筋トレを行う従業員がおり、従業員間にジムを活用したいというモチベー  
ションがあったため、社内にジムを設置した

会社としても「健康経営」を推進する方針であった為、健康に対する意識づくりや各方面からの  
印象品質アップを兼ねて本格的なプロジェクトとして始動し、会社が一丸となって手作りで完成さ  
せた結果、従業員にとって大変愛着の持てるジムが完成した

さらに、健康的な事業所を実現するため、プチ社食「あかつき食堂」をスタートし、外食の多い  
運転者に「食べること」を見つめ直してもらい機会・環境を整備した

これらにより従業員が健康で長く働ける魅力的な職場として応募・定着率が向上するとともに  
「健康起因事故」を未然に防ぐことにも繋がると考えている

### ■ 取組の特徴

健康経営による自社の魅力作り、その発信による従業員の確保・定着の取組み

## ■ 取組の効果

---

これまでは採用は縁故や求人媒体へ依存していたが、「従業員にとって過ごしやすい会社とは何か」「自社とトラック業界を外から見てどう見られたいか」という本質的な点に立ち返り向き合った結果、ウェブサイトを活用しての採用に関する問合せが例年の2.5倍となった

### ★魅力作り、健康的な事業所の概要についてはこちら

