



一般社団法人

全国ハイヤー・タクシー連合会

8月5日は「タクシーの日」

## 採用のターゲット

労働市場の現状やタクシー事業における人員状況にかんがみると、特に地方の中小規模事業者における労働市場に存在する採用可能なターゲットは以下の層が考えられる。

- ◆若年者  
卒業後3年以内に退職する約4割のいわゆる第二新卒をはじめとする早期転職層
- ◆女性  
家計補助を目的とする短時間労働者層や育児を行いながら自立して家計を支える層
- ◆高齢者  
他産業を定年退職した層
- ◆副業希望者  
フリーランスとして本業を行いつつ、副業を希望している層(ライドシェアドライバーを含む)やフリーターとして複数の職業を兼任している層
- ◆外国人  
特定技能の在留資格取得を希望する層やマンマー特活、特定活動46号などのタクシードライバーとして採用可能な層

## 求職者の求職活動における考慮要素

- ◆勤務地・通勤時間(自宅通勤が可能か)
- ◆賃金・労働条件(賃金額や労働条件に一定の満足が得られるか)
- ◆職場環境・人間関係(平均勤続年数はどの程度か、上司や同僚との関係性はよいか)
- ◆ワークライフバランス(育児・介護との両立が可能か、自分の都合に応じた柔軟な働き方は可能か)
- ◆福利厚生(社会保険、育児支援はあるか、法定外の休暇制度はあるか)
- ◆働きがい(企業の理念・社会的意義・地域貢献)

※ハローワークでの求職者は、既に希望企業が決まっている者との仕事に就けばよいか悩んでいる者に分けられ、後者については、上記考慮要素のうち、自宅通勤の可否が第一条件とする者が多い。

## タクシー業に対するイメージ

高校生・大学生のタクシー業に対するイメージ(2023年マイナビ調査 300名を対象としたもの)

### (プラスイメージ)

「いろいろな場所を見て回れる」(28.6%)、「好きなこと(運転)を仕事にできる」(27.7%)、「自分の都合で働ける(ワークライフバランスが良い)」(16.4%)、4位「仕事の自由度が高そう」(15.3%)、「仕事で男女差がない」(7.3%)

### (マイナスイメージ)

「若い人が少ない」(26.4%)、「拘束時間が長い」(25.6%)、「人手不足」(21.1%)、「社会的なステータスが低い」(15.2%)、「Uberや自動運転で仕事なくなる可能性がある」(8.4%)

## 採用広告の主な手法

一般的に用いられているものとして以下のようなものがある(赤字は有料でかつ結構な額の費用を要すると想定されるもの。)

### ◆求人広告(Web媒体)

#### ◆有料職業紹介

#### ◆無料職業紹介(ハローワークを含む。)

#### ◆縁故紹介

#### ◆自社HP内に採用ページを設置、フェイスブック、インスタ、XなどのSNS

#### ◆ポスティング・折込チラシ

### ◆交通広告

#### ◆採用イベント・転職フェア(広告会社等を活用する場合は多額の費用負担を要する場合がある)

### ◆動画広告・YouTube採用動画(自作の場合は費用負担はなし)

#### ◆求人検索エンジン連携(自らデータ整備等を行う場合は無料だが、業者に依頼した場合は多額の費用負担を要する場合がある)

※求人広告費用やエージェントによる紹介による金銭面での負担を考慮すると、黒字で記載した手法を可能な限り活用する方が妥当か。