

Part2 スタッフの採用と確保

定着率低く慢性的な人手不足に

「クレーム対応が負担」「結婚」「給料が安い」など、ショップスタッフが辞める理由はさまざま。ショップでは、スタッフの定着率向上に向けて独自の取り組みを行っているところも多い。

携帯電話の普及期には若者の憧れの職業といわれたこともあったショップスタッフだが、それも今は昔の話。次々に発売される端末やサービスの知識取得、顧客からのクレーム対応、長時間労働と文字通り「3K」の職場であることが周知となった上、若年層の雇用回復もあって、募集をかけても思うように人が集まらなくなっている。

運良く採用できても、研修の時点で辞められてしまったり、店頭に出てすぐに来なくなってしまうスタッフも少なくないという。

そして、通信料金と端末価格を分離した料金プランをキャリア各社が導入したことで、量販店とキャリアショ

ップの間には価格差がなくなった結果、ショップでは量販店との差別化もあってスタッフの接客スキルの向上が求められている。

また、端末やサービスの高機能化によりスタッフの役割はますます重要になっている。ショップにとって、スタッフ確保は死活問題と言っても過言ではないだろう。

本編では、スタッフの雇用と確保の現状を明らかにするとともに、課題を探ってみたい。

コストに見合わないスタッフ募集

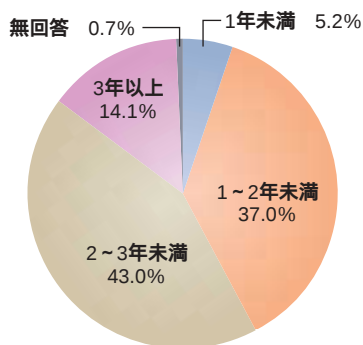
図表2-1は、スタッフの平均勤続年数を示している。それによると、「2～3年未満」が最も多く43.0%、次いで「1

～2年未満」が37.0%、「3年以上」になると14.1%と一気に減少している。

こうした定着率の低さから、スタッフの増員を計画している店舗は全体の約6割に上る。募集人数は「2～3人」が「1人」を上回り、慢性的な人手不足に悩んでいる様子がうかがえる。

スタッフの採用を計画していないと回答したショップでも、「不足しているが増員する予算がない」16件（29.6%）、「採用したいが適当な人材が集まらない」6件（11.1%）と、40.7%が採用の意思を持っているにもかかわらず、諸般の事情からなかなかできずにいるというのが実態のようだ（図表2-2）。

図表2-1 スタッフの平均勤続年数



図表2-2 スタッフの増員計画

