

---

『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19回

---

<タイトル>

「人材派遣戦国時代！」

<本文>

人手不足、少子高齢化、ニート、フリーター層の拡大を背景に、人材派遣の需要が大きく伸びている。

ここ三年間あまりで雨後のタケノコのように人材派遣会社が設立された。今や戦国時代突入といった状況である。人材派遣業は売り上げの拡大と共に運転資金が膨らむ。受託企業からの入金と登録スタッフに対する支払い期間に大きな差異があるためである。既に資金調達を行えなかった企業は姿を消しているが、今後は次のように二極化されていく。

一つは人材派遣の上場組である大手企業は、知名度と資金力を武器に「ボリューム（量）」いわゆる職種の幅や投下人員数で派遣シェアを拡大していく。その対極に立つ企業群は「クオリティー（質）」を存在価値として生き残っていく。

具体的には専門性の高い職種に教育・訓練を施した登録スタッフを送り込み、依頼企業からは「その派遣会社から送り込まれたスタッフの代わりはほかではない！」と評価されるまでになり、かつ登録スタッフ自身はスキルを身に付けることによって向上心が芽生え、そのスキルアップが時給に反映されるシクミとなれば、更なるスキルアップを目指していく。そうすることで、登録スタッフを自社に定着化させることができ、それが派遣会社の「ウリ」とも成り得るのである。

現在、物流業界もしくは物流現場において、前者の「ボリューム」型派遣会社を中心となっている。契約条件は時給から出来高制にシフトしつつあるものの、依頼企業が満足しているわけではない。実際、「派遣スタッフが日替りで業務が成熟しない」「業務の質が悪い」「結果的にコストアップにつながる」などといった声をよく耳にする。このように「クオリティー」に満足していないにもかかわらず、仕方なしに「ボリューム」型派遣会社からヒトを送り込んでもらっているのが実態である。

これからは後者である「クオリティー」を生き残りの戦略として、戦国群雄割拠の人材派遣業界で差別化をはかり勝負していく、「依頼企業に支持される派遣会社」の時代である。教育・訓練を受けたスキルが高く付加価値のある派遣スタッフ＝「バリュースタッフ」が活躍し、依頼企業が安心して派遣スタッフに仕事を任せることが出来る時代が到来することに期待するのは私だけであろうか。