

人材採用マニュアル

【今更聞けない！人材採用基本のキ編】

HRM 栄塾 / 栄経営労務管理事務所

当レポート、ならびに当レポートの全部あるいは一部を問わず複製、複写したものの販売、貸与、譲渡、頒布、上映、配信など他者への引き渡し的一切を禁止します。

巻末の禁止事項、免責事項、個人情報取扱いを必ずお読みください

◆最初に

「人材採用マニュアル【今更聞けない！人材採用基本のキ編】」は、
貴社が求人募集をするに当たって事前に決めておくべき事・注意すべきことを
整理し、記述式で記載をしております。

基本ポイントになりますが、採用活動に於いては重要な要素となります。

必要なページ内容を、チェックしてください！貴社の採用活動の一助になれば
幸いです。

【目次】

P1 STEP1:求人募集を開始する前に

求める人物イメージの言語化

属性要件定義

P7 STEP2:求人原稿の作り方

求職者が検索するのは、①職種 ②地域

第一印象で興味をひくものになっているか

STEP1：求人募集を開始する前に

「優秀な人材を採用したい！」という経営者・採用担当者は多いですが、そもそも「優秀な人材」とはどんな方のことか、明確に定義してますでしょうか。この点が曖昧だと、効果的な採用活動も難しくなります。

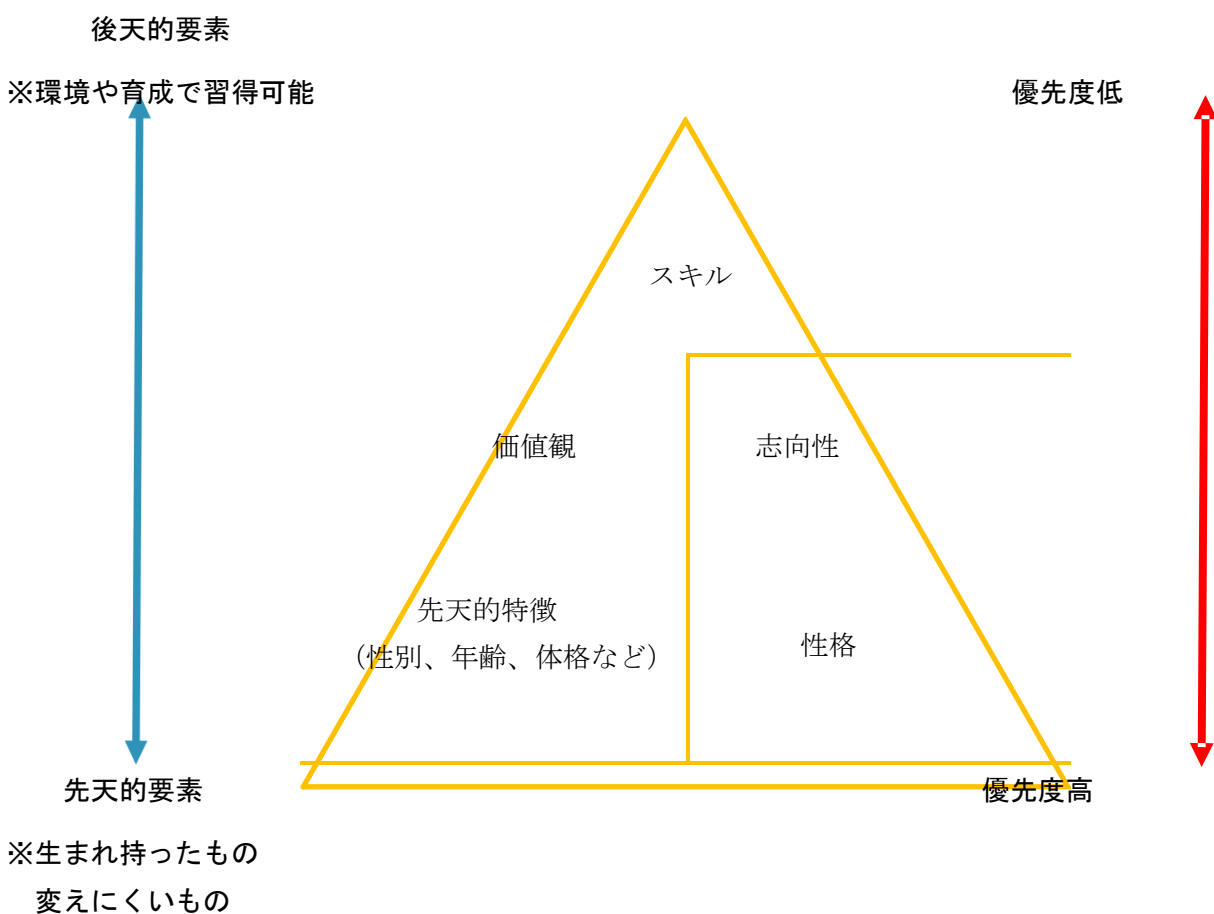
求人募集での告知内容を考える前に、まずは「どのような人材を採用したいのか」のイメージを具体的に定めていきましょう。

①求める人物イメージの言語化

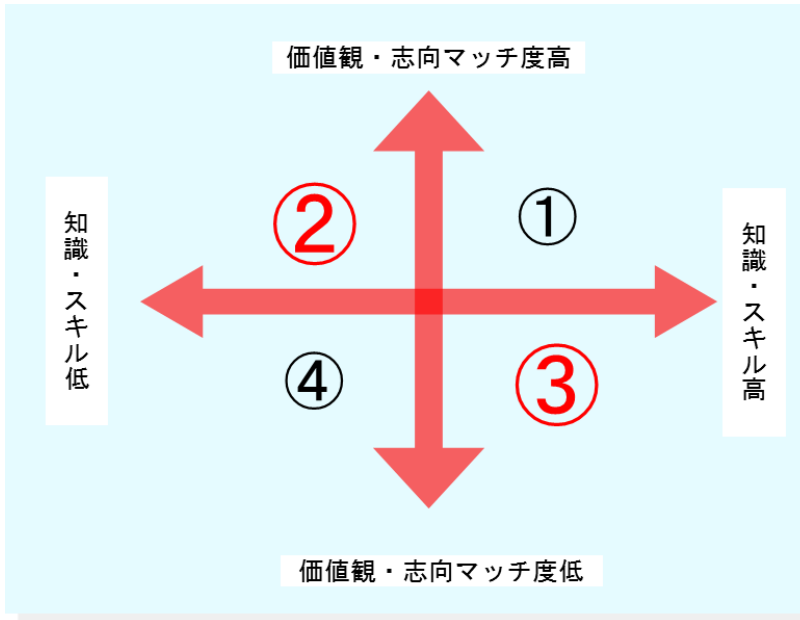
性格や価値観が会社に合っており、求めるスキルも充分な方が採用できれば理想的です。しかしながらそれは難しいので、現実的には採用後の教育・育成によって、理想的な人材に近づけていく必要があります。

ただし、環境や教育・育成によって習得できる技能とそうでないものがあります。その点を踏まえ、「求める人物イメージ」をまずは明確にしましょう。

◆教育によって変えられるもの／変えられないもの◆



◆採用において優先すべき項目マトリクス◆



会社としてどういった従業員をより採用したいか、と考えた際に、

「①知識・スキルが充分で、会社の価値観・志向ともマッチしている」という方が最も理想的、ということには異論はないかと思えます。

しかしながら、そういった方に出会うことは稀ですので、優先すべき項目を考える必要があります。

ここで問題になるのは、②と③のどちらをより採用で重視するか、です。

「②知識・スキルはまだ不足があるが、会社の価値観・志向にはマッチしている」

「③知識・スキルは充分だが、会社の価値観・志向にマッチしていない」

の2者を比較した場合、業務遂行能力が高いのは③であるため、『知識・スキル』をより優先して採用活動を行いがちです。しかし、③に該当する従業員が増えると、能力は高いものの経営者が考える会社の方針や価値観に沿わない従業員が増えることとなり、組織の運営が困難になります。

前ページの図の通り、知識・スキルは後天的要素（環境や育成で習得可能）であるのに対し、価値観や志向は先天的要素（生まれ持ったもの、変えにくいもの）です。『知識・スキル』は重要な要素ですが、これを最優先にはしない、ということも意識する必要があります。

これらを踏まえて、次のページにある「求める人物イメージの言語化」を書き進めてみましょう。具体的に記載してみてください

◆なぜ採用活動を実施するのか

例) 業績拡大のための人員増、欠員の補充など

◆会社の理念・社風とは？

例) 新たな価値を生みだす、夢中をつくるなど

◆会社が目指すものとは？

例) 業界における実績No1 の規模など

◆会社に足りていないものとは？

例) お客様対応ができるコンサルタントなど

◆社内の教育体制は？

例) 業務に追われて不十分など

◆入社後の仕事の実情は？

例) 人はいいが実務フォローは低レベルなど

◆入社後からスキルアップイメージは？

例) 案件はあるが教育体制はない など

◆今までの採用での課題は？

例) すぐ辞めるなど

②属性要件の定義

「求める人物イメージの言語化」ができましたら、さらに具体的に来てほしい人の「属性」を明確にしましょう。これは、しばしば「ペルソナ設定」と呼ばれるもので、端的にいえば架空の顧客像を設定することです。一人の架空の人物を想定し、そのプロフィールを、行動や価値観、ライフスタイルなど、詳細に設定していくことで、より求職者にマッチした求人訴求をすることが可能になります。

- ・ 採用活動の要件をしっかり決める
- ・ 来てほしい人を決める（ターゲット・ペルソナ）
- ・ ペルソナに対して自社のマッチするところを訴求する

それでは、次のページにある「（来てほしい人の）属性要件」を書き進めてみましょう。

◆性別

◆年齢

例) 30歳～45歳までなど

◆社会人経験

例) 営業／コンサルティング経験3年以上など

◆実務経験内容

例) 社労士事務所での経験など

◆学歴

例) 大卒以上など

◆住所

例) 会社より1時間程度で通える地域 など

◆結婚、ご家族などの家庭環境

例) 既婚・子供がいるなど

◆資格、スキル

例) 有資格者、資格取得に向け勉強中 など

◆これまでの転職回数

例) 3 回までなど

◆実務経験内容

例) 社労士事務所での経験 など

◆提示給与

例) 25 万～35 万（高くても30 万円まで） など

STEP2：求人原稿の作り方

求人原稿を作成する際に失敗しがちなのが、「求人をする側（採用をする側）が、言いたいこと・伝えたいことだけを発信しようとしている」ケースです。

多くの会社が求人を出している昨今、「何を伝えるか」はもちろん重要ですが、「どのようにして自社の情報を見つけてもらうか」ということも考えないといけません。求職者の目線、を意識しながらの求人原稿の作り方を、この項目では考えていきます。

①求職者が検索するのは、1:職種 2:地域

求人原稿を考える際、掲載される求人サイトを求職者の視点でご覧になったことはありますか？

多くの求人サイトでは、求職者はまず「1：職種」「2：地域」にて検索を掛け、その中で該当した求人案件の中から自分に合ったものを探していく、という流れになっています。



※リクナビNEXT より

まずは、自社の求人案件と同じ「職種」「地域」で検索をした際に、どのような企業の求人案件が表示されるのかを確認しましょう。掲載されている求人案件を比較して、自社の条件やPR 内容を魅力的に伝えることができなければ、多くの応募を集めることが難しくなります。

自社の「競合」となる求人案件を確認し、求人原稿でPR すべき部分を考えましょう。

②第一印象で興味をひくものになっているか

■検索結果一覧画面にこだわる

求人原稿を考える時、原稿の「中身」を重視しがちですが、まず意識すべきは「検索一覧」にて自社の情報に注目させることができるか、です。自社の募集と同じ職種・地域で表示される求人案件は、どのような条件・給与で募集しているのか、どのようなPRをしているのかをチェックしておきましょう。

検索結果一覧画面で表示されている情報で興味を持たれなければ、詳細な求人情報を見てももらうことも難しいです。この画面で表示される情報は、各求人媒体によって異なりますので、掲載を検討している求人媒体によって、どのような情報が注目されやすいか、確認しましょう。

■キャッチコピーにこだわる

ほぼ全ての求人媒体で、キャッチコピーは特に注目されやすいデザインになっているため、この内容で他社との違いを伝えることが効果的です。先ほど整理した「(来てほしい人の)属性要件」を元に、キャッチコピーを考えてみましょう。特に、入社してからの教育などでは変えづらい「価値観・志向」といった点を意識すると、求める人材の応募に繋がりがやすくなります。

◆自社の求人案件のキャッチコピーを考え、記載しましょう

■写真にこだわる

検索結果一覧画面を見ていただくと、多くの方がまず目に留めるのは「写真」であることが分かるかと思えます。他社が掲載している写真と同じような内容・構図のものでは、求職者の興味を引くことは難しいので、写真においても差別化を意識しましょう。

例えば、「特徴的な商品・サービスを取り扱っているのであれば、その商品をクローズアップした写真にする」「地域の同業他社と比較し、大人数であることが強みであれば、従業員の集合写真で特徴をPRする」などがあります。

◆検索結果一覧画面において、効果的な写真は何か、考えて記載しましょう

また、求人原稿においても、写真にこだわることは重要です。特にインターネット媒体に求人原稿を掲載する際は、写真がかなり大きく表示されますので、ここでの第一印象でインパクトを与えることによって、詳細な情報を見てもらえるかが決まります。

実際に企業の求人原稿を見ますと、写真の作り込みにさほどこだわっていないケースが多く見られます。仕事をしている様子の写真を撮影し、そのまま掲載するだけでは、なかなかインパクトを与えられません。

今はパソコンやスマートフォンを使って、簡単に画像加工をしたり文字を加えたりできるようになりました。複数の写真を組み合わせたり、自社のPR文章を写真に重ねるなどして、「自社ならではの」を写真で伝えるようにしましょう。

求人原稿においては、とにかく印象を第一に重視し、求職者に注目してもらうことが最優先です。実態や詳細情報を伝えるのはその後、の流れになりますので、この点を意識した原稿づくりをお勧めします。

◆最後に

「人材採用マニュアル【今更聞けない！人材採用基本のキ編】」

を最後まで読んでいただき有難うございます。

基本ポイントになりましたが、採用活動に於いて参考になれば幸いです。

その他、自社の採用サイトを作成することやホワイト企業認定など第3者機関の認証を取得るなどの手法も有効になります。ご興味がありましたら、お気軽にお声掛けください！

貴社の益々のご発展をご祈念いたします。

石原 鉄二

○禁止事項について

①当レポート、ならびに当レポートの全部あるいは一部を問わず複製、複写したものの販売、貸与、譲渡、頒布、上映、配信など他者への引き渡し的一切を禁止します。

②当レポートについては、その全部あるいは一部を問わず、商業目的で利用（使用、再生、複製、複写、販売、再販売、貸与、譲渡、頒布、上映、配信、再商品化など有償無償や形態の如何を問いません）すること、また、当レポートを利用して、他者に対して商業行為を行うことも禁止します。

○免責事項について

①当レポートに含まれる一切の情報は、2021年12月1日時点での公開情報に沿った内容であり、これより以後に明らかになった情報は反映しておりません。

②当レポートは、お客様の責任において、ご利用いただくようお願いします。弊社はその内容、これらを利用することによって利用者に生じるいかなる問題に対しても一切の責任を負いません。

○個人情報の取り扱いについて

①いただきましたお客様の個人情報は、製品・サービスの情報提供、弊社が主催するセミナー・イベント情報などをご提供する場合に利用させていただきます。

②原則としてお客様の同意なくお客様の個人情報を第三者へ開示・提供はしませんが、本商品の提供および付帯サービスの案内等、弊社が必要と認める場合に限り、弊社と秘密保持契約を締結した販売代理店に提供する場合があります。