

人事担当者必見！なぜ人材獲得がうまくいかないのか。

## 今どきの“求職者が求めている情報”とは？

株式会社フロンティア

〒467-0066

名古屋市瑞穂区洲山町二丁目14番地水野ビル2F

TEL：052-853-9890 FAX：052-853-9891

# こんなお悩みございませんか？

求人媒体に掲載しているが応募が少ない

採用サイトへの訪問者が少なく、採用メディアに頼りきり



求めている人材を確保できない

## 採用の多様化で変わる価値観

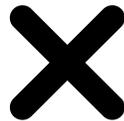
採用手法が多様化した現在、**求職者自らが情報収集をし企業を選択できる**時代に。

今後、企業の**“採用力の強化”**には**下記2つ**が必要です。

### 母集団形成

求職候補者の  
「増加」

求人媒体の運用や採用広報を通して、  
自社のファンを増やし  
“認知”→“応募”へとつなげる



### 候補者体験

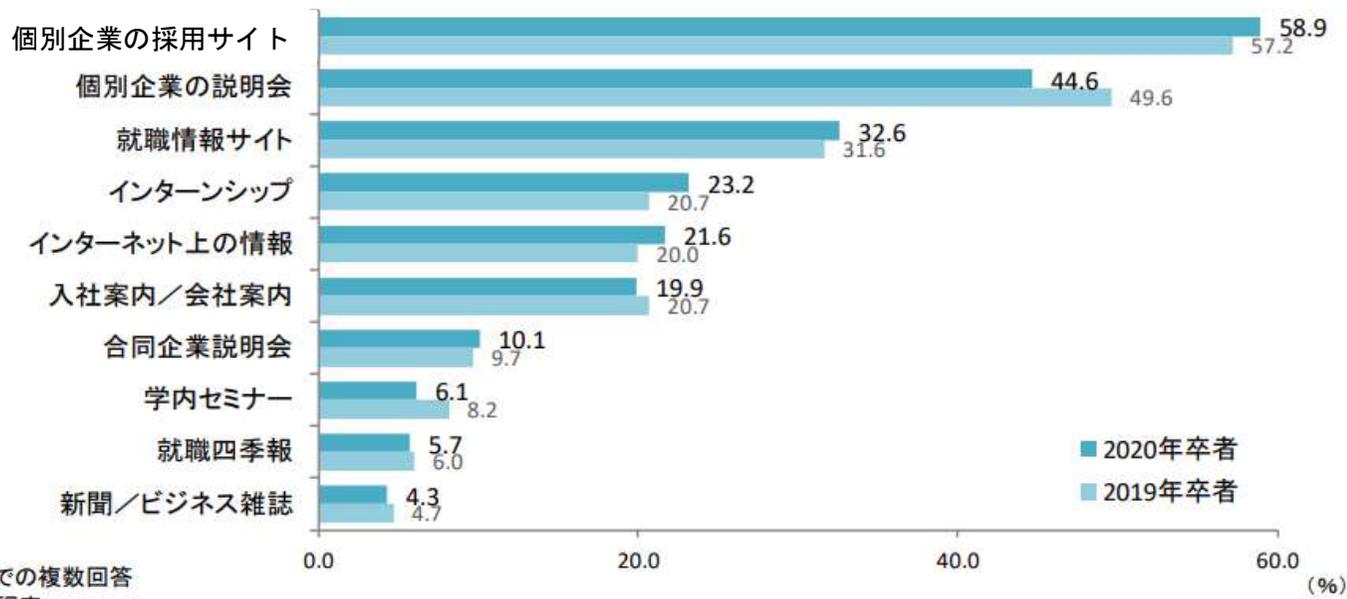
選考辞退率の  
「減少」

候補者との接点をより良いものへ  
改善し選ばれる企業になる

# 採用サイトはなぜ必要なのか①

■ 求職者の志望企業の情報入手先 ※新卒の場合

「志望企業の研究」に有益な情報源



※上位3つまでの複数回答  
 ※2019年7月調査

キャリアタスリサーチ 採用ホームページに関する調査  
<https://www.careermart.co.jp/blog/blog/archives/6807>

約6割の学生が企業のホームページ（採用サイト）から情報を得ている

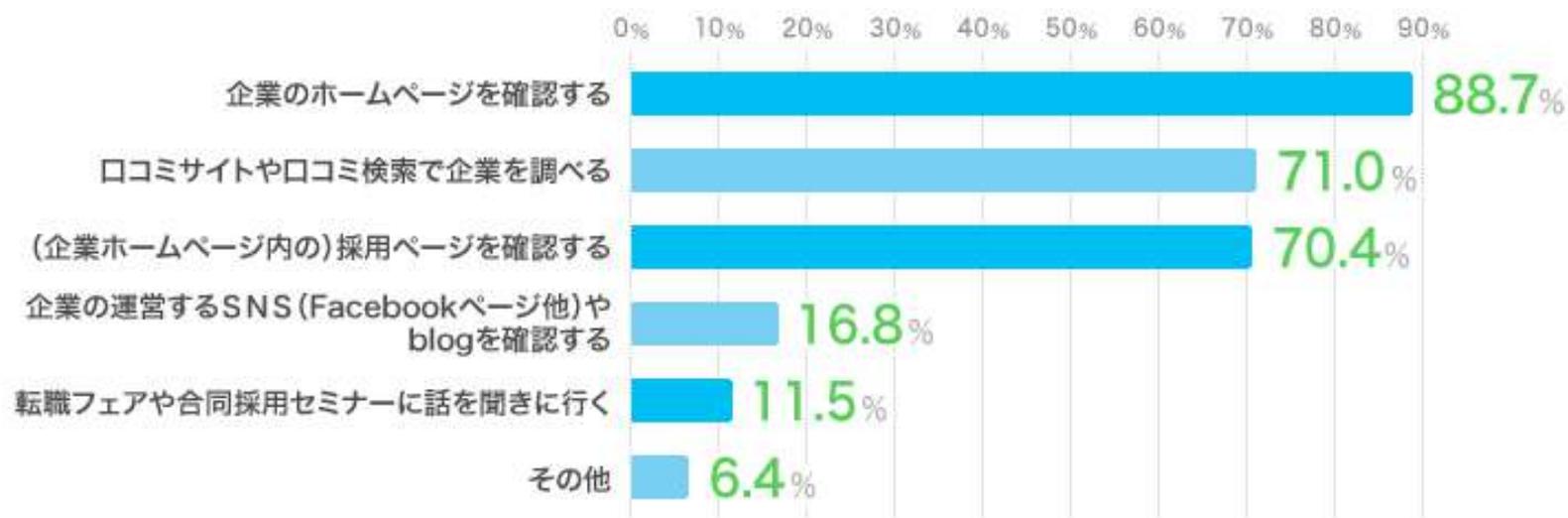
## 採用サイトはなぜ必要なのか②

■ 求職者の志望企業の情報入手先

✕ 転職の場合



Q 転職活動中、企業に関する「情報収集」は、どのように行ないますか？（複数回答可）

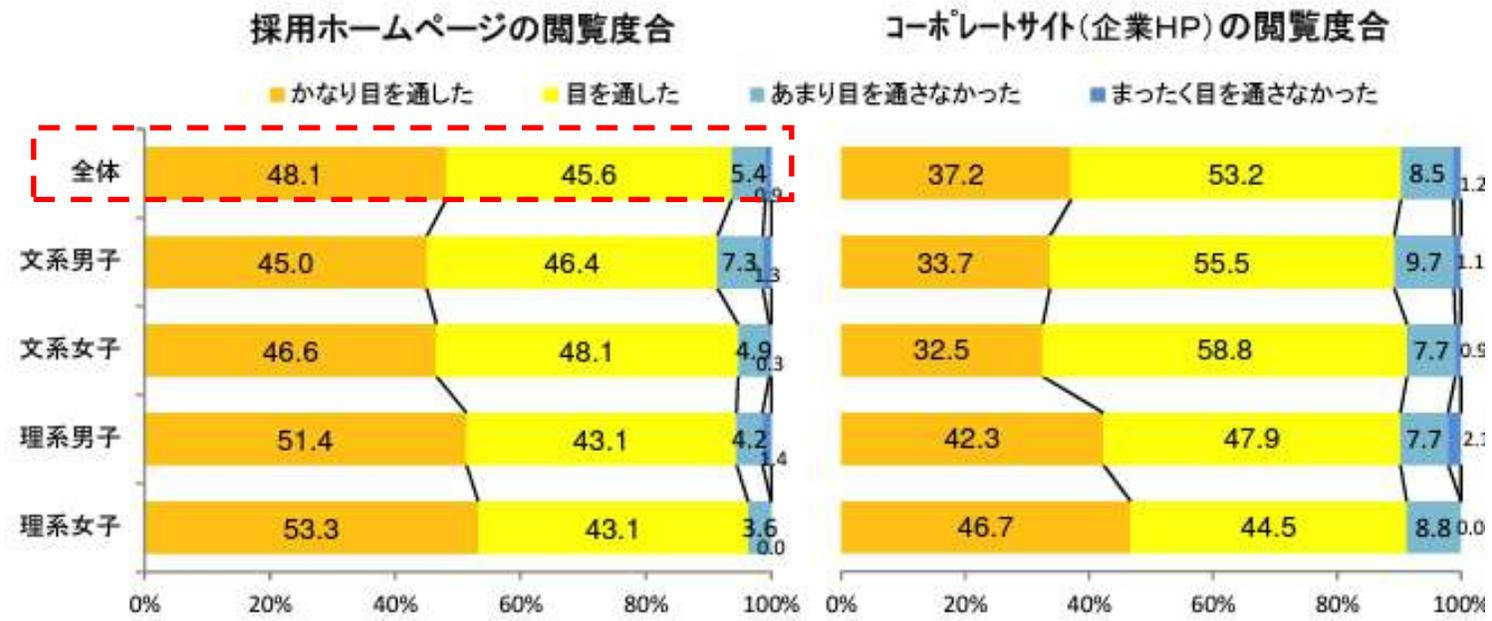


※ 調査対象：エン転職会員 調査方法：インターネットアンケート 調査人数：390人

**約8割が企業のホームページ（採用サイト）から情報を得ている**

# 採用サイトはなぜ必要なのか③

## ■ 求職者の志望企業の情報入手先



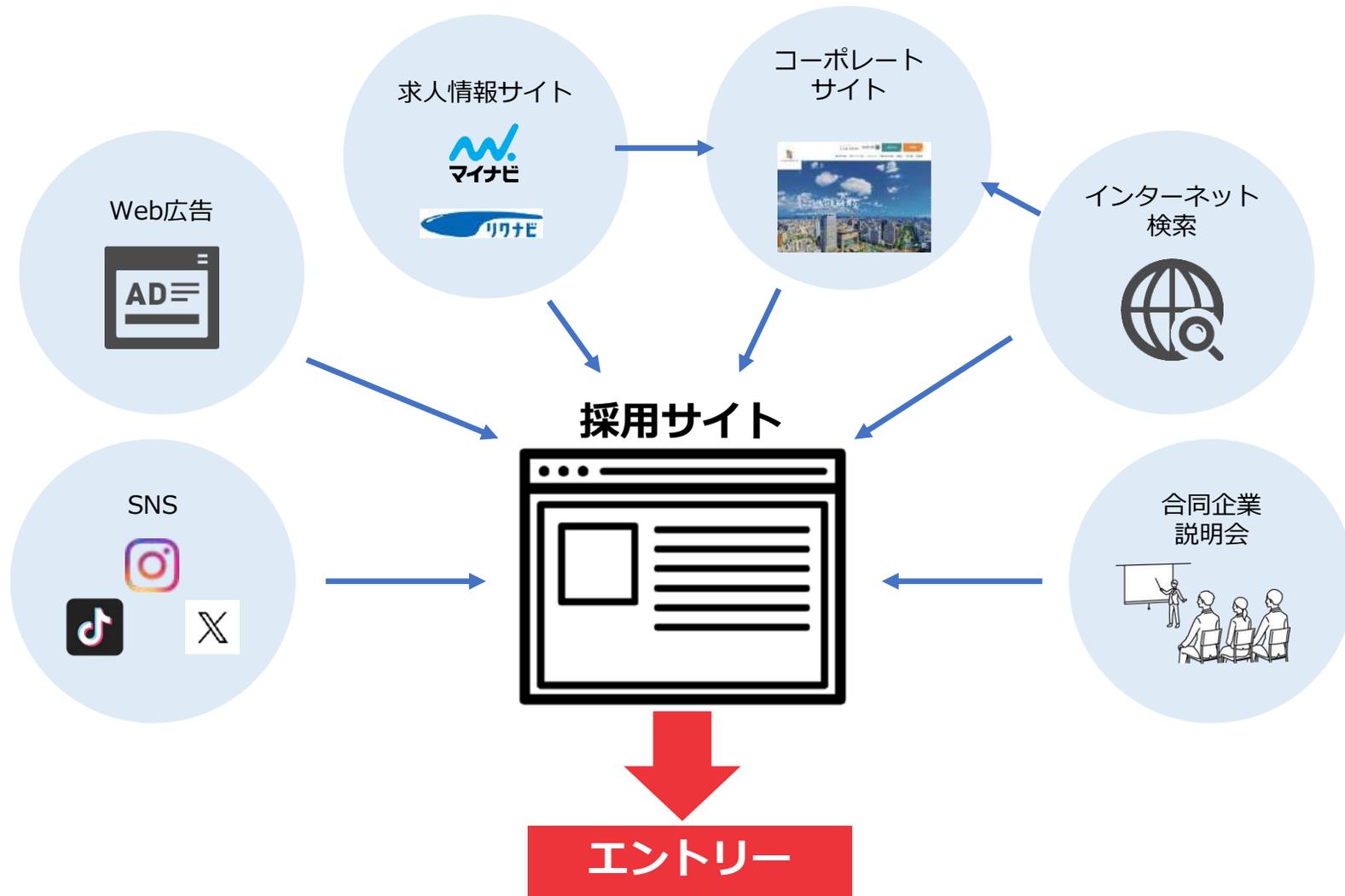
キャリアスリサーチ 採用ホームページに関する調査  
<https://www.careermart.co.jp/blog/blog/archives/6807>

### 採用サイトについて

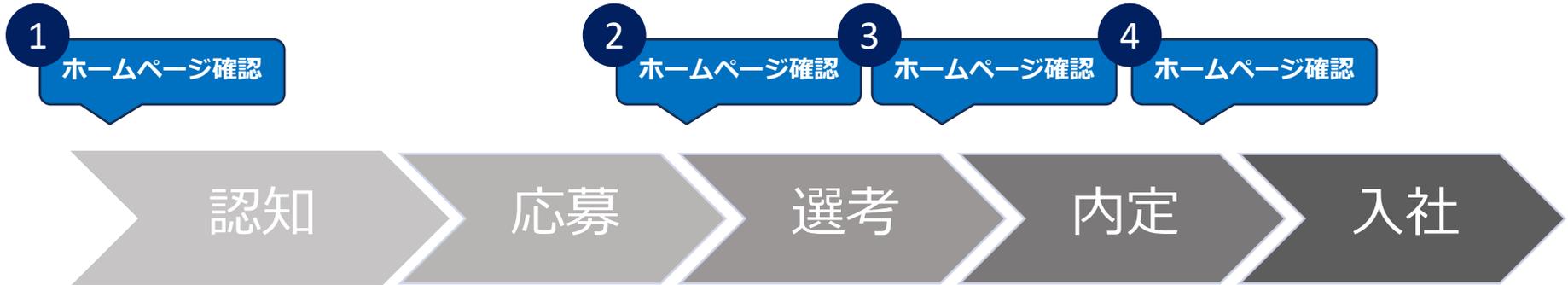
「かなり目を通した」 : 48.1%  
 「目を通した」 : 45.6%

→約9割が採用サイトを見ていることがわかる。  
 つまり、採用サイトは企業研究に欠かせないツールである。

## 採用サイトの位置付け



# 応募者が企業のホームページを見る“4つのタイミング”とは



## 1 ホームページを確認する理由

気になった企業へ**応募する前に、企業のホームページを確認します**。求人広告だけでは収集できない情報を把握しようとしています。

## 2 ホームページを確認する理由

**面接前に企業情報を収集**します。面接に臨むための下準備や、会社情報を把握しようとしています。

## 3 ホームページを確認する理由

面接後に再度企業ページを確認する人は多数います。実際の面接での印象と企業情報を見比べ、その**企業への志望度を検討**します。

## 4 ホームページを確認する理由

最終的にどの企業に決定するか検討するため、ホームページ情報を確認します。**その会社で働くイメージが持てることが決め手**になることも。

求職者が企業を認知してから選考を終えるまでのタッチポイントの一つ一つに価値を提供することで、採用力向上ならびに自社のファン獲得に繋がります。

これからは  
他社との違いがわかり  
「**ここで働きたい**」  
と思ってもらうことで  
採用につながります

求職者に**自社のファン**になってもらう！



ファンを増やすためには？

## 採用ブランディングが必要

採用ブランディングとは。。。



採用活動において自社を  
「ブランド化」する採用戦略

## 採用ブランディングの目的とは？

採用ブランディングの最大の目的は、

# 「事業戦略と連動した人材の採用」

特に近年、事業変化が激しい中で、いつの間にか事業戦略と採用戦略にズレが生じることがあります。**求める人材像を事業戦略と照らし合わせ**、自社の価値を整理し発信することで、人と会社の**ミスマッチを防ぐ**ことができます。

## 基本的な採用サイト制作の流れ

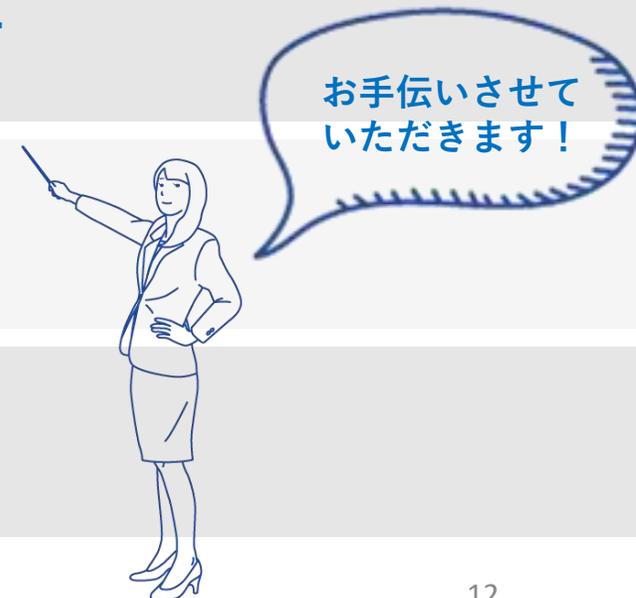
01.目的・基本情報を整理する

02.ユーザー目線で体験、戦略をつくる

03.採用コンセプト・体験・戦略設計

04.採用ツールの制作

05.採用活動開始



## 採用ツールの制作

採用ツールの中でも、企業の顔となる**採用サイト**は特に重要です。採用サイト以外の接点（SNSや外部就活・求人サイト、採用説明会、イベントなど）を把握しながら、**受け皿となる採用サイト**の体験をデザインします。

企業から伝えたいこと（自社の魅力や価値、求める力）と、採用対象の方が必要とすること（具体的な仕事内容、人間関係、雇用の基本情報）両方の視点で**共感を生む採用サイトを制作**が必要です。



# フロンティアの支援領域

## 1. Web戦略設計

- ・ **ヒアリング**
- ・ アクセス解析
- ・ 3C分析
- ・ **ペルソナ設定**
- ・ **施策立案**
- ・ **ブランディング設計**

## 2. 制作

- ・ コーポレートサイト
- ・ **採用サイト**
- ・ ランディングページ制作
- ・ ECサイト制作
- ・ サイト保守
- ・ サーバー保守管理

## 3. 集客ツール

- ・ 検索広告
- ・ ディスプレイ広告
- ・ YouTube広告
- ・ **SNS広告**
  - ・ **Instagram**
  - ・ **Facebook**
- ・ MEO対策
- ・ SEO対策

## 4. コンサル / PDCA

- ・ **アクセス解析**
- ・ **広告レポート**
- ・ ヒートマップ分析
- ・ CRM(顧客関係管理)
- ・ SEO対策
- ・ **改善施策立案**

採用ブランディングを実施するのと同時に

## 『採用キャッチコピー』

を作成しよう！



## 採用キャッチコピーとは？

採用キャッチコピーとは「採用ターゲットになる求職者様の目を引く“一言”」を意味します。

採用キャッチコピーを活用することで、**求職者様の興味・関心を喚起、応募へと繋げる**ことができます。求職者様側の観点で見ると、採用キャッチコピーからその企業の「強み」「革新性」「成長性」などが読み取ることができるので、他社比較並びに自分が働くイメージを思い浮かべることができます。

### 採用キャッチコピーと採用ブランディングの効果範囲の違い



# キャッチコピーの作り方

## 自社の情報を収集する

自社の強みや、最も伝えたいメッセージについてピックアップする

➡ 自社をより深く知るきっかけにもなる

## 競合のキャッチコピーを調査する

同業だけでなく、採用競合という視点でリストアップして求人ページやサイトを確認する

➡ キャッチコピーを作成する参考材料

## ペルソナを設定する

- ペルソナ = キャッチコピーの対象となる人物像
- 「名前」「年齢」「性別」「住まい」「勤務先」「年収」「価値観」「普段見る雑誌やWebサイト」など、対象となる人物の内面まで設定する

➡ 相手が求めるものを想定でき、効果的なキャッチコピーを作りやすくなる

## キャッチコピー例

働く姿を  
イメージできる

『あなたの仕事は文化になる』（松竹株式会社）

『地図に残る仕事』（大成建設株式会社）

「自分のことだ」  
と感じさせる

『いい子になるな、いい個になれ』（株式会社三井住友銀行）

『きみはおもちやが好きか？』（株式会社タカラトミー）

求める人材を強調

『とんがり人間 集まれ！』（株式会社講談社）

『来たれ 前のめり人間。』（株式会社プラン・ドゥ）

仕事の内容を重視

『世界中の海底を探る』（株式会社日本海洋事業）

『働くほどに地球を救う仕事』（株式会社斎藤英次商店）

## 採用サイトの制作をお考えの方へ

---

弊社ではより詳しいサイト制作についてのご相談も可能です。

下記ウェブサイトの問い合わせフォームから

お問い合わせください。

[ウェブサイトを見る](#)

お電話での相談：052-853-9890



## Company Profile

## 会社概要

会社名		株式会社フロンティア
所在地		名古屋市瑞穂区洲山町二丁目14番地水野ビル2F
TEL		052-853-9890
代表者		杉原 範彦
設立		2005年10月
メンバー		17名
URL		<a href="https://www.frontier-web.co.jp">https://www.frontier-web.co.jp</a>
事業		<b>WEBプロモーション事業</b> <b>■WEBマーケティング</b> └WEBサイト制作・ECサイト制作・WEBコンサルティング SNSコンサルティング <b>EC事業</b> <b>■花ざかり</b> └公式サイト : <a href="https://www.hanazakari.jp">https://www.hanazakari.jp</a> 楽天市場店 : <a href="https://www.rakuten.ne.jp/gold/hanazakari/">https://www.rakuten.ne.jp/gold/hanazakari/</a> ヤフーストア : <a href="https://store.shopping.yahoo.co.jp/hanazakari/">https://store.shopping.yahoo.co.jp/hanazakari/</a>