

人手不足に直面する広島県の企業へ

# 人材採用力 向上ガイドブック

現代の採用ノウハウを集約

## Message

近年、働く人の意識が大きく変化しています。従来のような「企業が人材を選ぶ」という考え方では採用が成功しなかったり、せっかく採用しても早期離職されてしまうケースが増えています。

こうした中、企業側の意識も変わってきています。「働き方改革」を推進する企業は、もはや大企業に限らず、多くの中小企業でも取り組みが始まっています。働きやすい環境を整え、自社の魅力をより高めることで「優秀な人材から選ばれる企業」へと変革できるのではないのでしょうか。

この「人材採用力向上ガイドブック」は、採用活動の基本的な手法やポイントをまとめたものです。効率的に自社の強み・弱みを見つけ出し、採用計画に役立てるためのシートもご用意しました。

採用活動は、経営者自らが積極的にに関わり、全社一丸となって取り組まなければならない最重要課題です。その取り組みの第一歩として、このガイドブックをご活用ください。

 **広島県 商工労働局 雇用労働政策課**

〒730-8511 広島県広島市中区基町10-52(東館3階)  
TEL:082-513-3422 FAX:082-222-5521

編集/制作/デザイン：株式会社ザメディアジョン

発行日：2019(令和元)年10月

# C O N T E N T S

## 第1章 採用環境の理解 P2

---

### 基礎編

- 1.有効求人倍率と生産年齢人口の動向
- 2.変化する仕事探しの方法
- 3.手法に応じた採用広報事例

## 第2章 採用活動とは？ P6

---

### 基礎編

- 1.採用計画
- 2.採用戦略
- 3.採用広報
- 4.採用選考

## 第3章 新卒の採用活動 P12

---

### 実践編

- 1.新卒の採用スケジュール
- 2.求人媒体・人材紹介の活用
- 3.学生の企業選びの視点
- 4.インターンシップの実施
- 5.合同企業説明会への参加
- 6.会社説明会・見学会の開催
- 7.採用選考の実施と工夫

## 第4章 中途の採用活動 P25

---

### 実践編

- 1.中途の採用成功のポイント
- 2.ターゲット別採用活動
- 3.採用選考の実施と工夫

## 第5章 WEB・SNSの活用 P28

---

### 実践編

- 1.自社ホームページの活用
- 2.採用ホームページ制作のポイント
- 3.SNSの活用

## 第6章 応募者に選ばれる面接手法 P36

---

### 実践編

- 1.採用担当者・面接官の考え方と姿勢
- 2.応募者の共感を得る面接

## 主な支援情報・お問合せ先 P42

---

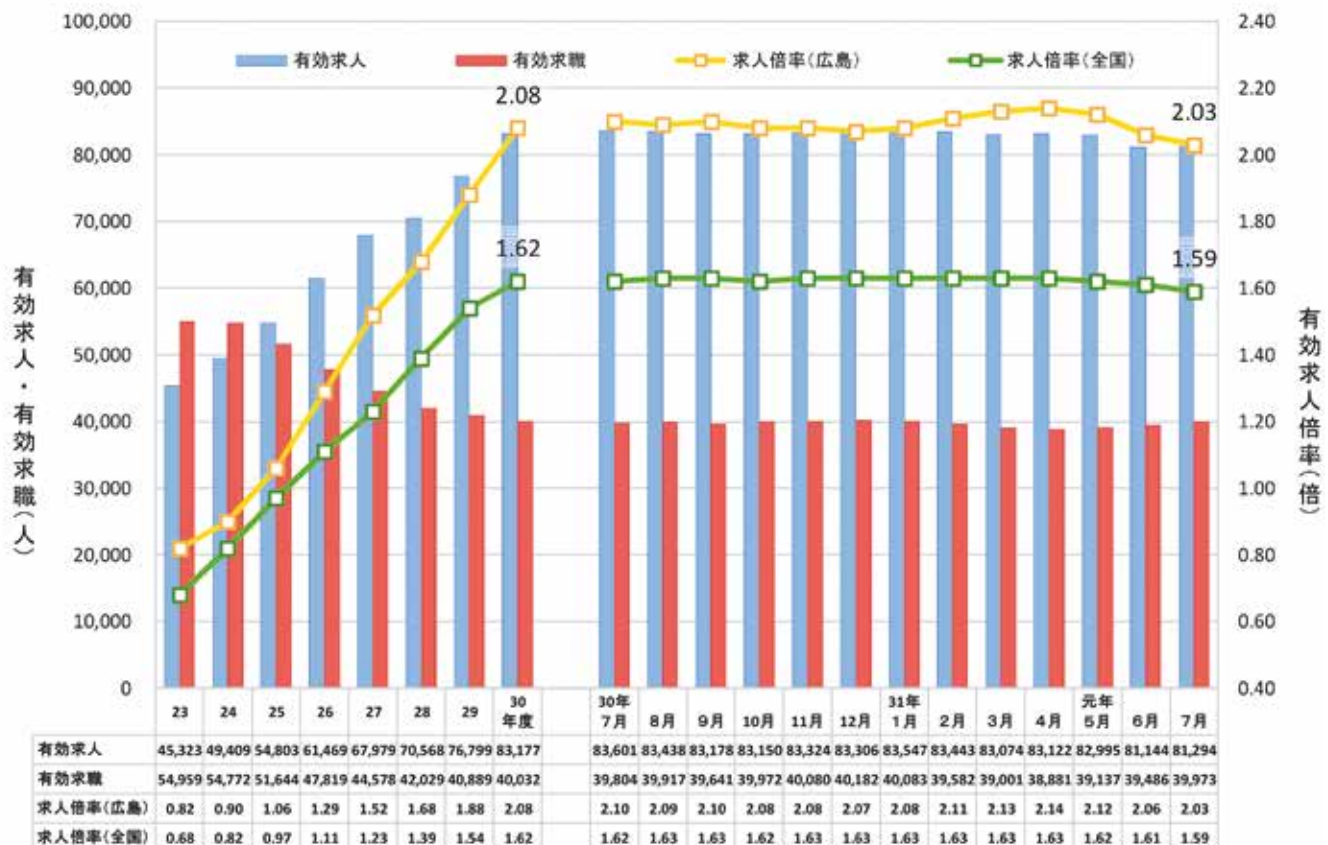
## 付録 採用活動フロー図/自社の強み・特徴を見つけるためのシート

# 第1章 採用環境の理解

## 基礎編

### 1. 有効求人倍率と生産年齢人口の動向

有効求人・求職と有効求人倍率の推移(受理地別・季節調整値)



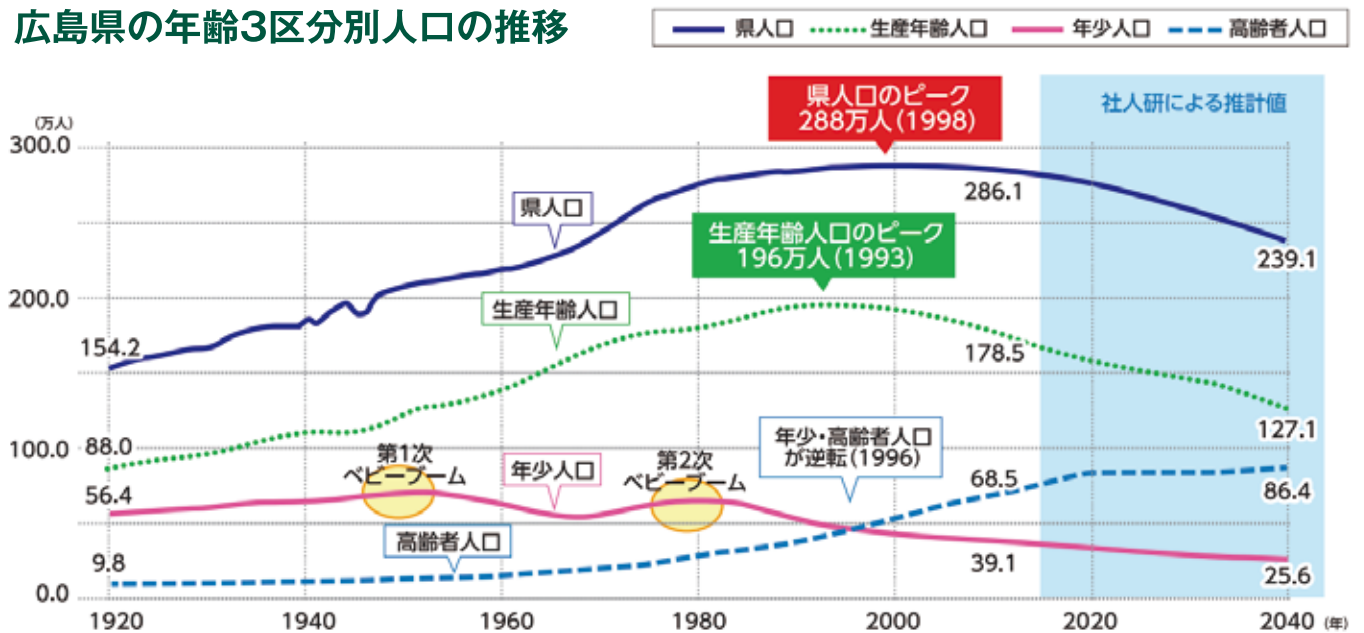
出典：広島労働局 管内の雇用情勢 2019(令和元)年7月



広島県の2019年7月の有効求人倍率は2.03倍で、全国と比較して高水準で推移しており、求人数に対して求職者が1/2程度という状況です。

これは、目標採用人数に対して半分の人員しか確保できない、もしくは採用したい企業の半数しか採用ができないと言えるほど、厳しい採用環境です。

### 広島県の年齢3区分別人口の推移



一方、広島県は人口および生産年齢人口(15歳～64歳)ともに減少しています。

生産年齢人口の減少により、今後の採用環境はますます厳しさを増すことも予想されます。また、人手不足によって後継者が確保できず、倒産するケースが増えています。

健全な事業運営を継続するために、企業は採用活動を重点化して取り組む必要があります。

### 広島県の年齢3区分別人口の割合

区分	2010年 (H22)	2040年 (R22)
年少人口	13.7%	10.7%
生産年齢人口	62.4%	53.2%
高齢者人口	23.9%	36.1%

出典：広島県「ひろしま未来チャレンジビジョン改定版(2015(平成27)年 10月策定)」

## 2. 変化する仕事探しの方法

### ● 仕事探しの手法の多様化

新聞



インターネット



パソコン



スマート  
フォン

フリーペーパー



人材紹介

ハローワークや新聞広告に加え、求人ナビサイトや人材紹介など、仕事探しの手法は多様化が進んでいますが、現在ではスマートフォンの普及に伴い、圧倒的にインターネット検索が仕事探しの手法の中心を占めています。それにより、企業のホームページ等における採用関連情報の充実度が、個人の仕事選びに大きな影響を与えるようになりました。外部環境の変化に適応しながら、採用競争にも打ち勝ち、良い人材を採用することが必要です。

## 3.手法に応じた採用広報事例

### ● ハローワーク

#### ■ 事業所登録シート

裏面の「事業内容」「会社の特長」はそれぞれ90文字の上限を全て使い切るなど詳しく具体的に書きましょう。書き手の熱意が必ず伝わります。

#### ■ 事業所地図登録シート

地図は方眼の手書き欄がありますが、白黒であれば印刷物など既存の地図を貼り付けることも可能です。手書きの場合は、もちろん丁寧にわかりやすく描くことが大切です。

#### ■ 求人申込書

表面の2欄「職種」、3欄「仕事内容」はホームページ同様、仕事の内容を想像できるよう、明確・具体的に記載しましょう。

裏面20欄「求人条件にかかる特記事項」、21欄「備考」を記載する際には、ハローワークが配布する記入例をよく読み、職業安定法を遵守してください。

### ● ホームページやSNS

求職者にPRするために、求人ナビサイトに掲載するだけでなく、自社の採用ホームページやSNSを開設する方法があります。事業内容や仕事内容といった採用情報をわかりやすく説明しましょう。さらに、社内の雰囲気や社員たちの仕事ぶり、社内行事の様子などを随時、自分たちで更新・投稿していくと、より深く自社の魅力が伝わります。できるだけ途切れないよう、定期的に情報を更新しましょう。自社のURLやアカウントは、名刺、企業案内、配布資料、ホームページなどあらゆる手段を使って告知してください。

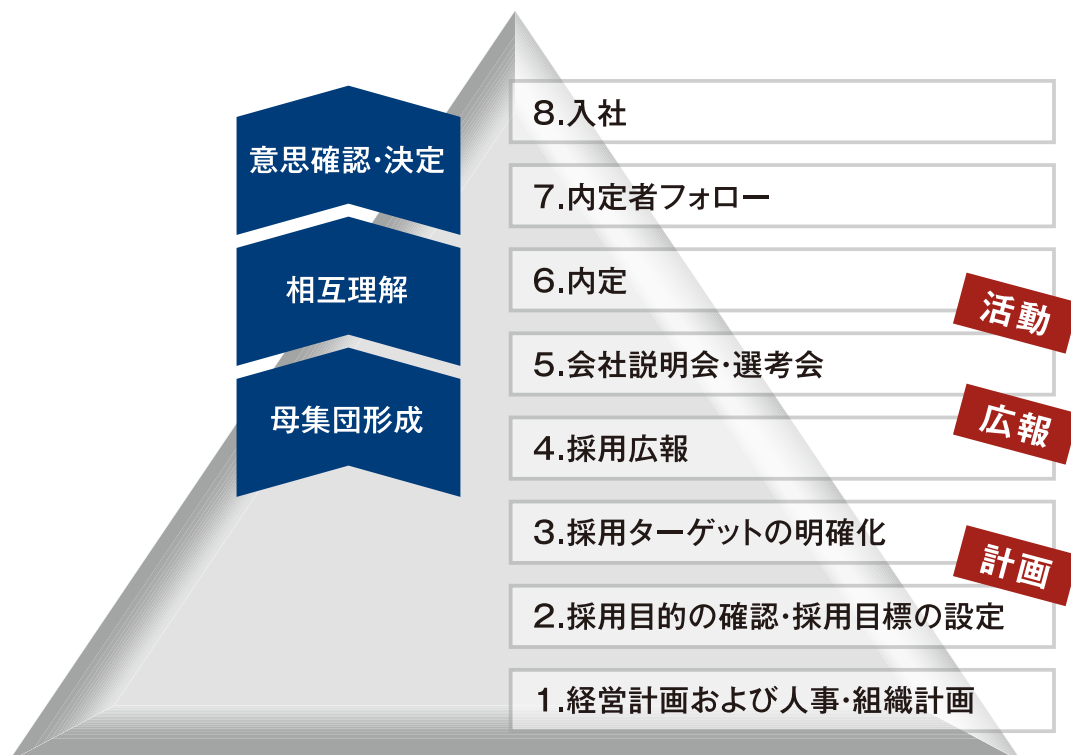
# 第2章 採用活動とは？

基礎編

## 1.採用計画

採用活動のフロー

企業の成長と発展へ



採用計画は、企業の経営計画上の人事・組織計画（人員計画）に沿って立案されます。採用計画においては、根本となる人員計画がないと適切な採用活動ができなくなりますし、仮に採用ができたとしてもミスマッチによる早期退職の原因となりかねません。

採用計画では、経営計画における人事・組織計画（人員計画）において

- 採用目的の確認と採用目標人数の設定
- 自社に必要な人材（採用ターゲット〔新卒・中途など〕）
- 自社のターゲットとなる人材獲得のための広報手段

を検討します。

これらを採用に関わる社員全員で共有し、採用計画・目標人数に対して意識のズレが生じないように共通認識を持つことが必要です。その上で、採用広報や会社説明会・選考会等の採用活動の過程で相互理解を深め、入社の意味確認を行い、内定に至るまでのフローやスケジュール等を計画します。

## 2.採用戦略

### ● ターゲット人材の明確化

第一に、採用ターゲットとなる人材の要件を明確にする必要があります。過去の採用を振り返り、自社の事業内容やビジョンに共感し、活躍している社員の人物像を、具体的に描いてください。

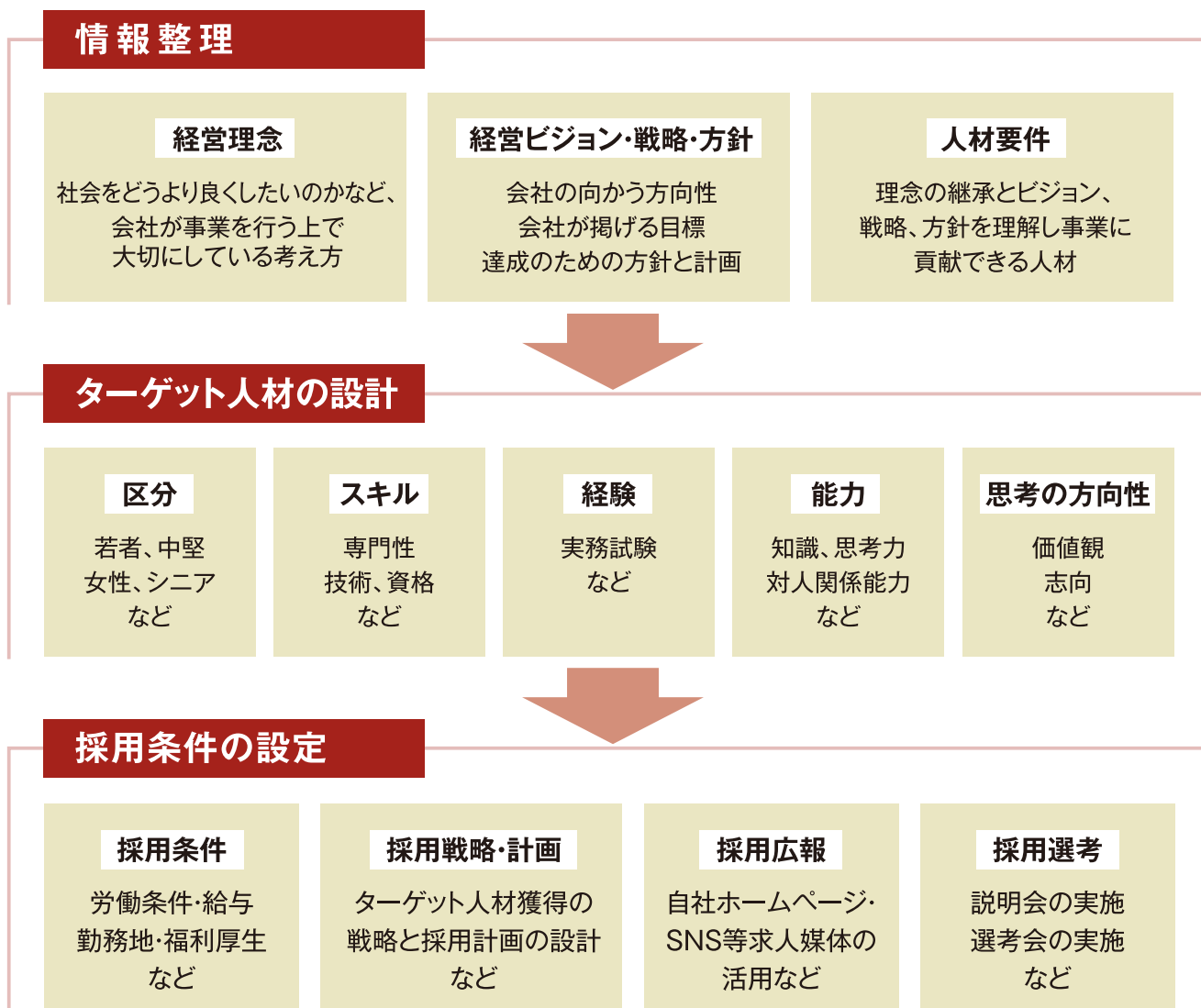
その際に重要な点は、「絶対に必要な条件=Must要件」と「できれば備わっていて欲しい条件=Want要件」を明確に切り分けることです。

**Must 要件** 絶対に必要なスキル・知識・経験

**Want 要件** できれば備わっていて欲しいスキル・知識・経験

現在の厳しい採用環境においては、「絶対に必要な条件=Must要件」を充たしているならば、積極的に採用を検討すべきです。場合によっては、「できれば備わっていて欲しい条件=Want要件」は入社後の教育や実践を通じて補うことも考えると良いでしょう。

## ターゲット人材の明確化から採用選考の設計まで



自社に必要な人材を明確化するには、まず、経営理念や経営ビジョン・戦略等に基づき、ターゲットとなる人材要件を設計します。

人材要件を設計した後、具体的なターゲット人材の区分、スキル、経験、能力、思考の方向性などを整理し、採用条件の設定と採用・選考の設計を行うことでターゲットは明確化されます。



## 3.採用広報

### ● 採用広報手段(求人媒体等)の選択

ターゲット人材を獲得するために、どの採用広報手段(求人媒体等)を選択すべきか調査・検討を行います。求職者が求人検索を行うツールは、「希望する業界・業種・地域」「活かせる経験(職種)・資格」などで異なります。

求人媒体(人材紹介会社を含む)にも「総合型」と「業種・業界・地域、職種、資格に特化した専門型」があり、友人・知人に相談し情報を得るというケースもあります。

#### ■採用広報の手段

##### 【無料】

- ハローワークでの求人募集【参照P42】
- 高校、専門・専修学校、大学等教育機関への求人募集
- 広島県や市町などの自治体ホームページでの情報公開  
(【例】Go!ひろしまデータベース[広島県が運営する企業情報・インターンシップ・求人情報などのデータベース]など)【参照P42】
- 人材サービス会社等が運営する無料求人サイト(有料オプションあり)
- 自社ホームページとSNSの活用
- 求人検索エンジン

##### 【有料】

- 人材サービス会社・新聞出版社等が発行する求人誌(紙媒体)
- 人材サービス会社・新聞出版社等が運営する就職ナビサイト(WEB媒体)
- 人材サービス会社が提供する職業紹介サービス(人材紹介)

## 4.採用選考

### ● 選考を行う前の心掛け —相互理解—

応募者対応で最も重要なことは「相互理解」を深めることです。

求職者を上から目線で選ぶのではなく、「求職者に選んでいただく」という気持ちで対応しましょう。そのためには、採用担当者だけではなく、経営者も含め、社員全員の理解・協力が必要です。

#### ■ 相互理解を深めるメリット

お互い納得の上での採用、入社となるためミスマッチを防ぐことができます。相互理解をより深めることが他社との競合負け(内定辞退)を防ぐことにもつながります。

#### ■ 応募者の理解を得る

会社概要等の説明を行います。応募者に自社への理解を深めてもらうため、自社情報を整理し、詳しく説明を行う必要があります。

応募者の質疑応答に対応し、理解度を深めていきます。

#### ■ 自社情報の整理

- 経営理念
- 経営ビジョン・戦略・方針
- 事業内容
- 自社の風土
- 自社の強み・弱み
- 採用条件・仕事内容
- キャリアプラン

上記の項目だけでは伝わらない部分の補足も含め、応募者に詳細な説明を行い、理解を得ましょう。

その後、応募者の疑問や要望等を確認します。

応募者の企業理解を深めながら面接を実施することで、応募者の志望度が高まります。



## ● 面接(面談)

面接(面談)を行います。

### ■ 応募者の選考(面接)の心得

面接とは、英語で「interview(インタビュー)」と表現されます。記者がインタビューする場面を思い浮かべてみてください。インタビューとは、聞き手が相手から情報収集するための手法であり、相手が話しやすい場づくり(雰囲気づくり)が不可欠です。一方的な質問ではなく、会話のキャッチボールを重視したコミュニケーションを意識しましょう。

形式的な質問では、応募者の本心や本音は確認できないため、いかに相互理解を意識して面接を行えるかが重要です。

### ■ 面接官としての心得

面接官としての立ち居振る舞いや態度が応募者に与える印象を考え、自社を代表して面接を担当している自覚が必要です。

## ● 内定の通知

応募者に対し、内定を通知します。

内定通知を行う際に

- ・ **なぜ内定を出したのか**
- ・ **入社後期待している役割や仕事**

これらの説明を行い、入社後の明確なキャリア形成の方向性を伝え、内定承諾の意思確認を行います。

不合格者にも不合格通知の連絡をした方が良いでしょう。

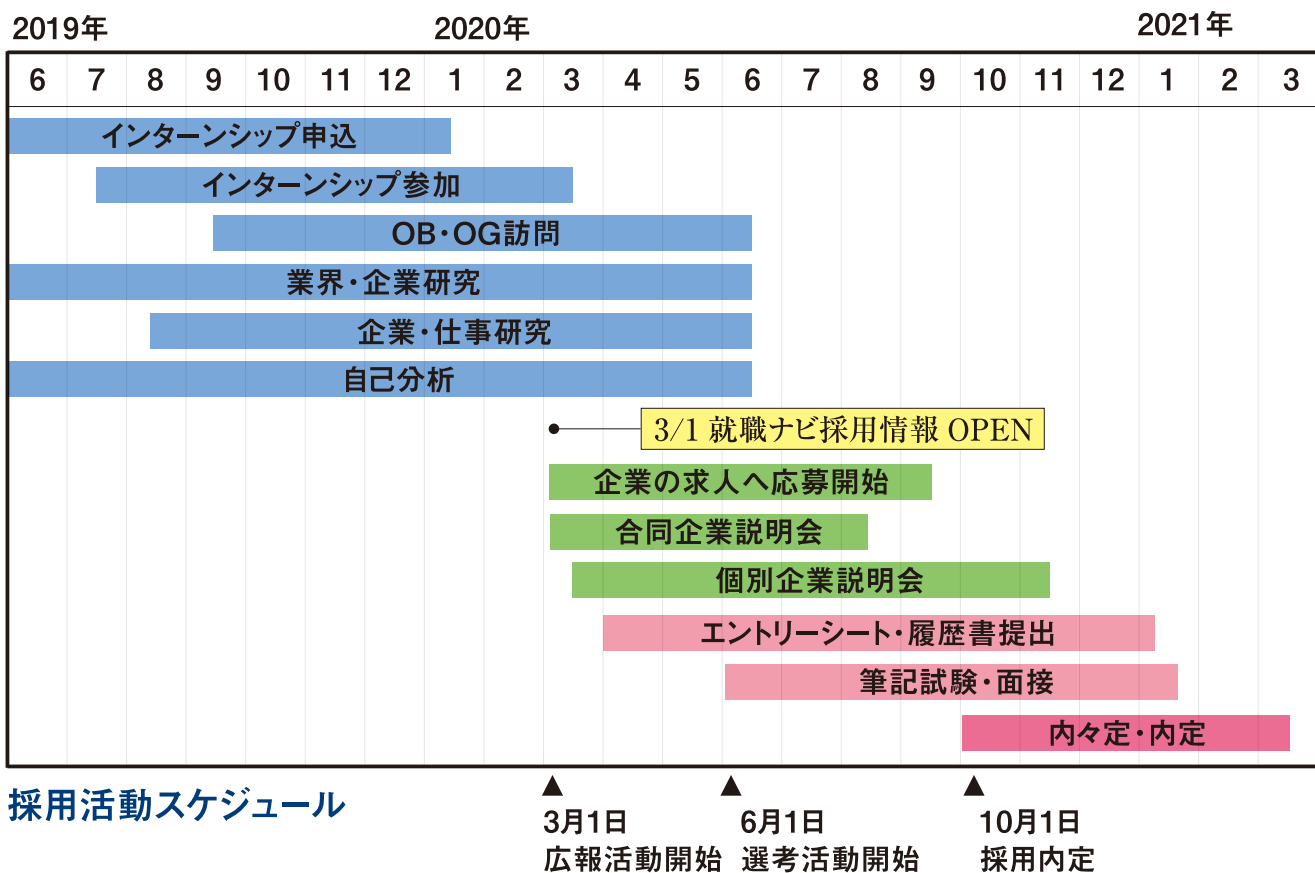
新卒採用の場合、内定通知の時に、保護者へのごあいさつ文があれば、誠実さがさらに伝わります。

# 第3章 新卒の採用活動

## 実践編

### 1. 新卒の採用スケジュール

#### 大学生の就職活動スケジュール



## ● 〈就職・採用活動日程のルール〉について

2019年度(2020年3月)卒業予定者までは、一般社団法人日本経済団体連合会(以下、「経団連」という。)が「採用選考に関する指針」を策定し、就職問題懇談会(大学等卒業予定者の就職活動のあり方について検討・協議を行う、国公立の大学、短期大学及び高等専門学校関係団体で構成される組織)が「申合せ」を行い、関係省庁(内閣官房、文部科学省、厚生労働省、経済産業省)が連名で経団連等に対して遵守等を要するというプロセスで策定されてきました。

経団連による「採用選考に関する指針」は、2019年度(2020年3月)卒業予定者の就職・採用活動を最後に廃止し、2020年度(2021年3月)の卒業予定者の取り扱いは、「就職・採用活動日程に関する関係省庁連絡会議」\*において就活日程を現行維持とする方針が決定されました。

### 【広報活動開始】

卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降

### 【採用選考活動開始】

卒業・修了年度の6月1日以降

### 【正式な内定日】

卒業・修了年度の10月1日以降

\*内閣官房副長官補を議長に、内閣官房内閣審議官、文部科学省高等教育局長、厚生労働省人材開発統括官、経済産業省経済産業政策局長を構成員とし、オブザーバーとして日本経済団体連合会事務総長、就職問題懇談会座長が参加

## ● 「就職・採用活動日程に関する関係省庁連絡会議」

### のとりまとめのポイント (2018(平成30)年10月29日)

- 学生の就職・採用活動日程(いわゆる「就活ルール」)については、今般の経団連の「指針」に関する方針決定等を受け、学生が抱える不安を解消し、学修時間を確保しながら安心して就職活動に取り組むことができるようにすることが重要。
- このため、政府としては、これまでと同様、今年度末を目途に、2020年度(2021年3月)に卒業予定の学生の就職・採用活動について、経済団体等への要請を行う。その際、日程については、現行と同じ日程(広報活動3月、採用選考活動6月)の遵守を要請する。
- 2021年度(2022年3月)以降に卒業予定の学生の取り扱いは、来年度以降に改めて検討(これまでもルールは毎年度決定)。なお、現時点においては、急なルールの変更は学生に混乱を生じさせるおそれがあること、企業の新卒一括採用を基本とした雇用慣行の見直しには一定の時間を要すること等を踏まえると、当面は現行の日程を変更する必要が生ずる可能性は高くないであろうとの認識を共有。
- 学生が在学中にしっかりと学業に専念し、その成果が企業の採用活動において十分に活用されていくという環境を整えるため、今後、大学側と企業側双方の取組が重要であるとの認識を共有。

## 2. 求人媒体・人材紹介の活用

### ● 増え続ける新卒採用向けサービス

現在、新卒採用の採用手段は、いわゆる「就職ナビサイト」に加え、様々な種類のサービスが提供されています。

#### ■ 新卒専門のインターネット求人媒体の例

- 総合系ナビサイト(人材サービス会社、新聞出版社などが運営)
- 専門系ナビサイト  
(理系特化型、業種業界特化型、中小ベンチャー特化型など)
- 地域特化サイト(自治体、地方新聞社などが運営)
- OBOG訪問支援サイト
- オファー型/スカウト型サイト

「就職ナビサイト」を利用する際には、掲載開始時に正確で魅力的な内容を掲載することに加え、人事ブログ機能を積極的に活用し、常に最新情報を更新するようにしましょう。

近年は、新卒および第二新卒者を対象とする人材紹介会社も多数存在します。採用活動の手間と時間を大幅に削減でき、ターゲットに合った人材に出会える機会が期待できるため、採用目標数が少人数の場合は、特に有効な方法といえます。

## 3. 学生の企業選びの視点

学生は企業を選ぶ際、企業で働いている人と自分が合うかどうか(社風・風土・働く仲間)、企業の考え(理念・経営者の考え・今後のビジョン)に共感できるかどうかということを重視する傾向があります。

### ● 入社意思決定した学生の意見

説明会や選考会で採用担当者によくしてもらい、こんな人と一緒に働きたいと思った

色々な部署の先輩や上司の方と会えて話げできたことで、社内で働くイメージが湧いた

企業の考えにすごく共感でき、この企業で成長していきたいと思った

社長がしっかりとビジョンを持っており、社員との距離も近い

このように人や社風、企業の考えが大きな意思決定の要因になっていますので、しっかりと自社の情報を整理し、学生に対して発信することが重要です。

また、学生は、入社後のキャリアプランや働き方改革への取り組みなども調べる傾向があるため、企業の施策や取り組み方もしっかりと伝えていきましょう。

## 4. インターンシップの実施

### ● 拡がるインターンシップへの関心

近年のインターンシップには多くの大学生が参加しており、専門学校や高等学校でも広く推進されています。新卒採用の場合、最近ではインターンシップ参加者からの入社がかなり増えているようです。

## ● インターンシップとは

インターンシップとは、一般的には、学生が企業等において実習・研修的な就業体験をする制度のことです。我が国においては、インターンシップについては、「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」として幅広くとらえられています。

## ● インターンシップ成功のポイント

### ■ 企画

#### 【短期】(1~2日)

学生同士のディスカッション・発表などのワークショップや、就業体験・社員との交流会などを通じて、学生の働くイメージの具体化を図りましょう。(単なる職場見学などの就業体験を伴わない場合はインターンシップと称せずに「説明会等」とするなど区別しましょう)

#### 【中期】(1週間~数週間)

学生の夏季休暇などにあわせて実施します。実際の職場で業務に携わってもらうこともあり、その場合は、受け入れ態勢(教育研修など)を整えておく必要があります。

#### 【長期】(1か月以上)

就業体験にとどまらず実質的な業務を任せ、企業によっては社員と同等の裁量を与えることもあります。長期の場合、有給・無給のパターンがあるので、事前に明確にしておきましょう。



## ■集客のポイント

自社ホームページへのインターンシップ情報の掲載、民間の人材サービス会社等の活用のほか、ターゲットとする学校の就職課・キャリアセンターへの直接訪問が有効です。

また、広島県雇用労働政策課が事務局を運営する「広島県インターンシップ促進協議会」では「ひろしま就活応援サイト『Go!ひろしまデータベース』」においてインターンシップ募集情報を公開しています。登録要件を満たす企業であれば無料で情報を掲載できます。【参照P42】

その他、インターンシップイベントへの参加も効果的です。

## ■当日の運営

学生のインターンシップ参加目的は、「実際の仕事内容や雰囲気」を知ることにあります。楽しませることに傾注するあまり、実際の業務からかけ離れた企画にならないよう留意するとともに、学生に「参加して社会勉強になった」と思ってもらえるよう企画内容を検討しましょう。

さらに入社したい気持ちを高めるには、参加した学生とともに商品開発をしたり、商品の販促物を作ったり、インターンシップ中に作り上げた成果物があるとより効果的です。

## ■事後フォロー

終了後も、メールやSNSなどで学生とコミュニケーションをとってください。ただし、自社への入社を期待するあまり、過度な「囲い込み」と受け取られると学生間で不評が拡がるリスクがあるため注意が必要です。



## 《インターンシップの事例》

### □製造メーカーのインターンシップ

期間：短期(2日間)

内容：製造および開発業務体験

〈スケジュール〉

<b>1日目</b>	<p>オリエンテーション 会社見学(各部署訪問) 工場見学(製造工程の一連の流れ) 実際の製造体験、振り返り(感想・質疑応答)</p>
<b>2日目</b>	<p>開発業務の概要説明 社員と一緒に製品開発体験 振り返り(感想・質疑応答) 2日間を通しての学生へのフィードバック</p>

### □小売業のインターンシップ

期間：中期(5日間)

内容：業務体験・グループワークなどを通じて小売業の仕組みや特徴を学ぶ

〈スケジュール〉

<b>1日目</b>	<p>オリエンテーション/目標設定/本社見学/ 業界研究/社会人としてのマナー</p>
<b>2~3日目</b>	<p>会社組織・仕事の流れ/店内見学・業務体験(売場実習)</p>
<b>4~5日目</b>	<p>業務体験(バイヤー・店長など) 小売業に係るグループワーク・プレゼン・まとめ 5日間を通しての学生へのフィードバック</p>

インターンシップの期間は、より多くの自社社員と関わる時間を設けるなど、入社後にどんな人たちと、どのような仕事をして働いていくのかイメージできるため、学生にとって非常に有意義な時間となります。

また、インターンシップ終了時には必ず振り返り・まとめなどを行い、感想や質疑などヒアリングを行うことで参加学生の理解度の深まりを確認できるとともに、次回のインターンシップの企画にもつながります。

## 5. 合同企業説明会への参加

### ● 就職活動生との接点を持つ貴重な機会

労働局(ハローワーク※)、県、市町、大手人材サービス会社などが主催者となり、多様な合同企業説明会が開催されています。企業にとっては、就職活動生と実際に対面できる貴重な機会となるため、積極的に活用しましょう。【参照P42】

### ● 合同企業説明会とは

様々な業種・業界の企業が一堂に会し、ブースを設置し、求職者に対して情報提供を行うイベントです。就職活動生には、略して「合説(ごうせつ)」と呼称されることが多いようです。出展するには、主催者へ直接申し込む必要があります。インターネットで「合同企業説明会+開催地名」で検索すると、様々なイベントが出てきます。

なお、広島県内での主な合同企業説明会は、県内外の大学生向けの「ひろしま就活応援サイト『Go!ひろしま』」内で「広島就活イベント情報」として掲載しており、UIJターンを含め県内就職を検討している就職活動生に情報提供を行っています。

### ● 合同説明会成功のポイント

合同企業説明会は、就職活動生の集客・会場手配を全て主催者が行うため、非常に利便性が高い一方で、多くの企業が同時に出展しているため、自社が埋もれてしまわないよう、就職活動生の関心を引き付けるための工夫が必要です。

#### ■ 集客のポイント

合同企業説明会で集客するポイントは、来場学生に対して積極的に声をかけることです。学生は、どの企業の話聞いてみようかと悩みながら会場内を

探し歩いています。企業の担当者が元気よく「よかったら当社の説明を聞いていきませんか?」と声をかけることで学生が自社のブースで説明を聞いてくれるということが多々あります。

### ■ターゲットの明確化

単に多くの就職活動生と接点を持つとしても採用成功に繋がりません。自社が欲しいターゲット人材を明確にした上で、それに合わせたプレゼンテーションの準備を行い、自社の魅力を的確に伝えられるよう当日の人員を手配しましょう。

### ■ゴールの明確化

合同企業説明会で接点を持った就職活動生にしてほしい「次のアクション」を設定します。ホームページから応募してほしい、自社の説明会に来社してほしい、面接に来てほしいなど、合同企業説明会のゴールを明確に持ちましょう。

### ■プレゼンテーションの準備

自社の顔であるプレゼンターは、就職活動生に対し、良い印象を与えられるよう、清潔感のある服装やメイクを心がけましょう。また、立ち居振る舞いや話し方は、事前に社内でロールプレイングを行っておくと良いでしょう。

### ■当日の運営

就職活動生に親近感を持ってもらうために、若手で元気のよい社員が、司会進行役や資料配布役を務めるのも良いでしょう。配布資料は極力簡潔にし、大量の資料を持ち帰る就職活動生にとって理解しやすい内容とします。

ブースは主催者が用意する装飾のほか、タペストリーやのぼり旗、イーゼルなどを持ち込み、限られたスペース内で、自社の強みや特徴を明確にPRしましょう。講義形式は最小限度に留め、就職活動生への問いかけや質疑応答を含めるなど参加型にすることで、好印象を与えることができます。

## 6. 会社説明会・見学会の開催

### ● 理解と関心を高め、志望へ繋げる

合同企業説明会で接点を持った就職活動生は、志望度が十分に高まっているとは言えません。そのため、次のステップをいきなり「選考」とせず、まず、自社の会社説明会・見学会に参加してもらうことで、さらに理解と関心を高め、志望度を高める必要があります。

### ● 会社説明会・見学会成功のポイント

集客と運営の全てを自社で行う会社説明会・見学会は、合同企業説明会と比べ、より周到な準備が必要です。中小企業の場合、できるだけ経営者トップが自らメッセージを語る事が大事です。採用や人材に対する思いも伝わります。

また最近では、一方的に企業側が会社説明を行うだけでなく、学生が発言したり、体を動かすワーク形式を取り入れるなど、学生参加型にすることで志望度を高めているようです。

#### ■ 集客のポイント

開催日は必ず複数設け、2～3週間ほど前から告知します。過去に接点のあった就職活動生には、eメール等で告知し、電話番号が入手できていれば、個別に電話で勧誘してください。また、民間の人材サービス会社を活用し就職活動生を集客することもできます。

#### ■ スケジュール表と台本の作成

ターゲット人材に合わせて、自社の特徴を説明する準備を整えた上で、時間配分と人員の動きが一目でわかるよう、スケジュール表と台本を作ります。

## ■プレゼンテーションの準備

プレゼンターは発声方法や立ち居振る舞いなど、練習を十分に重ね、本番に臨みましょう。事前に社内でロールプレイングをすると良いでしょう。

## ■当日の運営

社員は複数で運営し、会場は、いわゆるスクール形式ではなく、島を作るグループ形式、人数が少なければ口の字形式が良いでしょう。企業と就職活動生の距離感を詰め、互いに自然に会話ができる雰囲気づくりが可能です。

また当日は、定刻の60分前には会場準備を整え、30分前には開場し受付体制を整えます。建物の入口にはスタッフを配し、開催の旨を記載したA3サイズ程度のボードを持ち、歓迎の姿勢で就職活動生を迎えるとともに、元気よく対応しましょう。

## ■事後フォロー

参加したすべての就職活動生には必ずアンケートを募ります。率直な感想をくみ上げて採用活動に活かすとともに、すぐの応募に至らない場合でも連絡先や大学名を入手することができるため、継続したフォロー活動で志望度を高めていくチャンスがあります。

終了後、できれば当日の夕刻、遅くとも翌日の朝には必ず参加に対する御礼をメールで送るようにしましょう。

### 会社説明会のスケジュール表の事例

13:30	13:35	14:05	14:35	14:45	15:15	15:45	15:55
あいさつ	社長メッセージ	会社・事業説明	休憩	グループワーク	先輩社員と質問会	採用選考について	アンケート・解散

## 7.採用選考の実施と工夫

インタビューを意識した面接を実施します。面接の基本は、その人が自社に合うか、合わないかを判断することです。ポイントは、応募学生の良いところを引き出すためのインタビューを心がけることです。

一般的な面接での質問例としては、志望動機、自己PR、学生時代に頑張ったこと、苦労したこと、アルバイト経験、サークル、部活の経験などが挙げられます。質問・回答は、単純なやりとりだけではなく、一つの回答に対してさらに質問を行うなど、会話のキャッチボールを心がけましょう。

【参照P36～41「第6章 応募者に選ばれる面接手法」】

### 《選考会の事例》

#### 【製造メーカーの採用選考】

##### 選考会

**1次選考** エントリーシートの記入（※会社説明会の直後に行う方法もあり）

**2次選考** 工場見学・若手社員との集団面談

**3次選考** 役員との個別面談

**4次選考** 社長との個別面談

##### ポイント

新卒採用の場合、面接は3回は行いましょう。1回だけの面接で内定を出すと「誰でもいいのでは?」と不安がられる場合があります。

また、連絡方法の使い分けを行った方が連絡を取りやすいようです。選考結果や会社説明会の日時案内など業務連絡は電話やメールを利用し、就活状況やコミュニケーションを図るための連絡の場合は、LINEを利用した方が効果的です。



# 第4章 中途の採用活動

## 実践編

### 1. 中途の採用成功のポイント

中途求職者は、給与や勤務地など労働条件面を重視する傾向があるので、競合他社の条件面をチェックした上で明記しましょう。

#### ● 人材紹介

人材紹介会社のコンサルタントは、成功報酬の高さだけで紹介先を選びません。候補者と企業のマッチングには、コンサルタント自身が深く理解し、信頼する企業への推薦が最も有効だからです。紹介会社に対し、企業の文化や今後のビジョン、事業の展望を、熱意をもって提示しましょう。

#### ● 中途求人媒体

中途採用向けの求人媒体は種類が多く、注意深い選定が必要です。人材要件によって、最適な求人媒体を利用してください。また、同じ求人媒体での長期連続掲載は、「常に人が足りない企業」というイメージを与えるリスクがあります。適宜、媒体を変更しましょう。

## ● リファラル採用

リファラル(社員を通して友人・知人の紹介、推薦を受け採用選考を行う手法)とは、「つながりによる採用」という意味で用いられています。

コストや労力が軽減できる最も有効な採用手法のひとつですが、自社で働く社員の満足度が高いことが重要です。満足度が低ければ、社員の協力は得られませんし、大切な友人・知人に紹介することはありません。

リファラル採用を導入するにあたって、働く環境を見直すきっかけにすると良いでしょう。

## ● その他

中途採用においてもハローワークの活用は有効です。【参照P42】

ハローワークの求人部門の窓口で、新たな求人募集を申し込む際には、次の2点を必ず情報交換してください。

- ① 過去、ハローワークから入社した社員の活躍状況を報告する。
- ② 最近の求職者の志向、人気のある業種職種の傾向をヒアリングする。

### ■ 求職者の目にとまる求人情報の記載ポイント

#### 【飲食店の求人情報公開の例】

「事業内容の欄」に簡単に「飲食店」と書くのではなく、下記のような働きやすさや、やりがいなどが伝わるような文章が大事です。

- ・「未経験者でも安心の研修制度あり」
- ・「お子さんの急病など急な早退も大丈夫なチームワーク体制」
- ・「創業60年の伝統の味を、世界中に広めるために人材募集」

このように、求人情報を公開する際には、求職者が安心できる職場環境であったり、企業としての熱い使命感やビジョンを感じさせたりする文章や写真などを心がけ、自社の働く場としての強み・特長を伝えましょう。



## 2.ターゲット別採用活動

求める人材に合わせて、働きやすい環境の整備を心がけましょう。【参照P42】

### ● 女性

女性にとって働きやすく、働きがいのある職場づくりを進めることが重要です。

「育休・産休がとれるかどうか」「お子さんの急病による早退・欠勤が可能かどうか」「女性が働きやすくするためにどんな取り組みをしているのか」を明確にすると良いでしょう。さらに、女性の管理職の人数を明記すれば、仕事で活躍したい女性の注目度は高まります。

「Hint! ひろしま」(P42)に優良事例が掲載されているので参考にしてください。

### ● シニア

シニアとはいえ、まだまだ元気で優秀な人材は多く存在します。シニアの採用は、ハローワークを中心に求人活動を展開しましょう。「早朝から午前中の勤務でもOK」「週2～3日出勤でOK」といったシニアのライフスタイルに合わせた条件を用意すると良いでしょう。

## 3.採用選考の実施と工夫

中途採用の場合、面接後、質問を受け付けて終わりというケースが多いのではないのでしょうか。中途採用では、特に、応募者の経験や人柄を重視し、応募者が自社のターゲット人材に近い判断をしましょう。また、中途採用の応募者に対しても、自社理解を深めてもらうとともに、応募者との相互理解を深めることが重要なので、採用選考においては新卒学生と同じように具体的な自社の説明、見学、質疑応答等を実施します。

# 第5章

## WEB・SNSの活用

### 実践編

## 1. 自社ホームページの活用

### ● ホームページの活用

仕事探しの手法が多様化している現代社会において、求職者は、単一の情報源で満足することは決してありません。企業を知るきっかけが、ハローワーク、求人ナビサイト、人からの紹介、または口コミであっても、必ずインターネットで検索し、その企業のホームページを訪れます。

そのため近年では、自社のホームページを積極的に活用することが最も重要な取り組みとされています。

また、スマートフォンの普及により、場所を問わず、手軽にインターネット検索をする人が増えたため、ホームページのスマートフォン対応が求められています。

## ● ホームページ運営のポイント

情報の提供は新しく・正確であることが大切です。仕事内容や給与待遇などの募集条件に変更があった際には、それらをすぐに反映しなければなりません。そのため、ホームページの更新が簡単に出来る仕組みにする必要があります。

### ホームページの更新を簡単にするための方法例

- ・ 社内に更新技術を持つ従業員を雇用する
- ・ ホームページの保守を専門企業に委託し適宜更新する
- ・ ブログのように手軽に更新できるシステムCMS<sup>\*</sup>を利用する

#### ※CMS(コンテンツ・マネジメント・システム)

WEBサイト運営にあたり、HTMLやCSSの書き換えなどの専門知識がなくても、管理画面を通してテキストや画像を変更出来るシステムです。

近年ではCMSを導入し特別な技術知識を持たない現場の採用責任者が、必要に応じて素早く更新することで、採用競合との差別化を図る企業が増えています。

## 2.採用ホームページ制作のポイント

### ● 求職者が求めている採用情報とは

ホームページを訪れた求職者の企業に対する志望度を高めるためには、会社概要や経営理念、事業内容、募集要項(募集職種と雇用形態)に加え、次のような内容を求職者にわかりやすく掲載しましょう。

#### 社員インタビュー

入社のきっかけ/どんな思いで働いているのか/社内研修の内容/仕事のやりがいなど

#### 社長メッセージ

人材を求めている理由/人材に対する考え方・取り組み

### 働く環境

働きやすい職場にするための取り組み

### 応募フォーム

WEB上で応募できるシステム、またはメールアドレス

自社のホームページに、こうした情報を積極的に掲載することで、有料の民間人材サービスだけに頼ることなく、自分たちの力で自社にマッチした人材を採用できる可能性を拡げることができます。

## ■職種名の書き方

求職者が仕事内容を想像できるよう明確で具体的な表現を心がけます。

### わかりにくい例

営業職

### わかりやすい例

機械部品のルート営業職(社用車使用)

事務職

PCを使った簡単な伝票処理などの事務職

## ■仕事内容の書き方

求職者が、自らの適性を判断できるよう、可能な限り詳細に書くことをおすすめします。また、単なる箇条書きに終わらせず、実際にその職種に就いている従業員を登場させ、話し言葉で仕事内容の説明をさせると、求職者が仕事に対して感情移入しやすくなります。

一日の過ごし方、あるいは一週間の過ごし方といった表現で、時間帯や曜日による仕事内容の変化を図式化する方法も求職者の理解促進に役立ちます。

## ● 重要度が増すインターネット検索への対策

インターネットで仕事探しをする求職者に対し、企業のホームページを少しでも多く露出するためには、Google(グーグル)やYahoo!(ヤフー)といった検索エンジンの存在を意識する必要があります。

検索エンジンとは、インターネットを調査する自動プログラムが世界中のホームページの情報を収集し、記録・整理する仕組みです。インターネット利用者が、キーワードを入力すると、記録・整理された膨大な情報から、そのキーワードに対して推奨するホームページを羅列してくれます。

スマートフォン、PCなど利用端末の種別を問わず、多くのインターネット利用者が情報入手に際して検索エンジンを利用している実態をふまえ、企業のホームページはインターネット検索への対策(以下SEO<sup>\*</sup>)を備える必要があります。

<sup>\*</sup>SEO(Search Engine Optimization= 検索エンジン最適化)



## ● インターネット検索のポイント

まずは基本として、グーグルやヤフーなどの検索エンジンで、『会社名(自社の社名を入力) 採用』と入力したときに、上位表示される対策を行うことが大事です。さらに次のようなポイントを押さえると良いでしょう。

### ポイント

- ① ホームページのキーワードを選定する
- ② そのキーワードが検索されている回数を調べる  
▶ GoogleAdWordsを活用する
- ③ そのキーワードで上位表示されるホームページを調査する  
▶ インデックス数、被リンク数、テキスト量、テーマ性など
- ④ そのキーワードで上位表示するための制作方針を定める
- ⑤ 制作方針にのっとり十分なページ数を確保する
- ⑥ 1ページあたり2,000~3,000文字の文章を記載する
- ⑦ スマートフォン対応にする
- ⑧ 内部リンクを最適化する  
▶ パンくずリスト・水平ナビゲーションを活用してページを整理する
- ⑨ 被リンクを最大限増やす  
▶ 公式の会社ホームページ・関連サイト・SNS等
- ⑩ 募集要項ページは、無料求人検索サイトのIndeedなどで表示・検索されるよう、1職種1エリアずつ1ページで作成しておく

これらは、SEOの方法の一部(人事・採用担当者でも対応可能な方法)です。ホームページ制作を委託する際には、SEO専門技術を持った企業を選定するようにしてください。

## ● 法令順守の観点

職業安定法令等によると、ホームページ等で募集を行う際は次の項目の明示が必要です。

### ■ 最低限明示しなければならない労働条件等

- 業務内容     契約期間     試用期間の有無と期間     就業場所
- 就業時間/休憩時間/休日/時間外労働の有無  
(※裁量労働制の場合みなし時間を記載)
- 賃金形態 (※固定残業代の場合は基本給/手当/割増賃金の追加支給)
- 加入保険 (健康保険、厚生年金、労働者災害補償保険、雇用保険)
- 募集者の氏名又は名称
- 労働者を派遣労働者として雇用する場合は雇用形態

### ■ 労働条件の明示にあたり遵守すべき事項

- 年齢・性別・住んでいる地域を限定した人材募集の記載はしてはいけません。
- 最低賃金以下の給与の求人をしてはいけません(最低賃金は広島労働局のホームページを参照)。
- 虚偽または誇大な内容としてはなりません。
- 試用期間中の労働条件が異なる場合は明示しなければなりません。
- 労働条件の水準と範囲等を可能な限り限定するよう配慮が必要です。
- 職場環境を含め可能な限り具体的かつ詳細に明示するよう配慮が必要です。
- 労働条件が変更される可能性がある場合はその旨を明示し、実際に変更された場合は速やかに知らせる配慮が必要です。



## ● 採用ホームページの自己診断

### 品質チェックリスト

- 掲載される情報が正確である
- 職業安定法にのっとり適正に労働条件を明示している
- CMSを備えるなど、ホームページを簡単に更新できるようにしている
- 職種名は仕事内容を想起させる明確で具体的な表現になっている
- 仕事内容は実際の従業員を登場させ詳細に説明している
- 仕事内容は「一日の過ごし方」や「一週間の過ごし方」など工夫を備えている
- 従業員のいきいきとした様子が伝わる写真を多用している
- 職場の雰囲気や伝わる写真を多用している
- 写真は光量不足・手ブレ・ピンぼけなどが無い
- 従業員のインタビュー記事を掲載している
- インタビュー記事はワークスタイルとライフスタイルの両方の話になっている
- ホームページのキーワードが明確に選定してある
- そのキーワードが検索されている回数を調べてある  
(GoogleAdWordsの活用)
- そのキーワードで上位表示されるホームページを調査してある  
(インデックス数、被リンク数、テキスト量、テーマ性など)
- そのキーワードで上位表示するための制作方針を定めてある
- 制作方針にのっとり十分なページ数が確保されている
- 「自社の社名 採用」で検索したとき、上位表示されている
- 「http」ではなく、安全な「https」(SSL対応)になっている
- 社長の顔写真とメッセージが掲載されたページがある
- 内部リンクが最適化されている(パンくずリスト・水平ナビゲーションの活用)
- 被リンクを最大限に増やしている(公式サイト・関連サイト・SNS等)



## 3.SNSの活用

採用活動にはSNSを活用してみましょう。リアルタイムで情報更新・拡散されるため、テレビやWEBサイト等のニュースよりも早く情報を察知できるなどの特徴もあり、若者だけでなく30代、40代、50代でもSNSを情報収集源として活用しています。

また、SNSは人とのつながりを形成または継続するツールとしても用いられており、特に次の3つは利用頻度が高いツールとなっています。

ツイッター  
**Twitter**

(特徴)  
短めの文字・画像・動画

インスタグラム  
**Instagram**

(特徴)  
若者や女性に人気

フェイスブック  
**Facebook**

(特徴)  
年齢層が高めで男性が多い

### 《SNS活用の事例》

#### 事例：建設業（住宅塗装）

社長自ら毎日、仕事のことや日常をFacebookで更新。

社長が毎日更新していたため、仕事のことやどんな人たちがいる企業なのか？どんな働き方（オンとオフ）ができるのか？という情報が閲覧者に伝わった。

仕事量が増えてきたため、ある時、思い切って「求人募集しています」という内容をFacebookで掲載したところ、2名から興味があるという連絡があり、採用に至った。

#### SNS更新の秘訣

SNSを開設しても、次第に投稿が止まり、挫折するケースがあります。継続的な投稿ができている企業は、「1週間に1回、社員が持ち回りで記事を投稿する」「記事投稿すると報奨金が出る」「文字情報は少なめで、仕事のオフのときの楽しい画像を中心に投稿する」といった工夫をしています。投稿を続けていくことが重要です。

# 第6章

## 応募者に選ばれる面接手法

### 実践編

#### 1.採用担当者・面接官の考え方と姿勢

採用担当者と面接を担当する面接官は、自社を代表して求職者と接触していることを自覚する必要があります。自身の態度ひとつで、自社の評価が決まることを肝に銘じなければいけません。

##### ■相互理解

採用は、企業が選ぶだけのものではなく、応募者にも選ばれるという意識をもち、その上で相互理解が深まった状態で採用・入社に至ることが基本です。

##### ■スピードと誠意ある対応

応募者は、1社だけ受けているとは限りません。

応募者への連絡対応を待たせないことと、丁寧に対応することも会社の評価を高めるポイントです。

どの応募者に対しても、スピーディな連絡・報告を心がけましょう。

入社を決め手が、「採用担当の方が熱心にきめ細やかなフォローをしてくれたので、こんな人と一緒に働きたいと思った。」という事例も多く見かけます。逆に、「1週間後に電話しますね」と求職者に言っておきながら電話をせず、不信に感じられてしまって、他社に入社を決めたという事例があります。応募者に対しては大事なお客様と同じように、誠意ある対応を心がけましょう。

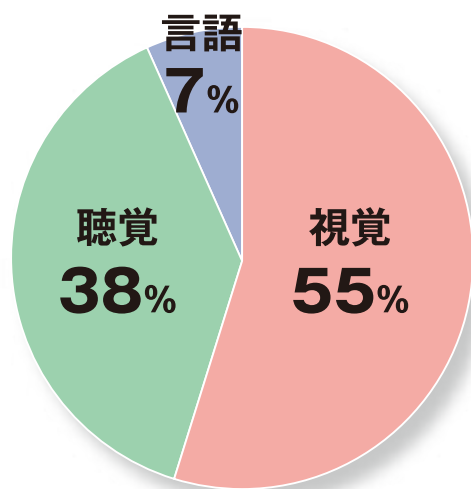
## 2. 応募者の共感を得る面接

### ● 出迎え

アメリカの心理学者アルバート=メラビアンによると、人の第一印象は出会って最初の7秒以内に決定し、その第一印象は、「言語=話の内容そのもの」による影響は僅か7%であり、「視覚に映る外見」「聴覚に届く声色」の影響が93%を占めるとされています。

面接官は、自らの身だしなみや立ち居振る舞いに加え、発声方法を含め、プロの講師によるトレーニングを受けると良いでしょう。

第一印象で受ける影響度



### 面接前の事前チェック

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 応募者の来訪を全社で把握している | <input type="checkbox"/> スマートフォンの電源を切っている      |
| <input type="checkbox"/> 面接官の身だしなみが整っている  | <input type="checkbox"/> 面接を時間通りに開始する準備ができています |
| <input type="checkbox"/> 事前に履歴書を読み込んでいる   | <input type="checkbox"/> 合否の連絡方法が決まっている        |
| <input type="checkbox"/> 緊張させない席の配置にしている  |  |

## ● アイスブレイク

応募者は、強い緊張状態で面接に臨みます。それゆえ、開始早々は本質的な質問、例えば「志望理由」などは避けた方が良いでしょう。また、面接に来てくれたからといって、必ずしも入社を決意しているわけではありません。多くの場合、「自社を知っている」程度の関心度合いであり、段階を踏んで興味・欲求を喚起していく必要があります。

応募者の心理に寄り添って、先ずは十分にリラックスしてもらうことを心がけましょう。そのためには、「YES・NO」あるいは「A or B」で回答できる限定質問から始め、会話のキャッチボールでリズムを作ることを心がけてください。

**限定質問** 「Yes・No」もしくは「A or B」で回答できる質問

**拡大質問** WhatやWhyを問う質問

最終的に自社のことを印象付け、「働きたい」という意欲を持ってもらうには、面接官の意気込みと情熱が不可欠です。面接は、最低でも30分～1時間はかけることを推奨します。



## ● 本音を聞き出す

履歴書・経歴書をもとにヒアリングをする際には、「薄く広い質問」ではなく、「狭く深い質問」が効果的です。これまでの経験や、応募者が褒められたら嬉しい話題を選び、相手の話を広げましょう。そのためには、傾聴の姿勢が何よりも大切です。面接官の聴く態度が、応募者の心を開き、本音を聞き出すことに繋がります。

### ■ 話を聴く好ましい態度の例

- |                                  |                                    |
|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 相手の目を見る | <input type="checkbox"/> 軽い前傾姿勢をとる |
| <input type="checkbox"/> 相槌を打つ   | <input type="checkbox"/> 身を乗り出す    |
| <input type="checkbox"/> メモをとる   | <input type="checkbox"/> 大きくうなづく   |
| <input type="checkbox"/> 質問をする   | <input type="checkbox"/> 笑顔を見せる    |

すごい  
ですね!

頑張ったん  
ですね。

### 相手が一番褒められたら嬉しい所を褒めて聞き出す

応募者との面接は、会話のキャッチボールを心がけましょう。「なぜ、そのようなことを選択した(行動した・考えた)のか」「その時、どんなことを考えたか」「その結果、どんな感想を抱いたのか」といったように、深く質問を重ねることで、これまでの応募者の経験から本人の価値観に基づく話を引き出すことができます。ただし「なぜ」の繰り返しは、詰問と受け取られないよう、聞き方には注意しましょう。

なお、新卒の面接においては、大学・専門学校の話だけではなく、高校時代についても、深く聴くことをお勧めします。高卒後の進学は、本人の努力や志向以外にも、経済的な事情を含めた様々な外的要因が働く場合があります。しかしながら、中学から高校へ進学する際には、その当時の努力や志向の結果がダイレクトに反映されることが多く、その後の3年間も、本人の主体的な選択による可能性があるからです。

## ● 応募者からの質問

---

質問には表面的な回答で済ませず、その質問の背景を聞き取り、相手が本当に欲しい回答を提供できるようにしましょう。

例えば、「残業がありますか?」と質問があった場合、応募者は適度に残業をして稼ぎたいという考えかも知れませんが、あるいは、介護や家庭の事情などで特定の曜日や時間帯の勤務が難しいのかも知れません。

実態としての残業有無を回答した上で「ご質問の背景を、差し支えなければ教えてください」と切り出すことで、応募者の本当に知りたいことを把握し、適切に情報伝達する必要があります。

また、応募者からの質問はおおよそ決まっているため、面接官同士でFAQを作っておくと良いでしょう。近年では、「ブラック企業」を避ける目的で、労働法の勉強をしている求職者が少なからずいます。面接官は労働法の要点を事前に理解し、不適切な回答をしないよう、十分な注意が必要です。

## ● クロージング

---

面接の終盤では、必ず2つの質問をしてください。

- ① **他に、どこの企業の面接を受けていますか?**
  - ② **もし同時に内定が出たら、どちらの企業に入りますか?**
- 

面接の手順を丁寧に重ねれば、応募者と面接官の間には一定の信頼関係が構築されます。率直に質問することで、応募者は本音で回答してくれます。

もし併願先の企業名を答えてもらった場合は、率直に答えていただけたことに対し感謝を述べた上で、「(面接官自身の)勉強のために差し支えない範囲で、理由を教えてください」と質問を重ね、応募者から、「本当に重視する会社選びの基準・観点」を引き出しましょう。その「基準・観点」にあわせ、改めて自社で働く価値を提示できれば、もう一度、自社への入社を促すチャンスが訪れます。



## ● 内定の伝え方

内定の伝え方は、応募者への書類の送付が基本です。その上で、電話で伝えたり、最終面接のときにその場で伝えたりする方法があります。

新卒採用の場合、内定通知後、その応募者から内定承諾書を返送してもらい、正式な内定者となります。

## ● 内定フォロー

内定辞退を防ぐために内定者フォローが重要です。内定通知後、内定者に向けて社員全員で書いた寄せ書きを渡したり、保護者や家族にも自社のことがわかる資料や新聞記事、あいさつ文を送るなどして、内定者との関係を深めましょう。

### 《内定フォロー方法例》

- 定期的な連絡 (LINEやメール)
- 社員と内定者との交流会などの開催
- 社内行事 (勉強会や忘年会など) に招待する

＼ いっしょにがんばろう! ／





# 主な支援情報・お問合せ先

(2019年10月時点)

□企業PR、求人活動、インターンシップの募集をしたい企業の方へ

ひろしま就活応援サイト

## 「Go! ひろしまデータベース」

goひろしまデータベース

検索

- ◎「Go! ひろしまデータベース」は、「働く」意欲のある人と「人材を求める」企業・団体が、相互にアクセスできるインターネット上のデータベースです。
- ◎企業PR、求人活動、インターンシップの募集等に幅広くご活用ください。
- ◎登録・利用すべて無料です。

**お問合せ先** 広島県商工労働局 雇用労働政策課 TEL.082-513-3422

□従業員の満足度を高め、働き方改革・女性活躍を推進したい企業の方へ

働き方改革・女性活躍発見サイト

## 「Hint! ひろしま」

ヒント ひろしま

検索

- ◎職場改善や女性の活躍推進に取り組む広島県内の企業の事例を掲載
- ◎掲載事例は随時更新中!

**お問合せ先** 広島県商工労働局 働き方改革推進・働く女性応援課  
TEL.082-513-3419

## 公共職業安定所(ハローワーク)

広島	082-223-8609	三次	0824-62-8609
広島東	082-264-8609	安芸高田出張所	0826-42-0605
広島西条	082-422-8609	庄原出張所	0824-72-1197
竹原出張所	0846-22-8609	可部	082-815-8609
呉	0823-25-8609	府中	0847-43-8609
尾道	0848-23-8609	廿日市	0829-32-8609
福山	084-923-8609	大竹出張所	0827-52-8609
三原	0848-64-8609		

## ステップ1

### 採用環境を知る

- 有効求人倍率と生産年齢人口の動向を知る⇒p2・3
- 新卒採用を行う場合、その仕組みとルールを知る⇒p12~14
- 求職者の企業選びの視点を知る⇒p16・36
- 採用活動で心がけたいことを知る⇒p10・11

## ステップ2

### 採用計画を立てる

- 採用活動の流れを知る⇒p6・8・12
- 採用目的・目標を決める⇒p6
- 自社情報を整理する⇒p8・10
- 採用したいターゲット人材を決定する⇒p6~8・21・27
- 採用条件を決める⇒p6・8
- 採用担当者(チーム)・役割を決める⇒p21・36・37
- 全社員で採用計画を共有する⇒p6

## ステップ3

### 自社の強みを 見つける

- 自社の強みを見つけたら裏面「自社の採用の強みを整理するためのシート」
- 求人情報に記載する採用コピーをつくる⇒p26・30
- 求職者が求める情報を整理する⇒p29

## ステップ4

### 求人募集を行う

- 求人媒体を使った広報を検討・実施する⇒p4・9・15・20・25・26
- 採用広報の記載ルールを知る⇒p33
- 人材紹介の利用を検討・実施する⇒p4・9・15・20
- 合同企業説明会の参加を検討・実施する⇒p20・21
- インターネットサイトを検討・実施する⇒p17・19
- 自社の採用ホームページを自己診断する⇒p34
- 自社のホームページを活用する⇒p28~33
- SNSを使って広報を行う⇒p35
- 会社説明会・見学会を行う⇒p22・23

## ステップ5

### 採用選考・内定者 フォローを行う

- 採用選考ステップの流れ・事例を知る⇒p10・24
- 面接(面談)の心得・コツを知る⇒p11・27・36~40
- 内定を出す⇒p41
- 内定者フォローをする⇒p41

## 採用計画

### 【採用目的】

### 【採用したいターゲット人材】

#### Must条件

#### Want条件

### 【目標の採用人数】

### 【採用活動総予算】

### 【採用活動の責任者】

## 採用選考

### 【会社説明会】

利用する求人方法	担当者	予算	集まった人数	成果
				<input type="radio"/> 良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
				<input type="radio"/> 良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
				<input type="radio"/> 良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
				<input type="radio"/> 良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
				<input type="radio"/> 良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
				<input type="radio"/> 良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い

### 担当者【

目標の募集人数	事前申込人数	実際の参加人数

### 【面接】

目標の募集人数	面接した人数	担当者
一次面接		
二次面接		
三次面接		

### 【内定】

内定を出した人数	内定承諾者人数	内定辞退者人数	担当者

# 「自社の強み・特徴」を 見つけるためのシート

自社の強み・特徴を整理するため、下記の質問に答えてみましょう。社長・人事担当者はもちろん、従業員にも記入してもらえば、自社の強みが見えてくるはず。それらをわかりやすい言葉にまとめ、自社をアピールしましょう。

## ステップ1 採用と人材に関する課題を知る

- いま、感じている人材・採用の課題は何か？
- どの部署に、どんな人を、何人ほど採用したいのか？

## ステップ2 自社の特徴を知る

- 何をやっている会社なのか？ ※業界を知らない人にもわかる言葉で記載
- 自社で大事にしていること・こだわっていることは何なのか？
- お客様は誰なのか？ どんな企業・人なのか？
- お客様はどんな課題や悩みを持っているのか？
- 自社の商品・サービスによって、お客様にどんな価値を提供しているのか？
- 自社の商品・サービスによって、どんな社会を実現させたいのか？

## ステップ3 自社で働く強みを知る

- 自社ではどんな人たちが働いているのか？
- いま働いている従業員は、この会社に何の魅力を感じて働いているのか？
- 働きやすい職場にするために、会社として取り組んでいることは何か？
- いま働いている従業員と求職者からどんな職場だと言われたいのか？
- 入社後の仕事内容と、その後のキャリアステップはどうなっているのか？
- 従業員が成長するために、会社として取り組んでいることは何なのか？
- 以上のことを踏まえ、自社をアピールするコピーをまとめてみましょう。

一言でまとめると