



① 週3日までリモート可能、あなたの経験と才能を
弊社の商品企画に活かしてみませんか

《求人広告の例文》

募集者の氏名 または名称	株式会社〇〇
会社概要	創業：〇〇年、事業内容：〇〇、従業員数：〇〇人、所在地：〇〇 ②当社は、〇〇分野で国内第3位の売上を誇る会社です。 〇〇に関して、お客様より高い評価をいただいています。
業務内容	営業企画の業務 ③「お客様の声」を分析し、顧客満足度を高めるための新商品を企画し販売につなげることがメインの 業務です。市場調査や企画のための研究などを自己の裁量で行うことができます。 ④週3日までテレワークが可能です。 ⑤応募前のお電話や Web による質問にも応じておりますので、お気軽にお問い合わせください。
就業場所	当社本社内（東京都〇〇区〇〇…）
賃金額	年収：450 万～800 万円
契約期間	期間の定めなし
試用期間の有無	試用期間あり（3 ヶ月間）
就業時間	9:00～18:00
休憩時間	12:00～13:00
休日	土日、祝祭日、夏季休暇、年末年始休暇、誕生日休暇
時間外労働	あり（月平均 10 時間程度、月上限時間 45 時間）
加入保険	労災保険、雇用保険、健康保険、厚生年金保険
受動喫煙防止 措置の状況	屋内禁煙（喫煙室の設置あり）
応募資格	必須要件：新商品・新サービスの企画開発業務経験 3 年以上 歓迎要件：〇〇〇〇業界における業務経験・〇〇〇〇資格の保有
応募者への メッセージ	⑥当社では、仕事に対するパフォーマンスを高めるために「仕事もプライベートも充実させる」ことを 大切にしている会社です。そんな価値観に共感してくれる方からのご応募をお待ちしております。

採用活動も同業他社との競争は必至！

応募者が増える求人広告や 辞退防止策を考える



前は人手不足に伴う求人広告の現状などを見てきた。今回はどのような求人広告なら自分たちが望む人材を確保できるのか——その効果的な作成ポイントや新しい人材獲得ツール、辞退防止策などを、大庭経営労務相談所・大庭真一郎氏にアドバイスしていただいた。

求人広告はここがポイント

人材採用活動に求人広告は必須アイテムであり、紙媒体を使うにしろ、WEBに載せるにしろ、制作会社任せにしないで「求職者が応募したくなるような求人広告」を自社で考えてみましょう。

左ページの《求人広告の例文》をご覧ください。大切なポイントとして①～⑥について解説します。それ以外は前回のNG表現も参考に作成してください。

① キャッチフレーズ

DMにしろ、広告にしろ、人はまず情報コンテンツの上部に視線を向けます。そして左から右へと視線を動かし、自分にとって有益な情報かどうかを瞬間的に判断する人が多く存在します。ですから欲しい層の人に目を止めてもらえるキャッチフレーズを上部に記載することが効果的です。事例だと「週3日までリモート可能」「商品企画」などに興味のある人は、そのまま下へと視線を移して読んでいくでしょう。

② 会社のアピールポイント

「今後の成長を期待することのできる会社」という印象を持たせることが応募者の増加につながります。たとえば事例の「国内企業第3位の売上」「お客様より高い評価」のように、事業の強みや他社より優れた要素などを簡潔に記載してみましょう。

③ 業務内容

入社後に求職者が活躍できるイメージを抱かせることも応募者数のアップに効果的です。具体的業務内容や業務に関して魅力的に感じてもらえること——事例では、新商品の企画のために市場調査などを自分の裁量で進められるとあります。そういう業務内容に魅力を感じる人なら応募へと動くでしょう。

④ 働き方

競合他社の採用活動に負けないよう1つでもアピールポイントと思われる点を記載したいもの。特に若い人たちには「自由度の高い働き方がある」と感じさせることがポイントになるでしょう。

事例のような「週3日までテレワークが可能」はまさに自由度をアピール。たとえ今は制度化してなくても、今後こういう働き方ができるように社内制度を整備していく——そんな考えがあるということでもアピールになると思います。

⑤ 問い合わせ

気になることを確認した上で応募したい人は考えます。募集内容を見ていろいろ知りたいこと、不安を感じることも出てきます。ですから、応募に対する問い合わせができることはとても大切です、それが電話でも、Webでもいいのならベター。問い合わせには丁寧に対応することが伝わればいいのです。

応募に対する問い合わせには丁寧に対応



⑥ 応募者へのメッセージ

仕事内容は分かった。やってみたいと思う。でも、社風や企業としての価値観が分からないことに対して不安を抱く人も多いのです。

「当社はこんな雰囲気の家社です」「こんな価値観を大切にしています」「これらに共感できるのなら一緒に頑張りましょう」——みたいなメッセージがあれば求職者はグッと引き寄せられ、自社の価値観に共感できる求職者からの応募も増えると思います。



今、トレンドの人材採用ツール

求人広告を募集サイトや求人雑誌に載せても、他社の広告に埋もれてしまつて採用につながるものが多々あります。そこで採用の確実性を高めるために工夫を凝らした採用ツールをご紹介します。

●自社サイト採用

自社のホームページの中に「採用ページ」を設ける企業が増えています。採用ページでは、職場の様子や社員へのインタビュー、社長からのメッセージなどの画像、動画コンテンツを発信し、一緒に働きましょうと呼びかけます。

どんな職場環境なのかが伝わるので求職者に良いイメージを与えて応募につながるメリットがあります。

求人広告NG表現について

- ◆性別を限定するNG表現
 - ・男性限定、女性限定 ・男性歓迎、女性歓迎 ・営業マン募集
 - ・ウェ이터募集 ・ウエイトレス募集 ・主婦歓迎 ・保母さん募集
- ◆年齢を制限するNG表現
 - ・30歳未満の人限定 ・30歳未満の人を歓迎
 - ・50歳以上の人は別途適性検査あり
- ◆性格や心身などの特徴を指定するNG表現
 - ・明るい性格の方を募集 ・地元が〇〇県の方
 - ・身長170cm以上の人 ・若々しい方
 - ・髪の毛の色が黒色の人 ・外国人歓迎
- ◆虚偽の労働条件等のNG表現
 - ・賃金を実際に支給する金額よりも高く記載する
 - ・休日を実際に与える日数よりも多く記載する
 - ・時間外労働時間を実態よりも少なく記載する

また、人材会社の募集サイトだとフォーマットが決まつていて文量や画像の制限がありますが、自社サイトは何をどれだけ載せようがコンテンツの自由度は高く、欲しい人材を採用できる可能性が高まります。

そして、会社の考え方やカルチャーなどを知った上で入社するので、採用のミスマッチも少なく定着率が高くなることが期待できます。

●SNS採用

Facebook、X、InstagramなどのSNS媒体を通じた採用方法はどうでしょうか。これはSNS内での自社製品やサービスアピールの延長で人材募集の告知を行うというもの。「このサービスの仕事をしてくれる人を求めているです」と発信します。

SNSでの募集だと、普段から発信するものの延長なのでコストがかからないメリットがあります。そして最大のメリットはSNSを見ているのは若い層なので、若い人材を採用しやすいこと。さらに自社の製品やサービスなどに共感した人が応募してくるケースが多いので、入社すれば定着率は高いといえます。



SNSを使って
人材募集の告知を発信

ましよう。

②応募者に自社の魅力を分かりやすく伝える

自社をアピールするのに、一方的な説明口調になっていませんか。採用時の対応マニュアルがあれば、書いてある通りに喋っているだけだと、聞いている応募者は「？」となります。その読んでいるだけの説明が印象を悪くするのです。

③応募者からの質問には丁寧に答える

応募者はいろいろ知りたいから質問をします。それに対して丁寧に答えないと、ポイントが外れた答えは印象を下げます。質問したことに対して「今の説明で分からないところはありましたか？」と確認し、「魅力を伝えよう」という気持ちを込めて答えてください。

■内定辞退防止のための対策

内定を辞退するということは、入社を不安に感じたからです。次の3点に注意してみましょう。

①内定決定後、すぐに内定通知を行う

内定が決まったら速攻で通知する。これが大切です。内定が決まったのにグズグズしているのは良くありません。応募者は他社にも応募しているはずですから、先を越されないようにしたいものです。合否はいつまでに連絡しますと告げておくのもいいでしょう。求職者は早く決めたいものなので、目安を言っておくのはいいかと思えます。

②入社までのスケジュールや手続きを丁寧に説明

内定者は、内定をもらっても本当にこの会社で良かったのかと考えるものです。ですから、入社までのスケジュールを具体的に丁寧に説明しておきましょう。

●検索エンジン採用

ネット検索で求人情報が求職者の目に留まる無料サービスがあります。

〔Google じゃ検索〕Google に企業情報を登録した場合、職種や勤務地などのキーワードを入力すると、検索画面の上位に求人情報が掲載されます。例えば、雑貨、企画、営業、東京と打つと、それに関連する企業情報が出てくるというわけです。

〔Indeed〕一部有料オプションもあるようですが、基本的に初期費用、期間掲載費、採用成功費などが無料で求人掲載ができるサービスです。

インターネットなのでアクセス情報を分析できます。ターゲットとする求職者のニーズとの合致性を知ることができるわけで、欲しい層のアクセスが少ないのなら、違う表現や内容に変更すればいいのです。

●社員紹介採用

昔は、家族や親戚の人たちを募集することがよくありました。いわゆる縁故採用、コネ入社で、禁止にする企業もありますが、自社社員からの紹介を通じた人材採用にはメリットもあるのです。

まず採用コストがかからないのは大きいです。人事・採用担当者の手間も最小限に抑えられます。友人知人が在籍していることで選考辞退や早期退職のリスクは低くなるでしょうし、紹介者である社員の定着率も高くなるはずです。そして、身元が明確なので経歴・スキル詐称などのリスクが低いのもメリットです。

●出戻り採用(アルムナイ採用)

退職した元社員を再雇用する出戻り採用、アルムナイ(卒業生の意)採用も最近増えています。

う。その都度、こちらから連絡をとります。

③入社までの間、小まめなコミュニケーションを取る

入社するまでに社内の人とコミュニケーションを取る機会を作るのはとても効果的です。研修や社内見学会、親睦会など、入社動機を高めるための取り組みを積極的に開催しましょう。



内定者社内見学会

人材採用活動は競合他社との競争です。求職者にとって分かりやすく、魅力を感じることのできる条件の設定とさまざまな工夫を凝らして、自社が望む人材を獲得してください。

◎プロフィール

大庭 真一郎氏
Ooba Shinichirou

東京生まれ。中小企業診断士、社会保険労務士。東京理科大学卒業後、民間企業勤務を経て、大庭経営労務相談所を設立。「支援企業のペースで共に行動を」をモットーに、企業に対する経営支援業務を展開。支援実績多数。

