

■■■■■■■■工業株式会社 御中



2008 年度新卒(大卒)社員を採るための「採用ホームページ」活用戦略



2007 年 3 月 13 日(火)

採用&キャリア・コンサルタント 増野 秀夫
(オプティワークス 最適化戦略研究所 代表取締役)



[目次を見る](#)

- 1.欲しい新卒(大卒)社員はホームページからやってくる
- 2.あふれる採用ホームページへの不満
- 3.ミスマッチを防ぐ採用ホームページ
- 4.求人サイトを超える採用ホームページ
- 5.新卒者の「質」を変える採用ホームページ
- 6.新卒者が求める3つの要素



1.欲しい新卒社員はホームページからやってくる

- ・ホームページは受発信無料の「メディア」です。
- ・ホームページとは会社の顔であり、「入社案内」「会社案内」に相当します。
- ・■■社長が自らの夢やビジョン、あるいは「■■■■■■工業はこういうビジネスモデルで勝ち残っていくのだ」という経営戦略を語る必要があります。また■■社長の情熱を伝えていきます。



2.あふれる採用ホームページへの不満

ほとんどの新卒者が採用ホームページを見ている。なぜなら、新卒者は求人サイト(たとえばリクナビ)に載っている情報に不足を感じているからです。求人サイトからは分からない■■■■■■工業の雰囲気や実情などといった情報を求めて、新卒者は採用ホームページを訪れます。

■■■■■■工業の実態は採用ホームページで見えます。採用ホームページの訪問者に対して、どうして訪問したのか理由を聞くと、最も多かったのは「企業の詳細な情報を収集するため」です。したがって、採用ホームページの役割は「■■■■■■工業の実態を具体的に把握できる場」です。

新卒者が求める情報は採用ホームページだけで伝えられます。新卒者の多くは採用ホームページから■■■■■■工業を判断します。また、新卒者は採用ホームページを、■■■■■■工業を判断する際の材料として考えています。インターネット上の就職活動では新卒者は求人サイトで求人案件を検索、採用ホームページで■■■■■■工業のイメージや具体的な業務、職場環境などを確認し、応募を検討するのが大きな流れです。

新卒者は■■■■■■工業の何を不満に思っていると思いますか？

- ・実際の職場環境がイメージできない
- ・■■■■■■工業のイメージが具体的に確認できない
- ・総務や人事担当者からのメッセージが感じられない

新卒者は求人サイトでも収集できる単なる募集要項ではなく、■■■■■■工業の全体像、さらには自分が勤めることになるかもしれない職場環境を具体的に知りたいと思うからこそ、採用ホームページを訪問しています。

しかしながら、現状では、■■■■■■工業はそうした新卒者の思いに対して、十分に応えているとはいえません。採用ホームページへの不満が応募者を逃がしています。だから、「■■■■■■工業の実態を具体的に把握する」ための情報を発信していくことが重要です。

3.ミスマッチを防ぐ採用ホームページ

■■■■■■工業の採用ホームページで知りたい情報

- (1)自分の希望する働き方ができるかどうか
- (2)職種・業務内容などが希望に合っているかどうか
- (3)給与・勤務時間などの条件が希望に合っているか
- (4)■■■■■■工業が求めている人材に自分が合致しているかどうか

新卒者のニーズは、■■■■■■工業の社風や■■■■■■工業の職場が自分に合っているか、自分の希望を満たす働き方ができるかといったことを、具体的に把握したいのです。だから、採用ホームページとは、新卒者が企業のイメージをきちんと理解し、自分の希望を満たせる職場かどうかを見極めるための媒体として、重要な役割・機能を果たしています。

また、■■■■■■工業のホームページを訪問し、その採用ホームページから応募する新卒者には、「多くの求人情報のなかから、本当に就業したいと思える企業を厳選したい」と考えています。■■■■■■工業の特長を効果的に採用ホームページで訴求すれば、採用側・応募側双方のミスマッチを防ぎ、効率よく、定着率の高い人材を確保できます。

採用ホームページの充実こそが、採用活動の充実につながります。したがって、採用ホームページの充実が採用成功への王道です。

では、どんな採用ホームページが二度と同じ新卒者は訪れないのでしょうか？

- ・ただ単に募集要項が並んでいるだけ
- ・人事部宛てのメーラーが立ち上がるだけ
- ・更新もほとんど行われていない

4.求人サイトを超える採用ホームページ

求人サイトでは■■■■■■工業は■■■■(ライバル会社)と「同じ」に見えてしまいます。なぜなら、求人サイトによる新卒者は企業理解が浅いからです。一方、採用ホームページは次のように求人サイトの抱える問題を解消します。

<求人サイトを用いた採用活動の課題>

(1)多額の採用経費がかかる

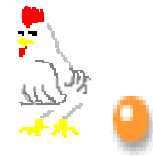
■採用ホームページは掲載料がかからない。

(2)デザインや掲載スペースに制限があり、他社との差別化が難しい

■採用ホームページは制限がない。自由度が高い。

(3)求人サイトからの応募者は企業理解、動機づけが浅く、ミスマッチが多い。

■採用ホームページは「必要な情報量が多い。



5.新卒者の「質」を変える採用ホームページ

<採用ホームページのメリット>

(1)入社率が上がる。

(2)ミスマッチが少ない。

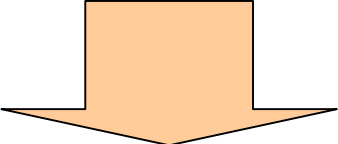
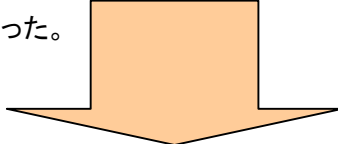
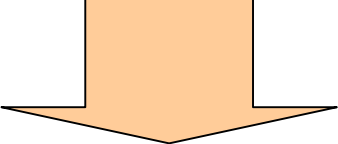
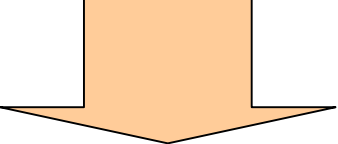
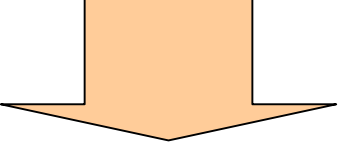
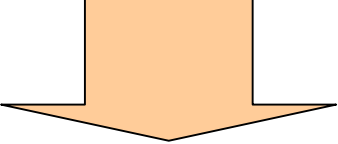
(3)コストが低減できる。

<退職率を下げる採用ホームページ>

採用ホームページ経由の新卒者は入社率が高いです。採用ホームページをじっくりと見て、■■■■■■工業のビジョンに共鳴し、自分がそのなかでどのような形で役に立てるかを考えた末に入社してきます。したがって、採用ホームページ経由では入社後の定着率が高いのは当然です。



6.新卒者が求める3つの要素

	＜新卒者ニーズ＞	＜採用ホームページのコンテンツ＞	＜新卒者実感＞	
志望動機づけられますか？	<p>(1)■■■■■■工業について知りたい。</p>  <p>■■■■■■工業を理解するための情報を得たい。</p>	<p>①代表取締役社長 ■■■■■からのメッセージ ②会社概要 ③経営ビジョン・経営戦略 ④採用の背景 ⑤事業内容・製品情報</p>	<p>■■■■■■工業の理解が深まった。</p>  <p>事業目的と企業理念におけるミスマッチが解消された。</p>	志望動機づけられました！！
	<p>(2)職場環境について知りたい。</p>  <p>職場環境を理解するための情報を得たい。</p>	<p>①社内紹介 ②制度や社内行事 ③社員の一日一週間 ④社員の声・アンケート ⑤教育・研修制度</p>	<p>就業イメージが高まった。</p>  <p>組織文化におけるミスマッチが解消された。</p>	
	<p>(3)仕事内容・募集条件について知りたい。</p>  <p>仕事を理解するための情報を得たい。</p>	<p>①専務取締役 ■■■■■からのメッセージ ②求める人物像 ③先輩社員インタビュー ④募集職種と必要なスキル ⑤募集要項・選考プロセス</p>	<p>仕事内容を理解できた。</p>  <p>求められるスキルや経験、あるいはポテンシャルにおけるミスマッチが解消された。</p>	