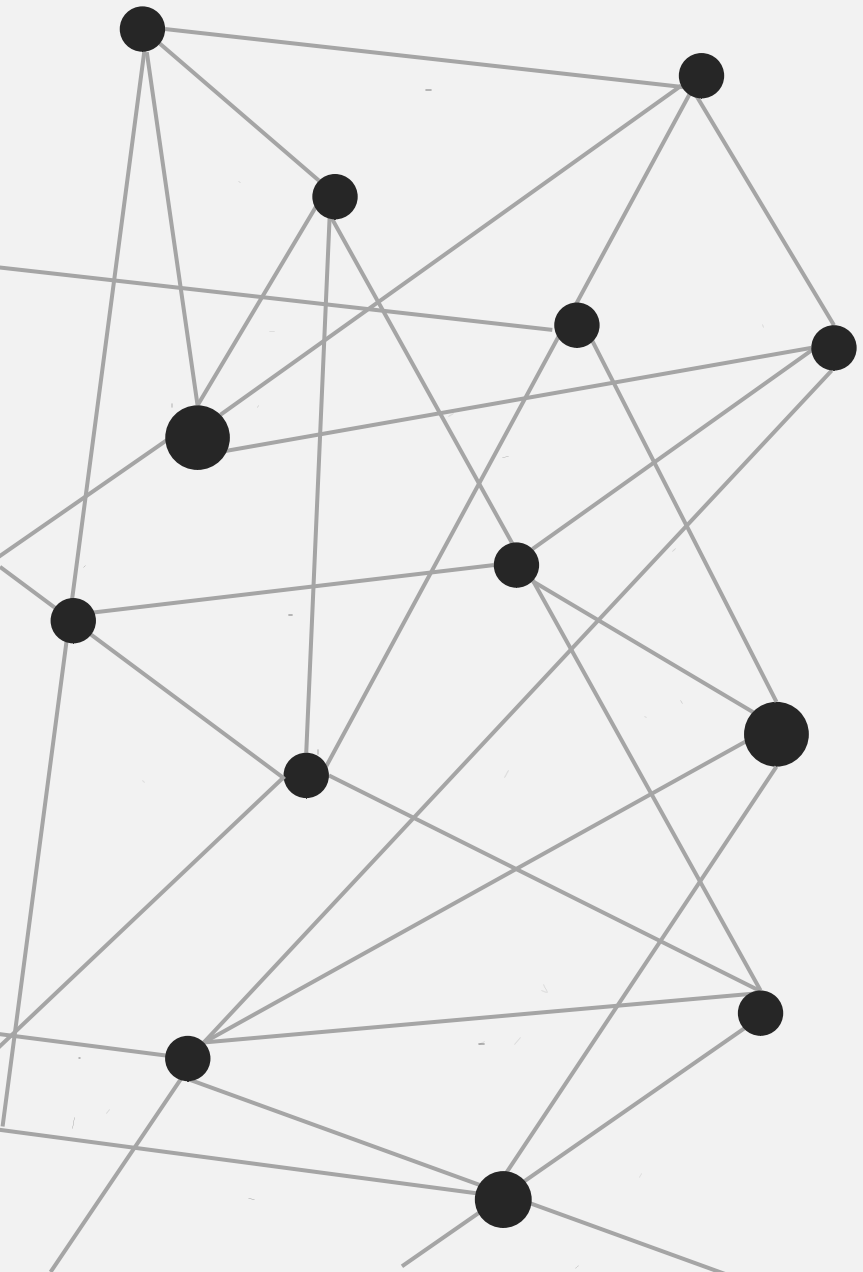


HeaR inc.

エンジニアの母集団形成の教科書

競争力の高いエンジニア採用に勝てる採用戦略

Agenda

01 エンジニアの転職市場

- エンジニアの転職市場
- エンジニア採用が難しい理由

02 人事が知るべきエンジニア採用の基礎知識

- エンジニアの職種構造
- エンジニア職種一覧
- 抑えるべきプログラミング言語
- エンジニアの開発フロー

03 エンジニア採用戦略設計6Step

- エンジニア採用は多様性より多層性で考える
- 事業戦略と紐付いた組織戦略、採用計画の策定
- ポジショニングマップの作成
- ペルソナ、ターゲットの設計
- Podの設計
- ブランディングの設計
- CX戦略の設計

04 母集団形成を成功させる施策8選

1. わかりやすい求人票を作成する
2. 適切な採用媒体を選定する
3. オンラインミートアップを開催する
4. テックブログを開設する
5. 採用ピッチ資料を作成する
6. SNSで発信する
7. リファラル採用を強化する
8. エージェントコントロールを強化する

05 会社紹介

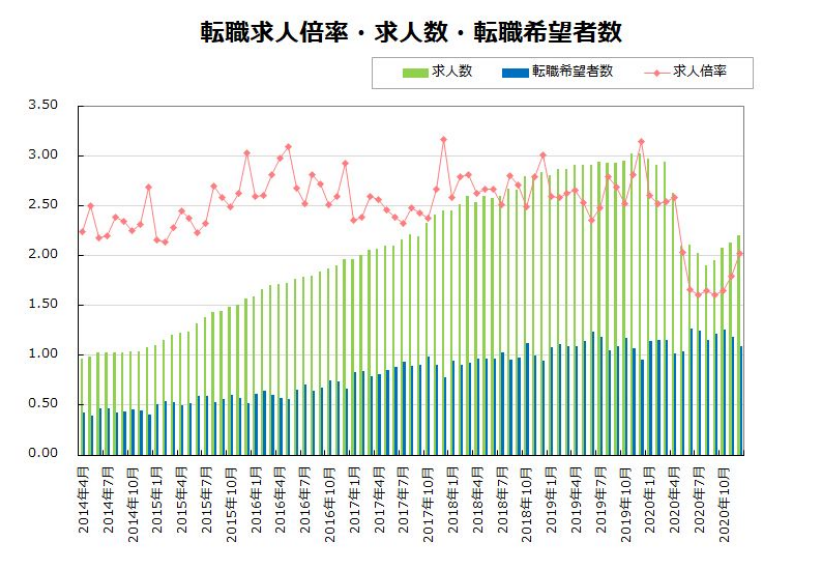
- 会社概要
- 無料相談のご案内

01　エンジニアの転職市場

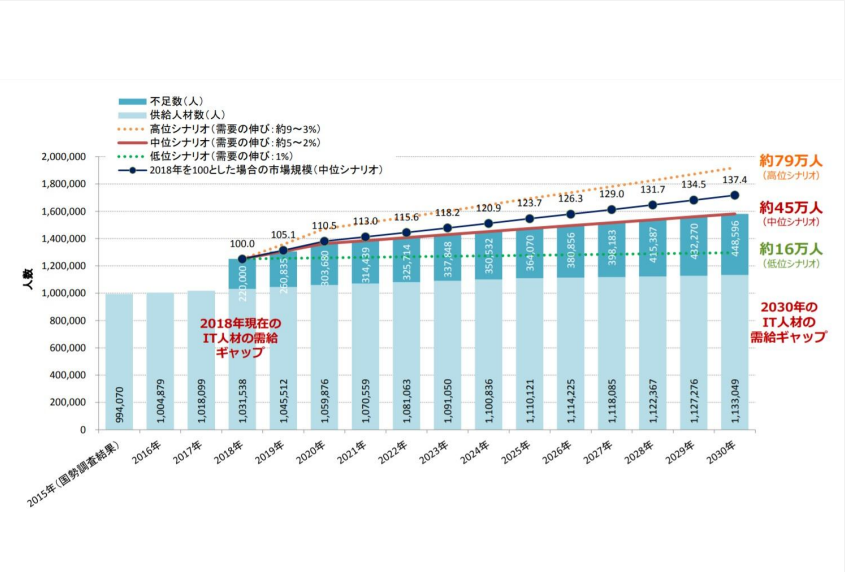
エンジニアの転職市場

■コロナ禍で求人数は多少減少したものの、直近では求人数、転職希望者数共に増加
■Webエンジニアは今後も人材不足になる見立て

転職希望者に対して求人は増加している



ITエンジニアは人材不足になる傾向あり



※参照：転職求人倍率レポート（2021年6月）
経済産業省「IT人材需給に関する調査」

HeaR

エンジニア採用が難しい理由

■エンジニア採用において以下のような課題を抱えている企業様は採用戦略の見直しをオススメします。

エンジニアの知識がなくて
わからない・・・

媒体に出稿しても
応募が来ない

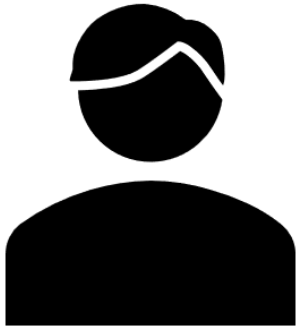
エージェントに依頼しても
紹介が来ない

採用広報記事を発信しても
見られない

優秀なエンジニアが
選考段階で他社に取られる

HeaR

こんなお悩みありませんか？



SES企業　人事担当　5年目

新卒人材をマネジメントするためにミドル層のエンジニアリングマネージャーを採用したい。求人媒体に募集は出しているものの、応募50件中42名が未経験者からの応募。また10社ほどのエージェントに依頼したが、採用要件に合致する候補者が現れず苦戦している……

そもそも同じSESの会社が多いので、競合差別化が難しい上に受託事業のため自社の強みや魅力がわからない、、、

ITベンチャー　人事担当　3年目

ミドル層のエンジニアを採用したいと思っています。スキルだけではなく、当社の理念に共感する人材に来て欲しいです。

ダイレクトリクルーティングサービスは複数社契約しましたが、あまり上手くいっていません。400通打ちましたが、返信率は3%。他社のベンチャーも募集を出しているのでエンジニアに「選ばれる」ことが難しいのです。Twitterもまずは発信してみようと思って挑戦していますが、まだ応募には繋がっていません。

HeaR

02　人事が知るべきエンジニア採用の前提知識

エンジニアの職種構造

■フロントエンドとバックエンドの違いを正しく認識しましょう
■フロントエンドはユーザーの目に触れる部分、バックエンドはデータベースやサーバーなど目に見えない部分の開発を担っています。

フロントエンド

・WebサービスやWebアプリケーションで直接ユーザーの目に触れる部分の開発
・文字を入力したり、ボタンをクリックしたりする部分のことを指す
・主に使われる言語はHTML、CSS、Javascriptなど

バックエンド

・サーバーサイドやデータベースのシステムなどユーザーの目に見えない部分の開発
・ユーザーが入力したデータ処理やデータベースへの保存、検索結果の出力を指す
・主に使われる言語はJava、PHP、Python、Rubyなど

エンジニアの職種一覧

■エンジニアの職種は多岐に渡ります。各職種における役割を理解し、適切な採用活動を行いましょう。

–フロントエンドエンジニア

HTML、CSS、Javascriptなどを使用し、サイトの設計と実装、サービスの実装などユーザーの目に見える部分の開発をしている

–バックエンドエンジニア

PHP、Ruby、Pythonなどを使用。サーバ構築やサーバサイドプログラム開発などユーザーの目に見えない部分の開発をしている

–プロジェクトマネージャー

プロジェクト全体の管理を行い、予算やスケジュール・品質などの責任を負う職種。プロジェクトのマネジメントや進捗管理、クオリティコントロールなどを担当する

–ネットワークエンジニア

ネットワークの構築と保守・管理をしている職種。ネットワークに特化し、要件定義から設計、運用に至るまで一気通貫で担っている。

–アプリケーションエンジニア

「業務系アプリケーション」「スマホのアプリケーション」「Web系アプリケーション」などの開発を担っている職種。

–SRE（Site Reliability Engineer）

Google社が提唱・実践しているシステム運用「サイトリライアビリティエンジニアリング」で活躍するエンジニア。運用の基盤作りや仕組み化、開発との橋渡しなどを行っている。

–インフラエンジニア

サーバーエンジニアとネットワークエンジニアの両方を担う職種です。サーバーやネットワークの設計と構築・運用・保守などを行う、主なサービスの基盤を作ってる。

–マークアップエンジニア

Webサイト制作をミッションにした職種。SEOやアクセシビリティなどを考慮し、ユーザーが快適に使用できるサイトを設計する仕事。

–QA(Quality Assurance)

品質保証のために、仕様に沿った動作の確認や製品の品質管理を行うエンジニアを指します。業務では、テストやレビューなどを行う。

–社内SE

自社内の運用をスムーズに行うためのシステム開発や運用をする職種。インフラの設計から社内のヘルプデスク、従業員へのIT教育まで担うこともある。

HeaR

プログラミング言語の一覧

■言語の一覧と、それぞれの特徴です。

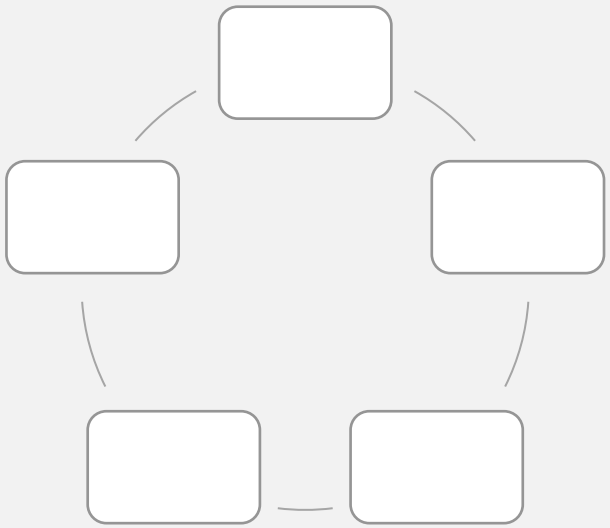
C	OS開発の際に役に立つ言語。様々な言語の元になっており、処理速度が早いことが特徴。
C＋＋	C言語を機能拡張した言語。膨大な知識と学習にかける時間が必要な一方、多くの人に支持されている
Python	機械学習の言語としてよく利用される。AIブームによって人気が急上昇しており、Webアプリケーションを書くことにも利用される。
JavaScript	ブラウザ上で動くメジャーなプログラム言語で唯一の存在。Web開発において幅広く利用されており、初心者からヘビーユーザーまで愛用されている言語。
PHP	WEBのバックエンドを中心に活用されている言語。データベースとの連携に強く、HTMLに埋め込む形でコードを実行することもできるため、 WEB開発において非常によく使用されている。
Ruby	日本で開発されたオブジェクト指向スクリプト言語。Webサイト制作、ショッピングサイト構築、SNS開発などが可能。 クックパッドやクラウドワークス、Githubなどで使われている
Swift	iOS,macOSを中心に活用されている。高速で軽快、モダンで書きやすい言語であることが特徴。 iOSのアプリケーション開発を中心に様々なシーンで活用可能な言語
Kotlin	Javaと互換がある言語でJavaよりも後発で生まれた。基幹システムのバックエンド開発では多く利用されているJavaは、以前まではAndroidアプリ開発でもメジャーな言語だったものの、Javaよりも開発しやすい言語として広く利用されている。
Go/ Golong	Googleが開発した言語。2009年に開発された比較的新しいプログラミング言語ながら、コードの書きやすさと処理速度の速さを併せ持つ言語として、 ソフトウェアやシステム開発に採用する企業も多い

HeaR

エンジニア開発フロー

■エンジニアの開発手法で良く比較されるのが「ウォーターフォール開発」と「アジャイル開発」です。自社の開発スタイルを理解し、候補者に魅力づけしましょう。

ウォーターフォール開発



・「水が流れるように」工程を進めていく開発手法。
複数の工程に分け各工程の終了時に成果物を作成するのが特徴

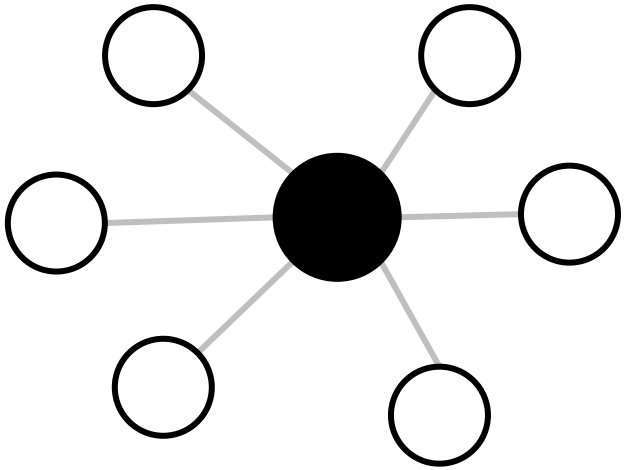
アジャイル開発

・1週間から1か月といった短期の反復期間内で、どんどん機能を追加していく「反復増加タイプ」で進めていくのがアジャイル開発です。

03　エンジニア採用の戦略設計6Step

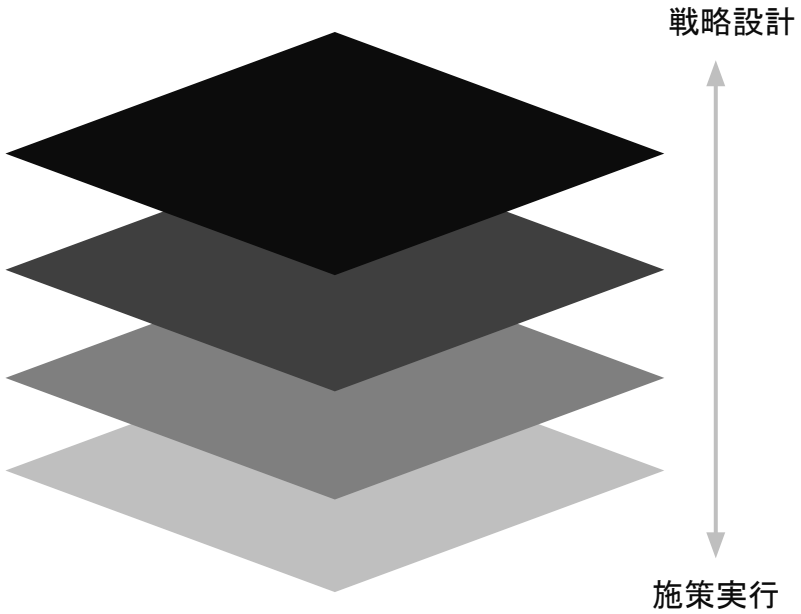
エンジニア採用は多様性より多層性で考える

■多様性（あらゆる施策をバラバラに実行する）のではなく、多層性（戦略設計から下ろした施策の実行）のエンジニア採用を行っていきましょう



多様性

様々な施策をランダムに取り組むことで
効果を出そうとする。



多層性

戦略設計から施策の実行まで
一気通貫で行う。

HeaR

エンジニア採用の戦略設計6Step

■競争率の高いエンジニア採用市場で競合に勝つために様々な施策を実行していきましょう。

STEP.1
事業戦略と連動した採用計画の立案
事業−組織−採用は地続きに

STEP.2
ペルソナ設計
採用対象を明確に

STEP.3
ポジショニングマップの作成
他社との差別化を図る

STEP.4
PoDの設計
自社の強みを4Pで整理

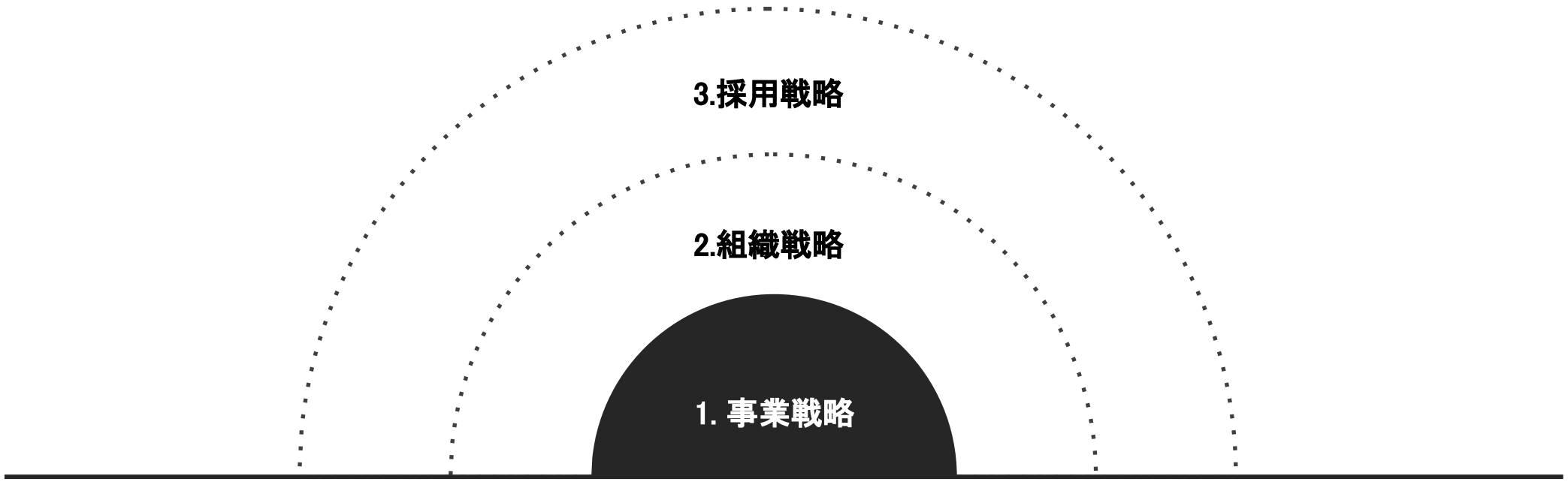
STEP.5
ブランディング設計
魅力とエビデンスの整理

STEP.6
CX戦略の策定
採用施策の洗い出し

HeaR

事業戦略に紐付いた採用計画を策定する

■事業−組織−採用は地続きであるということを認識し、採用計画を立案しましょう。



1. 事業戦略

採用の目的は事業を伸ばすため。
リーンキャンバスなどを駆使して
事業のメカニズムを理解する。

2. 組織戦略

自社事業を伸ばす組織・人材は
どのようなスキルやカルチャーを
持っているか整理する。

3. 採用戦略

事業成長に寄与する人材を
採用するための戦略/戦術を
立案・実行していく。

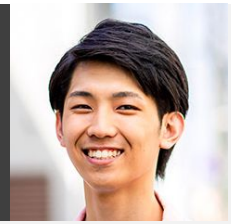
HeaR

ターゲットとペルソナを明確にする

■ペルソナを明確にして、採用すべき人材を絞ってアプローチしましょう。

田中 太郎

自社プロダクト志向



個人情報

・年齢：25-39才
・性別：男性
・居住地：東京都
・年収：年収540万円～680万円
・職種：サーバーサイドエンジニア
・就職活動ツール：BizReach、Green、Findy、
・現職：中堅システム開発会社

保有スキル

・Java,VB.NET,Serverなどの使用経験
・PyhonやSQLを活用したデータ分析経験
・要件定義から開発、テスト、保守運用まで一通り経験

経験サマリー

要件定義から開発、テスト、保守運用、インフラ整備など、一連の業務に携わっている。また、1年半程、約5～6名規模のプロジェクトのリーダーとして、工程管理やメンバーのマネジメントも経験

キャリア課題

・自社サービスを持っている企業で開発に携わりたい
・アジャイル開発でスピード感を持って開発がしたい
・最先端の技術をインストールし、日々学んでいきたい

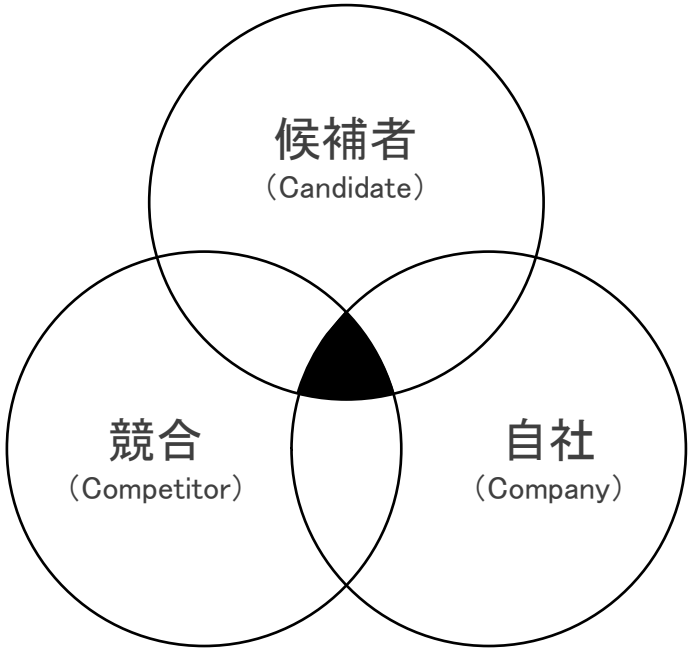
該当人数（BizReach調査の場合）

・検索条件を入れて概算を出してみる

HeaR

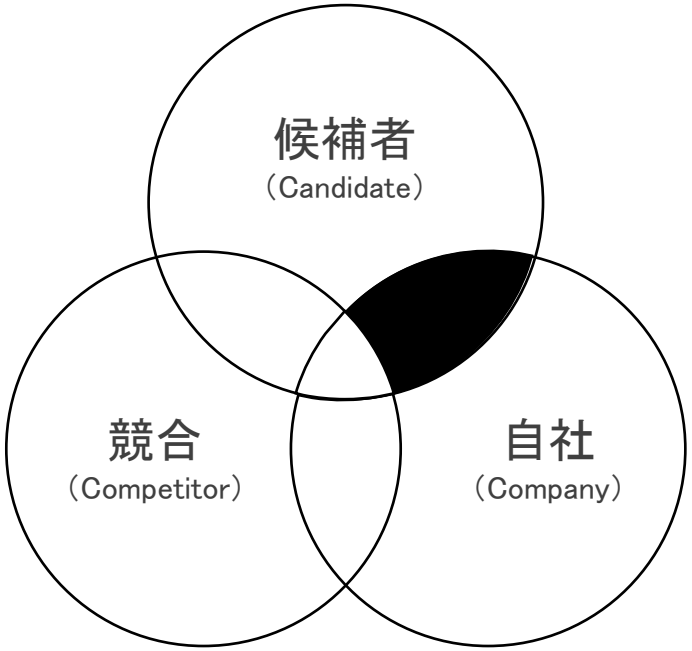
PoDの設計

■競合にはない自社の強みを明確にしましょう



PIC
（Point in Common）

候補者が求めていて競合も提供できる機能



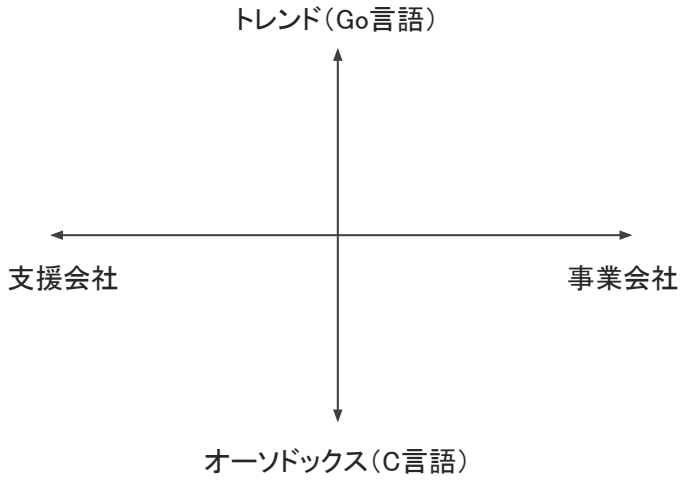
POD
（Point of Difference）

候補者が求めていて競合が提供できない機能

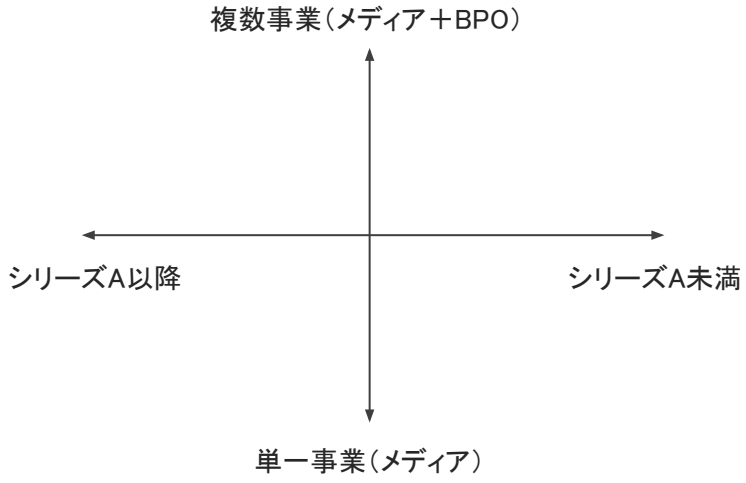
HeaR

ポジショニングマップを作成する

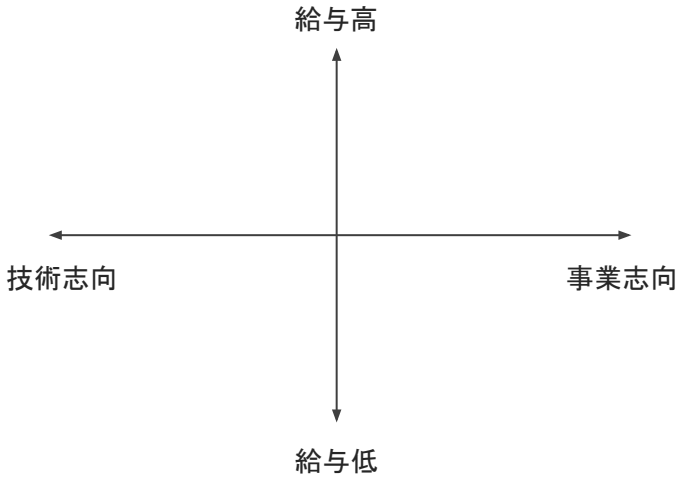
■ポジショニングマップを作成して、他社との差別化ポイントを明確にしましょう。
■自社の強みを打ち出せる観点で2軸を設定することがおすすめです。



事業形態×使用技術



組織フェーズ×提供価値

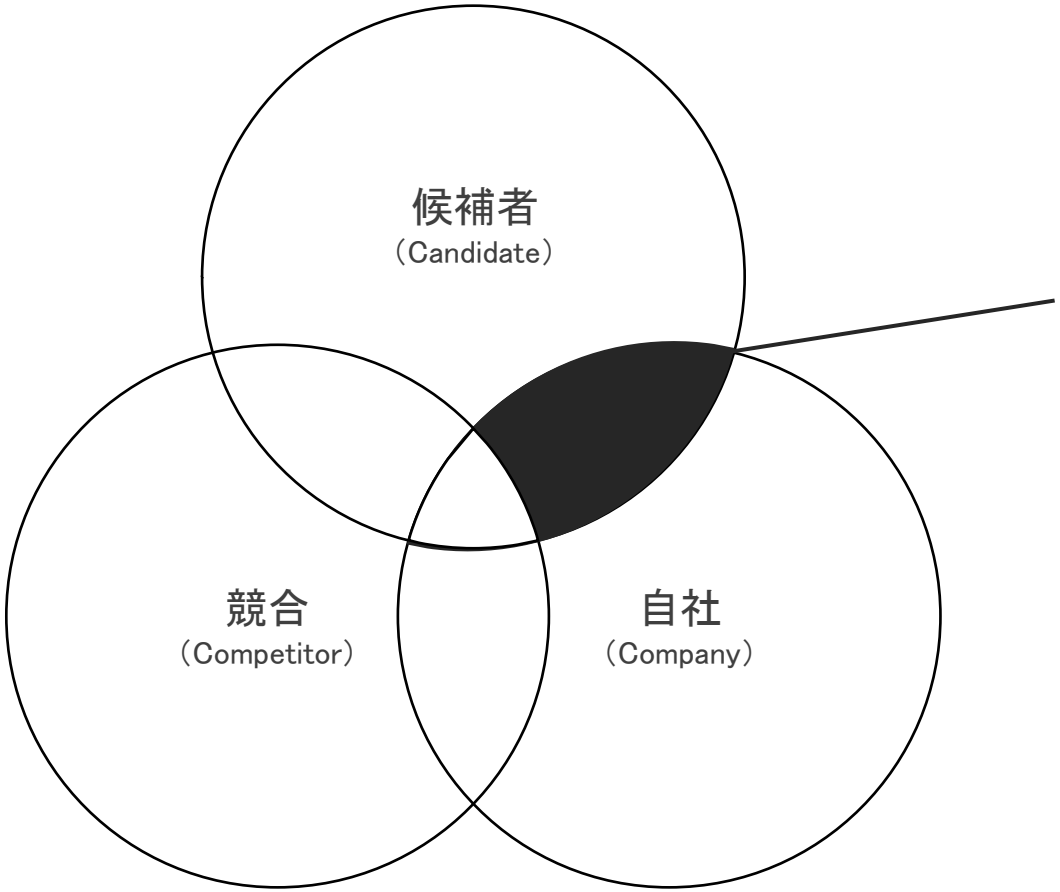


志向性×給与

HeaR

サンプル：HeaRのPoD

■競合にはない自社の強みを明確にしましょう

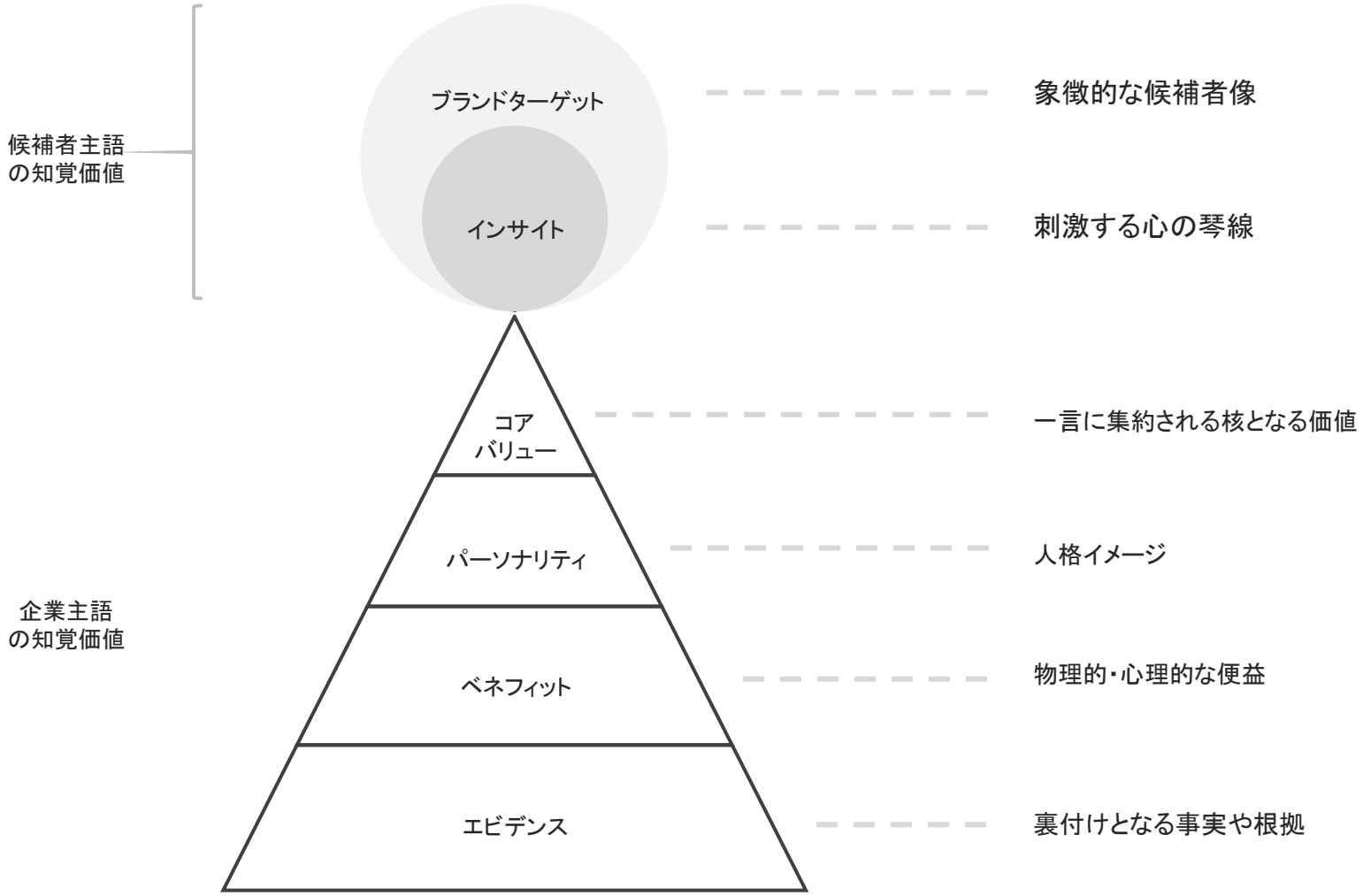


4P	Point of Difference
Philosophy	「青春の大人を増やす」 「採用のミスマッチをなくす」
Profession	1人目エンジニアとして、オーナーシップを持ちながらプロダクトサイドとして事業開発にも携わることができる
People	発展途上だが文化を浸透・進化させようとする企業文化 エモ×ロジカルのバランスが取れた組織
Priviledge	技術スタックが決まっていないので自由度高くできる

HeaR

ブランディング設計

■自社にブランディングにおける設計図を作成し、候補者体験の方向性を設定しましょう。



HeaR

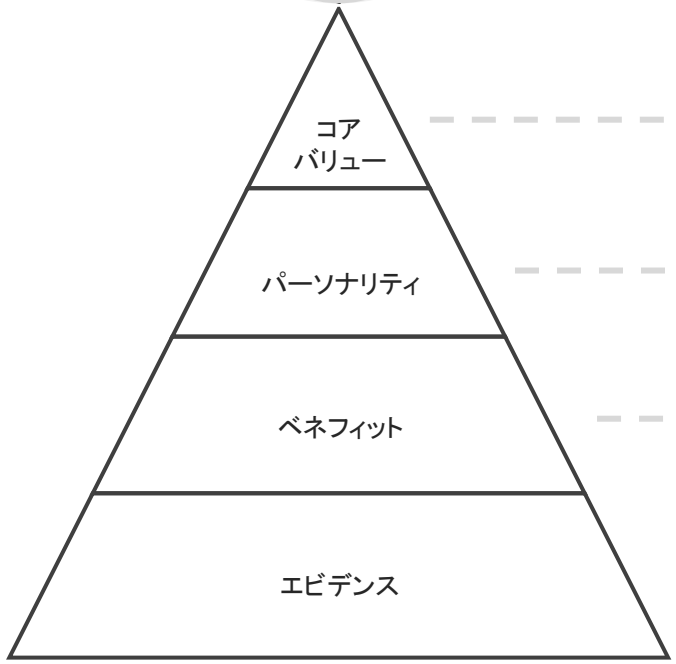
サンプル：HeaRのブランディング設計

候補者主語
の知覚価値

HR業界のアタリマエに違和感を持っており
新しい職場で青春の大人を増やしたいHR業界出身の方

・現職の事業内容や業務内容に社会的意義を感じていない
・職場の文化/人が自分に合っていない

企業主語
の知覚価値



「働くって青春だ」

Cool Head but Warm Heart

・HR業界のアタリマエを更新する事業に関わることが可能
・青春の大人を増やしている実感を得ることが可能

・採用コンサルティング事業/シゴトレ事業

・企業文化の浸透にエネルギーを割く社風

HeaR

採用CX戦略の設計

■キャンディデートジャーニーマップを作成し、ファネルごとの施策を明確にしましょう

	認知	応募	CEO面談	メンバー面談	1日体験入社	青春プレゼン	内定/入社
理想状態	HeaRのことを「HRの会社」「青春の会社」「ユニークな会社」のいずれかで認知している	HeaRの「Philosophy」「Profession」「People」のいずれかに共感したので、話を聞いてみたい	自分のキャリア課題が解決しそう。ミッションも実現したいと思えたし、自分の「青春」についても言語化できた	人柄やリアルな部分を聞くことができ、HeaRで働くイメージが湧いた。	業務内容や社風を十分に感じることができ、HeaRでなら「青春」できると思った	自分のなかの「青春」に深く向き合い・言語化することができた。良い意味で青春に囚われている。	この人たちとなら「青春」できるし、ミッション実現のために頑張っていきたいと心が揺さぶられている。
候補者体験（共通）	・HRの有益記事 ・HRのクレイジーコンテンツ ・青春コンテンツ ・ユニーク施策の紹介記事	・ミッションコンテンツ ・事業紹介コンテンツ ・社員紹介コンテンツ ・青春×採用ピッチ資料	・青春の大人を増やすを説明 ・HR業界のアタリマエを説明 ・青春の言語化ワーク	・各々の青春の定義を伝える ・問題解決エピソードを話す	・各々の青春の定義を伝える ・問題解決エピソードを話す ・青春を感じられるようなワークを設計	・青春系の音楽を流しながら発表 ・社員全員が閲覧する求職者愛	・候補者に合わせた内定通知 ・盃を交わす ・プレゼント ・メッセージなど
候補者体験（職種特化）	・HeaRのエンジニアに関する考え方をnoteで発信	・HeaRの事業内容を記事化 ・エンジニアにとって魅力的になり得る社内文化を記事化	・開発予定のプロダクトの具体や展望について紹介	・事業状態のシェア ・事業に関するディスカッション	・HeaRの事業理解を深めていただく ・プロダクトに関するディスカッション	ー	ー
課題	・1人目エンジニアを採用するため、エンジニア市場に知られてない。	・3タイプの記事が少ない	・面談の時間が足りない場合がある	・会社としてメッセージが統一されているか分からない	・再現性高く青春を感じられるような1日体験入社を設計できない	・社員の青春プレゼンを知る機会がない	・再現性高く心揺さぶる内定通知ができない
解決策	・エンジニアを採用するというトピックで記事を作成 ・クレイジーコンテンツ作成 ・ユニーク施策の発信	・大上がTwitterでHeaRの世界観をもっと発信する ・Philosophy、Profession、People、の記事を作成	・事前に青春ワークやマーケ施策についての情報を伝える	・面接官トレーニングですり合わせを行う	・青春ワークの回答結果を反映させる ・1日体験入社のアンケートを取る	・アーカイブで残しておく	・内定通知のアンケートを取る

04　母集団形成を成功させる施策8選

できるエンジニア採用担当になるためのチェックリスト

■HeaRでエンジニア採用担当者向けのチェックシートを作成しました。是非ご参考ください。

できるエンジニア採用担当になるための128項目

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール アドオン ヘルプ 最終編集: 数秒前

D29

エンジニア採用は「1.技術理解」→「2.採用戦略の策定」→「3.母集団形成」→「4.続く」というステップが理想的です。
当ホワイトペーパーではSTEP1-3までのチェックリストを公開します。

	チェック項目	現場のエンジニアがすべきこと	HeaRの支援範囲
技術理解（エンジニア採用がうまくいっている会社は平均10個以上の☑）			
技術理解			
	Webアプリケーションの構造（ブラウザとOS、インフラの役割）などを理解している		•
	フロントエンドとサーバーサイド、バックエンドの違いを理解している。		•
	HTML,CSS,Javascript,それぞれの特徴を理解している		•
	Python, SQLなどの言語について特徴を理解している		•
	PHPとRubyの違いや技術選定の際の基準を理解している		•
	Kotlin, Objective-C, Swiftなどのモバイルで使われる言語について理解している		•
	GO、Unityなどの言語について理解している		•
	ライブラリとフレームワークの意味を理解している		•
	jQuery, React, Vue.jsなどのフレームワークの違いを理解している		•
	OSに関して理解し、Windows,Mac,Linux、Unixの作業環境における違いを理解している		•
	パブリッククラウドにおけるAWS、GCP、Azureの違いについて理解をしている		•
	ノーコードツールにおけるトレンドを理解している		•
職種理解			
	サーバーサイドエンジニアとフロントエンドエンジニアの職種を理解している		•
	データベースエンジニア、インフラエンジニア、QA、SREなどの職種を理解している		•
	プロジェクトマネージャー、スクラムマスター、プロダクトオーナーなどの職種理解をしている		•
	機械学習エンジニア、ゲームエンジニア、データアナリスト、などの職種を理解している		•
	エキスパート、テックリード、エンジニアリングマネージャー、CTO、VpoEの役割を理解している		•
開発フローの理解			
	ウォーターフロー開発とアジャイル開発について図解し、わかりやすく説明できる		•
	要件定義、設計、開発、テスト、運用、それぞれの開発フローについて理解している		•
業界理解			
	エンジニアの転職市場や今後の動きなどを理解している		•
	転職したいエンジニアが会社に求めているインサイトを理解している		•
採用戦略の策定（エンジニア採用がうまくいっている会社は平均12個以上の☑）			
採用戦略			
	リーンキャンバスを用いて自社の事業戦略の特徴を洗い出すことができる		•
	現状の開発組織の状況を踏まえた上で採用すべき職種とレイヤーを定義することができている		•
	年間の採用計画を立て、毎月採用すべき職種と人数における採用スケジュール、採用予算を設計している		•
	キャンディデートジャーニーマップを作成しており、認知-応募-選考-入社-内定・活躍までのストーリーが描けている		•
MVV			
	自社のミッション、ビジョン、バリューが明確に定義されている		
	自社のミッションやビジョンが社内に浸透しており、社員の共感度が高い状態にある		
	自社のバリューを体現する組織になっており、常に口に出す状態になっている		
ペルソナ設計			

資料をダウンロード頂いた方にお配りしております！
ぜひ自社のエンジニア採用にお役立てください！

HeaR

母集団形成を成功させるために取り組むべきこと8選

■競争率の高いエンジニア採用市場で競合に勝つために様々な施策を実行していきましょう。

1. わかりやすい求人票を作成する
2. 適切な採用媒体を選定する
3. オンラインミートアップを開催する
4. テックブログを開設する
5. 採用ピッチ資料を作成する
6. SNSで発信する
7. リファラル採用を強化する
8. エージェントコントロールを強化する

1. わかりやすい求人票を作成する

■最低限掲載すべき職業安定法で定められている項目です

01

労働者の業務内容

02

労働契約の期間

03

就業する場所

04

賃金

05

健康保険、厚生年金、
雇用保険の適用有無など

06

始業および終業の時刻、所定労働条件を超える労働の有無、休憩時間と休日

HeaR

1. わかりやすい求人票を作成する

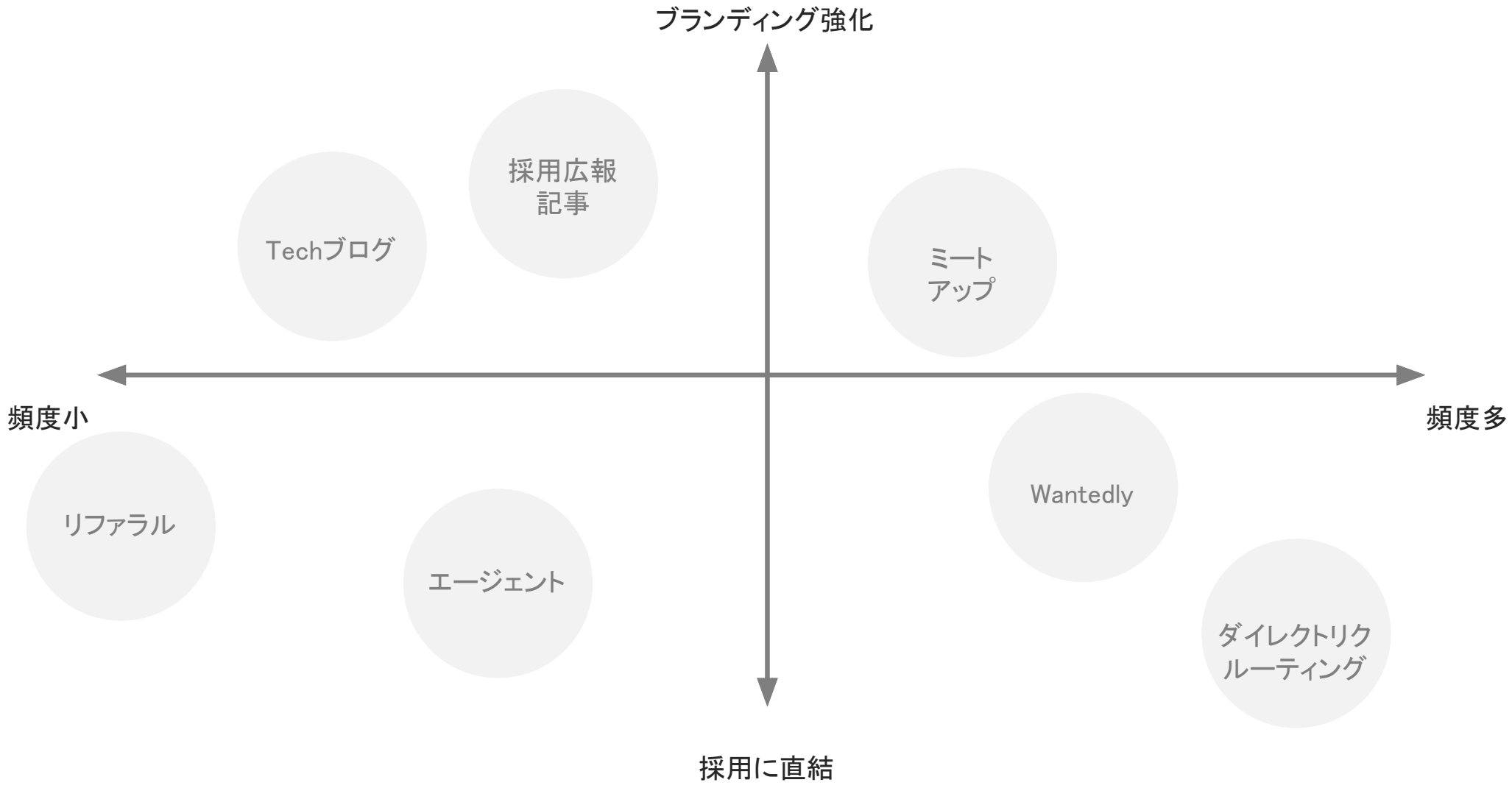
■エンジニアが魅力に感じる求人票を作成するためのチェックリストをご紹介します。

- ☑ 候補者が「気になる」と思えるキャッチーなタイトルか
- ☑ 仕事内容や募集ポジションが明確になっているか
- ☑ 必須スキルや歓迎スキル、求められるレベルがわかりやすいか
- ☑ 使用言語や開発環境、技術スタックが詳しく記載されているか

HeaR

2. 適切な採用チャネルを選定する

■様々な手法を組み合わせて、自社の採用力を強化していきましょう。



HeaR

2. 適切な採用サービスを活用する

■ダイレクトリクルーティングサービスなどを中心に適切な媒体を選びましょう！

	特徴	会員数	スカウト通数制限	初期費用	月額費用	成果報酬
WANTEDLY	やりがいと環境で企業と求職者をマッチさせる。採用広報記事も掲載可能。共感型採用を目指している。	150万人	600通/年間	0円	15万円	0円
Green	IT/Web系のベンチャーに強い成果報酬型の求人メディア。一度初期費用を払うと無期限で活用できる	60万人	200通/毎月	75万円	0円	90万円
BIZREACH	ダイレクトリクルーティングに特化したサービス。求職者自らお金を払うプレミアム会員がおりアクティブ率が高い	151万人	800通/年間	153万円	0円	理論年収の15%
Findy	AIによるエンジニアスキルの偏差値見える化をしている。在籍エンジニアのスキルは幅広い	1万人	–	7.5万円	0円	理論年収の20%
paiza	全ての求職者が実際にプログラミングを書くスキルテストが受講済。エンジニアのスキルレベルがわかりやすい	13万人	–	0円	0円	理論年収の25%
forkwell jobs	エンジニアのセミナーを多数開講。Githubからスキル分析をするスキル診断ツールも導入されている	6700人	–	15万円	–	理論年収の35%
LAPRAS SCOUT	オープンデータと人工知能で自社にマッチする転職潜在層にアプローチできる。ハイスキルエンジニアが登録	53万人	–	15万円	15万円	–

HeaR

3. オンラインミートアップを開催する

■コロナ禍ではオンラインミートアップも効果的です。勉強会から交流会、モクモク会など様々な切り口で開催しましょう。

ミートアップ

■ 魅きのある社内のエンジニアが登壇する

ターゲットとなるエンジニア候補者にとって「この人の話を聞いてみたい」と思われるような魅きのある人材が登壇するのが効果的です。

■ 「ここでしか聞けない」裏話を如何に作るかが重要

開発の裏話や今後の展望、リアルな組織状況など「ここでしか聞けない」裏話を如何に創出するかが重要です。

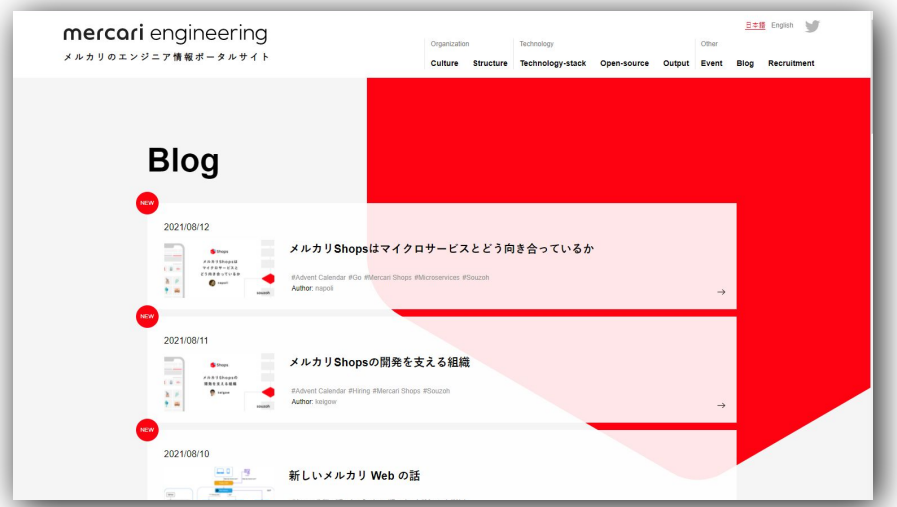
■ 他社とのコラボ企画も時には効果的

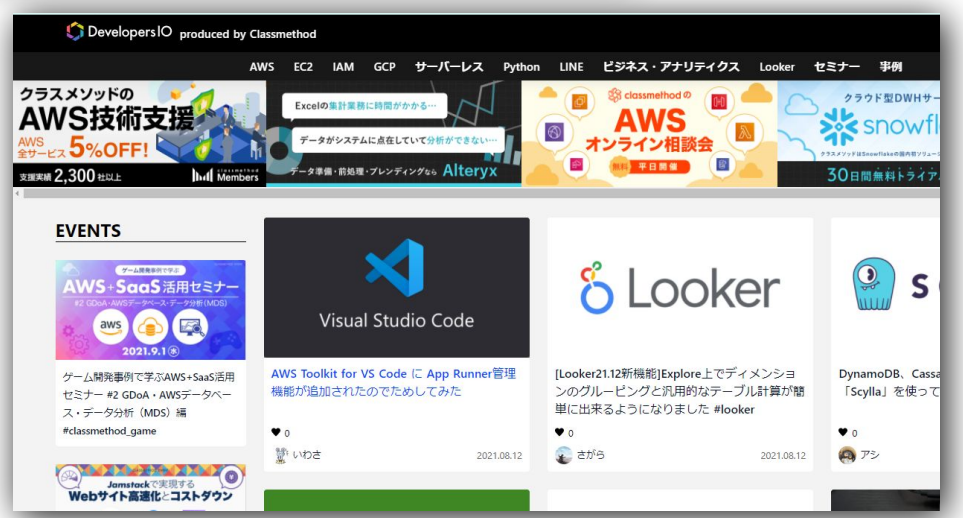
自社のリソースにはいつか限界がくるもの。そんな時は他社とコラボすることでミートアップの毛色を新鮮にすることができます。

HeaR

4. テックブログで発信する

■専門的な内容をテックブログで発信しましょう。エンジニアが情報収集の観点で回遊することが一つのキッカケになります。





テックブログ

■ 技術的な情報を可能な限り開示

開発における試行錯誤の過程や言語やフレームワークの導入事例など、
可能な限り開示して専門性の高いコンテンツを発信しましょう。

■ エンジニア組織がチームとして取り組むこと

テックブログは人事だけでもエンジニア1,2名の社員だけでも運営が難しいです。
企画から執筆、拡散に至るまでエンジニア組織全員で取り組む気概でプロジェクト化しましょう。

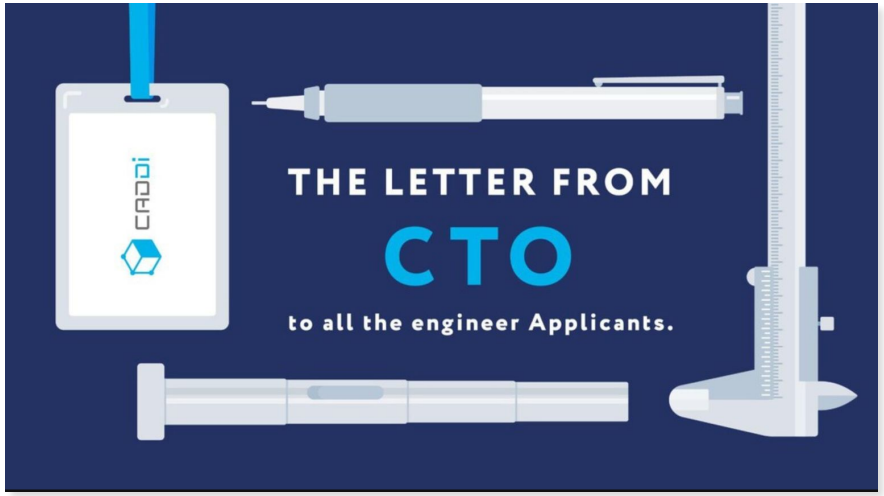
■ 定期的な更新

一番大事なのが定期更新。ブログは一定の期間発信し続けることでメディアの力を持つようになります。無理せず手軽に、でも更新は止めずに続けましょう。

HeaR

5. 採用ピッチ資料を作成する

■採用ピッチ資料は会社紹介資料の進化版です。エンジニア向けのピッチ資料を制作することで応募社の応募促進に繋がります。



採用ピッチ資料

■ 可能な限りの情報を公開

よくある会社紹介資料は自社の良い部分を伝えるだけ。
これからは自社の課題まで伝えることで求職者の信頼を得やすくなります。

■ 開発環境に関してはできるだけ詳しく記載

使用言語や技術スタック、エンジニア組織など、最大限情報は詳しく掲載しましょう。働いてからのイメージがわく資料にすることで意向度を上げることができます。

■ 求職候補者のスクリーニング

面接前に送付することで、求職者が自分に合う会社か判断。
スペックやカルチャーが合わない人材を事前にスクリーニングすることができます。

HeaR

6. SNSで発信する

■SNSで発信することで社員の雰囲気をよりリアルに伝えることができます。
■継続的に発信することで候補者の目に留まる企業としてブランディングの強化に繋がります。

SNS

■ Twitterを通した発信

数々のSNSにおいてエンジニア採用と相性が良いのはTwitterです。気軽に呟くことができるので続けやすいのも特徴です。

■ エンジニアとしての専門的な情報発信

自社の募集情報を流しているだけではフォロワーは増えません。候補者が有益だと感じられるようなエンジニアの情報を発信しましょう。

■ 他の施策とも連動させる

SNSの強みは発信力です。発信力を高めながら、テックブログやミートアップの内容もサマリーを公開し、各施策の流入を増やしましょう。

HeaR

7. リファラル採用を強化する

■リファラル採用とは社員の友人や知人を紹介してもらい、採用に繋げる手法のこと
■活躍している社員に近い人柄・スキルの人材を採用できることから、効果的な採用手法です。

リファラル採用

■ 社員への情報発信

リファラル採用を実施するには社員の協力が欠かせません。
なぜリファラル採用を推進するのか、どういったポジションを募集しているのか、まずは社員に周知しましょう。

■ プロジェクトチームの編成

現場のエンジニアと合わせてプロジェクト化するのがオススメです。
候補者管理やプール先となるウェビナーの設計など、チームで戦略を設計し、施策のPDCAを回しましょう。

■ インセンティブ制度の設計

リファラル採用にはインセンティブを付与することで活性化に繋がります。リファラル報酬のように金銭的なインセンティブだけではなく、評価制度に組み込むなどのやり方もあります。

HeaR

7. リファラル採用を強化する

■リファラル採用とは社員の友人や知人を紹介してもらい、採用に繋げる手法のこと
■活躍している社員に近い人柄・スキルの人材を採用できることから、効果的な採用手法です。

リファラル採用

■ 社員への情報発信

リファラル採用を実施するには社員の協力が欠かせません。
なぜリファラル採用を推進するのか、どういったポジションを募集しているのか、まずは社員に周知しましょう。

■ プロジェクトチームの編成

現場のエンジニアと合わせてプロジェクト化するのがオススメです。
候補者管理やプール先となるウェビナーの設計など、チームで戦略を設計し、施策のPDCAを回しましょう。

■ インセンティブ制度の設計

リファラル採用にはインセンティブを付与することで活性化に繋がります。リファラル報酬のように金銭的なインセンティブだけではなく、評価制度に組み込むなどのやり方もあります。

HeaR

8. エージェントコントロールを強化する

■エージェントとのリレーションを強化し、紹介数を増やしていきましょう。
■初回打ち合わせの際は以下の項目を事前準備し、エージェントと擦り合せておきましょう。

- 自社のミッション、ビジョン
- 自社が戦う市場（解決できる社会課題）
- 採用ターゲット・ペルソナ（求める人物像）
- ペルソナが抱えるキャリア課題（エージェントにヒアリングするのもGOOD）
- 自社が提供できるベネフィット（ペルソナが入社するメリット）
- Point of Difference（競合との差別化ポイント）
- 各ポジションの選考基準（通過パターンとNGパターン）
- 選考フロー、面接官、各選考で重視するポイント
- エージェントの特徴のヒアリング（両面/片面、強い業界や領域、担当エージェントのキャラクター）
- 紹介数のイメージ数値（毎月何名ほどご紹介できそうか）

HeaR

8. エージェントコントロールを強化する

■中々紹介が挙がってこない場合は「なぜ紹介されないのか」原因を究明し、解決していきましょう。
■紹介頂いた候補者の通過理由、NG理由を明確に伝えることでエージェントの解像度が上がり、紹介精度が高くなります。

① 高頻度（週に1回）のチャット連絡と定例（月１回）ほど行い、優先度を上げてもらう

② 打ち合わせで採用要件を明確に伝える

③ １週間紹介が上がってこない場合は原因を究明して解決する

④ 選考の通過理由、NG理由をしっかり共有する

⑤ 入社後の活躍をしっかり伝える

05　会社概要・無料相談のご案内

会社概要

「青春の大人を増やす」をミッションに複数のHRサービスを展開

社名	HeaR（ひあ）
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用DX支援事業 2. キャリアトレーニング「シゴトレ」 3. 副業エージェント「タメスワーク」
代表取締役	大上 諒
住所	品川区西五反田1-32-2 3F

- 2019年4月 採用コンサルティング事業を開始
- 2020年1月 ご支援企業数50社を突破
- 2020年8月 パーソナルキャリアトレーニング「シゴトレ」をリリース
- 2020年12月 ご支援企業数100社を突破
- 2021年5月　副業エージェント「タメスワーク」をリリース

HeaR

採用でのお困り事がございましたら、
是非、お気軽にご相談ください。

お問い合わせ

無料相談予約

HeaR