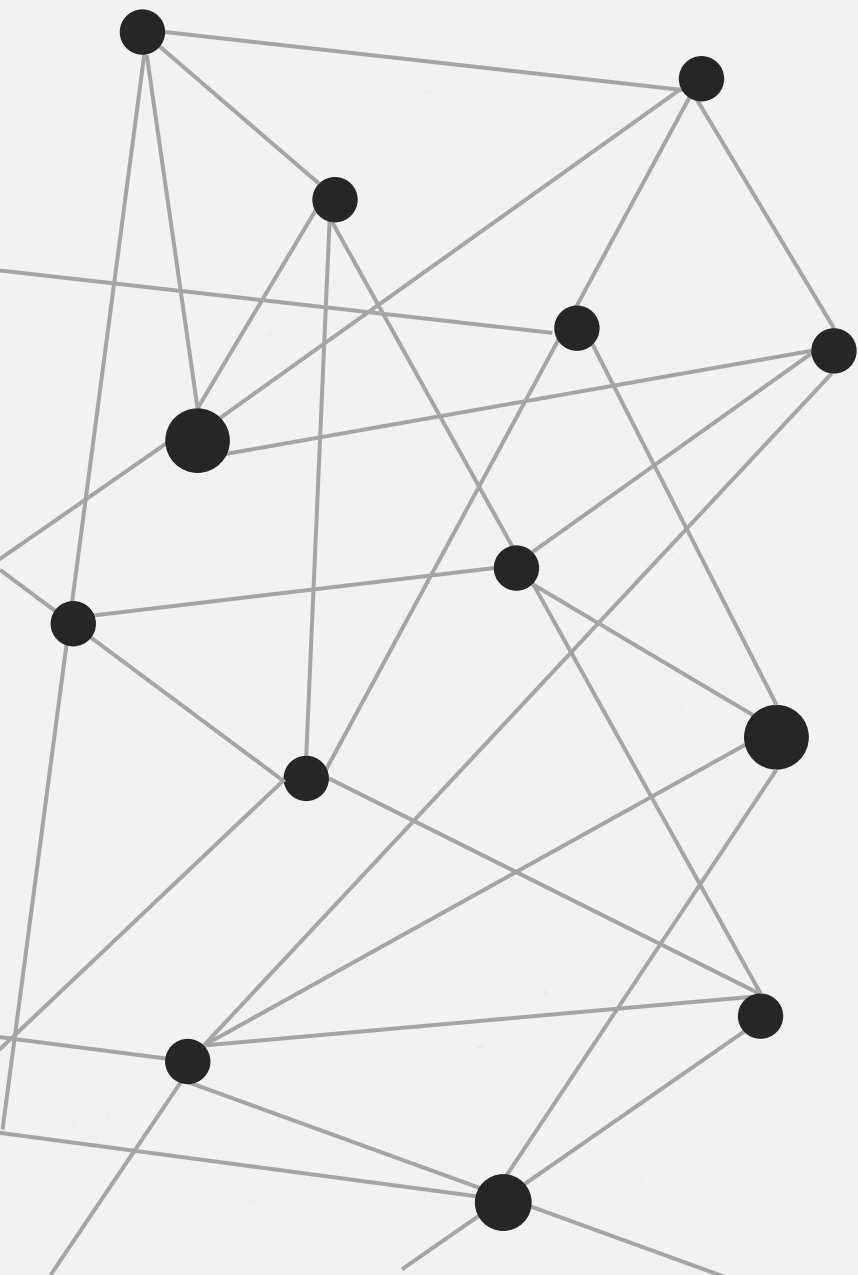




HeaR inc.

採用のミスマッチを防ぐ

ミスマッチが起きる原因と解決策を徹底解説

ミスマッチには“原因”がある

採用のミスマッチには必ず原因があります。

原因を正しく理解し、ミスマッチを減らす施策の実行が必要です。

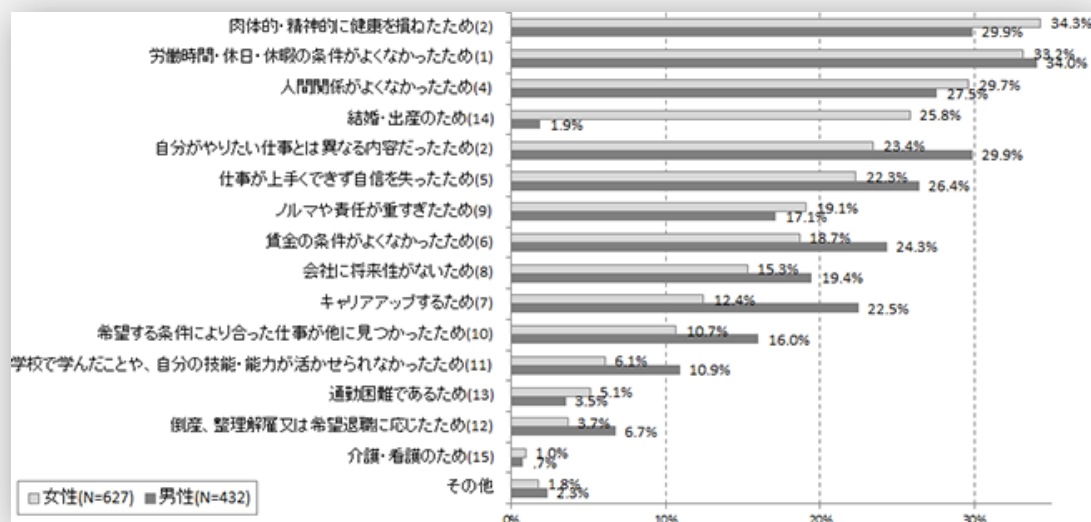
ミスマッチによる弊害

■ ミスマッチは早期退職に繋がります

- 「働いてみたらやりたいことと違った」等のミスマッチは選考段階で最大限減らすことができます

■ お金も時間も労力もかけて採用するからこそ、ミスマッチで早期退職することは避けたいもの（平均493万円/人）

ミスマッチは早期退職を生む



採用費が無駄になる（平均493万円）

採用費平均 / 業界対応表

■採用費総額平均

n=1,294 (単位:万円)	
全体	493.4
上場	1,531.8
非上場	371.5
製造業	481.4
非製造業	499.8

■採用費中の広告費平均

n=1,089 (単位:万円)	
全体	216.1
上場	610.9
非上場	168.6
製造業	197.2
非製造業	225.8

■採用費中の内定後にかかる費用平均

n=1,084 (単位:万円)	
全体	61.0
上場	220.8
非上場	42.3
製造業	47.2
非製造業	68.3

■採用費中のセミナー運営費平均

n=1,088 (単位:万円)	
全体	150.8
上場	334.5
非上場	129.9
製造業	151.8
非製造業	150.2

■入社予定者1人あたりの採用費平均*

n=1,231 (単位:万円)	
全体	53.4
上場	54.3
非上場	53.2
製造業	56.6
非製造業	51.6

■採用費：広告費の他、入社案内やホームページ・ダイレクトメールなどのツール作成費、DM発送費、セミナー運営費、アウトソーシング費（データ処理・電話オペレーターなど）、資料発送費など、「採用経費」に含まれる費用総額

■広告費：就職情報誌や就職情報サイト、新聞など、一般に公開される採用情報を掲載・出稿するための費用総額

*1社ごとに採用費を入社予定の人数で割った数値の平均値

採用市場におけるミスマッチ



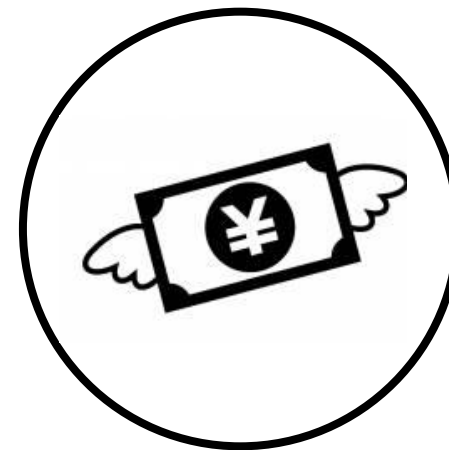
スキルのミスマッチ

採用基準外の候補者からの応募や
スキル不足で活躍できない等
業務スキルにおけるミスマッチ



カルチャーのミスマッチ

自社に合わない人との面接や
企業文化が合わず退職等
カルチャーにおけるミスマッチ



給与・待遇のミスマッチ

企業側が情報を全て伝えない
求職者が自らについて全て伝えない
ことによりミスマッチが発生

ミスマッチを防ぐ3ステップ

01 採用広報の強化

採用広報を強化することで認知段階においてのミスマッチを防ぎます

- ・採用ピッチ資料
- ・Twitter等のSNS
- ・求人媒体でのコンテンツ記事

02 CX体験の最大化

選考フェーズの候補者に対してCXを最大化することで自社の理解をさらに深める

- ・社員とカジュアルに話す機会を設ける
- ・体験入社に参加してもらう
- ・会社の課題を包み隠さず伝える

03 EAの最大化

EA（従業員との期待値調整）を丁寧に行うことで入社前後のギャップを減らすことが可能

- ・期待の把握、認識の擦り合わせ
- ・組織文化の醸成とアップデート
- ・認識している期待値の定期監視

ミスマッチを防ぐ3ステップ

01

採用広報の強化

02

CX（候補者体験）の最大化

03

EA（期待値調整）の最大化

採用広報の強化



採用広報の強化

- そもそも採用広報とは、コンテンツを通じて候補者のフェーズを進めること
 - スクリーニング（「この会社は合わなそう」と判断してもらう）要素も含まれている
- 採用広報によって自社の良い所も改善すべき所も開示してこそ、選考段階、入社後のミスマッチが減る

無関心

認知

応募

選考

内定/入社

コンテンツ戦略は4P×フェーズで考える

- コンテンツ戦略は4P×3フェーズで考える
- 自社にマッチする候補者のニーズに見合ったコンテンツ発信が重要

フェーズ/4P	Philosophy (企業)	People (人)	Profession (事業)	Privilege (待遇)
無関心				
認知-応募				
選考-入社				

4Pに基づくインサイト

- 候補者は、自身のキャリアにおける課題解決を望んで転職活動を行なっている
- 4Pに紐づくインサイト（課題）を理解しておくで候補者を魅力づけしやすい



Philosophy

企業理念

社会的意義のある仕事がしたい
自分の原体験と近い事業が良い
目的を持って働きたい
現職のビジョンに共感しない



People

人・文化

✓一緒に働く人は重要だ
✓レベルの高い人と働きたい
✓働きやすい風土が大切
✓今の職場はギスギスしている



Profession

事業・業務内容

新しいスキルを身に付けたい
〇〇職として働きたい
事業内容にこだわりたい
前職では〇〇ができなかった



Privilege

働き方・待遇

ワークライフバランスを重視
お給料も大事
働きたいエリアがある
前は柔軟な働き方ができなかった

CXの最大化

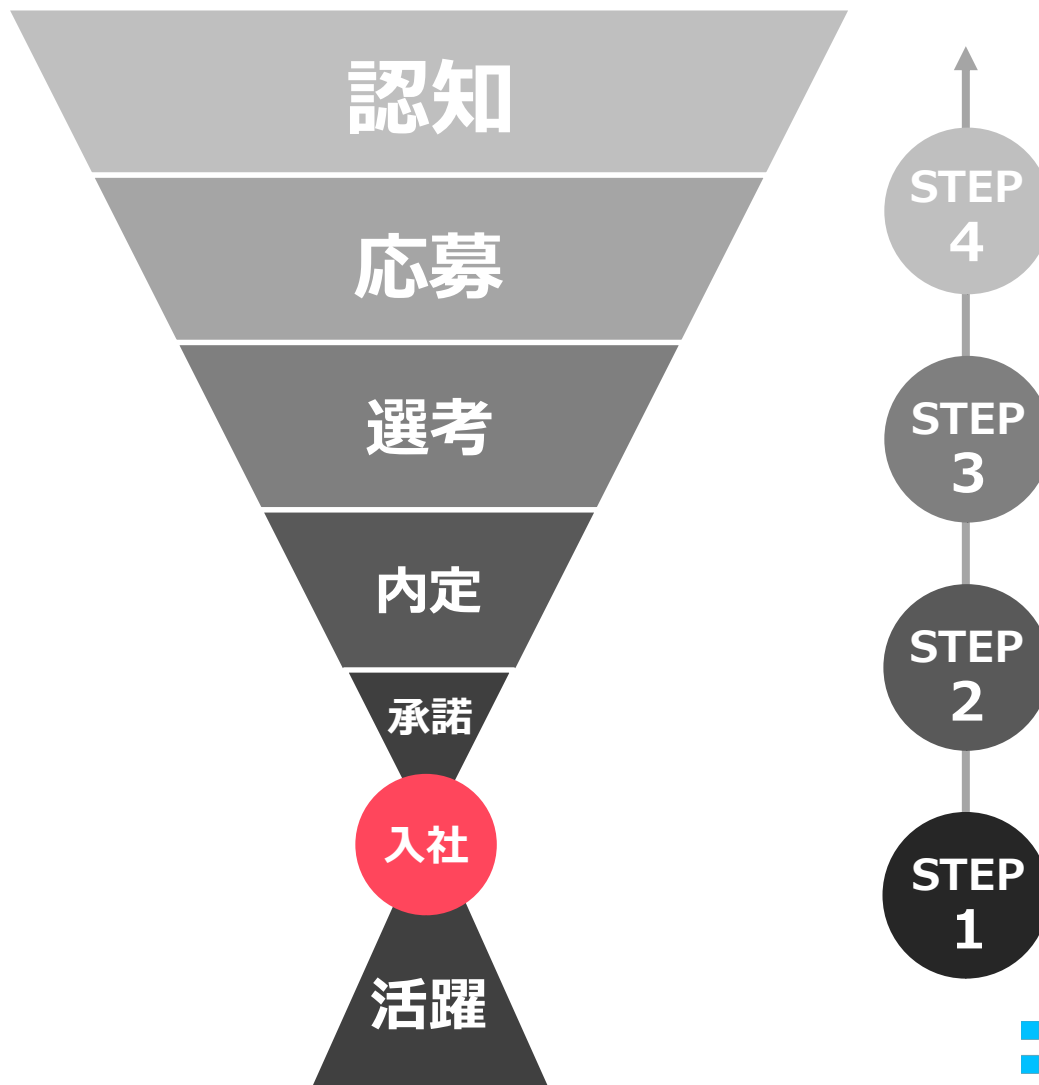
(候補者体験・採用体験)



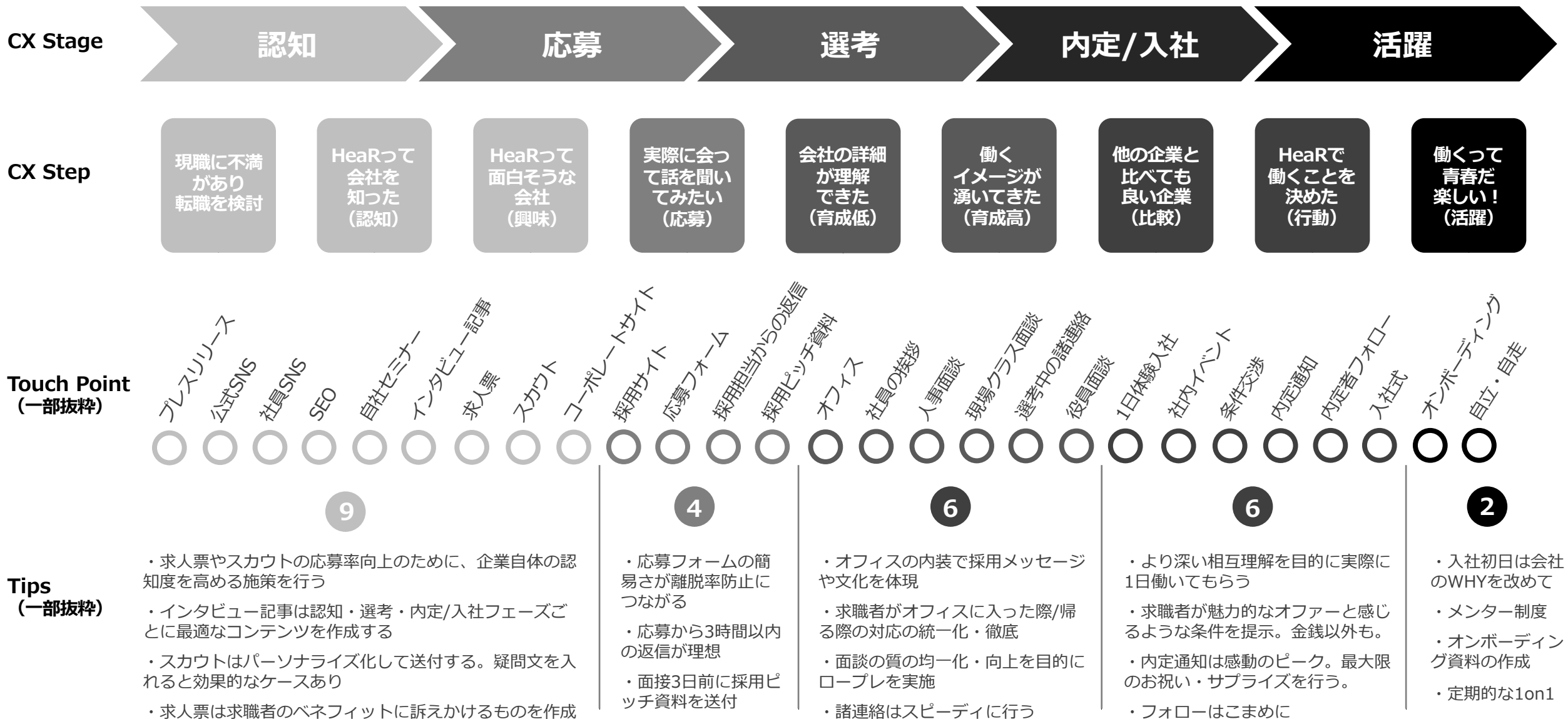
良いCXの提供

CXとはCandidate Experienceの略で、
「候補者の体験」という意味です。

候補者が企業を認知してから選考を終えるまでの
タッチポイント一つひと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。

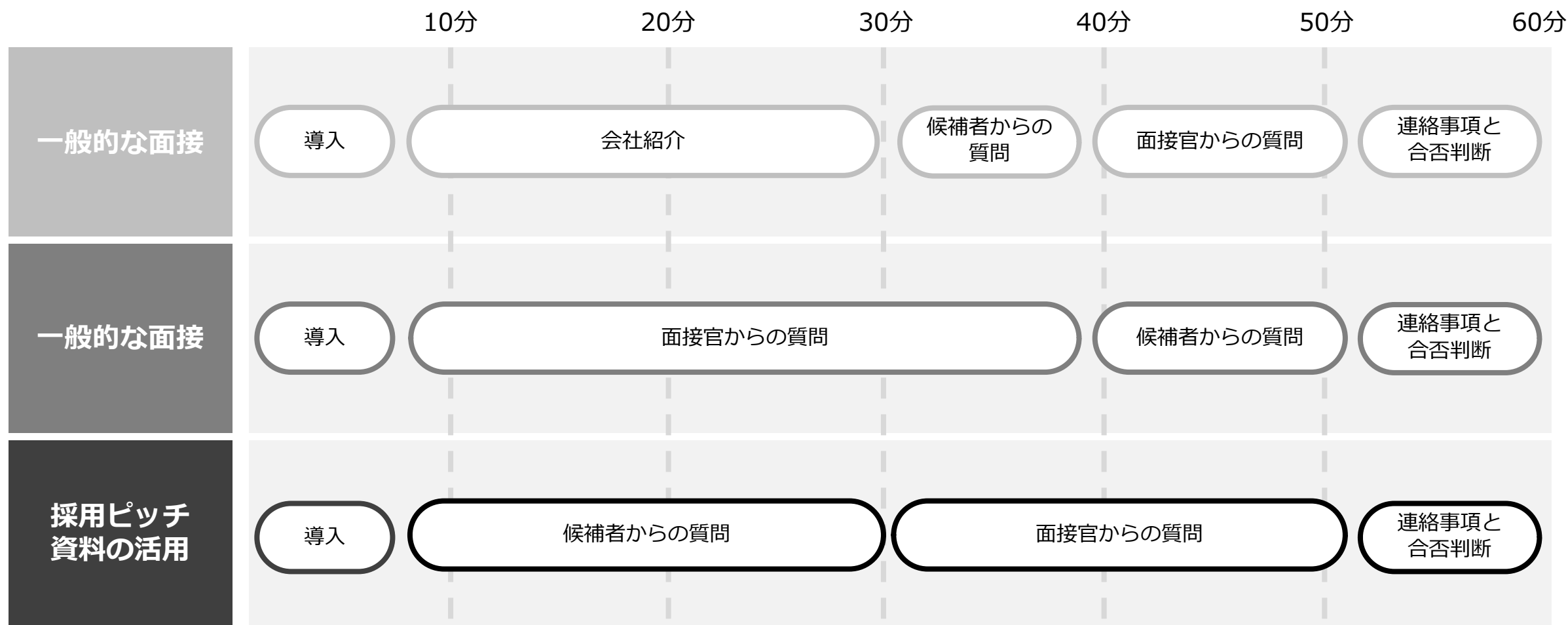


採用CXとは



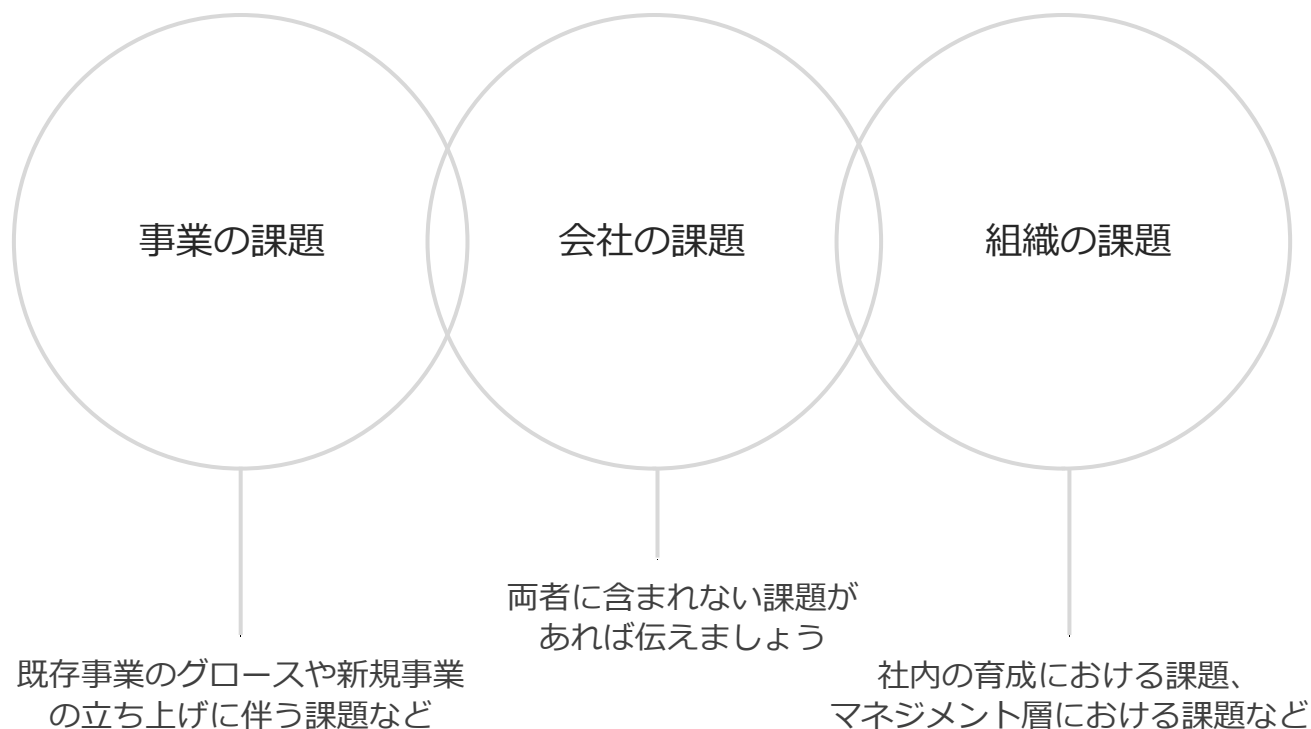
CXの一例：採用ピッチ資料で事前理解の促進

- 事前に採用ピッチ資料を送ることで、会社紹介の時間を省略できたり候補者と深いコミュニケーションが可能になります
- 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。弊社では約3割の方からお断りのご連絡をいただきます



CXの一例：自社の課題もオープンに伝える

- 選考段階で自社の課題を候補者に公開しましょう。課題も知ってこそフィットするかどうか見極めることができます
 - 「事業の課題」「組織の課題」「会社の課題」の3つの観点から



CXの一例：一日体験入社で疑似体験



■ 実際の業務に近い体験を

一日体験入社ではできる限り実際の業務に近い内容にしましょう。疑似体験をすることでお互い見極めの精度が上がります。

■ 社内チャットに招待

自社で使っているチャットに候補者を招待しましょう。入社後のイメージを持ってもらうことができます。招待する前の情報管理は慎重に。

■ 面接では見られない候補者の姿

OJT方式で候補者に社員から業務をレクチャーしてもらいましょう。面接外でのコミュニケーションが発生することで候補者の新しい一面を見ることができます。

EAの最大化

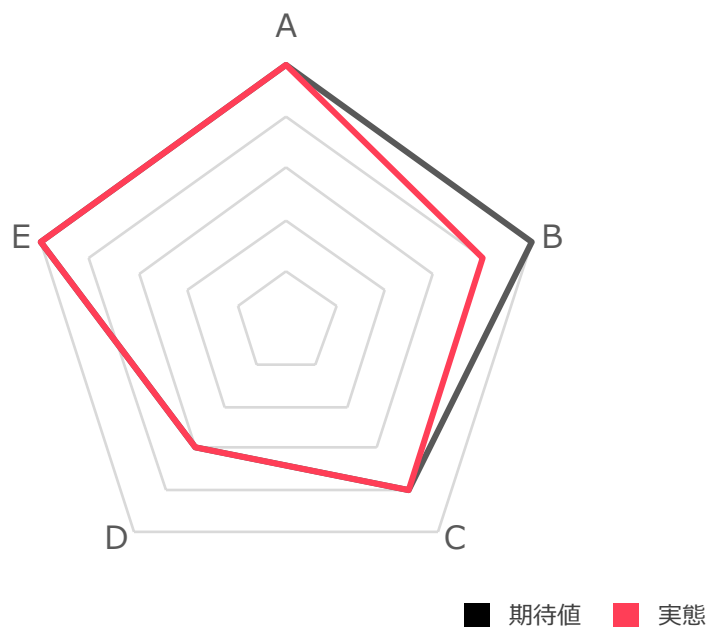
(従業員の期待値調整)



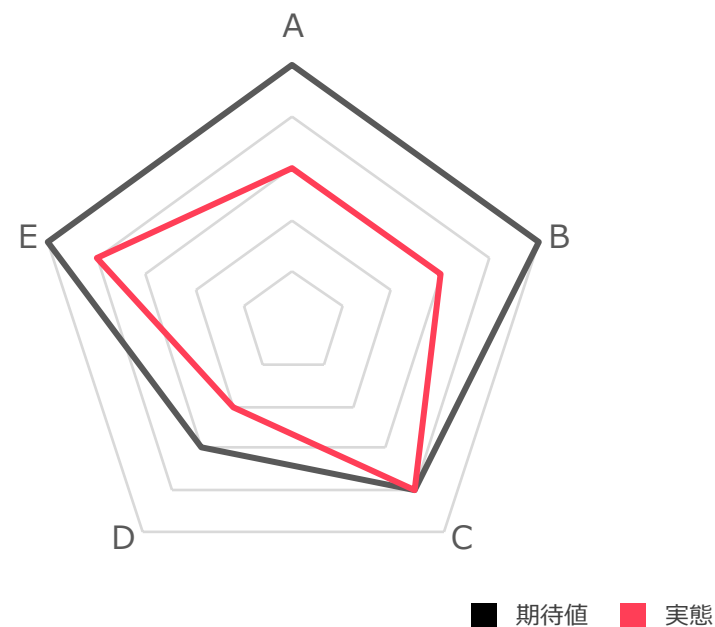
EAの重要性

- EXの重要な要素としてEA（Expectation Alignment）があります
 - EAとは「従業員の主観的実体験が、その人の期待していた職場体験とどれだけ一致するか」を指します
- 期待のギャップは必ずありますが、差が大きい場合は従業員のエンゲージメントに悪影響です

期待のギャップが小さいのでEXへ影響なし



EXへ悪影響が出るほど期待のギャップが大きい場合



EAの6本柱

- EAを左右する6本の柱があります。 6本の柱のうち4本以上が揃っているとEAが成立しやすいです。
-1-2本のみだと期待のズレが生じ、従業員は不信感を抱き、エンゲージメントも低くなります

01 公平性

制定されたルールに準じた処遇、能力やパフォーマンスに見合った報酬を受け取ること

02 明確化

雇用主と従業員の双方が互いとの関係に何を望んでいるか。定期的なメンテナンスも必要。

03 共感

相手の視点で物事を考える。互いを生身の人間として見れるとEAは成功しやすい。

04 予測可能性

雇用主と従業員の双方が、一貫性を持って互いの期待に向き合い続けること

05 透明性

意思決定の背後にある意図や理由を開示すること

06 責任

雇用主と従業員、マネジャーと部下の関係性やそれに付随して発生する事柄に責任を持つこと

EAD（期待の整合不全）の6本柱

- EADとは組織やチームの一定数以上の人の、仕事への期待が満たされていない状態
- EAに6本の柱があるように、EADの確率を高める6つの要因があります

01 不明確さ

マネジャーが従業員に何を期待しているかを伝えない

02 一貫性のなさ

その都度の状況や対象となる従業員によって、ルールや方針の適用のされ方が異なる

03 課題な約束

従業員の期待を大きく膨らませ、意図的かどうかに関わらず、それらを果たすことができない

04 期待の不均衡

双方の期待が異なり、その差異が埋まらない状態

05 秘密

マネージャーがあまりに多くの意思決定を密室で行う

06 絶え間ない噂

従業員があらゆる噂を立て、マネージャーがそれらに対処しない状態

EADの予防策

- EAは流動的です。新たな役職に就いたり新たなプロジェクトの始動ごとに期待の擦り合わせをしましょう
- EADのから企業を守る効果実証済みの方法を5つあげます

01

期待の把握

従業員が何を考え、何を期待しているかを把握。会話する機会をつくり、オープンに素直に話をする。

02

互いの期待を確認し合う

従業員一人ひとりと腹を割って話し、何を期待し、それらが満たされているかを聞き出す。組織からの期待も同様に伝える。

03

組織文化のメンテナンス

非現実的な期待が形成されたり、期待が変異する場合がある。有害な期待を促す部分を、修正したり取り除いたりする。

04

言葉を選ぶ

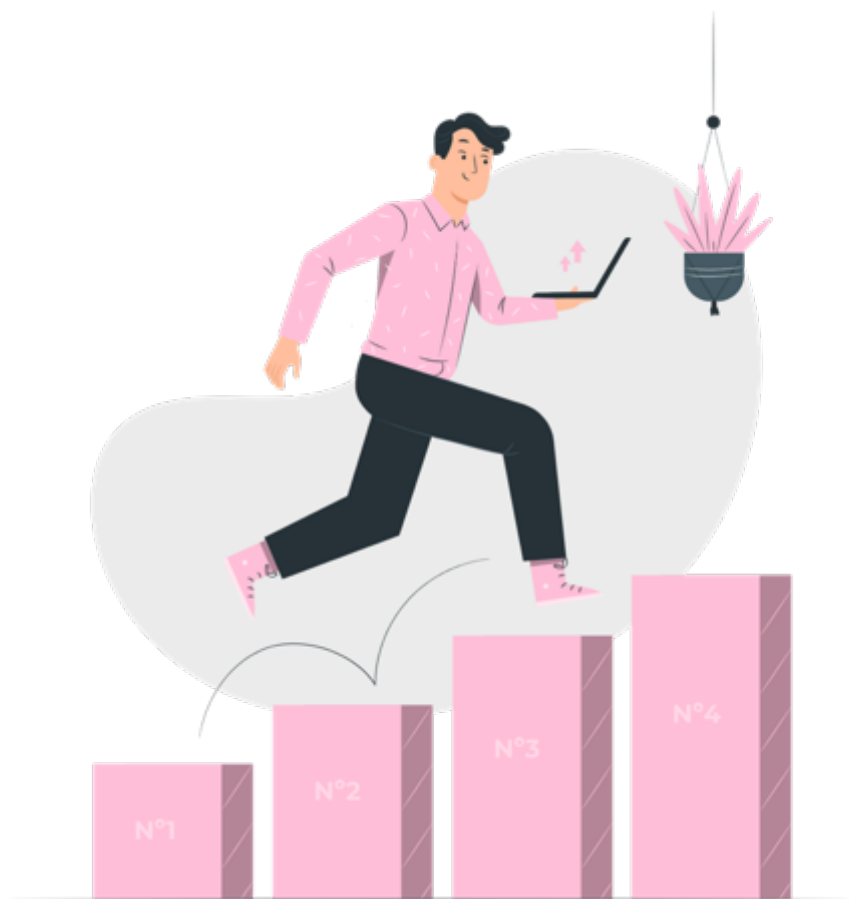
言葉遣い一つで、従業員の期待を必要以上に膨らませたり、嘘の存在を危惧させたりする可能性があるため気をつける

05

認識している期待を監視

「正しい」期待は強化し、「誤った」期待は最小化するようにしましょう

無料相談のご案内



日程調整はコチラから

採用活動にまつわる

無料相談を実施中

- 採用活動の効率化を図りたい
- オンライン採用のノウハウが知りたい
- 母集団形成や選考辞退率に課題を抱えている



会社概要

青春の大人を増やす 華金の愚痴をなくす

企業名 : HeaR株式会社

代表取締役 : 大上 諒

所在地 : 東京都品川区西五反田1-32-2 3F

設立 : 2018年9月

資本金 : 3,500万円

事業概要 : ①採用DXの向上支援
②同領域サービスの開発

従業員数 : 12名 ※2020/09/29現在
(業務委託・インターン含む)

2018年8月

コンテンツマーケティング支援のサムライト社を退社。
シニアル株式会社を創業。

2018年9月

日本有数のスタートアップイベント
「Incubate Camp 11th」にてベストグロース賞を受賞

2019年3月

いくつかの事業をピボット後、採用支援事業を開始

2019年7月

社名を「HeaR株式会社」に変更

2020年3月

ご支援企業数50社を突破

2020年 8月

キャリア支援サービス「シゴトレ」(旧HeaRing)
をリリース