



年間50名を超える新卒採用編

選考フェーズ別課題と解決策13選

Part1. 年間50名以上採用する上で生じる課題

採用人数を増やす背景

多くの人材を採用することで人員の増加だけではなく、人材の多様性を生み出し、採用活動を効率化してコストを抑えることもできます

事業拡大のため
人材の増員

人材に多様性を
生み出すため

1人辺りの採用コスト
を抑えるため

大量採用をする前に考えるべきこと

多くの人材を一度に採用するからこそ生じる課題があります。未然に防いでおきましょう

インターンや説明会にて
接点を持つ学生が多いた
め、1人ひとりへの対応が希
薄になりやすい

大量採用をする上で
採用基準が最大公約数
になるため、
候補者の見極め基準が
曖昧になりやすい

人事だけで一次面接対応
するには人数が多すぎるた
め、現場社員の協力
なしには進められない

年間50名採用する上で生じる主な課題4選

数多くある課題の中で主に発生する課題をまとめております。次のパートで各課題における打ち手をご紹介します

01. 100-1000名を超える母集団を作らなければならない

採用人数も多いため、2倍・3倍の母集団形成をしなければならない
インターンシップや説明会の回数をたくさん実施しなければならない。

02. 100名超えの選考を実施するものの、選考通過率が上がらない

多くの候補者の選考を進めるものの、
選考通過率が上がらず
人事側が疲弊してしまう。

03. 募集人数も多く、やることも多いためリソースが足りない

採用のオペレーションを実施するだけで
手一杯になりやすい。候補者との連絡や
面接だけで忙しくなりやすい。

04. 採用要件を広めに設定しやすいため入社後のミスマッチが生じる

多くの人材を採用する上で採用要件を狭められない。結果として入社後にカルチャー
フィット・スキルフィットの両面でミスマッチになりやすい

年間50名採用する上で生じる課題の解決策13選

大量採用を実現する上で障害を取り除く解決策13選をご紹介します

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| 01 歩留まりを計測して課題を明確にする | 08 採用オペレーションを可視化する |
| 02 新しい流入経路を開拓する | 09 採用管理ツールを活用する |
| 03 事業戦略に紐付いた採用戦略を策定する | 10 採用アウトソーシングを活用する |
| 04 ターゲットとペルソナを明確にする | 11 適性検査を実施する |
| 05 PoDを設計する | 12 ワークサンプルテストを実施する |
| 06 ポジショニングマップを作成する | 13 社員面談を実施する |
| 07 採用コンセプトを設計する | |

選考フェーズごとの検証項目一覧

選考フェーズごとに確認すべき検証項目の一覧です。採用におけるボトルネックを明らかにしましょう

フェネル	課題	候補者との接点	要素分解	検討すべき項目	検討すべき小項目
認知-応募	応募数が増えない	ダイレクトリクルーティング	送信数	送付数	送付数は足りているか
			返信率	配信曜日	返信が来やすい配信曜日か
				配信時間	返信が来やすい配信時間か
				企業ページ	企業ページは魅力的か
				タイトル	魅きのあるタイトルか
				スカウト文	自社の魅力が伝わっているか
				カスタマイズ要素	自分に来たと思われるスカウト文か
				送付対象	送付対象は採用ターゲットか
		採用イベント インターンシップや説明会	開催回数	開催回数	開催回数は適切か
			参加人数	実施時期	参加しやすい時期は適切か
				実施時間	参加しやすい時間か
				コンテンツ力	参加したくなるコンテンツか
		エージェント	応募引き上げ率	イベント満足度	選考に進みたいと思われるか
			契約者数	求人の魅力度	求人の魅力があるか
				契約社数	契約社数は適切か
		採用サイト	紹介数	自社と人材会社との親和性	自社の事業と人材会社の特性が合っているか
				関係性構築	エージェントとの関係性が構築できているか
				コミュニケーション頻度	頻度高くコミュニケーション取れているか
				流入数	流入設計
選考	書類選考の通過率が低い	書類選考	応募率	採用コンセプト	採用コンセプトが反映されているか
				掲載文言	掲載文言は魅力的か
			応募への導線	掲載写真・画像	掲載写真や画像は綺麗か
				応募への導線	応募への動線はわかりやすいか
	面接の通過率が低い	面接	選考参加人数	応募数	応募数が満たされているか
			通過率	選考への引き上げ率	選考に進んでいるか
				採用要件の設計	採用要件は明確か
内定	内定承諾率が低い	内定～入社まで	意向率	面接官の見極め	面接官は見極めできているか
				応募時の魅力づけ	応募時にアトラクトできているか
			承諾率	書類選考通過数	書類選考通過数は満たしているか
				明確な採用要件の設計	採用要件は明確か
				移行率	面接時にアトラクトできているか

01 100名超えの母集団形成施策

解決策①歩留まりを計測して課題を明確にする

採用人数が多い場合はチャンネルが多様化するため疎かになりやすいですが、歩留まりを計算して課題を明確にしましょう

(例)

媒体/選考フェーズ	応募/エントリー	書類選考	インターンシップ	本選考 (一次面接)	本選考 (面接×複数回)	内定	内定承諾
ナビサイトA	500	100	80	50	28	10	5
ナビサイトB	420	80	60	38	28	10	5
スカウト媒体A	72	60	43	20	15	10	4
スカウト媒体A	50	42	30	24	18	10	4
エージェントA	18	10	-	7	7	5	2
採用サイト	5	4	4	3	3	2	1

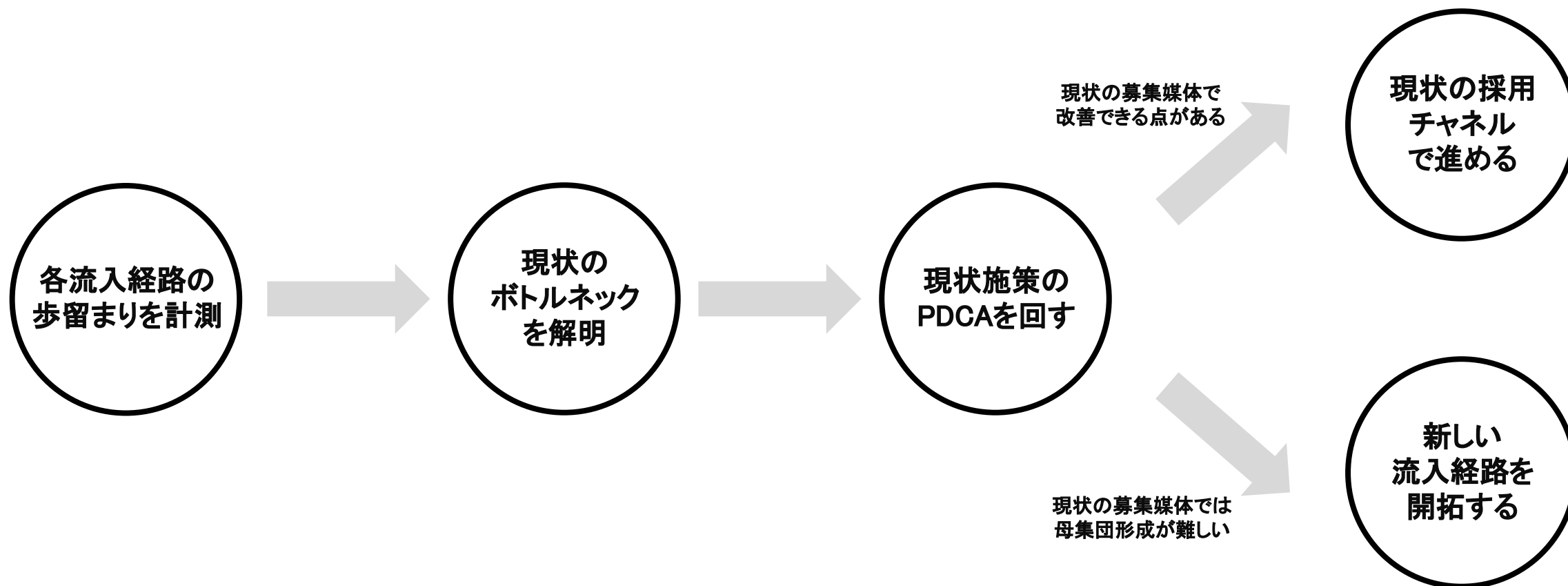
各チャネルごとのボトルネックを解明する

各媒体における数値分析を分解して行い、改善できる項目を明らかにしましょう

ナビサイト	会員数	×	ページ閲覧数	×	応募率	×	選考通過率	×	内定承諾率
スカウト媒体	会員数	×	スカウト数	×	返信率	×	選考通過率	×	内定承諾率
エージェント	契約者数	×	紹介数	×	紹介率	×	選考通過率	×	内定承諾率
SNS	会員数	×	Imp数	×	応募率	×	選考通過率	×	内定承諾率
自社サイト	流入数	×	応募率	×	選考通過	×	内定承諾率		

母集団形成が上手くいかない時の進め方

分析を基に現状施策の改善で進めるor新しい流入経路の開拓を検討しましょう



解決策②新しい流入経路を開拓する

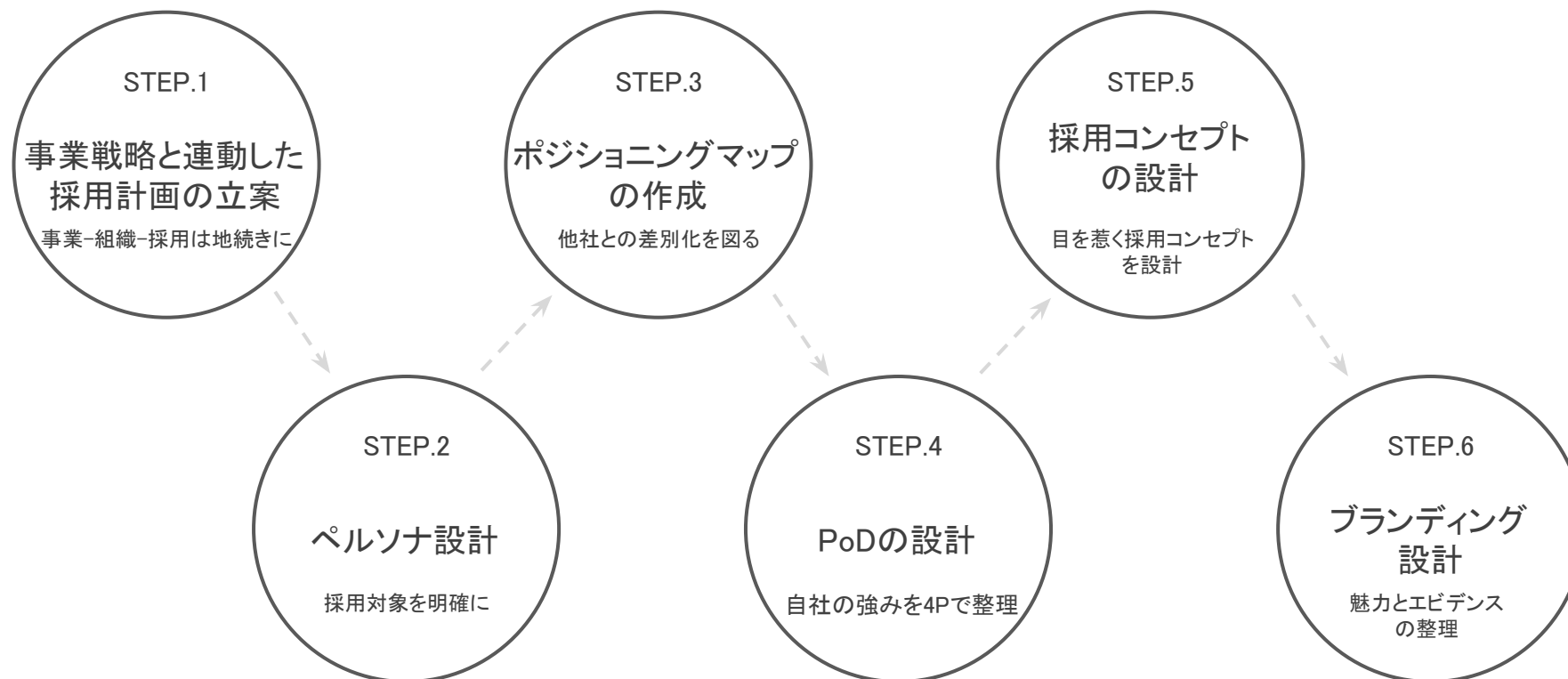
現状の施策で母集団形成が難しい場合は新しい流入経路を設計しましょう

採用手法	概要・特徴	料金体系(一例)	難易度	サービス例
求人媒体	・求人サイトに掲載する。最も一般的な採用手法 ・企業掲載数も学生数も多いため、競合との戦いになる	月額or年間契約	低	リクナビ、マイナビ
採用イベント	・採用イベントに出展する ・リアル開催の場合は学生と直接接点を持てるのが強み ・昨今はオンラインイベントも実施されている。	単発	中	合同説明会、就職フェア
スカウト媒体	・企業側から学生にスカウトを送る ・工数はかかるが、狙った学生と接点を持てるのが強み	月額or成果報酬	中	OfferBox, キミスカ, DODA Recruiters
人材エージェント	・紹介会社から学生をピンポイントで紹介いただく ・数は多くないが、質が高い	成果報酬70万円-	中	リクナビエージェント、マイナビエージェント
ハローワーク	・無料で使える国の就職斡旋期間 ・ご紹介学生の質は様々	無料	中	県の職業紹介所
リファラル(紹介)	・社員や候補者からのご紹介 ・紹介いただけると選考の移行率は高めの傾向あり	無料	高	なし
SNS	・TwitterやInstagram,Facebookなどで企業情報を発信 ・マーケティングの知見が求められる	無料	高	Twitter Facebook
採用サイト	・自社の採用サイトを通して集客 ・アクセス数の多い他媒体を活用するのも効果的	制作費用が発生	高	自社サイト、Wantedly, note

02 質を上げながら100名超えの選考を進める戦略設計

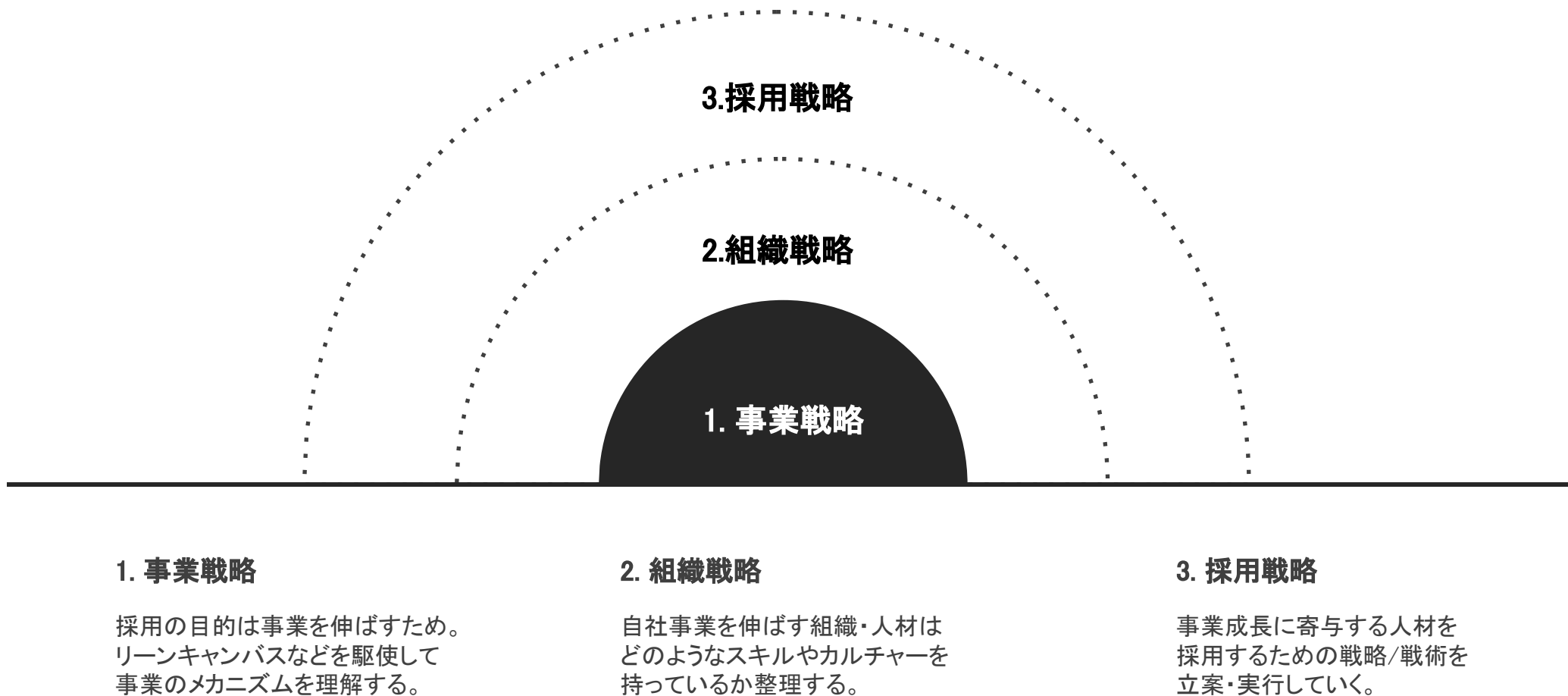
新卒採用の戦略設計6Step

応募者の質を上げるためには緻密な戦略設計を行いましょう



解決策③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ことを認識し、採用計画を立案しましょう

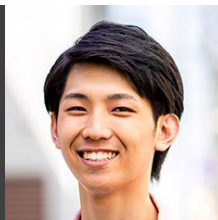


解決策④ターゲットとペルソナを明確にする

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

ベンチャー企業志向



個人情報

- ・年齢: 22-24才
- ・性別: 男性
- ・居住地: 東京都
- ・学歴: G-MARCH
- ・経験アルバイト: カフェ接客、長期インターン
- ・就職活動ツール: Wantedly, Offerbox
- ・志望業界: SaaS、Webサービス系企業

経験・スキル

- ・長期インターンにて営業経験あり
- ・コミュニケーション能力高く、明るい
- ・ロジカル思考が強く、議論の整理が上手い

略歴

東京育ち。高校時代は、野球部に所属していた。甲子園を目指し、キツイ練習の中でもコミットする経験から、仲間と共に共通の目的を成し遂げるため努力する楽しさ、チームプレイの価値を学んだ。長期インターンで営業代行会社で働いており、セールスのスキルアップがしたい。ベンチャー企業で成長スピードが早い所で早期にマネジメント経験を積みたい

就職先に求めること

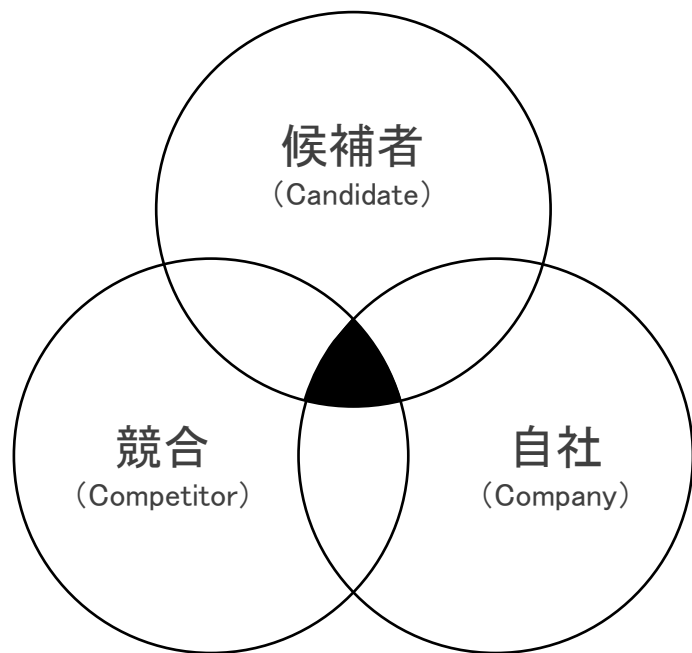
- ・成長業界であり、企業の売上も着実に積み上がっていること
- ・個人で取り組むよりもチームで成し遂げる文化がある所
- ・若手の意見を主体的に取り入れ、改善していく文化が根付いている所

該当人数

- ・媒体から検索条件を入れて概算を出してみる

解決策⑤PoDを設計する

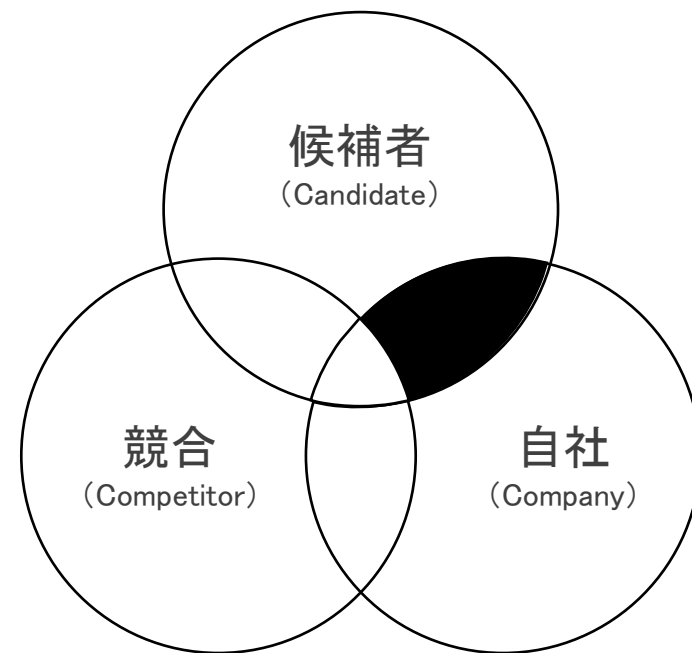
競合にはない自社の強みを明確にしましょう



PIC

(Point in Common)

候補者が求めている競合も提供できる機能



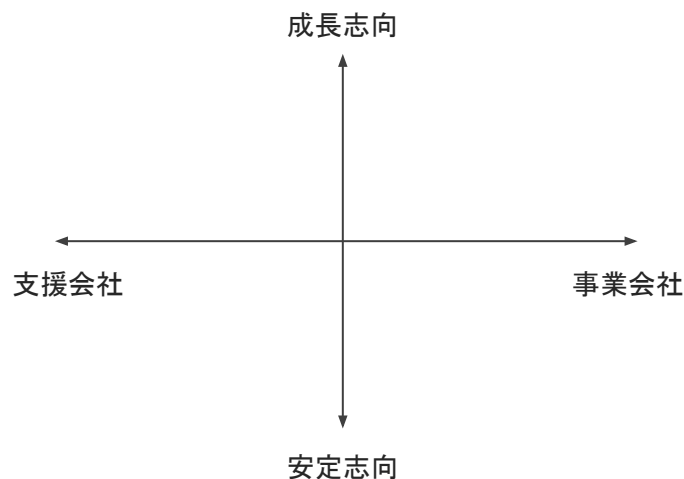
POD

(Point of Difference)

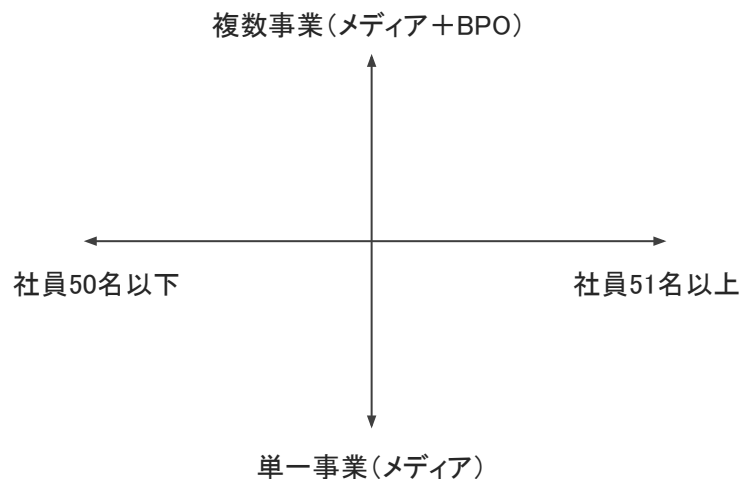
候補者が求めている競合が提供できない機能

解決策⑥ポジショニングマップを作成する

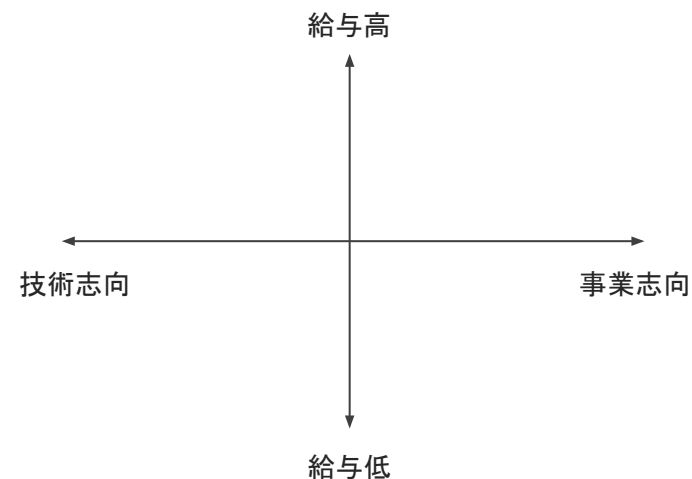
自社の強みを打ち出せる観点で2軸を設定することがおすすめです



事業形態×組織文化



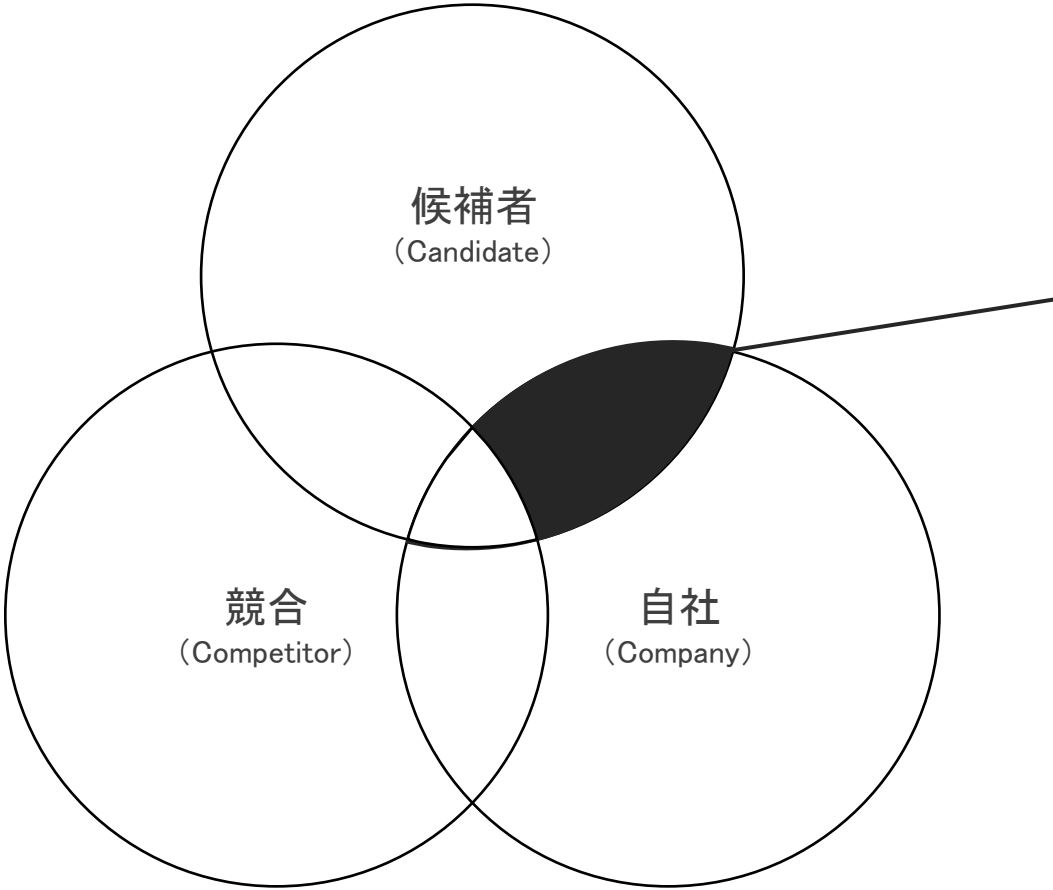
企業規模×提供価値



志向性×給与

サンプル:HeaRのPoD

HeaRで設計したPoDをご紹介します



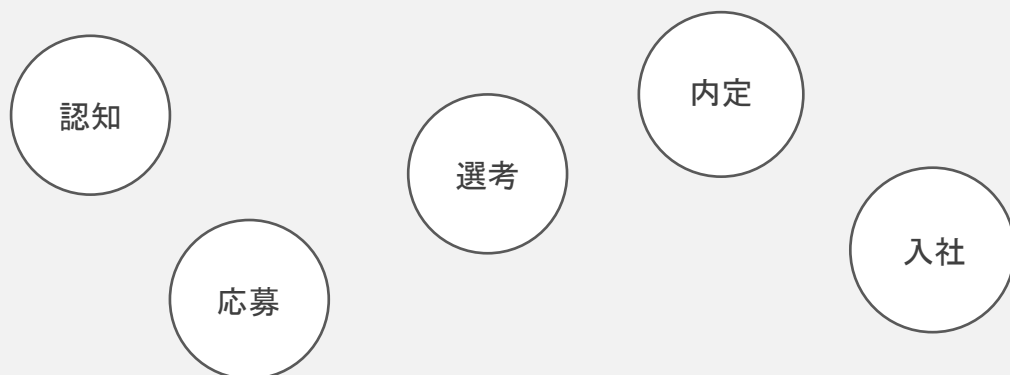
4P	Point of Difference
Philosophy	ミッション「青春の大人を増やす」
Profession	多様性(EX～CX) × 多層性(コンサル～RPO)の支援サービスを提供する採用コンサルティング事業
Profession	転職市場のビジネスモデルを一変させるパーソナルキャリアトレーニング「シゴトレ」
People	発展途上だが文化を浸透・進化させようとする企業文化
?	?

解決策⑦採用コンセプトの設計

採用コンセプトとは、候補者体験に一貫性をもたせる「自社の魅力を凝縮したキャッチコピー」です
- コンセプトは母集団形成の加速や選考辞退率の減少に寄与します

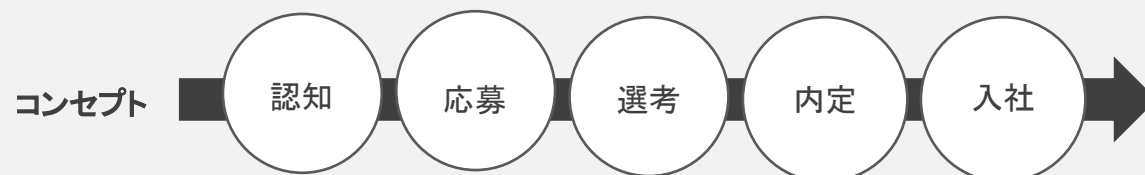
採用コンセプトなし

採用の各フェーズの施策に一貫性がない



採用コンセプトあり

採用の各フェーズの施策に一貫性が出る



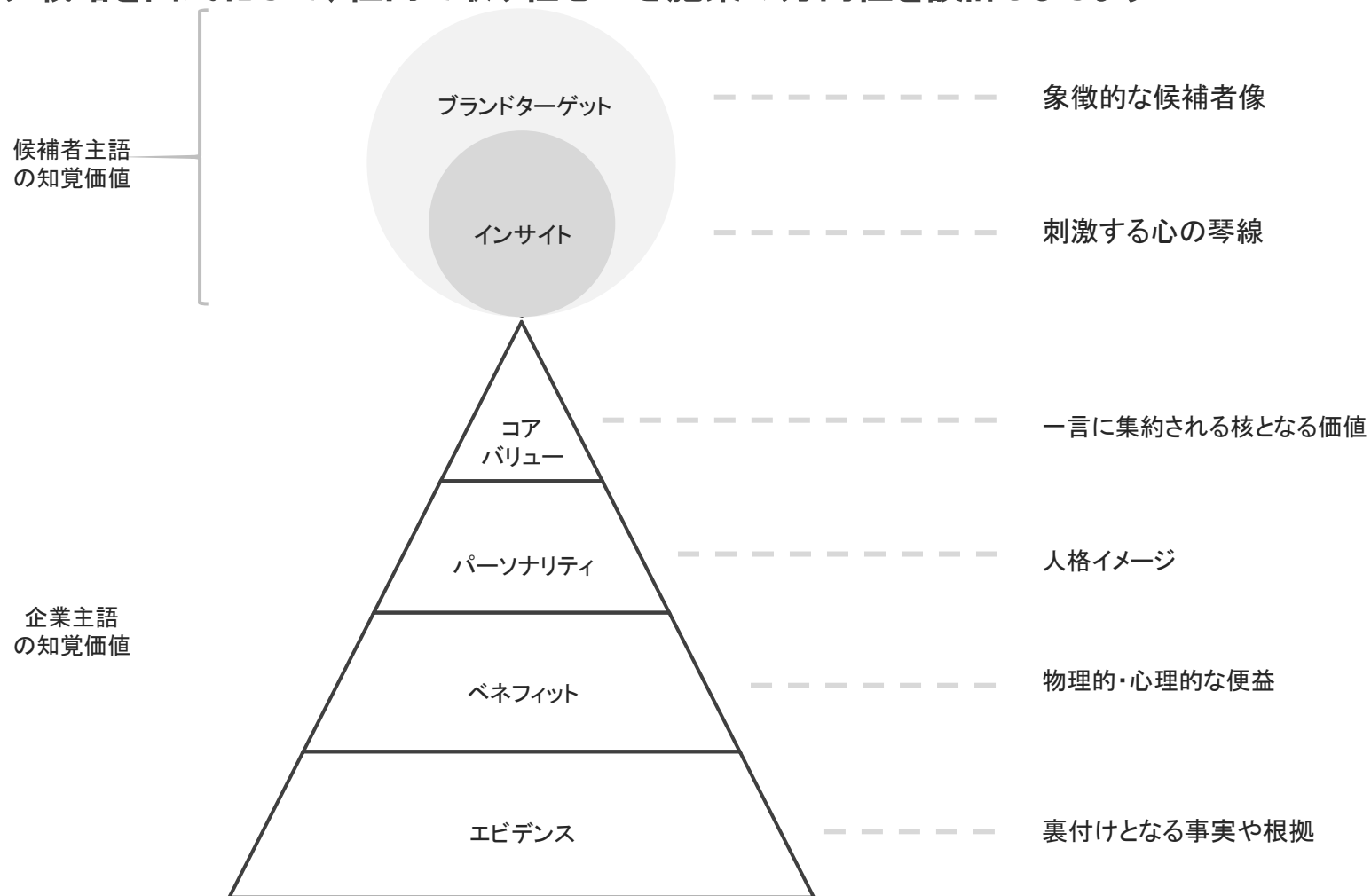
採用コンセプト事例

新卒採用における採用コンセプトの事例をご紹介します

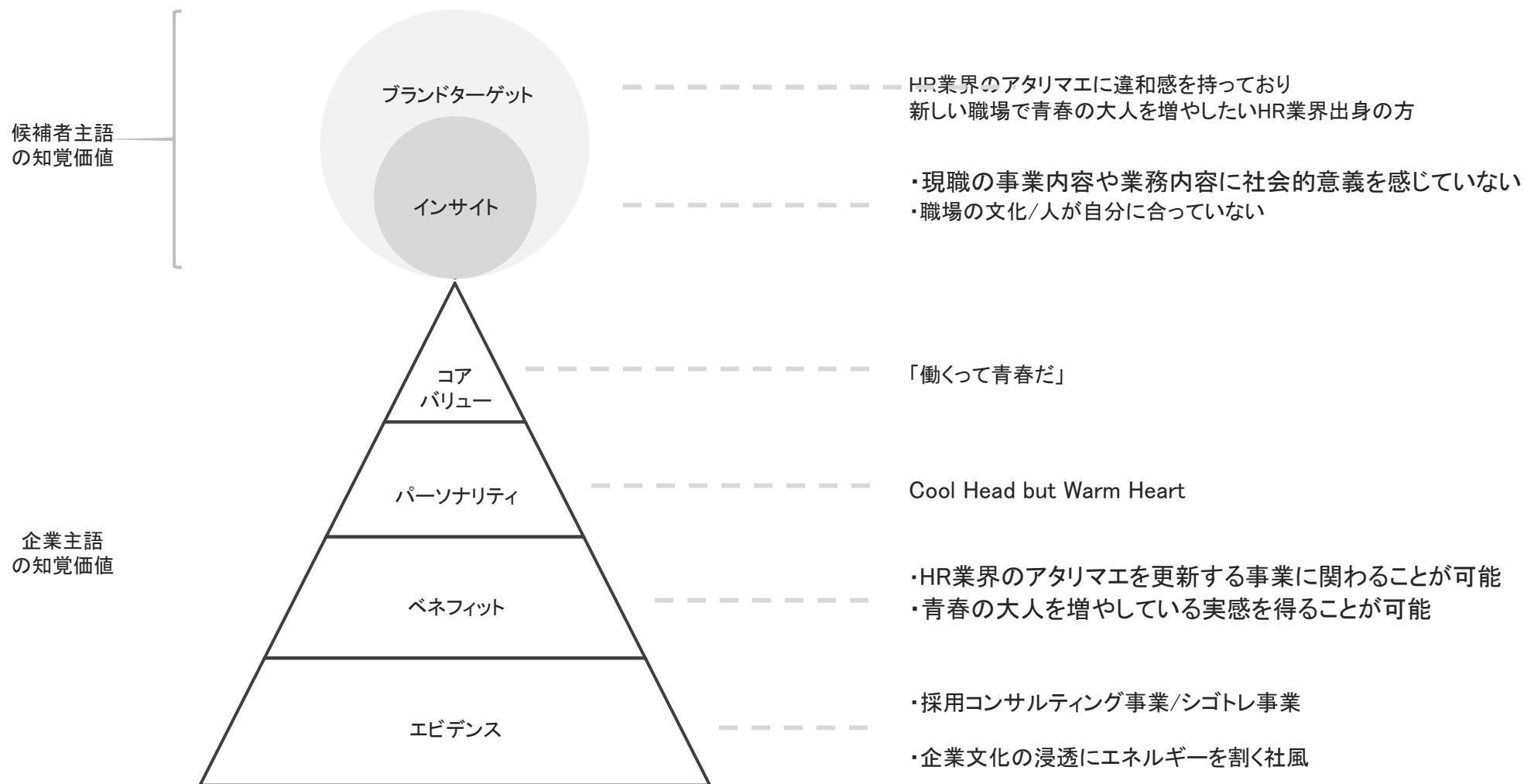
企業名	メディアコンセプト	コンセプトの意図(HeaR視点)
三井住友銀行社	「いい子になるな、いい個になれ」	金融業界は安定志向という固定概念を覆すようなコンセプトです。 サブメッセージにも「個の発想と情熱と行動力」こそが、次の時代を切り拓く。とあり、 挑戦意欲の高い人材に刺さるコンセプトになっています。
サイバーエージェント社	「世紀の立役者であれ」	21世紀を代表する会社を創る というビジョンを掲げるサイバーエージェント社ならではのコンセプト メディアやゲームを通して時代にムーブメントを起こしていく気概を感じます
電通社	「電通を使え」	コンセプトムービーに採用コンセプトが現れています。 そもそも「会社に入る意味ってなんだろう」という問いかけから始まり、 電通に入ることではできない大きな仕事が任されるという 期待を感じさせてくれるコンセプトです。
ヤマハ発動機社	「超える、を創る」	「超える」という一言で伝えたいメッセージを凝縮しています。 お客様の期待を超える、国境を超える、従来の発想を 「超える」歴史を作ってきた会社だからこそ 次の「超える」を作ってほしいというメッセージです。
DeNA社	「面白がり、求む」	仕事における困難すらも楽しめるような人材に来て欲しいという 強いメッセージを「面白がり、求む」というキャッチーな表現をしています 様々な事業に携われるDeNA社ならではの良さを生かしたコンセプトです。
Speee社	「事業経営という、難問を解く」	ひとつの事業を立ち上げるのではなく、連鎖的に事業をスケールさせるのがSpeee社 の強みであるというメッセージを伝え、 事業創造や起業に興味がある学生に対して刺さるメッセージになっています。

ブランディング設計

ブランディング戦略を図式化して、社内で行き組むべき施策の方向性を設計しましょう



サンプル:HeaRのブランディング設計



03 母集団が多い企業の採用オペレーション

解決策⑧採用プロセスを可視化する

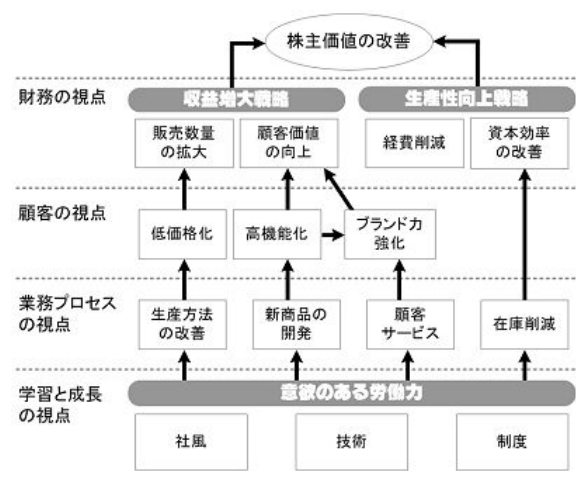
フレームワークを活用し、現在のプロセスを可視化しましょう

- 可視化することで改善すべきポイントがわかります

	目的	ドキュメント	活用者
プロセス俯瞰図	ビジネスプロセスや事業の全体像を理解する	・プロセスマップ ・ファンクションマップ ・戦略マップ 等	役員、部門長といった意思決定者
プロセス設計文書	ビジネスプロセスの細部の構造を明らかにし変革する	・業務フロー ・規定類/ルール集 ・データモデル ・ディシジョンテーブル 等	プロセス管理する部課長やプロセスの設計と管理を担う社員
プロセス実施手順書	ビジネスプロセス実行時に参照し、小改善する	・業務マニュアル ・操作マニュアル ・早見表 ・ポケットガイド 等	プロセスを実行するすべての社員

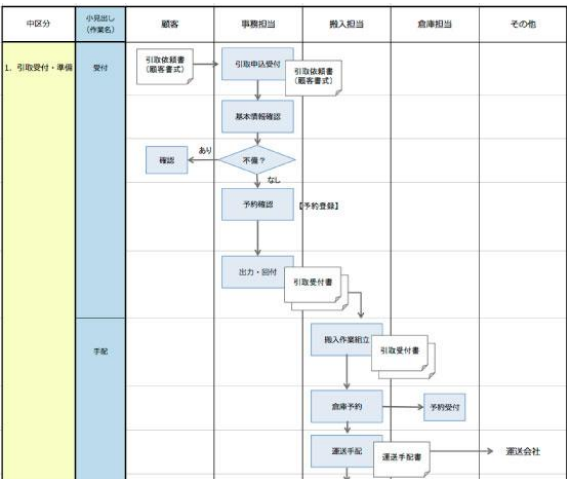
オススメフレームワーク

採用活動を効率化させるオススメのフレームワークをご紹介します



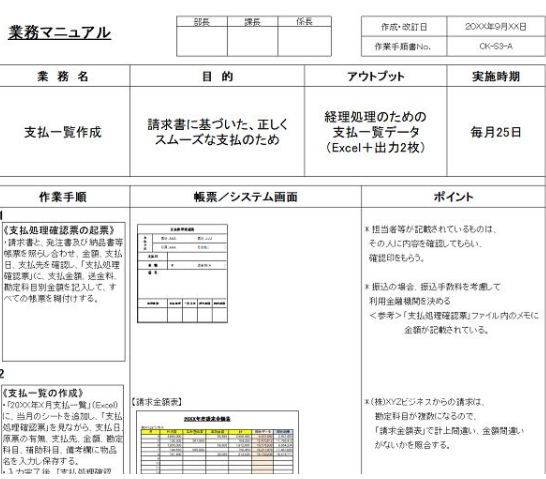
戦略マップ

目標とビジョンを達成するためのシナリオ図。目的を達成するために落とし込まれた各アクションの因果関係や関連を図式化したもの。



業務フロー図

仕事の内容や手順を図で表したものです。業務を視覚化することで、文章で手順と問題点がみつけやすいというメリットがあります。

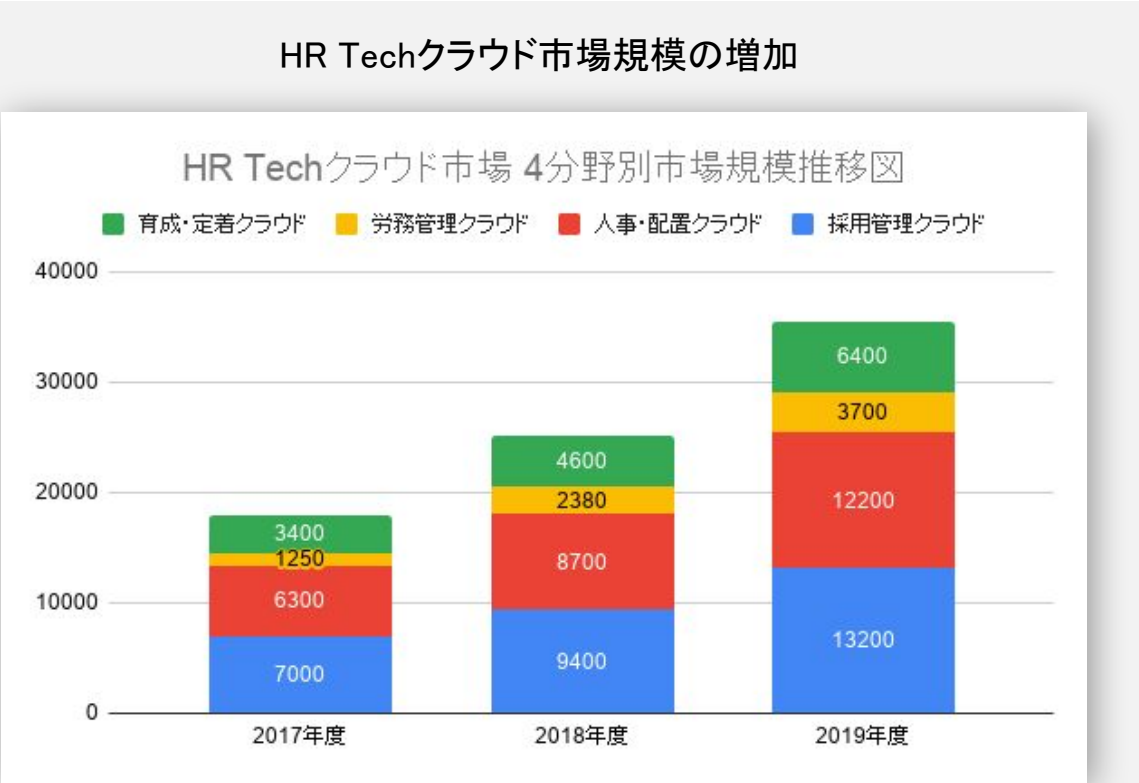
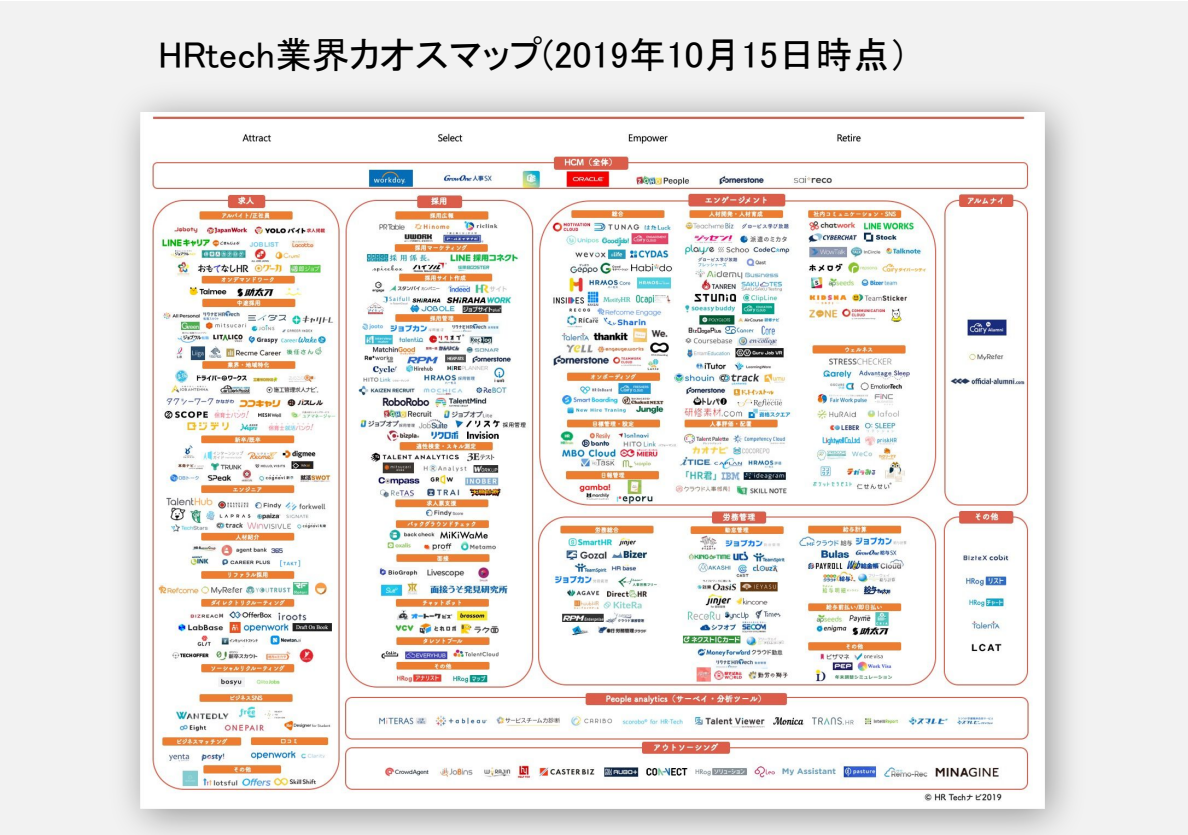


業務マニュアル

社内で発生している作業の手順を時系列にまとめたもの。「業務工程」「作業の具体的な手順」「各手順の担当者」の3点が分かるよう作成します。

解決策⑨採用管理ツールを導入する

HR領域の業務を支援するツールは2019年10月時点で400種類以上存在しており、今後もその数は増加していくでしょう
-HRに関するほとんどの業務はツールで効率化できるといえます

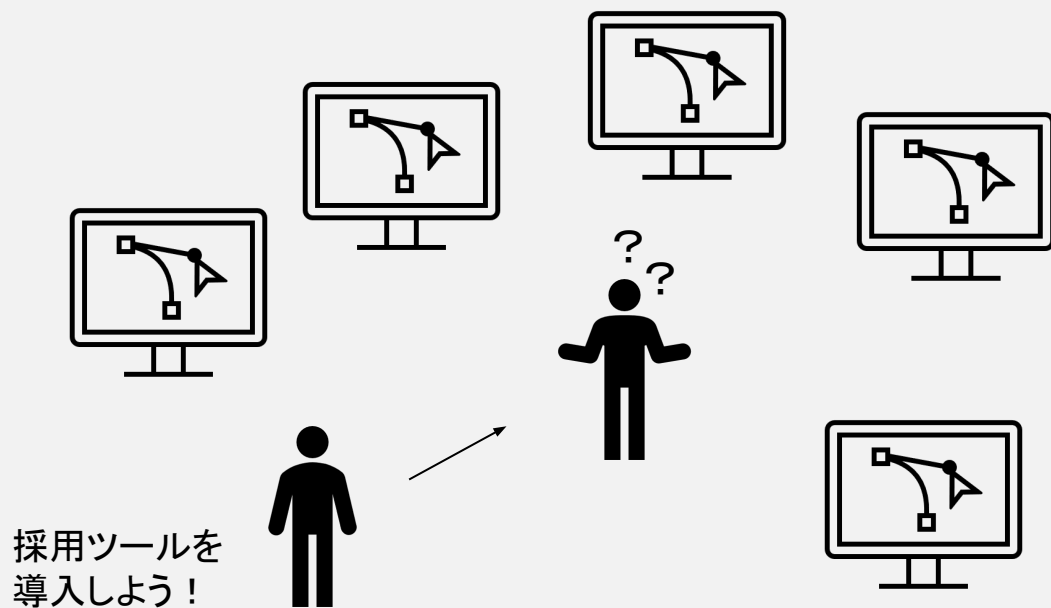


※参照: 9カテゴリ-449サービス掲載！HR Tech業界カオスマップ(2019年10月15日現在)
HR Techとは～注目されている背景と市場の盛り上がり～

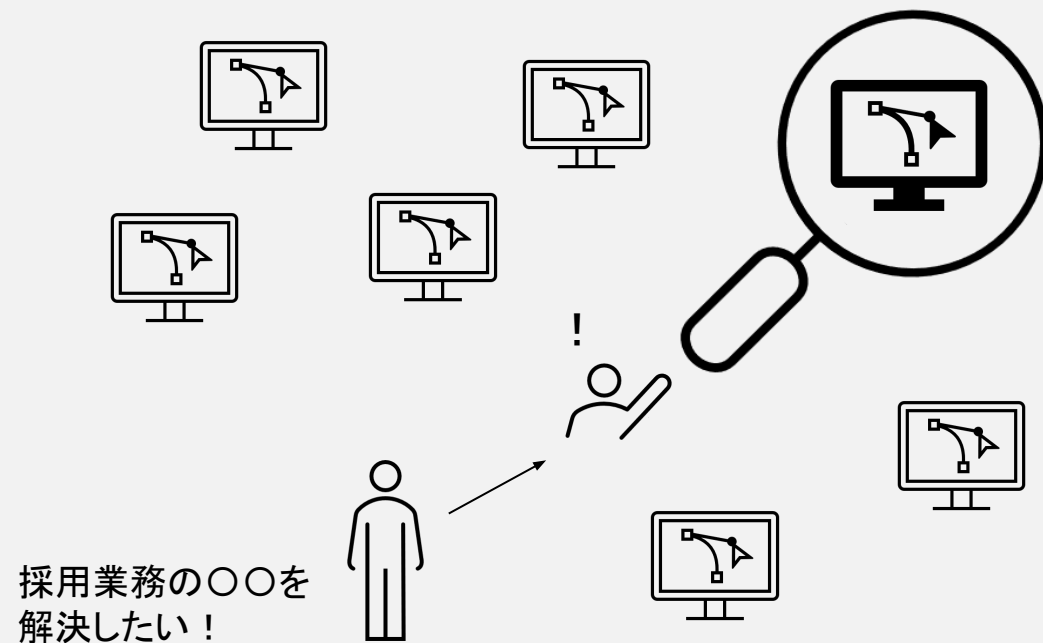
ツール導入の罠

予算承認を得るためにも十分に検討のプロセスを経てこそ、導入すべきツールが見えてきます

検討が不十分な場合



十分に検討されている場合



ツールごとの確認事項

多くの人数を採用する上で人力では限界があります。自社の目的に即したツール選定を行い、採用を効率化させましょう

求人媒体の例

目的

ペルソナに該当する求職者の母集団形成

求める人物がいるか否か？

総合型・職種特化・地域特化など

利用コストは適切か？

掲載課金・面談課金・成果報酬など

機能や操作性は問題ないか？

直感的なUI/UX・サポート体制など

ATSの例

目的

採用管理の工数を削減

他サービスの連携は十分か？

利用している求人媒体など

利用コストは適切か？

月額課金・従量課金など

機能や操作性は問題ないか？

直感的なUI/UX・サポート体制など

タレントマネジメントの例

目的

データを活かした人材育成や人材配置、定着

機能や操作性は問題ないか？

直感的なUI/UX・サポート体制など

セキュリティは十分か？

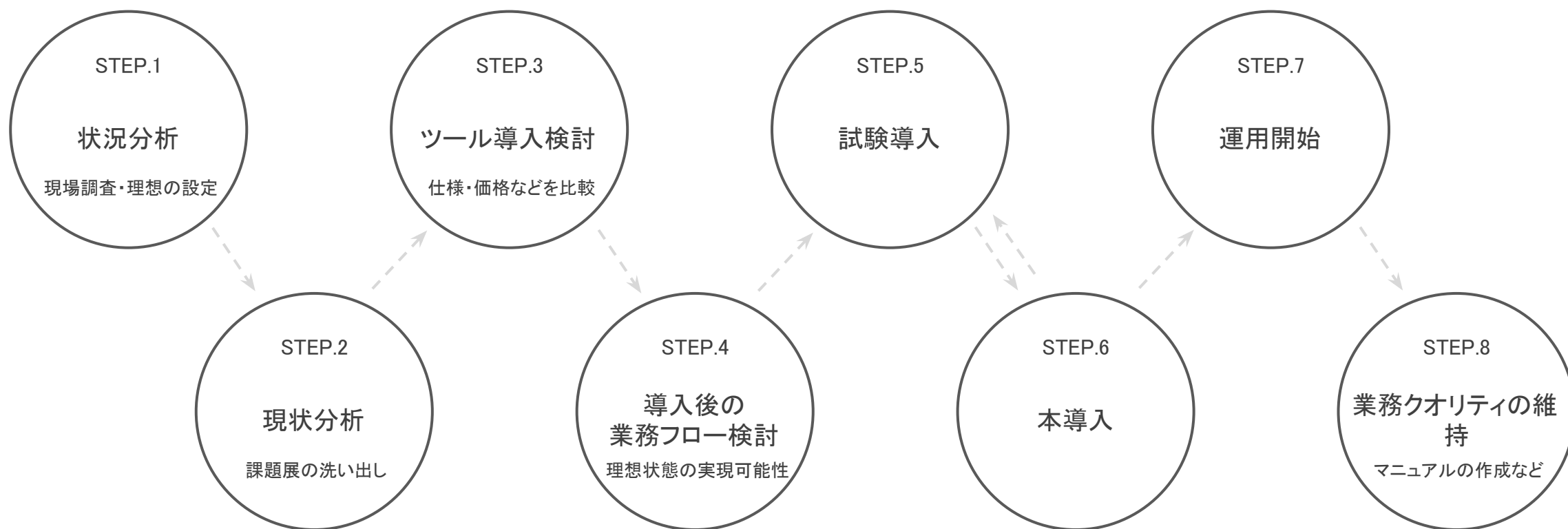
情報保護やデータのバックアップなど

柔軟性、拡張性はあるか？

データ構成の変更可否や追加費用など

採用管理ツールの導入Step

採用管理ツールは適切なStepを踏んで導入してこそ、効果を最大化することができます。



解決策⑩採用アウトソーシングを活用する

多くの人数を採用する上ではアウトソーシングを活用することでリソース課題を解消することができます

■求人媒体運用・スカウト代行



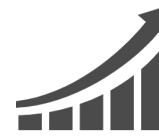
新卒採用や中途採用問わず、各求人媒体の運用が可能です。母集団形成に向けて戦略的に運用代行を行います。

■採用管理システムの運営



複数の求人サイトをご利用の場合、採用管理システムを用いて一括管理も可能です。

■データ集計・分析



媒体毎のエントリー管理やデータ分析を行うことで、再現性のある採用活動が実現できます。

■人材紹介会社対応



人材紹介会社の選定から候補者対応まで、一括で代行することが可能です。

■説明会・面接代行



説明会の企画・運営代行、面接代行が可能です。オフライン・オンラインともに経験のあるプロにお任せができます。

■採用広報代行



採用サイトや採用ピッチ資料の制作などの単発のものから、採用ブログの更新やSNS運用など長期的なものまで依頼が可能です。

04 50名超え採用の「見極め」とミスマッチ防止方法

解決策⑪適性検査を実施する

適性検査は客観的なデータを基にスクリーニングし、採用活動を効率化させる効果があります

01

客観的なデータを基に
性格・スキルの判定ができる

多様な質問項目を共に
性格・スキルの判定ができます。

02

選考のスピードを上げる

書類選考前に適性検査を導入することで
スクリーニング基準となり
採用活動が効率化できます。

03

入社後のアサインを決める

適性検査によって、性格特性がわかるため、
入社後のオンボーディング設計やアサイン
の参考情報を取得することができます。

解決策⑫ワークサンプルテストを実施する

ワークサンプルテストをインターンシップなどの初期段階で取り入れ、スキルフィットを確認しましょう

ポジション	ワークサンプルテストの内容	見極め項目
セールス	保険が嫌いな私に保険を売って見てください。	・コミュニケーションは代表相手でもスムーズに明るくできているか ・物怖じせずに相手のNOに対してカウンタートークができるか ・即興でロジックの整合性が取れるコミュニケーションができるか
セールス・事業開発	自社でスタートする新規事業のアイデアをチームで立案し、役員向けにプレゼン	・新規事業の観点は市場のニーズを捉えているか ・既存の事業とのシナジーが組める事業になっているか ・チームワークを生かしながら、結論まで持っていくことができるか
セールス・事業開発	自社の事業課題を1つあげ、1年以内に解決する方法をプレゼン	・プレゼンのスライドデザインは整っているか。プレゼンの話し方はクリアで聞こえやすいか ・自社の事業課題に対する解像度は適切か ・課題に対する解決策はアセット含めて実現可能か
マーケティング	自社が+ α で進めるべきマーケティング施策を一つ立案	・自社のマーケティング施策に対する解像度が高いか ・マーケティング施策の引き出しがどれぐらいあるか ・市場のニーズに適合したマーケティング施策になっているか
マーケティング	SEOで取りたいキーワードを共有し、新しいSEO記事の構成案を作ってもら	・事業関する理解はできているか ・SEOの上位を取るために必要な項目は網羅されているか ・想定の内時間で終わることができるか
エンジニア	自社のプロダクト開発のフローの一部をチーム開発で進めてもら	・スピード・質共に担保された開発ができるか ・チームでアウトプットを出すための進め方ができるか ・メンターからのフィードバックを素直に受け止められるか

解決策⑬社員面談を実施する



社員面談

■ 社員自ら弱みを開示し、本音を引き出す

面談の目的は「候補者の本音を聞くこと」です。そのためには、あえて社員自ら弱みを開示することで候補者は安心できます。自社の課題や仕事での困難などはあえて積極的に開示し本音を話しやすい雰囲気作りをしましょう。

■ 37.7%の学生が社員面談がきっかけで内定承諾する

誰と一緒に働くか、ということは学生にとっても気になるものです。37.7%の学生は社員の面談がきっかけとなって内定承諾に繋がっています。社員面談を実施することで内定承諾率を大きく上げることができます。

■ 25%の学生が複数社に内定承諾をしている

コロナウイルスにより情勢が不安定になる中、将来への不安感から複数社に内定承諾をする学生が25%いるという統計データがあります。内定承諾しているからといって安心せず、しっかり面談などのフォローをしましょう。

Part2. 年間50名以上採用する企業の成功事例

大手企業事例：NTTデータ社

NTT DATA
Trusted Global Innovator

新卒採用サイト

登録登録
(2023年卒採用)

ログ

トップ NTTデータを知る プロジェクト 社員とキャリア 採用情報 セミナー・イベント

MESSAGE
社長メッセージ

WHAT'S SI?
SI業界とは？

KEYWORD
キーワードで知るNTTデータ

BUSINESS FIELD
NTTデータの事業領域

pickupword: Global

pickupword: AI

pickupword: Global

NEW NORMAL
Withコロナ時代の働き方

01 新卒
文系はものづくりに携わることが
できないというイメージ。

NTTデータの事業
女性も男性も、文系の
技術職も、理系の営業職も
活躍中です。

NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。

03 新卒
SI業界といえば
激務だと思う。

NTTデータの事業
「年間総労働時間（社員一人当たり）」は
日本企業の平均を大きく下回る水準。
育休復帰率も98%です。

NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。

04 新卒
SI業界は
ドメスティック
な印象。

NTTデータの事業
世界中の多様なメンバーで
急速にグローバル化を
進めています。

NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。

あなたの地域にも、生活にもIT。

NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。

02 新卒
システムエンジニア(SE)=プログラマー？

NTTデータの事業
SEは、プログラマーではありません。
ITを活用してお客様とともに
社会の仕組みを作っていく
仕事です。

NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。

05 新卒
大企業の若手社員は
会社の歯車という感じ。

NTTデータの事業
歯車ではなくエンジンです。入社3年目で
2、3億円規模のサブシステム構築の
リーダーなんて
沢山います。

NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。NTTデータは、文系・理系問わず、幅広い分野で活躍する人材を求めています。



会社紹介

- ・就活ランキング常に上位のNTTデータ
- ・日本トップクラスのSier企業
- ・200名-300名の新卒採用を実施



施策内容

- ・新卒採用サイトで豊富なコンテンツを提供
- ・企業理念、事業内容、人の魅力を網羅的に訴求
- ・Q&Aで候補者が離脱しやすい項目を事前に解消



転用するなら

- ・新卒採用サイトを開設し、コンテンツを充実させる
- ・プロジェクト事例などを公開し、働くイメージを想起
- ・過去の内定辞退理由を参考に、Q&Aで事前に解消させる

ベンチャー企業事例:サイバーエージェント社



選考情報	インターンシップ・採用イベント	会社を知る
2023年度ビジネスコース新卒採用	現在開催中のインターンシップ	企業情報
2024年度ビジネスコース新卒採用プレントリー	ビジネスコースインターンシップ	サイプラリー

新着



内定者期間、何をやる？

採用 | 2021年10月 1日

内定者期間、何をやる？ 入社までの過ごし方をご紹介



採用 | 2021年9月30日

“働く楽しさ”を知ってもらいたい 広尾学園×サイバーエージェントでインターンシップを実施



採用情報 | 2021年9月17日

サイバーエージェントが現役エンジニア向け「Go Academy」を開催 〜バックエンドエンジニアを育成、成績優秀者には最終選考PASS〜



採用 | 2021年9月15日



採用情報 | 2021年9月 7日



技術・デザイン | 2021年9月 2日



会社紹介

- ・インターネット広告事業を中心に多角的な事業を展開するサイバーエージェント社
- ・年間200名超えの新卒採用を実施



施策内容

- ・毎月サマーインターンや採用イベントの実施
- ・実践的インターンシップで優秀人材の獲得を狙う
- ・自社のオウンドメディアで採用広報コンテンツの発信



転用するなら

- ・自社の候補者が参加したくなるインターンシップの設計
- ・現場社員を巻き込み、本気でフィードバックをする
- ・オウンドメディアを開設し、自社の魅力を発信

ベンチャー企業事例:ネクステージ社



RECRUITING SITE

TOP 会社を見る 人と仕事を見る 人材育成・教育制度を見る 採用情報

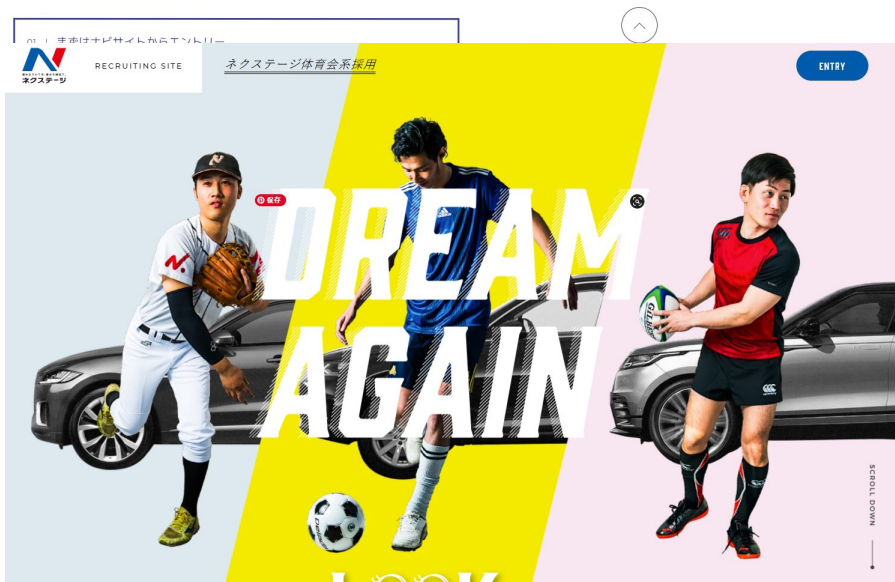
ENTRY

スピード採用

- ◆最短10日で内定GET！
- ◆説明会2時間に選考会も付いてくる！
- ◆人物重視の採用!書類選考・適性検査一切なし！

今年の採用テーマはスピード採用!説明会に来ていただいた2時間の中に選考会も盛り込まれており、忙しい就活生にとってはもってこいの説明会です。

Flow



会社紹介

- ・自動車ディーラー企業のネクステージ
- ・隠さない。だから見て欲しい。という採用コンセプト
- ・年間50名-100名の新卒採用を実施



施策内容

- ・採用コンセプトに紐付いた採用サイトの豊富なコンテンツを発信。募集要項や社員インタビューを掲載
- ・スピード採用、体育会系採用など独自の採用手法を設計



転用するなら

- ・採用コンセプトを設計し、自社サイトを充実させる
- ・自社のペルソナに合った独自の選考手法で多くの候補者を魅きつける

Part3. お役立ち資料のご紹介

できる新卒採用担当になるための100項目

市場理解（新卒採用がうまくいっている会社は平均10個以上の2）			
市場理解	学生が企業に求める要素を理解している		・
	新卒市場におけるトレンド（Twitter就活、ロコメディアの台頭など）を理解している		・
	オンライン化に伴い、学生の就活における変化を認知している		・
採用戦略の策定（新卒採用がうまくいっている会社は平均12個以上の2）			
採用戦略	リーカンパ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		
	現状の組織の状況を踏まえ上で採用すべき職種とレイヤーを定義することができる		
	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、業に口に出す状態になっている		
ペルソナ設計	自社で活躍している社員からインタビューし、新卒採用観点における自社の魅力を抽出している		
	自社の採用ペルソナとなる人材の年齢や職種、年収ライン、現在所属している企業群などのイメージができています		
	自社の採用ペルソナの保有スキルのイメージができています		
	自社の採用ペルソナが抱えているキャリア課題と課題を解決できる自社の魅力を整理できている		
PoD設計	ポジショニングマップを作成し、競合他社との立ち位置の違いや差別化ポイントを整理できている		
	他社にはない自社のPhilosophy（理念や哲学）観点での魅力が整理できている		
	他社にはない自社のPeople（人や文化）観点での魅力が整理できている		
	他社にはない自社のProfession（事業）観点での魅力が整理できている		
	他社にはない自社のPrivilege（特権や待遇）観点での魅力が整理できている		
採用コンセプト	自社を表す独自のワーディングを5個以上出すことができる		
	自社の採用戦略を表す採用コンセプトを設計している		
	採用コンセプトに明瞭性、差別性、新規性、普遍性、共感性全てが含まれている		
	採用コンセプトが採用施策や採用サイトに反映されている		
現場の巻き込み	現場社員の中で、特に採用にコミットするメンバーがいる		・
	現場社員が採用を自分ごととして抱えることができています		・

資料ダウンロード者全員に配布

できる新卒採用担当になるための100項目

採用支援実績100社以上のデータをもとに

新卒採用担当として実施べき項目をチェックリストにしました

オンラインCX158項目



資料ダウンロード者全員に配布

オンラインCX158項目

採用支援実績100社以上のデータをもとに
オンラインの新卒採用において実施べき項目をチェックリストにしました

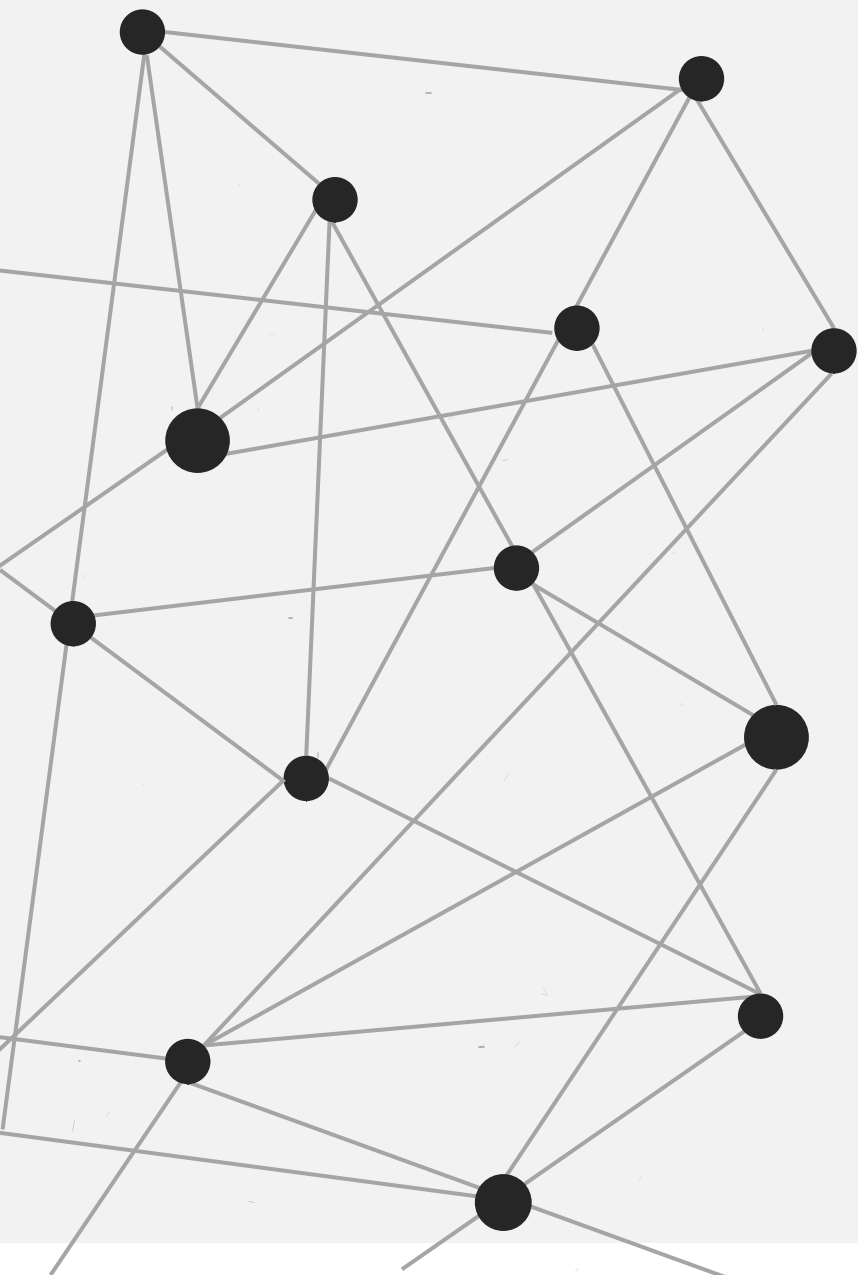
面接評価シート

	項目	検定要素	見極め方法	要点	評価の定義
スキル	論理的思考力	選考課題のアウ	5	5-4:伝え方も含めてコンサルタントとして現場で適用しそうなイメージも書く解決策の提案となっている。 3:発表のアウトプットが課題に対して整合性の取れている内容になっており解決のイメージがわく 2-1:発表のアウトプットが課題に対して整合性の取れておらず、解決に至っていない	
				5-4:発表において課題に対する仮説が自社として認識できていない本質的な領域を示し、アウトプットできる 3:発表において課題に対する仮説が明確に定義されている状態 2-1:発表において課題に対する仮説が定義されていない状態	
				5-4:自社メンバーが想像を超えるほどの情報が集められていて、施策の意思決定ができるほど整理されている状態 3:課題に対する情報が一定集められていて、数字に基づく根拠を持って説明できる 2-1:課題に対して必要な客観的な情報が集められておらず、想像の範囲で内容が構成されている	
	地域力	情報収集力	5	5-4:（スキルを度外視した際に）選考担当者がこの人と一緒に働きたいと思えた。 3:（スキルを度外視した際に）選考担当者がこの人と一緒に飲みに行きたいと思えた 2-1:（スキルを度外視した際に）選考担当者が特に何も感情が動かなかった。	
				5-4:発表後の質問に対する回答が即時に納得性のある切り返しができる 3:発表後の質問に対する回答ができていて、回答までの時間は要するものの一定理解できるアウトプットである 2-1:発表後の質問に対する回答が支離滅裂になっている	
	コミュニケーション	即興力+切り返し	5	5-4:面接の際に聞いたプロジェクトに対して熱量とアウトプットが世界最高峰の基準だった。 3:面接の際に聞いたプロジェクトに対して熱量とアウトプットがクライアントの期待値を超えているエピソードがある。 2-1:面接の際に聞いたプロジェクトに対して熱量とアウトプットが特に心が動くものではなかった。	
				5-4:面接の際に聞いた目標に対する達成率が期待値を大きく超える状態を常に保つことなく、出していた。 3:面接の際に聞いた目標に対する達成率が期待値を大きく超える状態を常に保つことなく、出していた。 2-1:面接の際に聞いた目標に対する達成率が低い。	
	プロフェッショナル	基準値の高さ	5	5-4:明らかに炭火人材、ブレずに高い水準のモチベーションを維持できる 3:ネガティブになることはあるが、自分で持ち直せる方法が明確 2-1:持ち直すために、第三者の介入が必要	
				5-4:健康管理が万全であり、ハードワークもいとわない 3:健康管理ができており、残業地獄がない 2-1:風邪など、比較的身体を壊しやすい	
	体力	精神的な体力	5	5-4:健康管理が万全であり、ハードワークもいとわない 3:健康管理ができており、残業地獄がない 2-1:風邪など、比較的身体を壊しやすい	
5-4:獲得した学びを定期的に社内展開する習慣があった 3:毎日のルーティンでインプットタイムが組み込まれていた 2-1:並に学習していた					
真直さ	選考課題で盛り	5	5-4:FBの内容を理解し、改善に繋げる提案ができる 3:FBの内容を理解した 2-1:FBに合意していない目つその面を伝えない		
			5-4:FBの内容を理解し、発表の内容が期待値を超える（誰かの日報に記載されるような）改善策を提案する内容だった 3:FBの内容を踏まえて発表が改善されていた 2-1:FBした内容が発表に全く反映されていないもしくは少ししか反映されていない		
マインド	人間性評価	5	60	各項目の平均値が3.0以上で合格ライン	

資料ダウンロード者全員に配布
面接評価シートサンプル

採用支援実績100社以上のデータをもとに
汎用的に活用できる面接評価シートを作成しました

Part4. サービス紹介



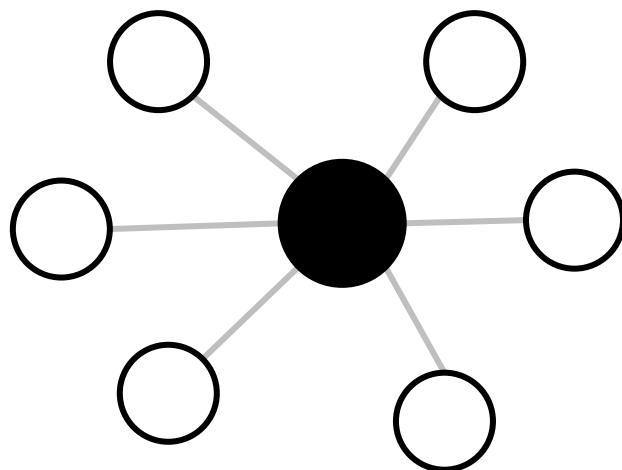
サービス資料

HeaR inc.

不確実性の解消に向き合う採用コンサルティング

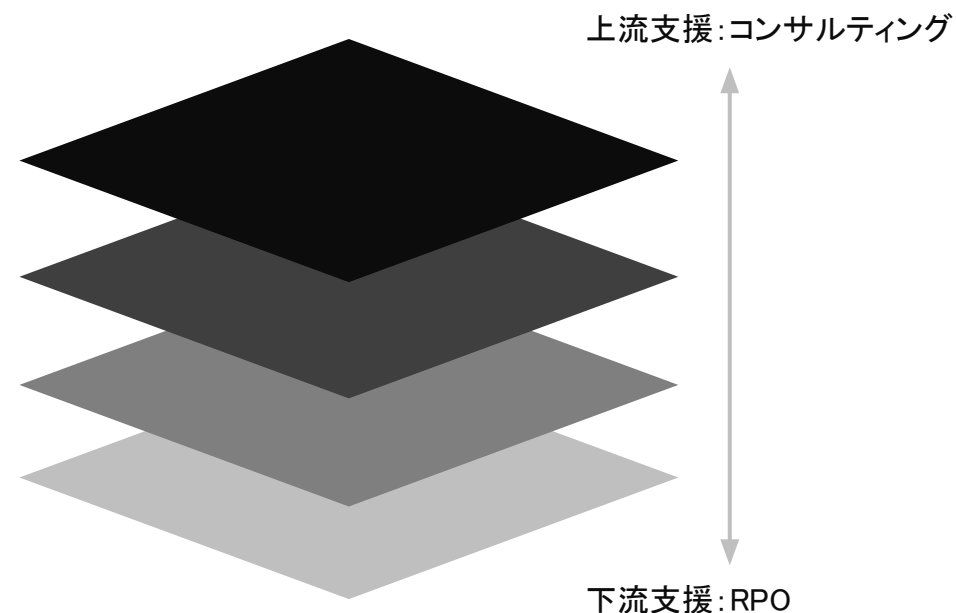
機能の多層性により採用活動を加速する

■ 垂直的な支援により、他社に負けない強固な採用活動を築き上げます



多様性

顧客に対して水平的な機能を提供
部分的な課題を最速で解決することができる



上流支援: コンサルティング

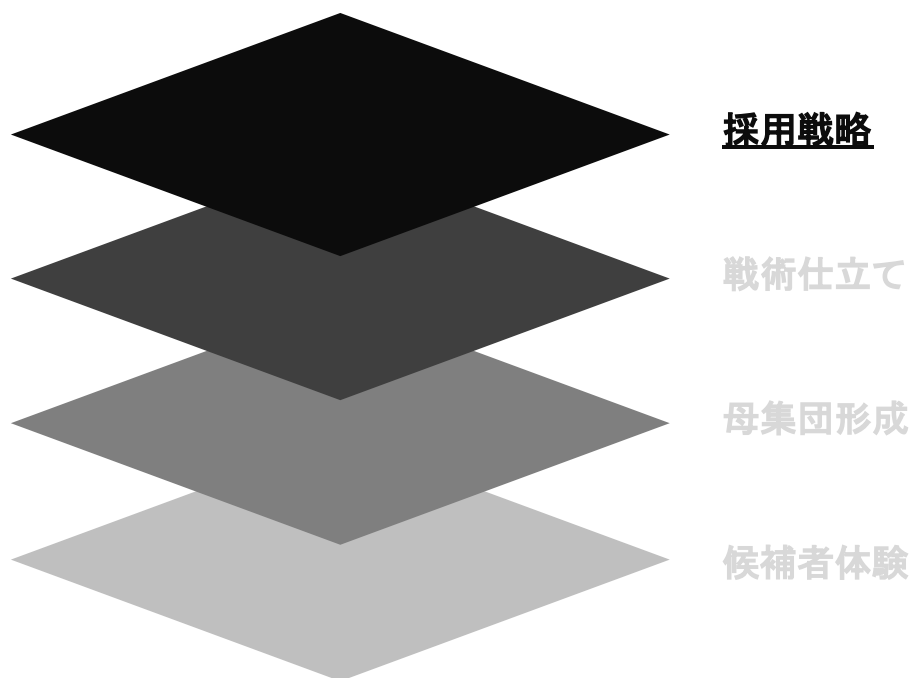
下流支援: RPO

多層性

顧客に対して垂直的な機能を提供
企業のトランスフォーメーションができる

提供価値：採用戦略パート

■ 最も上流工程に該当する戦略部分を構築。事業サイドと連携したブレない採用目標を設計します。



●採用ポジションの特定

○事業戦略のキャッチアップ

事業成長のための採用を前提に、事業計画からあるべき組織状態を整理

○組織戦略との接続

中長期的な理想状態を整理することで、本当に必要な採用ポジションを定義

●ポジションごとの採用スケジュール設計

○想定入社時期のすり合わせを事業側と連携

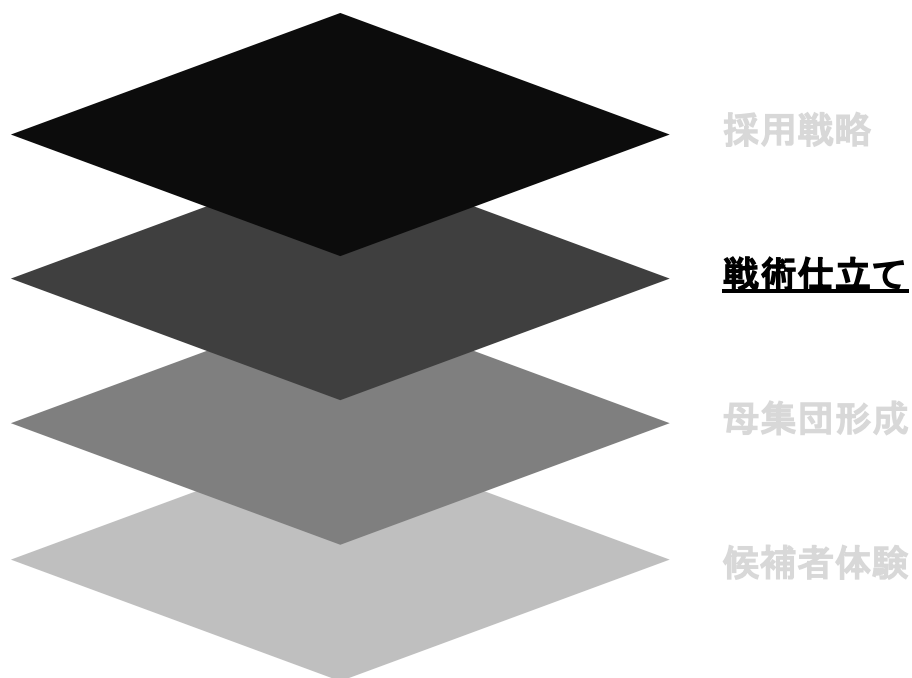
採用ポジションごとに、緊急度×重要度で優先順位付けすることが必要

○目標有効応募数の設定

想定する歩留まり率から、追うべき適切なマイルストーン(応募数)に分解

提供価値：戦術仕立てパート

■ 候補者接点の準備。3C・4P分析を活用した候補者の惹きつけと、スクリーニングを標準化します。



●候補者の惹きつけ

○ペルソナ設計

ジャーニーマップ作成にあたり、ターゲットとなる候補者像を具体化

○採用ブランディング施策

候補者の読後感を踏まえ、広報記事・採用ピッチ資料・動画を制作

●候補者の見極め

○採用要件の定義

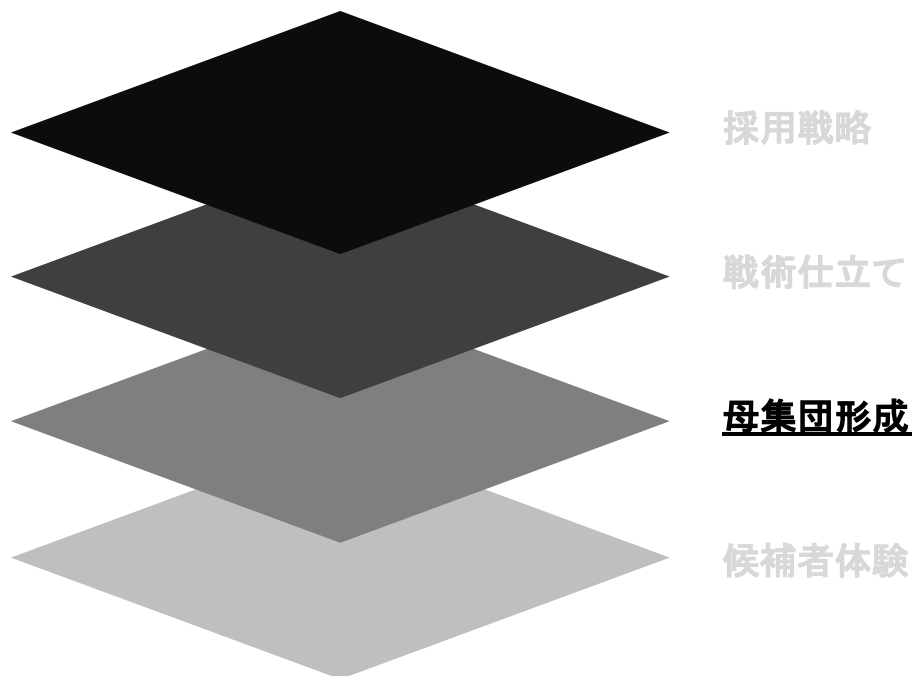
事業側と連携して、必要なコンピテンシー(行動特性)とスキルを特定

○選考フロー設計

定義した要件を見極められるように、最大限型化された選考フローを設計

提供価値：母集団形成パート

■ 候補者接点の創出。有効応募数×歩留まり率で採用人数が決定するため、ここでは有効応募の獲得に向き合います。



●有効応募数最大化に向けたチャネル選定

○最適化された媒体オペレーションの型化

ペルソナの”上質な読後感”を狙った求人票やスカウトを作成

○完全に内製化した流入経路の構築

自社採用サイトやリファラル経由など、コストがかからないチャネルを強化

●有効なターゲットからの応募に特化

○ターゲティングした惹きつけ

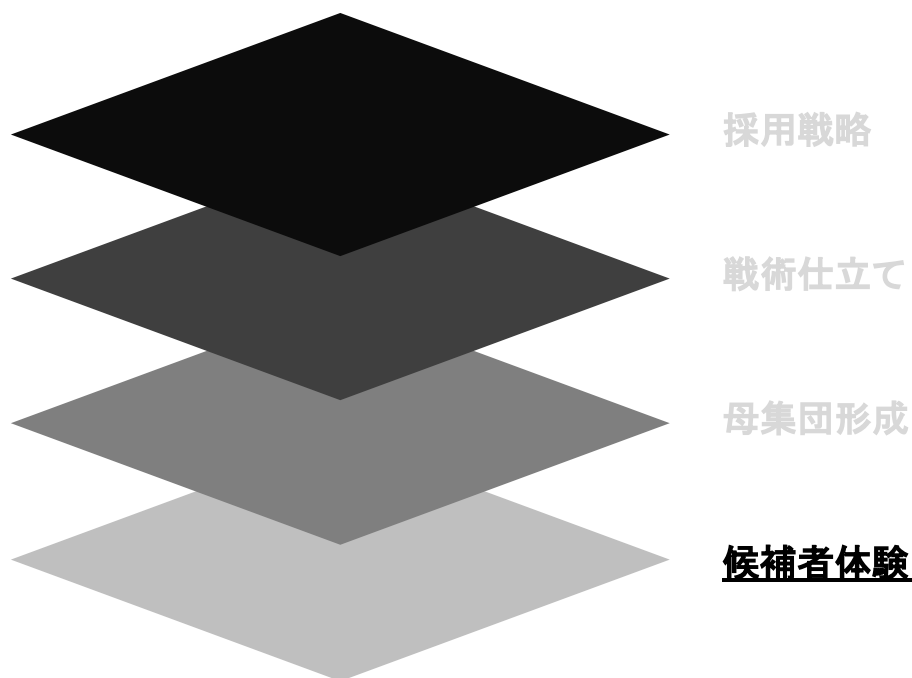
100人中50人に好かれる採用ではなく、ターゲットの1人から応募される設計

○応募前のスクリーニング施策

採用効率を高めるため、非ターゲット流入を防ぐための採用情報を開示

提供価値：候補者体験パート

■ 候補者接点の強化。選考の歩留まり率最大化に向けた業務オペレーションを構築します。



●ポジティブな体験の創出

○面接官トレーニングの実施

候補者の動機付けが属人化しないように、必要な面接力を全体装着

○真実の瞬間を構築

候補者体験の爆発に向けて、特に印象付けたいタッチポイントを意図的に設計

●ネガティブな体験の除去

○テキストコミュニケーションのストレス解消

離脱防止に向けた返信速度・文章の内容・選考フィードバックを型化

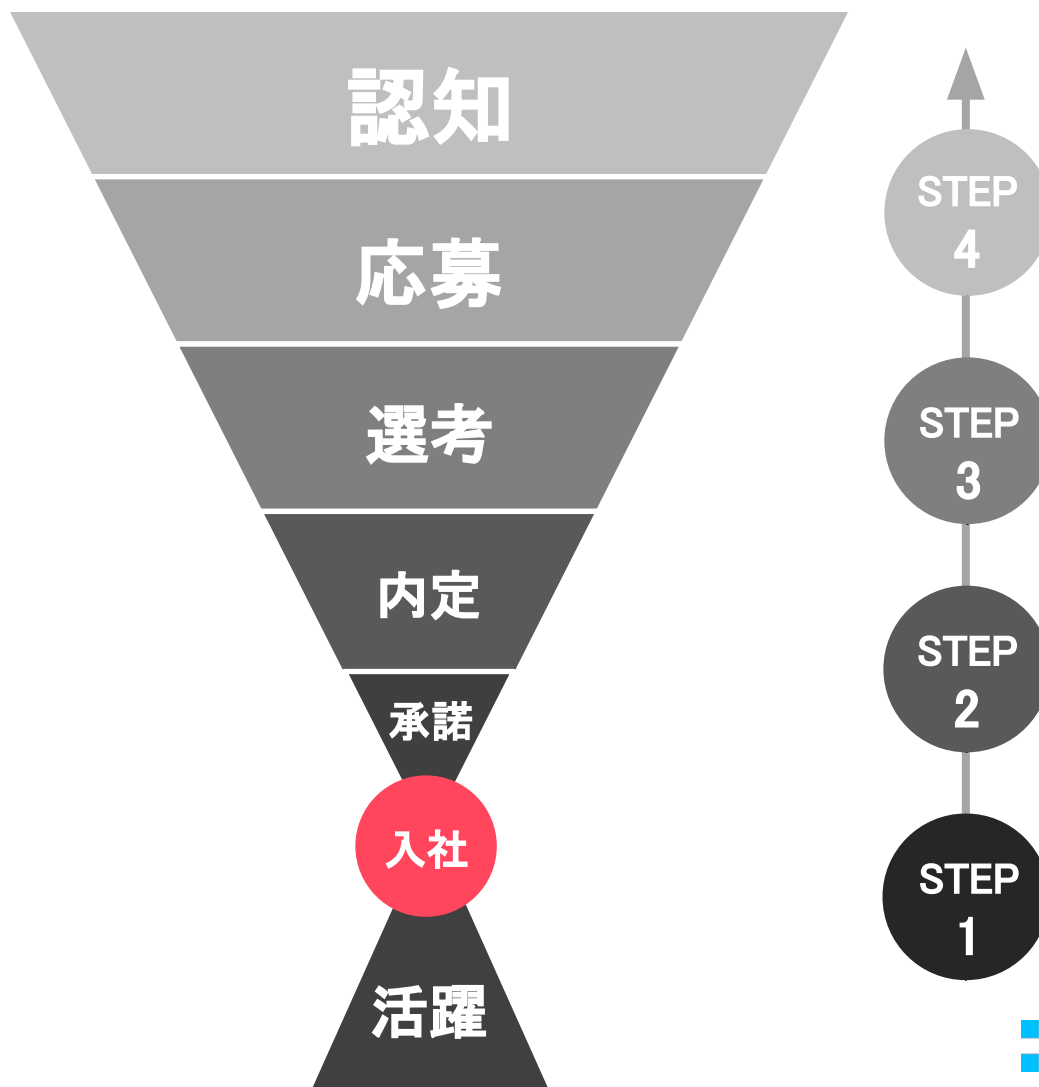
○社内情報の公開

入社後の働き方や待遇面など、納得感の醸成を目的とした期待値調整

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。



支援実績（一部）

従業員数
1,000人以上

 **accenture**

アクセントチュア
(経営コンサルティング)

 **YAHOO!**
JAPAN

ヤフー
(広告、イーコマース)

 **cmic**
Pharmaceutical Value Creator

シミックホールディングス
(製薬メーカー)

従業員数
100人-1,000人

 **Fringe**

Fringe81
(HR SaaS・広告)

 **DataRobot**

データロボット
(AI×ソフトウェア)

 **Coincheck**

コインチェック
(金融・仮想通貨)

従業員数
～100人

 **識学**

識学
(組織コンサルティング)

 **HRBrain**

HRBrain
(HR SaaS)

 **SAIRU**

才流
(デジタルマーケティング)

青春の大人を増やす

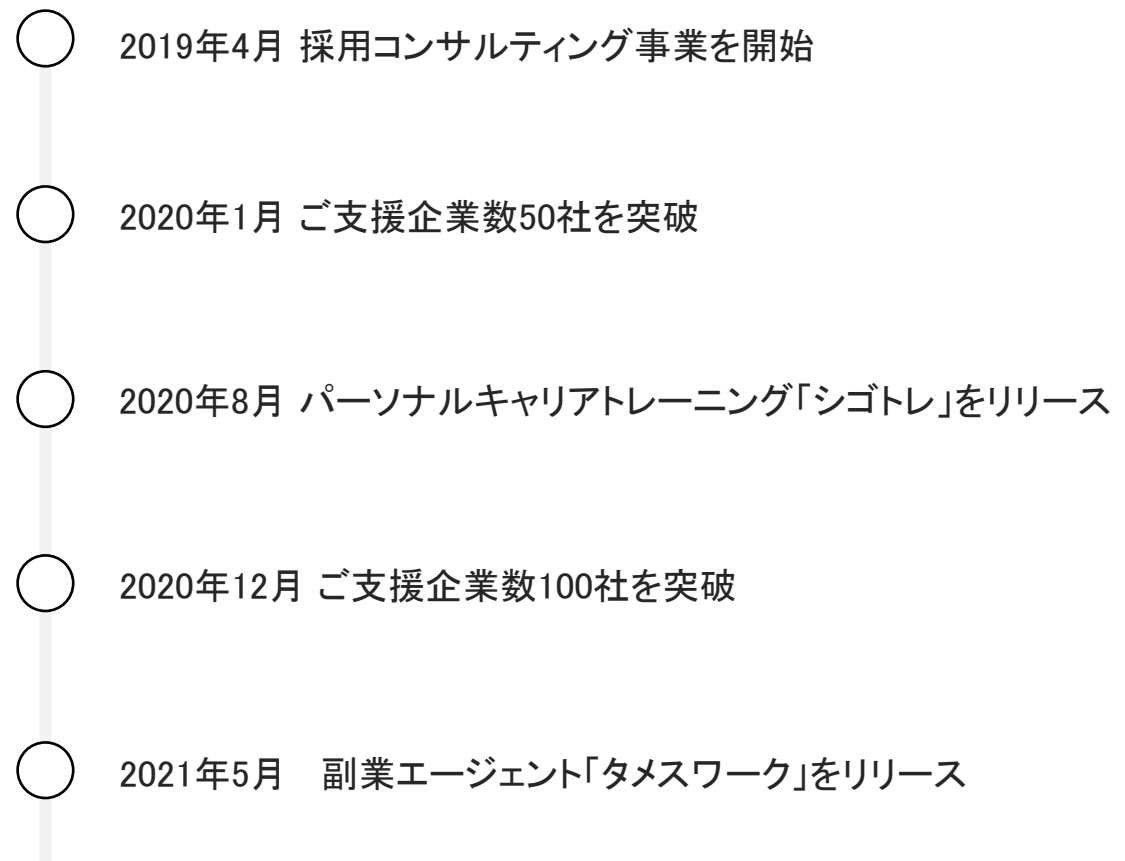
日本人の仕事満足度は世界最下位です。

日本の社会課題(労働意欲の低さ)を解決するため、華金の愚痴をなくすため、HeaRはHR領域での事業成長を目指します。

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

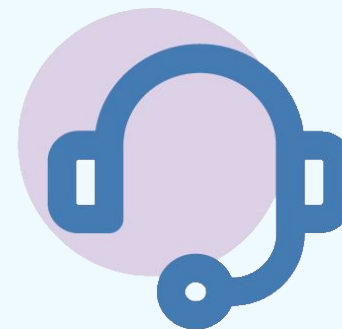
社名	HeaR(ひあ)
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用DX支援事業 2. キャリアトレーニング「シゴトレ」 3. 副業エージェント「タメスワーク」
代表取締役	大上 諒
住所	品川区西五反田1-32-2 3F



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