



オンライン採用編

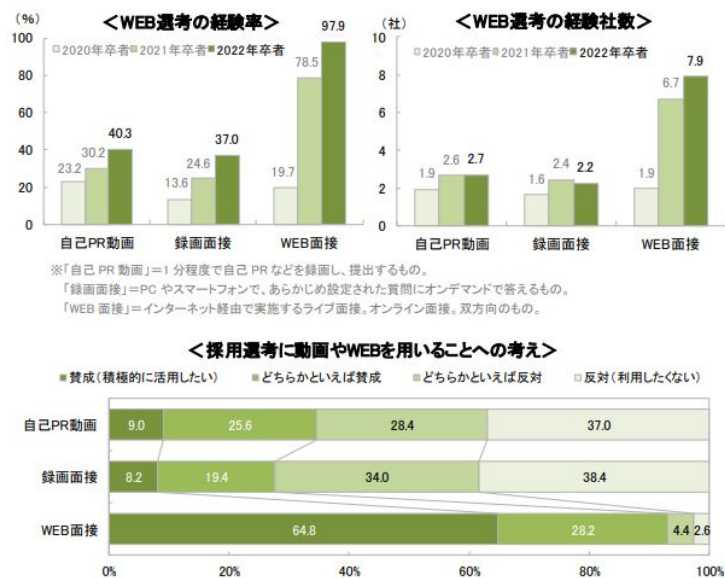
新卒採用母集団形成の教科書

Part1. 新卒採用市場について

コロナ禍で急速に進んだ就職活動のオンライン化

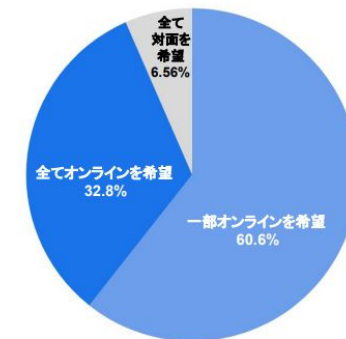
就活生が活用するサービスも10年前と比べて変化しています

口コミや中身の情報がわかるメディアが台頭



90%以上の学生がコロナ禍においてはオンラインを希望

ワクチン普及・制限解除後の希望就活形式



出典: ONE CAREERの2023年卒生へのアンケート結果 (n=655)

オンライン時代の新卒採用が難しくなった理由

オンライン化したことにより、企業は採用活動のやり方自体を変えなければいけない時が来ています。

合同説明会やインターンシップが
オンライン化し、
学生と直接会える機会が減った

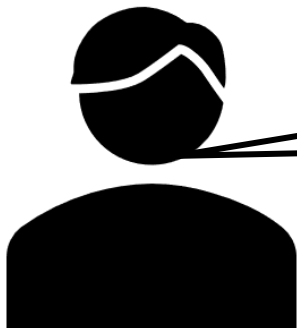
SNSや口コミなど
「オンラインの情報戦」
が求められるようになった

リモート前提の大学運営により
リファラル採用が難しくなった

オンライン上のグリップが難しく
複数内定承諾する学生が現れた

内定承諾後の学生における
フォローアップがオンライン化
してやりにくくなった

こんなお悩みありませんか？



メーカー 人事担当 5年目

新卒採用が21卒から完全にオンライン化しました。今まで合同説明会での出展やリアルのインターンシップ・説明会を中心に集客してきましたのですが、現在全てがオンライン化しています。

オンラインで参加のハードルが下がったことで参加者は増えましたが、選考への意向率が下がっています。

また内定後の学生をグリップするために頻繁に連絡を取ってはいますが、内定後の辞退も増えました。



ITベンチャー 人事担当 3年目

大学時代に長期インターンをしているような優秀層の学生を採用したいのですが、接点が作れなくて困っています。

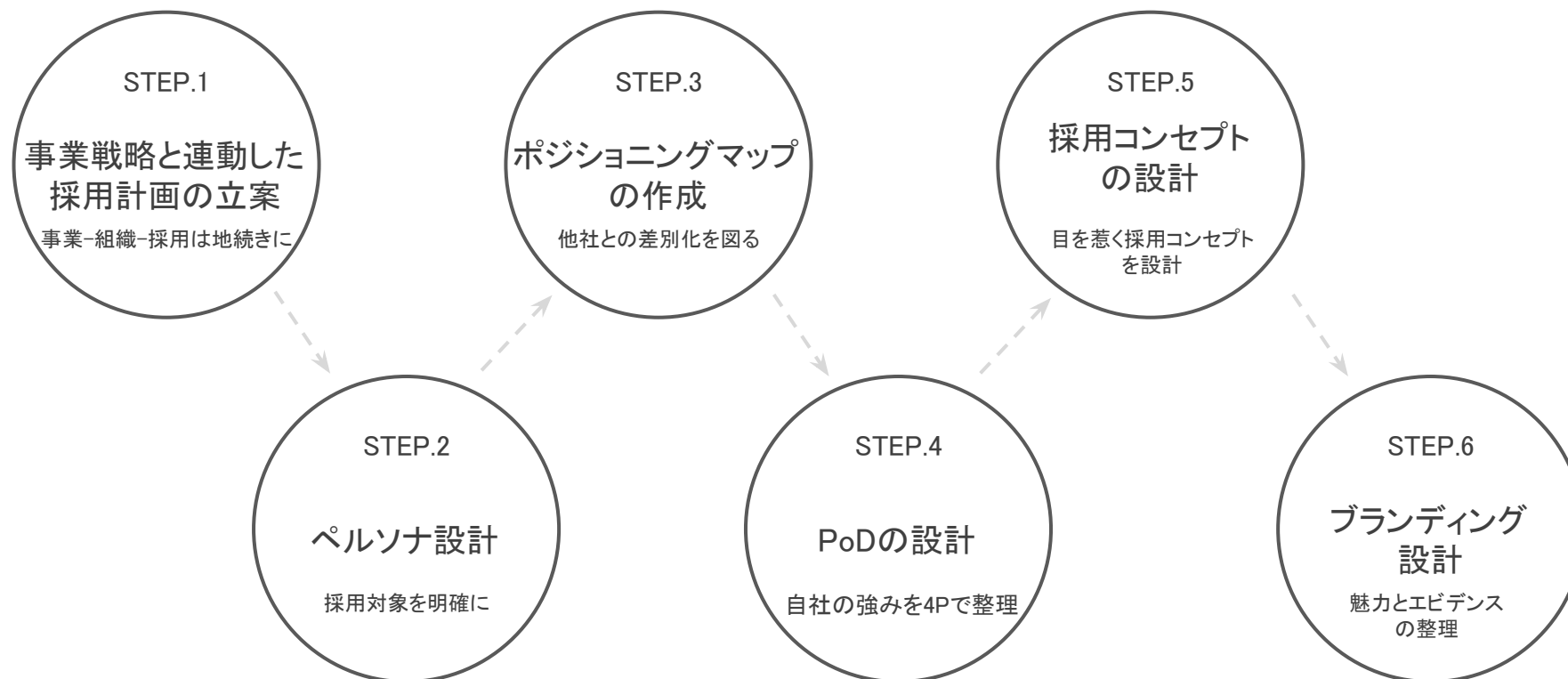
ダイレクトリクルーティングの導入や就活イベントでの出展を進めていますが、中々優秀な学生には出会えていません。出会えたとしても他のメガベンチャーに取られてしまうことが多いです。

SNS採用としてTwitterを始めたものの、まだ選考に繋がる学生は少なく、運用方針に迷っています。

Part2. 新卒採用戦略の6Step

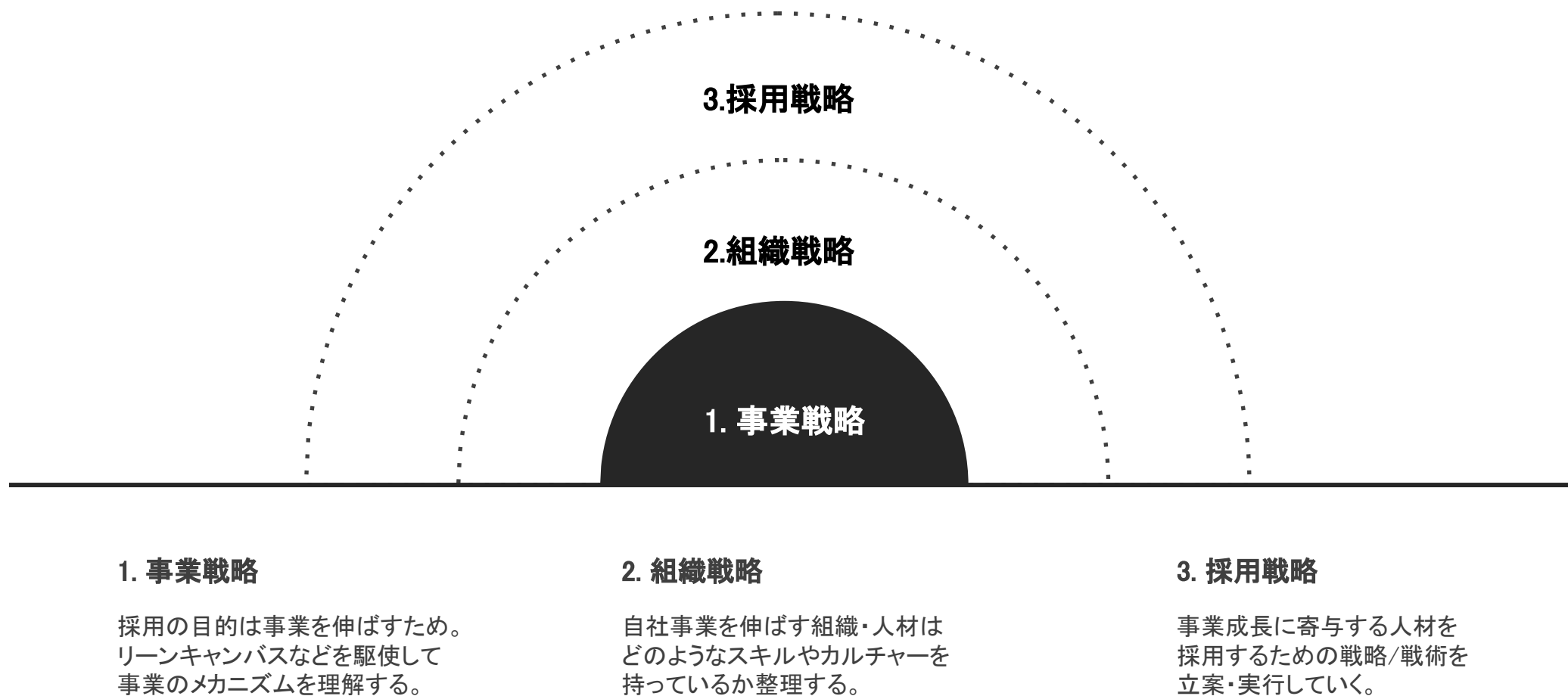
新卒採用の戦略設計6Step

競争率の高い新卒採用市場で競合に勝つために緻密な戦略を実行しましょう。



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。

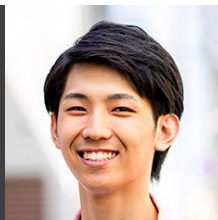


ターゲットとペルソナを明確にする

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

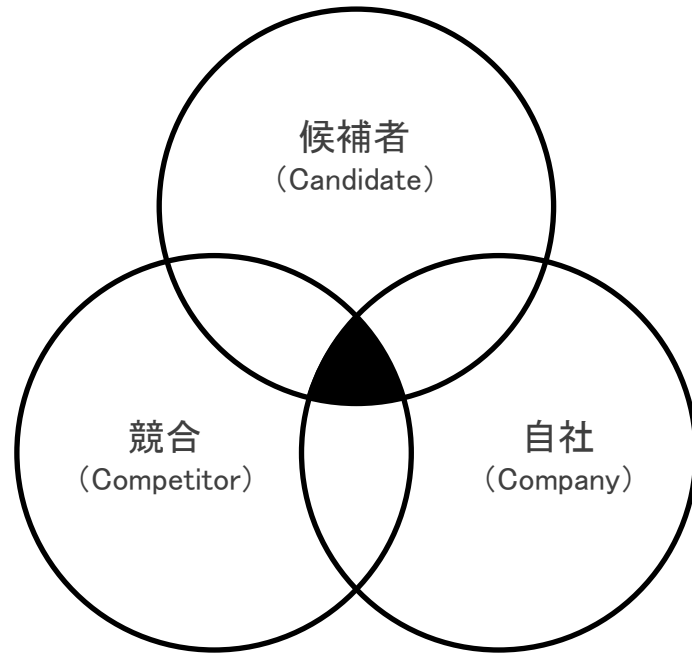
- ・成長業界であり、企業の売上も着実に積み上がっていること
- ・個人で取り組むよりもチームで成し遂げる文化がある所
- ・若手の意見を主体的に取り入れ、改善していく文化が根付いている所

該当人数

- ・媒体から検索条件を入れて概算を出してみる

PoDの設計

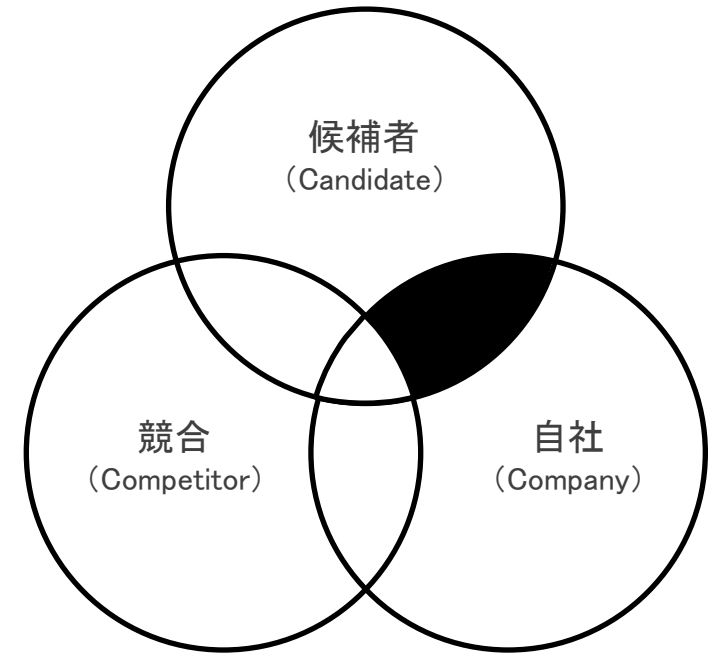
競合にはない自社の強みを明確にしましょう



PIC

(Point in Common)

候補者が求めている競合も提供できる機能



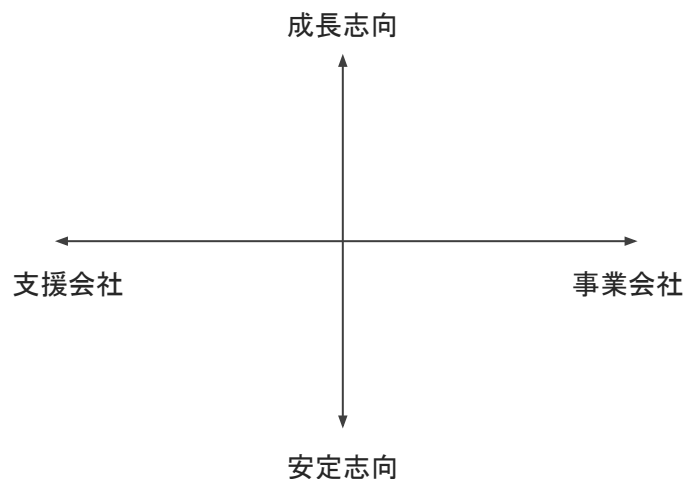
POD

(Point of Difference)

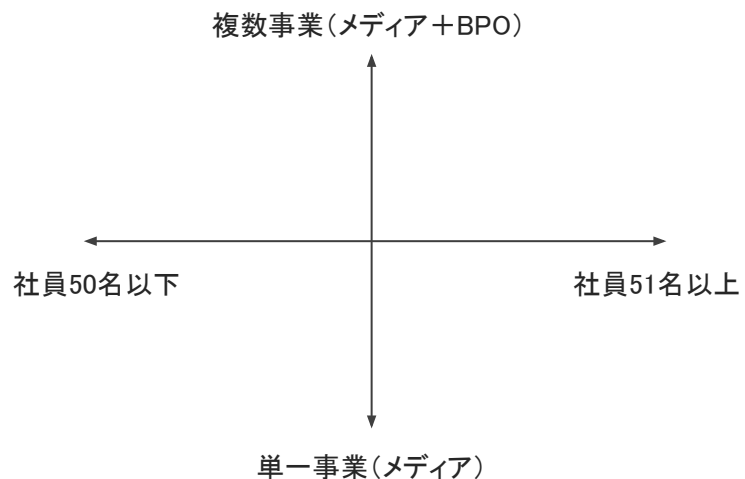
候補者が求めている競合が提供できない機能

ポジショニングマップを作成する

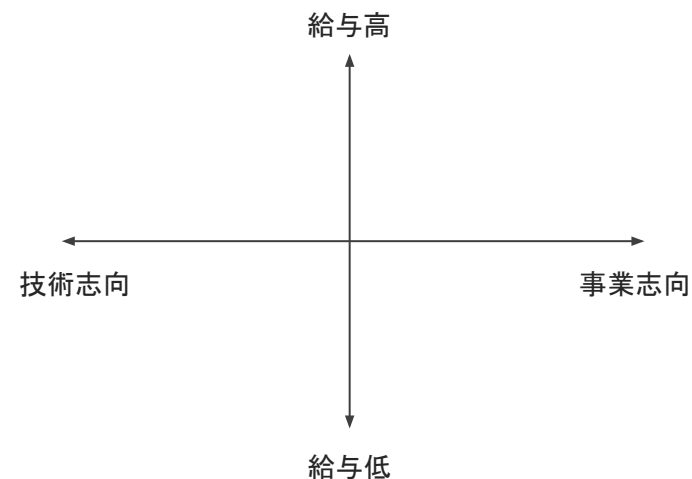
自社の強みを打ち出せる観点で2軸を設定することがおすすめです。



事業形態×組織文化



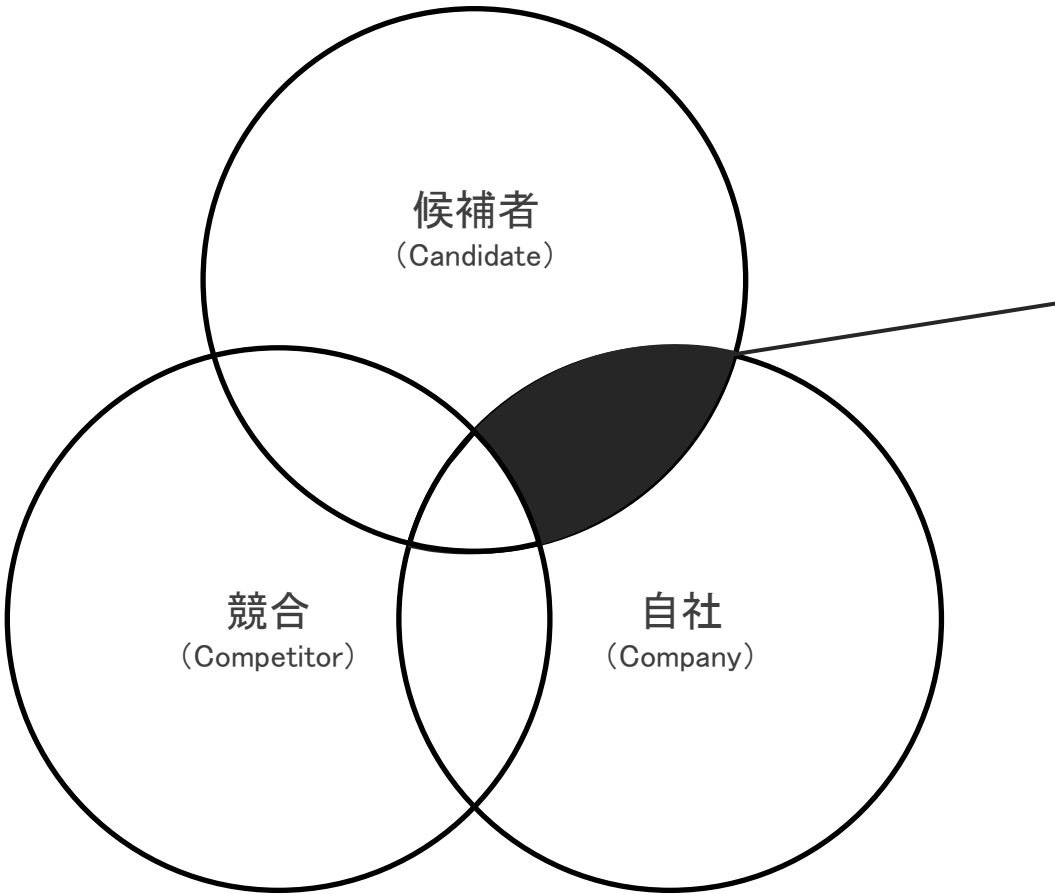
企業規模×提供価値



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
?	?

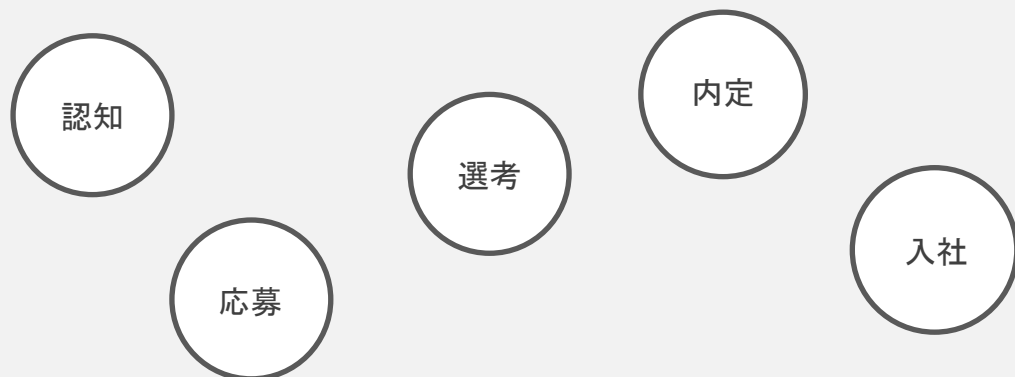
採用コンセプトの設計

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

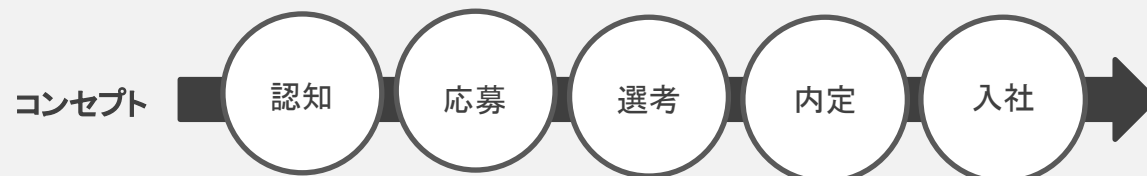
採用コンセプトなし

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



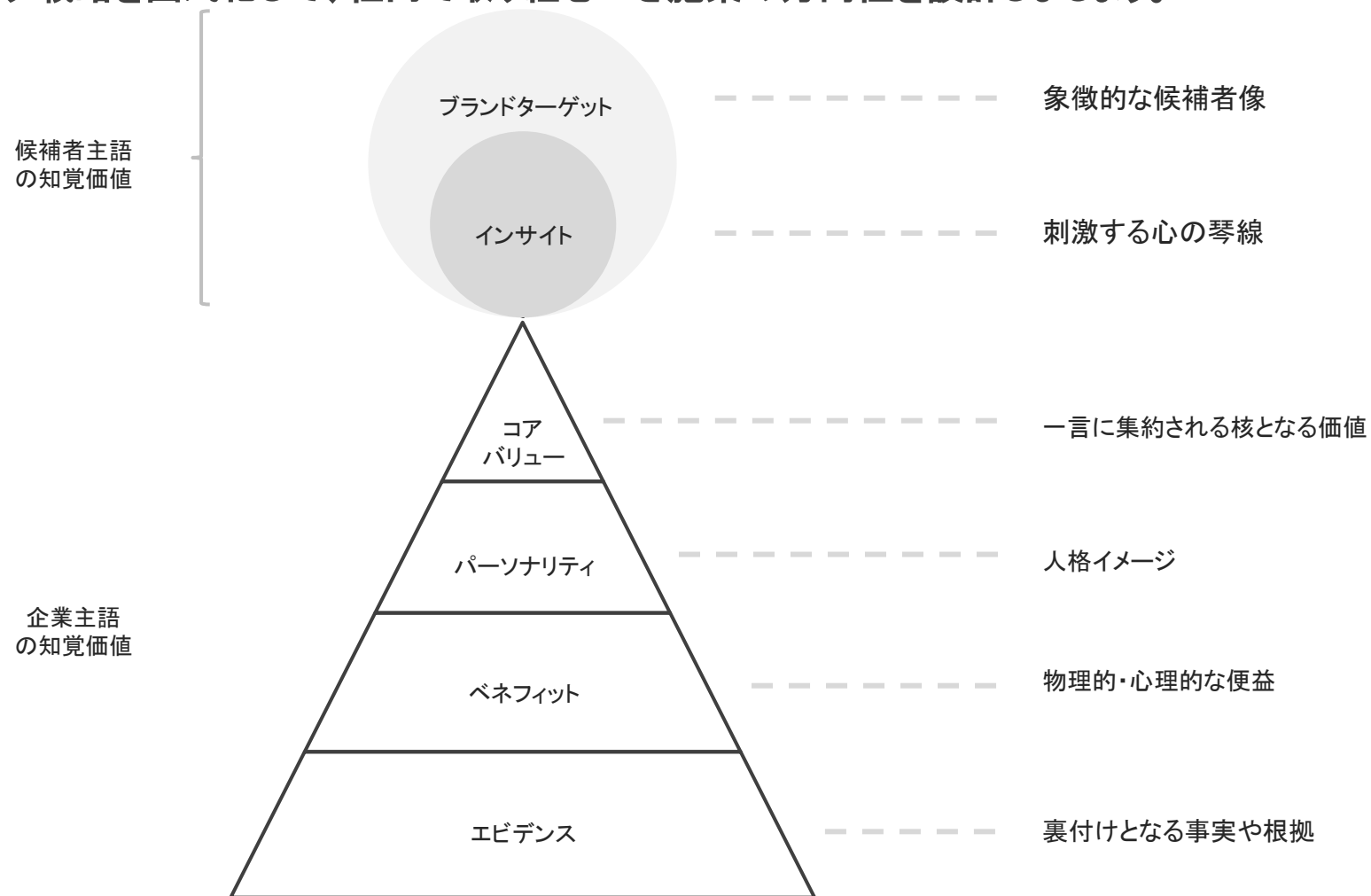
採用コンセプト事例

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。

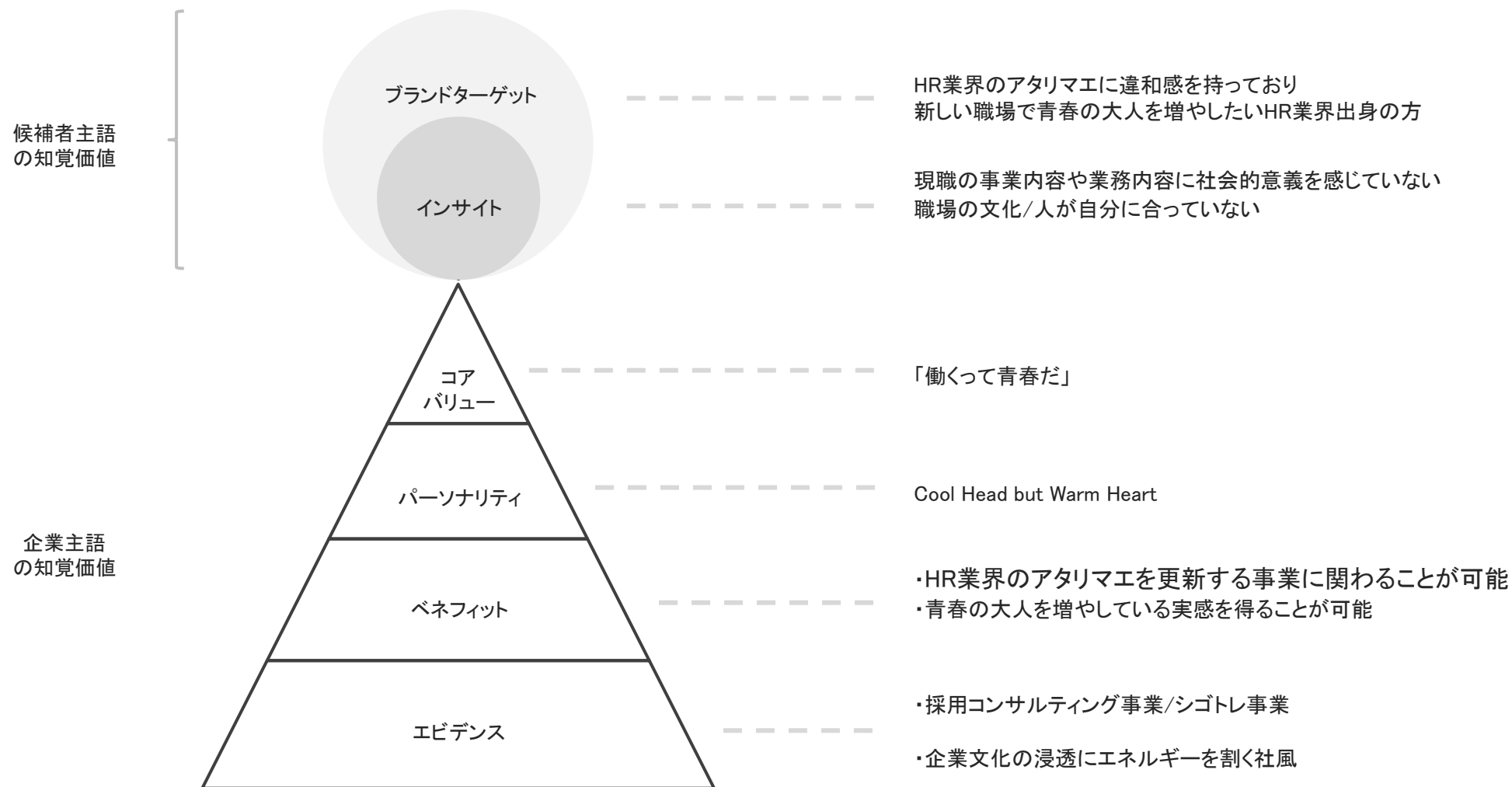
企業名	メディアコンセプト	コンセプトの意図(HeaR視点)
三井住友銀行社	「いい子になるな、いい個になれ」	金融業界は安定志向という固定概念を覆すようなコンセプトです。 サブメッセージにも「個の発想と情熱と行動力」こそが、次の時代を切り拓く。とあり、 挑戦意欲の高い人材に刺さるコンセプトになっています。
サイバーエージェント社	「世紀の立役者であれ」	21世紀を代表する会社を創る というビジョンを掲げるサイバーエージェント社ならではのコンセプト メディアやゲームを通して時代にムーブメントを起こしていく気概を感じます
電通社	「電通を使え」	コンセプトムービーに採用コンセプトが現れています。 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。



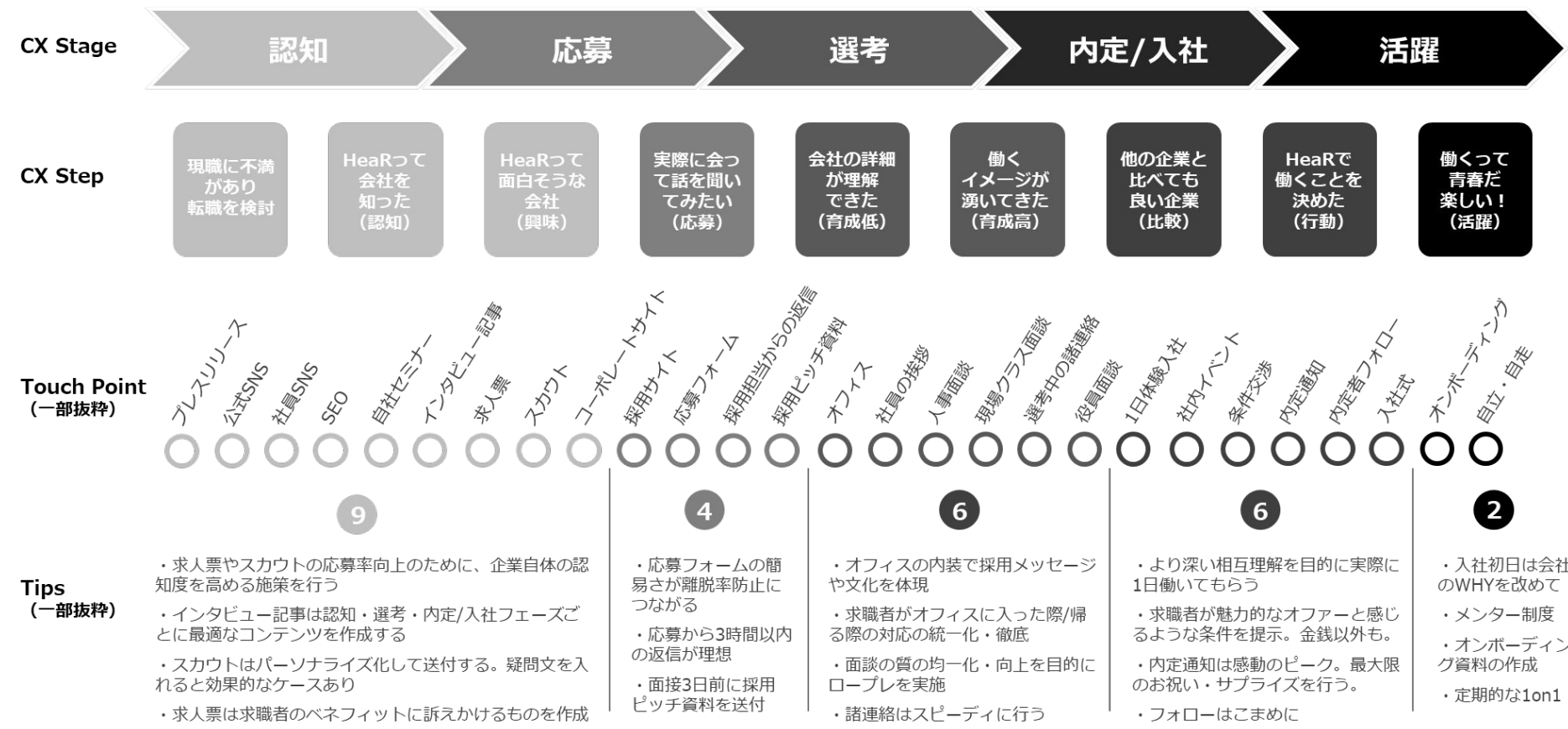
サンプル:HeaRのブランディング設計



Part2. フェーズ別オススメ採用施策

採用CX戦略の設計

認知-応募-選考-内定/入社・活躍に至るまでのストーリーを設計しましょう。



自社の魅力を「4P」で分類

自社の強みを見える化することで訴求の方向性を定めやすくなります



Philosophy

企業理念

- ミッション/ビジョン
- 創業経緯
- 社名の由来
- 沿革



People

人・文化

- 経営陣紹介
- メンバー紹介
- 企業文化/バリュー
- 組織図



Profession

事業・業務内容

- 事業内容/ビジネスモデル
- 競合優位性
- 今後の戦略
- 業務内容



Privilege

働き方・待遇

- 働く環境/働き方
- 福利厚生
- オンボーディング内容
- 給与テーブル/評価制度

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捉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

01 認知フェーズのオススメ施策

採用広報記事を発信する

フェーズごとに候補者が求める情報を採用広報記事として発信していきましょう

フェーズ/4P	無関心	認知-応募	選考-入社
候補者の心理状態	・会社のことを知らない ・転職しようと思っていない	・会社のことを知った ・転職を意識し始めた ・当社に応募するか考えている ・会いにいくか考えている	・選考を進むか考えている ・内定承諾するか考えている
欲しい情報(一例)	・仕事に役立つ情報 ・生活に役立つ情報	・企業の魅力(コンセプト・4P) ・働くうえでの魅力(コンセプト・4P) ・PRコンテンツ ・面接官の情報	・候補・他社との違い(競合優位性) ・会社の課題 ・今後の展望(短期・中長期) ・具体的な業務内容 ・事業事例 ・経営陣/現場メンバーの原体験 ・自社に向いている人/仕事のスタンス ・オンボーディング
コンテンツ案(一例)	・withコロナ時代に必須のSaaSベスト5！ ・共働き家庭の時短術10選	・HeaRの採用CXを改善した3つのプロセス ・【イベントレポート】〇〇賞を受賞しました	・HeaRの経営課題を5個お伝えします ・HeaRの事業ロードマップ(2024年まで) ・〇〇職の入社1ヶ月の動き
指標(一例)	・PV/UU ・SNSのエンゲージメントスコア(いいねなど)	・PV/UU ・応募率 ・エンゲージメントスコア(応援数など)	・読了率/滞在時間 ・アンケート ・候補者の満足度

SNSで発信する



SNS

■ プライベートなことも含めて発信

Twitterではユーモアのあるツイートが好まれやすい傾向にあります。プライベートなツイートについても積極的に発信できるので、楽しみながら運用することが可能です。

■ 読後感を意識して運用

Twitterはその特性上、企業と候補者の距離が近いです。リプライを通じての会話も起こりやすいことも特徴の1つと言えるでしょう。

■ 社風等のイメージが湧きやすい

動画を主とした投稿も可能です。社員同士のやりとりが活発な企業では、その様子を投稿するだけで等身大の採用広報が可能となります。

02 応募・選考フェーズのオススメ施策

ダイレクトリクルーティングでスカウトを送る

媒体名	特徴	学生会員数	料金体系
 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。	100,000人	月額20万円(6ヶ月、プレミアムプラン)
 OfferBox	ダイレクトリクルーティングでトップクラス規模のサービス。 学生登録数は182,000名を超え、登録企業数も8,100社(2021卒)を超える。	180,000人	成果報酬38万円
 キミスカ	適性検査の確認・検索が無料。 学生の興味度に応じて3種類のスカウトを使い分けることができる。	120,000人	初期登録30万円+成果報酬30万円
 サポーターズ	交通費を支給することでエントリーのハードルを下げるサービス。 総合職からエンジニアまで幅広く扱う。	70,000人	月額3万円～5万円
 VIVIVIT	デザイナーに強いダイレクトリクルーティングサービス。 美大生や専門生、既にデザイナーとして活躍する学生などが多く在籍している。	13,000万人	72万円(6ヶ月)
 paiza新卒	エンジニアに強いダイレクトリクルーティング。 登録段階で実技テストがあり、エンジニアのスキルを測ることができる。	40,000人	成果報酬40万円

採用サイトで発信する



採用サイト

■ 採用コンセプトを生かしたサイトに

採用サイトでは一目見てわかるトップページに採用コンセプトを掲載しましょう。新卒の学生が「応募したくなる」コンセプトが大切です。

■ 採用広報記事を通した発信

採用サイトでは社員インタビューなどの採用広報記事を発信していきましょう。社員の人柄がわかるサイトを設計することで候補者は安心感を得ることができます。

■ 応募への導線进行設計する

採用サイトは応募するためのものです。「応募したい」と思った候補者がスムーズに応募できるようにわかりやすい導線設計をしましょう。

新卒エージェントを活用する

エージェントを上手く活用するためのオススメ施策5選を紹介します

- 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理由をしっかりと共有する
- ⑤ 入社後の活躍をしっかりと伝える

オンラインイベントを実施する

23卒
対象

現場で働く社員の話が聞けるオンライン合説！

OB・OG訪問-ビジネス-

2021.10.9(土)09:00～19:00@オンライン

三菱商事 M
accenture Deloitte

BEYOND CAFE ONLINE

オンライン就活イベント

4/11(土) START!!

オンラインイベント

■ 魅きのある人事が登場する

ターゲットとなる就活生の候補者にとって「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場するのが効果的です。

■ 参加型のイベント設計を如何に作るかが重要

オンラインの場合、参加型のイベントにすることでイベント時の学生満足度が向上します。

■ 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。

オンラインのインターンシップを実施する



インターンシップ

■ 現場の社員の協力が必要

インターンシップには現場社員の参加が重要です。ワークのフィードバックを現場目線で行うことで就活生が入社後のイメージできます。

■ オリジナルのイベントを企画する

他の会社では経験できないような独自の企画を実施することで差別化をすることができます。

■ 中長期的なナーチャリングをしていく

サマーインターンシップの場合は特に選考までの期間が長いので、しっかりナーチャリングしていくことが重要です。

02 内定・入社フェーズのオススメ施策

印象に残る内定出しをする

印象に残る内定出しをすることで候補者の内定承諾率を高めた事例をご紹介します。

- ☐ サッカー好きの候補者にメッセージ入りのサッカーボールをプレゼントする
- ☐ 地方在住の候補者に会いに地元まで駆けつけ、直接内定を伝える
- ☐ 選考を担当した面接官からのビデオメッセージで内定の知らせを送る
- ☐ 内定者1人ひとりに合った本をプレゼントする
- ☐ 体験入社後の食事会でサプライズケーキを用意する
- ☐ 社長との食事会で「シャンパンで乾杯(内定通知)」を演出する

オンライン内定式・懇親会



オンライン内定式・懇親会

■ 社内文化を反映したオリジナルのコンテンツを企画

一般的な内容だけではなく、自社のミッションやビジョン、カルチャーを反映したオリジナルのコンテンツを設計しましょう

■ 縦と横の繋がりを作る

オンラインだと社員の人柄が伝わりにくいもの。部署の上司にあたるメンバーや内定者同士も繋がれるような交流の機会を作っておくと効果的です。

■ 参加型のワークショップがオススメ

特にオンラインの場においては内定者自らが参加型で臨めるワークショップ方式を取り入れるのがオススメです。

Part4. 採用広報の事例集

大手企業事例①伊藤忠商事社



「Conflict」特設サイト 全話公開中

1月22日より毎週金曜日に各コンテンツを公開している「Conflict」特設サイトにて、全てのコンテンツ（全9話）が公開されました！

本サイトでは、「伊藤忠人生」を歩む中で直面し、そして乗り越えたことで体感した「葛藤(Conflict)」をテーマに、9名の社員それぞれの物語が描かれています。本サイトを通じて、人と人、人と組織という摩擦の中で、時にぶつかり合い、失敗を重ねながら、より強い自分へと成長することができる「伊藤忠商事らしさ」を感じていただきたいと思います。

公開コンテンツはこちら

Conflict 1：まさか呼び込む（金属カンパニー）

Conflict 2：夜明け前の伴走者（食料カンパニー）

Conflict 3：彼女の帰る場所（エネルギー・化学品カンパニー）

Conflict 4：スイム アウェイ スイム（繊維カンパニー）

Conflict 5：パイロットにならなかった男（機械カンパニー）

Conflict 6：やがて、視界の暗れた先に（情報・金融カンパニー）

Conflict 7：教科書のない世界へ（機械カンパニー）



会社紹介

- ・就活ランキングトップクラスの伊藤忠商事
- ・4大商社の中でも人気が高い企業



施策内容

- ・新卒採用向けの特設サイトを公開
- ・「Conflict」と称し、社員の葛藤をリアルに取り上げたストーリー形式の動画コンテンツを掲載



転用するなら

- ・新卒採用向けのサイトでコンテンツを拡充していく
- ・社員のハードシングスを赤裸々に公開していく

大手企業事例②博報堂社

HAKUHODO & HAKUHODO DY MEDIA PARTNERS RECRUIT 2023

ハクスグ Hakuodo / Hakuodo DY Media Partners Online Salon For Student

「自分と世の中のミカタ」を考えるワークショップ

【会員限定イベント】「自分と世の中のミカタ」を考えるワークショップ

キャリア研 Career Woman Lab

09「キャリアリリースまでの道」

Our Culture

ハクスグ

「ハクスグ」は、博報堂／博報堂DYメディアパートナーズが運営する大学生・大学院生向けのコミュニケーションサロンです。

<https://hakusoku.jp/article/jp-news-events>



会社紹介

- ・総合広告代理店最大手企業の一つ博報堂社
- ・脳が汗だくになるインターンシップとして企画型のインターンシップを実施



施策内容

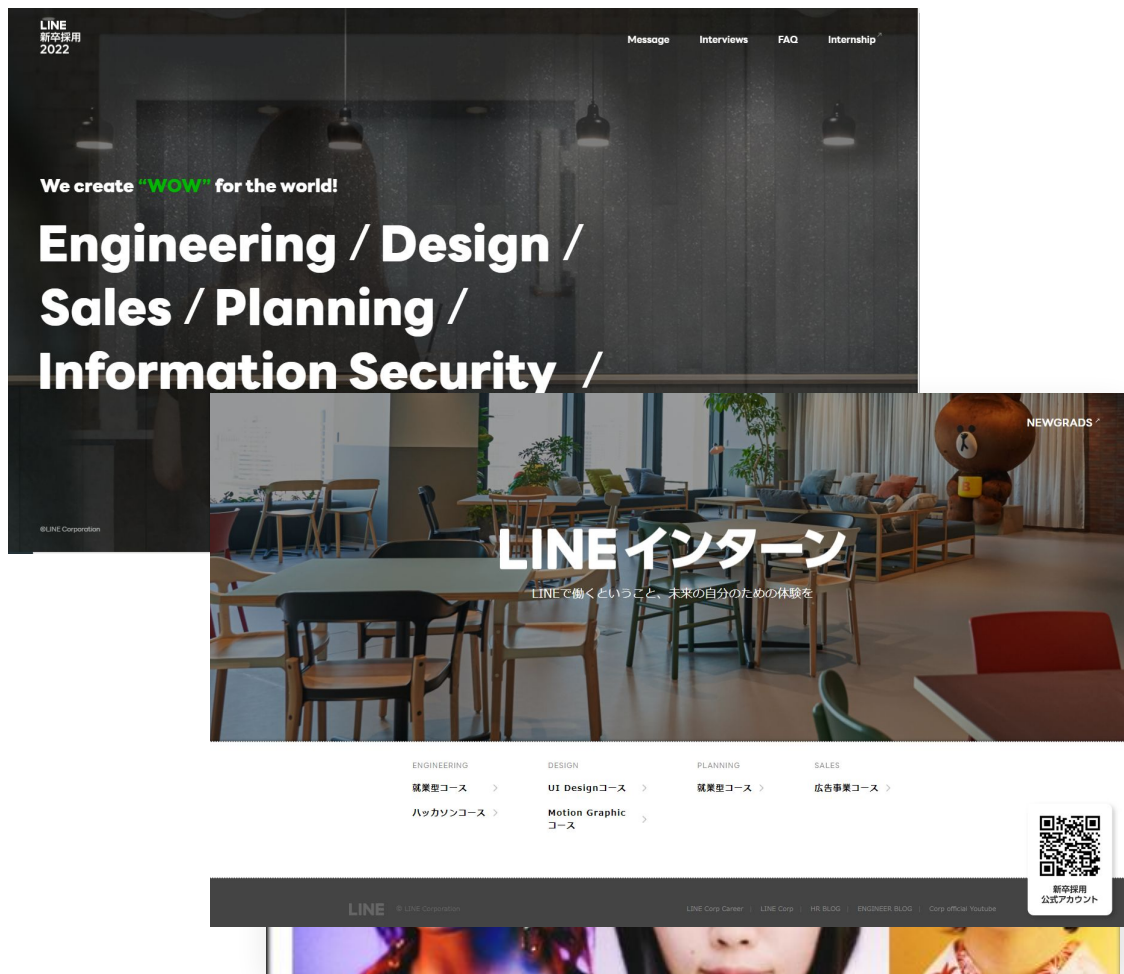
- ・ビジネス職向けにはBUSINESS CREATION CIRCUITと称し、5日間の現業体験インターンシップを実施
- ・新卒採用と別にコミュニティサイトを作成し、イベントを実施しながらナーチャリングしていく



転用するなら

- ・5日間に渡り、ビジネスコンテストを開催してみる
- ・新卒採用のターゲットを集めてコミュニティ化する

ベンチャー事例①LINE社



会社紹介

- ・日本最大級のSNSを運営するLINE社
- ・インターンシップをベースとした新卒採用を実施
- ・成長志向の優秀学生から多くのエントリーを獲得している



施策内容

- ・職種別のインターンシップ、選考を実施
- ・トークラウンジなどカジュアルなイベントも開催
- ・採用広報記事やSNSとも連動させる



転用するなら

- ・自社の職種別採用を行い、コース別の選考フローを設計
- ・カジュアルなイベントで潜在層の候補者もナーチャリングしていく

ベンチャー企業事例②Speee社



事業経営という、 難問を解く。

ひとつの事業をゼロから立ち上げるのは簡単だ。
連鎖的に事業を立ち上げスケールさせることで、
大きなイシューを解き尽くす。これこそが、
Speeeの水準であり、我々の事業経営だからだ。

対峙するのは、産業規模の問題。
当然、問題は四方に立ち広がる。
我々は、複雑に絡み合う問題を地道に紐解き、
事業という解法で産業全体を変えていく。

解法は、無数にある。
最適解を引きよせるのは、事業アイデアを
考える才能や、時流を掴む運ではない。
必要なのは、事業経営者としての覚悟と決断だ。
仮説と実行を繰り返して、成果に執着する泥臭さだ。



会社紹介

- ・SEOコンサル事業を軸にした事業創造企業
- ・2020年にマザーズ上場
- ・高学歴の就活生に人気の企業



施策内容

- ・事業経営という難問を解く、というコンセプトを設計
- ・コンセプトに紐付いたサマーインターンを実施
- ・インタビュー動画を通じて、人の魅力を訴求



転用するなら

- ・自社の採用ターゲットに刺さる採用コンセプトを設計
- ・コンセプトと連動したインターンを企画
- ・採用動画を活用してアクティブなインタビューを公開

ベンチャー企業事例③アカツキ社



会社紹介

- ・ゲーム事業を中心に新規事業を創出するベンチャー
- ・創業10年を迎え、コンテンツプロデュース企業に
- ・成長意欲の高い学生に話題のインターンを実施



施策内容

- ・オンラインの説明会や座談会をゲストを招待して実施
- ・完全招待制のインターンシップで企画力を図る
- ・職種ごとにカスタマイズされたインターンシップ



転用するなら

- ・オンラインの説明会にゲストを呼んで集客力を高める
- ・インターンシップを作り込み、招待制で特別感を醸成
- ・入社後のパフォーマンスを図るための参加型インターン

Part5. 新卒タイプ別施策

新卒採用市場に現れる4タイプ

自社のターゲットに合わせた採用戦略を設計しましょう。

※あくまで一般的な学生の指向タイプ別に分類したものにします。

信念・個性タイプ

訴求しやすい魅力のセグメント

Philosophy

特徴

- ・スタートアップで0→1から経験するよりもアセットのある環境で1→10を経験したい
- ・年齢に関わらず、成果でハイレイヤーに到達できるような環境が出来ているところに魅力を感じる
- ・メガベンチャー系の企業を志望する傾向が強い

挑戦・努力タイプ

訴求しやすい魅力のセグメント

Profession

特徴

- ・学生時代から長期インターンを経験し、社会人並のスキルを持っている。中には起業する学生もいる
- ・就活に関心はなく、就職するとしてもリファラルで採用されることが多い。
- ・スタートアップをはじめとした0→1の職務内容が問われる企業を志望する傾向が強い

堅実・安定タイプ

訴求しやすい魅力のセグメント

Privilege

特徴

- ・就職活動を熱心に行っている
- ・ES対策・Webテスト対策もしっかりしており、早期選考にも積極的に参加
- ・大手商社や金融、メーカー、不動産業界などの大手人気企業を志望する傾向が強い

熱血・共感タイプ

訴求しやすい魅力のセグメント

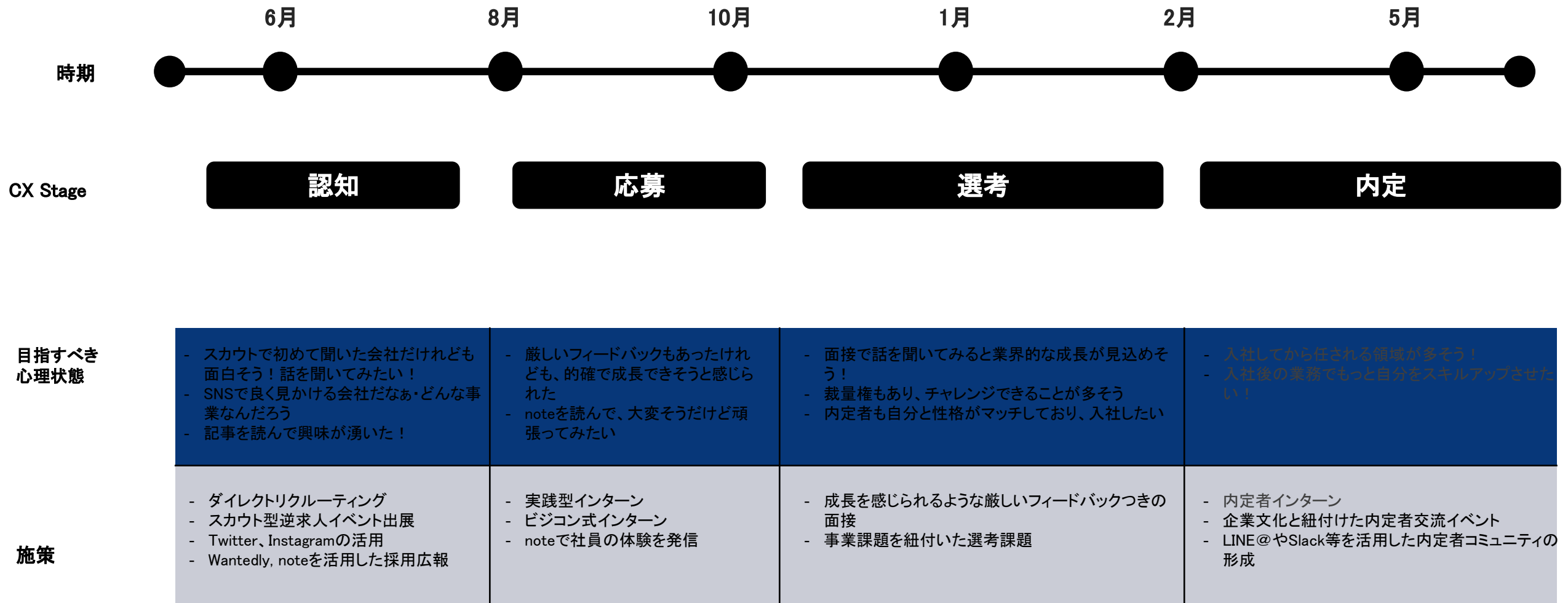
People

特徴

- ・優秀な方の数が多い所で自分の専門知識を身につけ、伸ばしたいと考えている。
- ・選考過程で会う人事に惚れている、この人と一緒に働きたいと感じている。
- ・漠然と「挑戦」したい気持ちが強い、業界における4番手以降の会社や中規模の企業を志望する傾向が強い

信念・個性タイプ新卒採用戦略

自社のターゲットに合わせた採用戦略を設計しましょう。



挑戦・努力タイプの新卒採用戦略

自社のターゲットに合わせた採用戦略を設計しましょう。



CX Stage

認知

応募

選考

内定

目指すべき 心理状態

- 仕事の情報収集していたら、面白い会社に出会えた
- ビジネス友達が働いているみたい

- 長期インターンで働いているけど、社員になってみたいかも
- ビジネスコンテストでのフィードバックが的確で社員も優秀だ

- 起業やフリーランスでも良いと思ったけど、この会社で働ければ学べそう！

- 社員と同じ業務を任せてもらってありがたい
- 会社の 이슈が見えてきたので、もっと解いていきたい

施策

- Twitterによる認知拡大
- ビジネス系のメディアに寄稿
- リファラル採用の推進

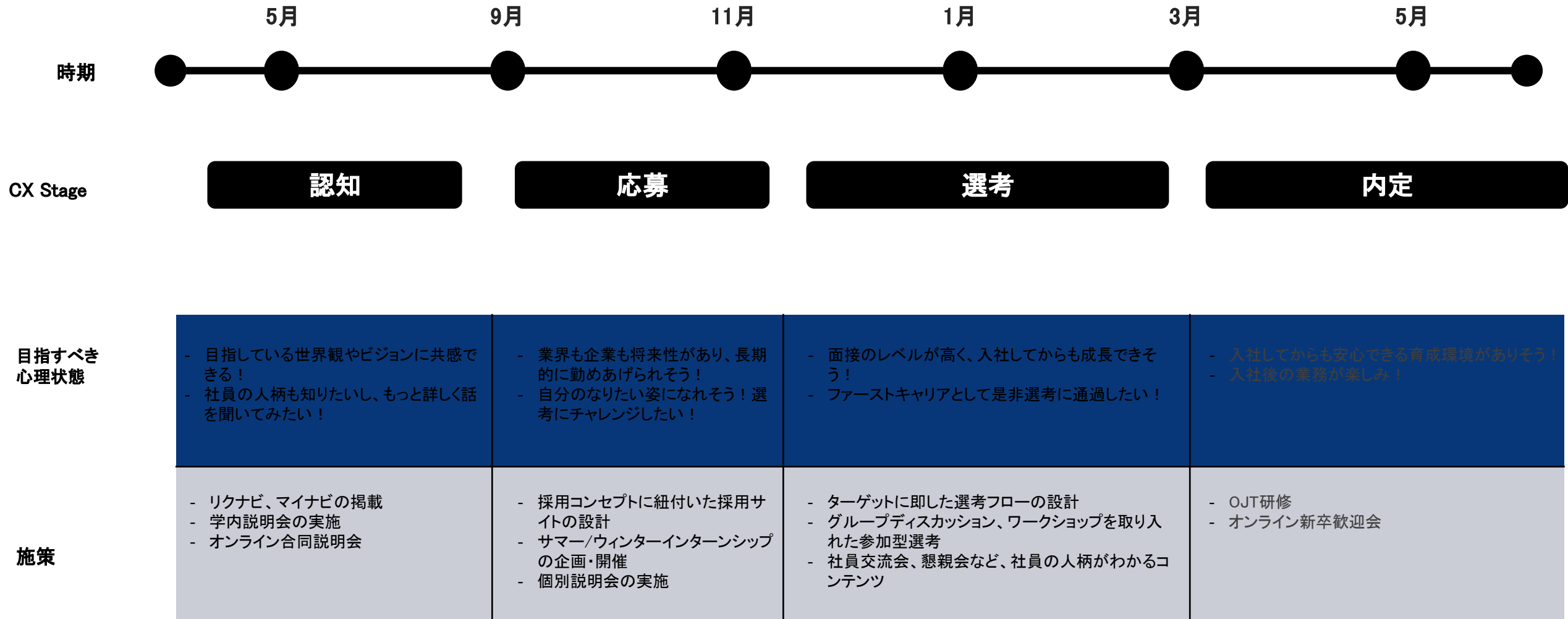
- 長期インターンの募集
- 資金援助ありのビジネスコンテスト
- noteで経営者の考えを発信

- 社員を交えたカジュアルな交流

- 内定者インターン
- 社員と同レベルの実務を任せる

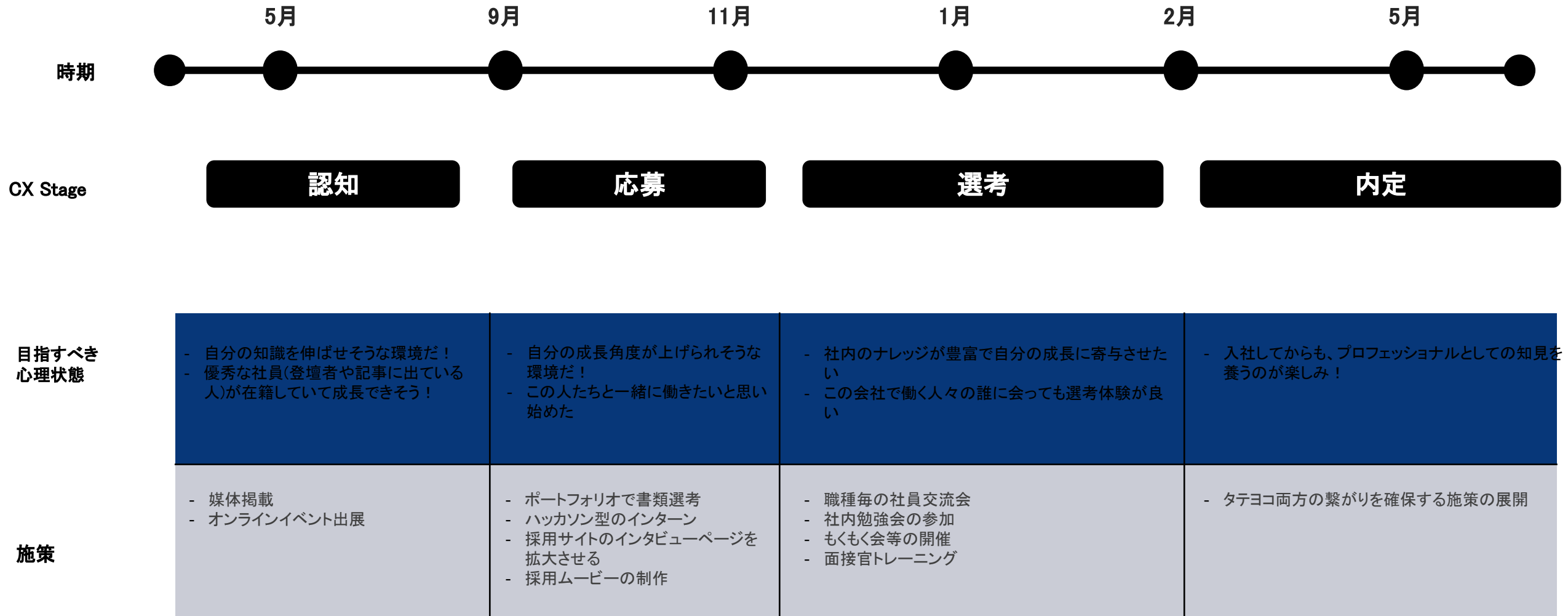
堅実・安定タイプ新卒採用戦略

自社のターゲットに合わせた採用戦略を設計しましょう。

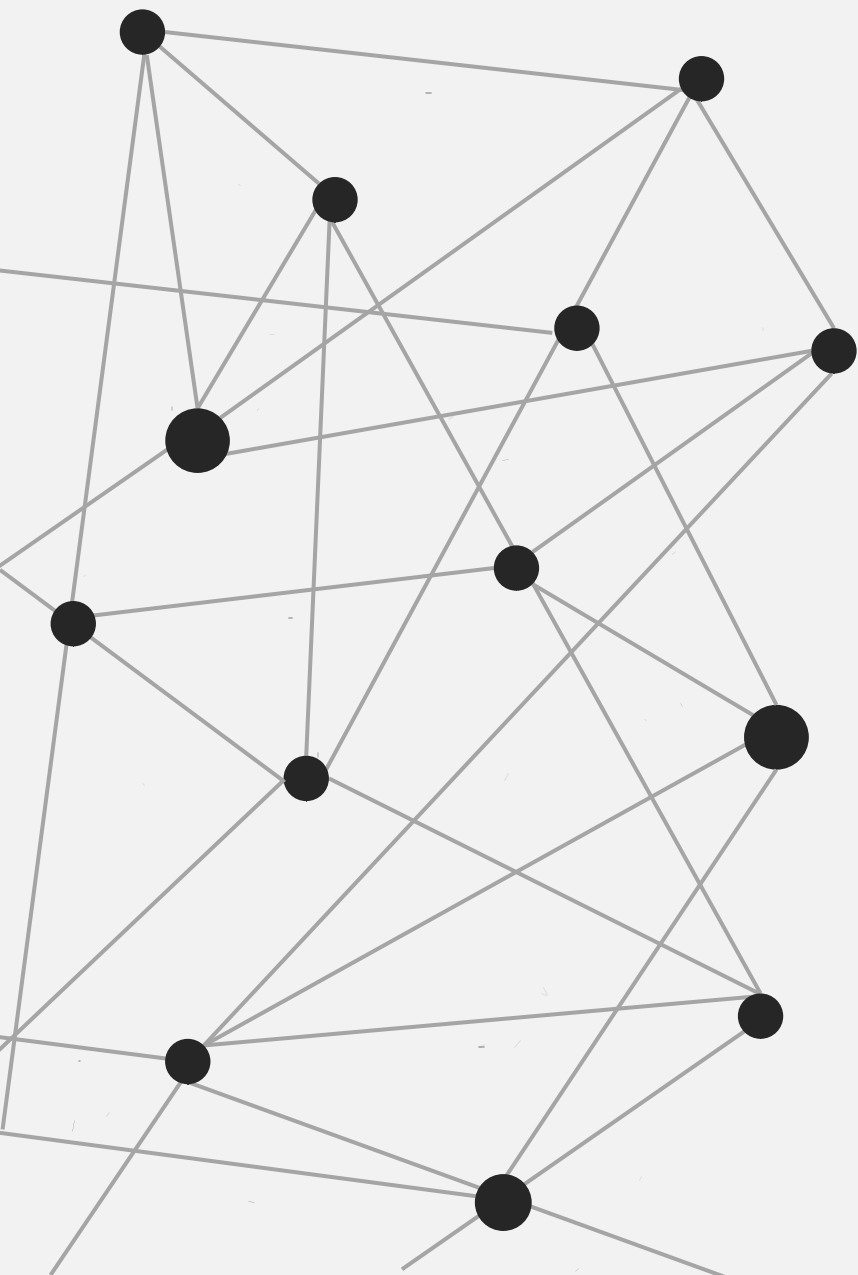


熱血・共感タイプの新卒採用戦略

自社のターゲットに合わせた採用戦略を設計しましょう。



Part5. サービス紹介



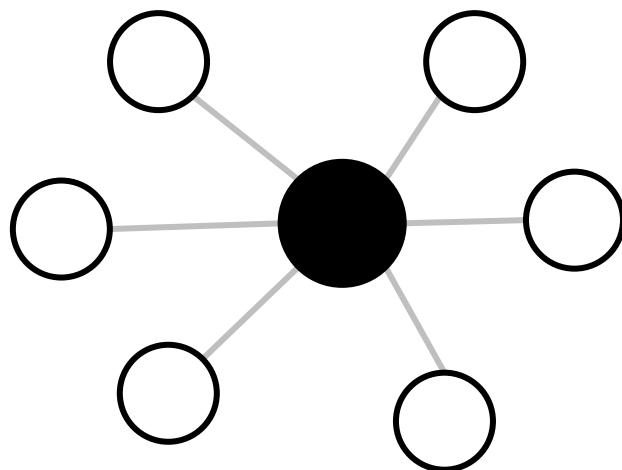
2021.9

HeaR inc.

不確実性の解消に向き合う採用コンサルティング

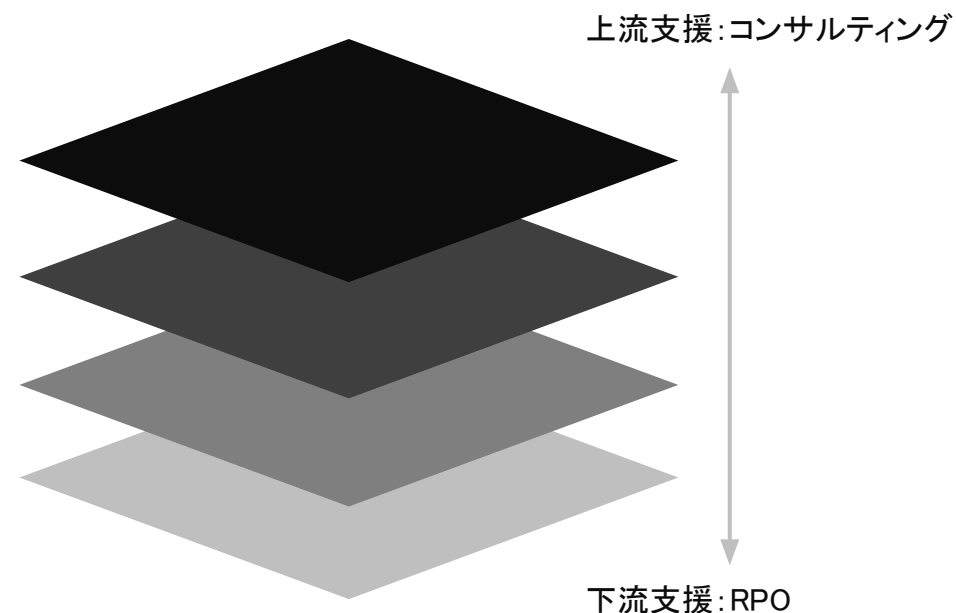
機能の多層性により採用活動を加速する

■ 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

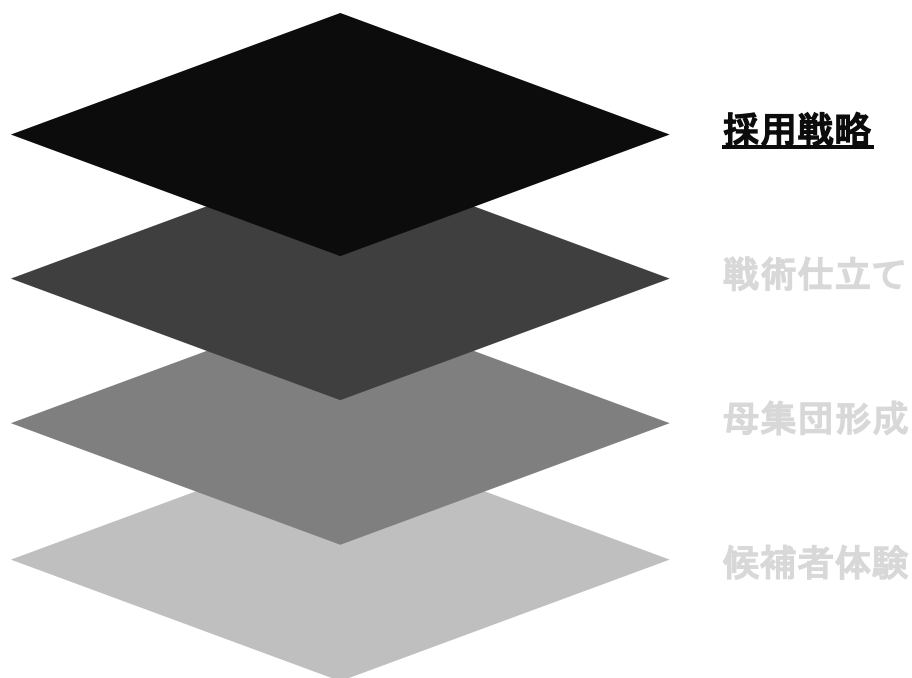
下流支援: RPO

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

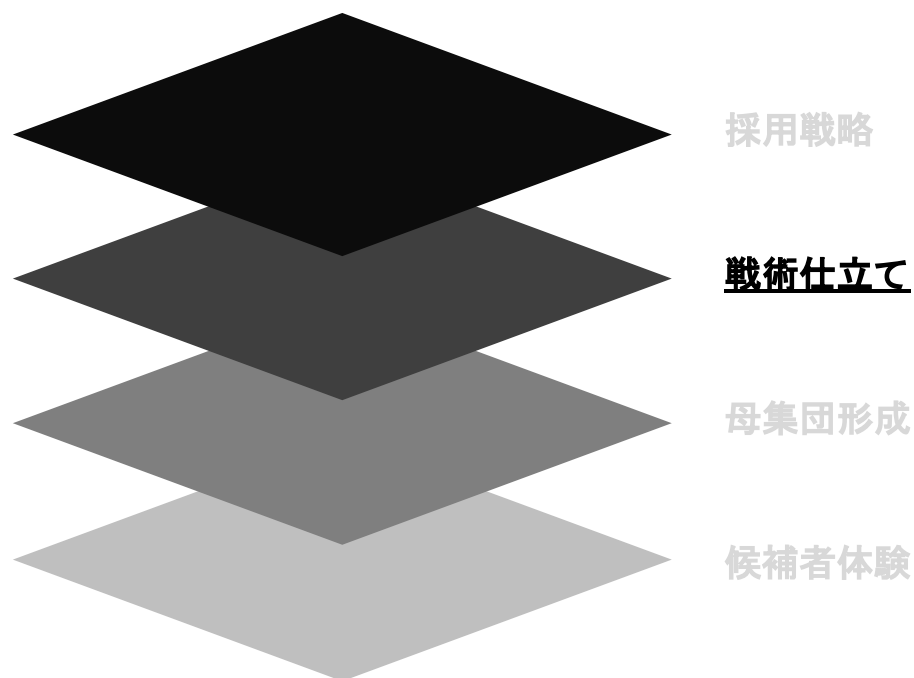
採用ポジションごとに、緊急度×重要度で優先順位付けすることが必要

○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

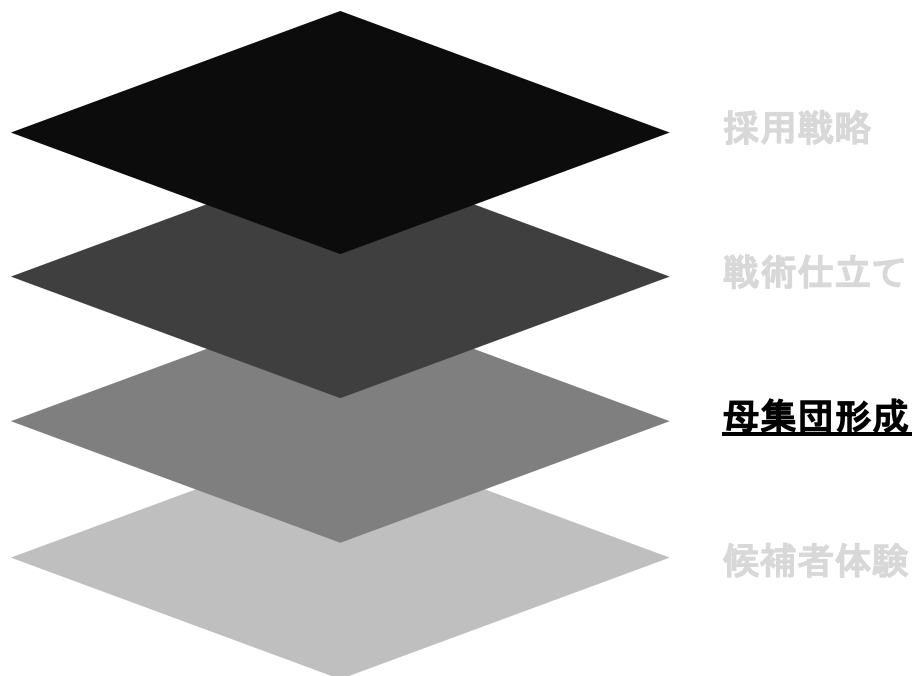
事業側と連携して、必要なコンピテンシー(行動特性)とスキルを特定

○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

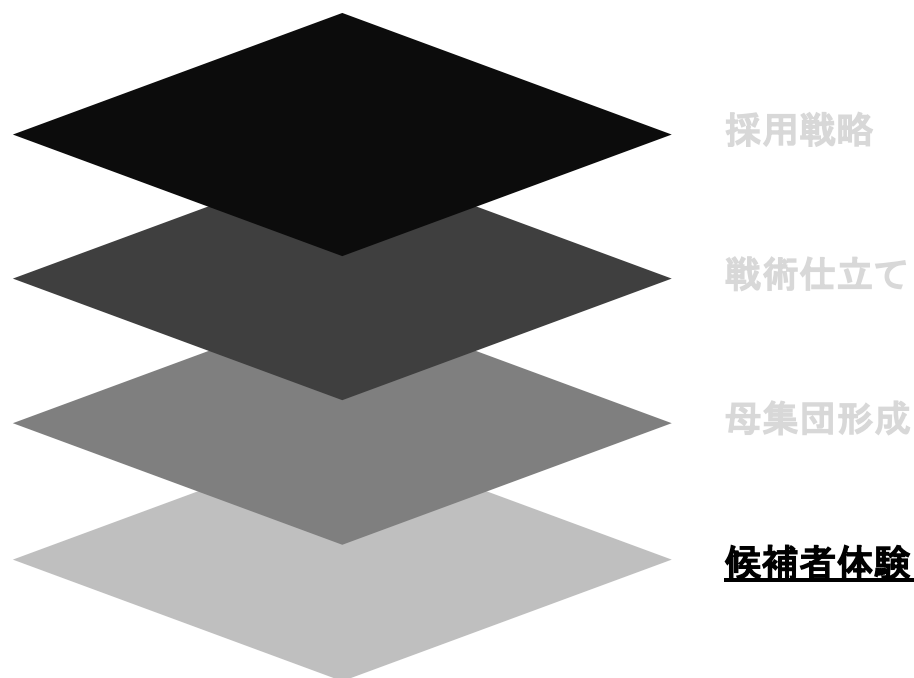
- 最適化された媒体オペレーションの型化
ペルソナの”上質な読後感”を狙った求人票やスカウトを作成
- 完全に内製化した流入経路の構築
自社採用サイトやリファラル経由など、コストがかからないチャネルを強化

●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

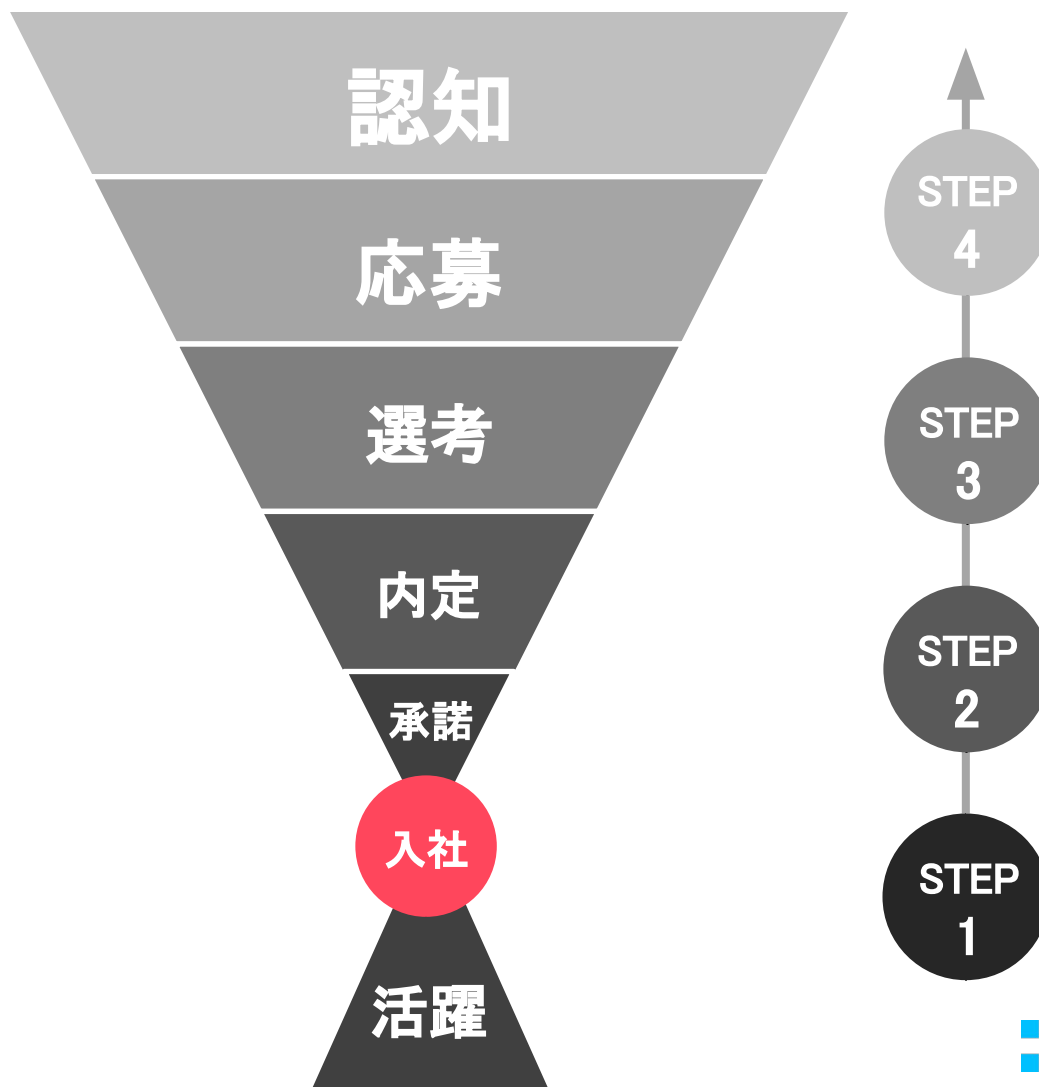
○社内情報の公開

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

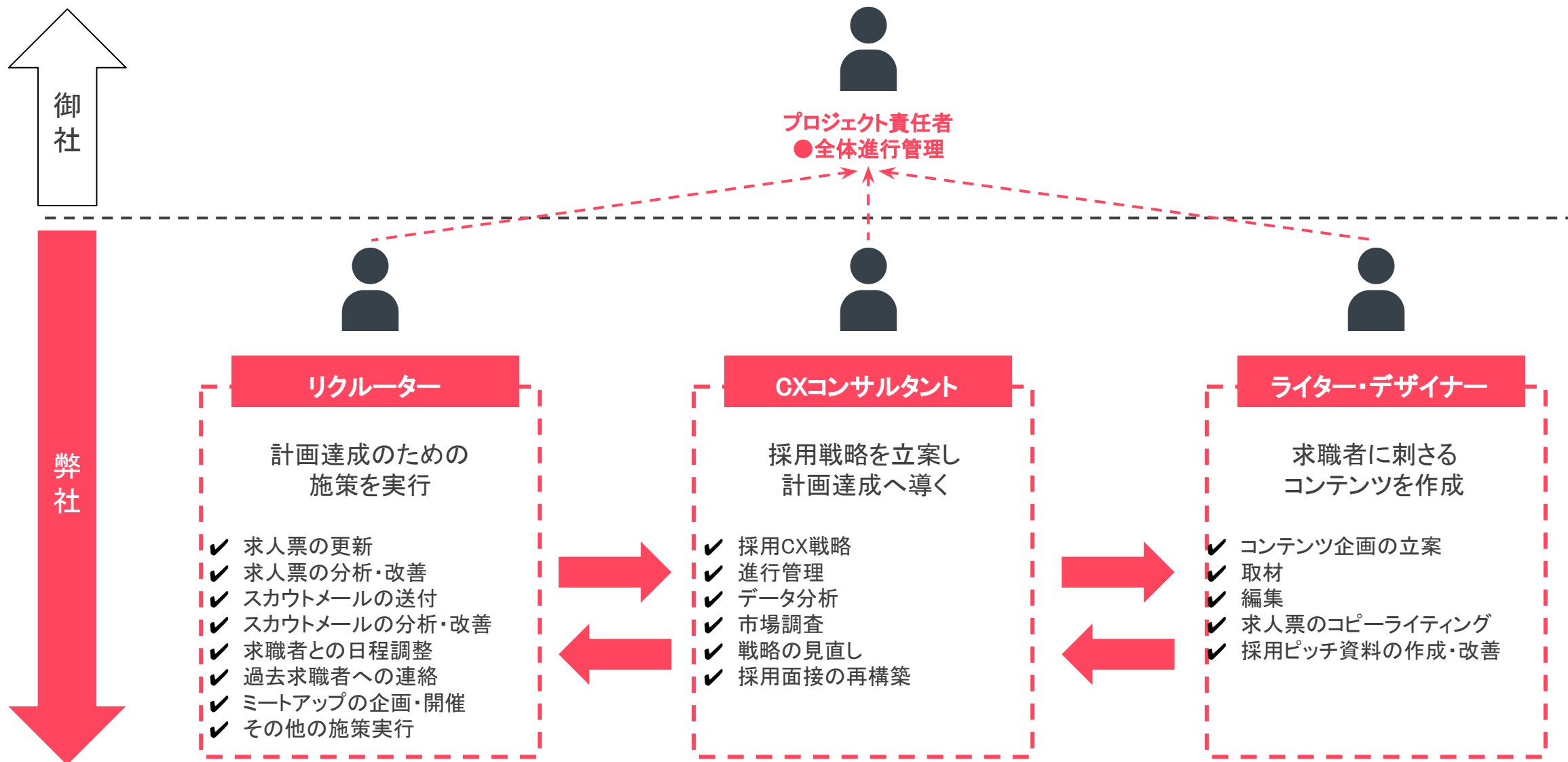
良いCXの提供

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。



チーム制による支援体制



支援実績（一部）

従業員数
1,000人以上

accenture

アクセンチュア
(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

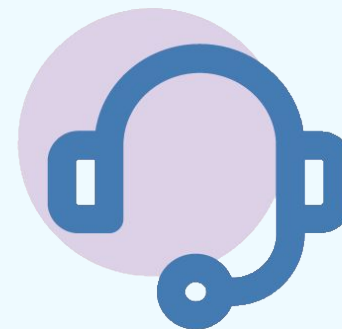
社名	HeaR(ひあ)
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用DX支援事業 2. キャリアトレーニング「シゴトレ」 3. 副業エージェント「タメスワーク」
代表取締役	大上 諒
住所	品川区西五反田1-32-2 3F

- 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

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