年間10名以上の営業職を採用する企業必見！

営業職母集団形成の教科書

HeaR

Agenda

01 営業職の転職市場
- 営業職の転職市場
- 営業職の採用が難しい理由
- こんなお悩みありませんか？

02 人事が知るべき営業職の基礎知識
- 営業職の種類
- 営業職の業務フロー
- 営業職の最終目的は新規顧客の獲得である
- 営業職に必要なスキル

03 営業職採用の戦略設計6Step
- 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. エージェントコントロールを強化する
4. 採用広報記事を発信する
5. 採用ピッチ資料を制作する
6. ウェビナーを開催する
7. SNSで発信する
8. リファラル採用を強化する

05 ペルソナ設計のイメージ
- 法人営業のペルソナイメージ
- 個人営業のペルソナイメージ

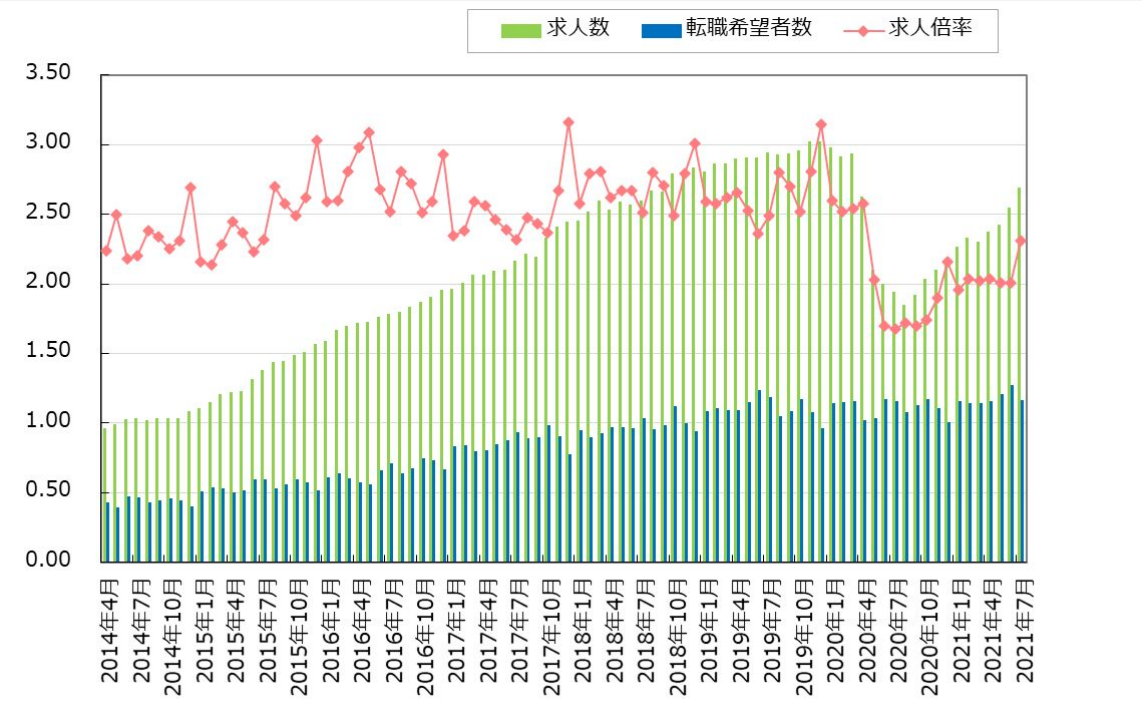
06 会社概要・無料相談のご案内
- 会社概要
- サービス紹介「ジョブテスト」
- 無料相談のご案内

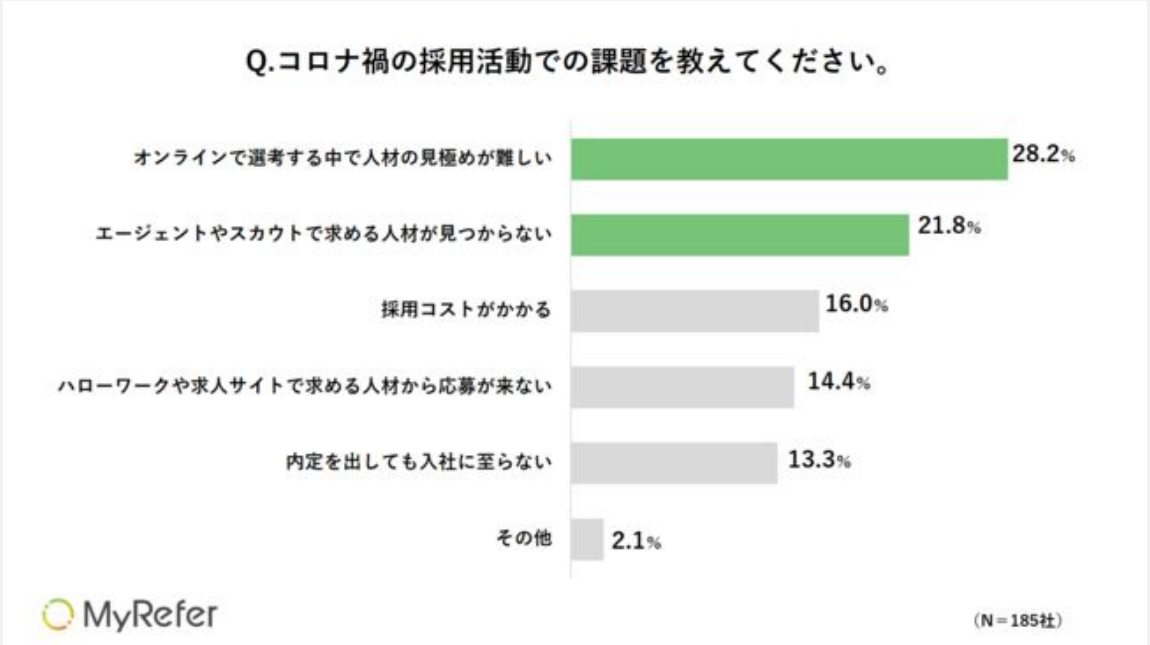
HeaR

01　営業職の転職市場

営業職の転職市場

■全国的に転職市場の求人倍率は増加傾向にある。
■一時はコロナ禍において数字が落ち着いたが、右肩上がりで増加に転じている。
■コロナ前よりも見極め・面接の難易度が上がった（オンラインなど）ことにより、優秀な営業の方を採用しづらくなった。





※参照：doda社「転職求人倍率レポート（2021年7月）」
【コロナ禍のリファラル採用調査】コロナ禍での採用課題を背景に、企業の4割がリファラル採用の活用検討

HeaR

営業職の採用が難しい理由

■営業職の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。

営業職の求人が多く
埋もれてしまう

経験者のスキルを
見極めるのが難しい

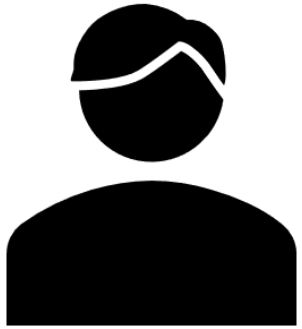
エージェントに依頼しても
紹介が来ない

どんな能力を持っていると
良いか言語化できていない

スカウトを送っても
返信が来ない

HeaR

こんなお悩みありませんか？



メーカー企業
採用担当　5年目

法人営業のマネージャー担当を募集しています。未経験から入社したメンバーが多いため、メンバーを組織マネジメントをしていただける方を探している形です。

ダイレクトリクルーティングやエージェントにも声をかけてみましたが、なかなか良い方に巡り会えていません。一番苦戦していることが「スキルの見極め」です。基準がなく、ポータブルスキル中心が故に見極めが難しい現状です。

不動産企業
採用担当　3年目

個人営業のメンバーを募集しています。応募は多いのですが、カルチャーフィットにおけるミスマッチが発生したり、見極めに苦戦している状態になっています。カルチャーフィットの見極めに十分に時間を使えていません。

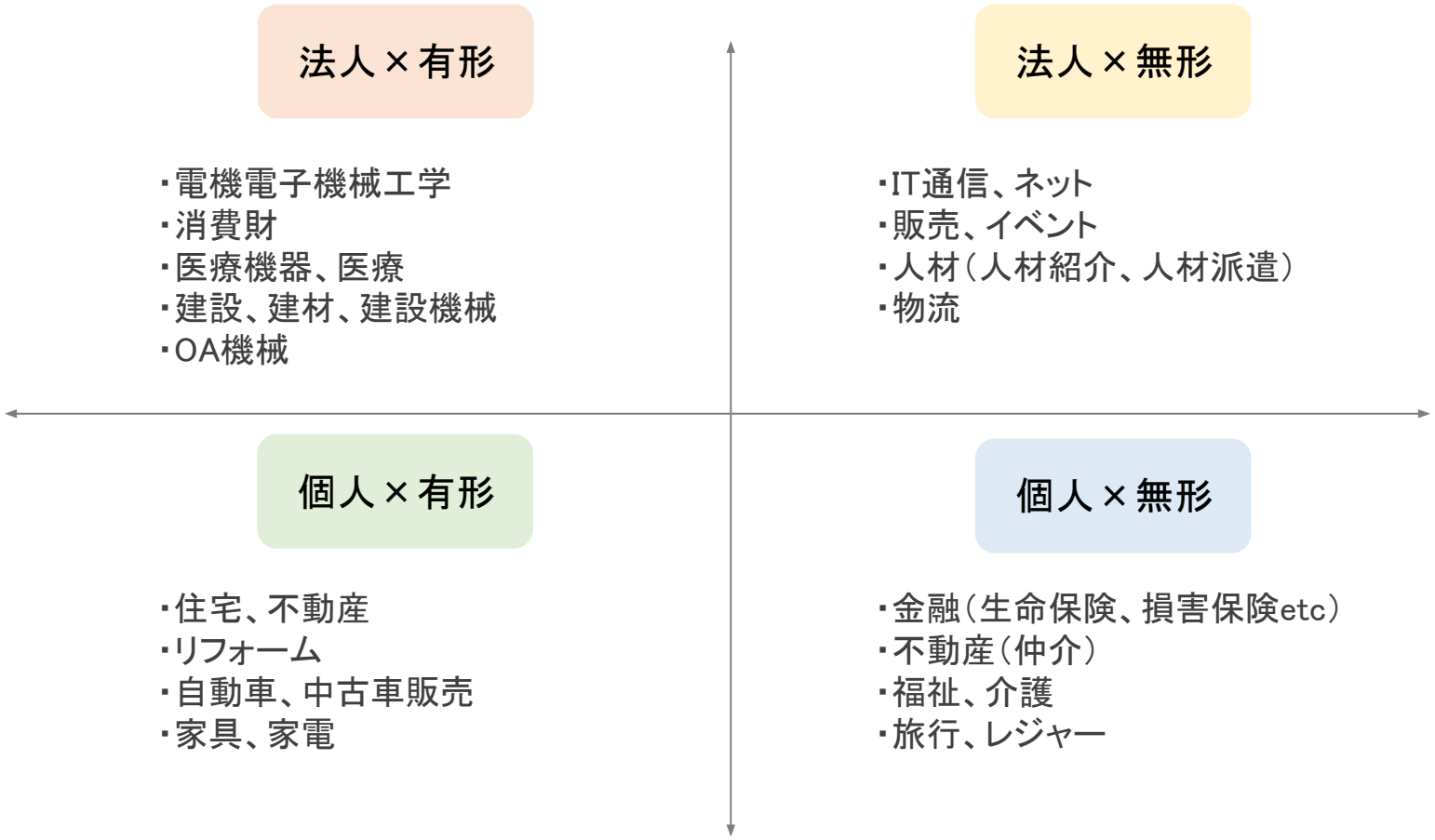
営業職におけるポテンシャルの見極めの精度を高めて、カルチャーフィットの見極めに時間を割きたいです。母集団～選考で見極めの時間を適切に配分するにどうしたら良いのでしょうか。

HeaR

02　人事が知るべき営業職の基礎知識

営業職の種類

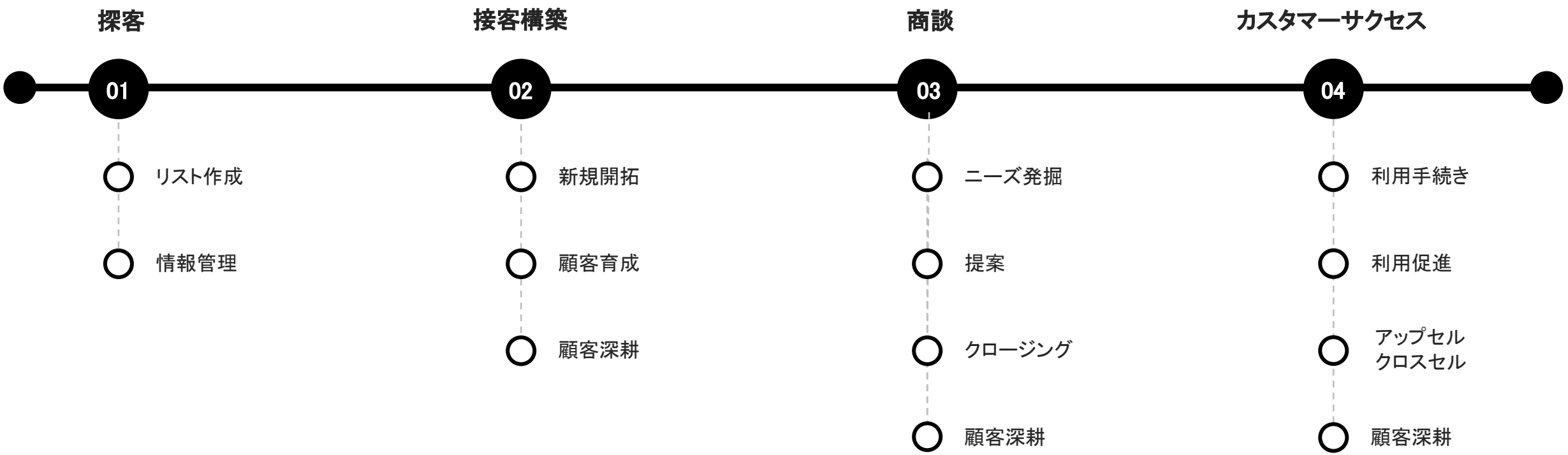
■営業職は大きく分けると「個人営業」と「法人営業」、さらに商材によって分けることができます。



HeaR

営業職の業務フロー

■BtoBの営業を例にリード獲得からサービス導入までの業務フローをご紹介します。（一例）



※参照：https://twitter.com/m_imai_cerebrix/status/1304360130184503297

営業職に必要なスキル

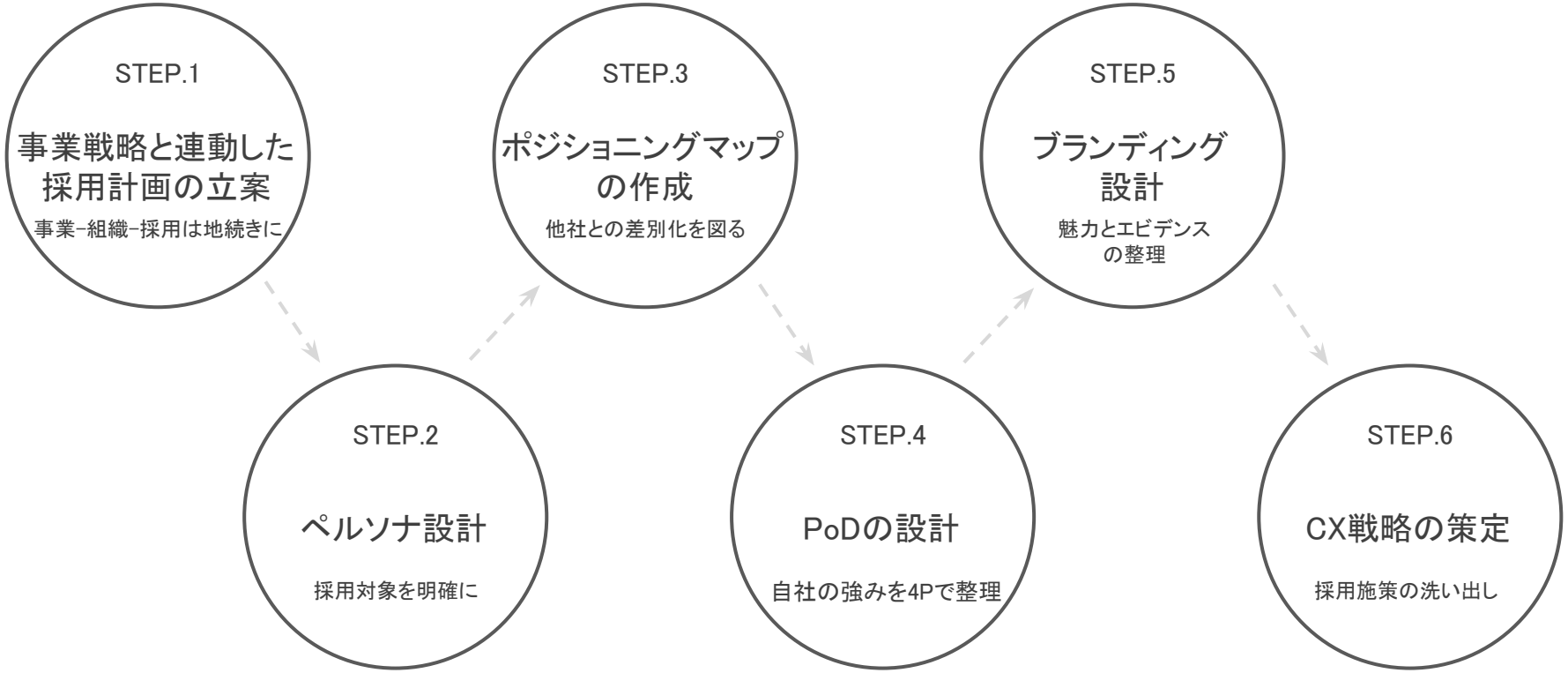
■能力・適性・ツール（使用経験など）・知識の4つに分類して必要なスキルを洗い出していきます。

HeaR

03　営業職採用の戦略設計6Step

営業職採用の戦略設計6Step

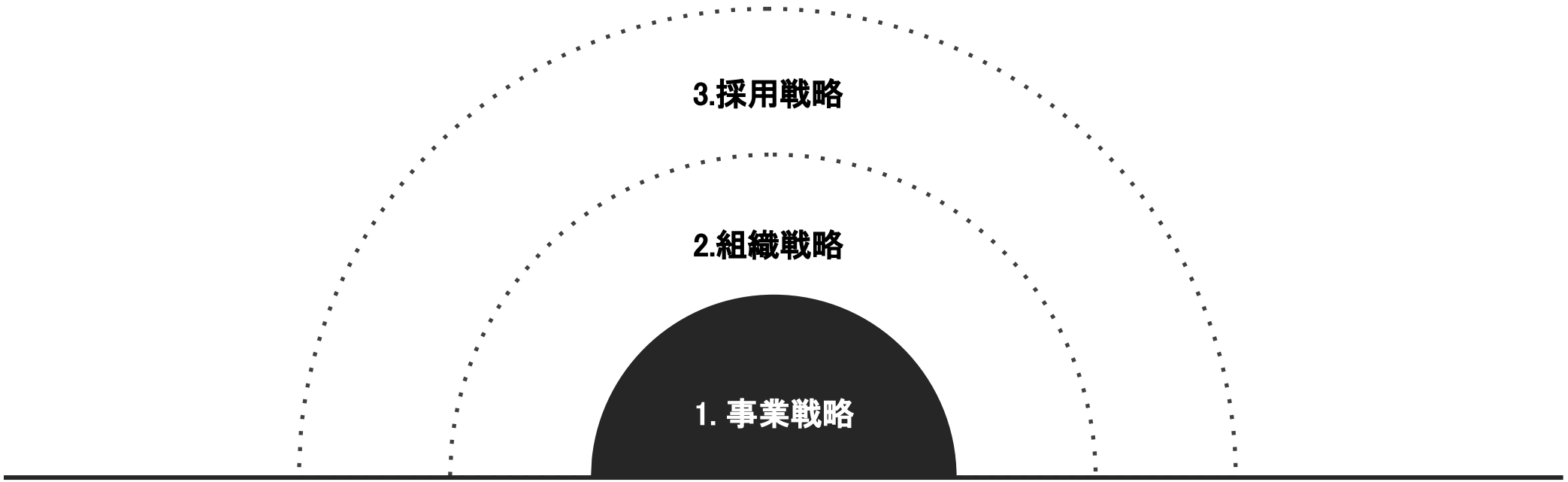
■競合の多い営業職採用市場で競合に勝つために様々な施策を実行していきましょう。



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

個人情報

・年齢：28才
・性別：男性
・居住地：東京都
・年収：年収450万円
・職種：法人営業
・就職活動ツール：ビズリーチ、Green、Wantedly、
・現職：100名規模のSaaSベンチャー

保有スキル

・新卒でSaaS企業に入社、セールス、BtoBマーケティングなど幅広く経験
・現在はエンプラ向けの法人営業に従事。チームのトップセールスとして牽引

経験サマリー

大学生時代に長期インターンで現職のSaaS企業にジョイン。インサイドセールスから始まり、フィールドセールス、マーケティングを経験し、現在は法人営業を担当。

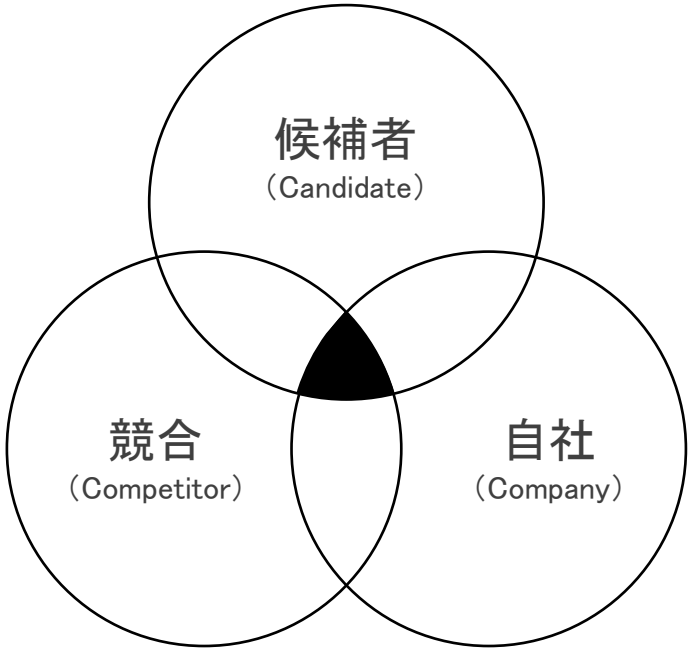
営業として一定の成果を上げているが、同じ商材をずっと取り扱っているので、新しいものを取り扱った営業に興味が出てきている。また、メンバーのメンターを任されることも増えてきたが、チームのマネジメントにも少しずつ参加していきたいと思っている。

キャリア課題

・今まで経験していない領域のプロダクトに携わりたい
・セールスとしてマネジメントも経験したい。
・どんな商材（有形・無形）でも売れるセールスパーソンになりたい。

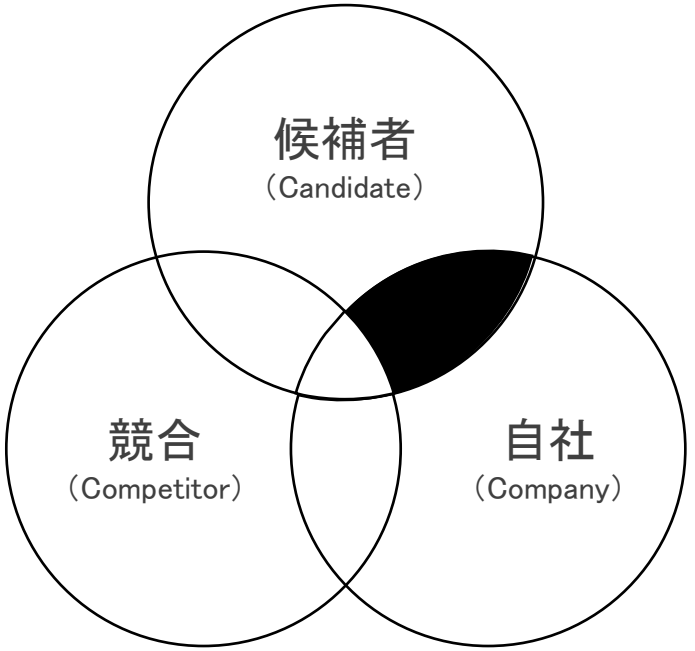
PoDの設計

■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



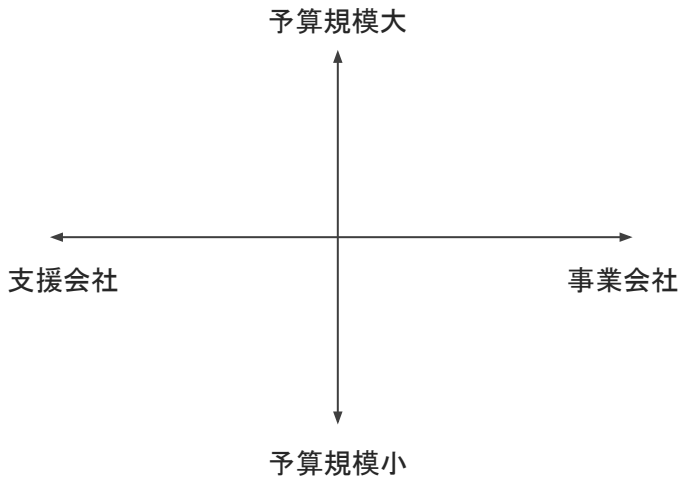
POD
（Point of Difference）

候補者が求めていて競合が提供できない機能

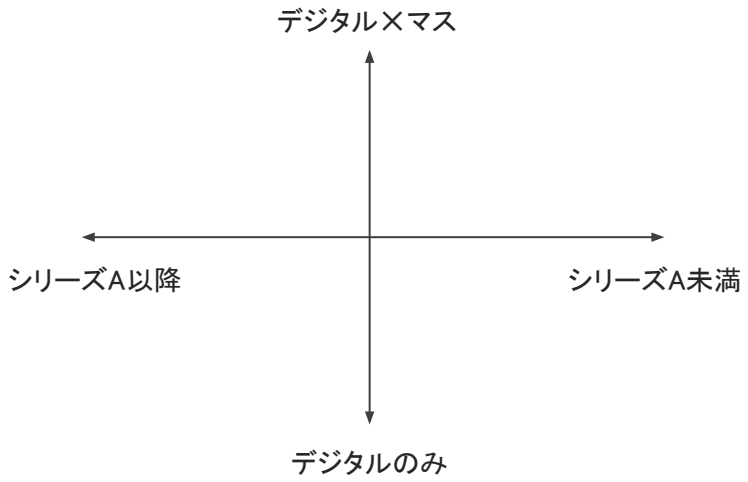
HeaR

ポジショニングマップを作成する

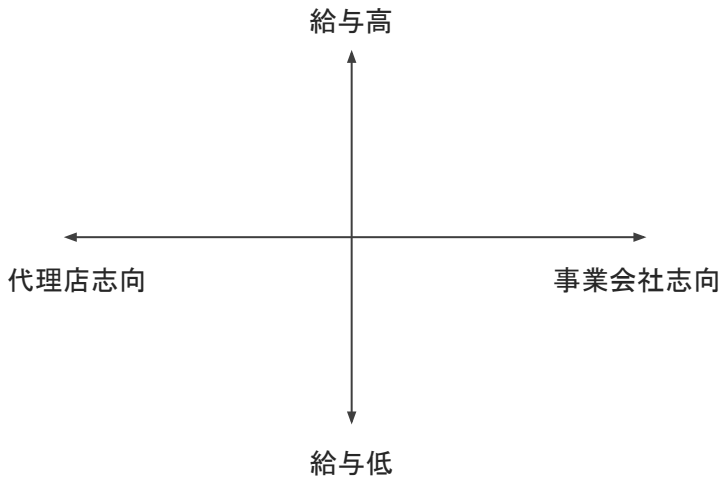
■ポジショニングマップを作成して、他社との差別化ポイントを明確にしましょう。
■自社の強みを打ち出せる観点で2軸を設定することがおすすめです。



事業形態×予算規模



組織フェーズ×施策範囲

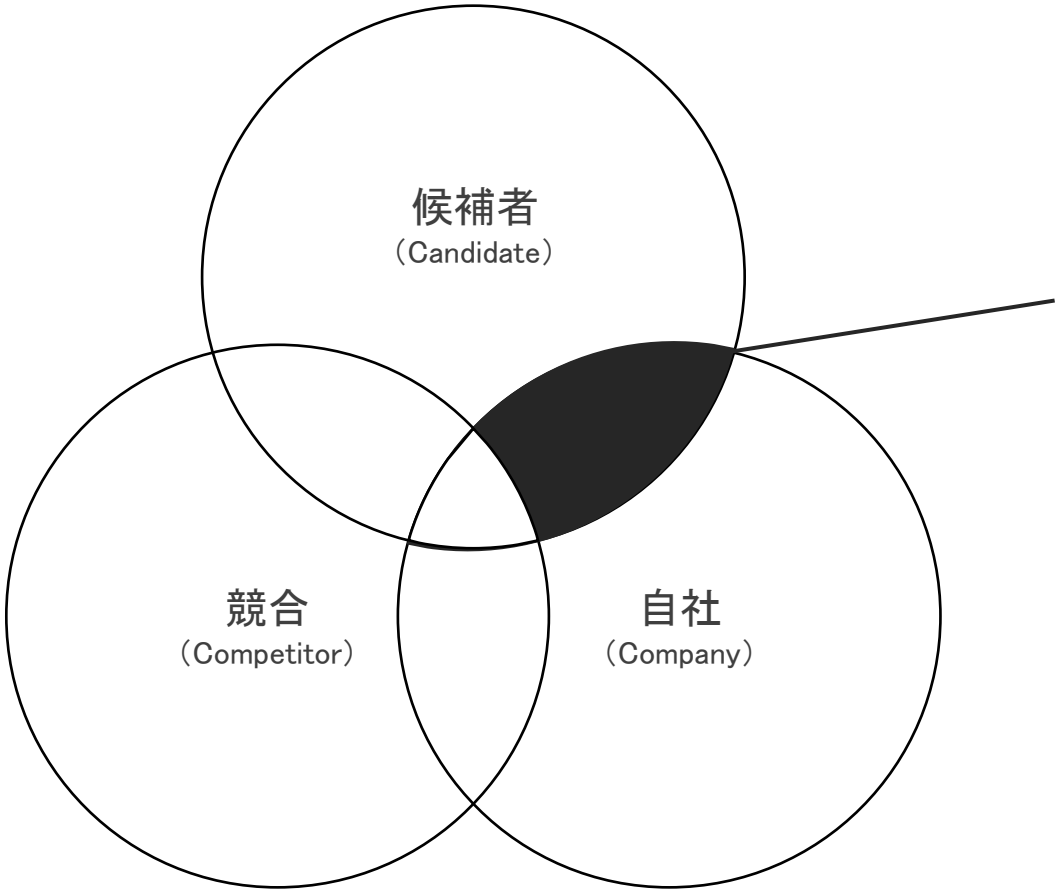


志向性×給与

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

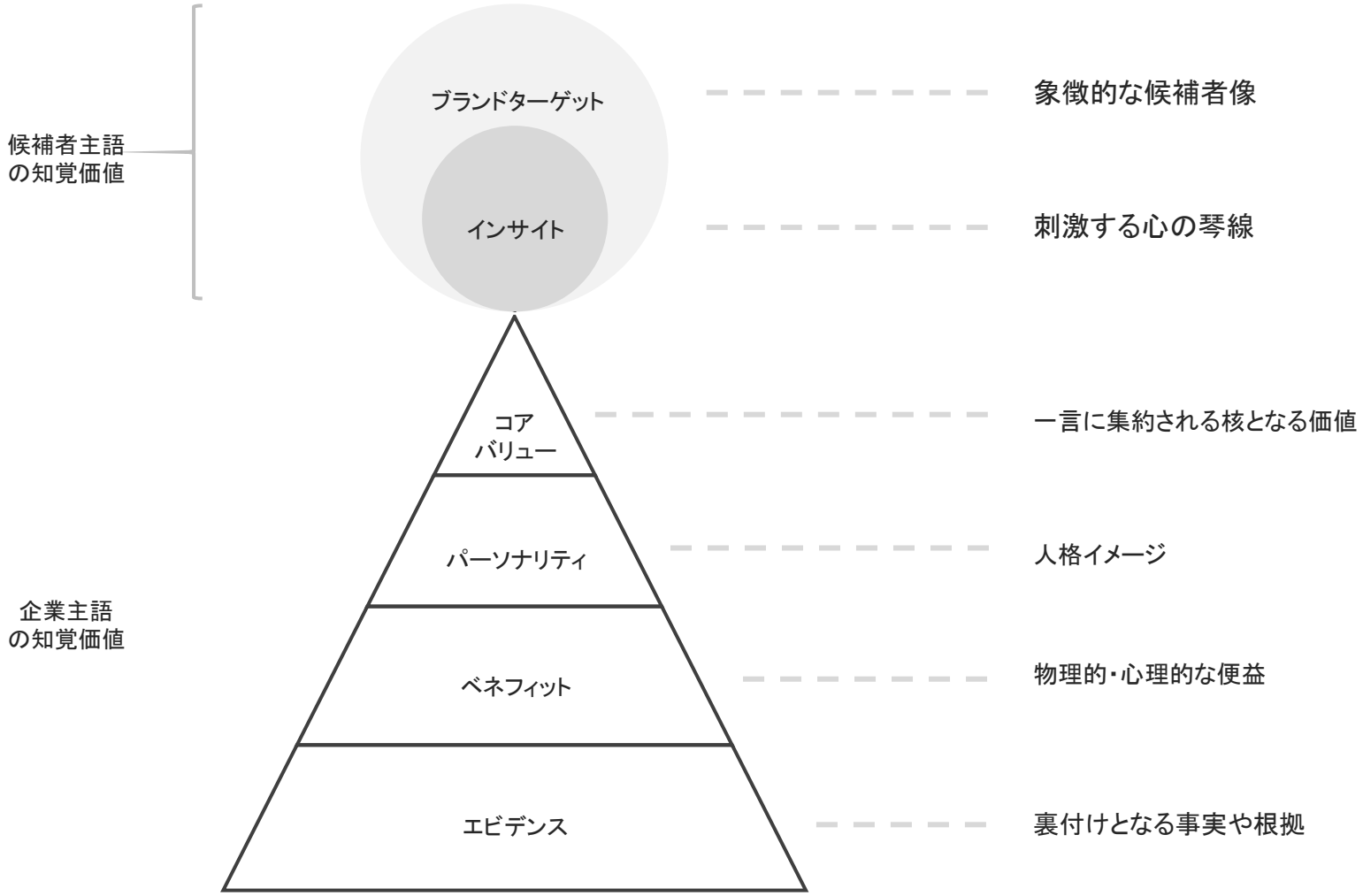


4P	Point of Difference
Philosophy	「青春の大人を増やす」 「努力の履歴書を作る」
Profession	国内で市場が立ち上がり始めた領域のプロダクト。 第一線としてセールスを引っ張ることができる。
People	COOの営業経験が豊富で直接アドバイスを貰える。 エモ×ロジカルのバランスが取れた組織
Privilege	マネジメント候補として早期に活躍が見込める 愛休暇、青春休暇などの特別休暇があり

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。

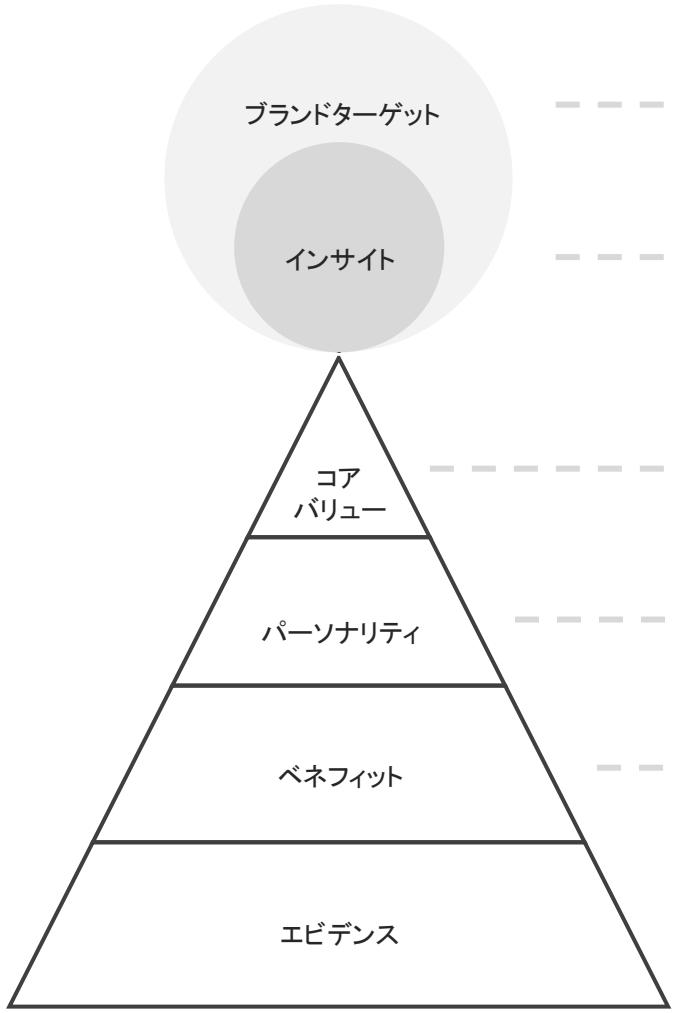


HeaR

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

企業主語
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

「働くって青春だ」

「笑顔が溢れている人」「サプライズ好きな人」

・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のグロース、セールスに関する考え方をnoteで発信	・HeaRの事業内容を記事化 ・セールスにとって魅力的になり得る社内文化を記事化	・現状のグロース、セールス戦略や今後の施策を紹介	・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 ・グロース、セールスに関するディスカッション	ー	ー
課題	・仕組みが整っていないため、、マニュアル至上主義の営業スタイルだと厳しい	・3タイプの記事が少ない	・面談の質疑応答だけでセールスのスキルセットが測れない。	・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	・HeaRが求めるセールス職種に関する記事を発信 ・クレイジーコンテンツ作成 ・ユニーク施策の発信	・HeaRのセールス、グロース施策を公開する記事を作成 ・Philosophy、Profession、People、の記事を作成	・事前にHeaRのセールス施策におけるissueを渡して考えてもらう	・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

HeaR

04　母集団形成を成功させる施策8選

母集団形成を成功させるために取り組むべきこと8選

■競合の多い営業職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. エージェントコントロールを強化する
4. 採用広報記事で発信する
5. 採用ピッチ資料を作成する
6. ウェビナーを開催する
7. SNSで発信する
8. リファラル採用を強化する

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

■営業職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
- ☑ 企業やサービスの世界観、目指したい世界がロジカル且つエモーショナルに描かれているか

HeaR

応募が高まりやすい求人票の例

■応募率が高まる要素が詰まっている求人票例です（SmartHR社）

仕事内容

■ミッション
SmartHRのインサイドセールスは、マーケティングが獲得してきた顧客リードに対して、課題のヒアリングや、改善した方が良いポイントの啓蒙などを行い、商談を創出するポジションです。
規模や業態、立場も様々なお客さまとのコミュニケーションの中で、企業が抱える課題を見つけるだけでなく、他企業の成功事例、法改正といった人事労務のトレンドなどを発信する役割も担います。

■業務内容
インサイドセールスとは…
SaaS型ビジネスモデルの普及とともに、『インサイドセールス』という役割や部門は近年日本でも急速に起用が広がっています。
マーケティング → インサイドセールス → クロージング（いわゆる営業） → CS（カスタマーサクセス） → SP（サポート） のファネルでビジネス部門を構築し、インサイドセールスはマーケティングが獲得したリードへのアプローチを行います。

単に商談化をすれば良い、のではなくクロージングのパイプラインなどに応じて商談の質・量のバランスをコントロールする『弁』のような働きをします。

インサイドセールスの目標達成は日々の行動をおろそかにしては成し得ないため
地道で泥臭い仕事でもやり切る力、定常業務の効率カイゼン力、セルフマネジメント能力が活きるポジションです。

集中してスキルを磨け、またビジネス部門の知識を体系立てて学ぶことができるので
人事労務分野での実務経験が少ない人でも、チャレンジをしやすい環境です。

利用するツール・デバイス
・Salesforce
・MiiTel
・Slack
・Google Workspace
・DocBase
・Mac
・iPhone

企業・求人概要

募集背景	ユニコーン企業を目指すSmartHRでは、急激な事業成長のため現在従業員数は昨年比で2倍に増えており、インサイドセールスの組織も30名程にまで拡大しております。 今後のサービスの展開として、新たな市場を開拓していく上で特に大手企業、地方企業への導入を進めていきたいと考えております。 インサイドセールスの役割としても、より確度の高いアポイントをクロージングセールスに渡していく必要があり、市場のニーズに柔軟に対応できるよう組織の拡大を行っていきます。 新規営業経験のある方からSaaS企業でのインサイドセールス経験のある方まで幅広く採用しております。
配属部署	インサイドセールスグループへの配属となります。
この仕事で得られるもの	・お客さまが抱える課題解決の起点を作ることができます ・インサイドセールスはお客さまとの接触頻度が非常に多いため顧客課題やプロダクトへの理解が非常に早く進みます ・ヒアリング力、セルフマネジメント力、キャッチアップ力、テキストコミュニケーション力などを磨くことができます

1.企業ミッションと役割を端的に記載

2.業務内容と担ってもらいたい役割を記載

3.ただのセールスではなく、どんなスキルが必要・身につくかをわかりやすく記載

4.募集背景を記載し、組織の拡大フェーズであることを訴求

5.仕事で得られるものを記載して、スキルアップ要件も訴求

※参照：https://www.green-japan.com/job/95856

HeaR

応募が高まりやすいタイトルの例

■タイトルの付け方を元にした、一例を紹介します。（SaaS企業の例）

求人

MRR前月比130%成長を連続達成！
今、乗っている企業で
セールスを大募集！

リード獲得数10倍、受注率4倍を
達成したセールス部隊で
キャリアアップをしませんか？

広報記事

チャーンレートが脅威の0.5%のSaaS企
業でセールス部門で
取り組んでいること10選。

「売って終わり」ではない
〇〇社の考える
インサイドセールスのチーム作り

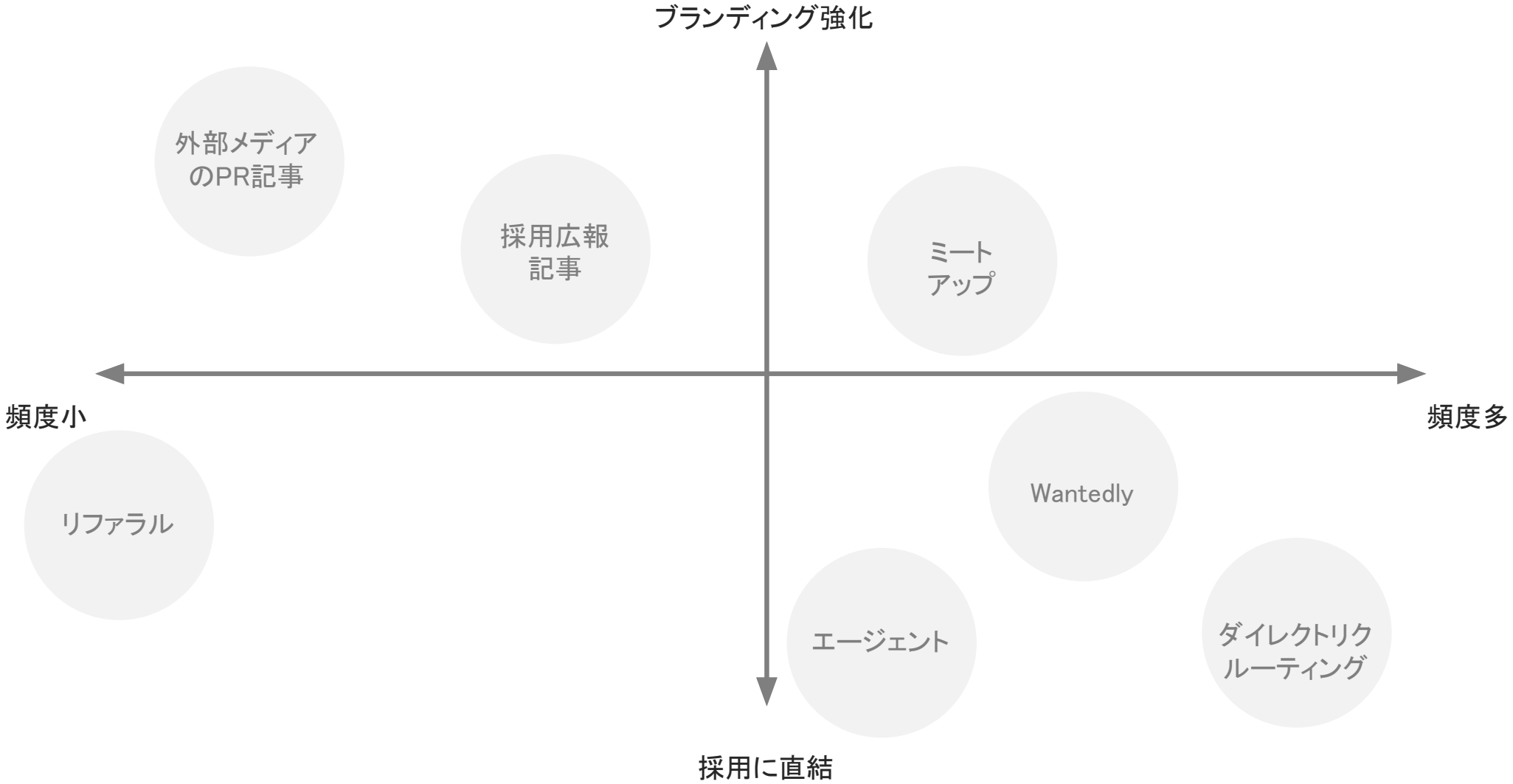
スカウト

T2D3を達成させる！
成果にこだわりたい
SaaSセールス経験者募集！

SFAの導入経験者求む！
成長企業の業務効率化を担う
マネージャー候補募集中

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。



2. 適切な採用チャネルを選定する

■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	なし
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%
AMBI	年収400万円以上の若手優秀人材をターゲットとした媒体。スカウト通数が多め	33万人	3000通/年間	7.5万円	10万円	理論年収の20%
openwork	従業員の口コミサービスから派生したスカウト媒体。返信率が口コミと変動する	200万人	口コミ評価に応じたスカウト通数	-	-	一律80万円
Eight Career Design	Eightのユーザーデータを活用したスカウト媒体。転職潜在層のマーケターが多め	280万人	-	-	10万円	なし
キャリトレ	ビズリーチが運営する若手向けのスカウト媒体。未経験やポテンシャル人材の採用には効果的	54万人	1400通/月	15万円	5万円	理論年収の20%

HeaR

3. 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

3. 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

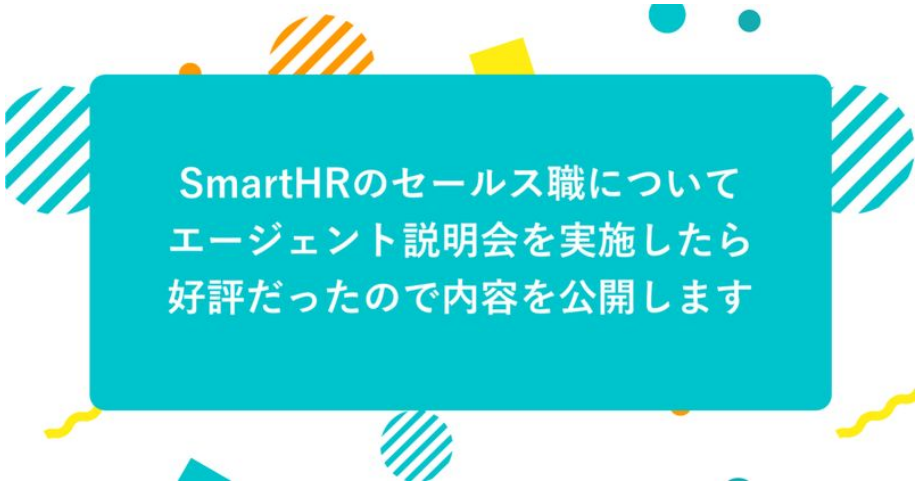
③ 1週間紹介が上がってこない場合は原因を究明して解決する

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

4. 採用広報記事で発信する

■記事コンテンツを活用し、営業職向けの発信を強化しましょう。認知に繋がる記事を強化すると母集団形成に効果的です



採用広報記事

■ 認知拡大に近いコンテンツがオススメ

採用広報記事は応募コンテンツに寄りがち。自社に興味を持っていない方にとっても有益となるような認知コンテンツを強化すると効果が上がりやすいです。

■ 現場のメンバーからの主体的な発信を

営業職向けの採用広報コンテンツは専門知識が必要になります。
人事だけではなく、現場から発信いただけるように
連携を取っていきましょう。

■ 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

セールスに刺さる採用広報記事

■応募率が高まる要素が詰まっている広報記事例です（SmartHR社）

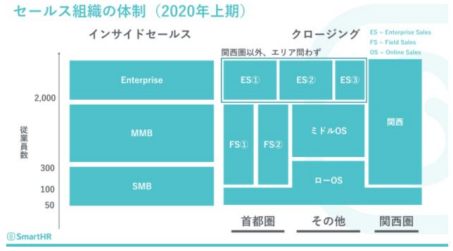
――早速ですが、インサイドセールスの組織体制を教えてください。

吉村氏：SmartHRのインサイドセールスは、反響型営業を中心とし、「営業機会の創出」をミッションに置くポジションです。インサイドセールスチームには、勤怠管理や給与計算まで含めた人事労務業務全般における提案能力が必要な「SMB」、短期・中期で事業に与えるインパクトが大きい「MMB」、グループ企業攻略など個社毎のアプローチが必要な「Enterprise」の3つのユニットがあります。

※SMB…中小・スタートアップ企業（Small Market Business）、MMB…中小・中堅企業（Middle Market Business ）、Enterprise…大企業

私が入社した2018年9月は、5名で1つのチームだけでしたが、現在（2020年3月）は前述の3つのユニットに加え、オペレーションやイネーブルメントを担う「Ops」も入れて、4チームに分かれています。インサイドセールスチームの特徴の一つとして、「会社の成長に伴い、短期間で何度も変化している」ことが挙げられますね。

現在、岡本がインサイドセールスグループの中長期的な組織づくりを、新田がSMBのユニットチーフと兼任でIS Opsを担当し、私はEnterpriseユニットチーフを務めています。



（参考：SmartHRインサイドセールス/現SDRチームの今までとこれから）

――ありがとうございます。岡本さんは、これからどのような組織づくりをしていきたいとお考えですか？

岡本氏：SmartHRのインサイドセールスは、ユニット毎に営業体制の最適化が、かなり進んできました。今後はインサイドセールスとしての価値、専門性を磨いていくことをテーマにしていきたいと考えています。世間でよく言われているインサイドセールスの主軸に「セールスパーソンの育成機関」としての役割がありますが、そうではなく、インサイドセールスという職種の未来をつくっていきたいと考えています。つまり、「イ

- 1.組織内のミッションを記載する
- 2.自社のインサイドセールスの特徴を記載する
- 3.体制・組織図を簡単な図表で説明する
- 4.これからの展望を記載した、別の広報記事へのリンクを掲載
- 5.目指したい未来の形を記載する

※参照：https://bales.smartcamp.co.jp/article/interview-smarthr-1

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。ピッチ資料を制作することで応募者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。

■ 事業に関してはできるだけ詳しく記載

事業ドメインや課題、今後の展望など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。また課題をあえて伝えることで候補者の課題解決意欲を高め、応募意欲に繋がります。

■ 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. ウェビナーを開催する

■ここ最近はウェビナーも効果的です。勉強会から交流会など様々な切り口で開催しましょう

ミートアップ

■ 自社の知見を公開

ターゲットとなる営業職人材にとって「この会社の施策はすごい」と思っていただけるコンテンツにしましょう

■ 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。

■ BtoBマーケティング施策との併用も

採用だけではなく、BtoBマーケティングの観点でもリード獲得に繋がるため、効果的な手法です。

HeaR

7. 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。

■ 営業職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セールス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、採用広報記事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

8. 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

現場の営業職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

05　ペルソナ設計のイメージ

法人営業のペルソナイメージ（一例）

山本 新平
新卒から法人営業を経験

個人情報

・年齢：25才
・性別：男性
・居住地：東京都
・年収：年収450万円
・職種：法人営業
・就職活動ツール：ビズリーチ、エン転職、Wantedly
・現職：飲食店掲載プラットフォーム企業

保有スキル

・コミュニケーションスキル
・CRMツールを活用したデータ分析
・情報収集力

経験サマリー

新卒で飲食店を掲載するプラットフォームを取り扱う企業に就職。法人営業を中心に、主にチェーン展開している企業への新規・継続提案を担当。部署内で月次の獲得数1位を獲得することも。実績が認められ、新規商材の部署立ち上げメンバーに選ばれたことをきっかけに、ミドルマネジメントも経験

キャリア課題

・toB向けのセールスを極めてキャリアアップしたい。
・無形商材だけでなく、有形商材の営業を経験してみたい。
・ゆくゆくは営業職のマネージャーとして育成側に回りたい
・自分でキャリア選択できるように幅を広げた働き方がしたい。

HeaR

個人営業のペルソナイメージ（一例）

高橋 裕翔
より業務の幅を広げたい

個人情報

・年齢：28才
・性別：男性
・居住地：東京都
・年収：年収550万円
・職種：個人営業
・就職活動ツール：ビズリーチ、wantedly、AMBI、
・現職：金融系の営業会社

保有スキル

・問題解決提案スキル
・長期的な関係構築能力
・データ分析を踏まえた上での論理的思考力

経験サマリー

新卒で生命保険会社に入社。個人営業として新規顧客の獲得を中心に従事。関係構築力や提案力を活かして、3年目には企業内成績2位を獲得。現在はミドルマネジメントレイヤーとして5人のチームをマネジメント。20代後半に差し掛かり、法人営業のキャリアを検討し始めている。

キャリア課題

・自分の裁量権を増やして、ワークライフバランスを向上させたい。
・自分の好きなサービス、商材を売ることで社会に貢献したい。
・個人だけではなく、法人向けの営業力もつけていきたい。
・最終的には、営業のスペシャリストとして経営層を目指したい。

HeaR

06　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

採用面接の ジャッジ を自動化する

スキルテストSaaS「ジョブテスト」

サービス説明資料

Powered by HeaR Inc.

HeaR

会社概要

100社以上の支援データをもとにスキルテストSaaSを開発

100社以上の採用支援

エンジニア採用を中心に幅広い職種の採用支援を実施
-採用ブランディングの策定
-母集団形成
-候補者体験の向上

SOMEWRITE
Coincheck
unilabo
cocone
ANDPAD
YAHOO!
カオナビ
TENDA
Fringe
SHOWCASE
ALL CONNECT
ULURU
GAPRISE
CMIC
basic
47
WHITE PLUS
SARUCREW
Redhorse
MATIX

HeaR

こんなシーンありませんか？

100社以上の採用支援を通して発見した”隠れた採用課題”です

候補者Aさんを現場メンバーとの面接（2次面談）に進めるか迷う…
自分では判断できなかったからとりあえず進めるか…

HeaR

こんなシーンありませんか？

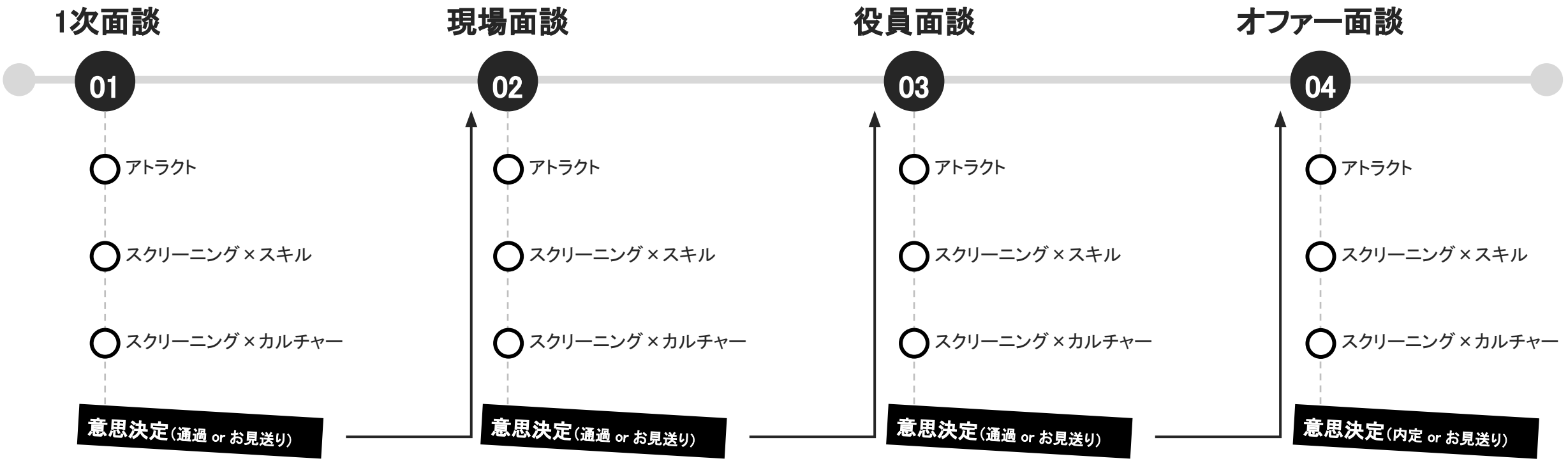
100社以上の採用支援を通して発見した”隠れた採用課題”です

候補者Aさんみたいな方は、1次面談時点でお見送りしてほしいです。
現場メンバーの時間の貴重さを考えてほしいです…

HeaR

解決したい課題：採用面接のジャッジの自動化

採用担当者の仕事は「候補者に対する意思決定」までです



HeaR

意思決定エラーがゆえに起きる事象

意思決定エラーが重なると「P/L」「B/S」に大きな影響を及ぼします

“働いてみたらスキル不足”

スキルのミスマッチ

スキルの見極め強度が弱かったが故に
両者の期待値調整を誤る

“会う必要なかったかな…”

採用にかかる人件費

現場社員や役員に上げるスキルの基準が
曖昧が故に採用コストが必要以上にかかる

“日程調整やリマインドに忙殺”

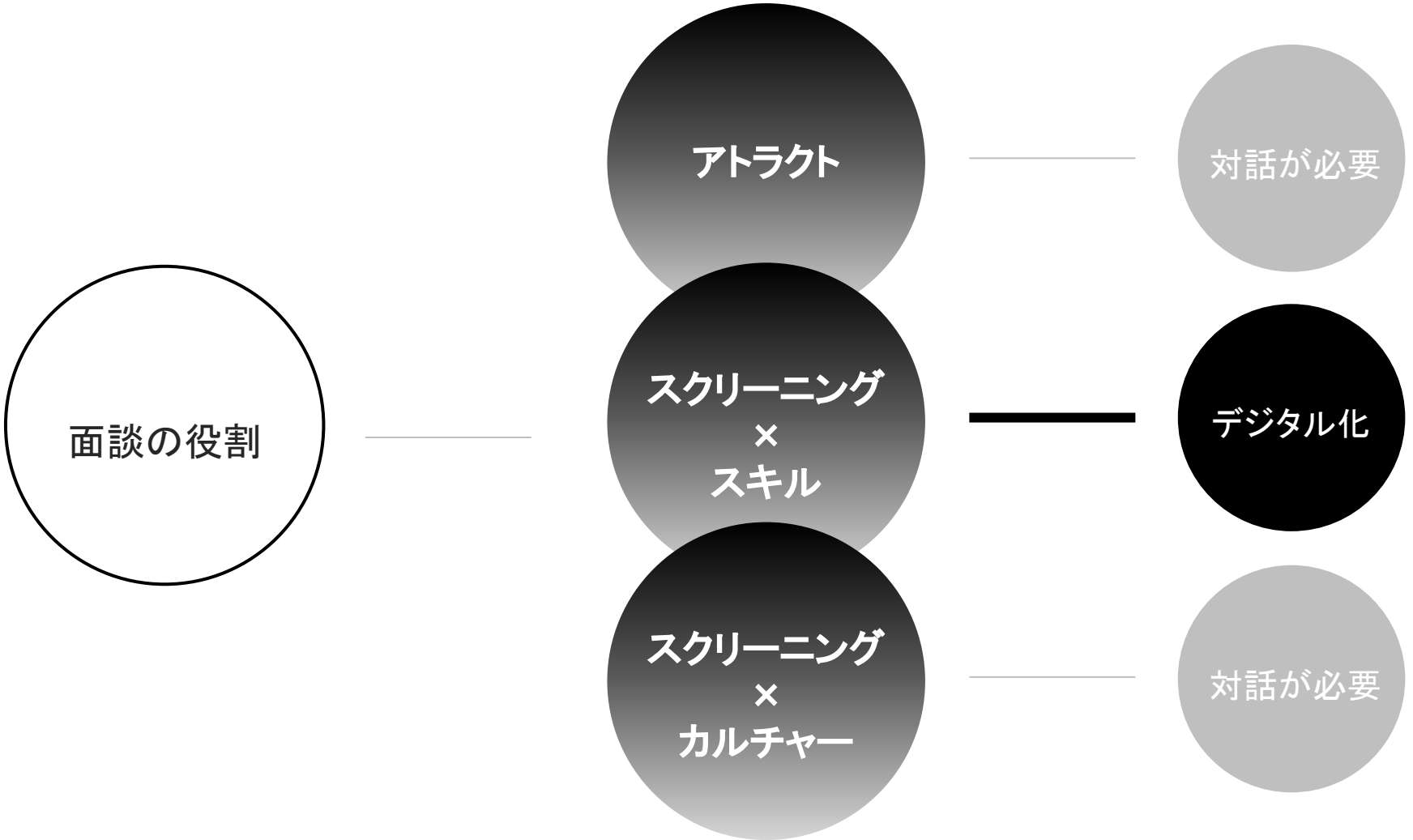
コミュニケーションコスト

スキルマッチしてない人に会えば会うほど
採用コストが積み上がっていく

HeaR

意思決定をソフトウェアで代替

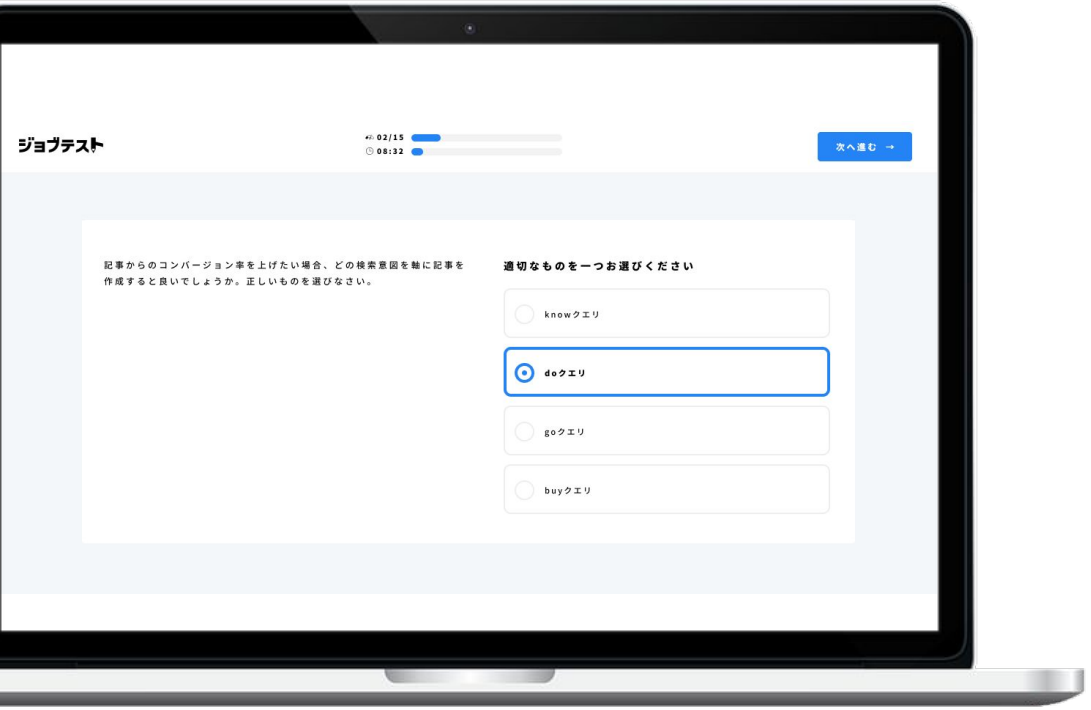
面談において人がやる必要のない部分をソフトウェア化します



HeaR

サービス概要

スキルチェックを正確かつ効率的に行うソフトウェアを開発中です



採用活動から曖昧な決断をなくす

スキルテストSaaS

70種類のテンプレートテストと企業ごとのカスタマイズテストを組み合わせ
スキルの見極めにかかるコストを削減できるサービスです

HeaR

導入後の選考フローイメージ

選考フローからスキルのスクリーニングを削除・軽減することが可能です

現場メンバーの負担を軽減

「会ってみたらスキル不足」
を事前に防ぎます

採用フローを短縮

スクリーニング部分を
ソフトウェアで代替します

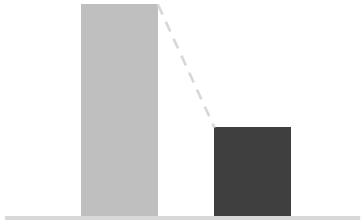
採用フローを再構築

面談1回のみで
採用の意思決定も可能です

HeaR

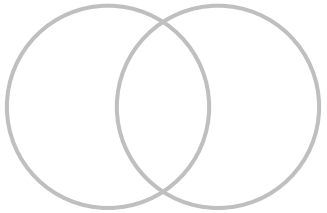
ジョブテストの効果

コスト削減やミスマッチ減少を加速することができます



採用コストの削減

人がやる必要のない業務をデジタル化



ミスマッチの減少

スキルの期待値調整の質向上

アトラクト量・質の増加

削減できた時間で”より”惹きつける

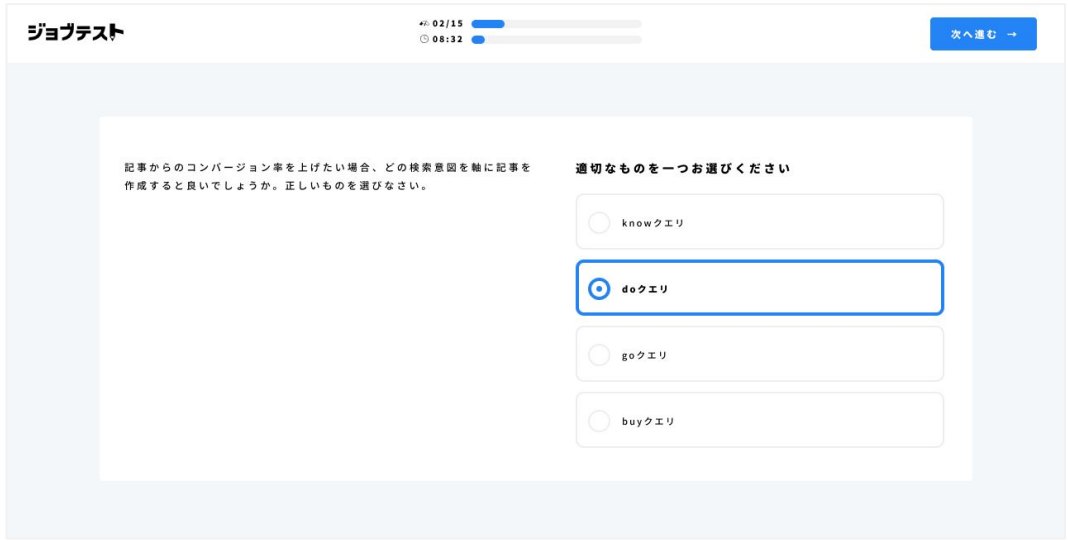
適性検査やリファレンスチェックとの違い

定量的にスキルの見極めを行うサービスです

HeaR

テストの種類

テンプレートテストとオリジナルテストの2種類



テンプレートテスト

全70種類のテストライブラリ（選択式）の中から
求職者の選考ポジションに合わせたテストを最大5つ組み合わせる。
知識の有無やケース問題で求職者のスクリーニングが可能。

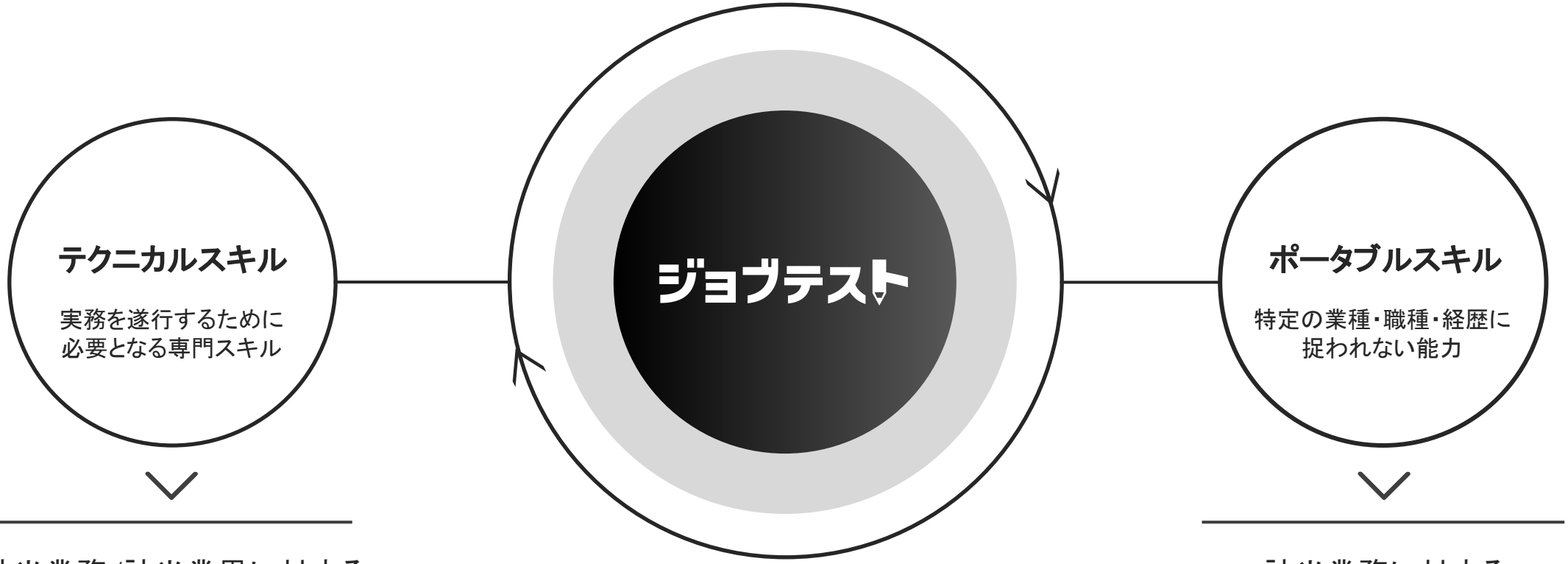
オリジナルテスト

選考ポジションや採用要件に合わせて貴社独自のジョブテストを制作。
ケース問題を通して求職者の思考レベルを把握。
（CSのテスト制作サポート有）

HeaR

テストで見極められること

テクニカルスキル・ポータブルスキル（コンピテンシー）を見極めることができます



HeaR

ジョブテスト for セールス①

セールスのスキルチェックに用いるテスト例です

HeaR

ジョブテスト for セールス②

セールスのスキルチェックに用いるテスト例です

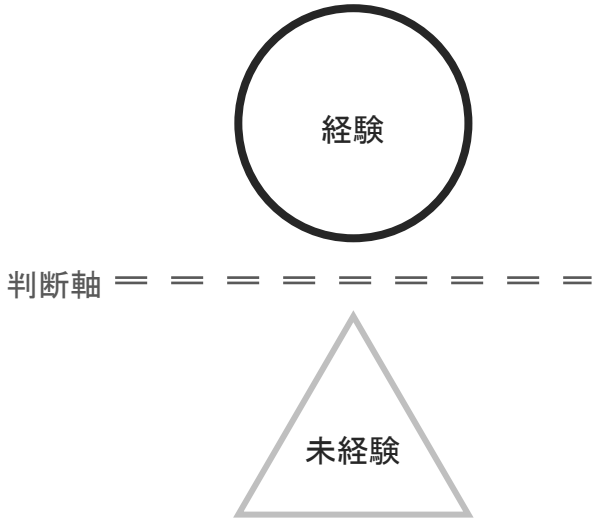
HeaR

ジョブテスト for セールス③

セールスのスキルチェックに用いるテスト例です

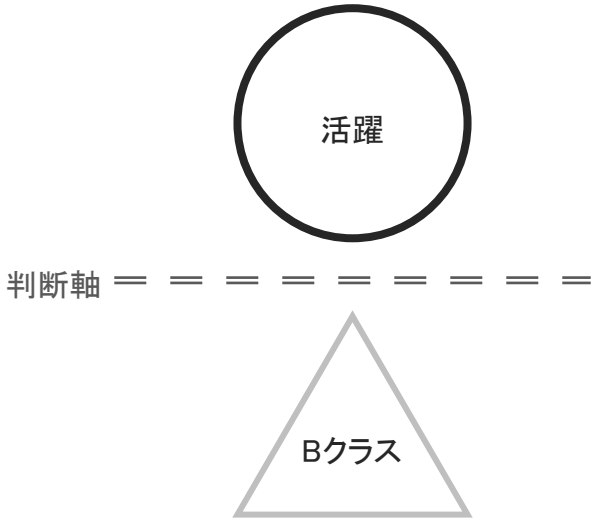
テスト結果をもとに候補者への判断を自動化

リクルーターの判断工数を減らします



テンプレートテスト

該当業務/該当業界に対する経験の有無を”自動”で判断



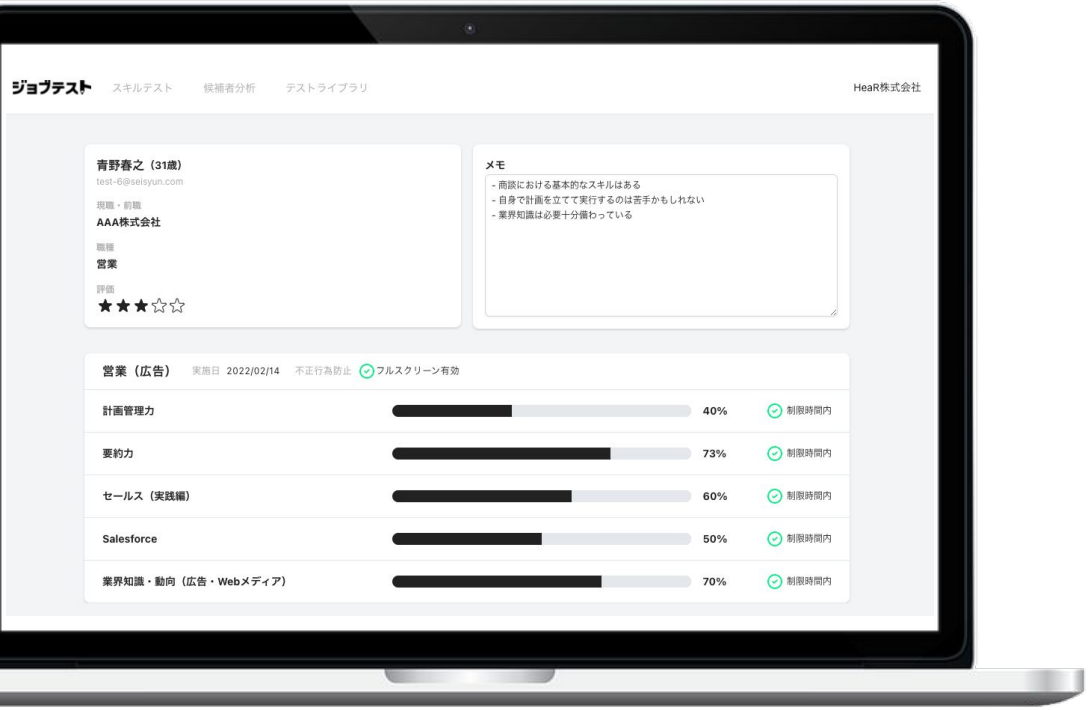
オリジナルテスト

自社で活躍するかを回答を見ながら判断

HeaR

その他のテスト結果の使い方

採用コストの削減やミスマッチ減少に役立つデータを提供します



候補者へのジャッジを自動化

該当業務/該当業界に対する経験の有無を”自動”で判断いたします

現場社員のテストスコアと比較

社員のスコアと比較することで、スクリーニングの精度が向上します

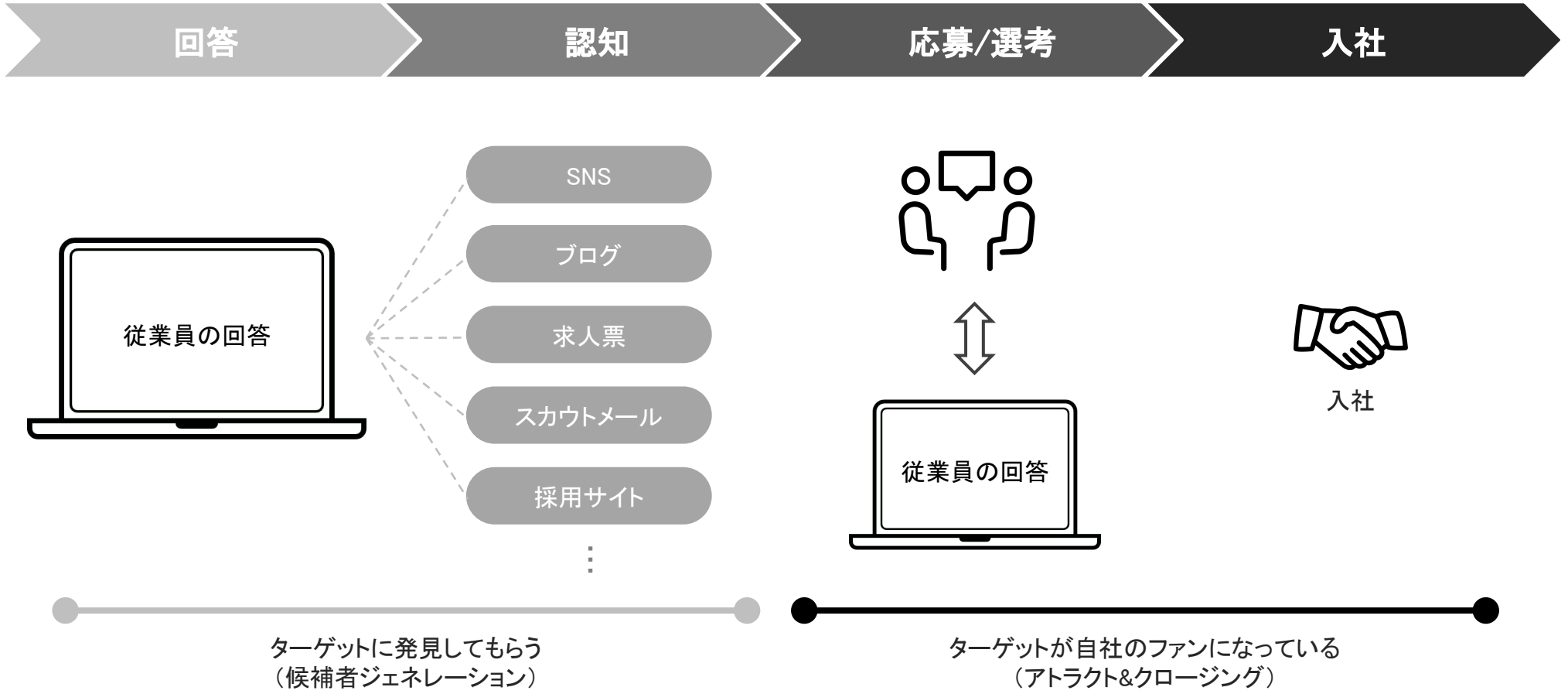
他企業のテストスコアと比較

他社のスコアと比較することで、採用要件の精度が向上します

HeaR

母集団形成やアトラクトにも活用

記述式テストを従業員が回答→公開することで、回答結果を軸に求職者を惹きつける



ご利用の流れ

採用コンサルティング経験があるCSメンバーと二人三脚で採用活動を推進

ご契約
（～0週目）

01

- 利用申込書のご提出
- ID/パスワードの発行

キックオフ
（～1週目）

02

- 採用フローの設計
- 採用要件の策定
- 利用方法の説明

利用開始
（～1ヶ月）

03

- テスト結果の判断サポート
- テスト制作サポート
- チャット・電話
- 定例ミーティング
- オリジナルテスト制作

運用・活用
（1ヶ月目～）

04

- チャット・電話
- 定例ミーティング
- オリジナルテスト制作

HeaR

プロダクトロードマップ

直近半年間のプロダクトロードマップを公開（変更・追加あり）

2022/04

CSV機能

CSVで受講者データを一気に出力し、多くの候補者を同時に比較・ジャッジできます

2022/06

中級・上級のテスト

難易度の高いテストを通して、マネジメントクラスの採用面接ジャッジも自動化できます

自動判定

テストスコアをもとに「経験」「未経験」を自動で算出することで、採用工数を削減できます

2022/09

API連携

ATSやタレントマネジメントSaaSと連携することで、ジョブテストの結果を活用しやすくなります

採用要件の他社比較

他社の採用要件と比較することで、自社の採用活動を見直すことができます

2022/12

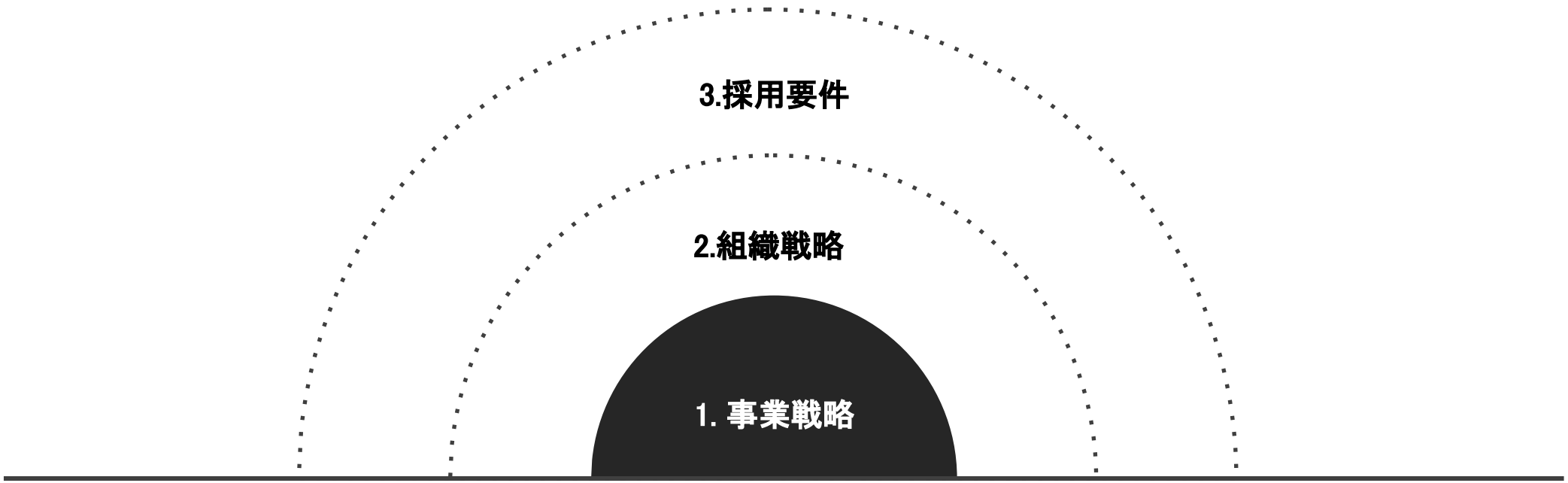
？？？

プロダクトビジョンとプロダクトフィードバックをもとに、適切な順番で開発を進めてまいります

HeaR

採用要件の策定ステップ

事業成長・組織成長に寄与する採用要件を策定していきます



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は
どのようなスキルやカルチャーを
持つべきか整理する。

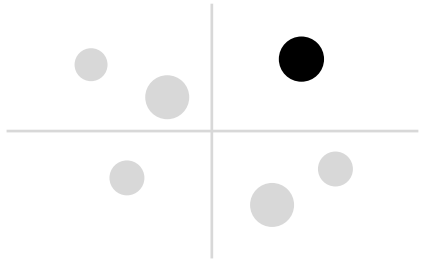
3. 採用要件

事業成長に寄与する人材を
採用するための採用要件を
策定していく。

HeaR

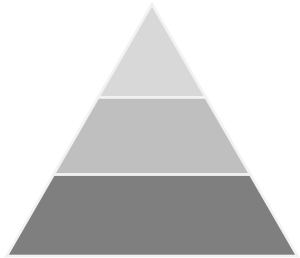
プロフェッショナルサービスのご案内

累計100社以上に採用コンサルティングを提供しております



採用ブランディング

採用市場で独自のポジションを構築



母集団形成

企業成長に寄与する候補者数を最大化

候補者体験

候補者に選ばれる採用体験を策定

HeaR

プロフェッショナルサービスのご案内

コンサルティング/RPO（採用代行）を幅広い範囲で提供可能です

採用ブランディング	3C・4P分析	ペルソナ設計	PoD設計	採用戦略の基本方針
	採用コンセプト	ジャーニーマップ	ブランドブック	
母集団形成	スカウトメール代行	求人票更新	採用ピッチ資料	採用広報記事
	採用サイト	オウンドメディア	採用動画	採用イベント（ウェビナー）
	Twitter運用	Instagram運用	TikTok採用	
候補者体験	採用要件	面接設計	面接官トレーニング	その他CX施策

HeaR

Appendix：ジョブテストが向いている企業

正社員の採用/副業・業務委託の採用/HR企業など様々な利用用途がございます

01

正社員採用の見極め・惹きつけを強化したい企業

採用フローの過程で「会ってみたらスキル不足」「求職者を惹きつける武器がない」の課題を解決いたします。
ジョブテストでスキルを定量的に評価する。企業のブランドや認知度に関係なくジョブテストの回答で惹きつける。
企業の採用フローに合わせて柔軟にご利用いただけます。

02

副業・業務委託の方とのミスマッチを防ぎたい企業

該当領域のスキルがある前提でジョインをしてもらうことが多い副業・業務委託。
そんな方が「一緒に働いてみたらスキル不足」「スキル不足が判明したけど、月額◯◯万円で契約締結しちゃったよ…」という状態を未然に防ぎます。採用のミスマッチによる経済損失を回避するためにご利用いただくことをお勧めしております。

03

人材紹介・人材派遣を展開しているHR企業

「なんでこの人を紹介してくださったんですか？」「Aさんが自社に合うと思った理由を教えてください」に回答いたします。
「御社が必要とするスキルAの点数が80点だったため紹介いたしました。」「御社の従業員のスコアと比較しても見劣りしない方だったため紹介します。」と、求職者さんを定量的にアピールする手段としてご利用いただくことをお勧めしております。

HeaR

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。

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