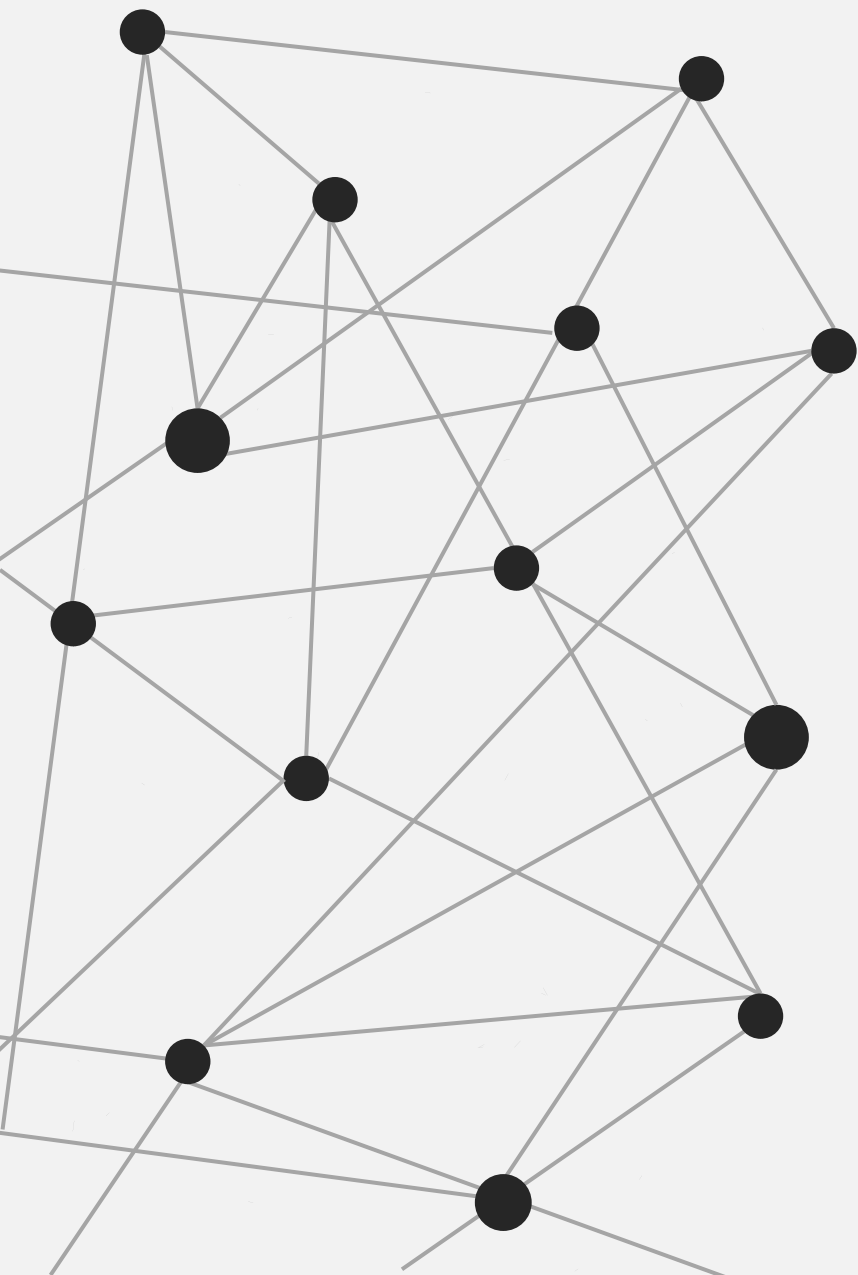




HeaR inc.

オンライン時代で差をつける リクルーティング手法

新卒および中途採用で活用できるこれからのオンライン面接

現状

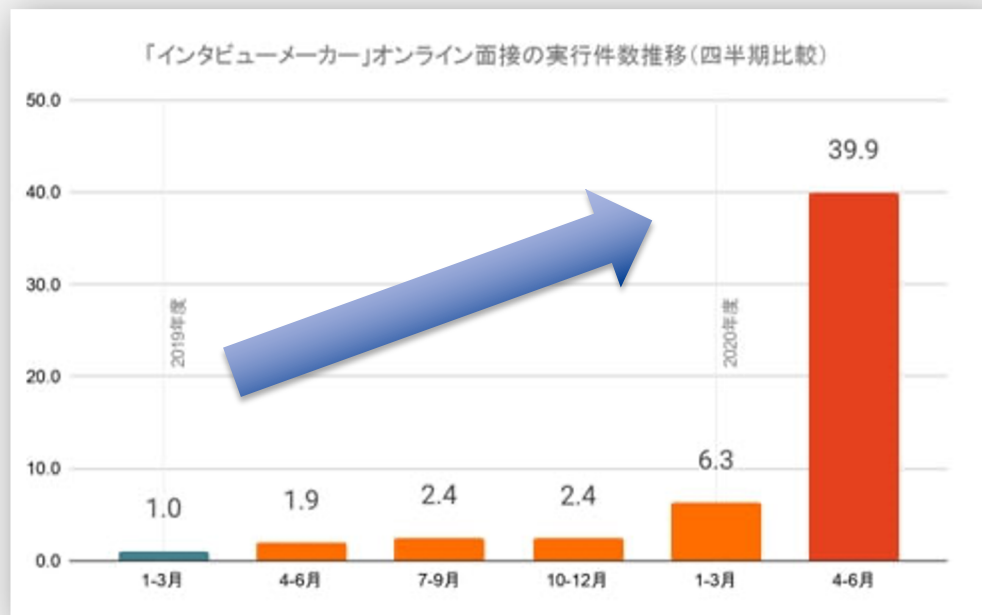
オンライン面接の市場変化について



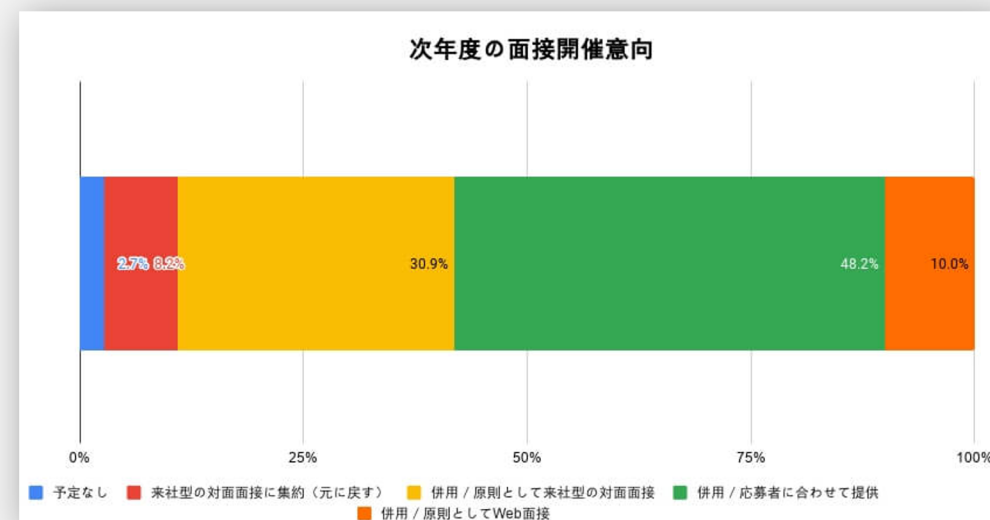
2020年4月以降オンライン面接が主流に

- 新型コロナウイルスの影響により、オンライン面接が主流となりました。
 - 「インタビューメーカー」の面接実施回数は約6倍に増加。
- オンライン面接と対面面接を併用している企業が8割を超えています。

面接実施回数の推移



面接開催の意向

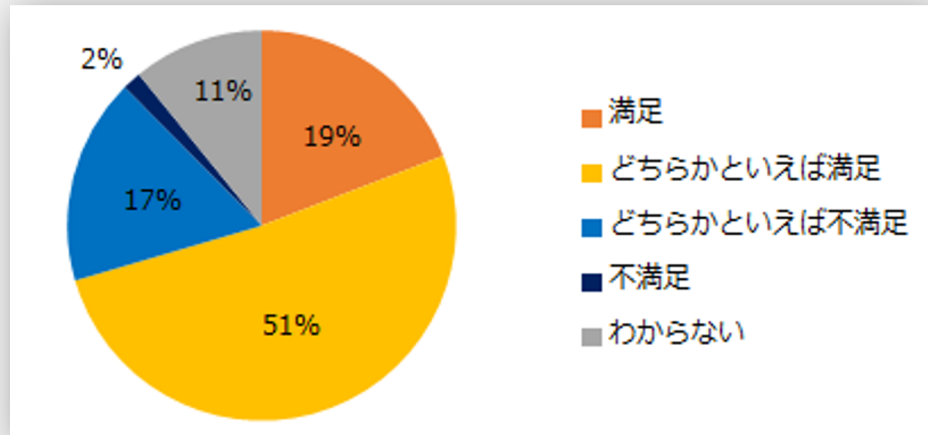


企業の19%がオンライン採用の難しさを実感

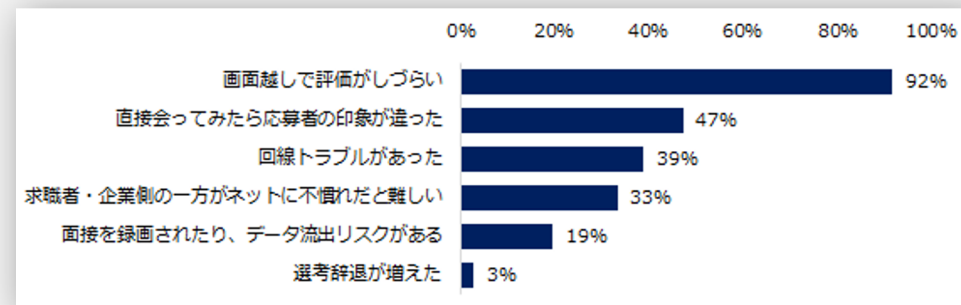
■ オンライン採用に満足している企業が増えてきました。

- 慣れてきた方が増えた一方で、満足していない方やオンラインの難しさを実感している方も増加傾向。

企業がオンライン採用を実施した感想



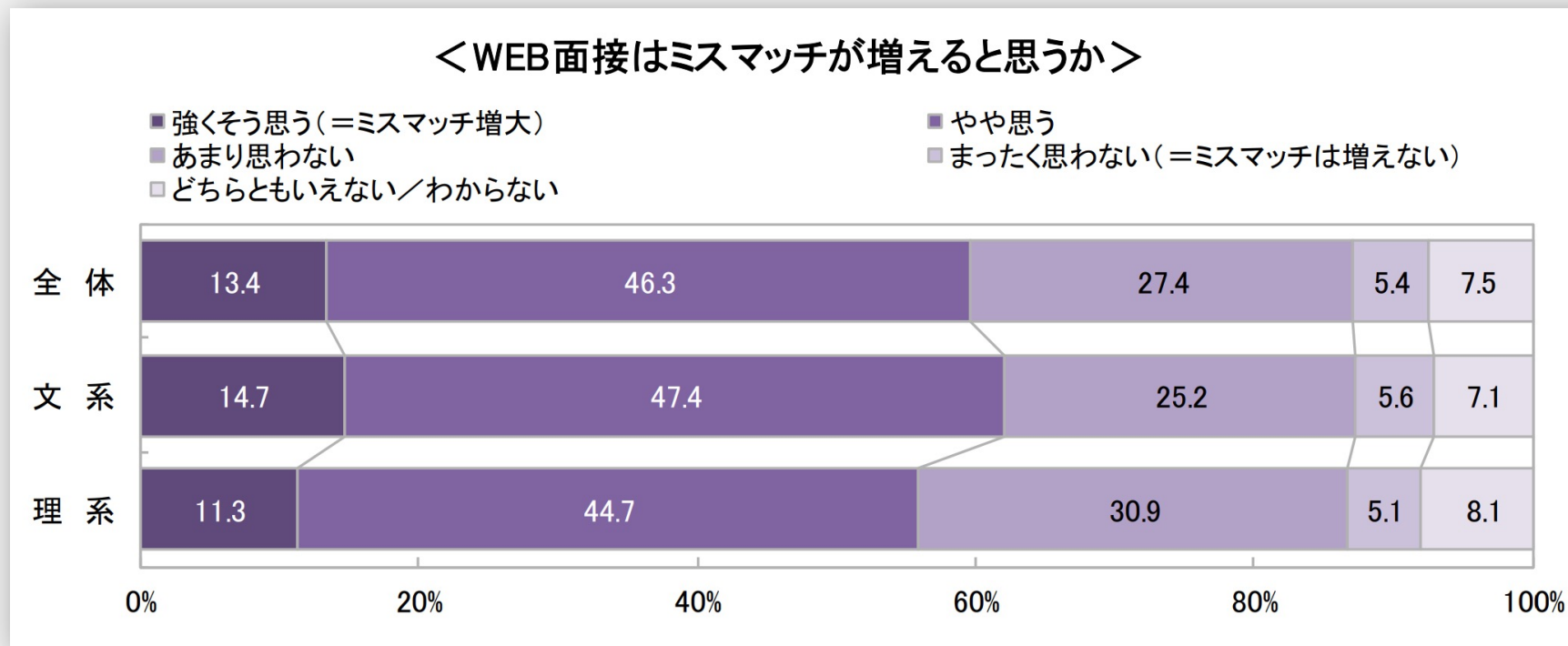
「不満足」「どちらかといえば不満足」と回答した理由



新卒領域では就活生の6割がミスマッチを実感

■ 就活生は対面よりオンラインの方が「ミスマッチがある」と実感している。

- 原因として、会話の難しさや非言語的な手がかりの少なさが特徴。



「魅力の訴求」

オンライン上の候補者体験設計について



「魅力」を4つに分解

■企業の魅力4つのPで整理されます。



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

「魅力の訴求」の具体例

- オフラインでアトラクト方法は異なります。
 - 自社の魅力を最大限伝えられる手法を選択しましょう。

オフライン時のアトラクト（People軸）

- ・ 人事以外の社員に会うことができる
- ・ 社風や雰囲気を感じ取ることができる
- ・ 会話を円滑に進めることができる

オフライン時のアトラクト（Privilege軸）

- ・ オフィス環境を見学することができる
- ・ プレゼントを贈ることができる

オンライン時のアトラクト（People軸）

- ・ 複数人の社員と面接を行う
- ・ 背景画像など表現を自由にできる
- ・ オンライン特有のコミュニケーションで差別化できる

オンライン時のアトラクト（Privilege軸）

- ・ 写真や動画を見返すことができる
- ・ 時間を有効に活用することができる

<補足> 会話の「間」の役割

■ 会話の「間」の役割は3つある。

- この役割を活用した「間」を取ることが、候補者体験の向上に繋がります。

理解を求める間

候補者が話の内容をしっかりと理解しているかを確認するための間。相手が理解できていないまま話が進んでいくことを避けるためにも、相手の反応を確認しましょう。

期待させる間

話の内容が盛り上がり、求職者が「次はどうなんだ」と、気になっているタイミングで一呼吸置く間。続きを気になってしまうため、候補者の心をぐっと引き寄せられます。

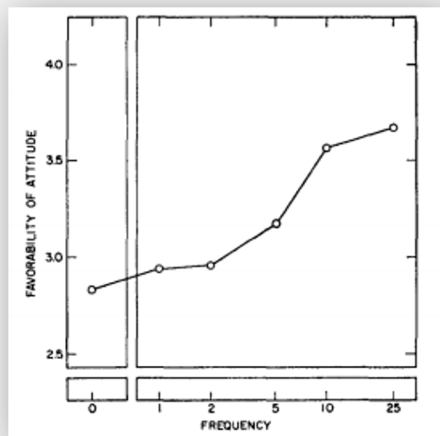
余韻を与える間

話のオチがついたあとの少し時間（間）。その時間で聴き手は色々なことを想像し、話が心に染みわたり、話全体の印象が実に味わい深い奥行きのあるものになります

接触回数は好感度と比例

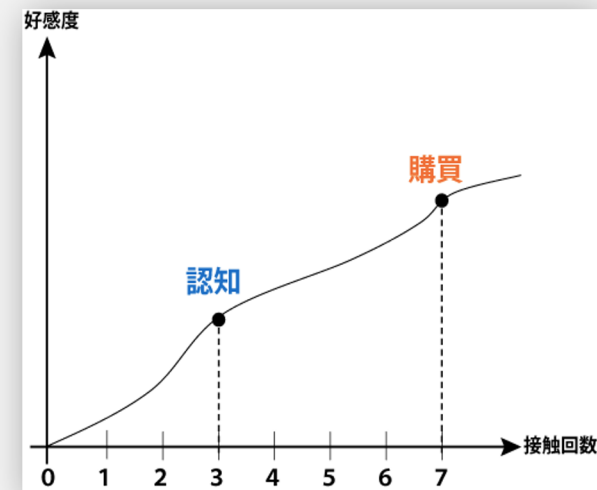
- 候補者との接触回数を増やし、自社の魅力を伝えていきましょう。
 - 接触回数を増やすことで自社に対し、候補者が好感を抱くようになります。

単純接触効果（ザイオンス効果）を知る



同じ人や物に接する回数が増えるほど、その対象に対して好印象を持つようになる効果。採用シーンでもオンライン・オフラインに関わらず候補者と多くの接触を図るべき。

セブンヒッツ理論を活用



広告業界の「消費者がコマーシャルに7回接触すると、お店でその商品が並んでいる売り場に行った時、その商品を選ぶ確率が高くなる」を採用シーンにも転用する。

※参照：Average attitude toward photographs as a function of frequency of exposure

※参照：セブンヒッツ理論

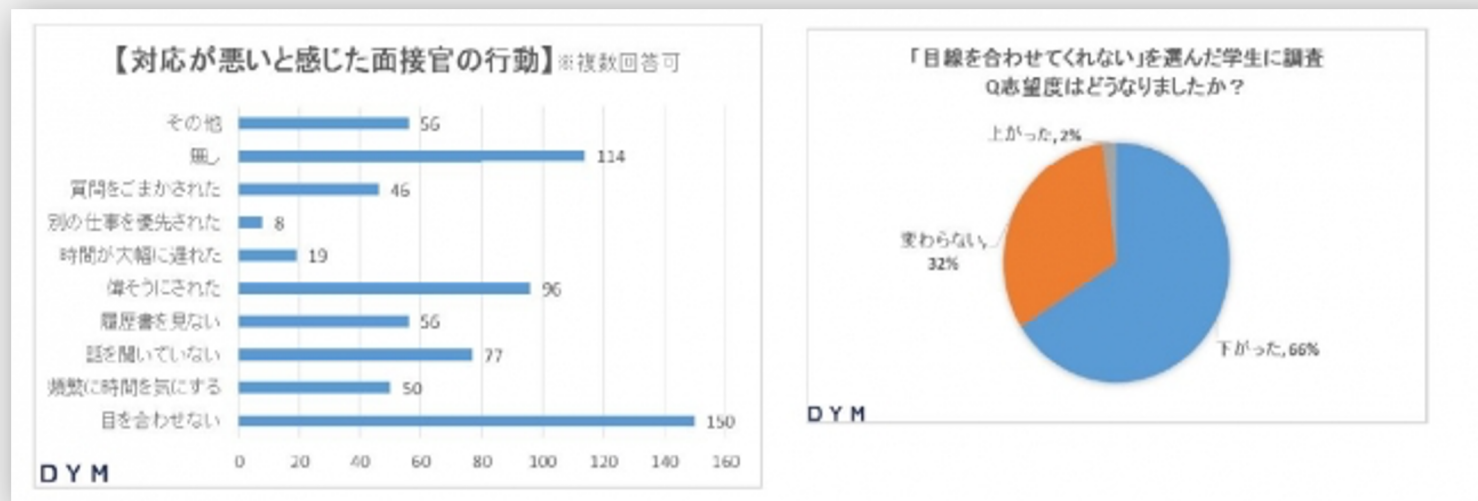
面接官の態度は志望度に影響

■ 候補者の意欲や志望度は面接官の対応も強く影響しています。

- 応募者にとって面接官はすごく大切な存在です。

▼ 悪印象の面接官の対応1位は「目を合わせてくれなかった」。

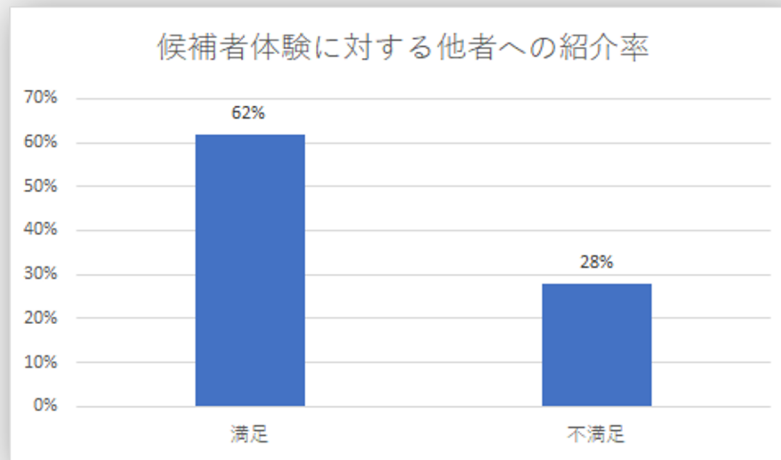
「目を合わせてくれなかった」を選択した学生に、その企業への入社志望度の変化を調査したところ、約7割が「志望度が下がった」と答えました。



ネガティブな体験を作らない

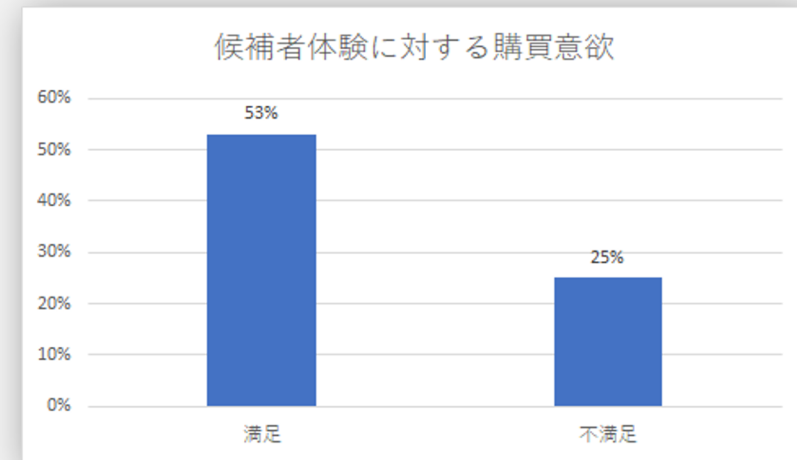
- より良い候補者体験を想像することは、今後の採用活動や自社の売上に貢献すると言われています。
 - 常に「良い」と思われる体験ではなく、「悪い」と思われる体験を作らないようにしましょう。

他者への紹介率



内定・不合格に関わらず応募者体験に満足した人は、そうでない人に比べて応募した企業を他者に推薦する割合が2倍以上となった。

候補者の購買意欲



候補者体験に満足した人は、そうでない人に比べて応募した企業の顧客になりたいと応えた割合が2倍以上となった。

面接前のポイント

採用担当者/面接官が気をつけるべき面接前の候補者体験設計



オンラインに対応した面接設計

- 従来の対面面接のままでは、魅力が伝わりきらないことがあります。
 - 型化した面接を行うことで、スムーズに面接を進めることができます。

ポイント	意図
魅力を伝えるポイントを決めておく	・候補者に対しより魅力を強調して伝えることができる ・面接官同士で共通認識を持つことができる
会社や社員を紹介する動画を作成してHP上で公開	・社内の雰囲気をもっと伝えることができる、 ・どのように仕事をしているのか具体的に伝えることができる
選考プロセスに複数の社員とのカジュアル面談や面接を組み込む	・どのような人たちが働いているか伝えることができる ・自身と社員がマッチしているかよく分かる
採用ピッチ資料を事前に送信	・面接の設計を容易に行うことができる

フェーズごとの魅力の伝え方を策定

■ 候補者のフェーズ（選考状況）によって、求める情報内容・粒度は異なります。

- 自社の魅力をどこでどのように伝えるかは、「4P×3フェーズ」を参考に当てはめてみましょう。

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				

<補足> 各フェーズの心理状態

心理状態

無関心

- ・ 自社のことを知らない
- ・ 転職しようと思っていない

認知・応募

- ・ 自社のことを知った
- ・ 転職を意識し始めた
- ・ 応募するか迷っている

選考・入社

- ・ 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

- ・ 仕事に役立つ情報
- ・ 生活に役立つ情報

- ・ 理念の魅力
- ・ 事業/業務内容の魅力
- ・ 人/文化の魅力
- ・ 働き方/待遇の魅力
- ・ 面接官の情報

- ・ 企業の課題
- ・ 他社との違い
- ・ 今後の展望（短期・中長期）
- ・ 導入事例/実績
- ・ 会社（事業）の歴史

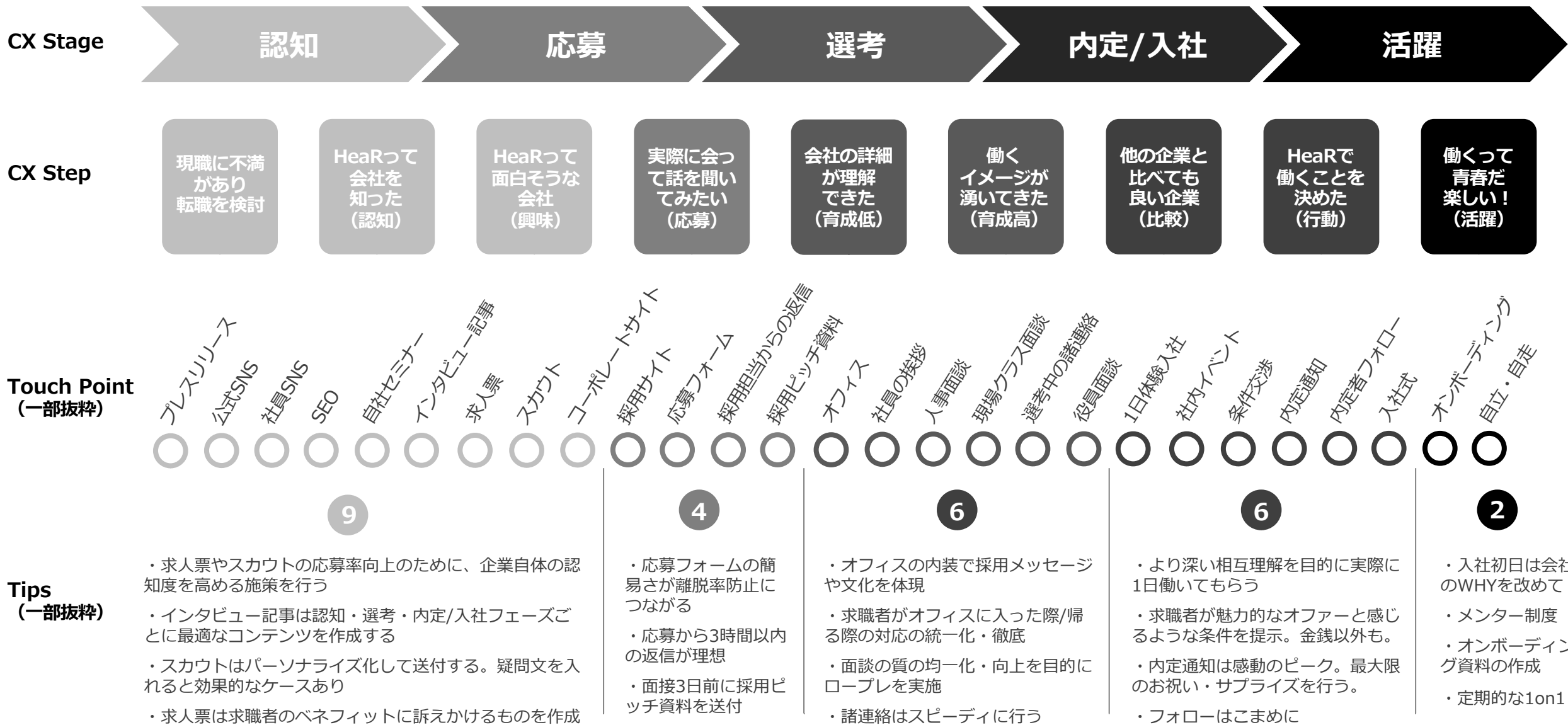
企画案（例）

- ・ 採用力が向上するSaaS8選
- ・ 共働き家庭にオススメする時短術5選

- ・ エース社員〇〇がHeaRの競合優位性をすべて語る
- ・ 従業員エンゲージメントが2倍に。HeaRが実践する変わった人事施策5選

- ・ HeaRの事業課題を“5つ”伝えます。
- ・ 創業以来HeaRが失敗した10個の施策とこれから仕込む新サービス（3年スパン）

魅力を伝える手法の考案・決定



面接中のポイント

採用担当者が注意すべき「お作法」



面接官として陥りやすいミス12個を確認

■面接官として陥りやすいミスを12個挙げました。

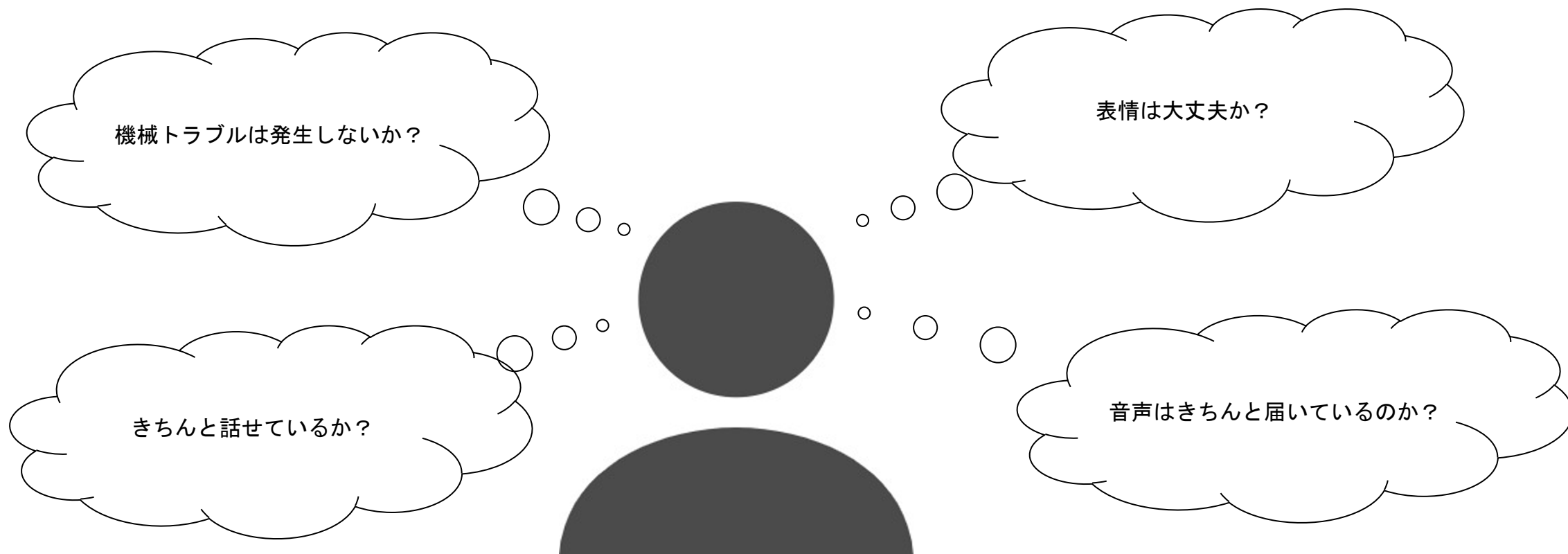
- 意識するだけで多少の改善が望めますし、仕組みとして防ぐ施策を立案・実行しましょう。

- ☐ 面接官が話しすぎて必要な情報が得られない
- ☐ ひとつの優れた（尖った）点で全体を評価してしまいがち
- ☐ 質問が場当たりので、候補者全員に共通な情報が少ししか得られていない
- ☐ 前の候補者の質に影響を受けやすい
- ☐ 職務遂行と関連のない質問をしやすい
- ☐ 面接の最初の1分で評価をしてしまいやすい
- ☐ 候補者の緊張を解くことができず、本音の情報を引き出せない
- ☐ 自分と似た点を持った候補者を高く評価しやすい
- ☐ 自信過剰で軽率な判断に陥りやすい
- ☐ 表情、容姿、態度など、言語外の情報に左右されやすい
- ☐ 人物理解の枠組みが固定的で、ステレオタイプで人を判断しやすい
- ☐ 多くの候補者を一度に評価することにより、寛大になったり厳しくなったりする傾向がある

アイスブレイクは十分過ぎるくらいまで実施

■長めのアイスブレイクを確保しましょう。

- オンラインのため、普段の面接より緊張している候補者が多いです。



受け手にとって愛のある行動を意識

- オンラインでは無意識に悪い印象を抱かせてしまうことがある。
 - 対面面接よりも丁寧に、はっきりと良い印象を残すように心がけましょう。

ポイント	具体例
不具合が選考に影響しないことを伝える	・「音声途切れたり、会話が被ったりしても選考には一切影響しない」と伝える
カメラの位置を気をつける	・ Webカメラを用意し、顔全体が映るようにする
常に見られていることを意識する	・ メモを取る時の表情に気をつける ・ 目線がずれるときはあらかじめ伝えておく ・ 大きめのリアクションで反応する
機械を通じて会話していることを意識する	・ ゆっくりとしたトーンで話す ・ 少し大きめの声でハキハキと話す ・ 大げさに相槌を打つ

<補足> 感情タイプごとのCX事例

タイプ	説明	CX事例	その他の例
Sense（感覚的）	視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚といった知覚（五感）を刺激する経験	・コンセプトを体現しているオフィス内装 ・心地良い音楽、気持ちが高ぶる音楽 ・清潔感のある匂い、落ち着く匂いなど	・空港ラウンジ ・ホテルのロビー ・三ツ星レストラン など
Feel（情緒的）	候補者の内面の感覚や感情に訴求する経験（カッコいい、信頼、魅力的など）	・「熱狂」を伝えるメンバー紹介記事 ・面接で何でも答えて「信頼」を得る ・サプライズ演出で「感動」してもらう	・ディズニーランド ・スターバックスコーヒーなど
Think（知的）	候補者の創造性や知的欲求に訴求する経験（勉強になる、自分を高められるなど）	・業界トレンドのオリジナル記事を作成 ・自分のルーティーンを発表し合う ・採用の未来について議論する	・動物園や博物館 ・勉強会/セミナー/講演会など
Act（行動）	行動やライフスタイルに訴求する経験（今までしたことがない体験など）	・キャンプをしながら採用選考 ・ゲーム採用 ・内定通知にサプライズでケーキを出す	・模擬体験 ・工場見学
Relate（社会性）	特定の集団や文化に属しているという感覚を訴求する経験（属していることの特別感）	・社内イベントへの招待 ・創業者による創業ストーリー ・オンボーディング資料	・オンラインサロン ・NPO団体 ・ママ会

面接後のポイント

選考辞退を防ぐ面接のアフターケア



積極的なコミュニケーション

■ 選考基準を満たした候補者には積極的にコミュニケーションを取りましょう。

- すぐに入社される方でなくても定期的に連絡を取るようにし、自社を選択肢に入れてもらえるようにしましょう。

01 カスタマイズメール

他の候補者と違う内容が送られてきていると感じるようなメールをお送りしましょう

- ・ 面接内容を組み込む
- ・ 面接のフィードバックを行う など

02 電話

電話は対面と同じくらいの効果があるので、電話でもキャッチアップを行いましょう。

- ・ 選考案内
- ・ 面接参加のお礼 など

03 ヒアリング面談

催促するのではなく、相談相手として候補者の状況をヒアリングしましょう。

- ・ 自社への志望度
- ・ 候補者の叶えたいキャリア像 など

アイデア集

オンライン面接だからできるユニークな小技



オンラインを活用する

- オンラインだからこそできる採用方法もあります。
 - 自社の魅力が一番伝わるオンライン面接を行いましょう。

オンライン機能の活用

■ 背景の変更

- ・プレゼン形式の自己PRを行う
- ・自社の魅力を伝えるための写真を使用する など

■ 録画機能

- ・何度でも見返し面接内容を確認できる
- ・面接官以外も的確な判断が可能になる など

■ 時間・人数の自由

- ・現場との調整が可能になる
- ・早朝や夜型の面接が可能になる など

オンライン×オフライン施策

■ 「モノ」の活用

- ・候補者に自社製品を届ける
- ・候補者宅にある物でアイスブレイクを行う など

■ ブルーオーシャン施策

- ・選考結果は「書類」で届ける
- ・書類を手書きで送付してもらう など

会社紹介

HeaRについて



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