

小さな会社が

お金をかけないで

人を採用できる

秘訣を教えます

採用定着士・社会保険労務士
藤澤 佳津男

- ✓ 採用コストが高い…
- ✓ 面接に来てもらえない…
- ✓ 応募が来ない…
- ✓ 面接のやり方がわからない…
- ✓ 内定を辞退される…
- ✓ すぐに辞めてしまう…

人材のお悩み、この1冊で全て解決!!

小さな会社が
お金をかけないで
人を採用できる
秘訣を教えます

内容

はじめに	7
第1章：3年後のナンバーツーを今から採るべき理由	11
2040年の成人は2000年から80万人減る	11
社員300人未満の中小企業の採用は厳しい	12
コロナ禍でもリーマンショック後の2.5倍の求人数がある	13
みんな「緊急かつ重要」な採用ばかりして失敗している	15
やるべきは「緊急ではないが重要」採用	16
「3年後の組織図を書く」のがナンバーツー採用の近道	17
1つ1つ課題を解決していけば3年後のナンバーツーは採用できる	19
第1章のまとめ	21
第2章：「採用コストが高い」の解決策	22
ハローワークで人が集まらない理由	22
「人材紹介」と「求人広告」は高い	23
一番求人が集めやすい媒体は〇〇	24
indeed×自社採用サイトが最強である理由	28
自社採用サイトとIndeedとを自動連係できるシステムもある	30
第2章のまとめ	32
第3章：「応募がこない」の解決策	33
知らない会社には応募しようがない	33
「検索結果=競合先（採用のライバル）」であると認識すべき	35
漠然と「いい人が欲しい」では集まらない。ペルソナ設定をすべき！	36
採用ペルソナ（どんな人がほしいか）の設定手順	37
① 今の従業員が辞めずに働く理由を見える化する	37
② 具体的に書き出してみる	38
求人票は「求職者との最初の出会い」	40
「急募」とか書いていませんか？「求職者目線」が大事な理由	41
応募が集まる求人原稿テンプレート	42
「S」職種	43
「T」ターゲット	45
「A」アカウント（説明）	47
「R」理由	48
「S」詳細（募集要項）	49
求人原稿のポイント①：とにかく具体的に！	52

求人原稿のポイント②：検索されるキーワードをいれこむ	53
求人原稿のポイント③：「Why」から始め心を動かす	53
第3章のまとめ.....	58
第4章：「面接にきてもらえない」の解決策.....	59
応募がきたら〇分以内に電話すべし！	60
電話がつながらなかった時の効果的な対策	60
電話もショートメッセージ連絡が取れない場合の対処法	61
再度の電話がかかりやすい時間	62
人材紹介会社が当たり前に行っている「掘り起こし」もやるべき.....	63
応募者がきてくれる面接日程とは.....	64
未経験者の採用の場合	64
経験者の採用の場合	65
面接の案内状を送付しよう.....	66
面接案内状に書くべきこと	67
面接のリマインドは〇日前にすると効果的	68
面接当日、5分前に応募者が到着しなかったら電話しよう	69
面接会場をわかりやすくしておく.....	70
既存のスタッフも歓迎ムード迎える	70
面接会場も整えておく（特に電気やエアコン）	71
面接まで少し待たせてしまう場合用に事業所のパンフレット等を置いておく	72
応募者に飲み物をだす	73
第4章のまとめ.....	75
第5章：「面接のやり方がわからない」の解決策.....	76
面接は異常な空間であることをまずは認識しよう	76
面接官も身なりを整えるのがマナー	76
「圧迫面接」は昭和の価値観・令和は「ファン化面接」	77
圧迫面接がNGな理由.....	77
令和の時代は「ファン化面接」	78
応募者をファンにする面接の流れ.....	80
①アイスブレイク.....	80
②面接の流れの説明.....	81
③面接官の自己紹介.....	82
④会社説明・募集の背景の説明.....	83
⑤会社や募集の背景についての理解を応募者に確認.....	85
⑥応募者が求人に貢献できる理由を聞く	85
⑦応募者のビジョンや目標を確認.....	86

⑧履歴書・職務経歴書で気になった点を確認.....	87
⑨（通過させたい応募者について）ビジョンを共有.....	89
面接1回でその場で内定をだすのはNG！別日に条件面談を行う.....	90
面接1回の場合は面接前後に案内役の社員が求職者をフォローする.....	91
面接を2回にわけて行う場合.....	92
東証1部上場企業もやっている！面接後のフォロー方法.....	93
結果を伝えるタイミングと見送る際の気配り.....	94
第5章のまとめ.....	96
第6章：「内定を辞退される」の解決策.....	97
結果は早く伝える。でも「内定」とは言わない.....	97
条件面談を行う.....	98
給与等を伝えると共に、入社後の道筋を伝える.....	98
面接で良かった点を伝える.....	99
一緒に働くスタッフも紹介しておく.....	99
在職者の入社タイミングの調整は要注意.....	99
「仮に内定がでたとしたら、入社していただけますか？」とさぐってみる.....	100
求職者が悩んでいる場合の対処法.....	101
2回の面接でいく場合は、2回目の面接のときに条件面談をしてしまうのもアリ....	101
「いつまでも待ちます」はNG！正しい内定の出し方.....	102
在職者に内定を出すときに必ずやるべきフォローとは.....	103
【第6章のまとめ】.....	105
第7章：「すぐに辞めてしまう」の解決策.....	106
新入社員をフォローすべき4つのタイミング.....	106
入社初日にすべきフォロー.....	106
①新人の挨拶を先輩がバックアップする.....	107
②会社の独自ルールを説明する.....	108
最初の休日にすべきフォロー.....	110
①環境変化へのフォロー.....	111
②仕事の困りごとが無いかの確認.....	111
③休日はリフレッシュできそうかの確認.....	113
入社1か月目にすべきフォロー.....	114
前職との比較での改善点も聞いてみる.....	115
入社3か月目にすべきフォロー.....	116
新人は「ほめる」事が定着への近道.....	117
【第7章のまとめ】.....	118
おわりに.....	119

著者プロフィール	121
----------------	-----

はじめに

「ハローワークで応募が集まらない」

「求人広告に 50 万円も払ったのに採用できなかった」

「人材紹介に 100 万円払ったのに 1 ヶ月で退職された」

こういったご相談をよくいただきますが、無理ありません。

その一番大きな理由は、**人口減少**。

2000 年の成人数が 164 万人なのに対し、と 2020 年の成人数は 123 万人。

約 40 万人も減っています。

だからこそ、普通にやっていたのでは採用しようがないのです。

しかも、中小企業は大企業と比べて、残念ながら人気がありません。

現に、2020 年の新卒採用では、**大企業**の求人倍率が **0.42 倍**なのに対し、

300 人未満の中小企業は **8.62 倍**。10 社近くで一人の学生を取り合っている

状況です。

30人以下の小さな会社のデータは見つかりませんでした。より一層厳しいことには間違いありません。

こういった状況だからこそ、ハローワークや求人広告といった、今までのやり方で採用活動をしていたのでは、「良い人材」どころか、「人を採用する」ということ自体が難しくなっているのです。

一方、こんな環境下でも、**人を採用できている会社はあります。**

現に、私が所属する一般社団法人採用定着支援協会には下記のような事例があります。

【電気工事業・福岡・社員10名】

- ・未経験OKだが若い人が欲しかった
- ・求人広告で「スペースをひろげる」「期間を長くする」等をやったが、採用できなかった
- ・採用手法を変えたら**2カ月で10人の応募**がきた
- ・その中から**若くて会社にフィットする人**が選べた

【介護事業所・大阪・社員30名】

- ・介護職員と看護師の同時募集
- ・人材紹介に1人100万円以上払ったがスグに辞められたことがあった
- ・年間休日も給料も業界平均
- ・**10人以上の応募があり介護スタッフ・看護師共に採用できた**
- ・**人材紹介から脱却できた**

では、こういった会社は、何をしていたのか？

その答えを、本書籍にまとめさせていただきました。

本書籍をお読みいただければ、**今のスマホ時代にあった採用手法**がわかります。

そうすれば、応募が集まり、その中から自社に合った良い人材を選べるよ
うになります。

その結果、会社を支える人材へと育ち、**3年後にはナンバーツー**として、
社長さんを支える**右腕**となるでしょう。

そうなれば、**社長さんの時間に余裕**ができ、「**今までやりたかった新事業**」にも**挑戦**できるようになります。

こういった「**ワクワクするような3年後の未来**」を作りますか？

本書がそのお役にたてれば幸いです。



採用定着士・社会保険労務士 藤澤佳津男

第1章：3年後のナンバーツーを今から採るべき理由

2040年の成人は2000年から80万人減る

突然ですが、問題です。2040年の成人の数はご存じですか？

答えは、**83万人以下**です。

なぜなら、**2020年の出生数が83万人**と確定したため、20年後の**2040年の成人数は、83万人以下**となることが確定したからです。

ちなみに、**2020年の成人数は、122万人**です。

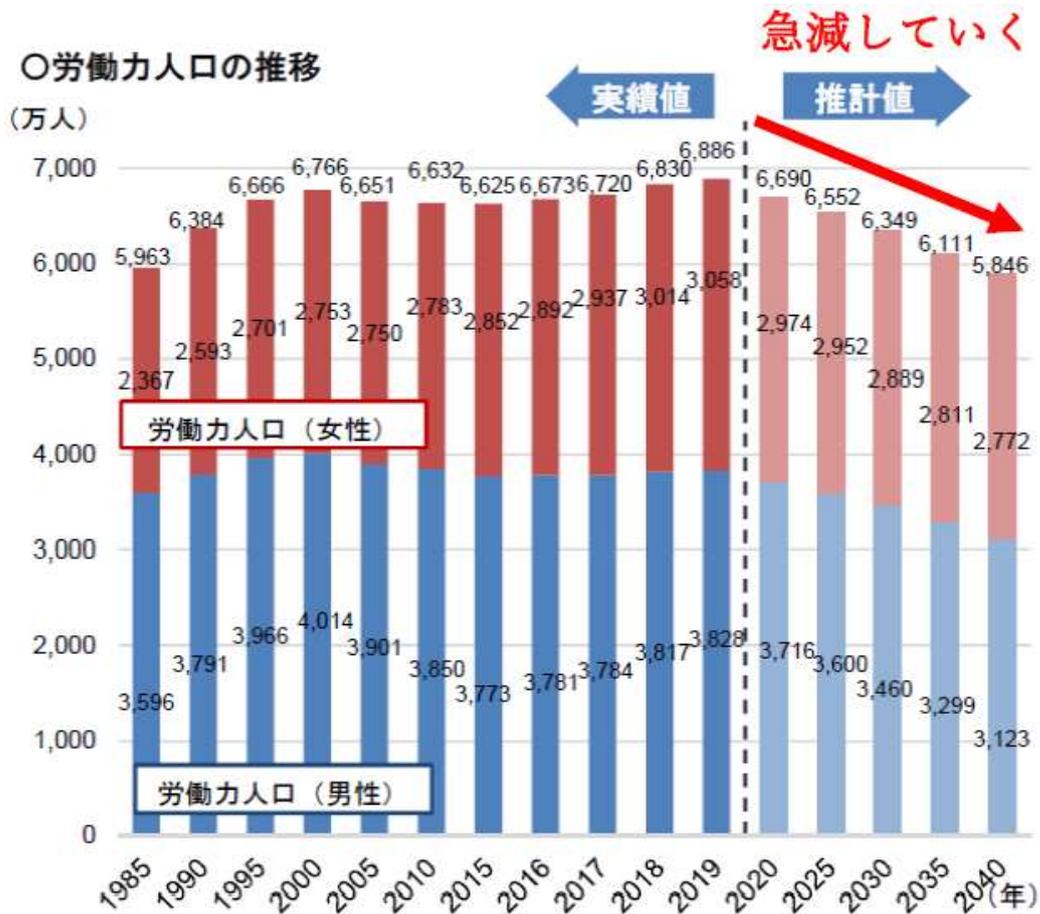
そして、20年前の**2000年の成人数は、164万人**です。

つまり、この20年間で40万人以上の成人が減り（単年度）、次の20年後には、更に40万人減る（単年度）ということです。

2000年の成人数	164万人	 80万人減少
2020年の成人数	122万人	
2040年の成人数	83万人以下	

このように労働人口は明らかに減っています。

ちなみに、次のグラフが労働人口の推移になります。



引用元：厚生労働省「労働市場における雇用仲介の現状について」

社員300人未満の中小企業の採用は厳しい

コロナ前は、採用に困っている企業がとにかく多く、「人手不足倒産」という言葉もよく聞かれました。

とりわけ、社員300人未満の中小企業は、採用活動にものすごく苦戦を強い

られていました。

現に、リクルートワークス研究所によると、2020年の新卒採用において、**従業員5000人以上の大企業の求人倍率が0.42倍**なのに対し、**従業員300人未満の中小企業の求人倍率は8.62倍**という結果となっていました。

従業員数	求人倍率	
300人未満	8.62倍	中小企業の 採用は厳しい
300～999人	1.22倍	
1000～4999人	1.08倍	
5000人以上	0.42倍	

コロナ禍でもリーマンショック後の2.5倍の求人数がある

「でもコロナがあったから、今はもう採用に困らないでしょ？」なんて思うかもしれませんが、実はそんなことはありません。

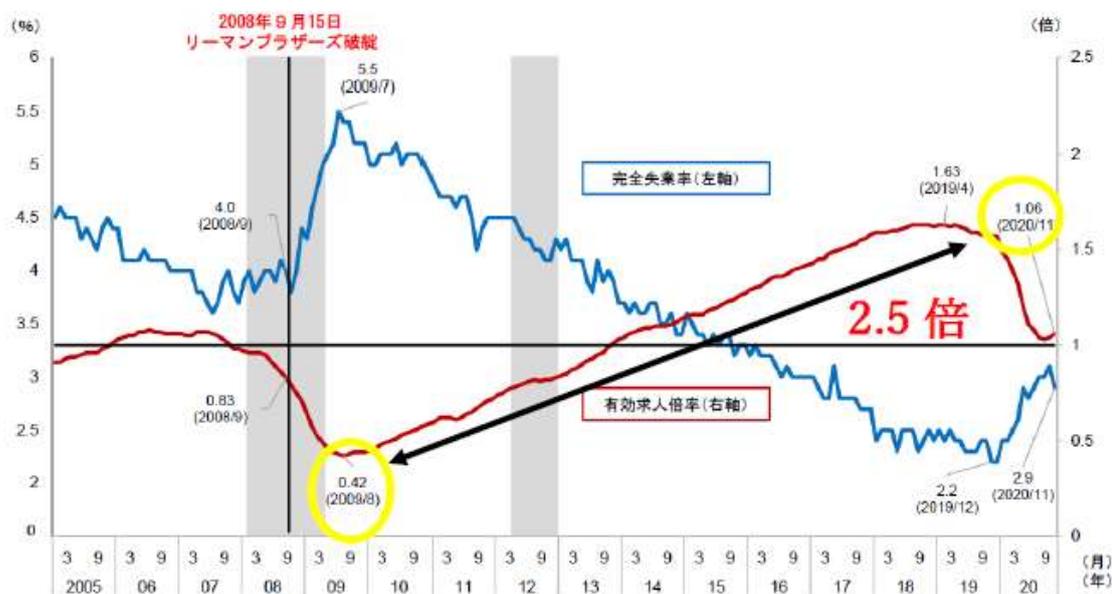
なぜなら、**コロナ禍**の2020年11月の求人倍率でも**1.06倍**もあるからです。これは、リーマンショック後の求人倍率0.42（2009年8月）と比

べると、2.5倍も高い求人倍率になります。

つまり、新型コロナウイルスの影響で、ホテルや飲食などの求人が一時的に減っているものの、全体としての求人は依然として多かったということです。

そして、コロナの見通しがたった現在では、求人数が急に増加しつつあり、人材の取り合い合戦が再開したということです。

○有効求人倍率と完全失業率の推移



引用元：厚生労働省「労働市場における雇用仲介の現状について」

みんな「緊急かつ重要」な採用ばかりして失敗している

30人以下の小さな会社は、常に「人材の採用定着」に課題をかかえています。

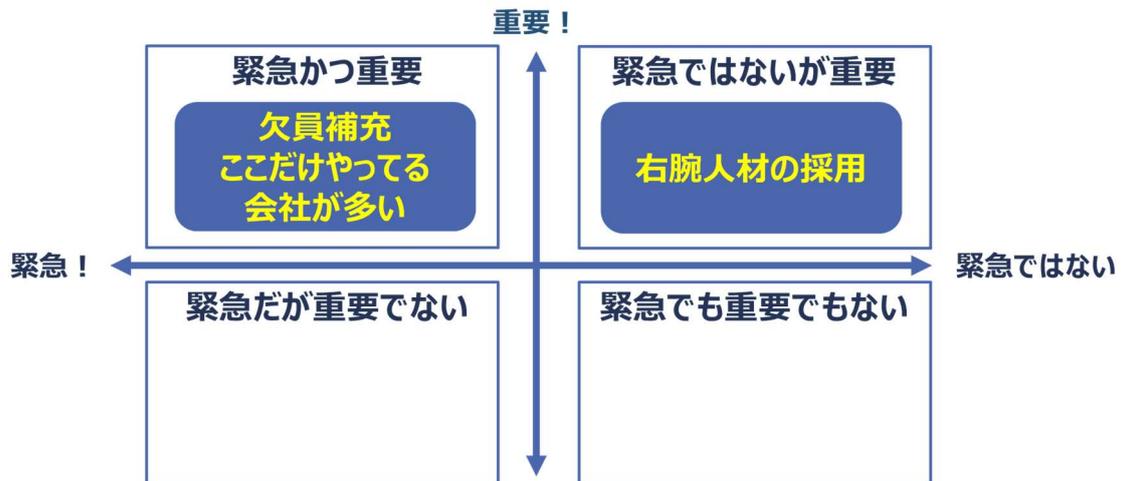
というのも、『スタッフがやめる⇒あわてて欠員募集⇒応募が来ない⇒とりあえず応募してきた人を採用⇒少人数から採用したためちゃんと選べてない⇒
スグに退職⇒またあわてて欠員募集』といった負のループにおちいつているからです。

スタッフが何度も辞めると、周りのスタッフも疲弊していきます。

ナンバーツー人材なんか当然育ちませんし、3年後の事業展開を考えると
ろか、日々の業務で手一杯になってしまいます。

こういった欠員補充の採用は、「緊急かつ重要」な採用と言えます。

以下が、「緊急性」と「重要性」で4つにわけた表になります。



やるべきは「緊急ではないが重要」採用

3年後の事業展開を考えたときに、やるべきは「緊急ではないが重要採用」です。この「緊急ではないが重要採用」というのは、「今スグ人が足りないわけではないけど、求人はだしておいて、良い人がいたら採ろう」といったスタンスでやる採用の事をいいます。

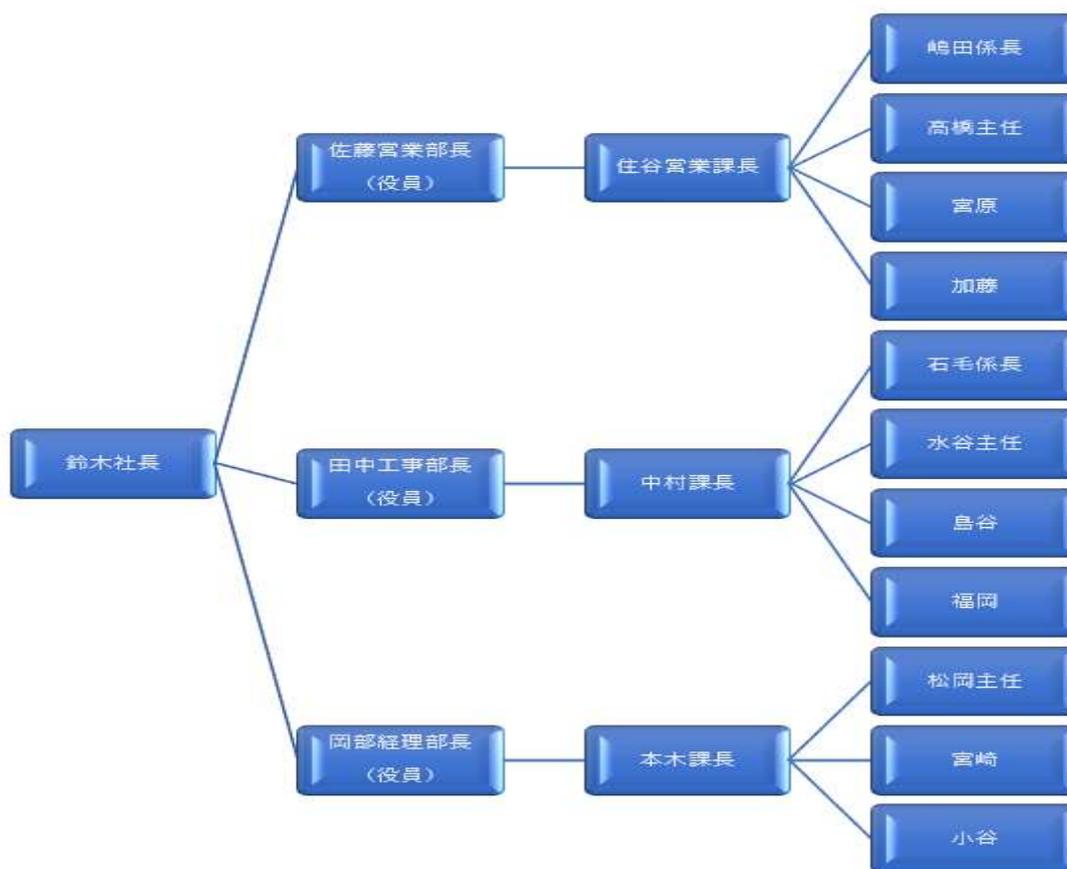
なぜ、「緊急ではないが重要採用」が必要なのかというと、「欠員補充で1カ月とか2カ月とかの短期間に募集」をするよりも、「長いスパンで募集を集め、良い人を集める」といったアプローチの方が、良い人材を選びやすいからです。

というのも、良い人材は、そもそもどこかの会社で働いているので、なかなか

転職市場にはできません。だからこそ、長いスパンで待ち構え、「良い人がいたぞ！」といった時に、採用するスタンスの方が、右腕人材を獲得しやすいからです。

「3年後の組織図を書く」のがナンバーツー採用の近道

ここで課題があります。今の会社の組織図を書いてみてください。



【組織図の例】

それでは、**3年後の組織図**も書いてみましょう。

3年後はどう変わりましたか？

何か新事業はやっていますか？

幹部は何歳になっていますか？

今の若手は何歳になりますか？

事業は大きくなっていますか？

3年後。当然ですが、社長さんをはじめ社員全員が3歳、年を取っています。

こうやって3年後を考えてみると、「**どんな人材が足りていないのか**」が浮き彫りになります。

その人材を今から募集できたらよくありませんか？

求人はあせってやると失敗します。

だからこそ、3年後を見すえ、今から足りない人材を明確にし、採用活動を行っていったほうが良いです。

なぜなら、時間軸が長い分、良い人材を獲得しやすいからです。

1つ1つ課題を解決していけば3年後のナンバーツーは採用できる

私は**一般社団法人採用定着支援協会**（社会保険労務士を中心とした採用のプロフェッショナルが集まる組織）に所属しています。

日々、採用の成功事例を全国の先生方と共有していますが、例えば、一般的に不人気とされる介護福祉分野でも1週間で10名の応募を集めたといった事例はあります。そして、定着する人材を獲得し、会社の根幹を支えてくれています。

もっとも、そういった会社も、いきなり定着人材を採れるようになったわけではありません。

以下のような課題を一つ一つ解決していくことで、たくさんの応募が集まり、自社にフィットする人材を選べるようになり、会社に定着していったのです。

【定着人材を確保するまでの課題】

- ① 採用コストが高い
- ② 応募がこない
- ③ 面接にきてもらえない
- ④ 面接のやり方がわからない
- ⑤ 内定を辞退される
- ⑥ すぐに辞めてしまう

次の章から、一つ一つ課題の解決策についてお伝えしますので、ぜひ参考にしてみてください。

第1章のまとめ

【3年後のナンバーツーを今から採るべき理由】

理由①：少子化：2000年の成人：164万人→2040年の成人：83万人以下

理由②：300人未満の中小企業は採用しにくい

※2020年の新卒求人倍率：大企業0.42倍、中小企業(300人未満)8.62倍

理由③：コロナ禍でも求人倍率はリーマン後の2.5倍もあった

みんな「緊急かつ重要な」採用ばかりして失敗している

「社員が退職⇒あわてて欠員補充⇒少ない中から急に採用しているからミスマッチがおきる⇒早期離職⇒また求人⇒社員疲弊」の負のループ

「緊急ではないが重要採用」をやろう

長いスパンで採用したほうが良い人材が採りやすい

「3年後の組織図」に必要な人材を今から採る！

求人はあせってやるからミスをするので、今から募集してしまう

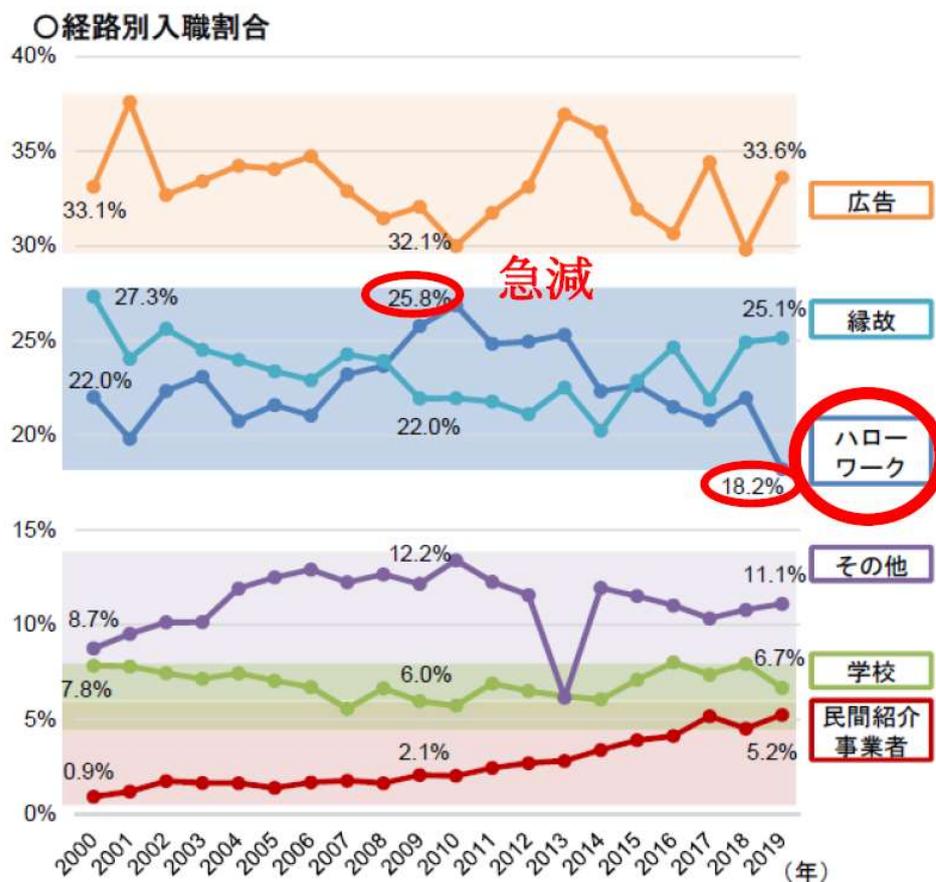
第2章：「採用コストが高い」の解決策

ハローワークで人が集まらない理由

「求人しよう」と考えて、ハローワークを使う会社さんは多いと思います。

ですが、なかなか思うように応募者が集まらないのではないのでしょうか？

なぜなら、若い人を中心に、今の求職者はハローワークをあまり利用しなくなっているからです。



引用元：厚生労働省「労働市場における雇用仲介の現状について」

厚生労働省のデータによると、**2010年頃からハローワークの利用率が急激に低下**しています（ハローワークでの入職割合が25.8%から18.2%に低下）。

これは、**スマホの普及**により、「ハローワークに行って仕事を探す」という文化が廃れ、「スマホで検索して仕事を探す」という行動が定着していったことを示しています。

このように、「ハローワークで人が集めにくくなった」という現状があります。

その結果、ハローワークで人材を集められなかった会社さんは、「人材紹介会社」や「求人広告」の利用をしますが、その**利用料の高さ**に悩まされる現実があります。

「人材紹介」と「求人広告」は高い

「人材紹介」と「求人広告」は、高額です。

地域や媒体、広告スペースによって値段は変わりますが、ざっくりとした相場感としては以下のようなイメージとなります。

人材紹介会社	年収の30% (例：年収400万円なら紹介手数料120万円)
転職サイト	1職種4週間掲載 →25万円～80万円くらい
アルバイトサイト	1職種1週間 →5万円～10万円くらい

なかには、ITエンジニアや有資格系の人材で、年収の100%という高額な報酬体系の人材紹介会社もあります。

ちなみに、こういった人材需要を背景に、人材紹介会社や求人広告会社は、過去最高益を出し続け、絶好調の状態にあります。

一番求人が集めやすい媒体は〇〇

それでは、「どんな媒体を使うとコスパ良く応募が集められるのか?」という

と、**indeed** (**Google しごと検索**) がオススメです。

なぜなら、今の求職者の「スマホでの仕事の探し方」に、indeed (Google しごと検索) がマッチしているからです。

【indeed とは】

「仕事探しは、indeed ♪」という CM のフレーズでおなじみの**求人情報に特化した検索エンジン (世界 1 位)**。

「横浜 営業 求人」といった検索を google や yahoo ですると、ほぼ一番上位に表示されるサイト (無料・有料を問わずあらゆる求人情報を網羅しており、indeed 内で求人検索ができるようになっている)

月間約 3700 万アクセスをほこる**世界ナンバー 1 サイト**

【Google しごと検索とは】

Google が 2019 年に日本でも始めたサービス。

Google で求人や採用関係のキーワード検索をした場合に、企業の求人情報を検索結果ページの上部に掲載する機能

Google 豊中市 訪問介護 求人

すべて ショッピング 画像 地図 書籍 もっと見る ツール

約 2,070,000 件 (0.33 秒)

Indeed インディード

訪問介護の求人 - 大阪府 豊中市

大阪府 豊中市の訪問介護の求人は8281件あります。訪問介護、訪問介護ヘルパー、サービス提供責任者などの仕事・転職・アルバイト情報もまとめて検索。

求人

●大阪府豊中市 付近

3日以内 フルタイム 株式会社

	介護職・ヘルパー 大阪府豊中市 提供元: [redacted] 毎月 ¥21.6万 フルタイム	
	ホームヘルパー(訪問介護) 大阪府豊中市 提供元: [redacted] 7日前 1時間 ¥1,760 フルタイム	
	訪問介護員 大阪府豊中市 提供元: [redacted] 6日前 毎月 ¥23.3万~¥33.1万 フルタイム	

→ 他 100 件以上の求人情報

もっと見る フィードバック

Google検索と検索

引用元：Google 検索

この様に、検索すると **indeed** や Google しごと検索が**上位表示**されます。

求職者がスマホで求人検索をした時、一番上に表示される indeed や Google しごと検索から求人を見ていくため、応募者を集めやすいという事です。

特に、**indeed は一番求職者が集まりやすい**です。

しかも、**無料掲載も可能**。

だからこそ、使わないともったいないのです。

ちなみになんですが、実は、**求人広告会社**や**人材紹介会社**も、indeed に広告費を支払う形で求職者を集めていたりします（indeed 広告という indeed 内で目立たせるスポンサー枠があります）。

ですので、**結局最終的には indeed にたどり着く現実があるからこそ、求人広告会社や人材紹介会社をはさまずに、indeed に直接掲載**してしまったほうが、コスパ良く求職者を集めることができるのです。

【求職者のスマホでの仕事の探し方】

スマホを手にする

→「大阪 営業 求人」といったキーワードで検索する

→上位表示されたサイトを見る：すなわち indeed や Google しごと検索

→indeed や Google しごと検索の中で上位に表示された求人を見る

indeed × 自社採用サイトが最強である理由

今、求職者を集めるのに注目を集めているのが「オウンドメディアリクルーティング」という手法です。

オウンドメディアリクルーティングというのは、**自社採用サイト**を作って、その内容を **Indeed など**に**自動連携**する手法です。

この話を聞くと、「うちの会社のホームページにも採用ページあるよ」といった会社さんもいるでしょう。

ですが、自社のサイトに採用ページがあるだけでは、求職者に見つけてもらう事ができません。 **求職者を自社の採用ページまで連れてくる必要**があります。

その際にポイントとなるのが、indeed なのです。

というのも、スマホを使って仕事を探している人が、1番たどり着く可能性が高いのが、indeed だからなのです。



もともと、indeed に掲載しただけでは、不十分です。Indeed とあわせて自社採用サイトもあったほうが、良い人材を獲得しやすいです。

というのも、たしかに、自社採用サイトをもっていなくても、indeed に無料掲載することはできます。

ですが、indeed に掲載だけだとスペースの関係上、図や写真を思う存分使いくにくいといった面があります。

いくらたくさんの人に求人を見てもらっても、最終的に応募をしてもらえないことには意味がありません。

そして、応募をしてもらうためには、魅力的な求人原稿が必須です。

だからこそ、魅力的な求人原稿を作りやすい「自社採用サイト」が必要なのです。

自社採用サイトと Indeed とを自動連係できるシステムもある

最近では、**自社採用サイト構築システム**（自社採用サイトを作成すると、自動連係機能により、**indeed 無料枠に掲載できる**）も登場しています。

こういった自社採用サイト構築システムを使えば、Indeed に簡単に掲載できるだけでなく、**魅力的な求人原稿も自由に作れるので、応募が集まりやすい**です。

① **自社の採用サイトに魅力的な求人原稿をアップ**



② **自動で indeed 等に掲載される**



③ Indeed 等で求人を知ってもらえる（たくさんの人が見るから）



④ 魅力的な求人原稿があるため応募してもらえる

たしかに、（自社の採用サイトをもたずに）、indeed に直接掲載してしまう方法は簡単です。

ですが、どうしてもスペース等に制限があるため、（自社採用サイトで写真などを思う存分使ったサイトと比べると）、魅力的な原稿は書きにくいです。

そうすると、どうしても数ある求人（ライバル）の中から、「この会社いいな！」と思ってもらえるチャンスが減ってしまいます。

ですので、「**自社採用サイトを作って、自社の魅力を存分にアピールし、それを indeed に掲載する**」という方法が効果的なのです。

ちなみに、私が所属する一般社団法人採用定着支援協会でも、「費用対効果が高く、1 番顧問先等のためになるのは、自社採用サイト構築システムだ」という判断から、独自システムを構築し、全国で支援を進めています。

第2章のまとめ

【ハローワークでは人が集めにくくなった】

スマホの普及でハローワークには行かず、**スマホ**で「大阪 営業 求人」といった検索をして仕事を探すようになったから

【人材紹介会社・求人広告が高い】

- ・人材紹介会社：**年収の30%**（年収400万円なら紹介料**120万円**）
- ・転職サイト（正社員）：**25万円～80万円**（1職種4週間掲載の目安）
- ・アルバイトサイト：**5万円～10万円**（1職種1週間掲載の目安）

【いま一番求人が集めやすいのは indeed】

なぜなら、スマホで求人検索をした時に**一番上位に表示**されるから

【自社採用サイト×indeed が最強】

自社採用サイトは、ハローワーク等と違い、**求人原稿のフォーマットが自由**なため、求人原稿を自由に**魅力的に書く**ことができる。魅力的な求人原稿を indeed に掲載すればコスパ良く求人が集められる。

第3章：「応募がこない」の解決策

知らない会社には応募しようがない

突然ですが、1つ課題をださせてください。

Googleで検索をして、あなたの事業所の求人を見つけることはできますか？

もちろん、「事業所の名前 求人」というキーワードで検索するのはNGです。なぜなら、よほどの大企業でもない限り、社名を入れた形で求人を探す求職者はいないからです。

ですので、「営業 求人 大阪」といったような、求職者が検索しそうなキーワードで、探してみてください。

さて、いかがでしたでしょうか？見つかりましたでしょうか？

もし、ここで見つけれられないという場合は、求職者は「あなたの事業所が求人をしていることを知りようがない（応募しようがない）」という事になります。

その場合の解決策は、お金を多めに払って求人広告や人材紹介会社にお願いするか、2章で説明したような「自社採用サイト構築システム」を構築して、indeed に掲載する方法となります。

その上で、「indeed の中でいかに見てもらえるか」という工夫をする必要があります。

具体的には、「**求人情報の更新作業を行う**」「**掲載のタイトルを工夫してクリックしてもらいやすくする**」「**掲載内容に indeed 検索を意識したキーワードを自然な形でいれていく**」といった施策になります。

【ポイント】

そもそも「**自社が求人していること**」を、求職者に認知してもらわない事には、応募が集まるわけがない。

だからこそ、indeed を中心に露出を増やし、求職者に認知してもらうようにするのが大事。

「検索結果=競合先（採用のライバル）」であると認識すべき

「応募者は必ずうちに来てくれるもの」となぜか勘違いされている方が多い
のですが、人手不足の今は違います。

なぜなら、**競合がいるため、事業所側が選ばれる立場**にあるからです。

だからこそ、自身の事業所を選んできてもらうためには、競合先（採用のライ
バル）を把握しておく必要があります。

そのための手段が、**検索**になります。

なぜなら、「営業 横浜 求人」といった検索をすれば、「**何社、求人があるのか**」「**どういったライバルが募集しているのか**」「**ライバルの給料はいくらなのか**」
といった事がわかるからです。

【indeed の検索結果でわかること】

- ① 何社、同じような求人をしている会社があるのか
- ② どういった会社が求人をしているのか
- ③ ライバルの勤務条件（賃金・労働時間・休日など）

The screenshot shows the Indeed job search interface. At the top, there's a search bar with 'キーワード 訪問介護' and a location filter for '勤務地 大阪府豊中市'. Below the search bar are filters for '掲載日', '25km以内', '年収', '正社員', '勤務形態', and '会社名'. The main content area displays a list of job listings. One listing is highlighted with a red box and annotations: 'ライバルの数' (Number of competitors) is 19,406 job seekers; '募集している会社(競合)' (Recruiting companies/competitors) is indicated by an arrow; and 'ライバルの給料' (Competitor salary) is 23.5 million to 30.0 million yen per month. The job details for the highlighted listing include '大阪府豊中市', '昇給あり', '急募', and '交通費支給'. The job description mentions '介護福祉士' and '訪問介護'.

引用元：indeed 検索

漠然と「いい人が欲しい」では集まらない。ペルソナ設定をすべき！

「ペルソナ」という言葉はご存じでしょうか？

ペルソナというのは、マーケティング用語で、企業の商品を買ってくれるもっ

とも理想的なお客さん像のことをいい、とても重要視されています。

なぜなら、理想の顧客が、「どんなライフスタイルをおくっていて」、「どんなことに関心があって」、「どんなことにお金を使っているのか」等を明確にすることで、よりお客さんを引き付ける魅力的な商品が作れるからです。

そして、この考え方は、採用においても重要となります。

つまり、「採用ペルソナ（どんな人がほしいか）」を明確にすることで、**自社にフィットする人材の応募が集められ、採用後のミスマッチを防ぎ、早期離職を防止する事につなげられるから**です。

採用ペルソナ（どんな人がほしいか）の設定手順

採用ペルソナを決めるためには、次のようなステップを踏む必要があります。

- ① 今の従業員が辞めずに働く理由が見える化する
- ② 具体的に書き出してみる

- ① 今の従業員が辞めずに働く理由が見える化する

「今の従業員が辞めずに働く理由を見る化する」ことは、理想的な人材を獲得し、**定着してもらうために重要**です。

なぜなら、「従業員が働く理由」は、事業所の雰囲気や支援のスタンスと密接につながっているからです。

つまり、「やりたい新しい支援を積極的に提案できるのが好きで働いている」、「個別に利用者に関われる時間がとれ、利用者の成長を感じられるから勤務している」、「残業がなくプライベートと両立しやすいから続けられている」といった、今働いている従業員が辞めない理由を明確にすることで、「こういう考えのスタッフたちと上手くやっていける、〇〇な感じの人が欲しいな」と採用ペルソナを明確にすることができるようになります。

② 具体的に書き出してみる

「自社に従業員が辞めない理由」を把握したら、「では、どんな人材に来て欲しいのか？」を書き出してみましよう。

具体的には、「どんな仕事をしてもらいたいのか？」、「どんな経験をもっている人がよいのか？」、「どんな家族構成の人がよいのか？」といった事を書き出してみましよう。

ちなみに、以下のような項目を意識すると書き出しやすいです。

【採用ペルソナを考えるうえでピックアップしたい事】

- どんな仕事をしてもらうのか？
- なんで今回採用することになったのか？（採用の背景）
- 資格はあるのか？
- 経験はどのくらい必要なのか？
- 他の事務所の経験があった方がよいのか、逆に無い方がよいのか？
- どんな性格の人に来て欲しいのか？（例:積極的に提案するタイプ）
- 運転免許は必要か？
- 年齢は？
- 趣味は？
- 夢や目標は
- 学歴は？
- 部活は？（体育会系 or 文科系）
- 家庭構成は？
- 居住地は？

求人票は「求職者との最初の出会い」

事業所名で検索でもしない限り、求職者とあなたの事業所との最初の接点は、求人原稿になります。つまり、「**求職者の第一印象は求人原稿で決まる**」ということなのです。

だからこそ、求人原稿の印象を良くしておく必要があります。

それでは、「印象がよい求人原稿」とはどういったものなのでしょう？

答えは、自社の求人に**マッチする人**が見たときに、「この求人に応募しないと**ダメだ!**」と感じてもらえるような原稿です。

なぜなら、自社にマッチしない人の応募がたくさんきても、手間がかかるだけですし、なにより「本当に欲しい人の獲得」が最終目的であるため、**本当に欲しい人の心を動かし行動させる必要**があるからです。

だからこそ、求人原稿には、仕事内容や職場を具体的にイメージできるような事を**具体的に記載**し、求職者の心が動くような仕掛けをする必要があります。

逆に言うと、ハローワークでよく見かける「給料・勤務地・休日といった事務

的な記載が並んでいるだけの淡白な求人票」では、ダメなのです。

「急募」とか書いていませんか？「求職者目線」が大事な理由

よく「急募」と書かれた求人を見かけませんか？

でもそれって「採用する側」の事情ですよね？

だって、求職者には関係がないことですし、むしろ求職者からしたら「急募っ
て書いてあるから、こき使われそうで嫌だな」って感じるのではないのしょう
か？

このように、「急募」なんて書いてしまうのは、求職者を集めるうえで、1ミ
リもプラスにならない情報と言えます。

しかも、「求職者目線にたっていない証拠」とも言えます。

この点を改め、**求職者目線に立った求人原稿を書かない事には、いくらindeed**
で露出して、求職者に認知してもらっても、応募してもらう事はできません。

あくまでも**求職者目線**で、**職場や仕事を具体的にイメージできる求人票**を作
成し、求職者が疑問に思うであること、不安に感じるであろうことを先回りして、

つぶしておくような求人票を作成する必要があります。

応募が集まる求人原稿テンプレート

「求職者目線で、欲しい人材の心をつかむ求人原稿を書いてください」と言われたところで、いきなりは書けないと思います。

そこで、こちらでは、求人原稿を書いたことがない方でも書けるテンプレートをご紹介します。

「STARS」◎と呼ばれる「求人原稿作成テンプレート」で、私が所属する一般社団法人採用定着支援協会が考案したものです。



「STARS」は、「**S** 職種・**T** ターゲット・**A** アカウント（説明）・**R** 理由・**S** 詳細（募集要項）」で構成された求人原稿を書く際の「型」になります。

以下、順に説明していきます。

「S」職種

最初の「S」職種は、**きわめて大事**です。

なぜなら、求人原稿は「職種」が indeed の検索結果の一覧に表示されるため、職種をどのように書くかで、検索結果に表示される回数が変わり、求人の詳細情報を見てくれる人の数が変わってくるからです。

The screenshot shows the Indeed search results for the job title 'クレーンオペレーター' (Crane Operator) in Toyonaka City, Osaka. The job title is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it from the text '職種名' (Job Title). The search filters show '大阪府 豊中市' (Osaka Prefecture, Toyonaka City) and '25km 以内' (Within 25km). The job details include '月給 30万円 - 40万円' (Monthly Salary 300,000 - 400,000 Yen) and '正社員' (Full-time Employee). The job description includes 'プロフィールだけでカンタン応募' (Apply easily with just your profile) and '*仕事内容... ご応募頂きましたら、応募後に届くメール又はお電話をお待ちください！ 即日対応させていただきます...' (If you apply, please wait for an email or phone call after application! We will respond immediately!).

引用元：indeed 検索

もっとも、「じゃあ、★とかの記号を使って、とにかく目立たせればいいのか？」
というと、そうではありません。

というのも、「★」や「■」を使って、「■□■不動産営業のお仕事募集■□■」
みたいな表記をすると、検索上、スパム認定をされ、不利益になる可能性が高い
からです。

また、indeed において、職種名の所に「仕事内容以外のこと（休暇や即日採用など）」
を書くことは、推奨されておられません。なぜなら、質の低い応募が集
まってしまうと考えているからです。

【質の低い職種名の例（indeed ポリシーより）】

- ・ 倉庫作業員（急募!）
- ・ 整備士、時給 1200 円、有給休暇あり
- ・ カスタマーサービスエージェント - 即日採用

「では、どういった職種名にすればいいのか？」というと、検索されるキーワード
をしっかりと入れこみながら、「職種の魅力」を伝えるという事が大事です。

例えば、「オープニングメンバーと働く飲食店スタッフ」といった感じで、**検索されるキーワード**（飲食店の場合）をしっかりといれこんだうえ、この職につく魅力「オープニングメンバー」をいれこんでいくことです（ただし、くり返しになります。仕事内容以外のことを職種名に入れるのは indeed の無料検索では NG のため注意が必要です。過度にやりすぎると、無料掲載のアカウントが使えなくなる可能性があります）。

もっとも、「難しくてわからない・・・」ということであれば、indeed で検索してみ、同業他社の職種名を参考にするのも良いでしょう。

なぜなら、検索してみて「この書き方良いな」と感じた職種名は、求職者も同様に感じ、クリックされる可能性が高いからです。

「T」ターゲット

「T」は、「この職種に合う方はこういった人ですよ」と記載する部分になります。

コロナ前は「とにかく人を集めなければ！」ということで、「未経験歓迎」、「経

験不問」といったキーワードが飛び交っていました。

ですが実は、このように間口を広げ、たくさんの応募を集めようとするのでは
なく、あえて「しぼった方が良い人を採れた」と言われていました。

なぜなら、間口を大きく広げたところで、会社にミスマッチな人しか集まらず、
結局、早期離職されてしまう可能性が高くなるだけだからです。

「とはいえ、それじゃあ人が集まらないのでは？」といった声もあるかと思
います。こういった場合は、経験については、ある程度多めに見たうえ、「自社に
合うかどうか」といった**価値観の部分でフィルター**をかける方法もあります。

例えば、「横浜ベイスターズのファンが多く、月1回は事業所のスタッフで横
浜スタジアムまで応援に行ってます」といった**趣味軸**で絞っても良いですし、事
業所のスタッフが支援において大事にしている考え方といった**理念**でしぼって
も良いでしょう。

とにかく大事なことは、「自社にフィットする人材はどのような人なのか」とい

うことをきっちりと把握した上、雇用のミスマッチが起きないように、求人原稿に

「自社に合う人はこういう人です」ということを具体的に表現する事です。

ちなみに、「**以下にあてはまる方はご応募をしないでください**」といった表現も、「雇用のミスマッチを防ぐ」という意味では効果的です。

ハローワークだとこういう表現は NG なのですが、自社採用サイトや民間の求人サイトなら可能ですので、あえて「応募しないでください」と表記をして、本当に欲しい人にフォーカスするのも良いでしょう。

「A」アカウント（説明）

「A」アカウントは、「この職種になぜターゲットの方が合うのか」を示す部分になります。

今回のお仕事は、〇〇〇〇〇の点で「T（ターゲット）」の方にお勧めです

こういったフレームワークで説明をする部分です。

【具体例】

今回のお仕事は、オープニングスタッフになりますので、ゼロからイタリアン料理店を作りあげたい人（積極的にアイデアをだしたい人）にお勧めです。

「R」理由

「R」理由の箇所では、先ほどの「A」説明と関連付けてもよいですし、全く違う事でも構わないので、今回の求人がターゲットに勧められる具体的な理由を3つ挙げましょう。

【テンプレート】

今回のお仕事の3つのポイント（メリット・魅力）は次の通りです。

まず1つ目のポイントになります。

1つ目のポイントとしては、〇〇〇〇です。もう少しわかりやすく説明し

ますと、〇〇〇〇ということです。

※以下、2つ目と3つ目の理由と説明

「S」詳細（募集要項）

今までのところで、「S（職種名）」を書いた上、どんな人に来て欲しいのかという「T（ターゲット）」を書き、そのターゲットが職種にフィットする説明「A（アカウント）」と理由「R（reason）」を書いているので、求人原稿の上部は完成します。

次に、書くのは求人原稿の下部になります。ここでは、「**S（詳細）**」として、**募集要項**を書いていきます。

求人の詳細（募集要項）を書いていくうえで大事なことは、「**とにかく具体的に書く**」ということ。

なぜなら、例えば、給料の表記を「委細詳細は面談で」といってぼやかすと、求職者の人は、「なんだこれ、怪しいな」と候補から外してしまうからです。

くり返しになりますが、今は「人手不足」の時代です。

だからこそ、「具体的に働くイメージができない求人原稿」になっていると、「よくわからないから、ここはパス」と応募してもらえません。

ですので、**求職者が疑問や不安を覚えることがないように、募集要項を徹底的に詳しく書きましょう。**

【具体例】 ※給料も内訳をしっかりと書き、入社当初の金額を書く

給料の表記：入社当初は月20万円～25万円

(内訳は基本給15万円、資格手5万円、経験年数での加算5万円まで)

また、**入社後の実績値**も記載しておくといいでしょう。

これは例えば、「入社後5年目で年収400万円が目安です」といった表記になります。

こういった入社数年後の道筋を示しておくことで、求職者がキャリアビジョンをイメージでき、応募につながりやすくなります。

また、「**年間休日**」「**有給の使用状況**」や「**懇親会の頻度**」更には「**懇親会の費**

用が自費 or 会社持ち」「懇親会の場所」といった情報も具体的に記載しておきましょう。

こういった休暇や福利厚生的な情報も細かく記載しておくことで、求職者が職場のイメージをしやすくなり、応募につながります。

なぜなら、ネット上で求人を探す時代だからこそ、細かすぎるくらい会社の情報を伝えないと、求職者に動いてもらえないからです。

求人原稿のポイント①：とにかく具体的に！

求人原稿は、とにかく具体的に書きましょう。

なぜなら、求職者の人があなたの事業所の求人原稿を見て、具体的に働くイメージがもてないと、申し込んでもらえないからです。

ですので、「こういう職場で、こういうメンバーがいて、こういう仕事をするんだな。こういう考え方で仕事にむきあっていて、こういう支援をしているんだな。取引先やお客さんはこういった人達で、こんなタイムスケジュールで動いていて、残業や休日はこのくらいなんだな。給料はこれだけもらえて、がんばればこれくらい上がっていくんだな。」といったようなイメージができるように、とにかく包み隠さず具体的に求人原稿を作りましょう。

ちなみに、**背伸びしてカッコよく書く必要はありません。**

なぜなら、仕事は日常なので、かっこつけた求人原稿を書いてしまうと、求職者との間にギャップをうんでしまい、ミスマッチで離職してしまう可能性が高まるからです。

ですので、とにかく等身大で具体的すぎるくらいに詳しく書きましょう。

求人原稿のポイント②：検索されるキーワードをいれこむ

求人原稿には、求職者が検索するとき打ち込むキーワードを入れましょう。

なぜなら、今の求職者は、google や yahoo で「営業 大阪 求人」といったキーワードを入れ、indeed にたどり着き、さらに indeed 内でも「大阪市 営業」といった検索をするからです。

つまり、**自社が採用したいペルソナが、検索しそうなキーワードを考え、具体的に求人原稿にいれこむ**ことで、あなたの事業所の求人原稿が見つけてもらいやすくなります。

求人原稿のポイント③：「Why」から始め心を動かす

突然ですが、質問です。

「なぜ、iPhone はアンドロイド等よりも値段が高く、機能性もそこまで高くないのに、売れるのでしょうか？」

この答えを、アメリカのサイモン・シネック氏は、TED（プレゼンテーションで有名なイベント）でスピーチし、世界的な納得をうみました。

【動画】サイモン・シネック「優れたリーダーはどうやって行動を促すか」

https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action/transcript?language=ja

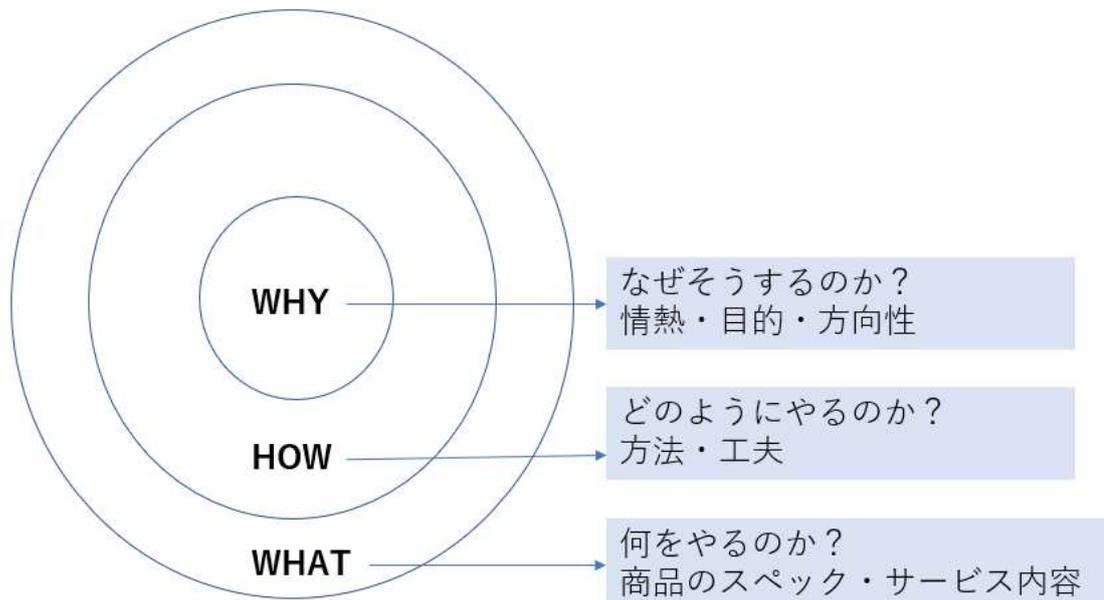
※「サイモン・シネック」と検索していただければ見つかります

サイモン・シネックは「**Why**」から始める**ゴールデンサークル理論**という、考え方を広めました。

これは、ざっくり言うと、人は「なんで、それをやっているのか？」という「Why」に共感しないと動かない、だからセールスでも求人でも、人に行動してもらう時は「なんでそれをやっているのか？」という WHY（情熱・目的・方向性）から説明しましょうという考え方になります。

なぜなら、**人間は感情の生き物**であり、共感を覚えたり、情熱を感じたりするからこそ、**一歩踏み出す行動**に出るからです。

ゴールデンサークル理論



出典：「WHYから始めよ！インスパイア型リーダーはここが違う」サイモン・シネック（日本系最新聞出版社）

この真ん中の中心（WHY）から説明をする事で、人は共感し、熱狂する。

現に、Apple の取った説明は次の通りでした。

現状に挑戦し、他者とは違う考え方をする。それが私たちの信条です（WHY）

製品を美しくデザインし、操作法をシンプルにし、取り扱いを簡単にする

ことで、私たちは現状に挑戦しています（HOW）

その結果、すばらしいコンピュータが誕生しました（WHAT）

一台、いかがですか？

引用元：WHYから始めよ！インスパイア型リーダーはここが違う」サイモン・シネック（日本経済新聞出版社）

逆に、一般的なパソコンメーカーは次のような説明をしがちです。

われわれは、素晴らしいコンピュータをつくっています(WHAT)

美しいデザイン、シンプルな操作法、取り扱いも簡単(HOW)

一台、いかがですか？

※最終的に Why が存在しないセールストークをしがち

引用元：WHY から始めよ！インスパイア型リーダーはここが違う」サイモン・シネック（日本経済新聞出版社）

どうでしょうか？どっちに心が動きますか？

答えは、あきらかに「Why」から始めたアップルの説明ですよね。

そして、この**ゴールデンサークル理論**は、求人原稿を書く際にも効果的です。

つまり、求人原稿の一番冒頭（一番見てもらえる所）に、「WHY」から始める自社の理念や目的、ミッションを提示する。

そうすることで、「なんかこの事業所違うな。ちょっと求人の詳細を見てみようかな」と求職者の心を動かす事ができます。

ですので、**WHY**から始める求人原稿を書くようにしましょう。

第3章のまとめ

【Googleで検索して自社の求人を見つけられないなら、応募は来ない】

→indeedを中心に露出を増やし、求人を認知してもらうべき

【検索をすればライバルがわかる】

→indeedで検索すれば、どのくらい求人のライバルがいるのか、どこが求人しているのか、給料いくらで募集しているのかがわかる

【どんな人が欲しいかを明確にしないと良い人は来ない】

→「どんな仕事を願うのか」「どんなキャリアの人がいいのか」「年齢・趣味・居住地・家族構成等」とにかく具体的に欲しい人材を書き出しみる

【求職者目線にたって求人原稿を書く】

→「急募」なんて書いてはダメ！採用側の事情ではなく、求職者目線で

「気になる事」「疑問に思う事」を徹底的に書きこむ。

とにかく具体的に！検索を意識して求職者が調べるキーワードを自然にいれこむ！なんでやっているのか（Why）を伝え、求職者の心を動かす。

第4章：「面接にきてもらえない」の解決策

「応募が来たのだけど、面接には来てもらえない」、「面接がドタキャンされる」

といった悩みはありませんか？

それもそのはず、求人に応募してきても、面接にきてくれる割合は、会社や業種にもよりますが、**大体3割くらい**といわれているからです。

逆に言うと、応募があっても7割くらいの方が面接にきてくれない現実があったりします。

せっかく、魅力的な求人原稿を書いても、面接に来てもらえなければ、無駄な労力に終わってしまいます。

ですが、以下で説明する対策をとってもらえれば、**面接に来てもらえる確率をアップ**させる事ができます。

その際のポイントは、「**ライバルの存在**」。つまり、必ず、他の求人先との競争になっているので、いかにそこよりも早くアポイントを取り付け、自社の魅力

伝えられるかがポイントになります。

応募がきたら〇分以内に電話すべし！

応募者が応募して来たら**3分以内**に電話しましょう。

なぜなら、今の求職者はスマホで仕事を探している人が多いので、応募後すぐに電話をすれば、スマホを手にもっているため、コンタクトを取れる確率が高まるからです。

また、「鉄は熱いうちに打て」ということわざがあるように、求人に応募した時点が一番求職者の気持ちが盛り上がっています。逆に言うと、応募時点がピークで、気持ちはそこから徐々に落ち着いてくるものです。

ですので、応募直後の気持ちが盛り上がっているタイミングに電話をかけることで、面接のアポイントがとりやすくなります。

電話がつながらなかった時の効果的な対策

応募直後に電話をしても通話できない事もあるかと思います。

そう言った場合は、**SMS（携帯電話のショートメッセージ）**で連絡をしましょう。

なぜなら、普通のメールだと、他のたくさんのメールに埋もれてしまう可能性がありますし、人によってはあまり頻繁に確認しなかったりするからです。

それに対し、SMS（ショートメッセージ）なら、携帯電話に直接メッセージがいくので、すぐに見てもらえる確率が高いです。

ですので、「応募いただいた〇〇事業所、管理者の××です。またこの携帯番号で連絡します」といったメッセージをSMS（ショートメッセージ）で速やかに送り、再度電話連絡をとれるように調整しましょう。

電話もショートメッセージ連絡が取れない場合の対処法

1回、電話やメールをしても返信がない場合、「今の求職者は質が低い」と憤る社長さんもいたりします。

ですが、求職者のせいにしたところで、事態は好転しません。

あくまでも「**他責ではなく自責**」の考え方をすることが重要です。

というのも、電話してもでてくれなかったという事は、「ライバルの求人がもっと魅力的で、既に素早く行動したライバルに応募してしまったから」といった可能性が高いからです。

ですので、「もっと求人原稿を工夫できたかな」、「もっと早く連絡がとれたかもな」といった自責の考え方で、求人を改善していく事が重要です。

再度の電話がかかりやすい時間

ちなみに、1度連絡をして連絡がつかなかった場合の再度の電話は、「30分後・3時間後・次の日の応募時間付近」が付きやすいとされています。

また、「求職者が在職中である」という可能性も踏まえ、「お昼休み」とか「18時以降」とかも視野に入れても良いでしょう。

なお、再度の電話の際も、SMS（ショートメッセージ）でメッセージを残すようにしましょう。

人材紹介会社が当たり前に行っている「掘り起こし」もやるべき

人材紹介会社では「掘り起こし」という作業を日常的に行っています。この「掘り起こし」というのは、既存リストに再度連絡をする事を意味します。

つまり、一度応募があった人に対し、1カ月後、3カ月後、半年後、1年後と定期的に「今、お仕事の方はどうですか？」連絡を取るという事です。

なぜこれが効果的なのかというと、少なくとも一度は自社に応募してきてくれた人材のため、自社に少なからず興味があるからです。

また、人によって人生のタイミングは色々なので、定期的に接触をする事で、**その人の転職タイミングにフィットする可能性**がでてくるからです。

ですので、今回の応募で連絡がとれなかったり、ご縁がなかったとしても、しっかりと**応募者をリスト化し、定期的にコンタクト**を取るようにしましょう。

応募者がきてくれる面接日程とは

くり返しになりますが、求人をしているのはあなたの事業所だけではありません。**必ず、ライバルも人を募集しています。**

だからこそ、面接日程を組むときには「**素早く面接日程をセッティングする**」という事が重要です。

なぜなら、求職者は「一番最初に内定をもらった会社に入社する」という傾向があるからです。

未経験者の採用の場合

未経験の人材募集で広く集めたいということであれば、電話でその場で面接日程を組んでしまいましょう。

例えば、電話が午前中につながったとして、パートさんの求人等であれば、「今日の午後來れませんか？」くらいのスピード感が良いでしょう。

「**とにかく早い日程で面接をしてしまう**」というスタンスが重要です。

経験者の採用の場合

他方、**経験者の採用**の場合、職務経歴や自己PRが、(履歴書等がないので)

応募があっただけではわからないのが通常です。

ですので、事業所側からすると、「面接するに値するかわからないから、履歴書や職務経歴書を郵送させたい」と思う事でしょう。

ですが、中小企業の場合、それをやった瞬間、「履歴書が送られてこないまま、音信が途絶える」というのが通常です。

ですので、「面接するに値するかどうかの判断」は、電話でしてしましょ
う。

具体的には、「今、在職中ですか離職中ですか?」「どんなお仕事されていたんですか?」ことを少し電話で聞いてみてしまうということです。こうすれば、大体イメージがつくかと思います。

その結果、「問題ない」という事であれば、「ぜひ面接におこしてください」と案内
しましょう。そして、面接日程は、可能な限り最短で調整しましょう。

ちなみに、履歴書などは、面接当日にその場で書く形もアリです。

なぜなら、その方が、求職者に面接に来てもらえる確率が上がるからです。

逆に、「うーん。このキャリアだとどうだろう」と感じたのであれば、「では、いったん履歴書・職務経歴書を送ってもらえますか？」と言いましょう。

なぜなら、微妙だと感じているので、もしそれで履歴書等が送られてこなくても、それはそれで問題ないからです。

面接の案内状を送付しよう

「面接の案内状」というのを人材紹介会社は当たり前に行っています。

なぜなら、その方が面接に行ってもらえる確率が上がるからです（人材紹介会社は、求職者に面接に行ってもらうのはもちろん、最終的に勤めてもらわないと売上にならないので必死に対策をとっています）。

「そんな面倒なことやりたくない」と思うかもしれません。

ですが、求職者の立場に立ってみて、考えた場合どうでしょうか？

「A社は面接の案内状が届いた。でも、B社は特に連絡がなかった」といった

場合、どちらが丁寧だと感じるでしょうか？

言うまでもなく、案内状を送ってきた A 社ですよね。

くり返しになりますが、人口減少の今は、中小企業の採用は困難を極めています。

だからこそ、「やれることはやる」という姿勢で採用に本気で取り組まないと
良い人はとれません。

ですので、面接の案内状くらいは作ってみることをおすすめします。なぜなら、
人材紹介会社もやっているくらい効果が高い手法だからです。

面接案内状に書くべきこと

- ・「面接官は私です」といった面接官の自己紹介（写真）
- ・社長（代表）の自己紹介（写真）
- ・配属予定先の責任者の自己紹介（写真）
- ・配属予定先のメンバーが働いている風景やメッセージ、勤務の流れ
- ・面接の流れ
- ・面接会場までの経路

こういった働いていることが具体的にイメージできる情報や、面接の不安がやわらぐ情報が良いでしょう。

また例えば、「面接でこういう事聞きますよ」という案内や「事業所や社長を紹介する YouTube 動画」なんかも良いかもしれません。

とくに、動画は親近感がわきやすいツールですので、おすすめです。

面接案内状は、最初つくるのは大変かもしれませんが、いったん作ってしまえば、次の面接者にも使い回しができるので、コスパは良いです。

面接のリマインドは〇日前にすると効果的

面接前にリマインドの連絡を必ず入れましょう。

そのタイミングは、**2日前の夕方**がオススメです。

なぜなら、1日前の連絡だと、もし何かの入れ違いで求職者がダブルブッキングしていた場合調整ができない可能性が高いからです。

また、2日前であれば、もし連絡がつかなかったとしても、再度、1日前にリマインド連絡を入れることも可能だからです。

ちなみに、リマインドの電話の際、「面接の当日のお飲み物はいかがですか？ コーヒーは大丈夫ですか？」といった質問をしておくのも良いです。

なぜなら、ドタキャン防止になりますし、何より、「こんなに丁寧な事業所もあるんだな」と好印象を抱いてもらいやすくなるからです。

面接当日、5分前に応募者が到着しなかったら電話しよう

応募者にとっては、面接会場（事業所）は初めての場所です。ですので、道に迷ってしまう可能性も多いにあります。

ですので、面接5分前に応募者が到着していなかったら、連絡を入れるようにマニュアル化してしまいましょう。

ちなみに、なぜ「面接時間ではなく5分前に電話するのか」というと、今の若い方は「怒られるのが嫌」という方も多いため、遅刻が確定した時点で電話をす

ると電話に出てもらえずドタキャンされる可能性があるからです。

面接会場をわかりやすくしておく

面接会場によっては、「どこが入口なのかわかりにくい」といったケースもあるでしょう。

そういった場合は、**建物の入り口などに「〇〇事業所面接会場はこちら」といった案内板**をつけましょう。

そして、事業所の入り口に「**ウェルカムボード**」を作り、応募者を歓迎するのも良いでしょう。そういった細かい心配り一つで、応募者がきてくれる確率がグッと上がります。

既存のスタッフも歓迎ムード迎える

あなたは、面接にいったら「スタッフが遠目から無言で見ていた」なんて経験はありませんか？

こういった状況ですと、「なんか雰囲気良くないな。ここで働くのは大丈夫かな」と応募者は不安になります。

ですので、「今日は面接に〇〇さんという方が、〇時頃にくるので、その際は明るい雰囲気でも元気よく挨拶をお願いします」といったように、スタッフにあらかじめ伝えておきましょう。

また、**アテンドするスタッフを事前に決めておき、トイレの場所などを案内するよう指示しておくのも良いでしょう。**

面接会場も整えておく（特に電気やエアコン）

「すみません。この部屋暑いですね。いまエアコンつけますね」といった対応をされる会社さんは多いです。

ですが、これはお客さん（応募者）に対して、失礼ではないでしょうか？

面接する時間はあらかじめ決まっているわけですから、事前に電気やエアコンをつけ、お客さん（応募者）を迎え入れる体制を整えておくのは、社会人として最低限のマナーとも言えます。

また、面接会場に「薄暗い狭い部屋」を用意する事業所さんもあります。これも、お客さんに失礼なので、きちりスペースを用意しましょう。

こういった細かい気配り一つで、求職者の心を動かし、入社へと気持ちを傾けてくれるので、応募者を迎える準備はきちりしておきましょう。

面接まで少し待たせてしまう場合用に事業所のパンフレット等を置いておく

あなたは「面接が始まるまでの待ち時間がとても長く感じた経験はありますか？」

応募者は、緊張しているからこそ、とても待ち時間が長く感じるものです。手持無沙汰で、「スマホをみるのも微妙だし…。なにをして待つてようか」とソワソワしているものです。

ですので、「会社のパンフレット」や「面接にきてくれたお礼状」等を準備し、机の上に置いておくと良いでしょう。

また、会社や社長の動画があるようであれば、動画を見られるようにしておいても良いかもしれません。

このような準備をしておくことで、応募者の緊張がほぐれますし、会社の誠意

も伝わるので、おすすめです。

また、その時に「会社のパンフレットを面接までの間に見ておいてください」と指示するのも良いでしょう。

その上で、面接の際に、「会社のパンフレットで感じたことは何ですか？」といった質問を試みる。

もしその時に、「全くパンフレットを見ていなかった」といったことなら、「この人は指示に従わない人だな」といった判断もでき、採用選考の判断要素にすることもできます。

応募者に飲み物をだす

「暑い夏に面接にきてくれた」、「寒い冬に面接にきてくれた」こういった場合に、お客さん（応募者）に飲み物をだす気配りは必須です。

なぜなら、暑い中、道に迷ってハアハア言っている状態で面接をしても、良い面接ができませんし、後ほど説明しますが、「面接は事業所のファンになっても

らうためにやる」という側面もありますので、飲み物くらいの心配りは絶対にやっておいた方が良いでしょう。

ちなみに、車のディーラーさんなんかだと、**ドリンクメニュー**みたいなのも用意していますよね。こういった心配りをしてみてもいいでしょうか？

他の会社がやっていないからこそ「この会社いいな！」と感動してくれ、応募者の心をグッと引き寄せられるかもしれません。

また、ドリンクメニューは、取引先などのお客さんが来社された際にも利用できますので、一石二鳥の効果があります。

第4章のまとめ

【応募がきたら3分以内に電話をする】

→そうすれば連絡がとりやすい。とにかくライバルよりも早く接触する。

【電話がつながらない時はSMS（ショートメッセージ）】

→SMSなら普通のメールよりも見てもらいやすい

→再度の電話は30分後、3時間後、次の日の応募時間付近が繋がりやすい

→在職中の人なら「お昼休み」「18時以降」もつながりやすい

【面接日程は可能な限り最短日程で設定する】

→そうしないと、ライバルにとられるし、求職者の熱も冷める

【面接の案内状を送付する】

→面接官の自己開示などを行うことで面接に来てもらいやすくなる

【面接会場の案内板をだし、面接会場を整え、飲み物をだす】

→応募者をお客さんとしてしっかり出迎える。

第5章：「面接のやり方がわからない」の解決策

面接は異常な空間であることをまずは認識しよう

面接は本当に**異常な空間**です。

なぜなら、「全く知らない所に1人で乗り込んで行って、自分の経歴などを見ず知らずの人にさらけ出し、自身を売り込む」なんて事をするのは、日常生活ではありえないからです。

だからこそ、事業所側としては、「応募者の緊張をやわらげ、少しでも普通の状態で面接をしてもらおう」という努力をすべきです。

なぜなら、そうすることで、**応募者の素がわかり、事業所側と求職者とのギャップをうめられ、ミスマッチによる早期離職を防げる**からです。

この章では、そのための対策を説明していきます。

面接官も身なりを整えるのがマナー

正社員の面接であれば、応募者はスーツで来るケースが多いでしょう。

その場合、面接官が作業着やユニフォームで対応するのは、本来失礼であり、マナー的には望ましくありません。

もし、時間的にどうしても作業着などで対応せざるをえないようであれば、「業務時間の関係でこういった服装で面接をさせていただきます。ご了承ください」と一言ことわってから、面接を始めるべきです。

スーツで対応しないことが普通の業界もあるかもしれませんが、求職者側は、色々な業界と天秤にかけて仕事を探しています。

だからこそ、一般的なマナーにあわせ、面接にはスーツで対応する。もしそれが難しいようであれば、一言、応募者にことわりをいれるようにしましょう。

「圧迫面接」は昭和の価値観・令和は「ファン化面接」

圧迫面接が NG な理由

「応募者の本性をあばくためにちょっとプレッシャーをかけてみよう」といった圧迫面接は、昭和の遺物です。

なぜなら、今は人手不足の時代なので、そんなことしたら人は来てくれませんし、会社に悪い評判がたつからです。

こういう事をいうと「でもそれじゃ、トラブル対応力やストレス耐性がわからないじゃないか」なんて思うかもしれません。

そういったものに関しては、ストレス耐性テスト等を利用して対応するようにしましょう。「ミツカリ・不適性検査スカウター」等、色んなツールが販売されています。

そういったツールを使わず、圧迫面接で乗り切ろうとすると、「あそこは嫌な事業所だ」といった悪評がたち、今後の採用や利用者集めに支障がでかねません。

令和の時代は「ファン化面接」

令和の時代は「ファン化面接」をするようにしましょう。これは文字通り、面接をした応募者が、(合格しようがしまいが)、ファンになってもらえるような面接をするという意味になります。

なぜ、ファン化面接が必要かというと、**面接は口コミで広まるから**です。

というのも、面接後って緊張が一気にゆるみますよね？

そうすると、誰かに話したくなりませんか？

- ・家帰って家族に「今日の〇〇事業所の面接がさ～」
- ・友達に電話で「今日〇〇事業所の面接行ってきたんだけどさ～」

といったように人間は緊張後の反動で、口コミをする生き物なのです。

しかも今の時代、**拡散性が強い Twitter 等の SNS に書き込まれる可能性もあります。**

そうすると、面接の口コミは一気に広まります。

変な書き込みが拡散されようものなら、次の応募者の採用に苦戦することは間違いありません。

特に、介護福祉といった資格者が多い業界は要注意です。なぜなら、有資格者同士の横のつながりも強いので、悪評が一気に地元の業界にまわってしまうからです。その結果、貴重な有資格者の採用ができなくなります。

だからこそ、**ファン化面接**をしっかりと、「落ちようが受かろうが、面接を

した人は事業所のファンになって帰ってもらう」というスタンスにしましょう。

応募者をファンにする面接の流れ

あなたは「面接の練習」はしたことがありますか？

「面接の練習なんてやったことないよ」といった方は結構多いです。

ですが、面接の練習をすることなく、進行方法も決めずに、なんとなーく面接をやっていたのでは、良い人に来てもらう事はできません。

ここでは、面接者に「ここで仕事がしたい！」と思わせる面接の流れについて解説していきます。

ちなみに、大体60分くらいのシナリオになっています。

①アイスブレイク

アイスブレイクというのは、緊張をほぐすための時間のことを言います。

「今日は暑いですね。駅から遠かったでしょう」

「結構、道がわかりにくかったと思うのですが、大丈夫でしたか？」

「そちらのお茶を飲んでいただいて構いませんので、いったんリラック
ス
しましょうか？」

こういった話をして、異様な空間である面接の場を少しでも、和ませるように
しましょう。

ちなみに、アイスブレイクの時間は3分くらいで構いません。

なお、アイスブレイクを勘違いして、「私、面接はじめてなんですよね。さっ
き社長から急に『面接やれ』って言われましてね」みたいな事を言う方がおられ
ますが、こんな事を言っても「この会社大丈夫かな？」と思われるだけですし、
何より応募者に失礼ですので、控えましょう。

②面接の流れの説明

面接の流れや所要時間について、2分くらいで簡単に説明しましょう。

その際、**自社の面接で大切にしていることは何か**という事を、しっかり伝えるようにしましょう。

例えば、「うちの面接は、面接官もきっちり自己紹介をさせていただき、お互いのビジョンを語り合い、マッチするかを見させてもらっています」という風に、自社の面接のやり方を具体的に伝えるようにしましょう。

③面接官の自己紹介

面接官についての情報を全く開示しない会社は多いです。

ですが、応募者が履歴から内面まで徹底的に開示しているのに、面接する側は「名前すらも言わない」というのは、不公平じゃないでしょうか？

面接には、**相互理解をすることで雇用のミスマッチを防ぐ**という目的もあります。

であるからこそ、**面接官側もしっかり自己開示**をするようにしましょう。

【具体例】

私は人事課長の鈴木と申します。株式会社〇〇に入社し7年目となります。以前は、機械メーカーで営業職をしておりましたが、たまたま縁あって社長の〇〇と出会い、人柄と志にひかれて転職してきました。今は、うちの会社の「〇〇〇〇〇〇」という理念に共感してくれる人に仲間になってもらえるよう人事の仕事をさせていただいております。本日はよろしくお願いいたします。

ここでのポイントは、**いかに熱く語れるか**です。

なぜなら、ここで面接官がいかに熱く語れるかどうかで、この後、応募者も本気になって本音で話してくれるかどうかが変わってくるからです。

ですので、所要時間は10分を目途にきっちりとり、面接官全員が自己開示の上、思いを伝えるようにしましょう。

④会社説明・募集の背景の説明

会社の理念や募集の背景についてもしっかり伝えるようにしましょう。

「会社の理念」というと、とても崇高な感じに聞こえるかもしれませんが、「社長の考え方・目指す目標」といったものでも構いません。

とにかく大事なことは、**社長の価値観をしっかりと伝え、価値観が合う人に来てもらう事**です。

だからこそ、面接の場でしっかりと、会社のスタンスを伝え、「本当に共感してもらえるか？」を判断する必要があるんです。

その上で、以下のような募集の背景や業務内容についても説明し、相互理解を深めておきましょう。

- ・ **どういった仕事をするのか**
- ・ **なんで募集する事になったのか**
- ・ **配属後はどういったことから始めて欲しいのか**

なお、所要時間は10分くらいが目途となります。先ほどの面接官の自己紹介とあわせて、20分～30分をみておきましょう。

⑤会社や募集の背景についての理解を応募者に確認

ここまで来ましたら、一度、応募者に質問をするようにしましょう。

具体的には、「うちの事業所の仕事やスタンスについて、何か聞きたい事はありますか?」といったような質問をふってみましょう。

こういった質問をする事で、「自社の理念への理解」が確認できますし、応募者の「質問力」もみることができます。

なお、時間は5分程度で構いません。

⑥応募者が求人に貢献できる理由を聞く

「今回の求人について、応募者がどういった点で貢献できるのか?」についても質問しておきましょう。

中途採用であれば、今までの経験が具体的に職務にどう生きるのかを聞いてみましょう。

未経験や新卒採用の場合は、「やる気」といった気持ちの面で構わないので、「なんでうちの事業所で働くやる気があるのか？」という点について確認しましょう。

なお、所要時間は5分が目安となります。

⑦応募者のビジョンや目標を確認

応募者がどんなビジョンや目標をもっていて、なんで転職するのかについて聞いてみましょう。

中途採用者などは「青臭いし照れるな」といった気持ちもあり、抽象的な答えや、教科書的な答えが返ってくるかもしれません。

ですが、ここは「共通の価値観をもっているか？」といった定着人材を採用するうえで、とっても大事な部分となりますので、(抽象的な答えに対しては)「**具体的にはどういったことでしょうか？**」といった質問をする等して、徹底的に深掘りしましょう。

なお、ここは肝心な部分ですので、しっかりと時間をかけて構いません。

とにかく、**お互いの考えを本音で話し、「語り合う」といった状況が理想**です。

くり返しになりますが、ここで本音を語り合うためにも、面接の序盤で「**面接官が熱く語る事**」が重要になってきます。

面接官が序盤に自己開示をしっかりと、熱く思いを語るからこそ、応募者も本気で自身の夢やビジョンを話してくれるんです。

そう言った意味でも、面接は組織のトップが関わった方が、良いです。

なぜなら、面接こそ、**自身と同じビジョンの人間を採れるチャンス**だからです。

なお、所要時間は10分が目途ですが、ここはヒートアップしても構わないパートとなります。

⑧履歴書・職務経歴書で気になった点を確認

履歴書や職務経歴書を見て気になった点について確認しましょう。

具体的には、「長い空白があったら何をしていたのか」「転職回数が多い場合はどういった経緯があるのか」といった点等について確認するようにしましょう。

もっとも、中小企業の転職の場合、「転職回数が5回以上の応募者」などもあるかもしれません。

その際、転職の全てにツッコミをいれていると、相手によっては、「**圧迫された**」と感じ、悪評をたてられる可能性もあります。

ですので、そういった場合は「直近の転職の経緯だけ聞く」といった対応を取り、しゃくし定規に「**転職回数が多いからダメ**」といった対応を取るのではなく、**温和にコミュニケーションをとりながら、「採用側として納得できるかどうか**」を検討していきましょう。

なお、あまりここが長いと**圧迫面接的**になってくるので、所要時間は5分くらいにとどめましょう。

⑨（通過させたい応募者について）ビジョンを共有

この話は「面接を合格させよう」と思った応募者についてのみ、やり取りをするフェーズになります。

ちなみに、ここが**面接の最終段階**となります。

面接の最後に、**改めて応募者の夢やビジョンの話**をもちだしてください。

そして、「うちなら、〇〇さんの××といったビジョンの実現を目指せる環境があります。ぜひ一緒にその目標にむかってがんばりましょう！」と**熱く言い切り**ましょう。

ポイントは、「熱く語って、断定する形で言い切る」という点になります。

なぜなら、自社の理念と応募者の目標に共通点があり、同じ方向を向いていると判断できたのであれば、そこを最終盤に明確にすることで、応募者に「この会社いいな！ここでがんばりたいな！」と思わせることができるからです。

ちなみに、「人間は一番盛り上がった時と最後しか覚えていない」というピークエンドの法則というものが、心理学にあります。

だからこそ、面接の最終盤に、応募者の夢を改めてクローズアップし、「自社と一緒にがんばってほしい！」と口説く事は、応募者心理的にとても重要になってくるのです。

以上が「応募者をファンにする面接の流れ」となります。

全部で大体60分くらいになります。

面接1回でその場で内定をだすのはNG！別日に条件面談を行う

中小企業の場合、「1回の面接で、その場で社長が内定をだし、いつから来られますか？と聞いてしまう」といったケースはよく聞きます。

ですが、これは辞めたほうがよいでしょう。

もし1回だけの面接で選考する場合でも、必ず別日に条件面談（面談と違い選考が目的ではない、給料や待遇などの条件を相談する場）を行ったほうが良いです。

なぜなら、その方が結果的に人材の定着につながるからです。

というのも、応募者にもご家族など相談したい相手がいるため、奥さんに「こういう事は確認したの？」等、家庭で言われる可能性があります。

にもかかわらず、社長と求職者だけで「ではお願いします。○日から来られます」みたいに話を勝手に進めてしまうと、後々、家族の不信感を生み、その後の関係性に支障がでかねないからです。

ですので、ここは焦らずに、「もう1回は会うのだな」という気持ちでどっしり構え、「社長面談は合格ですので、後日、条件面談を行います。ご家庭でゆっくり話してみてください」とアナウンスするのが良いでしょう。

面接1回の場合は面接前後に案内役の社員が求職者をフォローする

面接を1回で済ます場合は、案内役のスタッフが面接前後に求職者をフォローするようにしましょう。

具体的には、まず面接**前**に「社長は、こういう性格ですよ」とか「こういう事

聞いちゃったらごめんなさいね」と軽く予防線をはっておきましょう。

そして、面接**後**には、面接の感想などを聞いてみてガス抜きをしましょう。なぜなら、面接後の緊張がゆるんでいるタイミングに話を聞いてあげることで、多少圧迫面接ぎみになってしまっていたとしても、ガス抜きとなり、悪印象をリカバリーできるからです。

面接を2回にわけて行う場合

面接を2回に分けて行う場合は、**1回目に社長面談**を組みましょう。

なぜなら、同時期に面談しているであろう競合が社長面談をしている場合、こっちも社長面談をしてトップの本気を見せておかないと、ライバルに人材を採られてしまう可能性があるからです。

ですので、面接を2回行う場合は、①社長（代表）面接、②現場（配属先）のトップ面接の組み合わせで行うと良いでしょう。

ちなみに、面接2回でいく場合は、求職者の利便性も考慮し、**2回目の面談の日に条件面談もセット**で行うようにしましょう。

具体的には、2回目の面談の際に、「これで選考は終わります。ここからは給料などの条件面談をさせていただきますね」と切り替える形で進めましょう。

東証1部上場企業もやっている！面接後のフォロー方法

面接後、「ではお疲れさまでしたー」と応募者を帰していませんか？

それはもったいないことです。

なぜなら、**面接者の本音が聞けるタイミング**が、**面接直後**だからです。

というのも、面接直後は、応募者も緊張がとぎれ、じょう舌になっており、色々な感想を話したい状態になっているからです。

だからこそ、面接官**以外**のスタッフ（例：最初に案内したスタッフ）に応募者の見送りをさせ、その際、「面接どうでした？」と聞かせるようにしましょう。

そうすると、肌感覚ではありますが、「本当に来てくれるかな？脈があるかな？」といった所が感じ取れるものです（そういった意味では、洞察力が高いスタッフをアテンド役にしたほうが良いでしょう）。

また、面接官（とくに社長）が圧迫面接キャラの場合、「社長は口下手なので、ちよっとものの言い方はキツイ時があるんですけど、親分肌で優しいんですよ」とフォローを入れておくだけでも、「**あそこはパワハラ企業だ**」といった口コミを防止する事ができます。

くり返しになりますが、応募者を不採用にするにしても、変な評判がたつと今後の求人や、利用者集めに支障がでます。ですので、「応募者には自社のファンになって気持ちよく帰ってもらおう」というスタンスで接するのが大事です。

とくに、「地方の会社」や「医療・介護業界といった専門職が集まる業界」では、横のつながりも強く、世界は狭いです。ですので、変な評判がたたないように、きっちりファン化面接に取り組むようにしましょう。

結果を伝えるタイミングと見送る際の気配り

選考結果は、できる限り早く伝えましょう。

なぜなら、求職者側の視点とすると、ダラダラ1週間、2週間と待たされるのはストレスですし、他に申し込むさまたげとなってしまうからです。

ですので、「**どう長くても1週間以内。出来る限り早く**」といったスタンスで
選考結果を伝えるようにしましょう。

そして、**お断りをする際こそ、しっかりと丁寧な対応**を心がけましょう。

なぜなら、そうしておかないと、「あの事業所は・・・」と応募者に悪評をた
てられる可能性が高まるからです。

ですので、**履歴書に一言お礼状をそえる等誠意をもって対応**するようにしま
しょう。

逆に、合格している場合は、内定の問題が関わってきますので、法律的なケア
が必要になります（次章で説明します）。

第5章のまとめ

【面接は異常な空間・応募者にとってはアウェー空間】

→面接官もマナーをわきまえた服装で、しっかりと自己開示する。そうすることで、応募者との相互理解が進み、自社にフィットするかが判断できる

【圧迫面接は NG・ファン化面接を心掛ける】

→面接は必ず口コミされる。なので、圧迫面接をして悪評がつくと、その後の求人や利用者の募集に差し支えるので気を付ける。

【面接には型がある。しっかりと面接官も準備をするべき】

→面接官がしっかりと自己開示し、思いを熱く語ることで、応募者も本音でビジョンを語ってくれる。この過程を経ることで、お互いのビジョンのすり合わせができ、雇用のミスマッチを防ぐことができる。

【面接1回で内定をだすのは NG】

→面接は出来る限り2回やるべき。もし1回で済ます場合は、面接前後に案内役にフォローをさせ、条件面談は別日に設ける。

第6章：「内定を辞退される」の解決策

結果は早く伝える。でも「内定」とは言わない

選考で合格となった場合、できる限り早く連絡をしましょう。

なぜなら、ライバルがいる以上、早く囲い込む必要があるからです。

もっとも、その際、「内定」という言葉は使わないようにしましょう。

なぜなら、**内定は法律的には会社を縛る重いものであり、一度だすと取消すのが大変**だからです。

というのも、「いつ入社するのか」を中心にもめ事が起こりがちで（前職との関係で何カ月も入社が先延ばしになる）、その場合に「（入社日に条件をつけなかった）内定通知」が足かせになるケースが多いからです。

ですので、まずは電話で「（内定という言葉は使わず）**選考に合格**しました」という風に伝えましょう。

その上で、入社日などの調整を行った上、しっかりと文言を精査し、**文書**で内定通知をだすようにしましょう。

条件面談を行う

給与等を伝えると共に、入社後の道筋を伝える

「条件面談」というのは、給与等条件面を伝える面談のことをいいます。

小さな会社ではやられている所は少ないかもしれませんが、ある程度の規模感の企業は行っているものです。

具体的には、経験年数を踏まえた具体的な給与や有給休暇の日数などを伝える面談であり、選考には影響しない面談となります。

そして、条件面談の時に、「仮に入社が決まったら、〇〇さんにはまずはこういった事をやってもらいたいし、中長期的にはこういった事をしてほしい」といった事も伝えるようにしましょう。

なぜなら、そうすることで、応募者は「こういう仕事をするんだな」という具体的な働く姿がイメージできるようになり、辞退される確率が下がるからです。

ちなみに、くり返しになりますが、「内定」という言葉は、法律的なしばりが発生するため、まだこの段階では軽々しく使わないようにしましょう。

面接で良かった点を伝える

条件面談の際、「面接でこういった所を評価しました」といった**面接で良かった点**も伝えるようにしましょう。

なぜなら、応募者は「面接のどこが良かったかわからない」と感じているものなので、素直に良かった点を伝えることで、「そうだったんだ！」と事業所に対する印象がアップし、辞退率が低下するからです。

一緒に働くスタッフも紹介しておく

その場にいるスタッフだけでも構いませんので、出来る限り、一緒に働くであろうスタッフを紹介しておきましょう。

なぜなら、この段階では、良い面も悪い面も隠さず、リアルな労働環境を見てもらい、入社後のミスマッチを防ぐことが重要だからです。

在職者の入社タイミングの調整は要注意

そして、在職中の人については、「仮に内定となった場合、どのようなスケジュールで入社できますか？」という事を必ず聞いておきましょう。

なぜなら、この質問をしないで、「いつまでも待ちますよ」と内定を出してしま
まい、だいぶ待った挙句に辞退されてしまうというトラブルがとても多いから
です。

ですので、もし仮に内定を出すなら「**入社予定日条件付き**」の**内定通知書等**を
だすようにしましょう。

「仮に内定がでたとしたら、入社していただけますか？」とさ
ぐってみる

「〇〇さんは内定が出た場合、入社していただけますか？」と聞くようにしま
しょう。

なぜなら、この質問をする事で、「**辞退されるかどうか**」の**感覚がつかめるか**
らです。

その際、もし「ちょっと悩んでいるんです」といった答えが返ってきたら、「ち
なみに、どういった事で悩まれているんですか？」と質問するようにしましょう。

なぜなら、そうすることで、ライバルの状況や自社の不十分な点等も知ることが
できるからです。

求職者が悩んでいる場合の対処法

そして、求職者が悩んでいるようであれば、**あえて内定はださず**「それでは、
1週間以内に入社の意思を表示頂けたら、そのタイミングで内定をださせてい
ただきますね。今日、条件をださせていただいたので、ご家庭にもちかえって検
討してみてください」といった形で締めると良いでしょう。

なぜなら、内定を出してしまうと、会社が法的に縛られてしまうからです。

2回の面接でいく場合は、2回目の面接のときに条件面談をし
てしまうのもアリ

中小企業の場合は、①トップ（社長）の面談、②現場の責任者（一緒に働く人）
の面談の2段階がおすすめです。

もしこの形でいく場合は、②現場の責任者の面談の際、「それでは選考には合

格ですので、今から条件面談をさせていただきますね」と条件面談に途中から切り替える形で、セットでやってしまうのもありでしょう。

なぜなら、そうすることで、応募者の手間が省けるからです。

「いつまでも待ちます」はNG！正しい内定の出し方

良い人が来てくれると、「いつまでも待っているから来てね」なんて軽くいってしまう社長さんも多いです。

ですが、「いつまでも待ちます」という形で内定を出すのはNGです。

なぜなら、内定は法的拘束力を生むため、一度だしてしまえば、そう簡単に取り下げることができないからです。

ですので、入社日が決まらないようなケースでは、「**入社予定日を決めた時点で内定となる**」といった書面を発行する、もしくは、「**入社予定日の条件付き**」**内定通知書**を発行するといった形で対応するのが良いでしょう。

在職者に内定を出すときに必ずやるべきフォローとは

在職者に内定をだす場合は、**前職の退職フォロー**を必ずやるようにしましょう。

なぜなら、前職で引き留めにあい、「ごめんなさい。内定辞退します」といった事になりかねないからです。

というのも、「お給料をあげるから残ってください」と慰留するケースも、人手不足の今、よくある話だからです。

現に、人材紹介会社は必ず退職フォローを必ずやっています。

なぜそこまでするのかというと、退職経験がない方にとっては、「退職の仕方がわからない」というのは普通ですし、退職のマナー（例：どんな人でも1度は慰留するのがマナー）もわからないため、そこをフォローしておかないと、転職がとん挫する可能性が高いからです。

ちなみに、退職を一度申し出た場合は、「辞めきる」というのがその人にとっ

での幸せだったりもします。

なぜなら、一度退職を申し出て、「お給料を上げ上げるから」とその場では残ったとしても、お互い人間なので感情的なしこりが残るものだからです。現に、「あの人はお金で残った」と周りから言われたり、不況の際に真っ先にリストラ候補となったりする等、悲惨なケースはよく聞きます。

だからこそ、「退職の方法」を教えてあげたり、「退職で困ったら相談してください」と声をかけたりするなどして、しっかりと退職フォローをしてあげましょう。

【第6章のまとめ】

【結果は早く伝える。でも「内定」とは言わない】

→選考結果は早く電話で伝えるが「合格しました」と言い、「内定」の言葉は使わない。なぜなら、内定を一度だすと取消が法的に難しいため、入社日などの条件を踏まえ、文書で通知する必要があるから。

【条件面談を行う】

→面接の良かった点を伝え、スタッフも紹介し、入社日の調整も行う。

【「いつまでも待ちます」はNG!】

→「入社予定日を決めた時点で内定となる」といった書面を発行する or 「入社予定日の条件付き」内定通知書を発行するといった対応をとる。

【在職者に内定をだすときは前職の退職をフォローする】

→退職の方法を教えたり、困った時に相談にのる等してフォローする。

第7章：「すぐに辞めてしまう」の解決策

新入社員をフォローすべき4つのタイミング

新入社員をフォローすべきタイミングが4つあります。

それは、①入社初日、②最初の休日、③入社1カ月後、④入社3カ月後といったタイミングです。

ですので、それぞれの節目でフォローをするようにしましょう。

以下では、それぞれのタイミングでのフォロー方法についてお話しします。

入社初日にすべきフォロー

早期離職を防ぐために一番重要なのは「入社初日」です。

なぜなら、入社初日は、転職者だろうとベテランだろうと、どんな人でも「新入社員」で、期待と緊張がふくらんでいるからです。だからこそ、ちょっとしたギャップにもナーバスになっており、離職の引き金を引きやすい状態なのです。

ここでは早期離職にならないためのフォロー方法をお伝えします。

①新人の挨拶を先輩がバックアップする

新入社員としては、自分から先輩スタッフに挨拶に行くのがマナーです。

とはいえ、緊張しているため、なかなか挨拶に行けない人もいるでしょうし、人によってはそういった事がストレスになる場合もあります。

ですので、「先輩スタッフや管理者が新人につきそう」といった対応を取り、新入社員が先輩に挨拶しやすい雰囲気をバックアップしましょう。

その際、新入社員は、緊張しているため、「挨拶はしたけど、正直、誰に挨拶したかわからない。もしかしたら誰かに挨拶し忘れているかもしれない・・・」といった心理状態にあります。

ですので、先輩スタッフに対しては、「新入社員は緊張しているから、気さくに挨拶できるムードを作りましょう」、「新入社員は、緊張していて、みなさんへの挨拶が漏れている事だってあります。そんな時はこちらから挨拶に行くなどしてフォローしましょう」と事前にフォローをしておきましょう。

②会社の独自ルールを説明する

「会社の独自ルール」ってどこでもありますよね。

例えば、「入社時間の10分前には来社する」とか「トイレ掃除は当番でやる」とか「ゴミ出しは新人がやる」といった**勤めている人しかわからないローカルルール**です。

こういった組織独自のルールが、新人には当然わかりません。わからないからこそ、先輩スタッフに聞かなければなりません、「いちいち先輩に聞く」という行為自体にストレスを感じる人も多いです。

こういった小さなストレスの積み重ねが早期離職につながります。

であるからこそ、**あらかじめ「会社独自のルール」をマニュアル化**し、新入社員に渡しておくといった対応を取るのがおすすめです。

ちなみに、「会社の独自ルール」としては、以下のようなものがよくあるので、こちらを参考に自社の独自ルールを洗い出してみましよう。

【出社ルール】

出社時間の何分前にきているものなのか、朝礼はあるのか（タイミングも）

【トイレルール】

トイレの清掃は誰がやるのか、男女で使う場所のルールはあるのか

【ゴミ出しルール】

誰がゴミをだすのか、ゴミの出し方にルールはあるのか

【休憩ルール】

喫煙者は喫煙してもいいのか、お昼のお弁当はどこで食べればいいのか

【備品ルール】

文房具は自分で用意するのか、どの備品まで事業所が用意するのか

【帰宅ルール】

上司に許可を取ってから帰宅するといったルールはあるのか

【飲み会ルール】

いつ開催しているのか、割り勘なのか会社負担なのか、参加は任意か強制か

ちなみに、入社日に歓迎会をやる文化がある場合は、入社の前にはあらかじめ新入社員にその旨伝えておくようにしましょう。

最初の休日前にすべきフォロー

最初の休日は注意が必要です。

なぜなら、ちょっとした「会社へのマイナスイメージや新職場でのストレス」を解決しないままお休みに入ってしまうと、「この会社大丈夫かな？やっぱりダメなんじゃないかな？」といった**マイナスの感情がヒートアップ**してしまうからです。

その結果、マイナス感情が爆発し、休み明けに突然来なくなったりします。

そうならないためにも、休日前のフォローが必要なのです。

具体的には、配属先の上長が新入社員とミーティングする機会を設けましょう。

時間は、10分程度で構いません。

内容としては、「新しい職場大丈夫？何か大変な事ない？」といった「あなたのことを気にかけていますよ」というメッセージが伝わるミーティングにしま

しょう。具体的には、次の3つのメッセージになります。

①環境変化へのフォロー

「環境変化」というのは、大なり小なり誰でもストレスになるものです。

ですので、少しでも休み前にストレスが減るようなフォローをしておきましょう。

例えば、「初めての職場お疲れさまでした！前職との違いでストレスになっていることありませんか？お休み前に、〇〇さんの悩みや不安があれば聞いておきたいので、遠慮なく言ってくださいね」といったように、「新しい職場で疲れたよね」という共感メッセージをだした上、不安な事を聞いてあげるのが良いでしょう。

②仕事の困りごとが無いかの確認

「**現実問題、何か仕事の上で困っていることがないか**」についても確認しましょう。

なぜなら、新人は先輩に聞きにくいものだからこそ、「こんな小さなこと遠慮なく聞いてくれればいいのか」といった事を抱えて悩んでいることが多いもの

だからです。

ですので、「お仕事をしてみて、どんなことで困っていますか？」といった質問をしてみましょう。

ここでのポイントは**オープンクエスチョン**で聞いてみる事です。

ちなみに、オープンクエスチョンというのは、相手が自由に答えられる質問のことをいいます。逆に、クローズトクエスチョンというのは、「はい・いいえ」で答えられる質問の仕方になります。

ですので、「お仕事をしてみて何か困ったことはありませんか？」(クローズトクエスチョン)ではなく、「**お仕事をしてみて、どんなことで困っていますか？**」(**オープンクエスチョン**)をすることで、新人の本音をひきだすようにしましょう。

また、「**困りごとは誰に聞けば解決できるのか**」といった解決策も伝えておくのも大事です。

なぜなら、新人なのでわからないことがあるのは当然ですので、「わからないことがあった時の解決策」を教え、ストレスの軽減を図るのが現実的だからです。

ですので、メンターがいる場合なら「**メンターに遠慮なく何でも聞いてみてくださいね**」といったメッセージでもいいですし、**スタッフの役割がわかる資料**を用意して、渡しておくのも良いでしょう。

③休日はリフレッシュできそうかの確認

ここはプライベートとの兼ね合いで表現に気を付けるところではありますが、「**お休みはリフレッシュできそうですか？どんな事でストレス解消していますか？**」といった質問も軽くしてみましょう。

なぜなら、意外にスタッフとの趣味の共通点等がみつきり、相互理解が進む可能性もあるからです。

「そんなプライベートなことまで聞くの？」なんて思うかもしれませんが、中小企業は良くも悪くもアットホームな組織ですので、**人と人の付き合いの範疇で、共通点をさぐるのは大事なポイント**になります。

その際、こちらからも**自己開示**を積極的にしましょう。趣味やライフスタイルで意外な共通点がみつかるかもしれません。もしかしたら、お互いの趣味のスポーツにおいては、新人の方が圧倒的に実力者かもしれません。自己開示したからこそ生まれる関係性や会話もありますので、積極的にコミュニケーションを図りましょう。

入社1か月目にすべきフォロー

入社1か月目は、今後、組織へ定着していく大事なタイミングとなります。

というのも、入社1カ月がたつと、だんだんと身の回りの困りごとが少なくなり、職場のルールや文化にもなじんできて、少し余裕がでてくるものです。

そのタイミングで改めて、「採用時の初心」を思い出してもらいましょう。

具体的には、「面接時にどういった期待を伝え、新人もどういった気持ちや期待をもって入社してきたのか」といった初心を改めて思い出してもらいましょう。

その上で、「3年後どうなりたいか?」といった中長期の目標を改めて確認し、

「じゃあ1年後はどうなりたいか?」、「半年後、はどうか?」、「3カ月後はどうか?」、「2か月目の来月はどうするか?」といった落とし込みをしましょう。

こういった初心と目標を改めて思い出させることが、長く組織に定着するきっかけとなりますので、きっちり新人と向き合うのが重要です。

前職との比較での改善点も聞いてみる

「前職と比べて、うちの会社が改善する点はないか?」といった意見も聞いてみましょう。

なぜなら、外部からの目線にふれることで、より会社が良くなっていくための対策が見えてくるからです。

また、入社から時間が経つと、転職者も前職の記憶が薄れてきてしまうので、入社後1カ月くらいのタイミングで、聞いてみるのがよいでしょう。

入社3か月目にすべきフォロー

入社3か月目のタイミングも、定着の上では重要です。

というのも、3か月もたつと経験者の方などは、職場に慣れて活躍し始めている事でしょう。それと共に、だんだんと初心を忘れ、日々の仕事がルーティン化していくタイミングでもあるからです。

ですので、改めて「なんでこの会社に入ったのか」という面接時、入社時のビジョンを思い出す時間をとりましょう。

内容としては、入社1か月のタイミングでやったことと同じです。

「なんでこの会社を選んだのか?」「3年後この会社をどうしたいか?」「1年後はどうか?」「半年後はどうか?」といった事を聞いていき、改めて組織と新人とのビジョンの共有を進めていきましょう。

こういったすり合わせが、組織と新人とのギャップを解消し、定着につながっていきます。

新人は「ほめる」事が定着への近道

新人教育は「ほめる」を中心に置くのが定着への近道です。

なぜなら、新人は活躍できず、失敗するのが通常のため、普通にしているも自己肯定感を失っている状態だからです。

にもかかわらず、「できなかったことを叱る」といった事を続けていると、新人は更に自信を無くし、居場所を失い、職場から離れていきます。

もちろん、仕事である以上「叱る」のもやむを得ないでしょう。

ですが、叱るだけでなく、「できたこと」にもフォーカスし、しっかりとほめてあげましょう。そうして、スモールステップで、新人を成長へと導いていきましょう。

具体的には、入社半年くらいまでは「**ほめる7：しかる3**」といった割合を意識し、基本的には「ほめて伸ばす」というスタンスでいきましょう。そうすることで、新人も自己肯定感を保て、職場に居場所を作れるようになります。

こういった積み重ねが、人材の定着につながります。

【第7章のまとめ】

【新入社員をフォローする4つのタイミング】

→①入社初日、②最初の休日、③入社1カ月後、④入社3カ月後

【入社初日にすべきフォロー】

→新人があいさつしやすいようする、事業所の独自ルールを説明する

【最初の休日前のフォロー】

→休日前にストレスのガス抜きをしておく「①環境変化への共感」、「②仕事の困りごとの確認」、「③休日のストレス解消策をきっかけとした相互理解」

【入社1か月目のフォロー】【入社3か月目のフォロー】

→改めて面接時・採用時の初心を思い出してもらう。

【「ほめて伸ばす」が基本】

→新人の居場所が失われないよう、「できたこと」にフォーカスし、入社半年くらいまでは「ほめてのばす」のが基本。そうして定着につなげる。

おわりに

人口減少時代においては、「人材を定着させられるか否か」で会社の継続性が決まってきます。

「採用の問題を直視し、本気で取り組んでいる事業所だけが生き残っていける時代」といっても過言ではありません。

実際、不人気とされる介護・建設業界ですら、人を集められている会社はあります。そういった会社は、本書で書かれたような取組を、代表が先頭に立って、本気で取り組んでいます。

逆に言うと、「本気で取り組んでいる会社がそこまで多くない」といった状況があるからこそ、明暗がくっきりと分かれている状況とも言えます。

スタッフが定着するようになり、欠員補充に追われる状況が改善できれば、会社は間違いなく変わります。

スタッフは「辞めた人の穴埋め」から解放され、本来やるべき業務に集中できるようになります。業務の質も上がるでしょう。

採用にかかっていた費用も削減でき、経営にも余裕がでます。

スタッフの待遇向上にもお金を使えるようになるでしょう。

その結果、スタッフがより定着し、3年後のナンバーツー人材が育っていきま
す。

そうすると、社長さんの時間的余裕が増え、「今までやりたかったけど、でき
なかつた新事業」にチャレンジすることも可能となります。

ここまでお読みいただいて本当にありがとうございました。

せっかくご縁があって本書を読んでいただいたからこそ、読者である経営者
様が、1歩踏み出され、「人材が定着する素晴らしい企業」を作られることを、
心より祈念しております。

もし、何か「人の採用や定着」でお困りのことがございましたら、当事務所で
も無料相談をしておりますので、お気軽にお申し付けください。

採用定着士・社会保険労務士 藤澤佳津男

著者プロフィール

藤澤 佳津男（ふじさわ かずお）

採用定着士、社会保険労務士

H R プロ社会保険労務士事務所 代表



プロフィール

大阪府八尾市生まれ、八尾高校、名古屋

工業大学卒業。

リクルートおよびアビームコンサルテ

ィングにおいて38年に渡り、人事の専門家として従事した経験をもとに、

社会保険労務士として開業。

長年の経験を活かし、中小企業が困っている人材の採用と定着を得意分野と

してセミナー等で啓蒙活動を行う。

採用定着支援協会の2,000社を超える採用事例を徹底分析、その成功メソッ

ドを集大成した書籍「小さな会社がお金をかけないで人を採用できる秘訣を

教えます」を発刊。

その成功メソッドを使った採用をプロに任せたいという会社の支援に注力し

ている。

売上げの一部を食糧危機や災害、貧困から世界中の命を守る支援団体に寄付
をする社会貢献労務士でもある。

小さな会社が
お金をかけないで
人を採用できる
秘訣を教えます

**小さな会社がお金をかけないで
人を採用できる秘訣を教えます**



採用定着士・社会保険労務士
藤澤 佳津男

- ✓ 採用コストが高い…
- ✓ 面接に来てもらえない…
- ✓ 応募が来ない…
- ✓ 面接のやり方がわからない…
- ✓ 内定を辞退される…
- ✓ すぐに辞めてしまう…

人材のお悩み、この1冊で全て解決!!