

『中小・中堅・ベンチャー“成長系”企業の採用難を解決するために』

---

中途採用でお困りの“成長系”企業様向け

「良い採用」

の手引き

e-マネジメント株式会社

# 1. 人材採用(中途)は上手くいっていますか?

< よくある問題 >

## コストが掛かりすぎる・・・

人材紹介会社(紹介料:採用者年収の20～35%)、求人誌(求人掲載料:1週間で5～200万円)、大手転職サイト(求人掲載料:1ヶ月で20～400万円)等々  
繰り返し使える価格ではないし、そもそも高額すぎて使いづらい。

## 応募者が集まらない・・・

求人媒体にせっかく広告を掲載しても、思ったように応募者が集まらない。紹介会社も“待ち”の採用で、多くの応募者を対象とは出来ない。  
そもそも、どれだけの求職者が自社の求人を知っているのでしょうか?

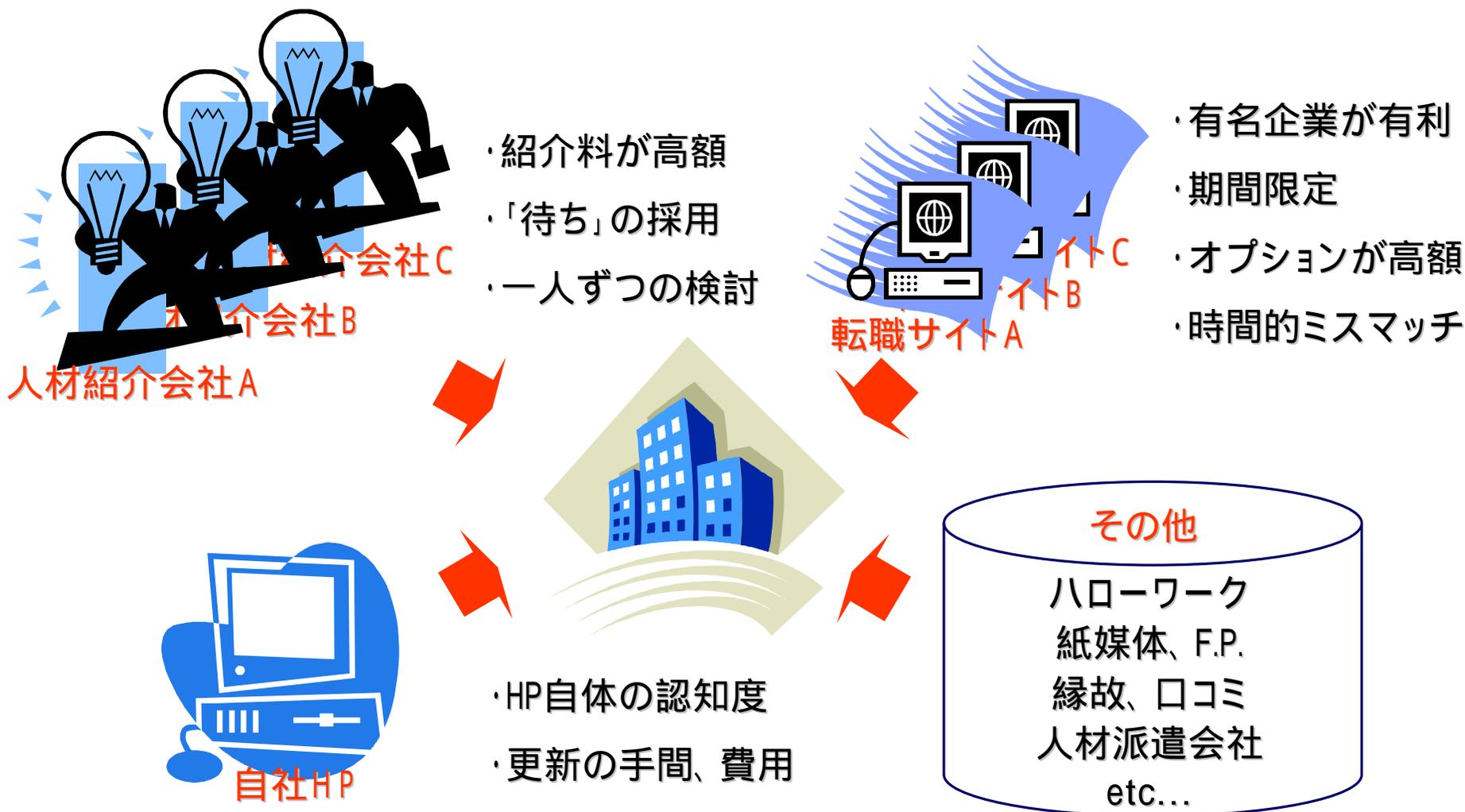
## 求める人材に出会えない・・・

コストと労力をかけて折角採用に至ったのに、思うように活躍してくれなかったり早期退職してしまったり。。。

採用活動で、自社のことや求める人材像をきちんと伝えましたか?

求人媒体の掲載期間の都合や業者の薦めで、仕方なく採用しませんでしたか?

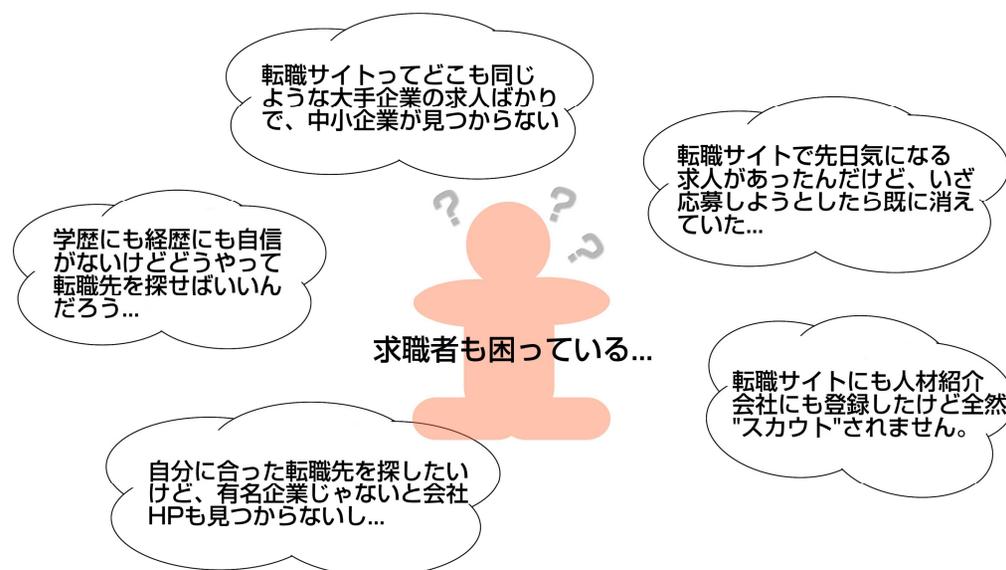
## 2. 人材採用(中途)の現状



どれか一つの方法で上手くいく訳ではありません。  
幾つかの方法を組合わせて継続的に活用する事が重要です...

### 3. “採用難”と言われてはいますが。。。

“採用難”と言われてはいますが、年間の転職希望者700万人の内、実際に転職出来ているのは300万人。求職者側から見ると、自分に合った転職先がなかなか見つからない為、非正規雇用(派遣(500万人)パート・アルバイト(1100万人)など)に流れているのです。



“採用”は企業成長の重要なポイントです。必要な時に突然慌ててもなかなか上手くはいきません。より多くの候補者と出会い、良い“採用”を実現する第一歩は。。。

自社の魅力をしっかりと伝えるため、魅力的な募集要項や会社情報を作成し、普段から継続的に、出来るだけ多くの媒体に露出・発信し、より多くの候補者に直接、積極的にアプローチをかける機会を増やすことが重要です。

# 4. 人材マーケットの現状を見てみましょう

## < 中途採用市場 >

人材紹介: 約1,500億円

広告媒体: 約7,000億円

1人当たり  
の採用費 : 100 ~ 200万円

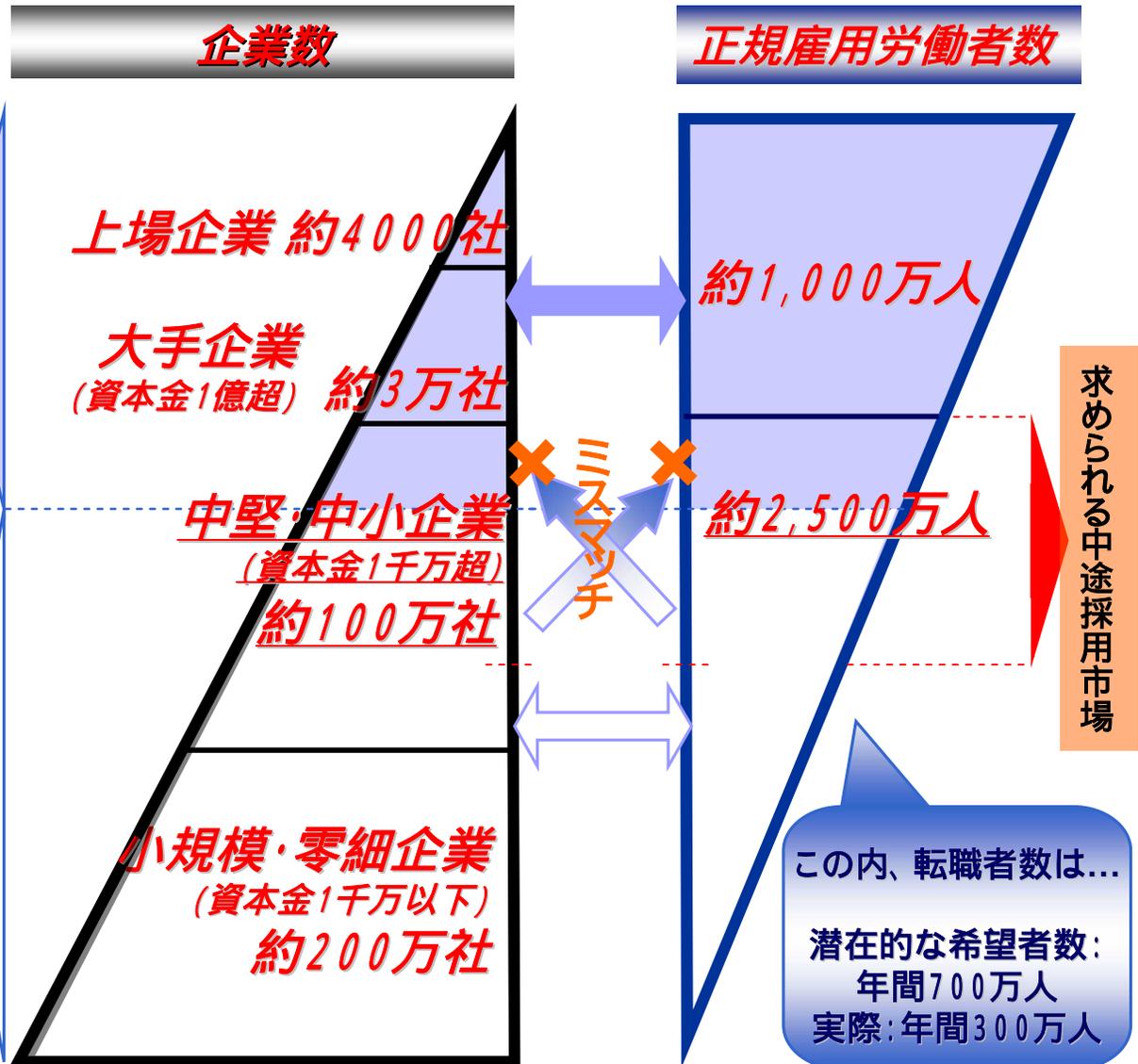
・既存サービスを継続利用

上記商用サービスの  
コスト構造により、

・既存サービスの最低限の  
単発的な活用にとどまる

・ハローワーク等の低機能な  
手法を選択せざるをえない

既存サービスの利用企業



## 5. 何故「採用難」なのでしょう？

経済産業省、中小企業庁がまとめた2007年版“中小企業白書”によると、「大幅な景気の回復により大手企業が採用を拡大している結果、中小企業の人材確保が困難になっており、今後益々その傾向は顕著になっていく」とのことです。

しかしながら、そもそも原因はそれだけでしょうか？ これは今に始まった問題でしょうか？

数年前、10年以上前からのことを振り返ってみても、多くの中小・中堅企業においては、知名度の不足などが原因で、思うような人材確保は常に困難だったのではないのでしょうか？

### 求人と求職のミスマッチ

求人企業には各社求める「人材像」があり、求職者の学歴や職歴、その他のスペックにおいて、大別すると、大手企業とそれ以外の企業では現実的に違う選択をします。

同様に、求職者側にも求める「企業像」があり、一つの区分として、「大手志向」かそうでないかに大別されます。

つまり、転職市場においても、多くの若手求職者は「大手企業 大手企業」「中小企業 中小企業」となる訳で、それ以外はレアなケースと言えます。

これに対し、既存の求人情報サービス事業者や有料職業紹介事業者の多くは、その価格設定やサービス設定、プロモーションを見て分かる通り、一部の大手企業をターゲットとしたサービス提供を行っています。

よって、これら事業者のサービスを活用して、ターゲット外の求職者が求職活動を行っても、また中小企業が求人活動を行っても、その多くはミスマッチとなり、望む成果は得辛いといえます。これは、構造的なミスマッチによるもので、「採用難」とは根本的に意味が違います。

中小企業における採用を効果的に行うためには、中小企業を志望する求職者との出会いが不可欠であり、その為に必要となる自社に合った方法を構築することが必要となります。

- 既存の人材サービスは一部の大手企業向けに偏った構造となっている
- 企業数の内約50%を占める成長志向の中小企業等向けサービスの不在
- このゾーンの採用活動は、必要に応じた通年採用が一般化している
- このゾーンの企業が、全雇用の約50%の受け皿となっている
- このゾーンの企業の人材確保は今後ますます困難となる
- 不適正なサービスの無理な活用が、中小企業の経営を圧迫する
- 大手企業向けに設計されたサービスでは、当然費用対効果も低い
- このマーケットのサービス不在が非正規雇用等社会問題の一因である



**成長志向の中小・中堅・ベンチャー企業にマッチした  
通年利用型の人材サービスや採用手法の整備が必要**

## 7. 採用方法を十分に考えていますか？

### 自社の魅力を十分に発信していますか？

中小企業志向の求職者は多く存在するものの、大手企業と比べると中小企業の会社情報や求人情報は圧倒的に露出が少なく、探し辛いのが現実です。また、多くの中小事業者は一般的に知名度が高いわけではなく、どんなに魅力的な会社でも、それを伝えなければ、たとえ中小企業志向の求職者と出会ったとしても興味が湧きづらく、応募には繋がりにくいものです。募集要項に限らず、会社には発信すべき情報が数多くある筈です。中小企業こそ、出来る限り多くの手段で自社の存在や魅力を十分に発信する必要があります。

### 他人任せにしていませんか？

求職者が大手企業に転職を考える際、実際に求人企業の中身など知らなくとも、自分の持つイメージと条件のみで、比較的容易に応募に踏み切ります。よって、大手企業の求人扱う事業者では、中身をよく知らなくとも表面的にイメージの良い募集要項を作成し、求人の仲介が可能となります。しかし中小企業の場合、求職者から見てその多くは何ら事前のイメージを持っておらず、むしろ無条件に不安を覚え、当然一から、そして大手企業を選ぶよりも慎重に判断をするものです。この溝を埋めるには、決して他人任せでなく、自社でしか作れない十分な内容、メッセージでアピールし、少しでも多くの求職者に興味を持ってもらうことが重要なのです。

### 求職者の事情を考慮していますか？

一中小企業に対する求職者の絶対数は、そもそも決して多くありません。よって、たとえ自社に合う求職者がいても、出会う確率は高くないのです。企業が求人したい時期と、自社に合う人材が求職者となり活動する時期が必ずしも一致するとは限りません。また、たとえどんなに立派な求人情報でも、ただ掲載しているだけで求職者が殺到することなど期待できません。紹介会社や媒体の知名度に頼った“待ち”の状態だけでは、効果的な採用活動は困難でしょう。そもそも慎重な求職者に対し、企業の側からアプローチをかけることによって初めて、興味を持ち始める求職者も大勢いるのです。自社の考える求人期間だけでなく、普段から継続的に出来るだけ多く自社の情報を発信し続け、自社に合った求職者との出会いの確率を最大限高めると共に、求職者に対し企業側から積極的にアピールを試みる事が重要となります。

## 8. 効果的な採用活動を行うためには。。。

### < 自社に合った“質”と“量” >

#### 会社の魅力を上手に発信する

転職者の多くは、インターネットで情報収集することから活動を始めます。その傾向は今後益々当たり前となっていくと思います。まずは、自社のHPを整備し、会社の魅力を十分に発信してください。その際、会社の雰囲気伝えるため、写真やデザインも重要なイメージ戦略です。また、求職者にとって初めてその名前を知る中小企業こそ、社長や社員自身のメッセージは重要なポイントです。企業理念や事業内容、求める人材像など、質と量を最大限高めることが「良い採用」の第一歩なのです。

#### より多くの求職者に自社求人を見てもらう

どんなに立派で魅力的な会社HPがあったとしても、求職者がそこに辿り着く確率は決して高くありません。コストや実現性の許す限り、インターネット上に限らず、自社HPに誘導する導線を数多く仕掛けることが重要です。名刺に自社HPのアドレスを記載するのもその一例ですが、ハローワークや求人サイトなどの媒体に求人広告を載せるのも、自社HPへの導線の拡大です。無料や安価なWEBサービスも多数存在します。一般のブログサイトを活用して、社長や社員のブログを掲載したり、アフィリエイトや他社HPとの相互リンクを活用したりと、求人広告だけに限らず他のきっかけで会社HPを訪れる方が求職者である可能性も大いにあるのです。最終的に自社HPの求人ページに辿り着く導線を数多く持つことが、「良い採用」の確率を高めます。

#### “攻め”の求人活動を心がける

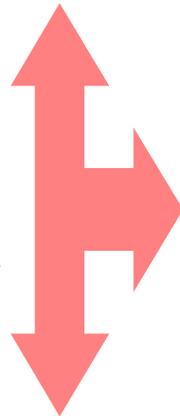
転職を考え、実際の活動をおこすタイミングや方法は、求職者それぞれです。自社の魅力的な情報を出来るだけ多く発信する仕組みを作ったら、それを定期的・継続的に行うことによって、自社に合う求職者との出会いを逃さないようにすることが“攻め”の求人に繋がります。また、求職者がまだ応募に積極的でない段階では、その多くが匿名性の活動を求め、転職サイトを利用することも事実です。企業側も求人サイトを利用する場合、匿名の問い合わせにも誠実に対応することは勿論、スカウトメッセージ機能等を活用し、積極的に求職者にアプローチする“攻め”の姿勢が「良い採用」の成果に繋がる重要なポイントです。

# 9. 中小・中堅・ベンチャー企業に合った方法例

## 非定期的な手法



基本は会社HPの充実  
HPへの導線拡充がポイント



- ・ 魅力の発信
  - ・ 社長などのメッセージ
  - ・ 求人ページ(求める人材像)
  - ・ 求人ページ(募集要項)
- 等々の充実

## 定期的な手法



その他 : SEO対策、PPC、各種媒体への露出、紹介、口コミ等々

## < 主な特徴 >

### 月々10,500円だけで継続発信

より多くの求職者に自社の求人情報を発信するためには、より多くの媒体に、より長期間、求人広告を掲載する必要があります。当然許容できるコストとの勝負になります。転職mapxは月々わずか10,500円。成功報酬などのオプション料金も一切ありません。他媒体との併用も、年間通しての継続利用も、企業経営に負担の少ない設定で採用活動をご支援します。

### 簡単、多彩な機能で豊富な情報発信

転職mapxは、大手転職サイトと同等の機能を有しながら、価格面、情報発信力において圧倒的なアドバンテージを実現しています。これは、募集要項の作成や運用を自社のセルフオペレーションで行っていただき、取材などを一切排除することで可能となります。しかし、決して難しくはありません。求人広告の作成、求職者とのコミュニケーションに必要な多彩な機能を、専用の簡単なシステムでご提供いたします。

### “攻め”の求人活動を可能にする

ただ求人広告を掲載するだけではありません。転職mapxに登録された求職希望者の中から、自社の希望条件に合う人材を検索し、月間1,000人まで直接メッセージを送ることが出来るため、コストや成果に縛られず積極的に“攻め”の求人活動が可能となります。また、必要な時に必要なだけ自社情報の最新性を更新することが出来るので、発信力も継続します。

# 1.1. 転職mapXの概要

