

目次

はじめに……v

序章

「はじめの二歩」令和の「採用」と「働く」を知る
——貢献し、成長したい若者たち

1 令和時代の求職者心理……2

求めているのは

「やりがい」・「成長」・「貢献」・「安心」……2

内的報酬を求める理由……3

世代間比較で見る労働観の転換……5

中小企業が選ばれる理由……6

令和の若者マインドを採用活動に活かす……9

2 そもそもなぜ、採用が難しくなったのか？……10

労働人口減少だけが原因ではない……10

就活の多様化……11

働き方の多様化……12

多様性社会の採用活動……13

4 求人票「ビフォーアフター」徹底比較——3つの工夫……31

「写真」でリアルを伝える……31

求人票は手紙のように書く……33

採用条件は丁寧に書く……35

第2章

「採用計画」少ない労力で採用成功

——簡単にできる採用活動

1 巷で言われている「採用計画・ペルソナ設定」は不要……44

経験者か、未経験者か？……44

予算をかけられるのか、否か？……45

ひとり人事の採用計画……45

2 有料媒体の落とし穴

——「お金をかけたけど採用できなかった」を防ぐ……47

営業担当者の言いなりにならない……47

応募数・費用対効果をシミュレーションする……47

「適切な投資」を意識する……49

求人掲載のタイミングを見極める……49

3 採用時短術——社員が協力したくなる採用とは？……50

第1章

「導入」採用できないのは求人が認知されていないから——採用条件（給与・休日）が不利だからではない

1 採用条件（給与・休日）が他社に負けていても採用はできる……16

SNSやブランディングも必要ない

——足りないのは求職者「認知」……16

求職者の仕事探し——3ステップ……17

2 求職者心理を意識した採用のあり方……19

「認知」——見られなければ、存在しないと同じ……21

「興味」——クリックされるかどうかの勝負どころ……22

「応募」——行動のための最後の一押し……25

3 コストをあげずに求職者に見つけてもらえるチャンスをつくる……25

無料媒体は「チャンスの宝庫」……26

お金をかけないからこそ、手をかける……26

無料媒体を最大限活かすには……27

無料媒体で採用できた企業の共通点……28

無料媒体でもこんなに多くの求職者が仕事を探している……29

採用を「自分ごと化」……51

採用を「面白く」……51

定時で帰るための採用方法とは!?……54

第3章

「求人票作成」採用実績のあるテンプレートを公開

——そのまま真似れば魅力的な求人票の完成

1 そもそも魅力的な求人票とは!?——求職者目線で徹底解説……58

2 テンプレート①——人気漫画の主人公が「仲間をひきつける」理論……59

求職者を惹きつけるのは「未来を語れる会社」……60

求職者が共感するのは「ビジョンがある会社」……60

主人公の「宣言」には、ワクワクの力がある……61

実践編——仕事内容をストーリーで語る……61

まとめ——未来を語る人・会社になろう……63

3 テンプレート②——未来が手に取るようにわかる

“人生ゲーム体感”理論……65

“未来を描けていない”求人票の共通点……66

“人生ゲーム体感理論”——未来が見える求人票はワクワクする……67

実践編——求人票に盛り込むのは「3つの未来」……68

まとめ——求人票は“未来への案内書”..あなたの会社で未来を描けるか?.....69

4 テンプレート③——CMで流れる「日常とのつながり」理論...70
「日常とのつながり」があると、仕事は「リアル」に感じられる.....70

ネジ製造業の場合——たった一文で、世界が変わる.....71
仕事内容欄には「現場紹介」ではなく、日常につながる「ストーリー」を.....72

実践編——CMの構成で仕事内容欄にストーリーを盛り込む...74
まとめ——求職者の心を動かすのは「事実」ではなく「情景」...75

5 弱い採用条件には少しのエピソードを添えて.....76

事例①——応募につながった土木工事会社の「何気ない10分」...77
なぜ「プチエピソード」が人の心に刺さるのか?.....77

どんなエピソードを切り取ればいいのか?——3つの分類...78
事例②——応募につながった飲食業の「まかないの時間」...79
まとめ——日常のエピソードは唯一無二のストーリー.....80

6 スマホでOK! 求人映えるための写真撮影術.....81
写真撮影はスマホで十分.....81

第4章

「募集」求人票掲載後の放置はNG
——意外と知られていない採用成功術

1 “応募ゼロ”をチャンスに変える.....94

2 求人サイト、ページビューから解決策を得る.....95
ステップ① 認知から興味(クリック率).....95

ステップ② 興味から応募(応募率).....97
ステップ③ 認知を増やす(母数を上げる).....98
まとめ——数字をヒントに改善する.....99

3 自由な言葉遊びで求職者にアプローチ
——求職者との接点を増やす.....100

4 求人関連企業との上手な付き合い方
——採用成功率を上げるために.....106

求人サイトの場合.....106

人材紹介会社の場合.....107

スカウト媒体の場合.....108

まとめ——掲載済の求人票でも、定期的な見直しを.....110

人の顔を必ず写す.....81
撮影の具体的な方法.....83

複数枚の写真を掲載するなら.....83
まとめ——求人票の写真で伝えるのは「仲間」の存在.....84

7 刺さるキャッチコピーのつくり方

——5つの求職者心理をおさえる.....84

① 数字で具体的に伝える型.....85

② 未来をイメージさせる型.....85

③ 身近な安心感を伝える型.....86

④ ほんの少しのユーモアプラス型.....86

⑤ お悩み解決型.....86

まとめ——求人票の顔「キャッチコピー」で心をつかめ.....88

8 キャッチコピーの万能パターンとNGパターン.....89

理念・ビジョン・社会的意義を伝える.....89

絶対に避けたいNGワード.....90

まとめ——キャッチコピーには「リアルなイメージ」を.....92

第5章

「選考」無理して見極めようとしな!——求職者の言葉・雰囲気を感じれば自社に合う人を選べる

1 “思っていたよりも良い”
——こういう発見があるから選考は面白い.....112

採用選考は「予想と発見の連続」.....113
求職者も企業を選考している.....113

2 書類選考で悩んでしま!——そんなときのプロっぽい判断プロセス.....114

① 応募条件に合っているか(必須条件).....115

② 転職回数と(前職の)在籍期間.....116

③ 問題解決能力はありそうか?.....116

まとめ——書類選考の視点は「求職者に会う価値があるかどうか」.....117

3 面接日程の調整で見えてくる求職者の本性.....118

レスポンスのスピードには「優先順位」が表れる.....119

メールの言葉遣いには「思いやり」と「社会性」が表れる.....119

日程調整のスムーズさは「段取り力」を測るモノサシ.....120

日程変更の連絡から推しはかる「信頼度」……………120

4 いつの間にか自社も見定められている……………124

そっけないメール対応……………124

レスポンスが速い、それだけで「誠実」に見える……………127

まとめ——面接日程の調整は「単なる事務作業」ではない……………127

5 面接のドタキャンゼロへ……………128

面接を受けたくなる魔法のメール……………128

面接キャンセルを阻止するのは求職者を思う気持ち……………130

6 「選び×選んでもらう」

相思相愛の関係をにつくる面接……………131

スキル⇨再現性を見る……………131

人柄⇨主体性・やる気を見る……………133

面接で選ばれる企業になる……………137

まとめ——選ぶ×選ばれる⇨相思相愛採用……………139

7 求職者が併願している場合、自社に入社してもらおう

ためにどのような対応をすれば良いか?……………140

併願状況は必ず確認し、比較を肯定する姿勢を示す……………140

「会社説明」ではなく「未来設計」を行う採用姿勢……………141

「あなたの未来のために」というスタンスが選ばれる理由……………144

補足——職場環境も無言のメッセージである……………144

8 内定通知だけではNG——対面で口説いて心を動かす……………145

オフア—面接で必ず話すこと……………145

求職者からの「内定承諾」の連絡の後は……………149

内定承諾後のドタキャンに備える……………150

まとめ——対面をおすすめするのはなぜか?……………151

第6章

「入社・定着」離職防止までが採用活動

——「未来」が見えれば社員は定着する

1 福利厚生や給与は関係ない!……………154

本当の退職理由……………154

4 若手社員が本当に求めていることは?……………169

定着の鍵は「スキル」よりも「関係性」……………169

仕事を「頼むこと／頼られること」がチームをつくる……………170

「関係性の質」が職場の空気を決める……………171

「苦手な人」との関係は成長の糧にできるか……………172

まとめ——定着の本質は「未来の見せ方」……………172

5 社員が定着する人事評価制度のあるべき姿……………173

評価制度は「辞めない組織をつくるための対話ツール」……………174

社員の「納得感」が離職率を下げる理由……………175

制度設計の前に確認すべき「会社の理念と方針」……………176

社員に「伝わる」評価項目のつくり方……………177

「運用」で信頼を生む評価面談のコツ……………178

まとめ——「評価制度」は未来を一緒に描く仕組み……………179

おわりに……………181

人が離れていくのは「未来が見えない」とき……………156

「相談してくれればよかったのに」は通用しない……………157

2 先回りして退職を防止する……………157

給与・待遇・ワークライフバランスに不安を感じている場合……………158

キャリアビジョンが見えないことに不安を感じている場合……………159

会社の経営方針に不安を感じている場合……………160

仕事内容に不安を感じている場合……………161

「ありがとう」で社内風土を変える……………162

まとめ——退職は日頃のコミュニケーションで防げる……………163

3 定着のカギは「入社前」にあった

——新人の「取扱説明書」を共有する……………164

情報共有は「本人の了承」がカギ……………165

「取扱説明書」は理解者を増やす仕組み……………165

教育担当を決めると社内が変わる……………166

事前準備をしなかった会社との違い……………167