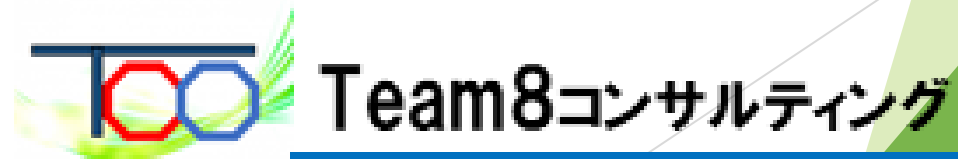


求職者との接点をデザインする

令和2年7月



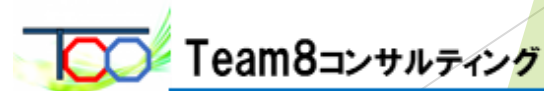
はじめに



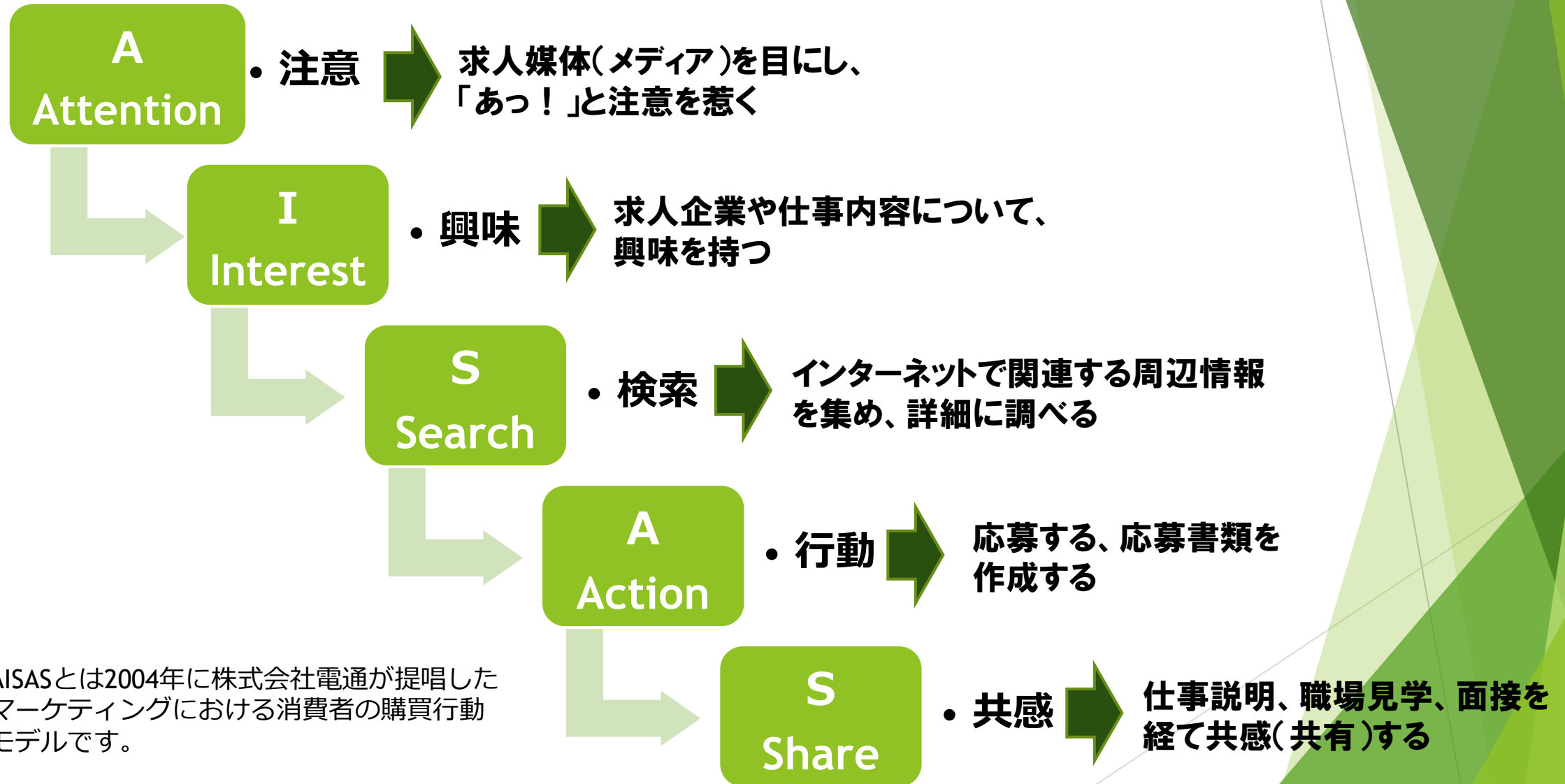
採用活動における求職者と企業との接点を、「求職者の気持ちの移り変わり」と「企業の人事担当者の気持ちの移り変わり」の両面から眺めてみると、新たな気づきを得ることができないだろうか？

ここに課題意識を持ち、「求職者との接点をデザインする」をご説明します。

求職者は「自分の希望する求人を見つけることができるか？」、企業は「自社の求める人材が応募してくれるか？」の認知が重なる部分が多くなるようなコミュニケーションのデザインをすることが必要と考えています。



消費者行動分析を就職活動に当てはめると…

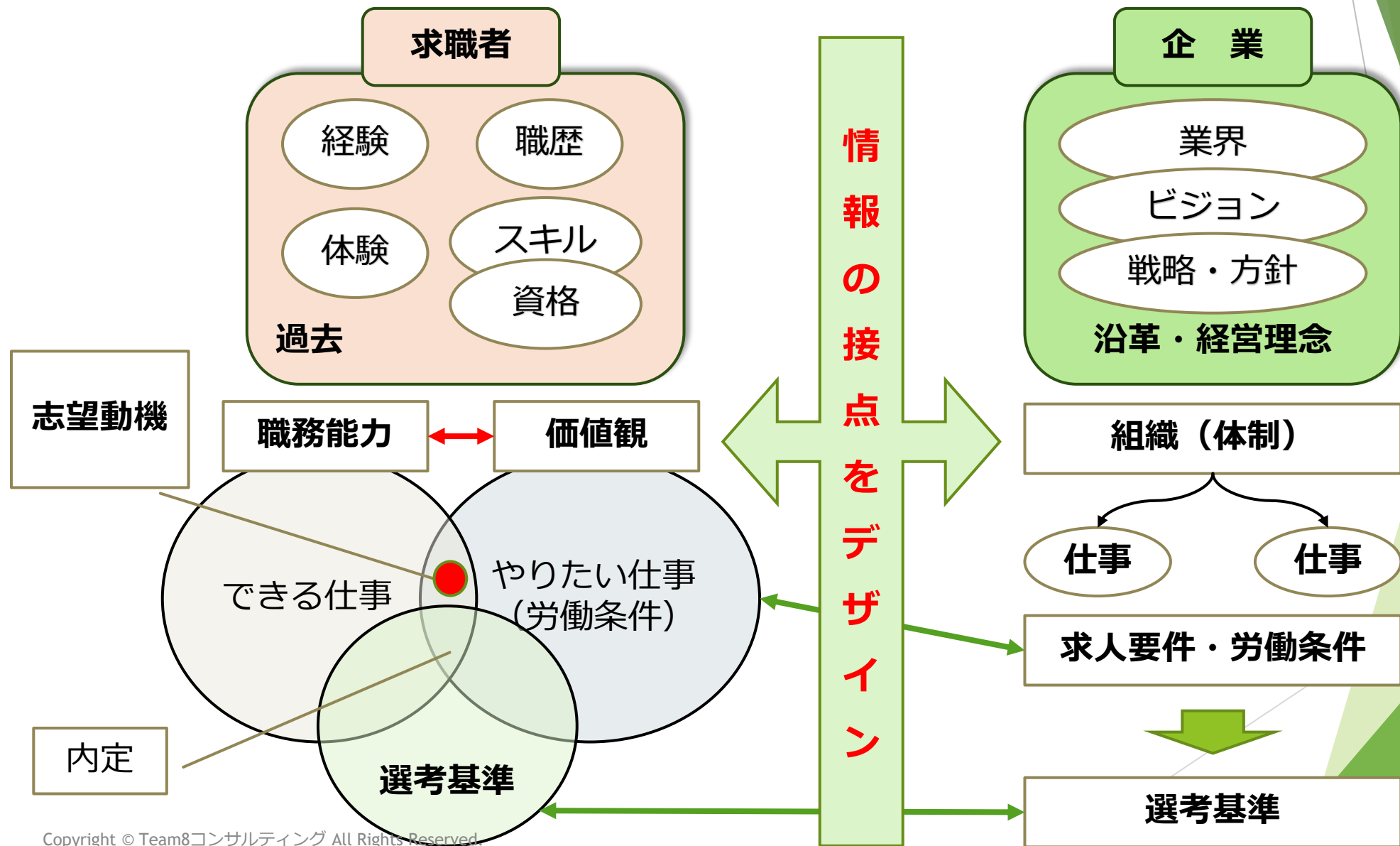


AISASとは2004年に株式会社電通が提唱したマーケティングにおける消費者の購買行動モデルです。

求職者・企業それぞれ何を考えているか？

	A・注意	I・興味	S・検索	A・行動	S・共感
求職者	<ul style="list-style-type: none"> 就職活動を始めて参考になっているメディアに表示されていた 見やすく、イメージが良かったので印象に残っている 	<ul style="list-style-type: none"> わかり易く読みやすい求人情報 あの言葉に興味をひかれた 仕事内容に興味があった 	<ul style="list-style-type: none"> 会社や業界について詳しく調べる 自分のスキルが活かせるかイメージしてみる 他に同じような求人はないか調べる 	<ul style="list-style-type: none"> ハローワークで紹介状を書いてもらう 個人で応募する 問合せする 	<ul style="list-style-type: none"> 人事担当者に理解された印象をもつ 面接で会話が弾み、良い雰囲気になる 納得感を持てる
企業	<ul style="list-style-type: none"> 求める人材は、どのメディアをよく見ているのか？ ハローワークの求人検索でヒットするためには？ 	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットとなる人が見れば、この仕事内容であれば興味を持ってもらえるのではないか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 会社HPで会社情報や業界情報を補完しているか？ 従業員の活躍している姿をイメージさせる情報が掲載されているか？ 労働条件、職場環境や福利厚生などの情報提供できているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> レスポンス良く反応してくれたか？ 求職者に敬意をもって対応したか？ 求職者の気にしていることに的確に答えられたか？ 	<ul style="list-style-type: none"> face-to-faceで求職者の価値観を引き出すことができたか？ 面接場所の空間演出や面接官のイメージに配慮できたか？

お互いの事がわからないからこそ...



そもそもお互いの事がわからない環境です。

よって、お互いに相手が何を考えているか、何を求めているかを考え、わかり易い表現や言葉を使う必要があります。

そして、情報の接点を意識してデザインしていくことが大切です。

接点デザインの例

情報メディア	目的と提供する情報	誘導先
求人雑誌・求人チラシ	求人があることを知ってもらう 注意を惹くキャッチーなキーワード、イラスト、写真	電話問合せ 会社ホームページ
民間求人サイト	民間求人サイトは応募されるまでの情報提供フローが設計されている。 サイト提供企業の担当者と打合せの上、会社や仕事の魅力が伝わるようにコンテンツを作りこむ。	会社ホームページ
ハローワーク求人票 (検索で表示される情報)	ハローワークの定める就業に関する基本情報 仕事の内容をわかり易く どんな会社か、何をしている会社かを端的に表現する	会社ホームページ
自社のホームページ	会社沿革、経営理念や事業内容、取り扱い商品・サービスの説明、社長メッセージや将来ビジョン、資本金、売上高、従業員数、主要取引先 採用ページでは、ハローワーク求人票で表現できない内容（研修制度、表彰制度、福利厚生、社員の働く様子、職場の雰囲気など）	自社HP内の 応募フォーム 職場見学希望フォーム 電話問合せへ誘導
電話問合せ	求職者から着信のある電話番号を一本化し、求職者応募時の対応マニュアル作成し、求職者の応募経路に沿ったブランディングを意識した対応を行う	職場見学の説明 応募書類の説明
会社説明会 職場見学	接客態度や職場の雰囲気を伝え、求人部門の担当者からの仕事内容の説明なども行う。求職者が疑問に思ったり、不安に感じていることを払拭できる情報提供を行う	正式な応募 適性試験、面接
面接	見極めと惹きつけ 求人部門と人事が協議検討して作成した選考基準に基づき見極めを行う 志望動機と自己PRを引き出し、活躍をイメージできるように惹きつける	内定を出す求職者からは確実に承諾を獲得する

採用を再点検するための9つの問い

	Who	What	How
目的 (Why)	なぜ、〇〇な人でないといけないのか？	なぜ、その仕事を強化しないといけないのか？	なぜ、採用でないといけないのですか？
提供価値	(誰に) 採用したい人	(何を) ・キャリア形成(仕事内容) ・経済的安定(給与・賞与) ・ワークライフバランス(制度)	(どのように) ・会社の安心感・成長性 ・仕事そのもの ・人間関係・社風・組織文化
採用・定着プロセス	プロセスの中で (誰に)協力依頼する？	プロセスの中で (何を)自前で作りこむ？	内定承諾までのプロセス設計 定着のためのプロセス設計

求める人物像

会社の魅力発見

接点のデザイン