MESSAGE

トップメッセージ

「雇用のあたり前」を変えていく－

方改革、人生100年時代、定年引上げ、ウエルビーイング、AIの台頭・・
まぐるしく変化していくこの時代、過去の延長線上で物事を考えるより、
ずっと未来の視点に立って考える必要があります。
もちろん、雇用についても。
のためには、大阪労働協会自身がどんどん変わっていく必要があります。
2023年は、その皮切りに5つのプロジェクトを立ち上げました。
頁に立って、今後の大阪労働協会を、大阪の中小企業における雇用を変え
ョンにコミットしていただける方に、どんどんご参加いただきたいと思っ

さりとて、足元の様々な業務もしっかり運営する必要もあります。
務を進めつつ、新しいチャレンジにも時間と労力を割いていく必要があり
大阪労働協会の仕事は、決して楽な仕事でもないし、簡単でもない。
泥臭く、効率の悪いこともたくさんあります。
乗り越え、中小企業の、またそこで働いている人、これから働く人たちの
ぜひあなたの力をお貸しいただきたいと思います。

求めている人物像は、極めてシンプル。
ズバリ！「自律型人材」です。
あなたのご応募、お待ちしております！

# 中小企業の「採用・育成・定着」を考える目的別セミナー

■日時
12/9(月)　13:30～15:30
■場所
エル・おおさか701号室
■実施形態
対面＆オンライン

# 採用ターゲットを惹きつける求人情報作成

～企業の未来を創る人材戦略　sessioⅢ～

厚生労働省認定　キャリアコンサルタント　桐原清武

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# 今回の目次

■session Ⅰ ～session Ⅳの振り返り

■求人情報作成のポイント

■具体的な求人票の作り方と情報発信

■採用のターゲット層を検討する（振り返り）

企業の未来を創る人材戦略　session Ⅲ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# sessionⅠ～sessionⅣの振り返り

採用4象限マトリクスを振り返る

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■session Ⅰ ～sessionⅣの振り返り

| | | |
|---|---|---|
| 企業文化のペルソナ | **第1象限　定着・育成Ⅱ** | |
| | 現社員とのエンゲージメント | |
| | 社員比率（雇用形態・男女比） | **第1象限は現社員とのエンゲージメントを記載していきます。**<br>これから迎える人材が身を置く職場環境を明確にすることで、人間関係や仕事の進め方といった企業文化との相違で早期退職することを防ぎます。満足度調査を行っていない企業は、会社への熱意や信頼、愛着といった部分はなかなか明確に示すことは出来ないかもしれませんが、その場合は「こうあって欲しい」「こう在りたい」という理想の環境を具体的に記載していくようにしましょう。 |
| | 会社への熱意（根拠も示す） | |
| | 会社への信頼（根拠も示す） | |
| | 会社への愛着（根拠も示す） | |
| | 入社時とのギャップ度 | |
| | 社員の意見・要望の収集方法 | |
| | 社員の意見・要望の返却方法 | |
| | 社員満足度調査の有無と頻度 | |
| | 社員福利厚生の認知度 | |
| | 社員福利厚生の利用度 | |
| | 社員同士の交流方法と頻度 | |
| | 幹部と社員の交流方法と頻度 | |
| | 社外人材との交流方法と頻度 | |
| | コミュニケーションスタイル | |
| | 業務環境（デスクや備品） | |
| | 業務後や休日の交流の有無 | |

Session Ⅰ
現社員とのエンゲージメント
（定着）

## 職場環境の検証・施策

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■session Ⅰ ～session Ⅳの振り返り

| | 第2象限　採用III | |
|---|---|---|
| | 採用対象者とのエンゲージメント | |
| 個人のペルソナ | 年齢 | **第2象限はこれから採用する人材とのエンゲージメントを記載していきます。**<br>欲しいと思う理想の人物像を創り上げるのではありません。<br>社内で実際に活躍している人材、もしくは周囲で「こういう人に入社して欲しい」と思う実在の人材を1名具体的に想定して、その人材の等身大のペルソナを設定します。<br>情報が不足する場合は、想定した人物に直接インタビューを行い、各項目を具体的に詳細に記載していきます。 |
| | 性別 | |
| | 学歴 | |
| | 資格 | |
| | 居住地 | |
| | 通勤手段 | |
| | 家族構成 | |
| | 利用しているメディア | |
| | 利用しているデバイス | |
| | 現在の勤務状況 | |
| | 趣味 | |
| | 平日の過ごし方 | |
| | 休日の過ごし方 | |
| | 希望する雇用形態 | |
| | 希望する雇用期間 | |
| | 希望する年収 | |

Session Ⅱ
採用対象者とのエンゲージメント
（採用①）

## 採用対象者の設定

企業の未来を創る人材戦略　session Ⅲ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■session Ⅰ～sessionⅣの振り返り

| | | |
|---|---|---|
| 仕事のペルソナ | 第3象限　採用Ⅳ | |
| | 担って欲しい業務とのエンゲージメント | |
| | 雇用形態 | **第3象限は採用する人材と担ってもらう仕事とのエンゲージメントを考えます。**<br>職種設定から考えがちですが、例えば同じ営業職でも業種、業界、業態によって内容も仕事の進め方もまったく異なります。<br>入社したらどんな仕事をするのか？１日の流れ、1週間の流れ、1か月の流れを考えながら、応募者が具体的に仕事の内容をイメージ出来るように記載していきます。<br>特に、何を？どこで？どのくらい？何を使って？仕事をするのかは、入社してすぐに直面することですから、実際の部署の社員に話を聞きながら設定するとよいでしょう。 |
| | 雇用期間 | |
| | 年収 | |
| | 業務内容（何を？） | |
| | 業務内容（どこで？） | |
| | 業務内容（どのくらい？） | |
| | 業務内容（何を使って？） | |
| | どんな成果を求めるのか？ | |
| | 残業の発生頻度 | |
| | 残業の通知のタイミング | |
| | 個人またはグループか？ | |
| | 必要なスキル（MUST） | |
| | 必要なスキル（WANT） | |
| | 研修期間 | |
| | 業務または中核人材か？ | |
| | 何職と言えるか？ | |

SessionⅢ
採用対象者と業務のエンゲージメント
（採用②）

## 業務の棚卸

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■session Ⅰ ～sessionⅣの振り返り

| 経営戦略のペルソナ | 第4象限　マネジメント（採用・育成）V | |
|---|---|---|
| | 企業とのエンゲージメント | |
| | 会社が目指す目標（存在意義） | **第4象限は企業と採用する人材とのエンゲージメントを考えます。**<br>自社の企業文化（第1象限）にフィットする人材（第2象限）で、仕事のペルソナとの相性（第3象限）が良くても、最終的に自分が身を置く会社の考え方や方針（第4象限）に共感出来なければ定着はありません。<br>第1から第4までのエンゲージメントが明確かつ正確で、ペルソナが一貫していると、会社の人材は流動型から循環成長型へと変化し、人材の定着へとつながっていきます。 |
| | 理想の会社像（在りたい姿） | |
| | 価値基準（価値観・行動基準） | |
| | 企業理念の浸透度 | |
| | 社員の評価方法と認知度 | |
| | 昇給・昇格基準の有無 | |
| | キャリアマップの有無 | |
| | 社内研修の有無と頻度 | |
| | 社外研修の有無と頻度 | |
| | 社外人材との交流の場の有無 | |
| | 自社の魅力の把握（社内） | |
| | 自社の魅力の把握（社外） | |
| | 自社の魅力の発信方法 | |
| | 獲得したい人材の種別 | |
| | 人材獲得に使用するツール | |
| | 選考・採用方法 | |

SessionⅣ
採用対象者と企業のエンゲージメント
（採用③・育成）

## 経営戦略と採用戦略の検証

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■session Ⅰ ～session Ⅳの振り返り

| | 第2象限　採用III | |
|---|---|---|
| | 採用対象者とのエンゲージメント | |
| 個人のペルソナ | 年齢 | |
| | 性別 | |
| | 学歴 | |
| | 資格 | |
| | 居住地 | |
| | 通勤手段 | |
| | 家族構成 | |
| | 利用しているメディア | |
| | 利用しているデバイス | |
| | 現在の勤務状況 | |
| | 趣味 | |
| | 平日の過ごし方 | |
| | 休日の過ごし方 | |
| | 希望する雇用形態 | |
| | 希望する雇用期間 | |
| | 希望する年収 | |

| | 第1象限　定着・育成 II | |
|---|---|---|
| | 現社員とのエンゲージメント | |
| 企業文化のペルソナ | 社員比率（雇用形態・男女比） | |
| | 会社への熱意（根拠も示す） | |
| | 会社への信頼（根拠も示す） | |
| | 会社への愛着（根拠も示す） | |
| | 入社時とのギャップ度 | |
| | 社員の意見・要望の収集方法 | |
| | 社員の意見・要望の返却方法 | |
| | 社員満足度調査の有無と頻度 | |
| | 社員福利厚生の認知度 | |
| | 社員福利厚生の利用度 | |
| | 社員同士の交流方法と頻度 | |
| | 幹部と社員の交流方法と頻度 | |
| | 社外人材との交流方法と頻度 | |
| | コミュニケーションスタイル | |
| | 業務環境（デスクや備品） | |
| | 業務後や休日の交流の有無 | |

| | 第3象限 [illegible] | |
|---|---|---|
| | 担って欲しい業務との[illegible]ージメント | |
| 仕事のペルソナ | 雇用形態 | |
| | 雇用期間 | |
| | 年収 | |
| | 業務内容（何を？） | |
| | 業務内容（どこで？） | |
| | 業務内容（どのくらい？） | |
| | 業務内容（何を使って？） | |
| | どんな成果を求めるのか？ | |
| | 残業の発生頻度 | |
| | 残業の通知のタイミング | |
| | 個人またはグループか？ | |
| | 必要なスキル（MUST） | |
| | 必要なスキル（WANT） | |
| | 研修期間 | |
| | 業務または中核人材か？ | |
| | 何職と言えるか？ | |

| | 第[illegible]マネジメント（採用・育成）V | |
|---|---|---|
| | 企業とのエンゲージメント | |
| 経営戦略の[illegible]ルソナ | 会社が目指す目標（存在意義） | |
| | 理想の会社像（在りたい姿） | |
| | 価値基準（価値観・行動基準） | |
| | 企業理念の浸透度 | |
| | 社員の評価方法と認知度 | |
| | 昇給・昇格基準の有無 | |
| | キャリアマップの有無 | |
| | 社内研修の有無と頻度 | |
| | 社外研修の有無と頻度 | |
| | 社外人材との交流の場の有無 | |
| | 自社の魅力の把握（社内） | |
| | 自社の魅力の把握（社外） | |
| | 自社の魅力の発信方法 | |
| | 獲得したい人材の種別 | |
| | 人材獲得に使用するツール | |
| | 選考・採用方法 | |

Session Ⅰ
現社員とのエンゲージメント
（定着）

Session Ⅱ
採用対象者とのエンゲージメント
（採用①）

Session Ⅲ
採用対象者と業務のエンゲージメント
（採用②）

Session Ⅳ
採用対象者と企業のエンゲージメント
（採用③・育成）

企業の未来を創る人材戦略　session Ⅲ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■ session Ⅰ ～sessionⅣの振り返り

| | （仕事のレベル） | （成果の再現性） |
|---|---|---|
| コンピテンシーレベル 1 | 指示を受けて仕事をするレベル | 期待できない |
| コンピテンシーレベル 2 | 自分の知識で仕事をするレベル | 平常時なら期待できる |
| コンピテンシーレベル 3 | 思考で問題を解決できるレベル | 十分に期待できる |

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅡ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# 求人情報作成のポイント

採用ターゲット心理を理解する

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■求人情報作成のポイント

| | | |
|---|---|---|
| | 第3象限　採用Ⅳ | |
| | 担って欲しい業務とのエンゲージメント | |
| | 雇用形態 | |
| | 雇用期間 | |
| 仕事のペルソナ | 年収 | **第3象限は採用する人材と担ってもらう仕事とのエンゲージメントを考えます。**<br>職種設定から考えがちですが、例えば同じ営業職でも業種、業界、業態によって内容も仕事の進め方もまったく異なります。<br>入社したらどんな仕事をするのか？１日の流れ、1週間の流れ、1か月の流れを考えながら、応募者が具体的に仕事の内容をイメージ出来るように記載していきます。<br>特に、何を？どこで？どのくらい？何を使って？仕事をするのかは、入社してすぐに直面することですから、実際の部署の社員に話を聞きながら設定するとよいでしょう。 |
| | 業務内容（何を？） | |
| | 業務内容（どこで？） | |
| | 業務内容（どのくらい？） | |
| | 業務内容（何を使って？） | |
| | どんな成果を求めるのか？ | |
| | 残業の発生頻度 | |
| | 残業の通知のタイミング | |
| | 個人またはグループか？ | |
| | 必要なスキル（MUST） | |
| | 必要なスキル（WANT） | |
| | 研修期間 | |
| | 業務または中核人材か？ | |
| | 何職と言えるか？ | |

興味、志向から具体的業務内容を確定する

| | | |
|---|---|---|
| | 第2象限　採用Ⅲ | |
| | 採用対象者とのエンゲージメント | |
| 個人のペルソナ | 年齢 | **第2象限はこれから採用する人材とのエンゲージメントを記載していきます。**<br>欲しいと思う架空の人物像を創り上げるのではありません。<br>社内で実際に活躍している人材、もしくは周囲で「こういう人に入社して欲しい」と思う実在の人材を1名具体的に想定して、その人材の等身大のペルソナを設定します。<br>情報が不足する場合は、想定した人物に直接インタビューを行い、各項目を具体的に詳細に記載していきます。 |
| | 性別 | |
| | 学歴 | |
| | 資格 | |
| | 居住地 | |
| | 通勤手段 | |
| | 家族構成 | |
| | 利用しているメディア | |
| | 利用しているデバイス | |
| | 現在の勤務状況 | |
| | 趣味 | |
| | 平日の過ごし方 | |
| | 休日の過ごし方 | |
| | 希望する雇用形態 | |
| | 希望する雇用期間 | |
| | 希望する年収 | |

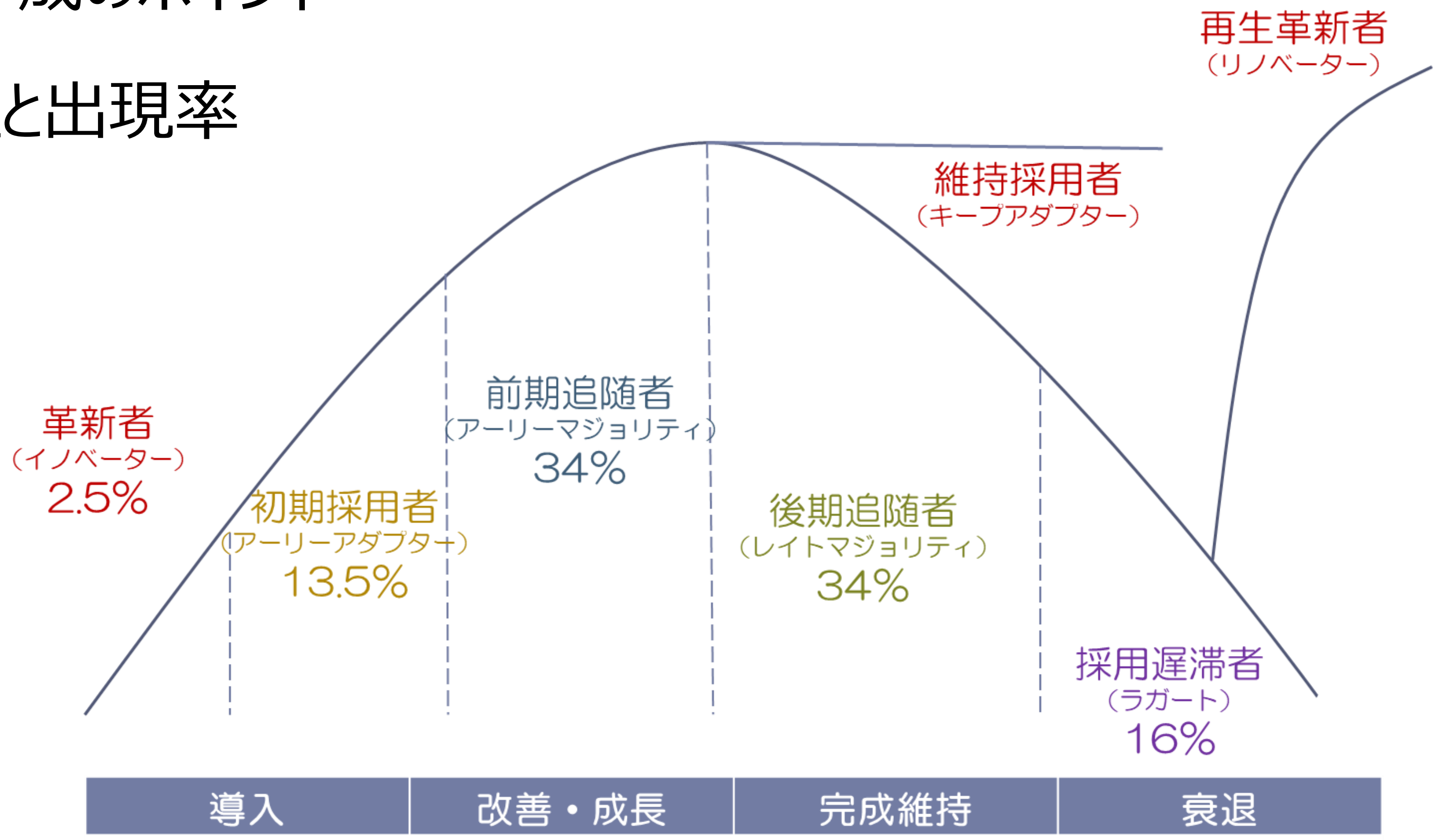
使用しているメディア、デバイスから生息先を確定する

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■求人情報作成のポイント

## 人材属性と出現率




企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■求人情報作成のポイント

| | | | |
|---|---|---|---|
| 雇用の理由 | 雇用までのハードル | 雇用後の待遇 | ターゲットが応募の興味を確認する要素 |
| 仕事の内容 | フォロー体制 | 職種名の決定 | ターゲットが就労の適性を確認する要素 |
| 必要資格 | 内的能力と（経験） | 年齢の想定 | ターゲットが応募の条件を確認する要素 |

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# 具体的な求人票の作り方と情報発信

採用ターゲットを
惹きつける求人

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

## ■具体的な求人票の作り方と情報発信

### ①雇用形態を明確にする

正社員（雇用期間の定め無し・試用期間の有無・研修の有無・研修の方法）
契約社員（雇用期間の定め提示・契約更新の有無・研修の有無・研修の方法・社員登用の有無）
長期パート社員（雇用期間の定め提示・契約更新の有無・研修の有無・研修の方法・社員登用の有無）
短期パート社員（雇用期間の定め提示・契約更新の有無・研修の有無・研修の方法・社員登用の有無）

雇用の理由 → 雇用までのハードル → 雇用後の待遇



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

長らく勤務してくれた男性社員が定年で勇退のため、新しい仲間を正社員で迎えたいと思います。
内定から正式な社員登用までの試用期間は2か月を予定しています。
その間、給与・待遇に差異はありません。また、勤続年数期間にも含まれます。
仕事の内容は、お客様からお問い合わせ頂いた内容への住宅営業活動です。
広告やチラシによる反響営業ですので、こちらから新規に開拓するようなテレアポイント営業ではありません。
お問い合わせ頂いたお客様に当社製品を丁寧にご案内し、気に入って頂けたらご購入頂くお仕事です。
試用期間を設けているのは、当社の製品をより深く理解して、心の底から好きになって頂き、自信を持ってお勧めして頂くための商品知識習得のためです。
試用期間が終わりましたら、面談時に貴方ご自身が正社員として働き続けるかをご判断ください。
正社員としてお迎えしたあとも仕事の内容が大きく変わることはありませんし、いきなり売上目標を持つようなこともありませんから、安心してご決断ください。



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

## ②業務内容を明確にする

「何を？」「どこで？」「誰と？」「どのくらい？」「何を使って？」「どんな成果を求めるか？」を明確にする。
同じ営業職であっても、
・個人少額営業　・個人高額営業　・法人少額営業　・法人高額営業　とまったく異なる内容のため、職種について最初から「営業職」とくくらず、仕事内容を明確にすることから始める。

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

当社がお客様にご案内するのは、個人向け注文住宅です。
一生に一度の大きな買い物ですから、お客様に寄り添いながら私たちもゆっくり丁寧にご案内とご提案を続け、受注を目指します。
自分専用のデスクとPCを使ってお客様が知りたい情報やご提案を作成し、お電話とメール、SNSを使ってご案内していきます。
反響にもよりますが、1日2～3件程度のお客様にご案内を行います。
貴方独りではなく、3人のグループでお仕事を進めます。
入社1～2年目までは2か月で1件の成約を目指し、一人前になると1か月で1件程度の成約を目指せるように知識と経験を身に着けてください。
残業は週に1日2時間程度ありますが、前日には残業があるかが分かりますから、ご自身の予定が立てられないということはありません。
あなたのお仕事は、製品別価格一覧や製品の特長の詳細を掲載したツール、一人一人にメンター役の社員と研修役の上司が付き、継続的にしっかりとサポートしていく営業職です。



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

## ③必要なスキル（MUST・WANT）を明確にする

入社にあたって必要なスキルを明確にする。
MUST項目には「運転免許」等の資格を明記し、WANT項目には「お客様のニーズを察知する傾聴力」といった転移可能な能力（エンプロイアビリティスキル）を明記し、応募者が人物像を想像しやすい状況を作る。
内的能力に経験（業務に直接の経験とは限らない）を加味するかどうかで、応募者に今回求めている年齢層を想像させることが出来る。

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

お客様のもとへ出向いたり、お客様を現地にご案内することがありますので、運転免許は必須となります。
お客様はおそらく人生初めての大きな買い物です。
そのため、ご自身でもイメージを言葉にすることがなかなか難しいことがあることでしょう。
貴方の真剣で真摯にお客様に向かう姿勢、お客様のニーズを言葉にして伝えることが出来るスキルがとても貴重になります。
社内ではPCスキルの習得講座も業務時間内で準備していますから、足らないと感じたスキルはどんどん習得してお客様の「ありがとう」につなげてください。
（もし、これまでどんな業界やお仕事内容でも構わないのですが、お客様に商品をご提案するお仕事のご経験があれば、それはご自身のお仕事の幅と余裕につながりますよ）
（これまで若いメンバーを育ててこられたご経験があられるなら、ぜひ当社のメンバーにも貴方のノウハウを教えてあげてください）
職種で言えば営業職ですが、お客様のありがとうを一身に受け取り、生涯お付き合いできる素敵なお仕事であることがお分かり頂けたかと思います。



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

【ターゲット（ペルソナ）】
建設工事会社、工務店に務めていたが、将来のキャリア形成や資産形成に不安を抱いていた。できればこれまでの経験を活かしたい。通勤に便利な勤務地で、地元中心に事業を行っている安定した会社で収入を高めながら長く働き家族を安心させたい。将来的には責任ある仕事を任され、裁量権を持てる実力を身につけ、キャリアアップと収入アップを実現したい。

求人番号 [redacted]
事業所番号 [redacted]

受付年月日 令和6年11月12日　　紹介期限日 令和7年1月31日

## 求人票（フルタイム）

| | |
|---|---|
| 公開範囲 | 事業所名等を含む求人情報を公開する |
| 識別欄 | Z54 / B10 |

オンライン自主応募不可
地方自治体のみ可

就業地住所：兵庫県川西市
職業分類：048-99
産業分類：533 石油・鉱物卸売業

### 1　求人事業所

| | |
|---|---|
| 事業所名 | [redacted] |
| 所在地 | [redacted] |
| ホームページ | [redacted] |

| | |
|---|---|
| 就業場所 | 事業所所在地と同じ<br>[redacted]<br>ＪＲ　北伊丹駅　から　徒歩19分<br>阪急バス「久代口」下車徒歩２分 |
| | 受動喫煙対策　あり（屋内禁煙）<br>屋外喫煙所あり |
| マイカー通勤 | 可<br>駐車場　あり |
| 転勤の可能性 | あり　転勤範囲<br>本社および弊社営業所（兵庫県） |

### 2　仕事内容

| | |
|---|---|
| 職種 | リフォーム（営業） |
| 仕事内容 | ・弊社ガスの既存顧客を回りながらのリフォーム営業<br>・提携業者や社内からの紹介案件へのリフォーム営業<br>などを行っていただきます。<br>◎リフォーム業界経験者優遇<br>◎未経験者も１から丁寧にお仕事を覚えて頂けますので安心してご応募ください<br>＊変更範囲：会社の定める業務 |
| 雇用形態 | 正社員<br>正社員以外の名称<br>正社員登用<br>正社員登用の実績（過去３年間） |
| 年齢 | 年齢制限　あり（45歳以下）<br>年齢制限該当事由　キャリア形成<br>長期勤続によるキャリア形成のため |
| 学歴 | 必須　高校以上 |
| 必要な経験等 | 必要な経験・知識・技能等　不問 |
| 必要なPCスキル | |
| 必要な免許 | |

### 3　賃金・手当

| | |
|---|---|
| 月額（a＋b） | 200,000 円 ～ 300,000 円<br>※（固定残業代がある場合はａ＋ｂ＋ｃ） |
| 基本給（a） | 基本給（月額平均）又は時間額　200,000 円 ～ 300,000 円<br>月平均労働日数（20.2 日） |
| 定額的に支払われる手当（b） | 手当 円 ～ 円<br>手当 円 ～ 円<br>手当 円 ～ 円<br>手当 円 ～ 円 |
| 固定残業代（c） | なし（ 円 ～ 円）<br>固定残業代に関する特記事項 |
| その他手当付記事項（d） | 残業代別途支給あり |
| 賃金形態等 | 月給 円 ～ 円<br>その他内容 |
| 通勤手当 | 実費支給（上限あり）　月額 100,000 円 |
| 賃金締切日 | 固定（月末） |
| 賃金支払日 | 固定（月末以外）　翌月 25 日 |
| 昇給 | あり（前年度実績 あり）<br>金額 1月あたり 500 円 ～ 5,000 円（前年度実績 |
| 賞与 | あり（前年度実績 あり）　年２回（前年度実績）<br>賞与月数 計 2.50ヶ月分（前年度実績） |

【見直し⑦職業分類】048-10 建設工事営業員

【見直し⑤月額】
経験者採用の月額を設定いただき、５万円程度の幅で表現する。

【見直し⑥手当】
就業規則で定められている手当をご記入する。

【見直し①職種】
28文字（制限）を使って仕事内容をイメージできる表現を行う。

【見直し②仕事内容】
30文字×12行（制限）を使ってどんな仕事をしてもらうのか詳細に記述する。
最初の３行（概要）＋残り９行（詳細）でまとめる。

【見直し③年齢】
求人票上は不問が望ましい。
６０歳超で経験者が応募された場合は、契約社員としての応募を検討していただくことも可能。

【見直し④経験・必要なPCスキル】
必要と考える経験やPCスキルをしっかりと書き込むことを検討する。

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

受付年月日 令和6年11月12日　紹介期限日 令和7年1月31日

## 求人票（フルタイム）

事業所名 [redacted]

2807- 250-0 （2／2）

**4 労働時間**

| | |
|---|---|
| 就業時間 | 変形労働時間制（1年単位）<br>（1） 08時 30分 ～ 17時 30分<br>（2） ～<br>（3） ～<br>又は ～ の間の 時間<br>就業時間に関する特記事項 |
| 時間外労働時間 | 時間外労働 あり　月平均 20時間<br>36協定における特別条項 あり<br>特別な事情・期間等<br>繁忙時・人員不足時に対応するため。<br>月８０時間、年６回、年７２０時間まで |
| 休憩時間 | 60分　年間休日数 122日 |
| 休日等 | 日 祝日 その他<br>週休二日制 毎 週<br>月曜日から土曜日のうち５日間勤務<br>6ヶ月経過後の年次有給休暇日数 10 日 |

**5 その他の労働条件等**

| | |
|---|---|
| 加入保険 | 雇用 労災 ~~公災~~ 健康 厚生 ~~財形~~ ~~その他~~　退職金共済 加入　退職金制度 あり（勤続 3年以上） |
| 企業年金 | ~~厚生年金基金~~ 確定拠出年金 ~~確定給付年金~~ |
| | 定年制 あり（一律 60歳）　再雇用制度 あり（上限 65歳まで）　勤務延長 なし |
| 入居可能住宅 | |
| 利用可能託児施設 なし | 託児施設に関する特記事項 |

**6 会社の情報**

| | |
|---|---|
| 企業情報 | 従業員数 294人　就業場所 13人（うち女性 2人）（うちパート 3人）　設立年 昭和35年　資本金 4,800万円　労働組合 なし |
| 事業内容 | ＬＰガス、産業用ガス、工業用高圧ガス、産業用燃料販売、ガソリンスタンド、自動車販売・整備、レンタカー、住宅設備機器、リフォーム、情報機器関連、カフェ事業、ヘルスケア事業 |
| 会社の特長 | 地域密着型の生活総合サービス企業として阪神間を中心に様々な事業を展開。ライフクリエイターとしての使命を果たし地域社会への貢献をめざします。 |
| 役職／代表者名 | 代表取締役 船岡 史朗　法人番号 3140001079686 |
| 就業規則 | フルタイム あり　パートタイム あり |
| | 職務給制度 なし　復職制度 なし |
| | 育児休業取得実績 あり　介護休業取得実績 あり　看護休暇取得実績 なし |
| | 外国人雇用実績 なし　ＵＩＪターン歓迎 |

求人に関する特記事項

・社会保険完備

**7 選考等**

| | |
|---|---|
| 採用人数 | 1人　募集理由 増員 |
| 選考方法 | 書類選考　面接（予定 3回）　~~筆記試験~~　その他 |
| 結果通知 | ~~即決~~　書類選考結果通知 書類到着後 14日以内　面接選考結果通知 面接後 14日以内　~~その他~~ |
| 通知方法 | ~~求職者マイページに連絡~~　~~郵送~~　電話　Eメール　~~その他~~ |
| 日時 | その他 後日連絡 |
| 選考場所 | 〒 666-0024 兵庫県川西市久代２－２－１　ＪＲ 北伊丹駅 から 徒歩19分 |
| 応 | ﾊﾛｰﾜｰｸ紹介状　履歴書（写真貼付）　職務経歴書 ~~ｼﾞｮﾌﾞｶｰﾄﾞ~~ ~~その他~~　送付方法 |

ハローワークより：求人票は雇用契約書ではありません。採用時には必ず、書面により労働条件の明示を受けてください。

【見直し⑩事業内容】
リビングサービス部の事業内容具体的に記入
【見直し⑪会社の特徴】
リフォームサービス部の特徴を具体的に記入する。

【見直し⑧時間外労働時間】
月平均は実態を記入し、補足説明を特記事項欄に記入する。

【見直し⑨休日等】
年末年始、夏季休暇など具体的に記入
土日に仕事が入る可能性や頻度、振替休日の取得など

【見直し⑫募集理由】
事業拡大にともない
と記入しても良い。

【見直し⑬求人に関する特記事項】
30文字×20行（制限）を活用して
・リビングサービス部の組織体制や営業拠点
・勤務場所の人員、年齢層、役割など職場がイメージできる情報
・年間のリフォーム施工実績や売上規模
・今回、求人（増員）に至った背景
・入社後のOJTの内容と○カ月後に任せたいエリア、商品、分野
・資格取得支援制度や社内勉強会など
・確定拠出年金による資産形成
・女性活躍推進行動計画の中で女性営業職の働きやすい職場づくりに取り組んでいること

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

| 個人のペル | 第2象限　採用Ⅲ | |
|---|---|---|
| | 採用対象者とのエンゲージメント | |
| | 年齢 | **第2象限はこれから採用する人材とのエンゲージメントを記載していきます。**<br>欲しいと思う架空の人物像を創り上げるのではありません。<br>社内で実際に活躍している人材、もしくは周囲で「こ[illegible]う人に[illegible]社して欲しい」と思う実在の人材を1名具体的に想定して、そ[illegible]材の[illegible]大のペルソナを設定します。<br>情報が不足する場合は、想定した人物に直接イン[illegible]ュー[illegible]い、[illegible]目を具体的に詳細に記載していきます。 |
| | 性別 | |
| | 学歴 | |
| | 資格 | |
| | 居住地 | |
| | 通勤手段 | |
| | [illegible] | |
| | 利用しているメディア | |
| | 利用しているデバイス | |
| | 現在の勤務状況 | |
| | 趣味 | |
| | 平日の過ごし方 | |
| | 休日の過ごし方 | |
| | 希望する雇用形態 | |
| | 希望する雇用期間 | |
| | 希望する年収 | |

## 求人サイト系

HelloWork Internet Service
ハローワーク インターネットサービス

トップ > 事業主の方へのサービス

事業主の方へのサービス

GENKIWORK
げんきワーク

求人Free／完全無料の求人サイト（全国）

無料求人サイト Free 完全無料求人サイト
求人広告も掲載無料。採用時の成果報酬も不要。

## 求人検索エンジン系

indeed インディード

はたらくに、たくさんの選択肢を。
求人ボックス



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

## ソーシャルリクルーティングとは？

- 採用コストを削減出来る
- 生活習慣・嗜好・価値観を把握できる
- 自由にアピール出来る
- 潜在層にアプローチ出来る

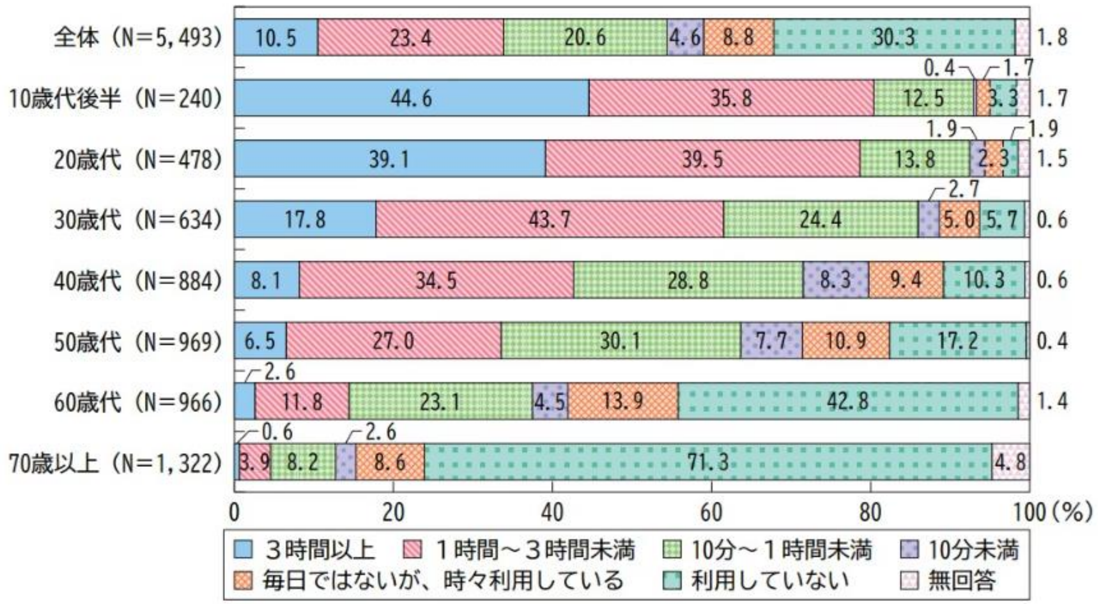
企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

## ソーシャルリクルーティングとは？

▼【年齢別】SNSの利用状況




（備考） 1．消費者庁「消費者意識基本調査」（2021年度）により作成。
2．「あなたは、１日にSNSをどのくらい利用していますか。」との問に対する回答。

【出典：消費者庁令和4年版 消費者白書】

▼各SNSの特徴

| SNS | 特徴 |
|---|---|
| Facebook | • 30～40代のユーザーが多い（約4割）<br>• 本名や学歴、職歴を登録しているユーザーが多い<br>• プライベートの交友関係、ビジネスの人脈を広げることを目的として利用されている |
| Twitter | • 10～30代のユーザーが多い（約6～7割）<br>• 匿名性、拡散性が高い |
| Instagram | • 10～20代のユーザーが多い（約7～8割）<br>• 30～40代はFacebook・Twitterと利用率が変わらない利用率（約5～6割）<br>• 写真や映像の投稿がメインで、ビジュアライズした訴求に適している |

【出典：総務省 令和3年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査】



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■具体的な求人票の作り方と情報発信

## ソーシャルリクルーティングとは？

| | 第2象限　採用III | |
|---|---|---|
| | 採用対象者とのエンゲージメント | |
| 個人のペルソナ | 年齢 | 第2象限はこれから採用する人材とのエンゲージメントを記載していきます<br>欲しいと思う架空の人物像を創り上げるのではありません。<br>社内で実際に活躍している人材、もしくは周囲で「こ…う人…社し…欲しい」と思う実在の人材を1名具体的に想定して、そ…人材…身大の…ペルソナを設定します。<br>情報が不足する場合は、想定した人物に直接イ…ビュー…行い、…項目を具体的に詳細に記載していきます。 |
| | 性別 | |
| | 学歴 | |
| | 資格 | |
| | 居住地 | |
| | 通勤手段 | |
| | 家族構成 | |
| | 利用しているメディア | |
| | 利用しているデバイス | |
| | 現在の勤務状況 | |
| | 趣味 | |
| | 平日の過ごし方 | |
| | 休日の過ごし方 | |
| | 希望する雇用形態 | |
| | 希望する雇用期間 | |
| | 希望する年収 | |

Instagram

採用ターゲット層に合うメディアを選定し、採用ペルソナに沿った内容を作成、投稿後は効果検証を実施すること。

企業の未来を創る人材戦略　sessionⅢ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# 採用のターゲット層を検討する
（前回の振り返り）

採用対象層を再検討する

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■採用のターゲット層を検討する（振り返り）

## ダイバーシティ採用
（多様な人材を積極的に採用することを目的とした採用活動）

性別、年齢、人種、国籍、宗教、障がいの有無など、さまざまな属性やバックグラウンドを持つ人々を受け入れることを重視する採用だが、単に異なる属性を持つ人材を雇用するだけでなく、彼らが持つ多様な価値観や経験を活かすことが目的

- 優秀な人材の確保
- 組織の活性化
- イノベーション促進
- 生産性の向上



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■採用のターゲット層を検討する（振り返り）

**1.性別ダイバーシティ**
•男性、女性、性的マイノリティなど、性別や性的指向の多様性を指す。性別のバランスを取ることで異なる視点やアプローチが得られる

**2. 年齢ダイバーシティ**
•若年層から高齢者まで、幅広い年齢層の従業員が共存する状態。異なる世代の経験や価値観が組織に新しいアイデアをもたらす

**3. 人種・民族ダイバーシティ**
•異なる人種や民族的背景を持つ人々が共に働く環境。多様な文化的視点が製品やサービスの開発において重要な役割を果たす

**4. 文化ダイバーシティ**
•異なる国籍や文化的背景を持つ人々が協働する状態。国際的な視点を持つことでグローバル市場への適応力が向上する

**5. 障がいダイバーシティ**
•障がいの有無にかかわらず、すべての人が能力を発揮できる環境。障がい者の視点を取り入れることでより包括的な製品やサービスが生まれる

**6. 教育・経験ダイバーシティ**
•異なる学歴や職歴、専門性を持つ人材が集まる状態。多様なバックグラウンドが問題解決やイノベーションにおいて強みとなる

**7. 価値観ダイバーシティ**
•多様な価値観や考え方を持つ人々が共存する環境。異なる価値観が組織の文化を豊かにし柔軟な思考を促進する

**8. ライフスタイルダイバーシティ**
•異なるライフスタイルや働き方を持つ人々が共存する状態。フルタイム、パートタイム、リモートワークなど様々な働き方の尊重が従業員の満足度を向上する



Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# ■採用のターゲット層を検討する（振り返り）

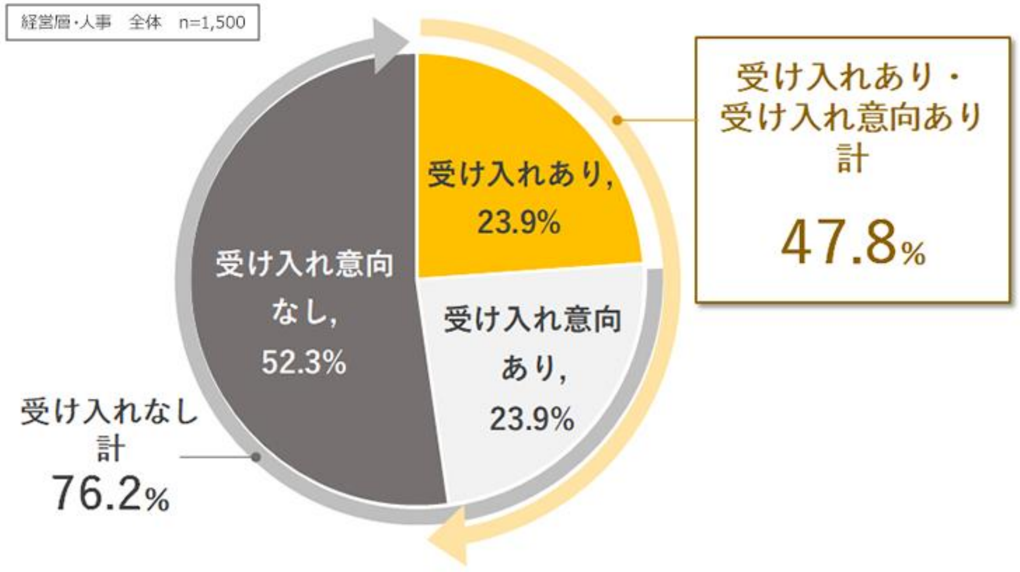
・新卒採用
・既卒採用
（第二新卒）
（未経験者）
（経験者）

▶

・女性採用
・ミドル採用
（氷河期世代）
・シニア採用
・シルバー採用
・障がい者採用
・外国人採用

▶

・正社員
・契約社員
・派遣社員
・業務委託
・パート社員
・副業、兼業社員




【出典： 2021パーソル総合研究所_第二回 副業の実態・意識に関する定量調査】

企業の未来を創る人材戦略 session Ⅲ

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.

# 採用ターゲットを惹きつける求人情報作成

～企業の未来を創る人材戦略　sessioⅢ～

fin

厚生労働省認定　キャリアコンサルタント　桐原清武

Copyright © 2024 Kiyotake Kirihara. All Rights Reserved.