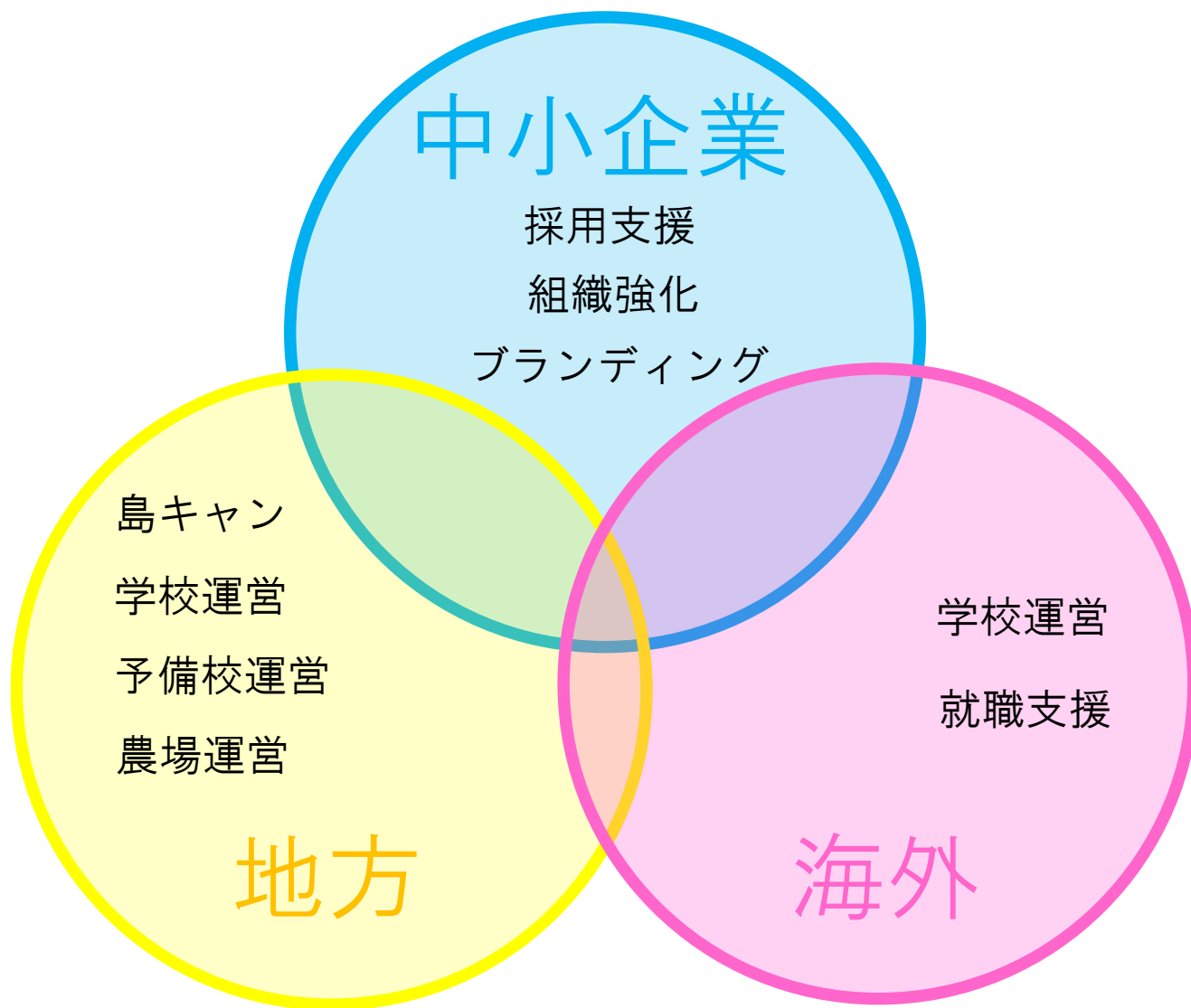


なぜ貴社の中途採用は
うまくいかないのか
～中途採用成功のポイントを理解する～





カケハシの事業領域





カケハシのミッション

人と企業の架け橋になる



求職者

学生
社会人

企業

経営者
社員



中途採用でよくある悩み

- ☑ 応募が減ってきた（ほとんどない）
- ☑ 数は来るが欲しい人材に出会えない
- ☑ 継続して採用を行っているが
効果が出なくなってきた
（応募数が減ってきた）
- ☑ 応募はあるが、面接に至らない
- ☑ 内定辞退されてしまう
（入社に至らない）



中途採用が難しい理由

1. 活動のパターンが千差万別。
2. 採用上の競合が多い。
3. 待遇・規模を重視する。

	競合	時期	判断基準
新卒	2万社	限定	人・社風 将来性
中途	400万社	年中	規模・待遇 年収



新卒採用と中途採用の違い

たとえるならば

新卒 = 鮭の川のぼり

おおよそ決まった時期に決まった動きをする

中途 = 釣り全般

きちんと調べないと何がどこで釣れるかわからない
情報量が多く、難易度も高い



採用成功のために考えるべきこと

Q 採用したい人物は本当に存在するのか？

Q どこにいるのか（生息しているのか）

→**幻の魚を追いかけていないか？**

Q 自社にどうしたら興味を持ってくれるのか
（入社するメリットはあるのか）

Q お互いの意思疎通を図っているか
（一方的に値踏みしていないか）

→**既存の釣り具で釣れるのか？**



採用活動を成功させる大前提

集客 (＝集める)

ターゲットとなる人材にリーチできるか

面談設定 (＝アポをとる)

いかに多くの人物と面談を設定できるか

面談実施 (＝商談する)

相手の本音を引出し、条件交渉をできるか

内定承諾 (＝商談成立)

いつ、どんな条件で入社してもらえるのか



中途採用時に行うべきこと

応募自体がほとんど来ない

数は来るが欲しい人材が応募してこない

継続して採用を行っているが効果が出なくなってきた（応募が減ってきた）

ターゲット設定

年齢・性別・
必要な経験・
スキル・資格・条件
・志向など
具体的に洗い出す

採用方法の決定

採用するための
・手法
（何をを使うのか）
・タイミング
・全体のスケジュール
を検討する

打ち出しの設定

・ターゲットの志向
・思考・条件
・行動パターン
を想定。
ターゲットに響く
打ち出しのポイントを
設定。

応募者誘致
（スカウト配信）

採用したい
ターゲットに
訴求する
具体的アプローチ
（スカウトメール
配信等）



中途採用時に行うべきこと

応募があるが面接にいたらない

内定辞退されてしまう

応募者管理
(メール対応)

応募に対しては基本的に丁寧に、かつ即レスポンスが重要。早ければ早いほど求職者の印象は良い。連絡をする担当者のスキルが問われる。

面接実施

待遇・福利厚生・仕事内容・企業理解について誤解がないかすり合わせをする。合格ラインの設定を明確にする。

応募者管理
(合否連絡)

面接後の合否連絡も基本的には丁寧かつ即対応。他社の選考状況と合わせて検討されている可能性が高く、少しでもタイミングを逃すと採用可能性が減少。

内定出し

入社時期、待遇仕事内容、勤務地など具体的にすり合わせをする。他社の選考状況をヒアリングし、辞退がないかをあらかじめ想定する。



中途採用で良い人材に出会うために

1 ターゲット設定・打ち出し

→ターゲット設定は細部までイメージし、
欲しい人材が「共感」するメッセージを投げかける。

2 ターゲットに見つけられるために

→掲載をしても、見つけてもらえないと意味がありません

3 ターゲットとのコンタクトスピード

→ターゲットからの応募ほどスピーディーに



ターゲットに見つけられるために

転職サイトで企業を見つけ出すのは
「職種」と「勤務地」

各転職サイト上位掲載企業数(営業/東京)

- ◆マイナビ転職 271/1060 上位比率25.5%
- ◆リクナビNEXT 260/1136 上位比率22.8%
- ◆DODA 229/1130 上位比率20.2%
- ◆@Type 108/404 上位比率26.7%

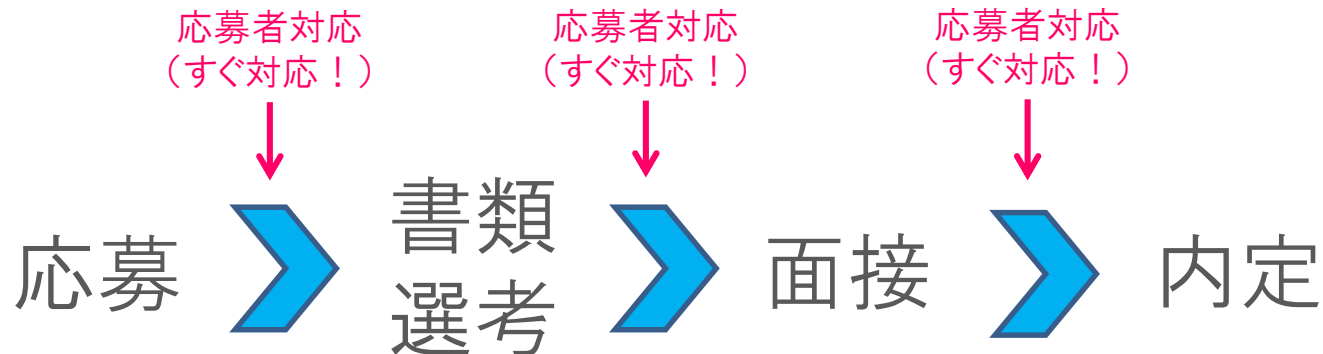
1Pにつき50社掲載が一覧となる。
そのため、上位で掲載しないと見られることは皆無。



応募者とのコンタクトスピード

エントリーから内定に至るまでの日数 **12.4日**

- ・エントリー者に対しての連絡は当日もしくは翌日以内に！
- ・面接者に対しての合格連絡は当日に！
- ・エントリーから内定までは10日～14日を想定してください！



応募者に逃げられないために、スピーディーな対応が必要になります。



やっけてしまいがちな過ち

- ☑ 応募者に対し少ない情報量で判断し
とりあえず会ってみる、にならない
- ☑ 結果が出ないので掲載を増やして、
量で何とかしようとする
(内容を変えずに同じものを出し続ける)
- ☑ たまにしか利用しないのに
この手段はダメだ、と
すぐにレッテルを張ってしまう
- ☑ 応募が少ないので本当はイマイチだと
感じている応募者でも採用してしまう



戦う場所を変える

やり方を変える
(打ち出し・プロセス)

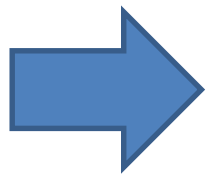
武器を持つ
(記憶に残るツールを持つ)



戦う場所を変える

= 出会う場所を変える

= 出会う時期を変える



魚のいない池に
釣り糸を垂らしていないか



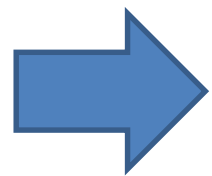
やり方を変える

= 打ち出し

(採用コンセプト) を変える

= 採用プロセスを変える

その餌は求職者にとって



「おいしそうな」餌なのか

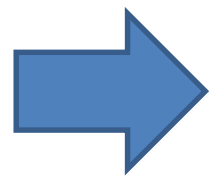
そのプロセスに誤りはないか



武器を持つ

(記憶に残るツールを持つ)

**＝本人だけでなく家族を
説得するための道具を持つ**



中途採用においては
自社理解を深める武器を
持たない会社が多すぎる