

～KACHIELの採用ノウハウ全公開！～

社員数10名以下の中小企業が

**たった50万円のコストで**

**329名の応募獲得と**

**10名の採用を実現した手法**

2019年2月当時

正社員×7人



パート×2人



はじめまして！  
**株式会社KACHIELと申します。**

この度はダウンロード  
ありがとうございます！

本レポートが御社の採用活動  
成功のきっかけになれば  
幸いです。

弊社は少し前まで  
採用がド下手な会社でした。

このレポートでは、  
そんな弊社が、**いかにして**  
**直近1年程で採用コストを**  
**たった50万円に抑えつつ、**  
**329人もの応募獲得と**  
**10名の採用を実現したのか**  
についてお話していきます。

2021年6月現在

正社員×10人



パート×5人

**新規採用11人** (うち1人リファラル)

**退職5人** (新規採用からは2名)



## 目次

- 1 . 一人あたりの採用コストはいくらが適正か？ . . . . 4
- 2 . 多くの社長、採用担当者が間違えている  
応募者獲得の考え方 . . . . 6
- 3 . 自社求人のお募獲得数が少ない理由 . . . . 10
- 4 . コストを抑え、応募者獲得数を  
最大化するための求人手法 . . . . 13
  - －採用手法としての根本解決法
  - －採用媒体と求人職種ごとの向き・不向き
- 5 . 選ばれるための求人の作り方 . . . . 24
  - －魅力の考え方
  - －条件面の記載方法
  - －年齢層のコントロール
- 6 . お募獲得後の対応 . . . . 31
  - －お募受付対応は何名必要か？
  - －KACHIELの選考フロー
  - －不採用基準を明確にする

1. 一人あたりの採用コストは  
いくらが適正か？

まずは「採用単価」について  
考えていきましょう。

唐突ですが、  
御社では一人の採用につき、  
いくらコストをかけていますか？

1. 一人あたりの採用コストはいくらが適正か？

質問

御社では、  
一人あたりの採用コストとして  
現在いくらかかっていますか？

※計画・目標ではなく実際の平均金額



パッと出てこなかった  
あなた、

安心してください。  
実は、結構把握して  
いない会社さんが  
多いんです。

# 弊社 (KACHIEL) の場合

期間：2020年3月～2021年3月		募集期間	応募人数	採用人数	倍率	広告費	応募単価	採用単価
中途	営業企画	計2か月間	41人	1人	41倍	¥77,587	¥1,892	¥77,587
	管理部門	計9か月間	182人	2人	91倍	¥108,087	¥594	¥54,044
新卒	総合職	計2か月間	77人	2人	39倍	¥214,937	¥2,791	¥107,469
アルバイト	事務	計2週間	10人	3人	3倍	¥23,461	¥2,346	¥7,820
	WEBデザイナー	計1週間	19人	2人	10倍	¥18,985	¥999	¥9,493
合計			329人	10人	33倍	¥443,057	¥8,623	¥44,306

詳細は左の表をご確認いただければと思いますが、  
**弊社の採用単価は、平均すると現在4.4万円です。**  
 人材紹介会社等をご利用の方は  
**結構びっくりな数字ではないでしょうか？**

弊社は、色々苦戦してきた結果、採用単価は比較できないポジションならいくら高くてもいいが、採用のほぼ100%を占める「比較して採用するポジション」については、採用単価は低いほうがいい。と考えています。

## 採用単価の考え方

期間：2020年3月～2021年3月		倍率	広告費	採用単価
中途	営業企画	41倍	¥77,587	¥77,587
	管理部門	91倍	¥108,087	¥54,044
新卒	総合職	39倍	¥214,937	¥107,469
アルバイト	事務	3倍	¥23,461	¥7,820
	WEBデザイナー	10倍	¥18,985	¥9,493
合計		33倍	¥443,057	¥44,306

- 比較で採用しないポジションは採用コストが高くてもいい
- ただ、従業員採用のほとんどは比較して採用
- 従業員の採用は
  - ①採用単価を把握する
  - ②採用単価を下げる方法を見つける・つくる

2. 多くの社長、採用担当者が  
間違えている  
「応募者獲得の考え方」

つぎに、  
具体的な採用手法の  
お話につながっていく、  
「応募獲得の考え方」  
について、  
チェック&修正して  
いきましょう！

2. 多くの社長、採用担当者が間違えている  
「応募者獲得の考え方」

よくあるご相談

うちが欲しいのは  
●●のスキルがあって、  
熱意のある人。  
そうゆう人の応募だけほしい。

あなたは、  
採用支援の依頼先や、  
採用担当者の方に  
右のようなこと  
言っていませんか？

だとしたらマズい  
かもしれません。

## 2. 多くの社長、採用担当者が間違えている 「応募者獲得の考え方」

▼こんな考え、持っていませんか？

職種		応募人数	採用人数	倍率
中途	営業企画	1人	1人	1倍
	管理部門	2人	2人	1倍
新卒	総合職	2人	2人	1倍
アルバイト	事務	3人	3人	1倍
	WEBデザイナー	2人	2人	1倍
合計		10人	10人	1倍

- こんな成果は  
まず、どの採用手法でも  
採用基準がユルユルでない限り  
**不可能**です。
- 出来たとしても、  
ヘッドハンティングなど  
採用コストがめちゃめちゃ  
高くなる方法のみ

「●●な人からだけ  
応募がほしい」と言うのは、  
のび太みたいな発言とも言えます。

左記の通り、  
「応募したら採用決定！」に  
なるような、倍率1倍の求人をつくれ  
と言っているようなもの  
だからです。

おそらく、それを言って  
採用活動が成立するのは、  
めちゃめちゃモテていて、  
すでに求人に応募が殺到して  
いる企業さんのみです。

つまり、まだそれを言っていい  
フェーズではないということ。

## 2. 多くの社長、採用担当者が間違えている 「応募者獲得の考え方」

**応募内容のワガママを言えるのは、  
モテてる企業だけです。**

▽チェックできたらモテ企業！

- 自社の社名・サービス・社風が  
世の中・業界に知れ渡っており、  
多数の方々から働きたい企業と思われる。
- すでに自社求人への応募が殺到している。

2. 多くの社長、採用担当者が間違えている  
「応募者獲得の考え方」

## 非モテ企業が持つべき応募獲得の考え方

応募の数 < 応募の質



応募の数 > 応募の質

まだ求人への応募獲得数が  
少ないうちは、

1に応募の数、

2に応募の質。

と考えなくては  
採用活動は進みません。

なぜなら、採用活動も  
基本的に行っているのは  
マーケティング（集客）と  
同じだからです。

右図のとおり、  
①から順番に課題をクリア  
していかなければ、採用活動  
はうまくいかないのです。

## 非モテ企業が持つべき応募獲得の考え方 基本はマーケティングの考え方と同じ。

①からスタートしないと、採用の質は上がらない





ちなみに、モテ企業でも同じようです。

**雪印メグミルクさんの場合** ※就職四季報2019年卒版より

新卒採用人数70名 倍率334倍・・・応募者数 約2万3,300件の応募

**某大手税理士法人さんの場合** ※人事採用責任者さまのお話より

月間応募数 平均200件 ▶ 面接実施 10%以下 ▶ 採用 1%程度

ちなみに、就職四季報で情報公開されている大手企業さん、あなたのお知り合いでどんどん採用を行っている企業さんも、「まずは応募者数が多い」という状況を作り上げているはずです。

**応募数は必須**  
ということです。

ちなみに弊社の選考フローごとの選考人数は右表のとおりです。

応募は有象無象から受付け、書類選考でバッサバッサと落としています。 そうすると、自社に合う方に出会える可能性が出てくるのです。

## 弊社（管理部門採用/中途）の場合

管理部門採用

応募数	一次面接実施	二次面接実施	最終面接実施	採用人数
182人	23人	5人	3人	2人
対応募数▶	13%	3%	2%	1%

**採用も、数がなければアタリは来ない。**

続いて、  
「**自社求人に応募獲得数が少ない理由**」  
について考えてみましょう。

あなたはわかりますか？  
自社求人に応募が少ない・多い  
その理由。

### 3. 自社求人の応募獲得数が少ない理由

### 3. 自社求人の応募獲得数が少ない理由

質問

御社の求人に応募が  
少ない・多い理由は何ですか？



### 3. 自社求人に応募獲得数が少ない理由

多くの企業が「わからない」と答えます。

ほとんどの求人媒体、人材紹介会社等は、

- ・ 自社求人をどのくらいの人に見てもらえたのか
  - ・ どのくらいの求職者に自社求人をすすめてもらったのか
- 具体的な数値を公開してくれません。

ここに、答えがあります。

あなたは理由、わかりましたか？

実は、多くの企業さんが  
わかっていません。

正確には、採用支援を  
委託している業者さんから  
「教えてもらえていないケース」  
が多いんです。

応募が少ない・多い理由は

右図の①・②が

ほぼすべてです。

詳しくは（ ）内をご覧ください。

応募がほぼ無い理由は、  
「そもそも、御社の求人の前  
誰も通ってすらいませんよ  
～！」という状況です。

### 3. 自社求人に応募獲得数が少ない理由



多くの場合、まず①が最大の問題

### 3. 自社求人に応募獲得数が少ない理由

見つけてもらう	興味を持ってもらう	応募してもらう	入社してもらう
①求人を目にした人数	②求人の詳細を読んだ人数	③応募した人数	④採用基準を満たす人数
100人	10人	1人	0人
1,000人	100人	10人	0人
10,000人	1,000人	100人	1人

#### 応募数が少ない場合の原因

- ①そもそも求職者の目に触れていない (少ない)
- ②目には触れたが、興味を持ってもらえていない (%)
- ③求人詳細が魅力的ではない (%)

WEB求人の場合、左表の①→②、②→③に移行する際にそれぞれ9割程度の人が離脱します。

※各10%で例えましたが、相当高い割合で例えています。

それでもなお、もし御社の採用基準に合う人が「100人に1人」だとしたら、1万人に求人を見つけてもらう必要があります。

### 3. 自社求人に応募獲得数が少ない理由

#### 応募数が少ない原因

- ①そもそも求職者の目に触れていない (少ない)

例) 人材紹介会社…担当が紹介した回数が少ない  
 求人媒体 …検索上位に出てこない  
 自社HP求人 …HP閲覧者数が少ない、求職者はHPを見ない

自社求人が求職者に  
見つけてもらえない原因を  
採用手法ごとに  
書き出すと、  
右記の通りになります。

## 4. コストを抑え、応募者獲得数を 最大化するための求人手法

それでは、これまでのページでお伝えした  
考え方をベースに、  
具体的な採用手法のお話をしていきます。

まずはステップ①  
「自社求人を見つけてもらう」方法です。

まずは 「①見つけてもらう」を解決!

①見つけてもらう（検索・紹介）

②興味を持ってもらう（閲覧）

③応募してもらう（見込み）

④入社してもらう（採用）

#### 4. コストを抑え、応募者獲得数を 最大化するための求人手法 ～採用手法としての根本解決法～

①見つけてもらう

より多くの求職者に自社求人を見せる方法

人材  
紹介会社  
×多数

SNS

採用広告  
×多数

求人検索  
エンジンを  
上手く活用

結局、給与条件や  
担当営業マン次第

新卒に有効。  
けど即効性は無い

応募は集まる。  
けどコストは高い

応募数を伸ばせる  
コストは抑制可

「求人への応募数を増やす方法」  
を考えると、左記の4つが  
代表的ですが、

弊社では  
「求人検索エンジンを上手く活用」  
することで、低コストで応募を  
たくさん獲得しています。

※ちなみに  
次頁以降は、「あわよくば  
タダで応募集めてやる…」

という下品な精神も  
持ちつつ、辿り着いた  
手法の解説となります。

セコいとかは  
言わないでくださいね！

これからする  
お話は

極力コストを抑えて、、  
あわよくばタダで  
自社求人への応募を  
いっぱい獲得したい!!

そんな考えで  
辿り着いた手法です。

※広告費いっぱい使いましょうとか言いません。



4 . コストを抑え、応募者獲得数を  
最大化するための求人手法  
～採用手法としての根本解決法～

## 求人検索エンジンって何？



求人検索エンジンのことは  
ご存知・ご理解されていますか？

まだご存知でない方は下記を  
ご確認ください。  
最近ではGoogleさんも求人をまとめて  
表示するようになりました！

4 . コストを抑え、応募者獲得数を  
最大化するための求人手法  
～採用手法としての根本解決法～

### 求人検索エンジンとは？

インターネット上の求人情報をまとめて検索し、  
検索結果を表示する仕組み。  
大手のWEB広告媒体(求人媒体)だけでなく  
自社の求人サイトも申請さえすれば掲載することが可能。  
いわば求人版のGoogleやYahoo!。



## 4. コストを抑え、応募者獲得数を最大化するための求人手法 ～採用手法としての根本解決法～

### ●大手WEB系求人媒体のアクセス数比較

このランキングはsimilarwebの数字を元に集計しています。  
◇similarweb <https://www.similarweb.com/> (2021年データ)

順位	媒体名	スタイル	月間訪問者数
1	Indeed	<u>求人検索エンジン</u>	35,860,000
2	タウンワーク	WEB求人広告	16,210,000
3	求人ボックス	<u>求人検索エンジン</u>	10,600,000
4	doda	WEB求人広告	9,700,000
5	マイナビ転職	WEB求人広告	8,646,000
6	リクナビNEXT	WEB求人広告	8,582,000

左の表は大手WEB系求人媒体のアクセス数を比較したものです。

テレビCMで知名度も伸びているIndeedさんが圧倒的ですよね。

弊社がメインで活用している求人検索エンジンはIndeedさんです

求人検索エンジンの課金体系ってあまり知られていないようですが、  
「求人を1クリックされたら●●円」という料金(広告費)が発生します。  
リスティング広告と同様のイメージです。

## 4. コストを抑え、応募者獲得数を最大化するための求人手法 ～採用手法としての根本解決法～

### 求人検索エンジンの課金体系



掲載自体は無料(※)。

多くの求人検索エンジンはクリック課金型。

広告費を支払うことでより検索にヒットしやすくなり、

求人をクリックされることで広告費が消費される。

成果に対して広告費が発生するのが求人検索エンジン



#### 4. コストを抑え、応募者獲得数を 最大化するための求人手法 ～採用手法としての根本解決法～

どの手法でも、1求人につき月間5人の応募があり、  
応募者数15人から1人を採用する場合

手法	単価	依頼社数	見つけてもらう	興味をもってもらう	応募してもらう	採用する	コスト
人材紹介会社	@100万円 (採用時)	3社	不明	不明	15人	1人	100万円
WEB求人広告	@50万円 (月間掲載料)	3社	不明	不明	15人	1人	150万円
求人検索エンジン	@100円 (1クリック)	3求人	10,000回 (表示回数)	500クリック (クリック率5%)	15人 (応募率3%)	1人	5万円

左の表は各採用手法のコストを  
応募者数・採用人数を  
あえて合わせて比較してみたものです。

求人検索エンジンの課金は  
クリック数×クリック単価なので、  
圧倒的にコストを抑えられます。  
(弊社の平均クリック単価は現在48円です)

つぎに、右の表は  
「そんなの屁理屈だ！」  
という声にお応えし、  
採用人数のみ統一し、  
比較してみたものです。

求人検索エンジンの応募獲得数  
はWEB求人広告に合わせました  
が、それでも安くなります。

#### 4. コストを抑え、応募者獲得数を 最大化するための求人手法 ～採用手法としての根本解決法～

手法ごとに応募者数が異なり、  
差のある応募者数から1人を採用する場合

手法	単価	依頼社数	1社あたりの 応募者数	見つけてもらう	興味をもってもらう	応募してもらう	採用する	コスト
人材紹介会社	@100万円 (採用時)	3社	5人	不明	不明	15人	1人	100万円
WEB求人広告	@50万円 (月間掲載料)	3社	50人	不明	不明	150人	1人	150万円
求人検索エンジン	@100円 (1クリック)	複数求人	応募者数150人 に合わせ計算	100,000回 (表示回数)	5,000クリック (クリック率5%)	150人 (応募率3%)	1人	50万円

ポイント②



実際にその応募者を採用するかはわからないが、求人手法としては求人検索エンジンが安そうだ。

「採用コストを抑えつつ、応募獲得数を伸ばす」という目的で考えると、求人検索エンジンが最適そうですね。

そしてまず活用するならIndeedが利用者数が多いと良さそうですね。

#### 4. コストを抑え、応募者獲得数を最大化するための求人手法 ～採用手法としての根本解決法～

求人検索エンジンで  
どうやってより多くの求職者に  
自社求人を見つけてもらうか？



さて、手法としては「求人検索エンジンの活用」が良さそうですが、それを使ったからといってより多くの人に自社求人を見つけてもらえるのでしょうか？

4. コストを抑え、応募者獲得数を  
最大化するための求人手法  
～採用手法としての根本解決法～

やり方① めっちゃ広告費を使う

やり方② 毎日**新着求人**として投稿し直す

やり方③ 複数の自社求人ページを  
複数の求人検索エンジンに掲載する

求人検索エンジンで多くの  
求職者に自社求人を見つけるもらうには  
検索結果の中で「上位表示」させること  
が必要です。  
それがやり方①、②です。

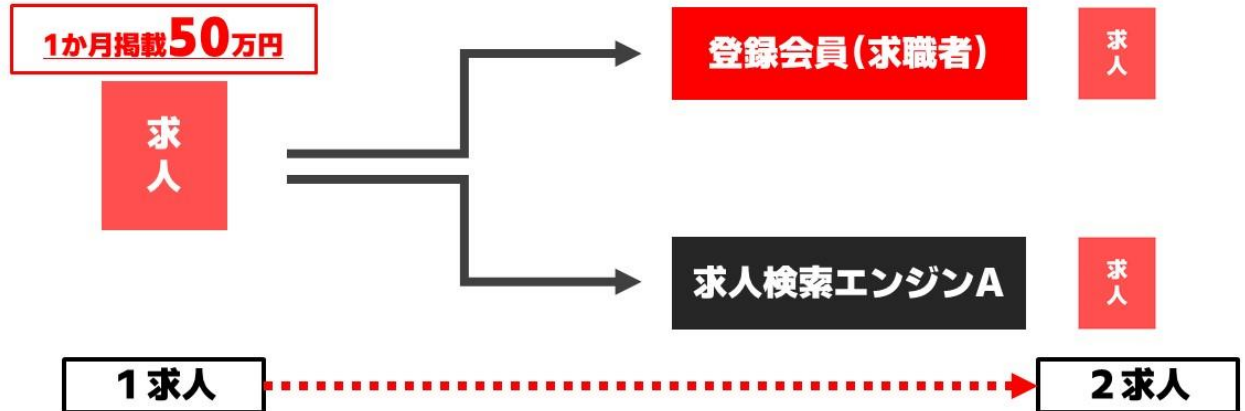
そしてやり方③はあまりやられていない  
方法で、自社求人HP（複数ページ）を  
複数の求人検索エンジンに引き込ませる  
というものです。

多くのWEB求人広告も  
Indeed等の求人検索  
エンジン上にも、クライ  
アントの求人を表示させ  
ています。

このやり方の場合、  
求人数は掲載先のサイト  
数と同じ数となります。

4. コストを抑え、応募者獲得数を  
最大化するための求人手法  
～採用手法としての根本解決法～

多くのWEB求人広告



#### 4. コストを抑え、応募者獲得数を最大化するための求人手法

～採用手法としての根本解決法～

多くのWEB求人広告

★1求人あたり月間1,000人に見つけてもらえるとした場合

→ 登録会員(求職者)

求人

... 1,000人  
(※WEB求人広告の場合、サイトにより大きく差がある)

→ 求人検索エンジンA

求人

... 1,000人

.....→ 2求人

1か月で2,000人の求職者に見つけてもらえる

この場合、1求人あたり、  
月間1,000人に  
求人を見つけてもらえるようにしましょう。

するとWEB求人広告の場合、  
1か月で2,000人に  
見つけてもらえることになります。

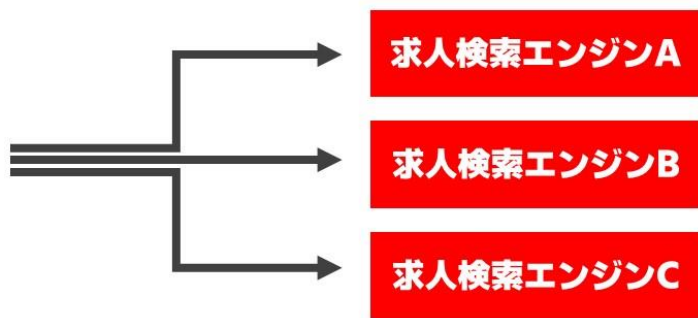
一方、前頁のやり方③の場合、自社求人ページの数は自由に増やすことができますので、4求人を3つの検索エンジンに引き込ませてしまえば、4×3で12求人を検索結果として表示させることができます。

#### 4. コストを抑え、応募者獲得数を最大化するための求人手法

～採用手法としての根本解決法～

複数の自社求人ページを  
複数の求人検索エンジンに掲載する

クリックベースの  
広告課金  
(数十円～数百円)



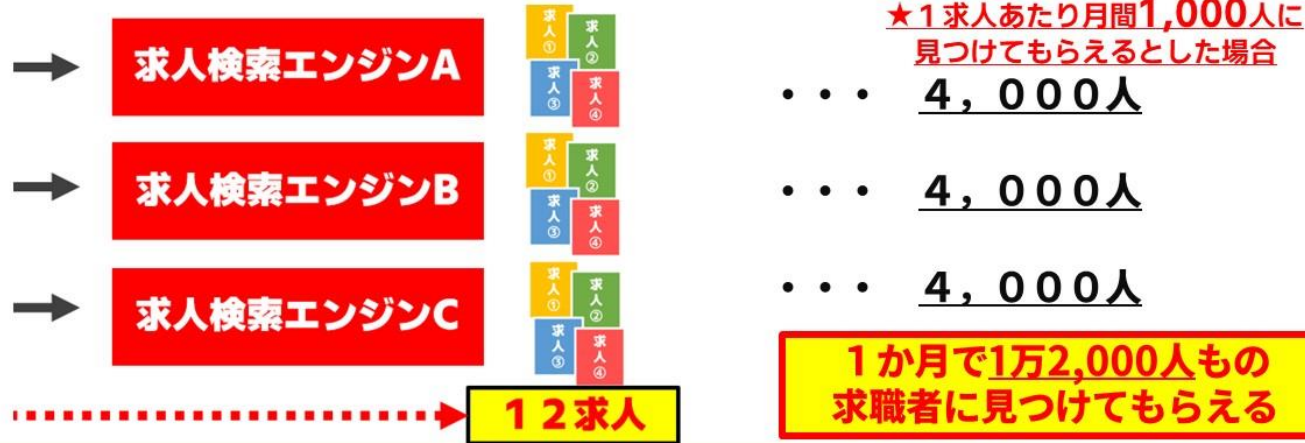
自社HP4求人

12求人

## 4. コストを抑え、応募者獲得数を 最大化するための求人手法

～採用手法としての根本解決法～

複数の自社求人ページを  
複数の求人検索エンジンに掲載する



この場合、1求人あたり、  
月間1,000人に  
求人を見つけてもらえる  
とすると

1か月で  
1万2,000人に  
見つけてもらえることにな  
ります。

求人ページ数、使える検  
索エンジン数に自由度が  
あると、圧倒的ですね

弊社がおすすめるのは、  
やり方①、②、③のどれか一つ  
をやりましょう。

ということではなく

すべての手法を掛け合わせて  
「上位表示」「表示求人数」  
を増やすことで、  
最大母数を獲得していくことです。

解決

①見つけてもらう

ポイント③

自社HP求人×複数の  
求人検索エンジンのが、  
自社求人を  
より多くの人に  
見つけてもらいやすい説



## 4. コストを抑え、応募者獲得数を 最大化するための求人手法

～採用手法としての根本解決法～

**1 求人あたりの表示回数を増やすには？**

**検索上位に表示させるには？**



**① 広告**  
無料掲載 → 有料掲載  
クリック単価UP

**② 新着**  
求人を更新して再掲載  
①の単価を抑え、  
新着求人化で対策も可能

例  
検索1ページ目の  
求人の並び順



ちなみに某求人検索エンジンで  
テキストに検索してみると、  
右上の「例」のような並び順で  
検索結果が表示されます。

「広告」「新着求人化」は  
ページ数を増やしたうえでも必須です

求人検索エンジンで  
上位表示させるには、

- ・ 広告をかける
- ・ 新着求人化  
でOK!

ポイント④



## 4. コストを抑え、応募者獲得数を 最大化するための求人手法 ～採用媒体と求人職種ごとの向き・不向き～

### 求人検索エンジンで求人募集するのに向いている・向いていない職種とは？

- ・ 国家資格など保有者数が少ない有資格者募集  
……専門の求人サイト、専門の人材紹介会社のほうが向いているかも。
- ・ その他(地方含む)  
……求人検索エンジンに向いている。

なお、求人検索エンジンに不向きな求人はあるか？  
というご質問をいただくことがあります、  
「ハイクラスの募集」ではないでしょうか。  
レベルの高い方は、そもそも求人を検索しないですよね。

ポイント⑤

保有者数が少ない  
ハイレベルな有資格者のみを  
対象とする求人は  
苦戦する！！



つぎにお話するのは、  
「魅力的な求人ページの作り方」  
についてです。

多くの人に自社求人を見つけて  
もらっても、選ばれなければ  
意味がありません！

## 5. 選ばれるための求人の作り方

つぎに

「②興味を持ってもらう」  
「③応募してもらう」を解決！

①見つけてもらう（検索・紹介）

②興味を持ってもらう（閲覧）

③応募してもらう（見込み）

④入社してもらう（採用）

検索結果で表示される情報

求人ページ内の詳細情報



## 5. 選ばれるための求人づくり方

～魅力の考え方～



御社の求人には  
どのようなことが書かれていますか？

よくありがちなのが、  
「必要なスキル」や「求める人物像」ばかり書いている求人です。

これでは求めるばかりで、  
求職者の転職理由には  
合致しませんよね。

自社が応募者に求めることがあるか・無いかは、  
応募を頂いてから判断すれば  
いいんです。  
無いなら落とせばいいだけ。

応募も無いうちから  
選考を始めてしまっ  
ては  
応募は集まらないのです。

## 5. 選ばれるための求人づくり方

～魅力の考え方～

※採用活動の順序



- ・「応募者に求めること」  
だけ強調しても求人の  
魅力が減るだけ。
- ・「応募者に求めること」  
は応募後でいいくらい。
- ・求職者目線で、自社で  
働く魅力を伝えましょう。

## 5. 選ばれるための求人づくり方

～魅力の考え方～

転職のきっかけ・応募理由 = 求職者にとっての魅力

求職者



収入

成長

やりがい

人間関係

家庭・失業など

求人①

求人②

求人③

求人④

求人⑤

マルチ・エントランス採用

求人に書くべきなのは、  
求職者にとっての魅力です！

例えば、収入を伸ばしたい人向けであれば、  
自社の評価制度やインセンティブ、  
昇進・昇格等のこと。

転職理由を考え、そこに合致するような自社の  
魅力（事実）を求人に書き出し、  
魅力ごとに求人を分けましょう。

これを弊社ではマルチ・エントランスと  
読んでいます。

弊社の求人も  
右のように打ち出す魅力ごとに  
求人を分け、  
マルチ・エントランス展開  
しています。

そうすると、さまざまな  
理由で転職を求職者の  
検索キーワードに合致し、  
応募率も高まるのです。

## 5. 選ばれるための求人づくり方

～マルチ・エントランス KACHIELの場合～

The image displays three screenshots of job listings from KACHIEL, illustrating the 'Multi-Entrance' strategy. Each listing highlights a different attraction point to target various job seekers.

- Listing 1:** Focuses on career advancement for tax accountants. Title: 「全国約2万人の税理士を介して中小企業の利益に貢献する仕事！」. Description: 「2～3年後上場！中小企業に利益を生む土業向けセミナー会社の教材企画募集！株式会社KACHIEL（かちえる）」.
- Listing 2:** Focuses on work-life balance and productivity. Title: 「働く時間・場所自由！土業向けコンサルティング会社のサービス企画募集！株式会社KACHIEL（かちえる）」. Description: 「働く時間・場所自由！生産性を高めよう」. Features: 「働く時間・場所自由！土業向けコンサルティング会社のサービス企画募集！株式会社KACHIEL（かちえる）」.
- Listing 3:** Focuses on salary growth. Title: 「最低月給40万円！5万円単位で昇給する土業向けセミナー会社の企画営業募集！株式会社KACHIEL（かちえる）」. Description: 「最低月給40万円！5万円単位で昇給する土業向けセミナー会社の企画営業募集！株式会社KACHIEL（かちえる）」.

見つけてもらう（検索）

興味を持ってもらう（問い合わせ）

応募してもらう（見込）



ポイント⑥



求人は求職者の  
目線で魅力を考え、  
魅力ごとに

マルチ・エントランス!

さて、ここまでお話しした

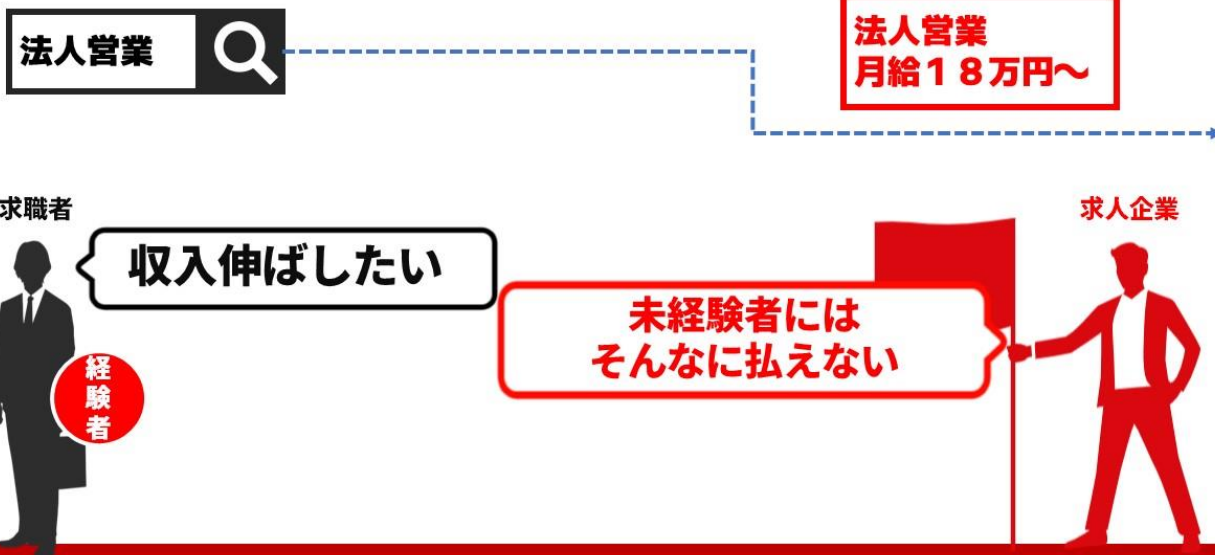
- マルチ・エントランス展開した  
自社求人（複数ページ）
- ×
- 求人検索エンジン
- ×
- 広告＆新着求人化で、  
応募獲得までの3ステップは  
クリアできるはず!

（補足）求人のつくり方で  
注意点を伝えたいのは、  
「給与条件の書き方」。

求人企業側としては  
応募後に話し合いで決めたい...  
という気持ちが強すぎて  
保守的な書き方をしている  
求人が多くあります。

## 5. 選ばれるための求人のつくり方

～条件面の記載方法～



## 5. 選ばれるための求人づくり方

～条件面の記載方法～

法人営業



求人①  
経験者 月給28万円～

求人②  
未経験者 月給18万円～

求職者



収入伸ばしたい

経験者

経験者なら  
しっかり払える

未経験者には  
そんなに払えない

求人企業



給与条件を保守的にしか書かないと、まずあなたが求める「経験」「スキル」を持つ求職者からの応募は遠のきます。

給与条件も、レベルごとにマルチ・エントランス展開してしまえばOKなのです。  
「経験者」「未経験者」のように。

給与条件も  
・ 経験者向け  
・ 未経験者向け  
のように分かれていれば、

求職者目線でも  
自分が募集対象かがはっきり  
わかり、なおかつ  
安心して応募できるのです。

ポイント⑦



給与条件は  
下を基準に書く  
のではなく、  
応募者のレベルごと  
下と上を分けて明示！

応募者の年齢層を制限できないの？  
というご質問をいただくこともありますが、  
残念ながら、  
年齢・性別での差別は法律で禁止されています。  
年齢制限が認められるのは右下に記載した場合のみです。

## 5. 選ばれるための求人のつくり方 ～年齢層のコントロール～

**年齢制限**  
性差別は法律で  
禁止されている

### 雇用対策法施行規則 第1条の3 第1項

- 定年年齢を上限として、当該上限年齢未満の労働者を期間の定めのない労働契約の対象として募集・採用する場合
- 労働基準法等法令の規定により年齢制限が設けられている場合
- 長期勤続によるキャリア形成を図る観点から、若年者等を期間の定めのない労働契約の対象として募集・採用する場合
- 技能・ノウハウの継承の観点から、特定の職種において労働者数が相当程度少ない特定の年齢層に限定し、かつ、期間の定めのない労働契約の対象として募集・採用する場合
- 芸術・芸能の分野における表現の真実性等の要請がある場合
- 60歳以上の高年齢者又は特定の年齢層の雇用を促進する施策(国の施策を活用しようとする場合に限る。)の対象となる者に限定して募集・採用する場合

## 5. 選ばれるための求人のつくり方

～年齢層のコントロール～

### KACHIELの管理部門求人応募者182人 職種名別「39歳以下の応募者割合」

職種名			
管理部門	CFO候補(管理部門)	上場準備担当	経理・総務
3%	19%	5%	87%

求職者の年齢コントロールは検索キーワードから！

しかし、何も対策が  
無いかというと、  
そうでもありません。

これはあくまで弊社求人での  
検証結果ですが、  
同じ募集内容でも  
「職種名を変えてみた」  
だけで左の表のような  
結果が出ました。

これは何という職種名で検索  
されたかが要因といえます。

応募者の年齢層が理想と  
著しく異なるのであれば、  
その年代の求職者が  
何というキーワードで求人  
を探すかを考え、  
職種名などを変えて  
検証してみましょう。

ポイント⑧

応募者の年齢コント  
ロールは検索から。  
職種名を変えるだけでも  
応募者年齢層が  
変わってくるかも！



## 6. 応募獲得後の対応

これで、本レポートでは最後のお話です。

御社では採用担当者は何人必要と  
考えていますか？

これまで右記のよう  
なお悩み、失敗談を  
お聞きしたことが  
ありますが、

大手企業で応募者  
が数千・数万人で  
もない限りは、  
1名・片手間でも  
成り立つと思います。

## 6. 応募獲得後の対応 ～応募受付対応は何名必要か？～

### 採用担当って何人必要？

「応募受付後の返信が大変すぎる…」

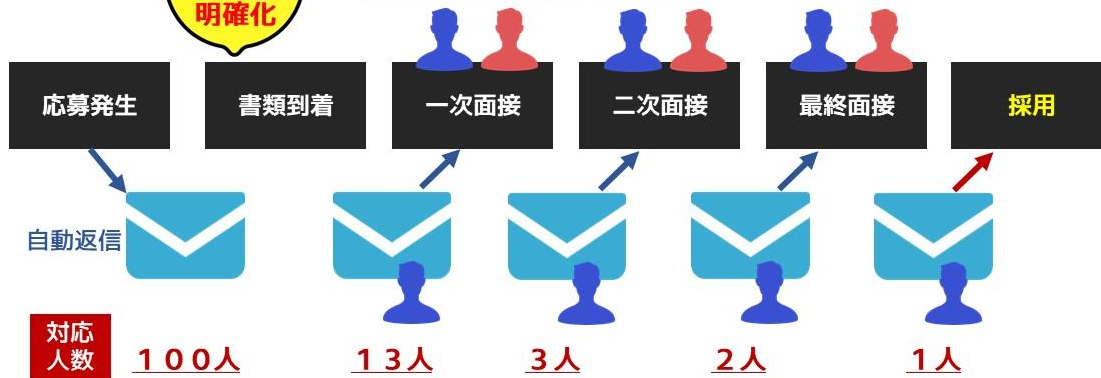
「仕事と採用活動が両立できない…」

「応募は100件来たけど誰が誰だか  
わからなくなって、諦めました（笑…）」



不採用  
基準の  
明確化

## 6. 応募獲得後の対応 ～KACHIELの選考フロー～



応募受付・選考の労力はシステムよりも  
選考フローによる。

応募受付～選考が大変かどうかは  
選考フローが決まっていなだけ  
というケースがほとんどだと、  
お話をお伺いしたいと思います。

また、すべての人と面接するという  
お考えだと確かに大変かもしれませんが、  
これも不採用基準が不明確  
ということが原因の**はず**です。  
(応募が集まらない前提でもありますね)

弊社の選考フローは上図、  
書類選考での不採用基準は  
右記のとおりです。

このやり方で、弊社では  
求職者とのやりとり等は  
すべて1名が片手間で行って  
います。  
(一日15分くらいの対応)

## 6. 応募獲得後の対応 ～不採用基準を明確にする～

### 書類選考での不採用基準(弊社の場合)

#### ●企画営業職

- ・勤続年数2年以下での転職歴が2つ以上ある
- ・志望動機の未記載(応募理由が不明)
- ・高齢の方
- ・リモート前提での応募
- ・応募から一週間以上連絡なく書類が届かない
- ・個別協議(書いていることが的外れ)

#### ●管理部門

- ・簿記3級以下
- ・経理経験なし
- ・リモート前提
- ・勤続年数2年以下での転職歴が2つ以上ある
- ・応募から書類が一週間以上連絡なく届かない

該当したら迷わず「秒で」不採用通知を送る。



ポイント⑨



選考の労力は  
フローと不採用基準次第。  
やさしさはお互いに時間の  
ムダになるので、結果は  
タスク化せずすぐ通知。

ちなみに、皆さん嫌いな「不採用通知」ですが、  
たとえ応募書類到着1分後であっても弊社は即送信しています。  
早くても遅くても結果は結果、時間を拘束しないほうが相手のためです。  
明確な基準とフローでしっかり選び抜いて、自社に合う人を採用しましょう！

# あとかき

～KACHIELの採用ノウハウ全公開！～

社員数10名以下の中小企業が

たった**50万円**のコストで

**329名**の応募獲得と

**10名**の採用を実現した手法

マルチ・エントランス採用ご支援いたします

**まずは無料相談！**

<https://lp.kachiel.jp/choice-business/>

株式会社KACHIEL

マルチ・エントランス採用支援サービス「チョイス！」

✉ [choice@kachiel.jp](mailto:choice@kachiel.jp)

☎ 03-5422-6166



## いかがでしたか？

ぜひ御社の採用活動においても  
お伝えしたポイントを押さえて

マルチ・エントランス採用を  
実践してみてくださいね。

もし、「求人HPの作成」「検索エンジンの使い方」  
「クリックベースの広告運用」でわからないこと、  
ご自身ではできないことがあれば、  
月額4万円でお伝えした採用手法での  
ご支援も可能です。

ご希望の方は、左記よりお問い合わせください。

**ご覧いただき、誠にありがとうございました！**