

＼魅力的に作るポイントは？／

採用ホームページ

作成マニュアル



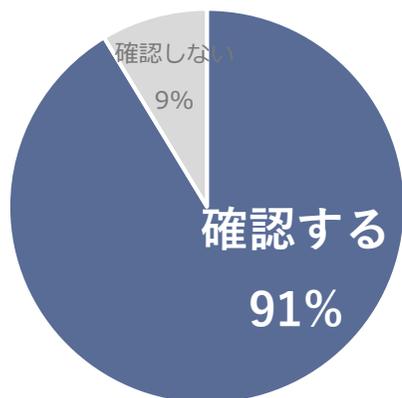
近年、採用活動における企業の採用ホームページの重要性が増しています。情報収集のリテラシーが高まっていることで、求人サイトやSNSで興味をもった企業へ応募する前に、採用ホームページをチェックすることが当たり前となっています。そこで、本資料では魅力的な採用ホームページを作成するために必要なことをまとめました。これから作成する方も、リニューアルを検討している方も、ぜひ参考にしてみてください。

【目次】

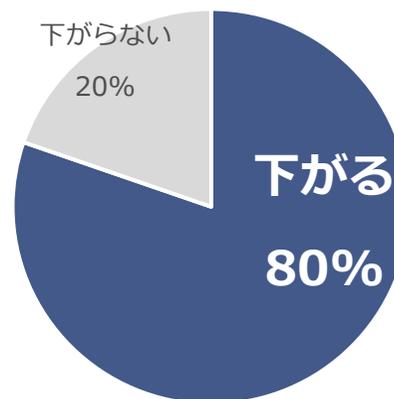
- ・ 採用ホームページに関する求職者調査
- ・ 採用ホームページを制作する4つのメリット
- ・ 採用ホームページを制作するステップ
- ・ 採用ホームページに掲載すべき基本コンテンツ
- ・ 採用ホームページにできるだけ入れたい6つのコンテンツ
- ・ 選ばれる採用ホームページになる10のポイント

採用ホームページは「あって当たり前」の時代に

- 9割が応募の前に採用HPを確認する



- 採用HPがないと8割が応募意欲が下がる



メリット 1

求人に対する応募数の増加



- 会社の強みや魅力を伝えることで応募数増加を見込める。
- コンテンツ作成の自由度が高く、画像活用などで効果的にアプローチできる。

メリット 2

内定辞退・早期退職の未然防止



- 求職者サイドの目線で確認しつつ、必要な情報を含めることで「考えていた仕事とは違った」といったようなミスマッチを低減できる。

メリット 3

独自の魅力や他社との違いをアピール



- 会社において大切にしていることなど、他社よりも優れている点を効果的に伝えることで、自社の考え方に共感する人材と出会う可能性が高まる。

メリット 4

採用活動の効率化と必要な費用の削減



- 事前に伝えておくべき条件や大変な点など企業情報を正確に伝えることで、ミスマッチが減り、採用の効率化、費用削減につながる。



STEP
1

ホームページが担う役割の決定

とにかく求人への応募者数を増やしたいのか、ミスマッチの少ない採用活動がしたいのかなど、採用活動の目的を明確にし、ホームページにどのような役割を持たせるのか検討する。



STEP
2

ターゲット層の選定

学歴や経歴、資格、仕事に対する思い、性格など、来てもらいたい人物像を企業側が細かく作り込むことで、求職者に自分ごととして認識してもらいやすくする。



STEP
3

掲載する情報の整備

企業側が伝えたい内容よりも、社内の雰囲気・人間関係・初任給など応募者が知りたい情報を優先し、掲載情報を厳選する。また、同業者の求人もチェックして差をつける。



STEP
4

サイトマップやページ数の検討

メインとなるページは8ページ前後、必要に応じてそこから派生させる作りが理想。自社で考えるのが難しい場合、採用サイト制作サービスの担当者へ相談するのも手。



STEP
5

イメージやデザインの決定

与える印象によって、企業に興味を持つ求職者のタイプも異なる。親しみのあるイメージを持たせたいのか、真面目なイメージを持たせたいのか、ターゲットに合わせて決定する。



STEP
6

制作方法の検討

制作の方法は、①自社内、②サイト制作会社へ依頼と、主に2通りある。サイト制作会社への依頼は希望に近いサイトが出来上がるが、自社でのきちんとした進行管理が必須。

1 募集要項

求職者の希望に適しているかどうか、ミスマッチを防ぐためにもっとも重要な部分。募集したい職種や業務内容、勤務地、勤務時間、休日、異動や転勤の有無、必要な経験やスキル、給与や賞与、昇給や昇格、福利厚生など、できるだけ詳しく記載する。

2 企業理念・沿革

企業の数だけ存在する歴史や経営における理念。これらも他社と差がつく重要な部分。個性を上手に表現しながら、求職者に伝わりやすい文章作成を。実績や目標を、画像やグラフで表すことで視覚的に分かりやすくアプローチできる。

3 業務内容

業務のイメージを掴むのに必要なコンテンツ。入社した後どのような業務に携わることになるのか、今後の事業展開や戦略について、できるだけ詳しく尚且つ分かりやすく記載する。どんなことが書かれていたら働きたくなるか、既存社員に意見を求めるというのもひとつのアイデア。

4 社長挨拶

求職者にとって企業の代表である社長の考え方や雰囲気は、気になる部分。創業の経緯や、経営に携わっている上での思いなどと併せて、求職者へのメッセージを掲載すると、大きな検討材料に。一緒に会社を創造したいという気持ちを込めるのがおすすめ。

5 現在募集中の職種

現在募集している職種について、詳細に紹介するコンテンツ。募集要項だけでは伝えきれない、細かな部分について触れると、入社後のミスマッチ低減に。募集している職種について実際に働いている様子を画像や動画で紹介すると、求職者がイメージを掴みやすい。

6 経営陣からのコメント

社長のみならず、経営陣からのコメントがあると、企業の方向性が定まり、より魅力を伝えることができる。向いているのはどんな人材か、求めている戦力など、直接相手へ語りかけるように丁寧にコメントを綴ると、受け入れられやすい。

7 よくある質問

問い合わせが多い質問を予めまとめておき、ジャンル分けして、分かりやすく記載しておくことで、求職者の不安解消につながるだけでなく、採用担当者の負担を減らすこともできる。面接時の服装やオンライン対応の可否など、他社サイトの質問も参考にしながら、なるべく多くの情報を。

1 現役社員のリアルな声

現役で働いている社員へのインタビューは、働きやすさ・やりがいを伝えるのに、大変有効なコンテンツ。募集している職種や年代、性別によってインタビューコンテンツは複数作成すると良い。画像や動画を活用して、分かりやすい社員紹介を。

2 キャリアアップ事例

求職者の多くが興味を持っているのが、就職先でどのようなキャリアを形成できるのかという点。新卒で入った社員はどんなキャリア形成をしているのか、中途で入るとどのようなキャリアを築けるのか、研修や資格を取得するための制度はあるのかといった点について詳しく紹介を。

3 会社の雰囲気

求職者の中には「厳しい職場だったらどうしよう」「ブラックな企業ではないか」という不安の声も。社風の良さや、働きやすさをアピールすると応募につながりやすい。ミーティングの様子やオフィスでの業務、ランチといった日常の風景を画像や動画で伝えるのがおすすめ。

4 会社の沿革や成長の詳細

もう一步踏み込んだ企業案内コンテンツを取り入れることで求職者の関心を更に引き寄せることができる。歴史の羅列だけではなく、変革の背景や、チャレンジを重ねた結果など、ストーリー性を持たせると良い。敢えて、企業理念・沿革とは別に詳細ページを作成し、面接時にそのページに関する質問をすることで本気度を見るということもできる。

5 1日あるいは年間の業務スケジュール

入社後、どのような流れで1日の業務が行われるのか、また1年を通じてどのようなイベントがあるのか、先に知っておくと応募者の安心につながる。職種別に、1日のスケジュールを実際の画像や既存社員のコメントなどを添えて紹介するとイメージしやすい。

6 企業SNSや社員ブログ

真面目で堅い印象の採用サイトコンテンツだが、企業SNSや社員ブログとリンクさせると、親しみやすさをプラスできる。会社で働く様子や、開催されたイベントに対する感想など、リアルな声として魅力を伝えられる上、より幅広い層に届く可能性も。

ポイント1

求職者に届ける仕組みづくり

- 作成して終わりではなく、どうしたら認知してもらえるかを考え、仕組みづくりを実施する。
- 自社サイトだけでなく、求人サイト、エージェントサイトにURLを記載したり、採用イベントの開催、検索されるためのSEO施策を講じるなどできるだけ多くの対策をしておくことが重要。



ポイント2

SNSやブログの有効活用

- 特に若い世代はSNSやブログからも求人情報を集めているため、企業SNSや自社で保有するメディアがあれば、採用ホームページの情報を積極的に伝えることが可能。
- 採用に特化したSNSアカウントの作成や、YouTubeチャンネルの開設も有効な方法。



ポイント3

応募者の量だけでなく質も大切にする

- 目指すのは、応募人数は少なくても、質の高い求職者を集める求人活動。そのためには、ターゲット層へ確実に届く採用ホームページの構築が必要。
- 企業の特徴や雰囲気、価値をしっかりと伝えられる優良な採用ホームページを作成できれば、求めている人材を集めることが可能に。



ポイント4

会社の課題も隠さずに共有する

- 企業の魅力ばかり先行してしまうと「思っていたのと違う」といったミスマッチにつながる可能性がある。会社の課題や今後解決したいことを応募者と共有することも大切。
- 「共に問題を解決し、会社を盛り上げてくれる新しいスタッフを求めている」という気持ちを伝えられれば優秀な人材との出会いにつながる。



ポイント5

言葉や数値は「伝わりやすい」ものを

- 文章が多くて読みにくい、必要な情報をすぐに見つけれられない、これらは求職者が離脱してしまう原因に。
- 一番伝えたいメッセージは簡潔に、実績などのデータはグラフや図解にするなど、求職者に伝わりやすいホームページになるよう心掛ける。
- 画像や動画を活用するのも有効。



ポイント6

デザインや動画には凝り過ぎない

- 他社と差をつけるために、凝りすぎてはいけない。最も重要なのは「必要な情報がきちんと、わかりやすく伝わること」。
- 制作を外部委託する場合は、シンプルさを保ちつつ、情報が充実しており、画像や動画などの質が高い採用サイトになるように相談を。



ポイント7

応募に至るまでの導線は分かりやすく

- 採用ホームページを制作する目的の多くは、応募数を増やすこと。応募や問い合わせまでの導線が分かりにくいと、途中離脱につながる。
- 社員メッセージを読んだ先に、問い合わせや応募ボタンがあるといったように、スムーズに応募ページへとどり着けるサイトづくりを。



ポイント8

スマホ対応は必須

- スマホ利用が一般的となっている現在、作成した採用ホームページがスマホ非対応だった場合、内容が読みにくく、求職者にストレスを与えてしまう要因に。
- スマホ対応にするだけでなく、スマホから閲覧した時の読みやすさをチェックした上で、適切な文章量や画像サイズを選択することが重要。



ポイント9

応募後のフォローこそ大切に

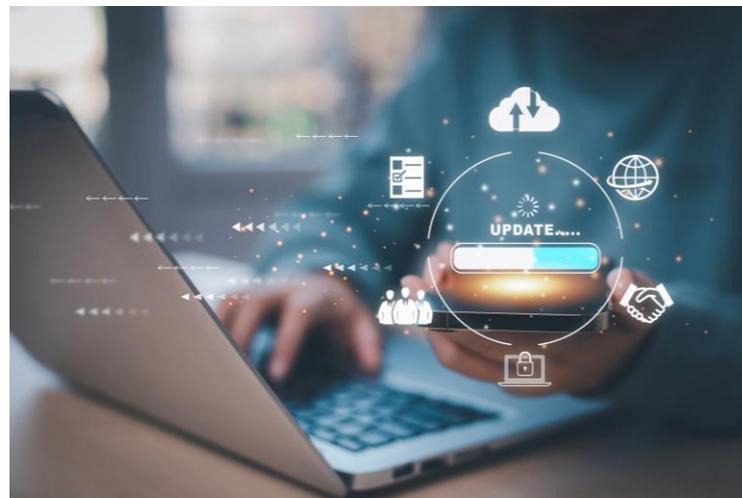
- 応募への感謝や、不明点がないかといった声かけ、スケジュール調整など、親身に寄り添い、スピード感を持って丁寧に対応することが重要。
- 初対面となる面接では、会社の雰囲気がより伝わる資料の準備や、丁寧な対応ができる面接官の選定など、求職者が終始気持ちよく就職活動できるようフォロー。



ポイント10

開設して終わりではなく定期的な更新を

- ある求職者調査によると、8割の求職者が「企業のホームページや採用ページがないと応募意欲が下がる」と回答。
ほとんどの求職者が見ている企業のホームページだからこそ、求職者が常に最新情報を確認できる状態にしておく。



中小企業向け採用サービス「ワガシャ de DOMO」 求人プロが魅力的な採用ホームページを作成



人材採用のつら～い頭痛に!
ソリューション!

今までの求人メディアでの募集に比べて

約 **5倍** の応募効果!

業界最大級
連携求人媒体

まずは資料請求!

＼Web CMにみちよぱこと池田美憂さんを起用／



月8本まで求人記事を出し放題

月8本まで求人記事を出し放題&修正し放題。
タイムリーに修正・追加が可能なので、急な求人募集にも
すぐに対応できます。



業界最大級の求人サイトに露出

業界最大級の検索エンジン、求人サイトに一括自動露出。
多くの求職者に求人を届けることができます。



全国各地で、導入企業約13,000社

全国各地で累計導入企業数が13000社以上。
中小～大手企業まで、多種多様な職種で実績があります。



求人記事の修正・運用代行で手間なし

応募創出・希望人材採用に向けて、弊社専門部署の担当が、
記事作成・運用・修正まで完全サポートします。

- 01 記事のPV・応募率の定期チェック
- 02 記事のカイゼン (見極め・反映)
- 03 プーストオプションのご提案

半年で応募26名、採用4名！

採用ホームページの制作過程で、会社の魅力を整理できました。



住宅工事

株式会社アウル

取締役

望月 雄介さま

●導入の背景は？

営業および施工スタッフのハローワークで募集をしていたが、応募がなく苦戦していました。当社では採用ホームページがありませんでしたが、今の時代、応募前に採用ホームページを確認するのは当然です。

特に当社のように仕事内容が分かりにくい場合は、なおさら必要だと感じていました。

●導入の効果は？

半年で応募26名、採用4名。採用ホームページを見て応募してくれる方も多いです。会社の理念に共感したといってもらえた時などはとてもうれしいです。

また、採用ホームページの制作過程で、**自社の強み・弱み**を見つめなおすことができたのも、うれしい効果でした。



※ワガシャ de DOMOの導入企業様の事例は[こちら](#)

採用ホームページ作成でお困りの場合は
お気軽にご相談ください。



お問合せ先

株式会社アルバイトタイムス
採用サポートチーム（ご相談窓口）

0120-990-375 平日 9:00~18:00

✉️ saiyo-support@atimes.co.jp

WEBフォームは

[こちらをクリック](#)