

採用サイトは自社サイトで完結

～採用動画WEB屋のノウハウを惜しみなく公開～

2020年版
株式会社マックスストーン
代表取締役 家元 飯岡直樹

TEL: 03-6300--0100
E-mail: desk@max-stone.net
WEB: www.max-stone.jp/
Facebook個人: www.facebook.com/iioaka



採用サイトは自社サイトで完結 | 9つの戦略 目次

オンラインセミナーURL一覧

<https://www.max-stone.jp/seminar/>

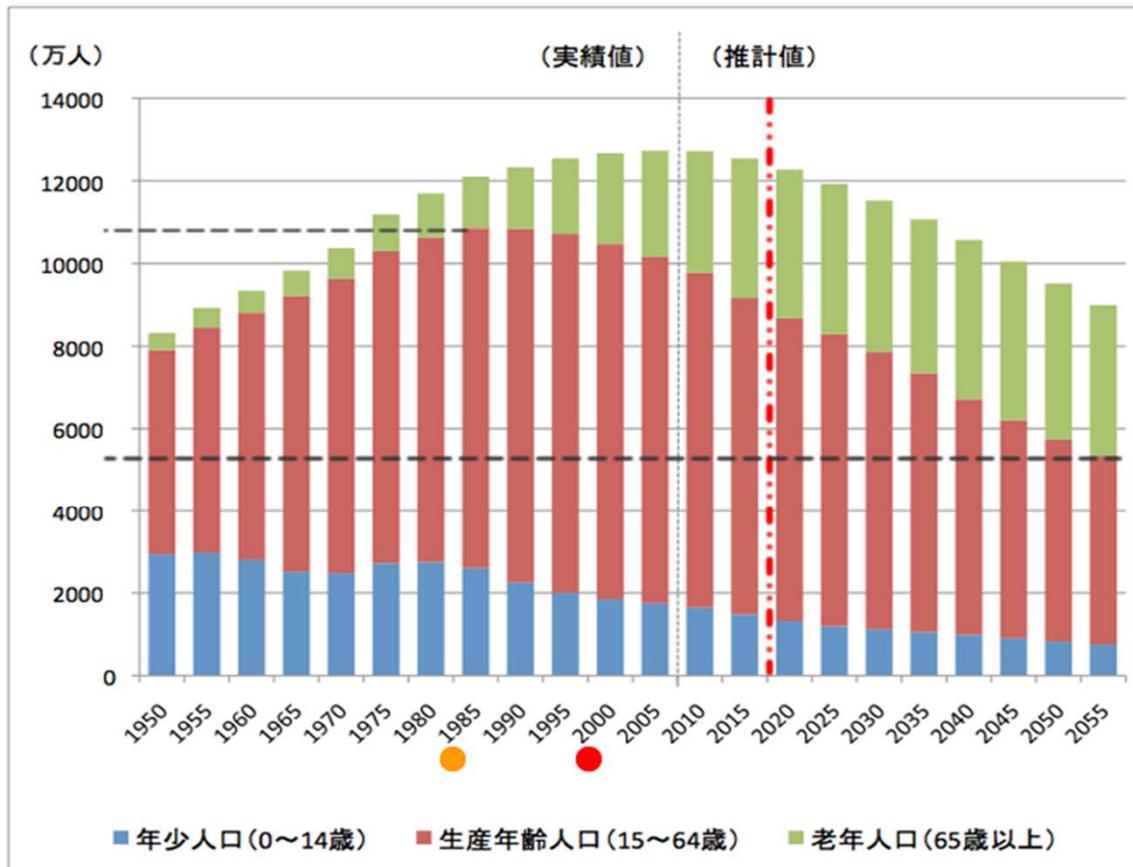


前説、労働人口の推移。労働人口上昇採用でなく労働人口減少採用が必須

- 1、有料求人媒体の最大有効化
- 2、indeedとGoogle仕事検索の優勢性を知ろう
- 3、自社のホームページをindeedとGoogle仕事検索に連携
- 4、採用WEBマーケティングや調査解析
- 5、採用サイト戦略でホームページに効果
- 6、WEBマーケティング成功事例 求職者に届くページタイトル
- 7、WEBマーケティング成功事例 求職者に刺さるコンテンツ
- 8、社長・先輩・社員の採用インタビュー動画質問事例
- 9、助成金や補助金の活用

労働人口の推移

■ 人口推移予想



労働人口は1995年から減少
総人口は2010年から減少

資料出所：総務省統計局『国勢調査報告』、『日本長期統計総覧』および『人口推計』
国立社会保障・人口問題研究所『日本の将来推計人口』(2006年12月推計)
出生中位(死亡中位)推計値による
なお、1970年までは沖縄県の数字を含んでいない。

1、有料求人媒体の最大有効化

■ 1、有料求人媒体の最大有効化

転職向け	掲載料金（4週間）
リクナビNEXT	20万円～
マイナビ転職	20万円～
DODA	25万円～
エン転職	28万円～
@type	35万円～
はたらいく	20万円～
とらばーゆ	46万円～
日経キャリア	35万円～

派遣向け	掲載料金（4週間）
はたらこネット	8.8万円～
エンジャパン	28万円～
リクナビ派遣	6.4万円～
新卒向け	掲載料金（4週間）
リクナビ	40万円～
マイナビ	35万円～
キャリアタス	50万円～

求人掲載した後の3つの疑問

1、求人サイト経由の応募が少ない

2、自社の求人広告を見た求職者が同じ求人媒体内で再検索していないか？

3、興味を持った求職者が企業の採用ページを見に来て離脱していないか？

自社HPの採用ページを充実させることにより、全ての疑問が解決

2、indeedとGoogle仕事検索の優勢性を知ろう



	求人サイト	人材紹介	indeed
無料掲載	×	○	○
自由な予算設定	×	×	○
初期費用不要	×	○	○
契約不要	△	×	○
成功報酬不要	△	×	○



2019年1月～サービス開始
クリック課金無しの完全無料

Google検索「○○求人」で常に上位表示

3、自社のホームページをindeedとGoogle仕事検索に連携



- 1、求人タイトル・職種・給与・勤務地が記載されていること。
- 2、求人詳細ページは1URLに2つ以上の雇用形態や職種名が記載されていないこと。
- 3、仕事一覧ページがあること。
- 4、応募するボタンから応募に進めること。
(テキストリンクでも可能ですが、目立たないのでボタンをお勧めします)

- 1、募集要項ページの作成
 - ・職種名
 - ・概要(職務、資格、スキル、業務時間、学歴に関する要件、経験に関する要件など)
 - ・勤務地
 - ・雇用区分(正社員・アルバイトなど)
 - ・給与情報(年収・月給・時給など)
- 2、作成したページに構造化データを記述
- 3、インデックスさせる
- 4、テストする

4、採用WEBマーケティングや調査解析

■ Googleアナリティクス の活用

項目	活用内容																																							
1、閲覧地域（市町村）	<p>どの地域から通勤しようとしているのか？</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>市町村</th> <th>ユーザー</th> <th>平均セッション時間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>16,748</td> <td>00:01:49</td> </tr> <tr> <td></td> <td>全体に対する割合 100.00% (16,748)</td> <td>ユーザー平均 00:01:49 (0.00%)</td> </tr> <tr> <td>1. Yokohama</td> <td>2,249 (11.96%)</td> <td>00:02:11</td> </tr> <tr> <td>2. Shinjuku City</td> <td>2,191 (11.60%)</td> <td>00:01:51</td> </tr> <tr> <td>3. Minato City</td> <td>1,507 (8.01%)</td> <td>00:02:08</td> </tr> <tr> <td>4. Osaka</td> <td>1,270 (6.75%)</td> <td>00:01:34</td> </tr> <tr> <td>5. Saitama</td> <td>1,125 (5.98%)</td> <td>00:01:44</td> </tr> <tr> <td>6. Nagoya</td> <td>794 (4.22%)</td> <td>00:02:01</td> </tr> <tr> <td>7. Chiyoda City</td> <td>527 (2.80%)</td> <td>00:01:57</td> </tr> <tr> <td>8. Chuo City</td> <td>512 (2.72%)</td> <td>00:02:40</td> </tr> <tr> <td>9. Kasukabe</td> <td>438 (2.33%)</td> <td>00:01:26</td> </tr> <tr> <td>10. (not set)</td> <td>418 (2.22%)</td> <td>00:00:36</td> </tr> </tbody> </table>	市町村	ユーザー	平均セッション時間		16,748	00:01:49		全体に対する割合 100.00% (16,748)	ユーザー平均 00:01:49 (0.00%)	1. Yokohama	2,249 (11.96%)	00:02:11	2. Shinjuku City	2,191 (11.60%)	00:01:51	3. Minato City	1,507 (8.01%)	00:02:08	4. Osaka	1,270 (6.75%)	00:01:34	5. Saitama	1,125 (5.98%)	00:01:44	6. Nagoya	794 (4.22%)	00:02:01	7. Chiyoda City	527 (2.80%)	00:01:57	8. Chuo City	512 (2.72%)	00:02:40	9. Kasukabe	438 (2.33%)	00:01:26	10. (not set)	418 (2.22%)	00:00:36
市町村	ユーザー	平均セッション時間																																						
	16,748	00:01:49																																						
	全体に対する割合 100.00% (16,748)	ユーザー平均 00:01:49 (0.00%)																																						
1. Yokohama	2,249 (11.96%)	00:02:11																																						
2. Shinjuku City	2,191 (11.60%)	00:01:51																																						
3. Minato City	1,507 (8.01%)	00:02:08																																						
4. Osaka	1,270 (6.75%)	00:01:34																																						
5. Saitama	1,125 (5.98%)	00:01:44																																						
6. Nagoya	794 (4.22%)	00:02:01																																						
7. Chiyoda City	527 (2.80%)	00:01:57																																						
8. Chuo City	512 (2.72%)	00:02:40																																						
9. Kasukabe	438 (2.33%)	00:01:26																																						
10. (not set)	418 (2.22%)	00:00:36																																						
2、ブラウザ	<p>どのブラウザが多いか？</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>1. Chrome</td> <td>5,737 (34.25%)</td> </tr> <tr> <td>2. Safari</td> <td>4,425 (26.42%)</td> </tr> <tr> <td>3. Internet Explorer</td> <td>2,389 (14.26%)</td> </tr> <tr> <td>4. Android Webview</td> <td>1,504 (8.98%)</td> </tr> <tr> <td>5. Safari (in-app)</td> <td>1,323 (7.90%)</td> </tr> </tbody> </table>	1. Chrome	5,737 (34.25%)	2. Safari	4,425 (26.42%)	3. Internet Explorer	2,389 (14.26%)	4. Android Webview	1,504 (8.98%)	5. Safari (in-app)	1,323 (7.90%)																													
1. Chrome	5,737 (34.25%)																																							
2. Safari	4,425 (26.42%)																																							
3. Internet Explorer	2,389 (14.26%)																																							
4. Android Webview	1,504 (8.98%)																																							
5. Safari (in-app)	1,323 (7.90%)																																							
3、流入フロー	<p>どのページに遷移しているか</p>																																							

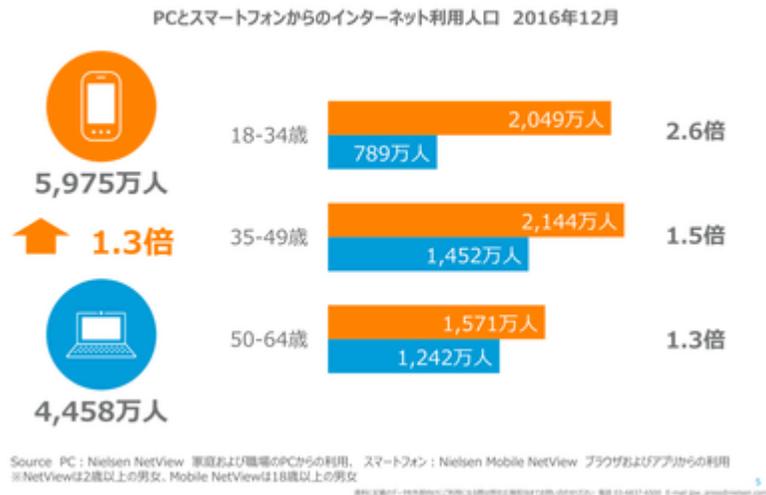
■ ヒートマップの活用

見られているエリア



5、採用サイト戦略でホームページに効果

■ 64歳以下はスマホの利用者がPCを超える



引用: <https://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/1048729.html>



■ 弊社顧客求人ページ PCとスマホ閲覧率

デバイス	閲覧率	閲覧数	割合
全体 (2,315)			
1. mobile	80.48%	1,863	(80.48%)
2. desktop		336	(14.51%)
3. tablet	05.01%	116	(5.01%)

デバイス	閲覧率	閲覧数	割合
全体 (6,715)			
1. mobile	75.60%	5,064	(75.60%)
2. desktop		1,277	(19.07%)
3. tablet	05.33%	357	(5.33%)

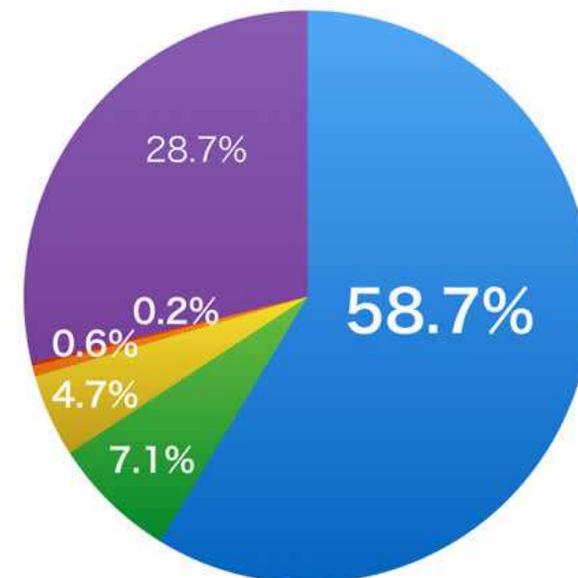
5、採用サイト戦略でホームページに効果Ⅱ

■ レスポンシブウェブデザイン



■ ワードプレスのシェア率

● ワードプレス ● ジェームラ ● ドルーバル ● ウイックス ● ジンドゥー ● etc



https://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all のデータを抜粋しグラフ化

5、採用サイト戦略でホームページに効果Ⅲ

■ 企業のホームページを確認する6つの理由

- 1、製品やサービスページなどから実際の業務イメージを起こすため。
- 2、口コミは私情を挟んだ投稿の可能性もあるが、企業のHPは自身の言葉で語っているものだから。
- 3、内容や情報量、更新具合で、まずはなんとなくの会社の雰囲気や予想する。
- 4、自身との共感を確認するため、経営理念・企業理念・方針・心得、等を確認。HP作成センスから会社経営の意気込みなども見ることができる。
- 5、社長の理念を知るため。会社の方向性が分かり共感できるか確認する。
- 6、働き方や実際に働いている社員のインタビューなども参考になるため。

■ 自社サイトのチェック

チェック項目	○△×
1、業務イメージが起こせるサイト内容か？	
2、自社ならではの(考え抜いた)言葉で語っている箇所がどの程度あるか？	
3、情報量や更新(メンテナンス)は頻繁に行われているか？	
4、会社経営の意気込み・方針・心得などのページがあり、わかりやすい位置にあるか？	
5、社長の理念や会社の方向性がわかりやすいように掲載されているか？	
6、社員インタビューや実際に働いている姿がイメージできる内容か？	

6、WEBマーケティング成功事例 求職者に届くページタイトル

■ Googleの場合



関連キーワード



Googleサジェストには、



■ indeedの場合



indeedのサジェストには、



7、WEBマーケティング成功事例 求職者に刺さるコンテンツ

■ よく質問している内容を調べる



で 介護の仕事をしています と検索してみました。

ベストアンサーにリンク

他にも



などがあります。

またGoogleで ヘルパー 質問サイト と検索すると

その業種に特化した質問サイトサイトがヒットします。

例えば **ケアマネドットコム** の場合

このような質問サイトをよく見ることで、

ヘルパーさんの
・ 困り事
・ 悩み

などを知ることができます。

その結果、

求職者の困り事や悩みの答えとなる内容のページを作成

求人ページの上部と下部にテキストリンクを貼り誘導

更に

説明ページの下部に、求人ページのリンクを貼る

ことで、競合他社には無い求職者目線のページに仕上がります。

8、社長・先輩・社員の採用インタビュー動画質問事例

■ 効果的な動画コンテンツ

応募要項が掲載された求人ページはテキストばかりで、

- ・どの会社でも似たり寄ったり
- ・視覚的な差が殆ど無い

よって離脱率がとても高いページになっています。

しかし、

ページ内の何かに興味を持った後は、比較的内容をよく読む傾向にあります。

そこで視覚的に有利で、読む必要の無い動画を活用します。

動画の内容は前項と同じ

求職者の困り事や悩みの答えとなる内容

にすることで興味を持ってもらい、応募要項に誘導します。

■ 動画に実際に使うシーン

企業のホームページを確認する6つの理由

- 5、社長の理念や会社の方向性がわかりやすいように掲載されているか？
- 6、社員インタビューや実際に働いている姿がイメージできる内容か？

を視覚的に有利な動画化、求職者によりイメージしやすく訴えます。

■ 動画を活用する4つの理由

1. 動画があるページは、Googleの検索結果1ページ目になる確率が最大53倍
引用元：<http://www.movie-times.tv/statistics/2565/>
2. 動画は1分間でテキスト180万字分の情報を伝達する力がある。
180万文字＝ウェブサイト約3600ページ分
引用元：<http://finance.yahoo.com/news/minute-video-worth-1-8-130000033.html>
3. 動画は50%が記憶に残る
文字で読んだ人は22%しか覚えていない
引用元：<http://blog.lionbridge.com/marketing/2013/06/11/has-the-power-of-video-marketing-eclipsed-text-2/>
4. 平均滞在時間は文字のみのサイトが42秒
動画があるサイトは5分50秒
引用元：<http://webvideouniversity.com/blog/2008/07/31/text-sites-vs-video-sites-the-straight-stats/>

■ インタビュー動画事例

マックスストーン動画制作 検索

<https://www.max-stone.jp/type/recruitvideo/>



8、社長・先輩・社員の採用インタビュー動画質問事例Ⅱ

■ 自社の働きやすさチェック

チェック項目	
1、仕事の醍醐味や面白さ	
2、働きやすい点(労働時間や福利厚生含む)	
3、コミュニケーション上で実践していること	
4、成長した・学べたこと ※管理職は部下に対して	

■ 4、の具体例

- ・勇気をもらったこと
- ・応援してもらったこと
- ・教えてもらったこと
- ・許してもらったこと
- ・守ってもらったこと
- ・励ましてもらったこと
- ・感動させてもらったこと
- ・人生で楽しいと感じた瞬間
- ・なぜ生まれて来たのかがわかった瞬間
- ・ワクワクした瞬間

9、補助金の活用

毎年1月から準備を行い
4月～9月の間に公募

※補助金により公募期間は異なります。

 **ものづくり補助金**

公募中
こんな人に!

- 新事業にチャレンジしたい 
- 生産ラインを増強したい 
- サービスの質を高めたい 

 **小規模事業者持続化補助金**

今後公募予定
こんな人に!

- ブランド力を高めたい 
- 商品を宣伝したい 
- ホームページを開設したい 

 **IT導入補助金**

今後公募予定
こんな人に!

- ITで経営状況を「見える化」したい 
- ITで業務を自動化したい 
- ITで働き方を改革したい 

■ IT導入補助金

40～150万(A類型)

資本金1億円以下の中小企業、小規模事業者が、ITツール(ソフトウェア等)を導入する費用の1/2を補助

■ 小規模事業者持続化補助金

50万

小規模事業者が、販路開拓に取り組む費用の2/3を補助

■ ものづくり補助金

100～1000万

中小企業・小規模事業者等*が連携して取り組む、生産性向上や地域経済への波及効果拡大に資する革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を行うための設備投資等の2/3を補助

9、助成金の活用

代表的な助成金の種類

	種類名称	内容	対象者	助成額
1	特定求職者雇用開発助成金	ハローワーク採用	60歳以上、障害者、母子家庭の就職困難者	60万円 (40万円)
2	特別育成訓練コース	有期実習型訓練	担当分野3年未満の方	3月～6月間 時間760円
3	キャリアアップ 正規雇用等転換コース	有期契約から正規へ転換入社3年未満、 転換日給与5%アップ	有期契約の方	正規 57万円 無期 28.5万円
4	キャリアアップ 諸手当共通化	有期契約者に正規と同様な手当支給	有期契約の方	38万円
5	人事評価改善等助成金	職位・賃金テーブル・評価制度導入 1年後給与概ね2%昇給	常用雇用者	50万円
6	両立支援等 育児休業等支援コース	男性は出産日以後連続5日休暇 女性は育休取得及び復帰を前提とする 面談シート作成と出産の方がいない間の 社内体制の構築	配偶者が出産した男性・本人が出産した女性	57万円
7	勤務間インターバル導入コース	勤務終了から次の勤務の前までに11時 間以上の勤務しない時間を作る 生産性向上のため器具購入する、その経 費の3/4 補填	常用労働者	50万円
8	職場定着支援助成金	健康管理歯周病検査を実施、1年後の離 職率が現状維持ないし改善	常用労働者	57万円

各種リンク

- ・採用ページ診断（無料）
- ・職種毎の同業他社求人情報（無料）
- ・求職者のニーズ情報の調査（無料）

は下記よりお問い合わせ下さい

<https://www.max-stone.jp/contact2/>



採用動画制作実績

<https://www.max-stone.jp/type/recruitvideo/>

