

第26話

ホームページ

# HPに採用ページをつくる

今回のキャスト

社長 藤田 匠

社員 西園寺 千代

塾生 伝法院 千里

求人サイトに情報を掲載しても社員希望者はほとんど来なかったアルパカファーム。掲載内容には十分気を使ったはずなのに、いったい何がいけなかったのか。

藤田 うーん、新しい求人をかけてみたけど、パートさんばかりで、結局正社員の希望者は一人だけか。思っていたようにはいかないね。

千代 希望者は一人来ましたが、すぐにお金のことを質問してくるような人だと、多分長続きしないですよ。他の質問も全部ズレている気がします。

藤田 伝法院先生に教えてもらった通り、求人サイトに掲載したんだけどなあ。なんでだろう……。

伝法院 藤田社長、こんにちは！あれ、二人ともあまり浮かない表情ですね。どうしましたか？

千代 伝法院先生、こんにちは。それが、先月求人サイトに募集をかけたから1カ月も経っているのに、まだ正社員希望者が一人しか来ていません。

伝法院 なるほど、そういうことでしたか。実は今回、その求人にまつわる改善点を見つけたのでお伺いしました。

藤田 改善点？ たしか、求人サイトの内容は先生に教えてもらった通りに掲載したと思ったのですが……何か間違いがありましたか？

伝法院 いいえ、掲載内容に間違いはありませんでした。むしろ「おもしろい」も表現されているし、お給料も社会保険関連もしっかりしているし、良い会社であるという事は伝わります。しかし、原因はこのURLにあります。

藤田 えっ、どこが問題なのでしょう？ 間違っていないし。

伝法院 たしかにアルパカファームのホームページ（HP）のURLです。しかし、このHP、最後にいつ更新されましたか？ 掲載情報がずいぶん古いので、この法人が今も存在しているのか、またしっかり経営している会社なのか、見ている人は不安になってしまいます。ましてや、このHPに掲載している情報からは人材を募集しているということも感

じられないと思います。HPが逆効果になってしまっていますね。

藤田 たしかに一度も更新していません。人材を募集していることが伝わらないというのはどういことでしょうか？

伝法院 求職者にとっては求人サイトの数少ない情報しか手がかりがない状態になってしまっているんです。今の世の中、HPがあることは住所があるのと同じくらい当たり前になっています。さらに、スマホが普及したことで、いつでもどこでも簡単にHPにアクセスできます。だから、ネット媒体で求人を出すときは、HPの自身がその法人の信頼と直結するくらい大事なんです。HPに掲載されている写真から、自分が働きたいと思う職場の雰囲気かどうか直感で判断する人も多い。HPの内容は、それほど重要なんです。

藤田 求人サイトに掲載すれば終わりでないんですね。では、採用のためのページを作るには、どのようにすればよいのでしょうか？

今回の執筆者  
とやまたくみ  
瀬戸山 匠

(有)人事・労務  
小商いプロデューサー/  
(社)日本ES開発協会  
事業開発室長/  
われらまちの農縁団



地域活性化マルシェの企画・運営を統括。「人に地域に環境にやさしい持続可能な社会を目指して」をテーマに、グリーン企業が集まる勤労感謝イベントや、「日本の未来のはたらくを考える」をテーマに日光街道143km踏破イベントを開催。埼玉県春日部市に実在する農園アルパカファームの園長でもある。

## ▶ 効果的な採用ページのポイント ◀

### 来てほしい人物像を具体的に

情報が溢れている今の世の中、求人サイトに求人情報を掲載するだけでは、求職者の信頼を得ることはできません。特に若い世代は、求人情報においてまず、その農場・法人のHPを見ています。HPがないのは、住所がないのと同じように、信頼されない、ということです。また、すでにHPがあるという方も多いかもしれませんが、重要なのは、自社HPのなかに「求人のページ」があるのか、です。

企業概要や事業概要といった取引先、消費者向けの内容のページだけでなく、採用情報だけのページを追加すると、応募者がそのHPのどこを見たらよいかははっきりします。その導線を整理してあげると、採用に効果的なHPになります。

では、その採用ページはどのように作るのか。作成前にまず大事なのは、「どのような人に来てもらいたいのか」という人物像をイメージすることです。もちろん、そのイメージ通りの方が応募してくる確率は低いかもしれませんが、人物像を設定しておくことで、そのイメージに近い人、じっくりくる人が来やすくなります。男性なのか女性なのか、どの地域で暮らす、何歳くらいの方で、どんな趣味を持つ人なのか。さらにもう少し踏み込んで考えていくと、より明確にイメージがわかります。学歴や経験のありなしだけでなく、人物像として描くことがポイントです。

また、採用ページの目的は、求職者にあなたの農場で働くイメージを持ってもらうことです。そのためには、以下の要素を組み合わせると、効果的な採用ページになります。

### 農園での仕事をイメージ化

#### ① 経営者の「おもい」を簡潔に

経営者の「おもい」は、事業内容よりも共感しやすい。求人サイトへの掲載内容としても重要視しましたが（前号参照）、やはり「おもい」に対する共感を得られているかどうかは、採用したあとの定着率に大きく影響してきます。これもポイントのひとつになりますので、簡潔に文字で表現して落とし込むことが大切です。

#### ② どんなキャリアを積めるのか

実際に就職するとどのような仕事ができるようになるのかを表現します。その際に重要なのは、中長期的にどのような仕事ができるようになるのか、すなわちどのようなキャリアを歩むことができるのかを明確に表現することです。たとえば、栽培技術を高めるだけでなく、販売関係者との関係を深めたり、商品に対するセンスを磨いたり……。短期的にできるようになる仕事と、長期的にできるようになる仕事とを分けて表現することで、長期的なキャリアを想定したイメージを描くことができます。

#### ③ 農場に就職する強み

たくさんある農業系の就職先のなかで、なぜあなたの農場を選ぶべきなのか。その「選ばなければいけない」と思わせる理由はありますか？ 産地や技法に特殊性があるなど、生産について差別化ができることや、働きやすさや雰囲気の良いさなど職場としての強みもあるはず。また、就職し数年後に独立した際のサポートを明記するなど、キャリア形成上の強みもあります。もし今まだ強みが明確でなければ、これから作っていくこともできるので、どのようなことを強みとするのかを一度立ち止まって精査しましょう。それは、やりがいと魅力あふれる職場づくりにもつながっていきます。

#### ④ 先輩からの言葉

こちら求人サイト掲載のポイントに挙げましたが、よりリアルなイメージを持つために、先輩からの言葉は欠かせません。先輩が普段どのような仕事をしているのか、どのような「おもい」を抱いているのか。自社サイトに掲載するのであれば、1人とは言わず何人も先輩社員を掲載すると、共感できる幅が広がるので、さらに効果が上がります。なるべく、どのような人に来てもらいたいというイメージに近い社員を掲載することをおすすめします。

#### ⑤ なるべく多くの社員が働く写真を掲載する

求人サイトと違い、自社サイトの採用ページであれば、写真掲載の制限がありませんので、写真をたくさん掲載しましょう。文章よりも写真の方が情報の伝達量は多いですし、雰囲気も伝わりやすいので、とても大切なポイントになります。