

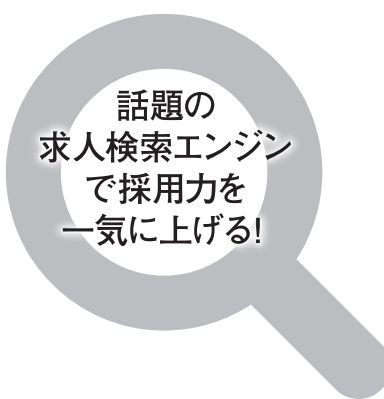
How to Use “Indeed” for the Most Efficient Recruiting Activities

世界一やさしい インディード Indeedの 教科書

〔著〕 高山 奨史 SHOJI TAKAYAMA

新倉 竜也 TATSUYA NIIKURA

〔監修〕 Indeed Japan株式会社



話題の
求人検索エンジン
で採用力を
一気に上げる!

※ Indeed のサービスに関わる一般的な事実等については、監修者による監修のもとに記載しておりますが、活用ノウハウや運用データ数字等、あるいは広く人材や採用・求人広告に関する意見・見方等は基本的にはすべて著者によるものです。

はじめに

1億総人手不足時代と呼ばれて久しい日本。有効求人倍率はバブル期以来の超高水準を記録し、企業の採用を取り巻く環境は年々厳しさを増しています。いまでは多くの企業の最重要経営課題の一つに採用が挙げられるほどになりました。

加えて、報酬の多様化が広がり、給与以外の報酬を大切にする価値観の働き手も増えていきます。「子育て支援充実」「週休3日」「在宅ワーク」「服装自由」など、最も重きを置く「報酬」が人によって異なる時代になり、採用も一筋縄ではない状況となりました。

「働き方改革」という言葉は、この数年間、さまざまなシーンで取り上げられ、「バズワード」として使われ続けています。実際のコンセプトは、少子高齢化で労働人口が減少する日本において、ポテンシャルワーカー（これまで戦力として数えられていなかったシニア・主婦・外国人など）の活躍、労働生産性の上昇、長年常態的に続いている「長時間労働」などの是正、そして、それらを将来の働き手の増加（出生率の向上）に

つなげるというものです。

昨今の日本にとつては、「人手を確保するためには、働き方を改革せざるをえない」というのが現実です。

そして、今後の採用マーケットでは、「スケルトン化」（＝透明化）が進みます。求職者に都合の悪い情報を隠すことができなくなり、求人媒体にお金をかけ、きれいな写真を撮ってもらい、「いかにも素晴らしい会社かのような」紹介文を書いてもらって、求職者を強引にひきつける手法は、もう通用しなくなります。

採用のトレンドは、これまで以上に大きく、急速に変化していきます。中途やパートアルバイトの採用マーケットは、求人フリーペーパーや新聞折込の集合求人チラシが主流だった時代から、ウェブ求人ポータルサイト全盛の時代になり、いまではIndeed等の求人検索エンジンを用いたオウンドメディア・リクルーティングが主流になるうとしています。

加えて、その次の時流としては、リクルートホールディングスが2018年5月に12億米ドルでの買収を発表したGlassdoor（グラスドア）をはじめとする、求人CGMサイト（Consumer Generated Media）と呼ばれる「企業版食べログ」のような口コ

ミサイトを用いた採用が台頭する日もすぐそこまできています。

一方、新卒採用においては、長らく日本に根付いていた「新卒一括採用」という特殊なカルチャーは崩壊に向かい、採用（内定）だけでなく、就活のタイミングすら学生個々人によって大きく変わってきます。その理由は、インターンシップが新卒採用の中心となるからです。インターンシップはスケルトン化の最たる例で、その企業の一員として働きながら、「卒業後もこの会社で働くかどうか」について検討することができると、隠し事やごまかしは通用せず、自社の内部をさらけ出した上での採用となります。このように、大きな変化が生じる未来の時流をさええながらも、「今」を意識し、現状の採用を改善させる施策に目を向けることが大切です。その際に、世界ナンバーワン求人検索エンジン（出所：comScore 2018年3月訪問数）であるIndeedの活用は、現代の採用において必須条件となります。

本書は、そのIndeedの活用方法について「世界一わかりやすく」解説することを目的として執筆いたしました。皆様の採用状況改善の一助になることを願っております。

2018年7月吉日

HR Force 高山煥史 新倉竜也

第1章

1億総人手不足時代
人が集まらない〃本当の理由〃

データで見る人手不足の現状 14

人手不足で倒産？ 14

少子高齢化による「労働人口の減少」 17

人手不足と「働き方改革」 20

求職者の価値観の多様化 22

終わりの見えない人材獲得競争 24

1億総人手不足時代の陰で求人媒体依存の採用システムが崩壊

予定調和な紙媒体の衰退 30

なぜポータルサイトは集客が難航してしまうのか 33

求人「やってはいけない！」 35

第2章

人材募集はテクニックが9割

求人媒体に依存しない「採用マーケティング」という考え方 48

人材募集はテクニックが9割 48

採用マーケティングとは？ 50

① リファラル・リクルーティング 51

② ダイレクト・ソーシング 52

③ オウンドメディア・リクルーティング 53

世界最大の求人検索エンジン「Indeed」とは 56

巷にあふれる「偽採用解決手法」 35

やっではないけない！① むやみに給料（時給）を上げる 36

やっではないけない！② やたらと入社祝い金をつける 37

やっではないけない！③ 求人媒体の枠をムダに大きい（高い）ものにする 39

やっではないけない！④ 毎週、毎月、求人媒体に効果のない広告を打ち続ける 41

採用力Ⅱ 選ばせる力×選ばれる力 43

働き方改革の本質は「稼ぎ方改革」 44

第3章

そもそも、Indeedとは？ 56

圧倒的な集客力——驚異の上位表示率 59

シンプルで無駄のない検索窓 60

膨大な求人案件数 61

直接、求人詳細ページへ遷移 61

リスティング広告とIndeed広告の共通点と相違点 63

〈共通点〉入札形式のクリック課金 63

〈相違点〉安価なクリック単価 64

Indeedに掲載される求人と掲載されない求人 65

Indeed以外の求人検索エンジン 68

Indeedを活用するための準備①

採用ターゲットを明確化する

「採用できる人材」から逆算して「求める人材」を再定義する

72

営業業務の効率化に成功した事例

75

看護師採用に成功した事例

77

第4章

職業マッチングと条件マッチング 79

「報酬も給与」時代の正しい「報酬」を考える 82

主婦が殺到したコールセンター事業 83

10年ぶりに若手社員の採用に成功した造船所 84

「ここで働く自分」という報酬 86

「高給」よりも「多休」を求める若者たち 87

「お金」よりも「時間」が欲しい主婦 89

「お金」よりも「つながり」が欲しいシニア 90

「成長」よりも「ストレスフリー」を求める新卒 92

Indeedを活用するための準備②

オウンドメディアを準備する

オウンドメディアの重要性 96

ポータルサイトとオウンドメディアの違い 96

ウェブサイトを制作するには？ 98

Indeedのルールの再確認 98

Indeedに直接、無料で求人を投稿する 100

Indeed超活用マニュアル

ウェブサイトの構成について	101
最重視すべきは「エントリート率」	101
「仕事内容」のつくり方	102
給与・賞与の書き方	104
エントリートフォームの最適化	105
勤務地を書くときの注意点	108
写真や画像の使い方	109
Indeedの仕組みを知る	112
Indeedの運用コスト	112
自社の採用力を数字で把握する	114
「オーガニック」と「スポンサー広告」の違い	116
入札設定はどうするか	118
入札金額は「高ければいい」わけではない	119
より運用効率を上げるために	121
自動入札機能	122

第6章

これで応募増加間違いなし！

テーマ別バカ当たり採用キーワード112

「求職者が求める言葉」を知る 138

キャンペーンの設定 123

キャンペーンの分け方 124

予算の決め方 129

アクセス数の分析改善方法 131

求める人材がアクセスしてくれているか？ 131

思ったようにアクセスが増えない場合 132

目次

① 応募時のメリット 139

② ○○な人歓迎 141

③ タブーOK 142

④ お金のメリット 144

⑤ 働き方の多様性 143

⑥ 職場環境 145

⑦ 女性メリット 146

採用マーケティング成功事例集

- ⑧ 特殊メリット
- ⑨ 会社スペック

149 148

- CASE #1 大量応募×「集めづらく辞めやすい」職種で、応募単価を継続改善中！ 154
- CASE #2 地方×期間限定採用！求人媒体とは比較にならない成果が出る理由 157
- CASE #3 不人気業種でも大幅な採用単価改善に成功！ 160
- CASE #4 大量応募×内定率3%の厳選採用をIndeedで成功させた理由 163
- CASE #5 急募案件も逆算しやすい！「いますぐ」人材を集める運用テクニク！ 165
- CASE #6 人材獲得競争「最激戦職種」のエンジニアを採用する戦い方 167
- CASE #7 日本で「最も人が集まらない」愛知県なのに、採用に大成功している会社の驚異の成果 170
- CASE #8 求人検索エンジンならではの「ニッチ業種」の成功事例 170

おわりに

172