

# あたりまえリクレーティング

採用実現のための「当たり前前基準」を見直す





# 採用成功に 「魔法の杖」はない。

外部環境の変化やテクノロジーの進化により、日々新しい採用手法やツールが登場しています。

しかし、「良い人が採れない」と悩む企業がまず見直すべきは、最新的手法ではありません。

自社の採用プロセスにおける「当たり前基準」がどこにあるかを見つめ直すことこそが、最も確実で実効性の高い採用戦略です。

# 実効性を生む、3つの「当たり前」プロセス (TMP)



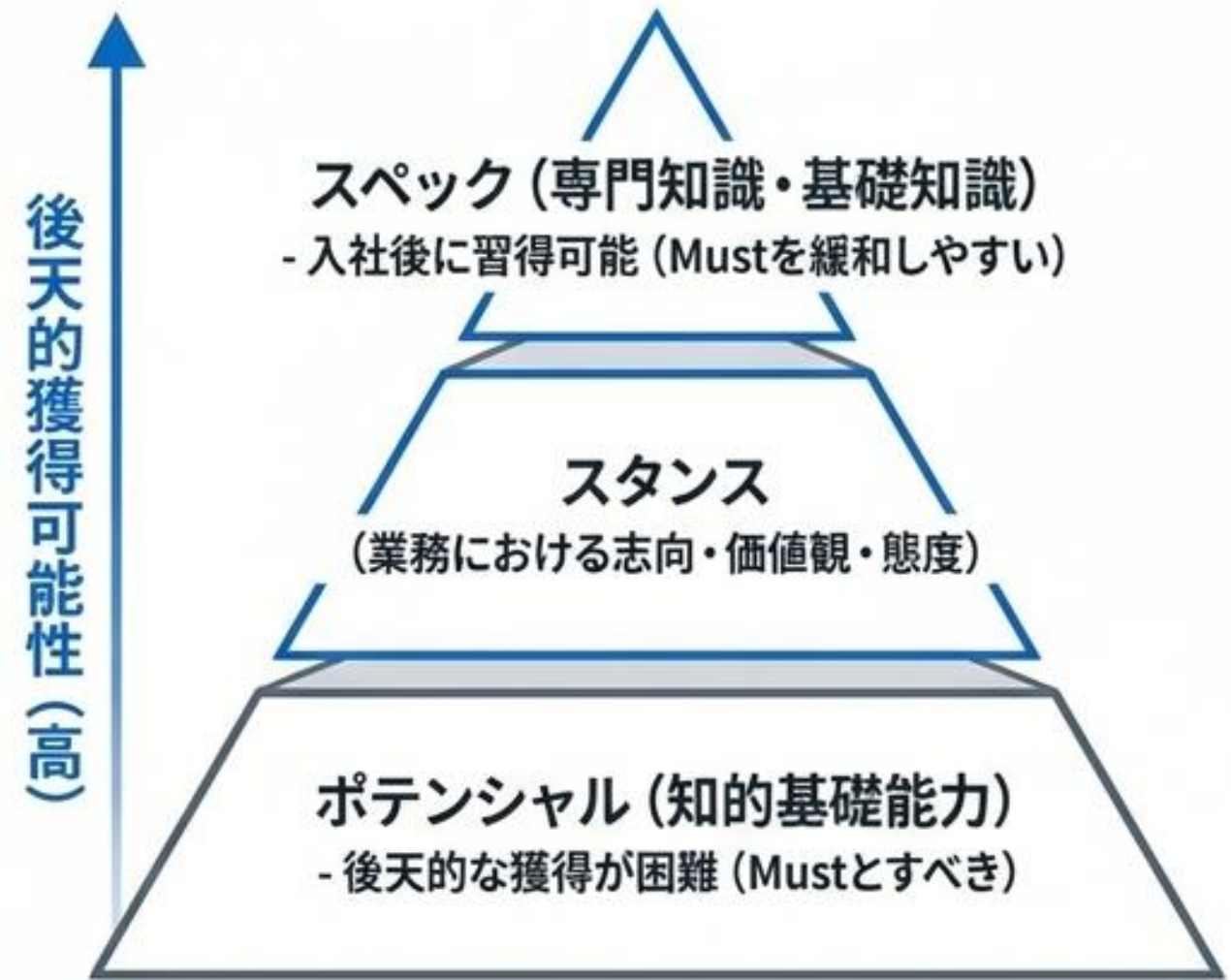
「欲しい人」を羅列しない。要件を「後天的獲得可能性」で仕分ける。

### 【NGな現状】

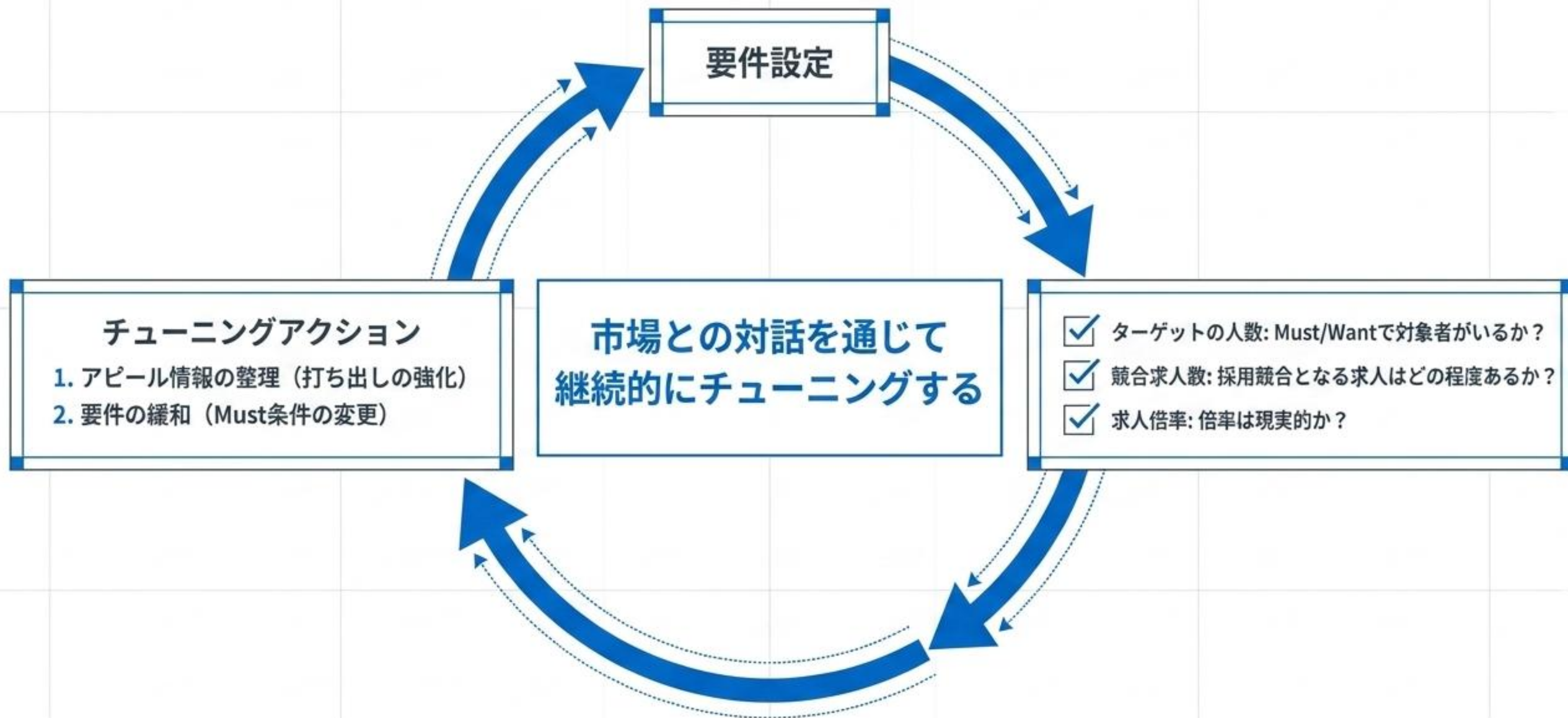


要望を全部乗せした「Mustの山」

### 【当たり前の基準】



# 決めたターゲットが「市場にいるか」をデータで見立てる。

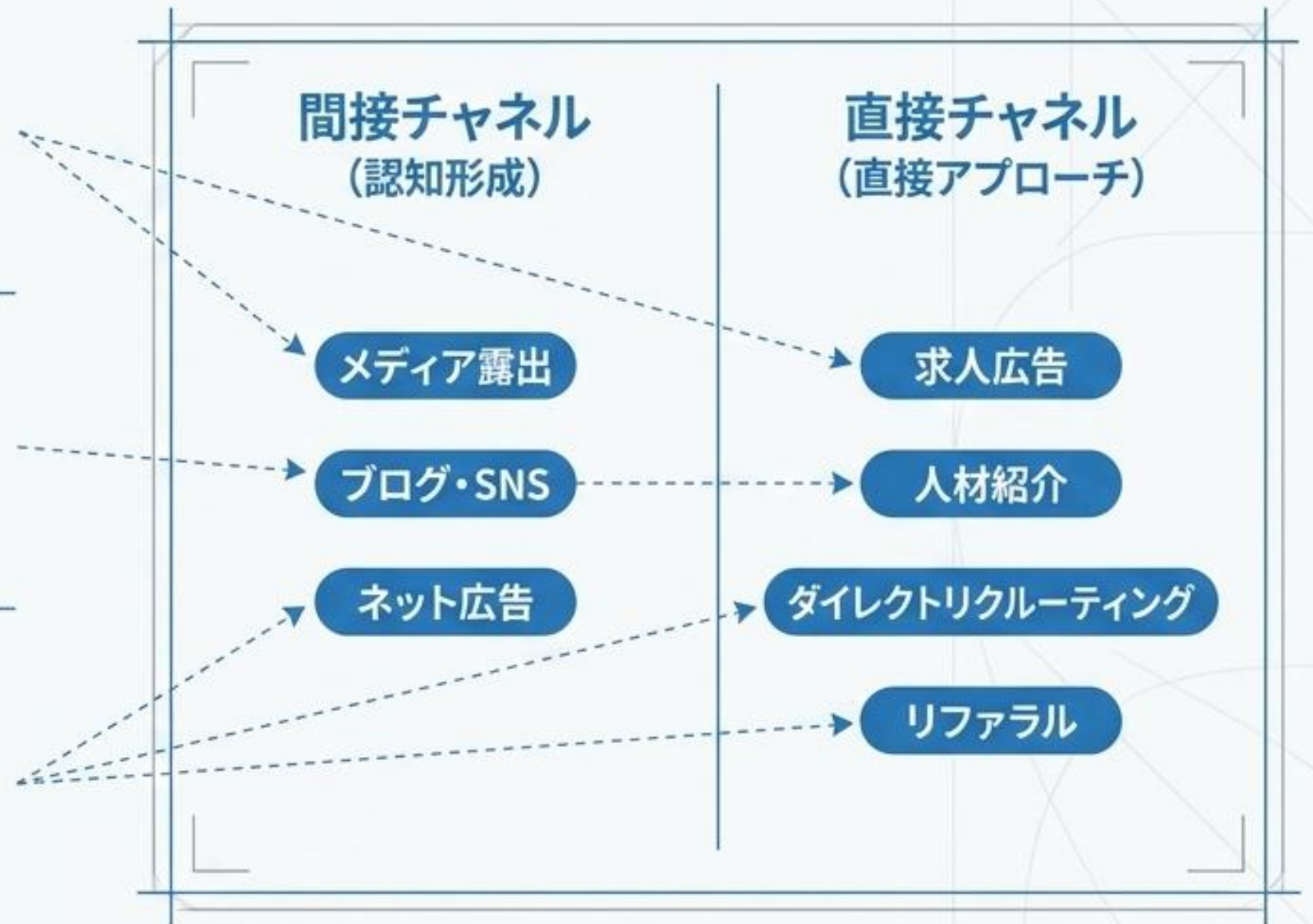


# 手法の流行りに乗らない。 ターゲット起点の「3つの軸」で選ぶ。

**1. ターゲット**  
(求める人材はどのチャンネルにいるか)

**2. アプローチ方法**  
(人が介在するか、広く集めるか、  
スカウトするか)

**3. 費用・手間**  
(成功報酬か掲載課金か、  
社内工数は見合うか)



求人票は業務リストではない。候補者への「最初のラブレター」である。

【NGな求人票】 企業都合の羅列

- 曖昧な職種名：  
「貸貸コーディネーター」など社内用語や  
特殊名称
- 解釈が分かれる要件：  
「マネジメントができる人」  
「マーケティング経験がある人」

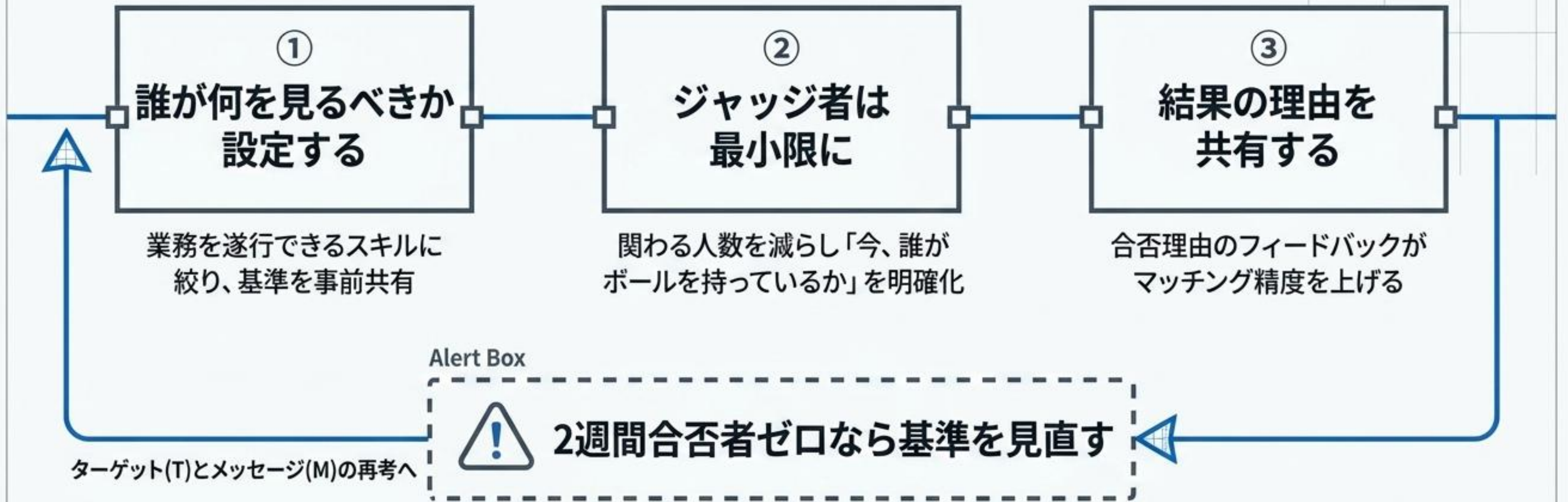


【当たり前の求人票】 候補者視点の解像度

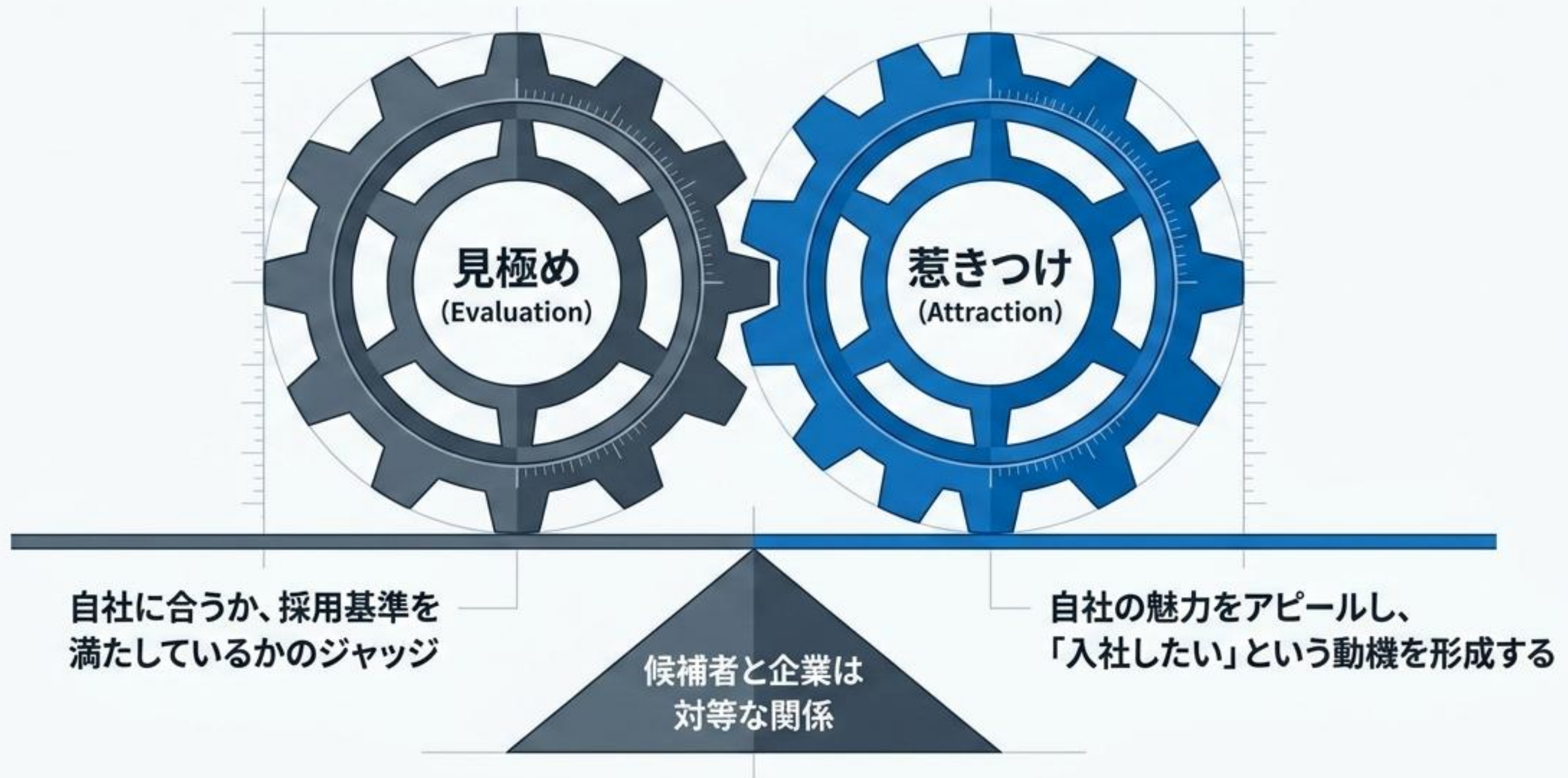
- 5W1Hでの整理：
  - Who：〇〇業界の法人企業へ
  - What：自社開発の〇〇システムを
  - How：チーム体制（3名）で提案する
- Must/Wantの厳密な切り分け：  
誰が見ても同じ解釈になる記載（例：3年以上の〇〇経験）

候補者が読んで「自分が対象だ」「情景が浮かぶ」と感じられなければ、応募は生まれない。

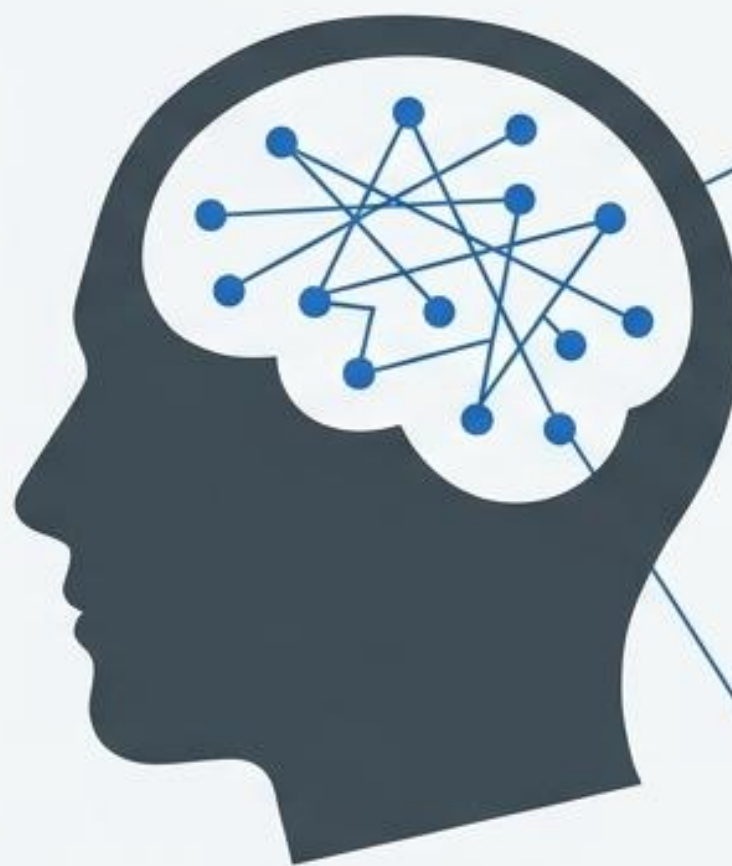
# 書類選考のスピードは誠意。 「ジャッジ者最小限」と「2週間ルール」。



面接は「見極め」の場ではない。  
「見極め」と「惹きつけ」の両輪である。



# 己の「バイアス」を自覚し、言語化された基準でフラットに引き出す。



- ・ **ハロー効果:**  
優れた点に引きずられる
- ・ **類似性の法則:**  
共通点を持つ人を高く評価する
- ・ **中心化傾向:**  
評価が「普通」に偏る

Evaluation Sheet

	評価尺度	基準						
人物面		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
スキル		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
経験		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				

## 採用基準の言語化

人物面・スキル・経験の評価尺度を事前に定義した「面接評価シート」を作成し、属人的な勘と経験への依存を排除する。

# 面接官の振る舞いが、企業のブランドを決める。

## 【NG】意欲を下げる面接

- **準備不足**：応募書類を読み込んでいない、待たせる
- **態度が悪い**：横柄（上から目線）、清潔感がない
- **ネガティブ**：自社のことを悪く言う、無駄に不安を煽る

## 【当たり前】意欲を上げる面接

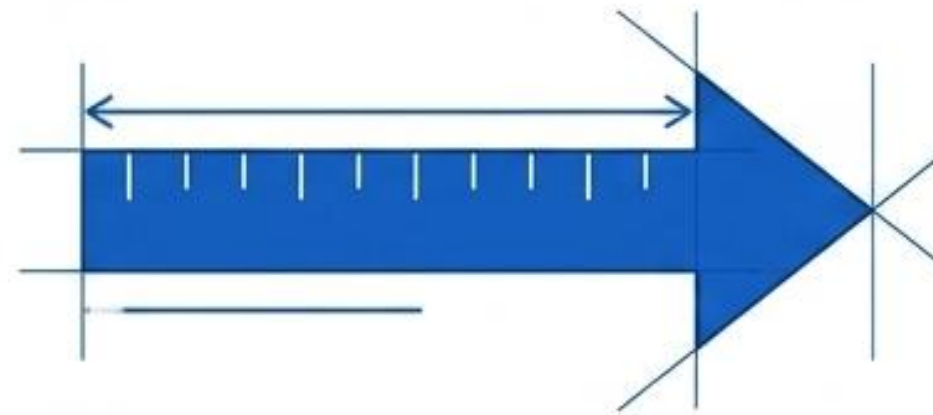
- ☑ **第一印象が良い**：態度やマナーが丁寧
- ☑ **事前の読み込み**：応募書類を熟読し、質問を決めている
- ☑ **フラットな目線**：先入観を持たず、エピソードを引き出す
- ☑ **期待の伝達**：評価ポイントや入社後のイメージを具体的に伝える

# 内定通知は「条件提示」ではなく、 「期待と想い」を伝える最後のチャンス。



ただの条件通知書

- 条件面のみを事務的に送付して終わる  
(ありがちな間違い)

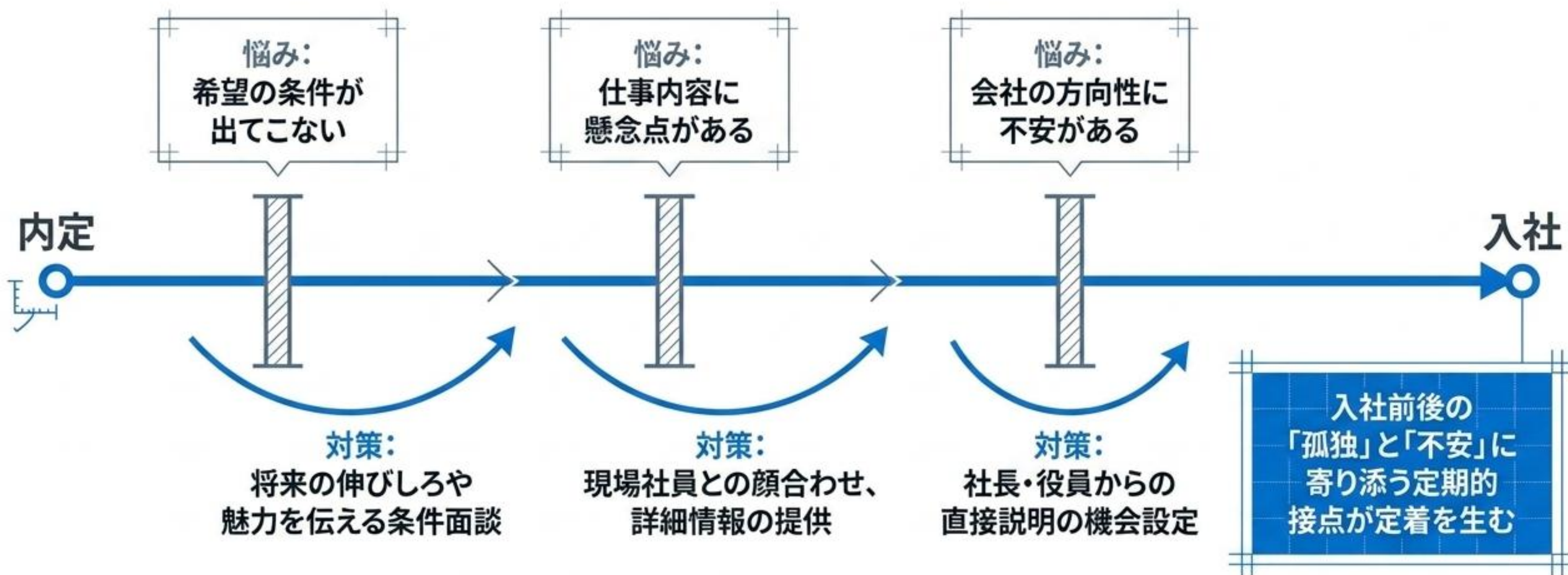


評価の理由と期待のメッセージ

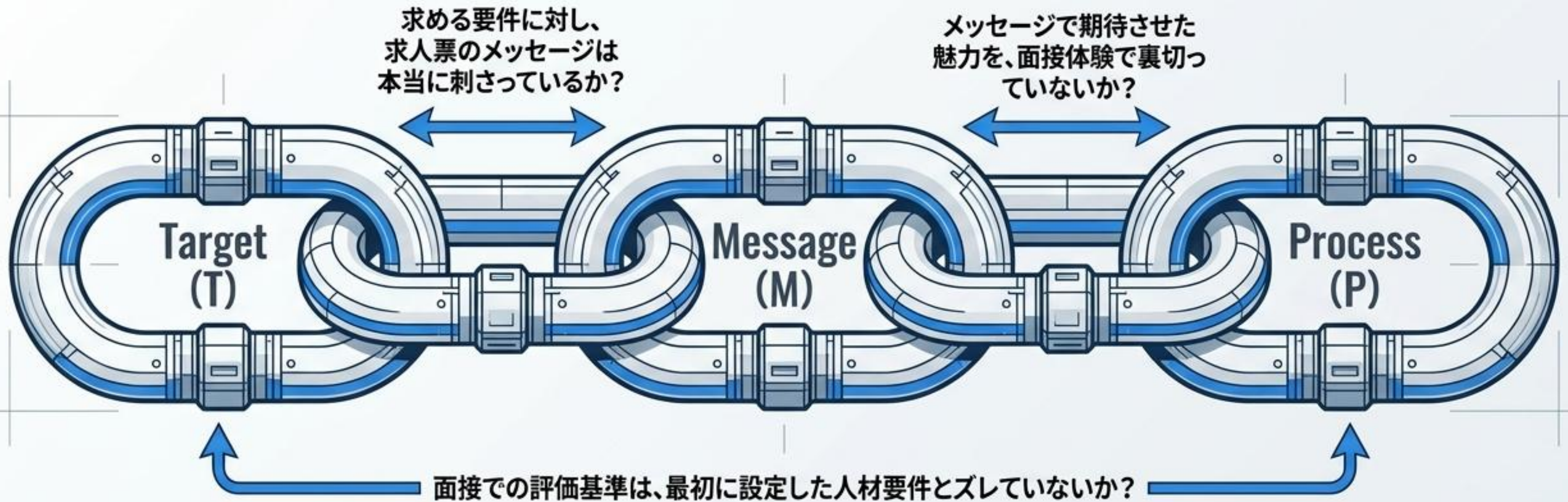
- ✓ 想いも一緒に伝える：なぜ評価したか、入社後にどう活躍してほしいかの熱意を添える
- ✓ スピード: 採用を決定したら「できるだけ早く」連絡する

合格を伝えるだけでなく、入社意欲を最高潮に高めるクロージングプロセスである

# 承諾まで伴走し、転職者の「不安の芽」を一つずつ摘み取る。



# T・M・Pに「ブレ」はないか。一貫性こそが最大の武器。



一つのプロセスでの小さな妥協が、全体の採用力を大幅に低下させる。  
「当たり前前基準」を一貫して保つこと。

## 会社概要

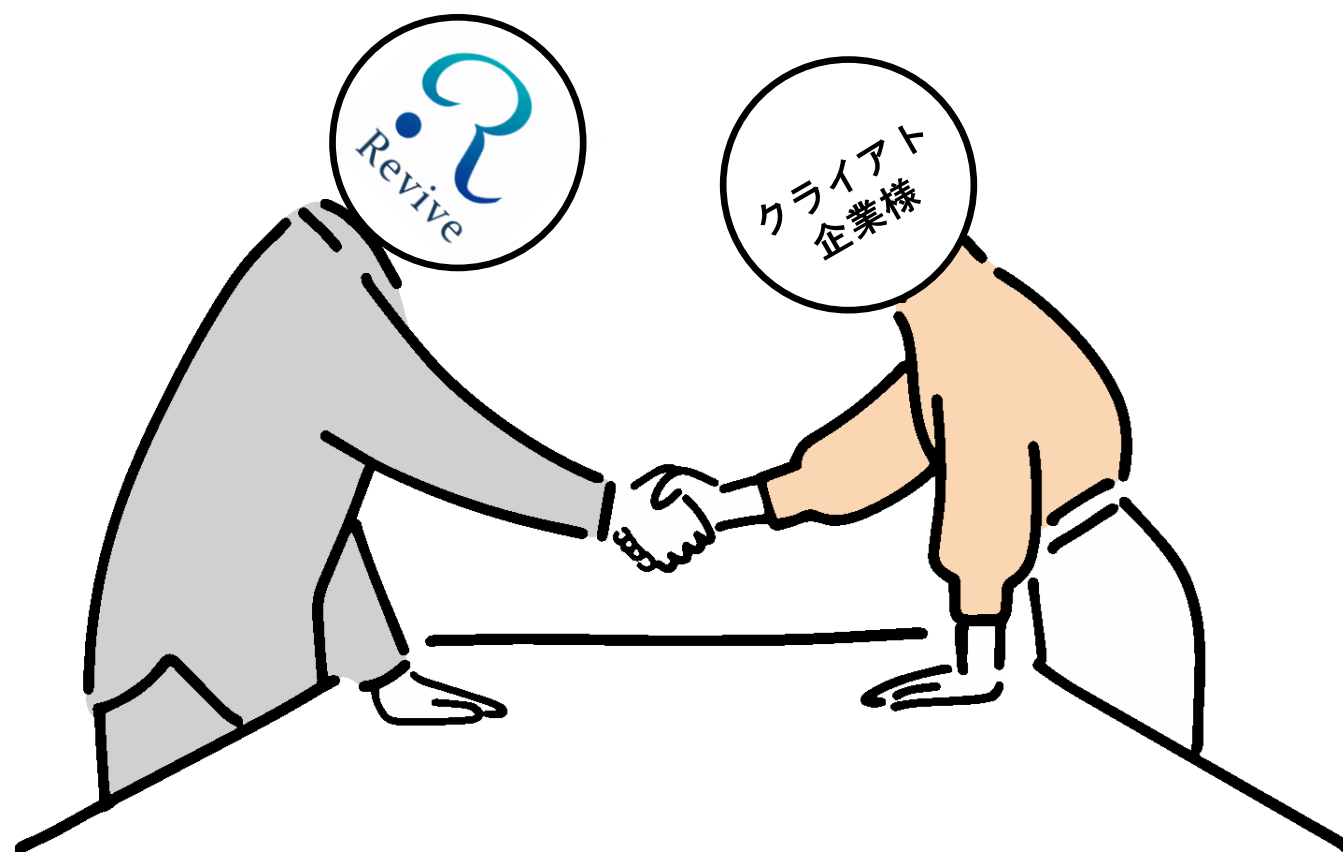
会社名	株式会社Revive
設立	2021年5月
資本金	2,500,000円
従業員数	15名
代表	熊野拓人
所在地	東京都中央区日本橋室町1丁目11-12 日本橋水野ビル7F
事業内容	採用マーケティング 採用コンサルティング 採用クリエイティブ制作 人材開発研修

# 組織体系図



## お客様との約束

共に戦うパートナーであると約束します



営業活動の激しい採用業界において

どこの企業よりも誠実で  
正直であることを約束します

出来ないことはできないです。  
その中でも最善の努力を尽くします。

# 採用支援事業

総勢12名の採用プロチームが  
社員1名分のコストで採用にコミット

採用担当者がやるのは  
面接だけ

**A**あたりまえ  
リクルーティング



プロジェクト  
リーダー



採用担当者



クリエイター  
チーム



マーケティング  
チーム



バックオフィス  
チーム



面接実働  
チーム

質問、ご相談など御座いましたら、お気軽にご連絡ください。



**03-5829-4001**



**info.all@revive.gift**



**<https://www.revive.gift>**

