

人手不足時代の採用力強化ガイド

〈2026年版〉採用ページ・求人票・SNS発信・定着の仕組み

— 「出して待つ採用」から「選ばれる採用」へ —

- ✓ 求職者は応募の前に、必ずあなたの会社を検索している
- ✓ 応募が集まる求人票の書き方と、押さえるべき明示ルール
- ✓ 採用ページ・SNS発信で「働く姿」を見せる具体策
- ✓ 入社後90日で定着させる受け入れの仕組みとチェックリスト20

発行：Harmonic Society株式会社

（千葉市 | ホームページ制作・AI導入支援・IT顧問）

はじめに — 「求人を出しても、誰も来ない」の正体

「求人サイトに毎月お金を払っているのに、まったく応募が来ない」「面接の約束をしても当日来ない」「やっと採用できたのに、3か月で辞めてしまった」——千葉県内の経営者の方から、こうしたご相談が年々増えています。

求人媒体に載せれば応募が集まった時代は、もう終わりました。いまの求職者は、気になる会社を見つけても、その場では応募しません。いったん社名を検索し、ホームページやSNSで「この会社は本当に大丈夫か」「自分はここで働けそうか」を確かめてから、ようやく応募ボタンを押します。

つまり採用の勝負は、求人票の1枚の中だけで決まっているわけではありません。**求人票・採用ページ・SNS発信・入社後の受け入れ**がひとつつながりになって、はじめて「応募が来て、辞めない」状態がつくれます。どれか1つが欠けると、そこで求職者は静かに離れていきます。

本書は、当社ブログの採用・求人・採用広報に関する記事を、専任の人事担当がいない中小企業でも実行できる順序で一冊に再構成したものです。大きな採用予算がなくても、給与で大手に勝てなくても、打てる手は数多くあります。

- 第1～2章：なぜ採れないのかを知り、「誰を、何のために採るか」を決める
- 第3～5章：求人票・採用ページ・SNS発信で、会社の実像を届ける
- 第6章：選考から入社後90日までで、「採れた人」を「辞めない人」にする
- 巻末付録：求人票テンプレート、採用ページ構成案、チェックリスト20

本書の情報について：本書の内容は2026年9月時点の情報に基づきます。労働条件の明示や社会保険の加入要件などの法令・制度は改正が続いているため、実際の手続きでは厚生労働省・日本年金機構などの最新情報を確認するか、社会保険労務士にご相談ください。求人サービスの料金や掲載ルールも変更される場合があります。本文中の費用は目安であり、効果を保証するものではありません。

第1章 なぜ、いま人が採れないのか

1-1. 求人媒体に「1枠」載せても、何十社の中の1社にすぎない

幕張新都心や千葉市中央区のオフィス街、船橋・柏の商業エリア、市原・木更津の工場地帯——千葉県は地域ごとに労働市場の事情が異なりますが、共通しているのは**大手企業や東京の企業と、同じ求職者を奪い合っている**ことです。

求人媒体に掲載しても、求職者の画面には何十社もの求人が並んでいます。給与や休日の数字だけで比べられれば、知名度も資金力もある会社が有利になるのは当然です。中小企業が同じ土俵で数字だけを競っても、勝ち目は薄いと言わざるをえません。

1-2. 勝負を分けるのは、応募前の「指名検索」

では、求職者はどこで応募を決めているのか。鍵になるのが**指名検索**（社名で検索して確かめる行動）です。媒体で気になる会社を見つけた人の多くは、応募の前に社名を検索し、ホームページやSNSを見に来ます。

このとき、出てきたホームページが何年も更新されていなかったり、採用情報が一切なかったり、「現在募集はありません」のまま放置されていたりすると、求職者はこう感じます。

- 働いている人の顔が見えない。どんな雰囲気か分からない
- 情報が古い。経営は大丈夫なのだろうか
- 条件は悪くないけれど、決め手がない

そして何も言わずに、次の会社へ移っていきます。媒体費を払って興味を持ってもらったのに、最後の確認の場面で取りこぼしているのです。逆に言えば、**応募前に見られる場所を整えるだけで、いま払っている媒体費の効果が底上げされます**。

1-3. 「入ってみたら違った」が、早期離職を生む

採れない問題と並んで深刻なのが、採れても辞めてしまう問題です。厚生労働省の調査では、新卒で就職した人のうち大卒で約3割、高卒で約4割が3年以内に離職しています（年度により変動）。

早期離職の大きな原因は、入社前の期待と入社後の現実のギャップです。求人票で良いことだけを並べて応募を集めても、実態との差が大きければ、採用のコストも教育の手間もそこで失われます。**応募を増やすことと、正直に伝えることは、矛盾しません**。本書が一貫して「盛らずに、具体的に」を勧めるのはこのためです。

第1章 なぜ、いま人が採れないのか（続き）

1-4. 募集を出す前に「本当に採用が必要か」を確かめる

人手が足りないと感じたとき、すぐに求人を出す前に、一度だけ立ち止まってください。採用は、社会保険料の会社負担（給与のおおむね15%前後）や教育まで含めると、**額面給与の1.3～1.5倍程度**の固定費になる経営判断だからです。

まず、いま社長や既存社員が抱えている仕事をすべて書き出し、次の4つに分けます。

図表1：業務の棚卸し — 4つの分類

分類	具体例	採用での扱い
自分がやるべき・自分にしかできない	経営判断、主要顧客との関係づくり	手放さない
自分がやるべき・他の人にも任せられる	営業活動、商品企画の一部	育成して段階的に任せる
自分がやらなくてよい・専門スキルが必要	経理、法務、システム開発	専門職の採用か外部委託
自分がやらなくてよい・汎用的な仕事	データ入力、日程調整、発送	採用、またはAI・ツール化

この表をつくると、「なんとなく人手が足りない」が「どの仕事を、どんな人に任せたいのか」に変わります。これが次章の人物像づくりの材料になります。

1-5. 採用だけが答えではない — 雇用形態と「業務を減らす」選択肢

任せたい仕事が見えたら、雇い方も選びます。コア業務を長く任せたいなら正社員、業務量に波があるならパートタイムや契約社員、専門性の高い仕事をスポットで頼むなら業務委託（フリーランスへの外注）が候補です。業務委託は社会保険料の負担がない一方、勤務時間や場所を細かく指示すると「偽装請負」（実態は雇用なのに請負契約の形をとること）とみなされるおそれがあるため注意が必要です。

また、4つ目の「汎用的な仕事」には、そもそも人を増やさずに業務量そのものを減らせるものが少なくありません。問い合わせの一次対応、議事録、書類の下書きなどは、AIやツールで大きく軽くできる領域です。この「採用の前にAIで業務を減らす」考え方と具体策は、当社の既刊資料「**中小企業のためのAI導入ガイド 2026**」にまとめているので、あわせてご覧ください。

本書はここから先、「それでも人が必要な仕事」について、**人を採り、定着させる**ことに集中します。

第2章 採用の設計図 — 誰に、何を伝えるか

2-1. 「どんな人に来てほしいか」を言葉にする

求人票や採用ページがぼやける最大の原因は、ターゲットの曖昧さです。次の手順で、来てほしい人を1人の人物として描きます（「ペルソナ」と呼びます）。

1. いま活躍している社員を1人思い浮かべる
2. その人のスキル・価値観・働き方の特徴を書き出す
3. 「入社後にどんな仕事を任せたいか」「1年後にどうなっていてほしいか」を書く
4. 年齢や経験年数ではなく、**行動や価値観**の言葉でまとめる

たとえば「30代・営業経験5年以上」ではなく、「お客様の困りごとを自分ごととして受け止め、粘り強く提案できる人」のように書きます（求人の年齢制限は原則禁止＝第3章）。

2-2. 自社の「魅力」を棚卸しする

求職者が見ているのは給与だけではありません。社員に次の4つを聞き、答えを下の6つに分類します。

- この会社のどこが好きですか
- なぜこの会社を選びましたか
- 働いていて良かったと思った瞬間は
- 他社にはないと思う特徴は

図表2：自社の魅力を洗い出す6つの切り口

切り口	中小企業で見つかりやすい例
理念・ビジョン	地域の困りごとを解決している手応え
事業内容	お客様の顔が見える、ありがとうが直接届く
働く環境	車通勤OK・駐車場あり、転勤なし、直行直帰
人・文化	社長との距離が近い、相談しやすい雰囲気
成長機会	若いうちから任される、資格取得の支援
待遇・制度	残業の少なさ、有給の取りやすさ、子育てとの両立

第2章 採用の設計図（続き）

2-3. 伝えるメッセージを1つに束ねる

人物像と魅力が出そろったら、「この人に、この魅力を伝える」という1本の軸を決めます。採用の世界では**EVP**（Employee Value Proposition：この会社で働くことで得られる価値）と呼ばれる考え方です。難しく考えず、「誰に・何を・なぜ」を一文にまとめれば十分です。

例：地元で長く働きたい子育て世代に、「残業が月10時間程度で、急な休みもお互いさまで支え合える職場」であることを伝えたい。なぜなら、実際にそういう社員が5年以上働き続けているから。

この一文が決まると、求人票・採用ページ・SNSで言うことが自然にそろいます（例文の数字は自社の事実）。

2-4. 採用チャネルの特徴と費用感を知る

求職者と出会う場所（採用チャネル）は、それぞれ得意な相手と費用が違います。

図表3：主な採用チャネルの比較（2026年9月時点の目安）

チャネル	費用の目安	向いている場面・注意点
ハローワーク	無料	地元の求職者に届きやすい
リファラル（社員・知人の紹介）	ほぼ無料	信頼性が高い。候補者の幅は限られる
求人検索サービス（Indeed等）	無料枠あり・有料掲載も	幅広く届く。掲載ルールは変わるため最新を確認
求人媒体（有料掲載）	1回数万円～数十万円	即効性がある。掲載をやめると応募も止まる
人材紹介会社	成功報酬。年収の30～35%程度が相場	選考済みの人に会える。1人あたりは高額
SNS・採用プラットフォーム	無料～月額制	潜在層に届く。成果まで時間がかかる
自社の採用ページ	制作費＋更新費	全チャネルの受け皿。資産として残る

ポイントは、**媒体やハローワークを「出会いの入り口」、採用ページを「じっくり検討してもらう場所」と役割分担させることです。**

第3章 応募が集まる求人票の書き方

3-1. 応募が来ない求人票は「会社目線」で書かれている

応募が集まりにくい求人票は、条件が事務的に並ぶだけで、読んだ人が「**ここで働く自分**」を想像できないのが共通点です。「アットホームな職場」「やる気のある方歓迎」は、どの会社も書くため判断材料になりません。

求職者が知りたいのは「自分は応募できるのか」「毎日どんな仕事をするのか」「生活は成り立つのか」の3つです。

3-2. 「不安を消す順番」で書く

①仕事内容 → ②応募資格 → ③給与・賞与・昇給 → ④勤務地・時間・休日 → ⑤福利厚生・教育の順に、不安を上から消していきます。給与はモデル年収を、勤務地は車通勤の多い千葉らしく駐車場の有無まで書きます。

3-3. 抽象的な言葉を「事実」に置き換える

最も効果が大きいのが、抽象語を具体的な事実書き換えることです。

図表4：求人票の書き換え例

よくある表現	書き換えの方向（自社の事実で）
未経験者歓迎	未経験から3か月の研修あり。最初の1か月は先輩が横について教えます
資格取得支援あり	中型免許は入社後に取得可能。費用は会社が補助します
残業少なめ	残業は月平均〇時間。繁忙期の〇月は〇時間程度です
アットホームな職場	社員〇名、平均勤続〇年。お昼は休憩室で一緒にとることが多いです
働きやすい環境	直行直帰OK、転勤なし、子どもの行事での休みも取りやすいです

「〇」には実際の数字を入れます。反対に、実態と違う数字や裏付けのない「業界トップクラス」などは、次ページのとおりに法令上も問題になります。

3-4. 求職者の不安に先回りする一文を添える

読んだ人が不安に思うことへの答えを一文ずつ添えます。「blankがあっても大丈夫です」「応募の前に見学だけでも歓迎します」——こうした一文が背中を押します。

第3章 応募が集まる求人票の書き方（続き）

3-5. 求人票で必ず押さえない表示のルール

求人票は、法律で書き方が定められた書類でもあります。特に次の点を確認してください。

図表5：求人票の表示で注意したい主なルール（2026年9月時点）

項目	押さえどころ
労働条件の明示	業務内容・契約期間・就業場所・労働時間・賃金・社会保険などを示す。2024年4月から「業務・就業場所の変更の範囲」、有期契約の「更新上限の有無と内容」が追加
正確な表示	虚偽・誤解を招く表示をしない。終了した求人や古い条件を載せ続けない
固定残業代	除いた基本給、時間数と金額、超過分を追加で支払う旨を明記
年齢	年齢制限は原則禁止（例外は限定的）
性別	「男性のみ」「女性歓迎」など限定・優先する表現は原則不可

これらは労働基準法・職業安定法・男女雇用機会均等法などに基づくルールで、改正が続いています。**最新の制度は厚生労働省のホームページ等で確認**し、判断に迷う場合はハローワークや社会保険労務士に相談してください。

3-6. AIで求人票を磨く4ステップ

ChatGPTなどの生成AIは、求人票を「応募者目線」に書き直す作業を大きく助けてくれます。

- 事実を箇条書きで渡す**：職種・仕事内容・給与・勤務地・休日・人物像を渡し、求人票にしてもらう
- 視点別に魅力を引き出す**：「未経験者・子育て中・地元志向の人から見た魅力は」と聞き、気づかなかった訴求点を探す
- 複数のトーンで作り比べる**：堅実な文体、親しみやすい文体などから狙う層に合うものを選ぶ
- 不安への先回りを提案させる**：読んだ人の不安と、それを解消する一文を挙げてもらう

注意：AIの文章には誇張が混じることがあります。給与・休日・残業などは必ず人の目で事実と照合してください。誇張は早期離職を招き、前項の表示ルールにも触れます。

第4章 採用ページ — 24時間働く会社説明会

4-1. なぜ、自社サイトに採用ページが必要なのか

応募前の指名検索の受け皿が、自社の採用ページです。字数や写真に制限のある媒体と違い、**制限なく自社の言葉で語れ**、掲載をやめても資産として残る「24時間働く会社説明会」になります。

会社案内の延長ではなく、**求職者だけを読者に想定した独立したページ**にし、トップページの目立つ位置に「採用情報」への入口を置きます。

4-2. 採用ページに載せる要素と並べ方

盛り込む内容は、求職者が知りたい順に並べます。

図表6：採用ページの基本構成

順番	要素	目的
1	メッセージ（代表・先輩から）	会社の考え方と、どんな人に来てほしいかを伝える
2	仕事内容と1日の流れ	「ここで働く自分」を具体的に想像してもらう
3	社員の声	同じ目線の先輩の言葉で不安を消す
4	働く環境（写真）	職場の空気感を見せる
5	教育・キャリア	未経験でも育ててもらえるかに答える
6	募集要項	条件を正確に示す（第3章の順番で）
7	よくある質問	聞きにくいことに先回りして答える
8	応募方法と選考の流れ	迷わず次の行動に移ってもらう

最初から全部そろえる必要はありません。まずは「仕事内容・社員の声・募集要項・応募方法」の4つから始め、応募状況を見ながら社員の声や写真を足していく「育てるページ」にするのが現実的です。

4-3. 代表メッセージは「なぜ」と「一緒に働きたい人」を

中小企業では社長の人柄が魅力です。立派な理念より、創業の「なぜ」を1つ掘り下げ、「こんな人と働きたい」を自分の言葉で書き、明るい表情の写真を添えます。

第4章 採用ページ（続き）

4-4. 「社員の声」は4つの質問で十分

最も効くのが、実際に働く人の声です。「入ってみたら違った」という不安を消せるのは、同じ目線の先輩の言葉だからです。次の4つを聞くだけで記事になります。

1. 入社のきっかけは何でしたか
2. 1日の仕事の流れを教えてください
3. 大変だったことと、それをどう乗り越えましたか
4. これから入る人へひとこと

登場は2～4名。若手、子育てと両立する社員、Uターン就職者など、**狙う求職者に近い立場の人**を選びます。「最初は大変だった」といった正直な一言が入ると、かえって信頼が増します。

4-5. 写真は「実際の現場」を明るく

フリー素材ではなく、職場や現場、社員が働く姿を、スマホで構わないので明るい時間帯に撮影します。顔写真は掲載範囲について本人の同意を得ておきましょう。

4-6. 業種ごとに「効く情報」は違う

強調すべき情報は業種で変わります。

図表7：業種別・採用ページで効く情報の例

業種	求職者が特に気にすること	載せたい情報
介護・福祉	未経験で務まるか、働き方	未経験からの受け入れ、資格取得支援、シフト、有給の取りやすさ
保育	人間関係、どんな保育ができるか	園長・先輩の言葉と写真、持ち帰り仕事の考え方、ブランク歓迎
運送・物流	生活設計が成り立つか	点呼から帰庫までの1日、給与・休日・配送エリア、免許要件と取得支援
製造	未経験でもできるか	研修期間と内容、作業の様子、安全への取り組み、通勤手段

共通するのは、**ありのままを具体的に書くほど、ミスマッチの少ない応募が集まる**ことです。

第4章 採用ページ（続き）

4-7. 応募導線は「3分で応募できる」を目指す

意外と取りこぼしが多いのが、応募ボタンまでの導線です。迷わせた瞬間に離脱されます。

- 採用ページのどこを見ても、応募ボタンが目に入るようにする（各ページの末尾には必ず置く）
- 応募フォームの入力項目は、氏名・連絡先・希望職種程度の最小限にする
- 電話・LINE・フォームなど、求職者が選べる複数の応募手段を用意する
- 「まずは話を聞いてみたい」「見学したい」という軽い問い合わせも受け付ける
- スマートフォンで入力から送信まで、ストレスなく完了できることを実機で確認する

求職者の多くはスマホで求人を見ています。ボタンが押しにくい、文字が小さいといった小さなつまずきが応募率を下げます。

4-8. 求人媒体・紙の求人と「つなぐ」

採用ページは、ほかのチャンネルと連携させて初めて力を発揮します。

図表8：採用ページとほかのチャンネルのつなぎ方

つなぐ先	やること
求人媒体の原稿	「詳しくはこちら」として採用ページのURLを必ず載せる
ハローワークの求人票・合同説明会の資料	採用ページのQRコードを載せ、その場でスマホから見てもらう
店舗・事業所の「スタッフ募集」の貼り紙	同じくQRコードで採用ページへ誘導する
求人検索サービス	自社の求人を掲載・連携できるか、最新の掲載ルールを確認する
Googleビジネスプロフィール	投稿機能で募集中であることを知らせ、採用ページへリンクする
社員の名刺・メール署名	「採用情報」のURLを添える

求人検索サービスやGoogle検索に求人を表示させる仕組みは各社の方針で変わるため、「自社サイトに載せれば自動で拾われる」とは限りません。利用時点の公式ヘルプで条件を確認してください。

4-9. 作って終わりにしない

「現在募集はありません」の放置や数年前の写真は「動いていない会社」のサインです。更新の担当者を決めておきましょう。

第5章 SNS・採用広報で「働く姿」を届ける

5-1. 採用広報とは — 「今すぐ」ではなく「ファンを増やす」

採用広報とは、自社の魅力や働く人の様子を、求職者に向けて継続的に発信する活動です。広報・PRの考え方を採用に応用したものです。

図表9：従来の求人活動と採用広報の違い

項目	従来の求人活動	採用広報
実施タイミング	人が必要なときだけ	継続的に
主な場所	有料の求人媒体	採用ページ・SNS・ブログ
発信内容	募集要項が中心	仕事の様子・社員の声・日常
目的	すぐに応募を集める	理解と共感を育てる
費用の構造	掲載のたびに発生	主に時間。発信は資産に

SNSなら「良い会社があれば」という潜在層にも存在を知ってもらえ、「どんな人と働くか」で勝負できます。

5-2. 媒体は「ターゲットがいる場所」で1つ選ぶ

来てほしい人が見ている場所を1つ選び、慣れてから広げます。発信はすべて採用ページへつなぎます。

図表10：採用広報で使う主な媒体の特徴

媒体	向いている発信	相性の良い採用
Instagram	写真・短い動画で職場の雰囲気	若手、店舗・現場スタッフ
X（旧Twitter）	日々の短文、イベントの告知	幅広い層への認知
Facebook	長めの投稿、地域のつながり	30代以上、地域密着の会社
YouTube・ショート動画	1日密着、仕事の解説	仕事内容が伝わりにくい職種
LINE公式アカウント	説明会や見学の案内、応募後の連絡	若い世代、応募後のフォロー
note・ブログ	社員インタビュー、代表の想い	価値観で選ぶ求職者

第5章 SNS・採用広報（続き）

5-3. ネタは「日常」の中にある

「うちは普通の会社だから、発信することがない」——多くの経営者がそう言います。しかし求職者が知りたいのは華やかな成功談ではなく、「実際にどんな仕事をして、どんな人が働いているのか」です。朝礼の様子、社員のデスクや道具、お客様とのやりとり、季節の行事、小さな改善の工夫、そして失敗談。自社の「普通」が、誰かにとっての決め手になります。

気づいたときにスマホで写真を撮り、共有のメモやチャットの「採用広報ネタ」欄に一言添えて残す習慣をつけると、ネタ切れを防げます。「今日、新人が初めて一人でお客様先に行きました」程度のメモで十分です。

5-4. 続けるための仕組み

採用広報でいちばん難しいのは、続けることです。完璧な投稿を月1回より、**等身大の投稿を週1回、1年続ける**ほうがはるかに効果があります。

- 投稿の曜日と時間を固定する（例：毎週水曜の15時。「時間があるときに」は続かない）
- 投稿の型を決める（例：月曜「今週の目標」、水曜「社員の1日」、金曜「今週の出来事」）
- 担当を決める（専任1名が最も続きやすい。持ち回り制や、小規模なら社長自身の発信も有効）
- 投稿前の確認は1名までにし、承認で止めない
- 「見ました」と言ってくれた応募者がいたら社内で共有し、手応えを励みにする

効果が見えるまでには時間がかかります。最低でも6か月は続けるつもりで始めてください。文章づくりや動画の字幕、1本の社員インタビューからSNS用の短い抜粋を作る作業などは、生成AIに下書きを任せると負担を大きく減らせます。

5-5. 発信前のチェックと社員SNSのルール

採用広報は会社の信用に直結します。投稿の前に、次の点を確認する習慣をつけてください。

- 差別的な表現や、誇大な表現がないか
- お客様の情報や社内の機密が写り込んでいないか（書類・画面・車両のナンバーなど）
- 写っている社員・お客様から掲載の同意を得ているか、他人の画像や音楽を無断で使っていないか
- AIに下書きさせた文章の事実関係を、人が確認したか

社員が個人のSNSで会社のことを発信するケースもあるため、「書いてよいこと・いけないこと」を1枚のガイドラインにまとめて共有しておくで安心です。

第6章 選考から定着まで — 「採れた人」を「辞めない人」に

6-1. 選考のスピードと誠実さが、内定承諾を左右する

求職者は複数の会社を比べています。中小企業の武器は**スピードと距離の近さ**です。

- ・ 応募への最初の連絡は、できれば当日中に
- ・ 面接の候補日を複数出し、平日夜・土曜・オンラインも選べるようにする
- ・ 面接の前日に、日時・場所・駐車場・当日の連絡先を改めて送る（欠席防止にも）
- ・ 合否の連絡時期を面接の場で伝え、その約束を守る

面接は「見てもらう場」でもあります。職場を案内し、社員と少し話してもらうだけでも不安は大きく減ります。

6-2. 面接では「経験」ではなく「行動」を聞く

見極めたいのは、過去に実際どう行動したかです。

図表11：面接で使える質問例

確かめたいこと	質問例
自分から動けるか	誰にも指示されずに、自分から始めたことはありますか
決まっていない仕事への向き合い方	やり方が決まっていない仕事を任されたら、どう進めますか
学ぶ姿勢	この1年で新しく覚えたことを教えてください
誠実さ	当社について、率直に感じた疑問があれば聞かせてください
価値観の相性	当社の大切にしている考え方に近い行動をした経験はありますか

一方、本籍・出身地、家族の職業、支持政党、宗教など適性と関係のない事柄は、就職差別につながるおそれがあるとして厚生労働省が尋ねないよう求めています。雑談でも聞かないよう面接官全員で共有しましょう。

6-3. 内定から入社日までを空白にしない

内定から入社までは辞退が起きやすい時期です。当日の案内を送り、配属先から一言メッセージを届けるなど、「待っている」ことが伝わる連絡をしましょう（**プリボーディング**）。

第6章 選考から定着まで（続き）

6-4. 入社後90日の受け入れを設計する

採用に成功しても、そこで安心はできません。新しい人が職場になじみ、力を発揮できるかどうかは、入社後の受け入れ（**オンボーディング**）の質にかかっています。少人数の会社ほど「見て覚えて」「とりあえずやってみて」になりがちですが、1人の離職の影響が大きいのも少人数の会社です。受け入れは、入社前から3か月後までの4つの段階で考えます。

図表12：受け入れの4段階

段階	期間	主なこと
入社前	内定～入社日	案内の送付、PC・制服・アカウントの準備、既存社員への紹介
導入期	初日～1週目	社長からのウェルカムトーク、社員との顔合わせ、最初の小さな仕事
基礎固め	2週目～1か月	仕事を段階的に任せる、週1回の面談、相談役（メンター）の設定
自立期	2～3か月	一人で仕事を完了する、30・60・90日の振り返り、本人からの改善提案

6-5. 少人数でも回る3つの道具

- **受け入れチェックリスト**：段階ごとにやることを表計算ソフトなどに一覧化し、済んだら印をつける（巻末付録で使えます）
- **相談役（メンター）**：上司とは別に「何でも気軽に聞ける先輩」を1人決める。年齢や経験が近い人が向いており、昼食への同行や週1回5～10分の声かけで孤立を防ぐ
- **30-60-90日プラン**：入社前に「30日で覚えること、60日でできるようになること、90日で任せたいこと」を本人とすり合わせ、節目ごとに振り返る。評価の場ではなく、つまづきを早めに見つける対話の場にする

6-6. よくある失敗

- **情報の洪水**：初日にすべてを詰め込む。初日に覚えてもらうことは3つまでに絞る
- **放置**：「自分で動いてほしい」と言いながら、動くための情報を渡していない
- **指摘の遅れ**：間違ったやり方を数週間放置してから注意する。気づいたらその場で、具体的に伝える
- **既存社員の巻き込み不足**：受け入れを社長だけの仕事にしない。事前に全員へ役割を共有する

求人票や採用ページで伝えたことと、入社後の現実が一致しているか——この答え合わせこそが、定着の土台です。

第6章 選考から定着まで（続き）

6-7. 初めて人を雇うときの手続き

初めて人を雇う会社は、手続きの漏れに注意が必要です。

図表13：雇い入れ時の主な手続き（2026年9月時点）

手続き	概要
労働条件通知書	賃金・労働時間・休日・業務内容・契約期間などを書面等で明示
労働保険の成立	労働基準監督署に保険関係成立届（おおむね10日以内）
雇用保険の加入	週20時間以上等の人を、翌月10日までにハローワークへ
健康保険・厚生年金	法人は1名から加入義務。入社から5日以内に届出。パートの加入要件は企業規模等で異なり、適用拡大が進行中
36協定	残業・休日労働の可能性があれば事前に締結・届出
就業規則	常時10人以上で義務。少人数でも簡易版があると安心

有期契約の「無期転換ルール」（通算5年超）もあります。**最新の制度は厚生労働省・日本年金機構等で確認**してください。

6-8. 採用を「数字」で振り返る

図表14：採用で追いかけてたい指標

観点	指標の例
量	採用ページの閲覧数、応募経路別の応募数
質	面接に進んだ割合、内定を承諾した割合
速さ	応募から初回連絡・内定までの日数
定着	入社3・6・12か月後の在籍率
費用	1人あたりの採用費用

面接で「何で知ったか」「決め手は何か」を聞いて記録し、媒体費の配分に生かします。

巻末付録A 求人票テンプレート

第3章の「不安を消す順番」に沿ったひな形です。【 】内を自社の事実で埋めてください。AIに渡す「事実の箇条書き」としても使えます。

項目	記入例・書き方のヒント
キャッチコピー	【誰に】【何を】伝える一文。例：地元で長く働きたい方へ。残業少なめ、転勤なしの【職種】です
仕事内容	担当する業務を専門用語を使わずに。1日の流れを時系列で（例：8時30分 朝礼、9時〇〇…）
業務内容の変更の範囲	例：会社の定める業務（入社後に担当が変わる可能性がある場合はその範囲を記載）
応募資格	必須と歓迎を分けて書く。「未経験可」なら教え方もセットで
雇用形態・契約期間	正社員、パート等。有期なら更新の有無、更新上限の有無と内容
給与	月給【 】円～【 】円。モデル年収、賞与・昇給の実績。固定残業代を含む場合は時間数と金額を明記
勤務地	所在地、最寄り駅から徒歩【 】分、駐車場の有無、車通勤の可否。就業場所の変更の範囲
勤務時間・休日	【 】時～【 】時、休憩【 】分。残業は月平均【 】時間。年間休日【 】日、有給の取りやすさ
福利厚生・教育	社会保険の加入状況、資格取得支援、研修期間と内容、相談役の有無
職場の様子	社員【 】名、平均勤続【 】年、子育て中のスタッフ【 】名など、事実で
応募方法	採用ページのURL・QRコード、電話・LINE・フォーム、見学のみの受付
選考の流れ	応募 → 面接【 】回 → 内定まで約【 】日

チェック：数字はすべて実態と一致していますか。「業界トップクラス」「必ず稼げる」など、裏付けのない表現が残っていませんか。年齢・性別を限定する表現がないかも確認してください。

巻末付録B 採用ページ構成案と社員インタビューシート

採用ページ構成案（小さく始めて育てる）

段階	ページ・ブロック	準備するもの
第1段階	仕事内容と1日の流れ	時系列の業務メモ、現場写真3～5枚
第1段階	社員の声（2名）	下のインタビューシート、顔写真
第1段階	募集要項	付録Aの求人票
第1段階	応募方法	フォーム・電話・LINEの窓口
第2段階	代表メッセージ	創業の「なぜ」と一緒に働きたい人
第2段階	働く環境	職場・休憩スペース・道具の写真
第2段階	教育・キャリア	研修の流れ、資格支援、先輩のキャリア例
第3段階	よくある質問	面接でよく聞かれる質問とその答え
第3段階	社員の声の追加・動画	属性の違う社員、30秒動画

社員インタビューシート（1人15～20分）

1. お名前（掲載する表記）、担当業務、入社年
2. 入社のきっかけは何でしたか。ほかの会社と比べて、決め手は何でしたか
3. ある1日の仕事の流れを、朝から順に教えてください
4. 入社して大変だったことは何ですか。どう乗り越えましたか
5. 入社前のイメージと、実際に働いてみての違いはありましたか
6. この仕事のやりがいや、うれしかった瞬間を教えてください
7. 職場の雰囲気を一言でいうと、どんな感じですか
8. これから入る人へ、ひとことお願いします

掲載前に：本人に原稿と写真を確認してもらい、掲載範囲（名前の表記・顔写真・SNSへの転用可否）の同意を取っておきましょう。退職時の扱いもあらかじめ決めておくとう安心です。

巻末付録C 採用力強化チェックリスト20

【設計】

- ☐ 1. 業務を棚卸しし、「どの仕事を任せたいか」を書き出した
- ☐ 2. 採用以外の選択肢（業務委託・パート・業務の削減）も検討した
- ☐ 3. 来てほしい人物像を、行動と価値観の言葉で描いた
- ☐ 4. 社員に聞いて、自社の魅力を6つの切り口で洗い出した
- ☐ 5. 「誰に・何を・なぜ」伝えるかを一文にまとめた

【求人票】

- ☐ 6. 仕事内容を1日の流れで具体的に書いた
- ☐ 7. 抽象的な言葉を、数字と事実置き換えた
- ☐ 8. 変更の範囲・更新上限・固定残業代など、明示のルールを確認した
- ☐ 9. 年齢・性別を限定する表現がないことを確認した
- ☐ 10. 求職者の不安に先回りする一文を添えた

【採用ページ・発信】

- ☐ 11. 求職者向けの独立した採用ページがあり、トップページから入れる
- ☐ 12. 社員の声（2名以上）と現場の写真を載せた
- ☐ 13. スマホで3分以内に応募できることを実機で確認した
- ☐ 14. 求人媒体・ハローワークの求人票・貼り紙から採用ページへつないだ
- ☐ 15. SNSを1つ選び、投稿の曜日・担当・型を決めた

【選考・定着】

- ☐ 16. 応募への初回連絡を当日～翌営業日に行う体制がある
- ☐ 17. 面接で聞く質問と、聞いてはいけない事項を面接官全員で共有した
- ☐ 18. 入社前の案内と、入社後90日の受け入れ計画を用意した
- ☐ 19. 相談役（メンター）を決め、30・60・90日の振り返りを予定に入れた
- ☐ 20. 応募経路・承諾率・定着率を記録し、振り返る習慣がある

7個以下の方は、第2章の設計と第3章の求人票から。8～15個の方は、第4章の採用ページと第5章の発信を強化しましょう。16個以上の方は、第6章の数字の振り返りで、効いているチャンネルに予算を寄せる段階です。

おわりに — 採用力は、会社の「伝える力」と「迎える力」

人手不足は、景気の波で自然に解消する問題ではありません。だからこそ、求人を出して待つだけの採用から、**自社の実像を正直に伝え、入ってくれた人を丁寧に迎える採用**へ切り替えた会社から、少しずつ差がついていきます。

本書で紹介した施策は、どれも大きな予算を必要としません。まずは付録のチェックリストで現状を確かめ、今日できることを1つだけ選んでください。求人票の抽象的な一文を事実書き換える、社員1人に4つの質問をしてみる、応募フォームをスマホで試してみる——その小さな一歩の積み重ねが、「ここで働きたい」と思ってもらえる会社をつくれます。

発行元 Harmonic Society株式会社

千葉市を拠点に、中小企業のホームページ制作・AI導入支援・IT顧問を提供し、地域メディア「ちば経済産業新聞」を運営しています。本書のもとになった記事群は、千葉の中小企業から実際に寄せられる採用・ホームページのご相談をもとに執筆したものです。

「採用ページをつくりたいが、何を載せればいいのか分からない」「いまのホームページに採用情報を足したい」「求人票を見直したい」——そんな段階からのご相談を歓迎しています。採用ページを含むホームページ制作は、初期費用0円・月額5,500円（税込）～の月額プランから承っています。ヒアリングから制作・保守まで、代表が一貫して対応します。

まずは30分の無料相談から

本書を読んで浮かんだ疑問を、そのままお持ちください。売り込みはしません。

- Web : <https://harmonic-society.co.jp/contact/>
- お役立ち資料一覧 : <https://harmonic-society.co.jp/whitepaper/>

本書の内容は2026年9月時点の情報に基づきます。法令・制度、求人サービスの料金や掲載ルールは変更される場合があります。実際の手続きは厚生労働省等の最新情報をご確認ください。掲載した費用は目安であり、効果を保証するものではありません。無断転載を禁じます。