

福岡企業のリアル事例集

10 REAL CASES

「応募が来ない」「面接
辞退」「ミスマッチ」な
ど、採用の悩みをどう解
決したか？

リアルな改善の工夫
を、現場の声とともにま
とめました。

福岡の中小企業で実践！
やったら変わった
採用の悩み

はじめに

この事例集は、福岡県内の中小企業が抱える「採用がうまくいかない」という課題に対し、実際に改善に取り組み、成果を出した10社の事例をまとめたものです。

「求人を出しても人が来ない」「面接しても辞退される」「どんな媒体が効果的かわからない」——そんな悩みは、多くの中小企業が共通して抱えるものです。

この資料では、採用活動に関する10のチェック項目に沿って、

- どのような課題があったのか（Before）
- どのような行動を取ったのか（Action）
- その結果、どう変わったのか（After）

を分かりやすく紹介しています。

また、各社の担当者の生の声や、「まず何から始めればいいのか？」というヒントも掲載していますので、明日からの実践にすぐ活かせる内容となっています。

特別なノウハウやITツールがなくてもできる工夫が満載です。人事や採用に不慣れな方にも、やさしく読めるように書いています。

自社の採用活動を見直すきっかけとして、ぜひご活用ください。

成功事例①：求人を出し方を変えるだけで、応募が3倍に増えた！

業種：物流業（従業員18名）／福岡市東区

質問：月に何媒体以上で求人を出していますか？

■ Before：求人はハローワークだけ。応募は月2～3件…

この会社は、福岡市東区で運送や倉庫管理を行っている物流会社です。社員数は18名。少人数ながらも地域に根差した丁寧な仕事が強みで、取引先からの信頼も厚い会社です。

ただ、ここ数年で課題になっていたのが「人が足りない」こと。特に倉庫で荷物の仕分けやフォークリフトを使う作業員が足りず、現場の社員が毎日のように残業して対応していました。

求人は出していたのですが、ハローワークだけに頼っていたため、月に来る応募はせいぜい2～3件。しかもそのうち面接に来る人は1人いれば良い方で、採用に至るのは2～3ヶ月に1人。人が辞めるたびに現場はバタバタで、「これ以上退職者が出たら現場が回らない…」と悩んでいました。

■ Action：求人を出し方を「2つ増やしただけ」で応募数が急増！

このままではまずいと感じた社長が、知り合いの同業者に相談したところ、以下のようなアドバイスを受けました。

- 「求人媒体は1つじゃ足りない。応募者の目に留まる確率が下がるよ」

- 「職種ごとに向いてる媒体が違う。営業と倉庫作業員では訴求の仕方も違うよ」

そこで、次のような対応をしました。

1. ハローワークに加えて、Indeedにも掲載

無料で求人を出せることもあり、まずは試してみることに。

2. 営業職にはスカウト型の求人サービス（LINE連携型）を導入

「いい人材に出会うには待つだけじゃなく、こちらから声をかけよう」と考えた結果でした。

3. 職種ごとに求人の内容を変える

倉庫職には「コツコツ作業が得意な人向け」、営業職には「人と話すことが好きな方向け」といったように、仕事内容を具体的に書くようにしました。

■ After：応募が月3件 → 月9件に！質も向上、ミスマッチも減少

これらの工夫を始めて2ヶ月後、驚くような変化が起きました。

- 応募が月平均9件にまで増加（3倍以上）
- 面接に来る人の数も増え、採用率が上昇
- 「最初から仕事内容を理解している」応募者が増えたため、入社後のミスマッチが減った

さらに、採用後の定着率も上がりました。以前は「想像と違った」と辞める人がいましたが、求人で仕事内容を詳しく伝えたことで、そうした声も激減。

採用にかかる時間や手間も減り、現場の社員の負担も軽くなりました。結果的に、残業時間も月平均10時間ほど削減され、生産性も向上したそうです。

■ 担当者の声：「媒体を変えるだけで、こんなに変わるとは」

「正直、求人媒体を増やすだけで何が変わるの？と思っていました。でも、実際にやってみると“応募の窓口”が広がるだけじゃなく、良い人に出会える確率が増えるんですね。今では営業と倉庫、それぞれに合った媒体と原稿を出すのが当たり前になっています」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
求人媒体	ハローワークのみ	ハローワーク+Indeed+スカウト型
応募数	月2~3件	月9件前後
採用スピード	2~3ヶ月に1人	月1~2人採用できる体制に
ミスマッチ	入社後にギャップあり	応募時に理解が深く、定着しやすい

■ はじめの一步：まずは「2つ目の媒体」を使ってみよう！

「うちも人が来ない…」という会社の多くは、実は「求人を出す場所が少ない」ことが原因になっているケースが少なくありません。

お金をかけずに始められる媒体も増えています。まずは1つ、今使っていない媒体を試してみることから始めてみませんか？

成功事例②：数値の「見える化」で、面接辞退が3割減！

業種：製造業（従業員42名）／北九州市小倉南区

質問：「応募→面接→採用」の数値を記録していますか？

■ Before：応募が来たらとりあえず面接。だけど、辞退やドタキャンばかり…

この製造業の会社では、応募が来るたびに「ありがたい！」とすぐに面接設定をしていました。ところが、実際に面接に来る人は半分以下、当日キャンセルも珍しくなく、「また時間を無駄にした…」という気持ちが現場に広がっていました。

「でも、来てくれるだけありがたい」「面接に来ないのは相手の都合だし」と、社内では対策もなく、そのまま放置されていたのが実情です。

■ Action：数値を記録して、見える化。小さな気づきが大きな変化に

そんなときに、経営者が参加したセミナーで「応募から採用までの数値を見える化すると、課題が見えてくる」と聞き、まずは次のような記録を始めました。

- 応募数（1ヶ月あたり）
- 書類選考通過率（応募者のうち、面接に進む割合）
- 面接辞退率（面接予定だったのに来なかった割合）
- 内定承諾率（内定を出したうち、入社した割合）

Googleスプレッドシートを使い、総務と現場責任者で週1回確認。手書きのメモを転記するだけでOKという、シンプルな方法でした。

■ After：「面接辞退の理由」に気づいた。対応の早さで3割改善！

記録を取り始めて2週間ほどで、ある傾向が見えてきました。

「応募が来てから、こちらが連絡するまでに2～3日空いていた」

実はこれが最大の原因だったのです。

すぐに、**応募当日中に電話またはメールを入れる**というルールに変更したところ、面接辞退率がなんと**32% → 12%**に。

採用効率が格段に改善され、面接後の入社率も上がるようになりました。「レスポンスが早くて安心しました」という応募者の声も多く寄せられたそうです。

■ 担当者の声：「数値を見たから気づけた。記録は裏切らない」

「感覚だけで判断していたときは、辞退は相手のせいだと思っていた。でも記録して見返すと、“自分たちの対応スピードが遅かった”ことに気づけたんです。Googleスプレッドシートで週1チェックするだけ。今は記録しないと不安になるくらい、習慣になりました」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
面接辞退率	32%	12%
対応スピード	2～3日後に連絡	応募当日中に連絡

ツール	特になし	Googleスプレッドシートで簡易記録
-----	------	---------------------

■ はじめの一步：まずは「応募数と面接数」を記録してみよう

特別なシステムは不要です。Googleスプレッドシートや紙の一覧でもOK。まずは「何人応募して、何人と面接したか」だけでも、1ヶ月続けてみてください。

そこから、改善のヒントが見えてくるはずですよ。

成功事例③：原稿を“中の人言葉”に変えたら、応募数が2.5倍に！

業種：飲食業（従業員12名）／久留米市

質問：求人原稿の内容は定期的に見直していますか？

■ Before：いつも同じ求人原稿。「どこにでもある内容」と言われた

この飲食店では、求人たびに以前使った原稿をコピー＆ペーストして使い回していました。

「駅チカ！」「アットホームな職場！」といった定番の表現ばかりで、どこにもこのお店らしさがない内容。実際に面接に来た若手からも「他の求人と区別がつかず、応募を迷った」と言われたこともありました。

お店の雰囲気や人間関係には自信があったものの、それがまったく伝わっていなかったのです。

■ Action：「スタッフの声」を元に原稿を作り直し！

「うちの魅力って何だろう？」と改めて考えるために、社長がアルバイトやパートスタッフにヒアリングを実施。

- なぜこの店を選んだの？
- 実際に働いてみてどうだった？
- どんなところが続けやすい？

集まった声を元に、「接客が楽しいと思える」「チームワークが良くて安心できる」などのリアルな言葉を盛り込んで、求人原稿を一から書き直しました。

さらに、スタッフが接客している写真も掲載し、職場の雰囲気を視覚でも伝えるようにしました。

■ After：週2件→週5件の応募に！定着率もアップ

原稿を見直してからは、毎週コンスタントに応募が来るようになりました。

とくに20代～30代の応募者から「写真で雰囲気がわかった」「原稿を読んで人柄が伝わった」といった声が多く、面接時の第一印象も良好。

応募から採用までのスピードも速くなり、「自分に合っている職場だと思ったので決めました」と入社後すぐに馴染んでくれる人材が増えたそうです。

■ 担当者の声：「言葉ひとつで、伝わり方が変わるんですね」

「求人って、伝えたいことを書くものだと思ってました。でも実際は、受け取る人が“どんな職場か想像できる”ことが大事だったんです。うちの原稿を見て“ここで働くイメージが湧いた”と言ってくれたのが、一番うれしかったです」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
求人原稿の作り方	使い回し・定型文	スタッフの声を元に作成
応募数	週2件	週5件
応募者の印象	「どんな職場か分からない」	「雰囲気伝わって安心」

■ はじめの一步：「スタッフに聞いてみる」から始めよう

原稿を変えと言っても、特別なスキルや文章力は不要です。今働いている人の「なぜここを選んだか？」「続けやすい理由は？」をそのまま使えばOK。

“中の人言葉”には、なによりの説得力があります。

成功事例④：SNSで社内の雰囲気を伝えたら「ここで働きたい」が急増！

業種：建築業（従業員35名）／福岡市早良区

質問：SNSで会社や仕事について発信していますか？

■ Before：「どんな会社か分からない」と言われ、応募が伸び悩み

この会社では、毎年若手社員の採用に苦戦していました。

採用サイトや求人票を見て応募してくる人はいたものの、「現場の雰囲気が分からない」「働いている人の声が見えない」と辞退されることも多く、内定を出しても辞退が続くという悪循環。

社長も「建築業って怖そう、古い体質というイメージがあるのかも」と感じていたものの、特に対策は打っていませんでした。

■ Action：Instagramで“リアルな日常”を発信！

採用担当が中心となって、Instagramアカウントを開設。

- 現場での作業風景（安全対策・チームワークの様子）
- 社内イベント（バーベキューや新人歓迎会）
- 若手社員インタビュー（動画・写真付き）

を週2回ペースで投稿するようにしました。

「映える」写真よりも、「素のままの会社の雰囲気が伝わること」を大事にし、スマホで気軽に撮影・投稿できる体制を整備しました。

■ After:「雰囲気がいいから応募した」が面接の理由に！

投稿を始めて3ヶ月後、応募者の変化が明確に現れました。

- 面接時に「Instagramを見て雰囲気良さそうだった」と言われる
- 応募者の7割以上が「事前にSNSをチェック」
- 若手社員への共感から応募につながるケースが増加

さらに、入社後のミスマッチも大幅に減少。「思っていた通りの会社だった」と言ってもらえるようになり、定着率が上がったそうです。

■ 担当者の声：「SNSは“会社の窓”みたいなもの」

「会社説明会でいくら話しても伝わらない雰囲気ってありますよね。でも、SNSなら“そのまま”が伝えられる。働く人の笑顔や現場の空気感って、それだけで立派な魅力なんだと気づきました」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
SNS活用	なし	Instagramで週2投稿
応募理由	条件が良さそうだから	「雰囲気が良さそう」だから
応募者の印象	無機質な会社と思われがち	親しみやすいイメージに変化

■ はじめの一步：「スマホで撮って、週1投稿」からでOK！

難しい機材や編集は不要。社内の日常風景やスタッフの笑顔をスマホで撮影し、週に1回でも投稿してみましょう。

「どんな人が働いているのか」が伝わるだけで、応募者の安心感と信頼感はグッと上がります。

成功事例⑤：採用ページを整えたら、サイトからの応募が月0→月4件に！

業種：IT企業（従業員20名）／福岡市中央区

質問：自社サイトで採用情報を発信していますか？

■ Before: 自社サイトに求人情報が載っていなかった

このIT企業は、エンジニアと営業の採用に悩んでいました。

求人媒体には掲載していたものの、自社のWebサイトには採用情報がなく、「会社名で検索しても何も出てこなかった」という声も。

せっかく企業名に興味を持ってもらっても、詳しい情報にたどり着けず、応募には至らないケースが多かったのです。

■ Action：採用専用ページを新設し、企業の魅力を発信！

まずはトップページに「採用情報はこちら」というバナーを設置。

新たに採用専用ページを作り、以下の情報を掲載しました。

- 会社のビジョンと代表メッセージ
- 募集中の職種と仕事内容

- 一緒に働くメンバーの紹介（写真付き）
- 社員インタビュー動画（スマホ撮影）
- 求人媒体へのリンクボタン

また、Googleしごと検索に対応するため、構造化データを設定。検索から直接求人にアクセスできるようにしました。

■ After：月に4件の応募を自社サイト経由で獲得！

採用ページを公開してから3ヶ月以内で、サイト経由の応募が4件に。

特に動画や社員写真を見て「雰囲気が分かって安心した」という応募者の声が多く、面接後の辞退率も低下。

媒体経由の応募者よりも自社サイト経由の人材の方が「自分で情報を調べて応募してくれるため、入社意欲が高い」と感じているそうです。

■ 担当者の声：「採用の入り口は“自分のサイト”が一番信頼されている」

「求人媒体はあくまで“きっかけ”で、最終的にはうちの会社を検索してくれている。そのときに何も出てこない、不安になってしまうんですね。だからこそ、公式な情報をちゃんと伝える場所が必要だと実感しました」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
----	--------	-------

自社サイトの求人情報	なし	採用ページを新設
応募数	月0件	月4件（サイト経由）
応募者の印象	「情報が少ない」	「会社の雰囲気が分かって安心」

■ はじめの一步：「会社の魅力を伝える1ページ」から始めよう！

採用ページは、最初から完璧じゃなくて大丈夫。まずは「自社の想い」「働く人の声」「仕事内容」の3つだけでも掲載することで、応募者の信頼を得やすくなります。

求職者は、会社の“中身”を知りたがっています。だからこそ、自社で語る採用ページには大きな意味があるのです。

成功事例⑥：Googleしごと検索に対応しただけで、見られる機会が激増！

業種：介護事業所（従業員28名）／春日市

質問：Googleしごと検索などを活用していますか？

■ Before：求人は出しているのに「誰にも見られていない…？」

この介護事業所では、ハローワークと求人サイトに求人を出していたものの、数週間たっても応募ゼロ。

「毎月費用をかけているのに、まったく反応がない…」と焦っていたところ、実は「そもそも検索にすら出ていない」ことが発覚しました。

自社サイトに求人情報はあったものの、Google検索に適した形式になっていなかったため、「介護職 求人 春日市」などで検索しても、ページが表示されなかったのです。

■ Action：構造化データを設定して、Googleしごと検索に対応！

自社サイトの採用情報に「構造化データ」という仕組みを追加。

これは、Googleが求人情報を読み取りやすくするためのタグのようなもので、

- 募集職種
- 勤務地
- 雇用形態
- 給与
- 応募方法

などを明記したフォーマットをサイトに埋め込みました。

ITの知識がなくても、Web制作会社やフリーランスに依頼すれば、数万円〜で対応可能とのこと。

■ After：検索結果に表示され、1ヶ月で5件の応募を獲得！

Googleしごと検索に対応してから、求人ページが「〇〇市 介護 求人」などの検索結果に表示されるようになりました。

1ヶ月で20件以上のページ閲覧があり、そこから5件の応募につながりました。

従来の媒体掲載だけではアプローチできなかった“ネット検索派”の層に届いたことが大きな変化だったそうです。

■ 担当者の声：「“出してるのに見られてない”って、すごく損してた」

「求人を出す＝見てもらえると思っていたけど、検索結果に出なければ、存在していないのと同じ。Googleしごと検索は無料で掲載されるから、対応しない手はないと感じました」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
掲載状況	検索で表示されない	Googleしごと検索に掲載
閲覧数	数件程度	20件以上／月
応募数	0件	5件（1ヶ月）

■ はじめの一步：「構造化データ」で検索に強い求人に！

求人を見もらうには「検索されやすい状態」を作ることが大切です。

Webサイトに求人情報があるなら、「構造化データ対応できる？」と制作者に聞いてみるところから始めてみましょう。

Googleしごと検索は無料で利用でき、特別な広告費も不要です。まずは“見られる土俵に上がる”ための一步を踏み出してみませんか？

成功事例⑦：「効果測定」でムダな掲載を削減！媒体選びにメリハリが生まれた

業種：教育サービス（従業員15名）／筑紫野市

質問：媒体ごとの成果を振り返っていますか？

■ Before：なんとなく出していた求人。どれが効いているのか分からない

この教育系企業では、塾講師や教室スタッフの採用のために、毎月3~4媒体に求人を出していました。

しかし、「どの媒体が良かったか？」という振り返りは一切なく、なんとなく“例年と同じ媒体”を継続して使っている状態。掲載料も月10万円以上かかっており、「応募は来るけど、コストに見合っているのか分からない」という不安がありました。

■ Action：応募～採用までの流入元を記録して比較！

まずは、応募者に「何を見て応募したか」を聞くように変更。

また、媒体ごとに

- 応募数
- 面接数
- 採用数

を一覧表にまとめ、費用対効果が見える化しました。

あわせて、採用1人あたりにかかったコスト（採用単価）も計算してみたところ、明らかな差が見つかりました。

■ After：「数が多いが質が低い」媒体と、「少数精鋭」な媒体が明確に

分析の結果、Indeedは応募数が多いものの面接辞退や不採用率が高く、逆にスカウト型サービスは応募数は少ないものの、高い確率で面接・採用につながっていました。

結果、コストは少し高くても「スカウト型に集中投下したほうが採用効率が良い」と判断し、媒体を絞って掲載するように。

ムダな掲載がなくなったことで、採用コストは年間30万円削減されました。

■ 担当者の声：「“なんとなく”で出すのをやめたら、費用も時間も浮きました」

「振り返ってみると、今まで“出すこと自体が目的”になっていた気がします。数を追うより、確率の高いところに集中した方が、面接の時間も無駄にならな
いし、応募者の質も高いと実感しています」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
媒体数	3～4媒体を継続使用	効果の高い2媒体に集中
費用対効果	不明確	一覧表で見える化

採用コスト	年間100万円以上	年間70万円程度に削減
-------	-----------	-------------

■ はじめの一步：「どの媒体から応募が来たか」を記録しよう！

応募者に「どこでこの求人を見ましたか？」と聞くだけでも、大きな第一歩です。

その結果をExcelやGoogleスプレッドシートで一覧にまとめてみれば、「お金をかけるべき場所」「見直すべき媒体」が自ずと見えてきます。

成功事例⑧：「求人の方が良かった？」と聞くだけで、応募が変わった！

業種：小売業（従業員22名）／糸島市

質問：応募者に求人印象を聞いていますか？

■ Before：応募はあるのに、なぜ来てくれたのか分からない

この小売店では、求人サイトに掲載すれば毎月数件の応募が来ていましたが、「なぜ応募してくれたのか？」「何が決め手だったのか？」を特に聞くことはしていませんでした。

そのため、どんな点が響いているのか分からず、原稿の改善もできないまま毎回“同じような内容”で掲載を続けていました。

あるとき、採用した人から「写真が明るくて雰囲気良さそうだった」と言われ、「そんなに写真って大事だったの？」と気づいたのがきっかけでした。

■ Action：面接時に「どこが良かった？」を必ずヒアリング！

それ以降、面接時に必ず「この求人のどこに魅力を感じましたか？」と質問を加えるように変更。

出てきた声をもとに、求人原稿の内容や見せ方を改善していきました。

- 写真を3枚から5枚に増やす（売り場・休憩スペース・働く様子など）
- 文字での説明に加え、「先輩スタッフの一言コメント」を追加
- 「未経験歓迎」の表示を大きく、目に入りやすく変更

■ After：女性応募者が1.5倍に！写真から伝わる安心感がカギに

とくに「売り場写真に清潔感があった」「制服姿のスタッフが親しみやすく見えた」など、**視覚的な印象**が応募に大きく影響していたことが判明。

原稿を改善した月から、女性応募者が1.5倍に増加。

また、求人ページの滞在時間（Web上での閲覧時間）も伸び、「じっくり見てから応募している」傾向がデータからも見えてきました。

■ 担当者の声：「応募者はちゃんと見てくれてたんだ、と驚きました」

「写真はオマケくらいに思っていたけど、実はそれが一番見られていた。『どこが良かった？』と聞くだけで、改善のヒントがいっぱいあることに気づきました」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
応募理由の把握	していない	面接時に必ずヒアリング
写真掲載	売り場1枚のみ	5枚に増加、スタッフや環境も追加
女性応募者数	基準値	約1.5倍に増加

■ はじめの一步：「どこに魅力を感じたか」を聞いてみよう！

面接や電話で「なぜうちを選んでくれたんですか？」と聞くだけでも、十分な情報が得られます。

そこから、自社の強みや魅力が“応募者の目線”で見えてきます。改善点も見つかる、コストゼロの有力な手段です。

成功事例⑨：「辞退されない工夫」を入れたら、定着率が劇的に改善！

業種：清掃業（従業員10名）／大野城市

質問：次回の採用に改善点を活かしていますか？

■ Before：採用したのに、初出勤前に辞退される…

この清掃業の会社では、採用が決まっても「やっぱりやめます」という連絡が入るケースが続き、実際に働いてもらうまでに至らないことが多くありました。

特に20代～30代の応募者に多く、「もっと条件のいいところが見つかった」「家族に反対された」などの理由で、内定後の辞退が相次いでいました。

せっかく時間をかけて選考したのに、初出勤前にゼロからやり直し…という状態が続き、現場の負担も増す一方でした。

■ Action：「初出勤までに3回接点を持つ」ルールを導入！

社長と採用担当で話し合い、「内定後のフォローが足りないのでは？」と仮説を立てました。

そこで、新たなルールとして

- 内定連絡時に“歓迎の電話”
- 入社前に“1回職場見学”
- 入社前日に“確認のお電話”

という3回の接点を必ず設けることに。

また、内定通知時には「一緒に働くメンバーの紹介」や「最初の1週間の流れ」をPDFにまとめて送付し、不安を減らす工夫もしました。

■ After：入社辞退率が50%→20%に減少！

接点を増やした結果、入社前の“心理的な距離”が縮まり、「ちゃんと受け入れてもらえる」という安心感を与えられるようになりました。

その効果もあり、以前は2人に1人が辞退していたのが、今では5人に1人程度にまで改善。

実際に入社した人の定着率も上がり、「あたたかく迎えてもらえたのが嬉しかった」と言われることが増えたそうです。

■ 担当者の声：「選考が終わってからの“本当の勝負”なんですね」

「内定を出したから安心、じゃないんですよ。入社までの数日～数週間に、どれだけ不安を減らしてあげられるか。そこが結果に大きく関わっていると実感しました」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
入社前のフォロー	特になし	電話・見学・連絡で3回接点
入社辞退率	約50%	約20%
フォロー資料	なし	PDFで1週間の流れを送付

■ はじめの一步：「内定後、1回でも声をかけてみる」ことから

“入社前”の時間をどう使うかで、辞退率は大きく変わります。

まずは電話やメールで、「楽しみにしています」「不安があれば何でも聞いてください」と声をかけるだけでも効果があります。

採用は“選んだあと”が本番です。

成功事例⑩：スカウト型サービスで「若手営業職」の採用に成功！

業種：不動産業（従業員30名）／福岡市博多区

質問：スカウト型の採用サービスを使っていますか？

■ Before：「待つだけ採用」では若手に届かない…

この不動産会社では、営業職の採用が年々難しくなっていました。

求人媒体に出しても、応募は少なく、来たとしてもミスマッチが多い。

「とにかく営業経験がある人を…」と広く募集していたものの、若手の応募はゼロに近い状態でした。

特に新卒～20代の応募を増やしたかったものの、「うちの求人に興味を持ってもらえない」と悩んでいました。

■ Action：「スカウト型採用」で“声かける”側にシフト！

これまでの「待つ」採用から、「こちらから声をかける」スタイルに切り替えるため、スカウト型の採用サービスを導入。

- 求職者のプロフィールを見て、合いそうな人にメッセージを送る
- 相手の希望条件に合うよう、柔らかい表現で仕事内容を説明
- 「まずは話だけでもOK」とカジュアルな面談を設定

とにかく応募のハードルを下げるよう工夫しました。

また、メッセージの文面も全てテンプレートではなく、自社の言葉で作成するようにしました。

■ After：「対応が早い」「印象がいい」と評価され、採用につながる！

スカウト経由でやりとりした求職者からは、「メッセージが丁寧で印象に残った」「返信が早くて安心できた」という声が多く届きました。

その結果、2ヶ月で4名の若手営業職を採用。定着率も高く、「最初のやりとりから会社の雰囲気伝わって安心できた」と言われたそうです。

今では、スカウト経由の人材は即戦力よりも“育てがいのある人”として期待を込めて採用しており、戦力化までを見越した体制を整えています。

■ 担当者の声：「誰を採るか、ではなく“どう出会うか”がカギでした」

「スカウトって面倒だと思ってたんですけど、やってみたら“ちゃんと届ける”ってこういうことなんだって感じました。良い人が来ないなら、こっちから迎えに行けばいい。そう思えるようになったのが一番の変化でした」

■ この事例のポイントまとめ

項目	Before	After
----	--------	-------

採用手法	求人を出して待つ	スカウト型で声をかける
若手応募数	ほぼゼロ	2ヶ月で4名採用
応募者の反応	無関心・反応薄	「対応が丁寧」「印象が良い」

■ はじめの一步：「まずは1通、自分の言葉でスカウトを」

スカウト型サービスは、最初の1通がもっとも大事。

テンプレートではなく、“うちの会社に来てほしい理由”を自分の言葉で伝えるだけで、応募者の反応は変わります。

待つ採用から、届ける採用へ。今できる一步として、まずは1通、自社から“声をかけて”みませんか？

最後に

どの事例にも共通していたのは、「やってみたら変わった」という事実です。

特別なスキルや人材がいなくても、小さな工夫や“気づき”で、採用は大きく変えられます。

『採用は、会社が未来に送るラブレター。

読まれる工夫を、あなたから。』

今のやり方を少し変えてみる。

その一步が、未来の仲間との出会いにつながるかもしれません。

あなたの挑戦を、私たちは応援しています。

初版発行：2025年8月4日

バージョン：ver.1.0

発行元：株式会社GSSヒューマンソリューションズ

所在地：〒810-0801 福岡市博多区中洲5丁目1-22 松月堂ビル2階

ウェブサイト：<https://gss-biz.net>

お問い合わせ：info@gss-biz.net

著作権・利用条件

本資料は株式会社GSSヒューマンソリューションズにより作成され、著作権法によって保護されています。

無断での転載・複製・再配布・改変等を固く禁じます。社内での共有は許可されますが、営利目的での利用はご遠慮ください。

免責事項

本資料は一般的な情報提供を目的としたものであり、特定の環境・状況における完全性や有効性を保証するものではありません。

記載された内容に基づいて行われた判断・行動の結果について、発行元は一切の責任を負いかねますのでご了承ください。

お問い合わせ・個別支援のご案内

本白書で取り上げた施策やデータを、
御社の実情に合わせて具体的に実行したいとお考えの方へ。

当社では、福岡県内の中小企業を中心に「初回無料相談」「採用・人事制度の個別レポート作成」「助成金活用支援」など、実務に役立つコンサルティングサービスを提供しています。



無料経営相談（60分）

採用や定着に関する「今まさに困っていること」をお聞かせください。専門コンサルタントがその場で具体的な方向性をごアドバイス



カスタマイズレポート

求人票や評価制度、給与テーブルなど実際の書類を拝見し、プロの視点で改善アドバイス。御社専用のフィードバック資料を作成



助成金・補助金の活用提案

制度の見直しや導入には費用も不安…そんな企業のために、使える支援制度も一緒にご案内

[プロに無料相談してみる](#)



株式会社GSSヒューマンソリューションズ

〒810-0801 福岡市博多区中洲5丁目1-22 松月堂ビル2階
TEL:092-281-1117 / FAX:092-281-1168