

採用計画の作り方

～2022年の採用活動に勝つための必須準備～



この資料でお伝えすること

採用計画の作り方

～2022年の採用活動に勝つための必須準備～

1.なぜ採用計画が必要か

1-1.採用計画とは

1-2.採用計画が必要な理由

2.採用計画の正しい立て方6つのステップ

2-1.事業戦略と擦り合わせて採用計画を立てる

2-2.必要採用人数の策定

2-3.雇用ポートフォリオ戦略による雇用形態の決定

2-4.採用手法を選定する

2-5.採用スケジュールの策定

2-6.採用計画、スケジュールを可視化する

3.採用計画を立てた後に行うべきこと

3-1.募集活動を実施するまでの準備編

3-2.募集活動を実施する

4.まとめ

この資料の活用方法について

この資料は、新年度を迎え、新しく採用計画を立て、1年間の戦略立案をしようとしている人事や採用担当者様向けに採用計画の作り方について解説をした資料です。事業戦略に基づき、新しい計画をお作りになる際にお役立てください。

1.なぜ採用計画が必要か

「採用計画とはどうやって作ればよいのか」

「人事に異動して採用全体の設計を任せられたけれどもどうしたら・・・」

まずはなぜ**採用計画が必要か**、基本を理解しましょう。



1-1.採用計画とは

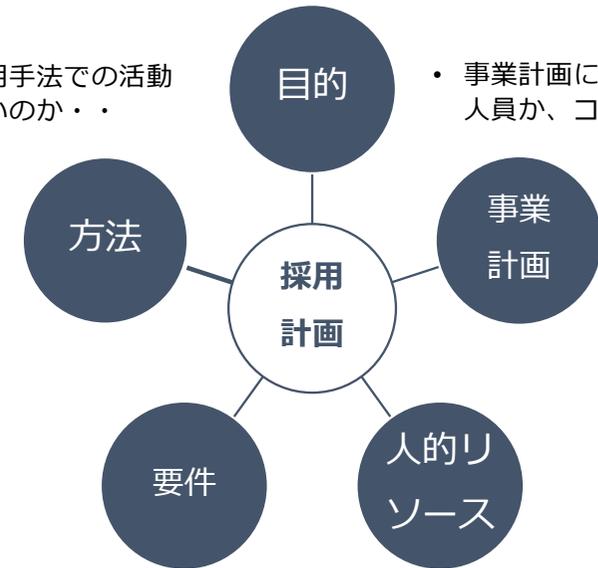
• 採用計画とは、採用活動における指針を示すもの。

「いつまでに」「どのような人を」「何人」採用するかといった目標を立てることはもちろん、「どのような手段で求職者を募るのか」「面接の回数や選考基準をどうするか」など、具体的な採用プロセスの設計も行います。

計画を立てるにあたり、様々な切り口での情報収集をする必要があり、人事や採用担当は、事業部や上層部からの**採用要望の背景を知ることが大切**です。

- どの仕事内容を何のためにやってもらう人員なのか・・・

- どんな採用手法での活動が望ましいのか・・・



- 事業計画にどう関係する人員か、コストは・・・

- どんな要件での採用が望ましいのか・・・

- 採用にあたり事業部や上層部の協力はどれほど得られそうか・・・

1-2.採用計画が必要な理由

<人事・採用担当が、前提として認識すべきこと>

- 人材採用は、単に人を集める活動ではありません。自社が求める人材要件（スキル・経験・志向など）が合致する人であること、さらにいえば入社後に成果を発揮してはじめて、採用は成功したといえます。
- そのため、企業の経営理念・ビジョンや事業戦略と採用を連動させ、活動の細部まで反映させることが必要です。採用計画を緻密に立てることは採用を円滑に進める効果があるだけでなく、採用が上手くいっていない場合に、どこに原因があるのか素早く課題を特定し解消する助けにもなります。

チェック！

- 企業の経営理念は人事・採用担当の立場として語るができますか？
- 事業のミッション・ビジョン・バリューを理解していますか？
- 自社の強みや今後伸ばしたいところを話せますか？
- どんな社員が活躍しているかは理解していますか？



2.採用計画の正しい 立て方6つのステップ

「情報がバラバラしているけれどもどうやってまとめたら・・・」

「リアルタイムで変わる採用市場や社内の要望をスムーズにキャッチして採用活動につなげるには・・・」

我流でも自社流でもない、正しい採用計画の立て方とは？順を追って解説します。



2-1. 事業戦略と擦り合わせて採用計画を立てる

最初のステップは、経営層とのすり合わせ、ペルソナの設定、採用課題の抽出

1. 経営者、担当部署へのヒアリング



経営戦略、事業計画に基づいた採用計画を立てるために、経営層、現場の責任者へのヒアリングが必要です。採用計画を立てるに当たり、あらためてトップの意思を確認しておくことには大きな意味があり、計画立案や実行の段階で難しい局面に立ったときに、立ち戻るべき原点になります。またトップや現場への協力要請の根拠や材料にもなります。

2. 必要な人材のペルソナを明確にする



① 「望ましい人物像」がペルソナではない

「キャリアを積み上げていくために、これだけは必要だ」という資質を欲張らずに絞りましょう。

② 企業のペルソナを明らかにする

「この会社なら自分もやっていける」と思う求職者を明確にしてピントのあった採用活動を行うことが重要です。

3. 前年度の実績から自社の採用課題を抽出する



前年度の採用活動、実績を振り返り、成功したこと、失敗したことを思い出して、今期の採用課題を抽出します。競合と比較した自社の強みと弱みを明らかにする分析をし、課題を明確にしましょう。

4. 今期の採用戦略を立てる



上記の1~3をふまえて、採用活動の柱となる採用戦略を立てます。「今期に留意すべき採用活動の柱」のつもりで、箇条書きで「柱」を立てましょう。その内容は課題に応じて様々で、「スカウトメールの1to1対応」「エンジニア部門のリファラル強化」「最終面接で心をつかむ（社長の参加も）」等が例です。

2-2.必要採用人数の策定

必要人数の求め方は **必要採用数 = 必要要員数 - 在籍人数**
必要採用数の算出方法には3つのアプローチがある

1.財務アプローチによる算出

必要要員数=売上高 - 人件費以外の全経費 - 目標利益/1人当たりの人件費

大幅な売上変動がない企業で採用計画を立てる場合に適しているアプローチ。目標利益に対して必要な人員数を算出します。注意点として、採用後に売上や経費に変動があった場合、収益を調整しにくくなります。採用した人材による売上高や利益増加についてあらかじめ織り込むことは難しく、投資と位置づけた採用計画には馴染みにくい場合があります。

2.業務量アプローチによる算出

必要要員数=総労働時間/1人あたりの労働時間

発生する業務量をこなせるようにするアプローチ。実際の業務量に対してさばける人員数を算出します。生産現場など、総業務量を把握しやすい事業には有効な算出方法です。注意点として、社員の増加に伴って新たに必要となる社会保険、家賃補助、通勤費、退職金などの労務副費を加味しても時間単価が下がるかどうかをシミュレーションしておきましょう。また、短期的な繁忙をカバーするために正社員で雇用すると閑散期を迎えた場合雇用調整がしにくくなります。

3.戦略アプローチによる算出

必要要員数=投資人件費/1人あたりの人件費

企業の投資を考慮して、経営判断によって決定するアプローチ。投資予算から必要な人員数を算出します。大幅な売上変動がない企業で採用計画を立てる場合に適しているアプローチです。注意点として、採用後に売上や経費に変動があった場合、収益を調整しにくくなります。採用した人材による売上高や利益増加についてあらかじめ織り込むことは難しく、投資と位置づけた採用計画には馴染みにくい場合があります。

2-3.雇用ポートフォリオ戦略による雇用形態の決定

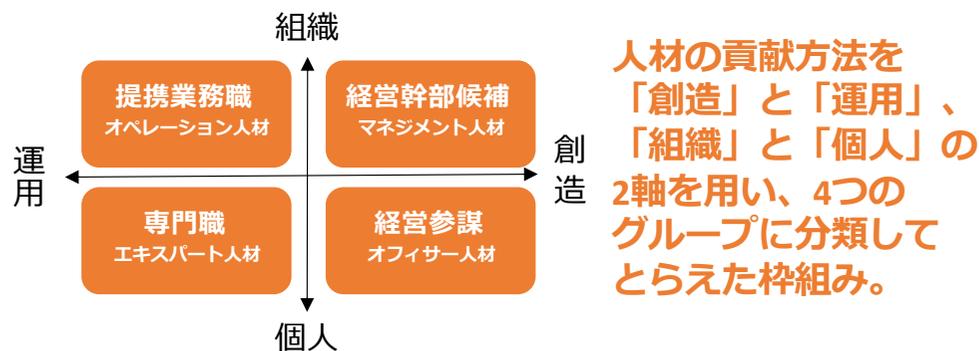
雇用ポートフォリオ戦略とは

必要な人材の要件をきめ細かく定義し、うまく組み合わせて活用するための戦略

1.Liapak&Snellの人材アーキテクチャモデル



2.リクルートワークス研究所の「人材ポートフォリオ」



活用できる雇用形態の幅



雇用のポートフォリオ戦略を実現するうえでは、多様な雇用形態、労働力の調達手段を理解しておく必要があります。各雇用形態の特徴やメリット・デメリットを把握しておきましょう。

2-4.採用手法を選定する

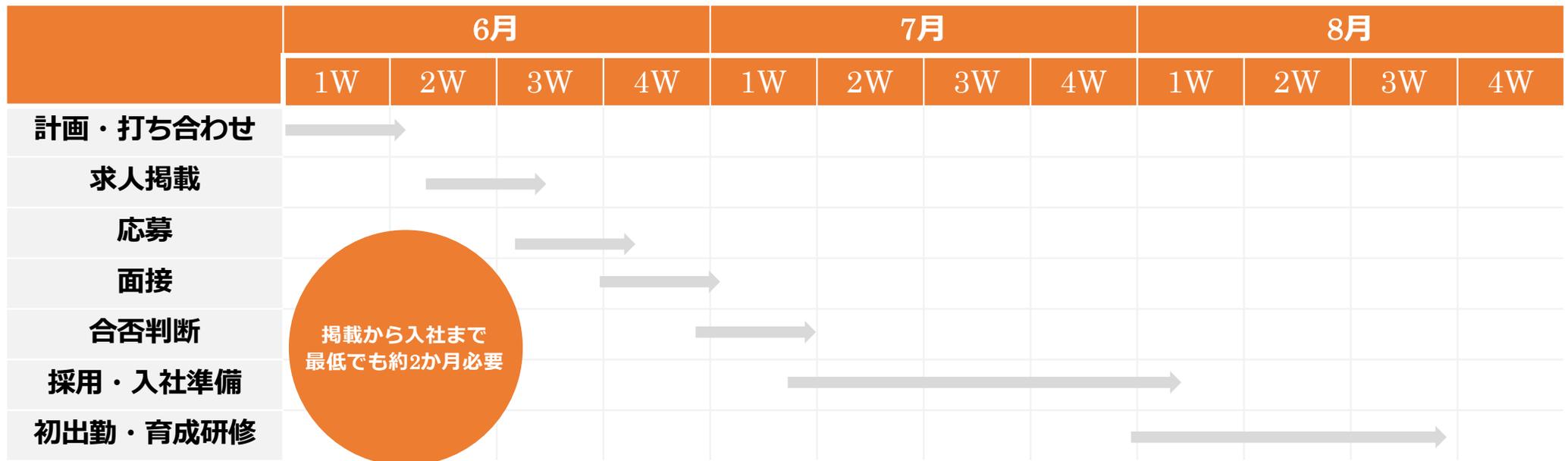
求人広告、スカウト、エージェント、リファラル採用、SNS採用などそれぞれに強みがある採用手法をどう使うのか大筋に見当をつけておく。

各種採用方法のメリット・デメリット

採用手法	特徴	想定料金	メリット	デメリット
求人広告	求人媒体に情報を載せる	20～180万円	<ul style="list-style-type: none"> 母集団形成しやすい 複数採用でも料金一定 	<ul style="list-style-type: none"> 採用数が0でも料金発生 他社の情報に埋もれる可能性
クリック課金	求人情報クリック回数で費用発生	0円～	<ul style="list-style-type: none"> コストを最小限に抑えられる 課金によって上位表示可能 	<ul style="list-style-type: none"> 独自アルゴリズムで順位が決められるため、都度改善が必要
就職・転職イベント	イベント参加者への直接アプローチ	50～150万円	<ul style="list-style-type: none"> 直接話せるため社風が伝わる 一度の多くの求職者と会える 	<ul style="list-style-type: none"> 担当者のトークスキルが必要 各種セットにコストがかかる
人材紹介	人材紹介サービスに登録している求職者を紹介してもらえる	採用人材の理論年収の約35%	<ul style="list-style-type: none"> 求める人材と効率よく会える 採用に至るまでのコスト0 	<ul style="list-style-type: none"> 採用成功時にコスト割高 母集団形成のノウハウ蓄積難
ダイレクトリクルーティング	自社にマッチした人材を企業自らが探す	約10万円	<ul style="list-style-type: none"> 直接アプローチで無駄がない 紹介よりも成果報酬が低い 	<ul style="list-style-type: none"> スカウト準備に時間がかかる 採用難易度が高い傾向
リファラル採用	社員に友人や知人を紹介してもらう	無料	<ul style="list-style-type: none"> 価値観の合う人材を採用可能 コストがかからない 	<ul style="list-style-type: none"> 短期間で母集団形成難 社員と非紹介者の関係配慮
SNS採用	SNSを通して転職潜在層を含む、不特定多数にアプローチ	無料	<ul style="list-style-type: none"> コストがかからない 認知度アップが期待できる 	<ul style="list-style-type: none"> すぐには効果が得られない 継続的な運用に人的コスト
オウンドメディア	自社が保有するサイトやブログで情報発信	既があれば無料 新規立ち上げは約50万円	<ul style="list-style-type: none"> 自社の魅力を自由に発信可能 転職潜在層にもアプローチ 	<ul style="list-style-type: none"> コンテンツ制作に時間かかる 即効性はない

2-5.採用スケジュールの策定

事業計画の観点から、いつまでに人材が入社し、活躍している必要があるのかをイメージして、やるべきことを逆算していく。



計画作成のポイント

- 1.採用後、育成研修が一通り終わるタイミングを「ゴール」として計画を立てる。
- 2.求人及び面接に必要な期間は、最低で1か月、入社して活躍するまでは2か月を見積もっておく。

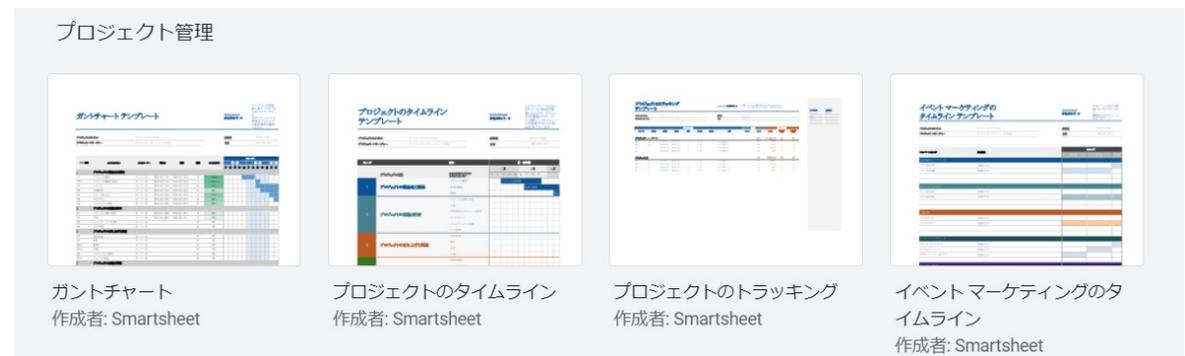
2-6. 採用計画、スケジュールを可視化する

関係者全員が「いま、誰と、何をしているのか」あるいは「すべきなのか」を可視化して管理する。

Microsoft Excel



Google スプレッドシート



採用活動は、タイミングを逃すとそれまでの苦労が水の泡になる仕事です。各社が出している採用プロジェクトのタスクや進行を可視化し、管理するツールがあり、Excelやgoogleスプレッドシートにも採用管理に使えるテンプレートが、様々用意されています。**各種ツールを使って関係者が状況を可視化しておくことが必要です。**

3.採用計画を立てた後 に行うべきこと

「計画はできたけれども次は何をしたら？」

「あとはやるのみ。でも何か気を付けることはある・・・？」

採用計画が出来た後のタスクとは。ここからはいかにスピード感を持って実行フェーズに移すかが勝負です。



3-1. 募集活動を実施するまでの準備編

1. 現場の社員と打ち合わせて協力を要請する



リファラル採用はもちろん、採用イベントでも面接でも現場の社員の協力は欠かせません。採用サイトやSNSの採用ページでも「先輩社員」の登場が必須です。現場に協力を求めるときは、単にその場その場で力を借りるのではなく、**採用戦略の概要を説明して「なぜあなたの力が必要なのか」をよく理解してもらいましょう。**

2. 採用サイト、SNSの採用ページのブラッシュアップ



採用ページを作ったとしてもまったく更新しなければ、候補者に企業の採用熱意を疑われてしまい、**信頼の低下に繋がります。**採用ページは採用ブランディングのために欠かせないツールです。採用ページのコンテンツの切り口は無限です。「先輩社員の声」だけではなく「エンジニア2年目のA君の1週間」など、エッジのきいた企画で攻めたいところです。

3. 決定した採用手法の準備



採用手法には、求人広告、人材紹介、ダイレクトリクルーティング、リファラル採用など、さまざまなものがあります。就職イベントへの参加やオウンドメディア、SNSによる採用も採用手法の1つです。採用計画でどの手法を使うか（組み合わせるか）の概要があったとしても、**肝心なのはそれを「どう使うか」。**採用会社の担当者に最近の動向を聞き、前年度の実績をもとに、使い方のブラッシュアップを心がけましょう。

3-2. 募集活動を実施する

4. 募集活動を行う



採用手法が決まったら、「募集要項作成」や「ダイレクトスカウト」を使った募集活動に取り組みましょう。募集要項には、必要なスキルや経験をMust（必要事項）とWant（歓迎事項）に分け、**欲しい人材像の解像度を高めるように**しましょう。また、組織の目指すビジョンとミッションを明示し、自社カルチャーへの理解を促すことも大切です。

5. 選考を行う



一般的に、応募があったら次のステップは選考になりますが、**こちらからスカウトした場合や候補者の志望度によっては、「カジュアル面談」からはじめるなど、接点の持ち方は柔軟に対応しましょう。**カジュアル面談とは、お互いを良く知るために情報交換の場としてコミュニケーションをとる機会のことです。企業側のメリットとしては、転職意思のない層にもアプローチできる、自社の魅力をアピールできる、ミスマッチを防げるという点があげられます。

6. 内定・入社フォロー



辞退を防ぐためにも、選考中そして内定後のフォローは重要です。**候補者の疑問や不安を解消するためには、候補者が欲している情報を隠さずに開示し、会社の“リアル”をそのまま見せることが大切です。**また、候補者が抱えている「働くことへの問題や課題を」、自社では解消できることをイメージさせることで、志望度をあげられます。

4. まとめ

事業計画をもとに採用計画を立てて
計画に基づいて採用活動を行うことが成功への近道です。



- 採用計画は人事部だけで立てずに、経営層・現場の責任者へのヒアリングをもとに立てましょう。
欲しい人物像のペルソナや、自社の課題を明確にして採用戦略を立てましょう。
- 採用に必要な人数を明確にした後に、雇用ポートフォリオ戦略を立てて、必要な人材の要件を明確にしましょう。そのうえで、採用手法・スケジュールを策定し、関係者で共有しましょう。
- 採用計画を立てたあとは現場社員に協力を依頼し、各種サイトをブラッシュアップを行いましょう。準備を行い、募集活動を行い、選考を行います。内定・入社フォローもしっかりと行いましょう。

採用コスト
50%削減

人事の採用負担
80%削減

採用のプロが
採用業務を伴走

私たちミライズアップは、HR領域で貴社をサポートできるサービスを展開しています。



プロがスカウトした最適な人材をご紹介します
「ダイレクトリクルーティングサービス」



人事業務のリソースや知識がないなどのお悩みに対して、解決をお手伝いするサービス

人材スカウトもお任せの時代へ！

外部<Youtube>にリンクします。

※上記サービス紹介動画のように採用に関する動画を制作するサービスもございます！



[【まるっと制作】](#)

検索



問い合わせ先

TEL: 03-5925-8541 (対応時間 平日10:00~19:00)

Mail: prohunting@mirise-up.co.jp

Mirise up株式会社

代表取締役社長 上田 啓太