

株式会社Axivate

応募ゼロを脱却する 採用戦略

求人媒体ではなく、“伝え方”を変えるだけで
人が集まる理由

目次

はじめに

第1章 採用難の本質的な原因とは？

第2章 なぜ「求人広告」だけでは人が集まらないのか？

第3章 求職者の心を動かす「ありのまま」の情報とは？

第4章 理念共感で採用が変わる

——ミスマッチを防ぎ、辞めない人材が集まる仕組み

第5章 「求人票で終わらせない」共感の採用設計

——動画・SNS・現場発信の力

第6章 無料相談のご案内

——一緒に“伝え方”を変えていきませんか？

まとめ

はじめに



「求人広告に100万円以上かけても、応募が1件も来なかった」
そんな嘆きを、私はこれまで何度も中小企業の経営者の方から聞いてきました。
社員数100名以下の会社にとって、人材採用は「会社の未来を左右する最重要課題」です。
にもかかわらず、求人媒体に掲載しても反応が薄い、応募が来てもすぐに辞めてしまう——そんな状況に陥っている会社は少なくありません。

なぜ、このようなことが起こるのでしょうか？

それは、多くの企業が「どの媒体に掲載するか」ばかりに目を向けてしまい、「何を、どのように伝えるか」を深く考えられていないからです。

求職者が本当に知りたいのは、給与や待遇だけではありません。

「どんな人と働くのか」「社長はどんな想いで会社を経営しているのか」「自分はここで成長できるのか」——こうした“ありのままの情報”です。

しかし、その肝心な部分が求人票に書かれていないために、会社の魅力が伝わらず、結果として応募が集まらないのです。

本レポートでは、

- 中小企業がなぜ求人に失敗してしまうのか
- 求職者が求めている「ありのままの情報」とは何か
- 理念や価値観を軸にした“共感採用”の方法
- 求人票に頼らず、動画・SNS・現場発信を活用する実践法

といったテーマについて、順を追って解説していきます。

そして最後に、私自身が取り組んでいる「理想の人材を、長期的に社長と一緒に見つけていく採用サポート」についてもご紹介します。
もしあなたが、これまで求人広告に多額の費用をかけても成果が出なかったとしたら、このレポートを読み進めることで「採用の本質」が見えてくるはずです。

あなたの会社が、未来を共に築いていける“理想の仲間”と出会えることを願っています。

第1章 採用難の本質的な原因とは？



「求人を出しても応募が来ない」

そんな悩みを抱える中小企業の経営者は少なくありません。

求人媒体に100万円単位の広告費を投じたにもかかわらず、1件の応募もなかった……そんな嘆きの声も珍しくありません。では、なぜこんなことが起きるのでしょうか？

まず前提として、現在の日本は「超・売り手市場」です。

厚生労働省の「一般職業紹介状況」によれば、2024年時点の有効求人倍率は全国平均で1.27倍。

つまり、1人の求職者に対して1.27件の求人がある計算になります。これは、求職者が“選ぶ立場”にあることを意味しています。

特に中小企業の場合、大手と同じ土俵で勝負をするのは非常に困難です。給与や福利厚生、知名度、ブランド力など、どうしても「見た目」で劣って見えてしまいがちです。

加えて、少子高齢化によって労働人口は年々減少し、若年層の採用競争は熾烈さを増しています。

さらに、若手人材の価値観にも変化が起きています。

彼らは単に「安定」や「高収入」を求めるのではなく、「やりがい」や「共感」を重視する傾向にあります。

リクルートの調査でも、20代求職者の約7割が「企業理念や雰囲気」を重視すると回答しています（※参考：リクルートキャリア調査2023）。

つまり、求人広告を出せば人が集まる時代は終わったのです。

これからの時代に必要なのは、“**選ばれる会社**”になること。

そしてその鍵を握るのが、「会社の内側からにじみ出る魅力」、つまり“ありのまま”の姿です。

採用がうまくいかない理由は、単に「媒体選びのミス」や「タイミングの悪さ」ではなく、会社の魅力が伝わっていないことにある

——まずはここに気づくことが、理想の採用への第一歩となるのです。

第2章 なぜ「求人広告」だけでは人が集まらないのか？



「どこの媒体を使えば人が集まりますか？」

これは多くの経営者や採用担当者からいただく質問です。

確かに媒体の選定は重要ですが、それ以上に大切なのは“何を伝えるか”です。
なぜなら、今の求職者は「求人広告を見て即応募する」という行動を取らなくなっているからです。

たとえば、ある20代の求職者の典型的な行動を見てみましょう。

1. 求人サイトで気になる会社を見つける
2. 企業名を検索し、公式HPやSNSをチェック
3. 社員の雰囲気や職場写真、理念を確認
4. Google口コミやX（旧Twitter）などで第三者の声を探す
5. そこで不安を感じたら、応募をやめる

彼らにとって、求人票だけでは会社の“リアル”は伝わりません。
単なる数字や定型フォーマットの情報では、「ここで働く自分の姿」をイメージできないのです。

エン・ジャパンが行った求職者調査によると、求人情報を見る際に「仕事内容が詳しく書かれていることを重視する」と答えた人は89.9%にものぼります。さらに、同社の別調査では、転職活動をしている人の89.1%が企業の口コミを確認しているという結果も出ています。

出典：エン・ジャパン 採用をデザインするブログ

https://saiyo.employment.en-japan.com/blog/company-review?utm_source=chatgpt.com

第2章 なぜ「求人広告」だけでは人が集まらないのか？



これらのデータは、求職者が求人票だけでは不十分と感じており、外部情報やリアルな声を求めていることを示しています。それでも多くの中小企業は、求人票に「業務内容・勤務時間・給与」だけを並べ、他社とほぼ同じフォーマットで掲載しています。

求職者から見れば、それは「どこも同じにしか見えない」状態です。

「大手媒体に載せているから安心」
「文字数を多くすれば伝わるだろう」

こうした“媒体依存”や“文字数信仰”では、もはや人は集まりません。

求職者にとって大切なのは、「この会社に入ったら、自分はどんな人生を歩めるのか？」という未来のイメージです。つまり、給与や勤務時間だけでなく、

- どんな仲間と働くのか
- どんなスキルや経験が得られるのか
- どんな成長のストーリーを描けるのか

といった要素を伝えなければ、心に響きません。

求人票は、応募の「きっかけ」にはなりますが、最終的に応募の決め手となるのは 求人票以外の情報発信です。必要なのは、“媒体を変える”ことではなく、“伝え方を変える”こと。この発想の転換こそが、中小企業の採用成功の分岐点となるのです。

第3章 求職者の心を動かす「ありのまま」の情報とは？



これまで、多くの中小企業の求人に共通して足りていなかったのは、“リアル”な情報です。
業務内容や待遇の説明はあっても、実際に働く現場の雰囲気、社員の人柄、社長の想い、チームの関係性といった“肌感覚で伝わる情報”が圧倒的に不足していました。

求職者は、
「安心できる職場か」「ここで自分はやっていけそうか」

を確認するために、会社の“空気感”を知りたがっています。
これは数値ではなく、エピソードや写真、動画など感覚的に伝わるものでしか判断できません。

たとえば、ある介護施設では、入居者との関係性や日常の小さな出来事をショート動画にまとめてSNSに発信したところ、それを見た求職者が「涙が出るほど感動しました。こんな職場で働きたいと思いました」と応募してきた事例があります。彼女は他の求人票もたくさん見ていたそうですが、「どこも同じようなことしか書いていない」と感じ、踏み出せなかったと言います。

また、別の製造業の会社では、社長と若手社員が和やかに話しているインタビュー動画をホームページに掲載したところ、「動画を見て、この会社には温かさがあると感じた」との理由で応募がありました。

求職者の多くは、「共感したから」「雰囲気が自分に合いそうだから」「価値観が似ていたから」といった“感情の動き”があって初めて応募の行動に至るのです。

これは、マーケティングで言う「感情トリガー（Emotion Trigger）」と同じ構造です。

第3章 求職者の心を動かす「ありのまま」の情報とは？



一方で、こうした情報発信に対して

「うちなんか、見せるようなことないよ」
「動画とか恥ずかしいし、スタッフが嫌がるのでは？」

という不安の声もよく聞かれます。

でも実際には、「うちは普通の会社だけど、その“普通”に共感してくれる人がいた」という事例が多くあります。

つまり、“取り繕った魅力”よりも“正直な日常”のほうが人の心を打つのです。

さらに、求職者のアンケートでも「応募の決め手はどんな情報だったか？」という問いに対して、以下のような回答が多く見られます（※筆者ヒアリング調査より）。

- 社長の考え方や社員との距離感が見えた
- 働いている人の表情が良かった
- 嘘をついていない感じがした
- いい意味で飾っていなくて安心できた

つまり、「共感できるストーリー」と「嘘のない空気」が伝わることで、応募へのハードルは大きく下がるのです。

第4章 理念共感で採用が変わる

——ミスマッチを防ぎ、辞めない人材が集まる仕組み



「せっかく採用しても、すぐに辞めてしまう」

これは中小企業にとって、大きな悩みのひとつです。

辞めた理由を聞くと、

「思っていた職場と違った」

「雰囲気が合わなかった」

など、“価値観のズレ”が根本にあることが多いです。

そこで今、注目されているのが「理念共感型の採用」です。

スキルや経験ではなく、**会社の考え方やビジョンに共感した人**を採用することで、定着率を高め、組織に一体感を生み出す方法です。

たとえば、ある福祉施設では、採用前に必ず「理念面談」を行います。

この面談では、施設の立ち上げ時の苦勞、なぜこの仕事をしているのか、どんな人と働きたいか——そうした“熱い思い”を社長自ら語ります。この取り組みを始めてから、「入社後に価値観が合わない」という理由で辞める人がほとんどいなくなったそうです。

理念共感が強いほど、社員は「自分の役割に意味を感じる」ようになります。

自分の仕事が、会社のビジョンとつながっている。

そう実感できたとき、人は“指示されなくても動ける存在”に変わります。

また、面接時にも「理念共感」を軸にした質問を取り入れることで、ミスマッチを防ぐことができます。

第4章 理念共感で採用が変わる

——ミスマッチを防ぎ、辞めない人材が集まる仕組み



- 当社の理念を読んで、どの部分に共感しましたか？
- あなたがこれまでに感動した仕事の経験は？
- 仕事を通して、どんな価値を届けたいと思っていますか？

こうした質問は、単なる「志望動機」よりも深い部分を知ることができ、応募者本人にも「本当に自分に合う職場か」を考えるきっかけになります。

実際、ある建設会社では「理念に共感しなかった人はどんなにスキルがあっても採用しない」と決めています。その結果、少数精鋭ながらもチームワークが良く、社員定着率が非常に高くなっています。

また、理念を言語化できていない場合でも安心してください。大切なのは、完璧な言葉よりも「伝えようとする姿勢」です。

- 「どうしてこの事業をやっているのか」
- 「どんな人と一緒に働きたいのか」
- 「将来、どんな会社にしていきたいのか」

こうした想いを社長自身の言葉で伝えることが、理念共感の第一歩になります。ミスマッチの多くは、情報の非対称性から生まれます。理念をきちんと伝え、共感した人を迎える。この採用スタイルこそが、結果として「辞めない採用」へとつながっていくのです。

第5章 「求人票で終わらせない」共感の採用設計

——動画・SNS・現場発信の力



前章まででお伝えした通り、今の求職者は「会社のリアルな姿」を求めています。
そのため、求人票だけで採用を完結させる時代は終わりました。

現代の採用において必要なのは、「求人票 → 興味 → 検索 → 共感 → 応募」という流れを設計し、“共感のストーリー”で囲い込むことです。
そして、それを実現するための最強のツールが、「動画」や「SNS」、「現場の声の発信」です。

■ なぜ“動画”が採用に効くのか？

動画は、文字や写真では伝わりにくい「雰囲気」「空気感」「人柄」を直感的に伝えることができます。
たとえば、以下のような動画コンテンツが非常に効果的です

- 社長メッセージ（創業ストーリーや社員への想い）
- 社員インタビュー（仕事のやりがい・入社理由）
- 1日の仕事風景（ルーティン・現場の流れ）
- イベントや日常の様子（社内の雰囲気）

実際、ある飲食企業では「社員紹介のショート動画」をInstagramで発信したところ、1本の動画が2万回再生され、それを見て応募した若者が「動画の社員さんが自分に似ていて、働くイメージが持てた」と語っています。

第5章 「求人票で終わらせない」共感の採用設計

——動画・SNS・現場発信の力



■ SNSとホームページの連動で「信頼」をつくる

動画を中心に、日々の発信を行うならSNSは欠かせません。
特に、以下のようなSNSとの連動が効果的です

- Instagram → 写真＋短文＋ストーリーズで職場の日常を発信
- YouTube Shorts / TikTok → 動画で“空気感”を伝える
- X（旧Twitter） → 社長の想いや価値観、採用への考えを発信
- note → 社員インタビューや経営の舞台裏など、文章で深く届ける

こうしたSNS発信が、求人票で生まれた「ちょっと気になる」という感情を、「共感して応募してみたい」に育ててくれるのです。
また、自社のホームページや採用サイトにもSNSの埋め込みを行い、
「どこを見ても同じ想いが伝わる」状態をつくることで、統一感と信頼感が生まれます。

■ 「現場発信」こそが、最大の共感エンジン

実は、求職者の心を一番動かすのは「現場のリアルな声」です。

- 現場スタッフが笑顔で挨拶している動画
- ベテラン社員が新人を支える様子の写真
- 「最初は不安だったけど、今は毎日楽しいです」というコメント

こうした“主役が社員”のコンテンツは、「私にもできそう」「この会社なら安心かも」という感情を生み出します。
もちろん、最初からクオリティの高い動画やSNSを作ろうとしなくても大丈夫です。まずは、スマホで撮った自然な日常風景でも構いません。
大切なのは、「飾らない、ありのままの姿を伝える」こと。これこそが、応募者に響く最大の武器なのです。

第6章 無料相談のご案内

—— 一緒に“伝え方”を変えていきませんか？



ここまでお読みいただき、ありがとうございます。
もし、あなたが今、

「求人広告にお金をかけても人が来ない」
「どんな発信をしたらいいのか分からない」

とお悩みなら、少しだけお時間をください。

私の仕事は、求人広告を売ることはありません。
また、「辞めない組織を作る」ための人事コンサルタントでも、「人を紹介する」人材紹介会社でもありません。

私が行っているのは、社長が本当に求めている“理想の人材”を採用するための、長期的なサポートです。
たとえば、「1人辞めたから、とりあえず1人入れたい」といった短期的な補充ニーズには、正直、私は向いていません。
なぜなら、その場しのぎの採用では、またすぐに辞めてしまう可能性が高いからです。

それよりも大切なのは、1年後、3年後、会社の未来を一緒に創っていける“仲間”を見つけること。

そして、その“仲間”に出会うためには、
あなた自身や会社が「どんな思いで事業をしているのか」「どんな価値観を大切にしているのか」を、
しっかり伝える必要があります。

第6章 無料相談のご案内

—— 一緒に“伝え方”を変えていきませんか？



そのために私が行っているのが、

- 求人票や採用ページの企画・ライティング
- 社長や社員へのインタビュー取材
- 採用動画やSNS活用のサポート
- 理念・価値観の言語化と発信支援

など、会社の「伝える力」を磨き、共感してくれる人材に届ける仕組み作りです。

表面的なテクニックや媒体選びではなく、“根っこ”の部分から採用を変えていく支援をしています。

■ こんな社長さんは、ぜひご相談ください

- 理念やビジョンに共感して働いてくれる人を採用したい
- 長く働いてくれる人、チームとして成長できる人材を迎えたい
- 採用に予算をかけたのに、成果が出なくて悩んでいる
- どんな内容を発信すれば応募が増えるのか分からない
- 採用に本気で取り組みたいが、時間や知識が足りない

もし、少しでも当てはまるものがあれば、まずはお気軽に「無料相談」をご利用ください。

相談したからといって、無理にサービスを勧めたりはしません。

まずは、今の課題を一緒に整理して、必要なことを明確にするところから始めましょう。

第6章 無料相談のご案内

—— 一緒に“伝え方”を変えていきませんか？



■ 無料相談のご案内（約45分）

- 内容：現在の採用状況のヒアリング／課題の整理／方向性のアドバイス
- 対象：中小企業の経営者、採用責任者の方
- 方法：Zoomもしくは対面（地域によって応相談）
- 費用：無料（1社につき1回限り）
- 申込方法：ページ下部の「無料相談フォーム」またはお電話にて受付中

最後までお読みいただき、ありがとうございました。
もし、あなたが

「本気で会社の未来を変える人材と出会いたい」

とお考えなら、その第一歩として、ぜひお話を聞かせてください。

“理想の仲間”と出会うための採用は、発信の仕方から変わります。

あなたの会社の魅力を、もっと多くの人に伝えるために——。
一緒に、採用の在り方から変えていきませんか？

まとめ



本レポートでは、

「求人広告に頼っても人が来ない」という中小企業が直面している課題を取り上げ、その解決の鍵が“媒体選び”ではなく“伝え方の設計”にあることをお伝えしてきました。

多くの中小企業は、

「どの求人媒体に載せるか」「何文字で求人票を書くか」ばかりに意識を向けてしまいがちです。

しかし、求職者が本当に知りたいのは、会社のリアルな姿——経営者の想い、社員の人柄、働く現場の雰囲気——です。

だからこそ、これからの採用には以下の3つの視点が不可欠です：

1. 会社の価値観・理念を言語化し、発信すること
2. 動画・SNS・現場の声を通じて“共感のストーリー”を届けること
3. 短期的な人数合わせではなく、長期的に会社の未来を共に創る仲間を探すこと

求人票は入口にすぎません。

そこから、会社の姿をより深く伝えるストーリーを描き、共感してくれる人材とつながる仕組みを作ることで、採用は大きく変わります。

最後に、私自身のスタンスを改めてお伝えします。

私は「求人媒体を売る人」でも「人材を紹介する人」でもありません。

私の役割は、社長と一緒に、会社の未来を担う理想の人材を長期的に見つけるサポートをすることです。

もしあなたが、これまでの採用で「広告費をかけても成果が出なかった」「会社の想いをどう伝えればいいのか分からない」と悩んでいるなら、ぜひ一度ご相談ください。

一緒に、“伝え方”を変えるところから採用の仕組みをつくり、あなたの会社にふさわしい仲間と出会っていきましょう。