

図表1：インターネット利用時間シェア PC vs. スマートフォン 2015年7月



視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長兼COO：宮本淳）は、スマートフォン視聴率情報Nielsen Mobile NetView（ニールセン・モバイル・ネットビュー）、および、PC版インターネット視聴率情報Nielsen NetView（ニールセン・ネットビュー）のデータをもとに、「Eコマース」のPCとスマートフォンからの利用時間に関する最新動向を発表しました。

モバイルフレンドリーではありません

このページがモバイル対応ではない理由

- テキストが小さすぎて読めません
- リンク同士が近すぎます
- モバイル用 viewport が設定されていません
- コンテンツの幅が画面の幅を超えています

このページは Googlebot にどのように見えていますか

このページで使われている 17 件のリソースが mobilebot でブロックされているため、広告とスクリプトが正しく動作する可能性があります。リソースの Googlebot へのブロックを解除する方法をご確認ください。

➤ リソースを表示



このページをモバイルフレンドリーにしましょう

このサイトを作成した方法を以下から選択してください

CMS を使用した
WordPress や Joomla のようなソフトウェアを使用。
[調べ](#)

第三者に作成してもらった
第三者に作成を依頼した。デベロッパーと連携するうえでこのアプローチが有効。
[調べ](#)

自分で作成した
自分で作成した。コーディングの方法を理解している。
[調べ](#)

Google ウェブマスター ツールを使用していますか?

ウェブマスターツールアカウントにログインして、サイトのどれだけのページがモバイルに対応しているかを確認してください。

100 / 100 ユーザー エクスperiエンス

✓問題は見つかりませんでした。

viewport の設定

ページに端末のサイズに一致する viewport が設定されており、すべての端末でページが適切にレンダリングされるよう設定されています。**viewport の設定の詳解**をご覧ください。

コンテンツツのサイズを表示欄に合わせる

ページのコンテンツは表示欄に合っています。詳しくは、**コンテンツツのサイズを表示欄に合わせる**をご覧ください。

コンテンツツを固定するアプリインストール インスタンススタイルを使用しない

このページでは、多くのコンテンツツを固定するアプリインストール インスタンススタイルは使用されていないようです。アプリインストール インスタンススタイルを選択しないことの重要性について詳解をご確認ください。

タップ ターゲットのサイズを適切に調整する

ページのリンクが小さすぎて、ユーザーがタッチスクリーンで簡単にタップするのに十分なサイズです。詳しくは、**タップターゲットのサイズを適切に調整する**方法についてのページをご覧ください。

プラグインを使用しない

このページではプラグインが使用されていません。もしもプラグインが利用されていると、多くのプラットフォームでコンテンツが利用できないようになってしまいます。詳しくは、**プラグインを使用しない**理由の重要性に関する説明をご覧ください。

判読可能なフォント サイズの使用

ページのテキストは判読可能です。読みやすいフォント サイズの使用の詳解をご覧ください。



The screenshot shows a mobile browser interface with the search bar at the top containing the text 'ferret'. Below the search bar, the text 'Webマーケティングに強くなる' is visible. The main content area displays a search result for 'ferret' with a small image of a ferret and the text 'ferret - 動物の図鑑'. The bottom of the screen shows a navigation bar with icons for home, search, and other functions.

■ 求職者が求める情報とは

会社の雰囲気

入社後の将来像

■ 採用サイト基本コンテンツ

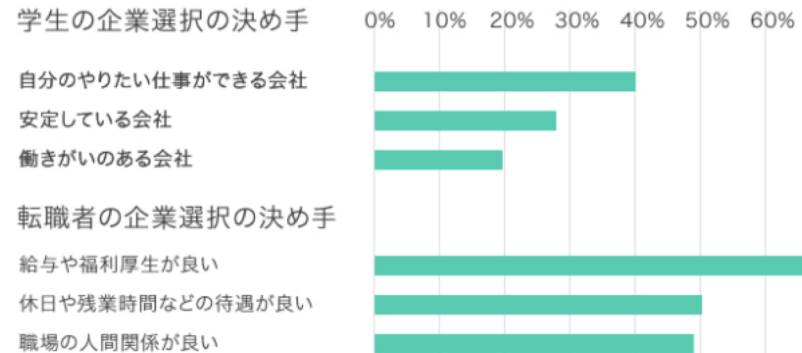
- キービジュアル
- 社員インタビュー
- 代表メッセージ
- 企業ビジョン
- 会社概要
- 事業紹介
- 企業文化・カルチャー
- 新入社員体験動画(差別化要素)
- 技術向上の仕掛け(差別化要素)
- 研修/人材育成制度(差別化要素)
- インターンシップ紹介
- 募集事項



やってみよう!



自社の採用コンテンツのチェックをしましょう!



※それぞれ調査が別で、調査期間・調査人数・集計方法は異なりますが、内容を分かりやすくするために一つのグラフにまとめています。詳しい調査結果は参照元をご覧ください。

採用サイト事例

<https://mtame.jp/article/2017/07/28/278>

- その人の顔写真と名前
- 自然とインタビューの雰囲気が伝わる写真
- 担当業務とそれに対する思い
- 自分なりに大切にしていること
- 今後のテーマ
- その人の一日(差別化要素)
- プライベート(差別化要素)

■採用もマーケティング理論と同じ視点が重要

販売促進などのマーケティング活動で一番重要なことは「誰に」というターゲットの設定をすることであり、より明確であることがその成否を決めます。

採用活動においても漠然とした対象者に向けて告知をする時代は終わりました。

インターネットの普及により採用活動もマーケティング視点が不可欠になってきています。

御社の求める人材像は？

★自社内の社員さんの中から採用モデルを選ぶことで設定できます。

ペルソナ作成例：HR NOTE 編集部の求める人物像

	【エピソード】 大学時代はフットサルなどスポーツサークルに複数所属。アルバイトは接客販売系のアルバイトを転々とする。就職活動は「成長できるか？」と「誰と働くか？」を重視し人材系ベンチャー企業に内定。2年間営業に従事した後Webに関する知識を深めたいと思い転職。web広告の営業に3年従事。中小、大手広告代理店と幅広くwebプロモーションの打ち合わせや折衝業務をおこなう。自分自身のWebサイトの運営、プロモーションをしてみたいという想いが強くなり、転職を考え出している。 休日はスポーツやショッピングなどアクティブな行動をとるが、出不精な側面もあり自宅でネットサーフィンや漫画、スマホゲームに没頭するときもある。
【個人の情報】 年齢：30歳 業種：ネット広告 企業：従業員数500名、売上100億円 部署/役職：営業部、役職なし 居住地：東京都新宿区在住	【現在の仕事の役割】 ・業務内容 Web広告枠の販売、プランニング、出稿管理、分析業務など ・仕事への思い 会社から与えられた数字目標に対してどのように達成するか、担当クライアントの利益にどう貢献できるかそれだけを考え、日々ガムシャラに業務を遂行。
【デジタルプロフィール(よく使うツール)】 ・facebook ・2ちゃんねる ・SmartNEWS ・はてなブックマーク	【将来の仕事のゴール】 Web広告の知識・ノウハウを身につける。 将来的にWebサイトのディレクションをおこなえるようになる。

やってみよう!

★どんな価値観をもっている
人材像なのかが一番重要



やってみよう!

Value cardで深層心理を明確にしていきましょう!

■一貫した採用シナリオをつくる

採用ツールを制作する際に重要になることとして、ターゲットに対して最も響く採用Concept=採用キャッチからその他のコンテンツに一貫性を持たせることです。

経営理念・行動指針



採用ターゲットというフィルター



わかりやすい言葉で表現



全体のトーンをあわせる



やってみよう!

採用キャッチを考えてみましょう?



採用ブランディング効果を高めるコンテンツ

<http://matome.naver.jp/odai/2132949328677520401>

■採用方法を他社と差別化する

■ペルソナにあった採用方法



出典 job.rikunabi.com

面接ナシ選考【エニッシュ】

ソーシャルアプリ・ゲームの企画・開発・運営を手掛けるenish(エニッシュ)はこのほど、2015年度新卒採用のうち「エンジニア」「ディレクター」の選考を、「実技テストのみ・面接なし」で実施すると発表。

エンジニアの実技試験は、同社のエンジニアから出題された、プログラミングに関する難問を解くという課題。ディレクターの実技試験は、一番得意なゲームを実際にプレイし、自慢のテクニカルスキルを披露するというもの。



禁煙採用【星野リゾート】

旅館や温泉施設などを運営する星野リゾートグループでは、約10年程前からタバコを吸わないことを採用条件に掲げている。タバコを吸う有能な社員を肺がんで失ったことがきっかけに誕生した。それ以来、禁煙は「作業効率」「施設効率」「職場環境」の要素において企業競争力を向上させるという考えのもと喫煙者の採用を行わないこととしている。喫煙者の場合は、入社時にタバコを断つことを誓約する。

■採用後の制度を明確に打ち出す

挑戦できる環境

自ら挑戦する機会、自らキャリアを選んだり、自ら学ぶ意欲を支援するなど、サイバーエージェントならではの諸制度で社員の成長をサポートしています。

CAJJプログラム

サイバーエージェント (CyberAgent) 事業 (Jigyo) 人材 (Jinzai) 育成プログラムの略称で、事業育成と人材育成を目的としたプログラムです。利益規模やサービス規模などにより事業のフェーズを10段階に分け、昇格や撤退基準を明確にすることで事業を拡大させる仕組みです。それと同時に、少数の社員に立ち上げから運営まで全面的に事業を任せることで、経営者・ビジネスリーダーの育成も図っています。

あした会議

経営陣を中心としたチームで、サイバーエージェントの「あした (未来)」に繋がる新規事業案をトーナメント方式で競います。年に2度開催し、この会議から毎回複数の事業立ち上げが決定しています。



- キャリアモデルを明確に
- ネーミングが重要

採用方式とキャリアパスのネーミングを考えてみましょう!