求人掲載のポイント【基本編】

求人票で伝えるべき5つのポイント

企業の魅力が伝わる求人情報を掲載しましょう

求人票は、仕事内容や待遇だけでなく、企業の魅力を伝える大切なツールです。仕事内容や職場の雰囲気、求める人物像を具体的に伝えることが、企業の魅力を伝える第一歩です。

ポイント 1　仕事内容を具体的に書く

「一般事務」「営業」だけでは、具体的な仕事内容は十分に伝わりません。求職者が「自分にもできそう」と感じられるように、仕事内容はできるだけ具体的に記載しましょう。

記載するとよい項目

- ✓ どんな業務を担当するのか
- ✓ 一日の仕事の流れ
- ✓ 入社後に任せたい仕事
- ✓ 使用する機器・ソフト

具体例

✖ 良くない例

仕事内容

◆営業スタッフ募集
・既存顧客への営業
・見積書の作成
・電話対応

仕事内容は書かれているものの
実際に働く姿まではイメージできません

○ 良い例

仕事内容

◆営業スタッフ募集
既存のお客様への訪問が中心です。 担当エリアは福島市・伊達市。 飛び込み営業や新規開拓はありません。
入社3か月は先輩社員が同行します。未経験でも安心してスタートできます。

入社後の仕事内容や働く様子が
イメージできます

仕事内容を具体的に伝えることで、求職者が働く姿をイメージしやすくなり、応募や入社後のミスマッチ防止につながります。

ポイント 2　給与・休日・福利厚生は具体的に

求職者は、給与や休日、福利厚生などの待遇面も重視しています。
応募後の認識の違いを防ぐためにも、給与や休日、福利厚生などの条件は、できるだけ具体的に記載しましょう。

記載するとよい項目

- 給与
- 年間休日
- 手当
- 福利厚生
- 自社独自の制度

具体例

✖ 良くない例

給与

210,000円～230,000円

給与の内訳や支給条件が
分かりません

○ 良い例

給与

基本給：210,000円～230,000円
※時間外勤務手当は別途支給

給与の内訳や支給条件が
明確に伝わります

待遇を具体的に示すことで、求職者が安心して応募を検討でき、応募後の認識の違いを防ぐことにもつながります。

ポイント 3　求める人物像を分かりやすく伝える

年齢や性別ではなく、「どのような方に活躍してほしいか」を具体的に伝えることが大切です。
求める人物像を具体的に伝えましょう。

記載するとよい項目

- どんな方に活躍してほしいか
- 活かせる経験やスキル
- 未経験でも応募可能か

具体例

良くない例

【求める人物像】
・やる気のある方歓迎
・未経験者歓迎
・明るく元気な方

表現が抽象的で
分かりにくい内容です

良い例

【こんな方を歓迎します】
・人と話すことが好きな方
・未経験者歓迎
・パソコンで文字入力ができればご応募可能です
・子育て中の方も活躍しています
【入社後のサポート】
・PC・CAD操作に不安がある方も、経験者が指導します
・ 入社後は社内・社外で研修を行います
・先輩の指導のもと実務に慣れ、資格取得にも挑戦できます

自分が応募・活躍する姿を
イメージしやすい内容です

求める人物像を具体的に伝えることで、自社に合った人材からの応募が期待でき、企業と求職者双方のミスマッチ防止につながります。

求人掲載のポイント【実践編】

企業の魅力をさらに伝えるポイント

ポイント 4　写真で職場の雰囲気を伝える

写真は、文章だけでは伝わらない職場の雰囲気や働くイメージを伝えることができます。
職場見学をするような感覚で、求職者が働く姿をイメージできる写真を掲載しましょう。

掲載がおすすめの写真

- 社屋・外観
- 作業風景
- 職場風景
- 社内設備
- 働く社員の様子

具体例

良くない例

当社の事業・魅力



本社社屋

社屋の写真だけでは、職場の雰囲気や
働く様子が伝わりにくいです

良い例

当社の事業・魅力



明るく開放的なオフィスで、社員同士がコミュニケーションを取りながら働いています。休憩スペースもあり、部署を越えた交流も活発です。製造現場では、先輩社員のサポートのもと製品の検査などを行っています。

働く環境や職場の雰囲気を
イメージしやすい内容です

※写真だけでなく、職場の特徴や働く様子が伝わる情報をあわせて紹介しましょう

職場の雰囲気が伝わる写真を掲載することで、求職者が働くイメージを持ちやすくなり、応募につながりやすくなります。

ポイント 5　企業の魅力を積極的に発信しましょう

求人票だけでは伝えきれない企業の魅力は、自社ホームページやSNSなども活用して発信しましょう。
日頃の仕事や職場の様子を継続的に発信することで、企業の魅力をより伝えることができます。

発信するとよい内容

- 日頃の仕事・社員の様子
- 社員インタビュー
- 社内イベント・取り組み
- 働きやすさを示す実績・数字
- 自社ならではの制度・福利厚生
- 研修・資格取得などの成長支援
- 職場見学・インターンシップ

具体例

良くない例

【当社について】
・アットホームな会社です
・働きやすい職場です
・社員の成長を応援しています
・子育てと仕事を両立できます

魅力は書かれていますが
具体的な根拠が分かりません

良い例

【当社の魅力】
・**平均勤続年数12年**
長く安定して働ける職場です
・**有給休暇取得率80%**
有給休暇を取得しやすい環境です
・**資格取得費用を会社が負担**
社員のスキルアップを支援しています
・**育児休業からの復帰率100%**
育休取得後も働き続けやすい環境です
・**残業は月平均10時間**
仕事とプライベートを両立しやすい環境です
・**社員インタビューや日々の仕事風景も発信**
採用HP・SNSで働く社員や職場の様子を紹介しています

具体的な数字や制度、社員の様子を
伝えることで、企業の魅力が伝わります

企業の魅力を継続的に発信することで、企業への理解が深まり、応募のきっかけづくりにつながります。

掲載前に最終チェック！　求職者の視点で確認しましょう

求職者によって重視するポイントは異なります。求める人材を意識して求人情報を見直してみましょう。

若年層

働きやすさやワークライフバランスを重視する傾向があります。

確認ポイント

- 給与
- 年間休日
- ワークライフバランス
- 働きやすさ

中途採用

経験やスキルを活かせる仕事内容かどうかを重視する傾向があります。

確認ポイント

- 経験やスキルを活かせる仕事内容か
- 仕事内容を具体的にイメージできる内容

掲載前に５つのポイントをチェック！

求人票の内容

- ☐ 仕事内容は具体的に記載している
- ☐ 給与・休日・福利厚生を具体的に記載している
- ☐ 求める人物像が伝わる内容になっている

企業情報の発信

- ☐ 職場の雰囲気が伝わる写真を掲載している
- ☐ 自社の魅力や特徴が伝わる内容になっている

求職者が「ここで働く自分」をイメージできる求人情報は、応募やミスマッチ防止につながります。

掲載前にもう一度、求職者の視点で見直してみましょう。