

令和5年度 島根県採用ブランディング支援補助金



誰もが、誰かの、
たからもの。

事例集

令和6年12月
島根県商工労働部雇用政策課

はじめに

- 本事例集は、島根県の人口減少対策として、若者の県内就職を促進するため、島根県内事業者の方に採用ブランディングの取り組みについて広げることを目的として作成しました。
- 交付要綱に基づき、令和5年度島根県採用ブランディング支援補助金の活用事例を取りまとめたものです。
- 各内容は、対象企業からの報告及び照会結果を基に記載しています。
- 各取組結果は実施翌年度の途中のものであり、採用ブランディングは中長期的な取組であることにご留意ください。

■ 作成及び問合せ先：島根県商工労働部雇用政策課（TEL 0852-22-5365）



事例は令和5年度のもので、
補助対象経費上限額及び
補助対象経費は令和6年度
と異なります。

令和6年度採用ブランディング支援補助金活用の概要

令和6年度は第3回(8/20×)で募集を終了しています。

若者に島根で働く魅力を伝えるために！

採用ブランディング支援補助金

中小企業のみならず、若年者を意識した採用ブランディングの取り組みについて、経費の一部を補助します。

補助金の対象となる経費の例

要件や申請の流れは裏面をご覧ください

- 1 「ホームページの制作・改修」**
 改善POINT: 自社の強みや社内の様子をおわかりやすく！
- 2 「合同説明会ブースの改良」**
 改善POINT: 話しやすい雰囲気や魅力的に！
- 3 「採用向けリーフレットの作成」**
 改善POINT: 社内の様子や、業務内容の魅力を伝えるリーフレットを作成！
- 4 「企業PR動画の制作」**
 改善POINT: 社内の雰囲気や、おもしろい取り組みがわかる内容に！

採用ブランディング支援補助金の活用事例

採用ブランディングとは…

企業理念やビジョン、理想の社員像、職場の雰囲気など、自社の魅力や強みを戦略的に情報発信する企業の採用活動

- 1 採用したい人物像の言語化**
 応募者に伝えるため、求める人材の「条件」を明確に
- 2 企業の魅力分析**
 強みや強さを分析しながら、自社が得意とする分野を
- 3 採用ブランディング計画の策定**
 人材獲得や応募の効率化のために、採用コンテンプト策定をすすめる
- 4 採用活動の実践**
 策定した計画に基づいて、各種活動や施策を実施していきます

● 補助対象経費 (令和7年3月5日までに実施し、金額が確定しているもの)

科目	補助対象経費
委託費 (必須)	・若年者へのアピールを意識した採用ブランディングを目的に契約する外部コンサルティング費用
採用ブランディング計画に基づく以下の経費	
広報費	・採用に係るパンフレット、チラシ、各種資料等の作製費 ・自社発信のデジタル採用媒体の制作・改修費(ホームページ、SNS、動画等) ・新卒対象就活サイト登録料 ・合同企業説明会等のブース装飾品の作製費
その他経費	・その他、採用ブランディングに要する経費

● 補助率・補助上限額

補助率：2分の1(補助上限額：75万円)

新卒の採用活動に取り組んでおり、以下を全て満たすことが要件となっています。

● 補助対象要件

1	県内に事務所又は事業所を有する中小企業等であること ※みなし大企業及び過去に本補助金の交付を受けた者を除く ※資本金を持たない企業(社会福祉法人、医療法人など)は、常時雇用する従業員の数が300人以下であること
2	初任給が大学卒198千円以上又は短大卒(高専、専修学校を含む)172千円以上であること
3	法律で定められた制度以外で独自の福利厚生制度が複数あること
4	2026年以降3年間に1人以上の採用計画があること
5	2024年、2023年、2022年の新卒採用実績が採用計画数未満の年があること
6	島根県が進めている取組「しまねいきいき職場宣言」を宣言し、登録申請していること
7	コンサルティング会社と新たに契約締結し、採用ブランディング計画を策定の上、取り組むこと

※後年度、取り組み効果についての調査にご協力ください。

詳細は県HP(補助金交付要綱・公募要領)をご確認ください

採用ブランディング支援補助金活用後の事例や意識の変化（R2～R5）

具体的な取組・成功事例

- 採用フロー、インターンシップの目的が明確となり、早い段階で自社とマッチングする学生とのコンタクトが取れた。
- 学校からの問い合わせ、HP閲覧、インターンシップの問い合わせが増加。
- HP改修によりエントリー数が格段に増加。学生から企業の良い印象がよく伝わったとの声をもらった。
- ホームページの採用情報コンテンツを閲覧し、日常の業務や社内の雰囲気がよく伝わったため、応募に繋がったとコメントを頂いた。
- 中途ではあるが、自社HPを見たうえでの応募者が増加した。
- 久しぶりに大卒のエントリーがあった。
- 福利厚生の実を推し進めた（年間休日数の増など）。
- ホームページ閲覧数が伸びている。ホームページを見たとき電話の問合せや仕事内容や確認の為、会社訪問をされる方がいた。
- コンサルを受けたことで、今の就活のトレンドや若者の視点などが知れ、自社の採用活動をブラッシュアップすることが出来た。
- 従業員が積極的に広報活動に参加できるような環境をつくり、多くの従業員が参画した。その結果、社内の理念浸透を促進し、社内ブランディングを高める機会となった。

社内の意識変化

- 今後、福利厚生、環境改善を更に取り組んでいく。引き続き、企業内のキャリアアップなどを進めていく。
- 自社を見つめ直す良い機会となった。採用したい学生像が明確になった。
- 自社の求める人材が明確になり、育成方針の設定ができるようになった。
- 採用方針を作成したことで、採用に一貫性が生まれた。また、志望者とのミスマッチの軽減にもつながっていると考える。
- コンサルを受けたことで、自社の採用したい学生像がはっきりした。ターゲットとしている学生からの問い合わせも増加した。
- コンサルを受けたことで、自社の弱み（給与面等）が分かってきた。
- コンサルを入れることにより、どう動けばいいか不安で行動に移せないことが多かったが行動できるようになり、採用業務にしっかりと向き合っている。
- 職員によるプロジェクトチームを中心に取り組んだことで、福祉施設の使命や魅力について考察する機会となり、胸を張って内外に発信できる職場にしようと動き始めた。
- 学生にとっての魅力的なポイントや、入社後のキャリアをHPや、WEBの記事、そして面接などの選考中でのトークに反映できたことによって、面接官が自信を持って選考に臨んでいる。

《参考》事業実施後に見られた課題

- コロナ明けで大卒予定者のアクセス数、エントリー数が減っている。
- エントリー数は増えたが、選考に進んだ学生が0だった。途中で基本給を上げたが給与条件以外の良い待遇を検討する必要がありそう。
- ホームページをリニューアルしたが、閲覧するきっかけが少ないため思ったほど問合せ等がない。今後はSNS等を使ったより広範囲の広報活動が課題

目次

	企業名	頁
1	北陽技建株式会社	5
2	社会福祉法人愛宕会	7
3	株式会社丸田	9
4	株式会社金見工務店	11
5	有限会社キドデザイン	13
6	株式会社太陽電機製作所	15
7	大福工業株式会社	17
8	株式会社大隆設計	19
9	株式会社隠岐プラザホテル	21
10	株式会社中澤建設	23
11	株式会社CommunityCare	25
12	安島工業株式会社	27
13	昭和セメント工業株式会社	29

	企業名	頁
14	株式会社八雲ソフトウェア	31
15	有限会社トラスト・A	33
16	株式会社原工務所	35
17	島根総合設備株式会社	37
18	株式会社山海	39
19	福間商事株式会社	41
20	出雲ガス株式会社	43
21	株式会社ダイニ	45
22	秦精工株式会社	47
23	山陰開発コンサルタント株式会社	49
24	株式会社伸興サンライズ	51
25	株式会社海士	53
26	株式会社島ファクトリー	55



北陽技建株式会社 様

 島根県出雲市萩町53-2

申請時の現状・課題

- 求職者・新規学卒者へのイメージUP対策
- 文理男女問わず応募者を増やしたい
- 採用後のミスマッチを防ぐ
- 情報発信・PR力不足
- HPイメージ作りとSNSを活用した情報発信、HPから登録就活サイトへの誘導

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- コンサルティング費用
- 自社ホームページ改修費
- 採用パンフレット製作費

【工夫した点、注力した点】

- コンサルティングを受け、変更前HPについて他社との比較など外部目線で問題を指摘してもらえたことが大きい。
- HPにリクルート専用ページを作成し、若手社員インタビューや仕事内容などを掲載した。
- 社内情報を随時更新できるようにした。
- 社屋を新築したことで、労働環境も改善された。

効果（事業実施前比較） R6.7.22時点

1. HP 閲覧数
5548 → 5253
(一人当たりの閲覧ページが2.72→4.77となった。
2024年2月UP)
2. 問い合わせ数
0 → 0
3. エントリー数
15 → 10

効果・所見

- ✓ HPの更新が2025年卒には遅かったと感じた。閲覧ページ数は前年よりUPしている。
- ✓ 以前からマイナビを活用しているがコロナ明けで大卒予定者のアクセス数、エントリー数が減っている。今後は更に手法を変えて学生にアプローチをしなければならないと考えている。AIや有益なシステムを活用し、一人当たりの作業負担を少なくしていきたい。
- ✓ 新卒には金銭的な補助をしていることもあるが、この先どこまで継続できるかが課題。

事例 R5-01



北陽技建株式会社 様

島根県出雲市萩籽町53-2



会社概要

事業内容：建設コンサルタント

従業員数：42名

制作物等



採用パンフレット



ホームページ (採用ページ)



社会福祉法人愛宕会 様

島根県隠岐郡隠岐の島町郡425番5



会社概要
事業内容：介護事業

従業員数：104名

申請時の現状・課題

- 地域の人々に施設名は知られているが、法人名の知名度が低い
- 施設利用希望者だけでなく、UIターン希望者も含めた求職者に訪れてもらえる魅力的なホームページにリニューアルしたい。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- コンサルティング
- 自社ホームページ改修費
- 採用にかかる法人ブランディングポスター

【工夫した点、注力した点】

- 自分たちが思う以上に地域での法人の知名度が低いことを知り、まずは法人名や施設名、アイコンとしてのロゴマークを地域へ紹介する取り組みを考えた。
- また、UIターン希望者を含む求職者に情報発信ができるよう、自社ホームページのリニューアルを行い、SNS運用に向けて準備を始めた。これらの取り組みを、コンサルティング会社の力を借りながら職員が自ら考え実行することで、プロジェクト職員の意識の変化と、法人職員全体の盛り上がりを期待。

効果（事業実施前比較） R6.7.22時点

1. HP 閲覧数
約20件/月 → 約100件/月
2. 問い合わせ数
(なし)
3. エントリー数
(なし)

効果・所見

- ✓ ホームページ閲覧数は伸びているが、問い合わせまでには至っていない。
- ✓ しかしながら、職員によるプロジェクトチームを中心に取り組んだことで、福祉施設の使命や魅力について考察する機会となり、胸を張って内外に発信できる職場にしよう動き始めた。島内の人材不足には拍車がかかり、島外から移住による職員採用にも力を入れる必要があるため、自社の働きやすさや島の暮らしの魅力などの情報発信を引き続き展開していく予定。



社会福祉法人愛宕会 様

島根県隠岐郡隠岐の島町郡425番5

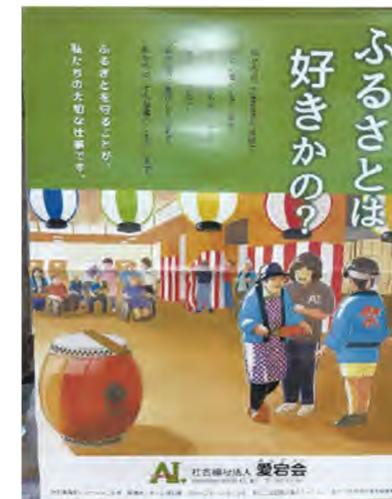
会社概要
事業内容：介護事業

従業員数：104名

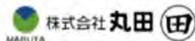
制作物



ホームページ（採用ページ）



採用ブランディングポスター



株式会社丸田 様

島根県益田市幸町5番12号

申請時の現状・課題

- 採用活動が説明会の参加のみ
- ターゲットに対して、会社情報、仕事内容など求職者が必要とするコンテンツが不足している。
- 自社からの情報発信がなく、求職者が探さないととどりつけない。PR不足

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- コンサルティング
- 自社ホームページ改修費
- 採用パンフレット制作

【工夫した点、注力した点】

- 社員インタビュー、若手社員に協力貰って撮影、作成した。求める人材の明確化、社内への浸透し説明しやすくなった。
- 浜田市であった雇用イベントにパンフレットを置いた。

効果（事業実施前比較） R6.7.22時点

1. HP 閲覧数

720 → 1261

2. 問い合わせ数

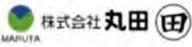
0 → 8

3. エントリー数

0 → 4

効果・所見

- ✓ ホームページ閲覧数が伸びている。ホームページを見たと言った電話の問合せや仕事内容や確認の為、会社訪問をされる方がいた。
- ✓ また、ハローワークを通しての問合せもあった。
- ✓ 益田市、浜田市内の高校へパンフレットを送付。進路指導担任へ依頼した。



株式会社丸田 様

島根県益田市幸町5番12号

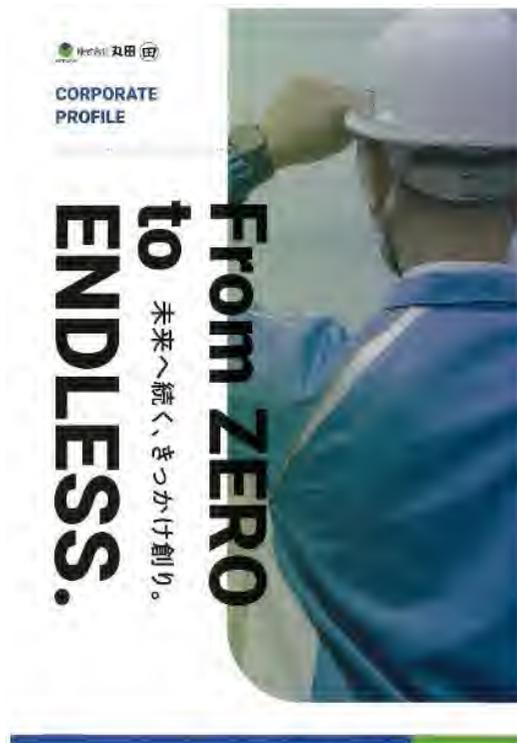


会社概要

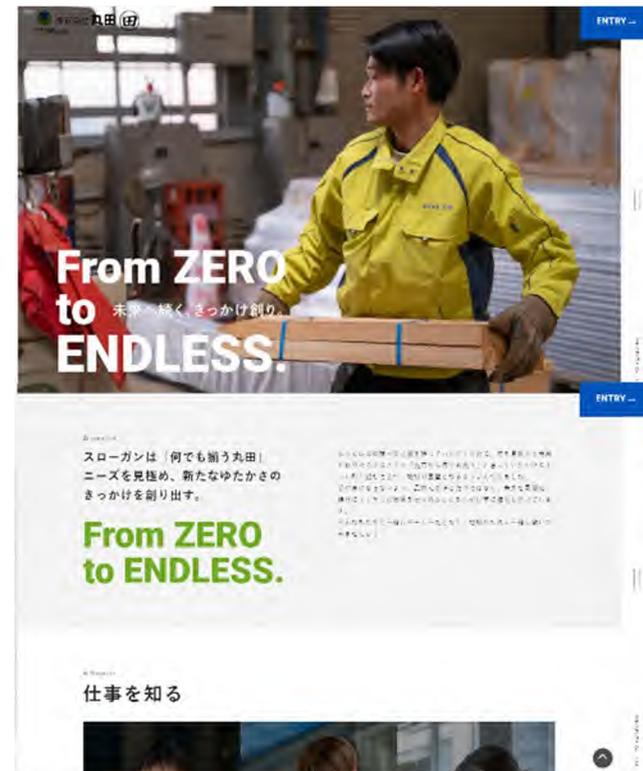
事業内容：土木小売業・卸売業

従業員数：59名

制作物



採用パンフレット



ホームページ（採用ページ）



株式会社金見工務店 様

島根県松江市上乃木2丁目18-1



会社概要
事業内容：総合建設業

従業員数：53名

申請時の現状・課題

- インターンシップの広報に注力し、参加学生を増やすことによって選考試験に繋がる母集団を確保する
- 現状のホームページでは出来ていない先輩社員の情報を掲載（仕事のやりがい、なぜ金見工務店を選んだのか。一日のスケジュールなど）し、採用情報量の強化を行う

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 新卒就活サイト登録
- 自社ホームページ改修

【工夫した点、注力した点】

- HPにリクルートページを新たに製作し、採用フローや先輩メッセージ、福利厚生などを掲載し、求職者の方へ訴求することが出来た。
- また、企業説明会時に採用情報などを効果的にPRすることが出来た。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

- 1.HP閲覧数
798 → 1606
- 2.問い合わせ数
70 → 139
(採用に直接関係しないものも含む)
- 3.エントリー数
11 → 10

効果・所見

- ✓ コンサルを受けたことで、今の就活のトレンドや若者の視点などが知れ、自社の採用活動をブラッシュアップすることが出来た。
- ✓ 今までインターンシップは年1～2名程度だったが、2023年度は十数名程度の受入れをすることが出来た。（2024年度は現時点で5名の受入れ（予定含む））
- ✓ 2025新卒採用も非常に順調に進んでいる。（今まで新卒のエントリー（高卒除く）は数年に1回あるかないかだった。）

事例 R5-04



株式会社金見工務店 様

島根県松江市上乃木2丁目18-1

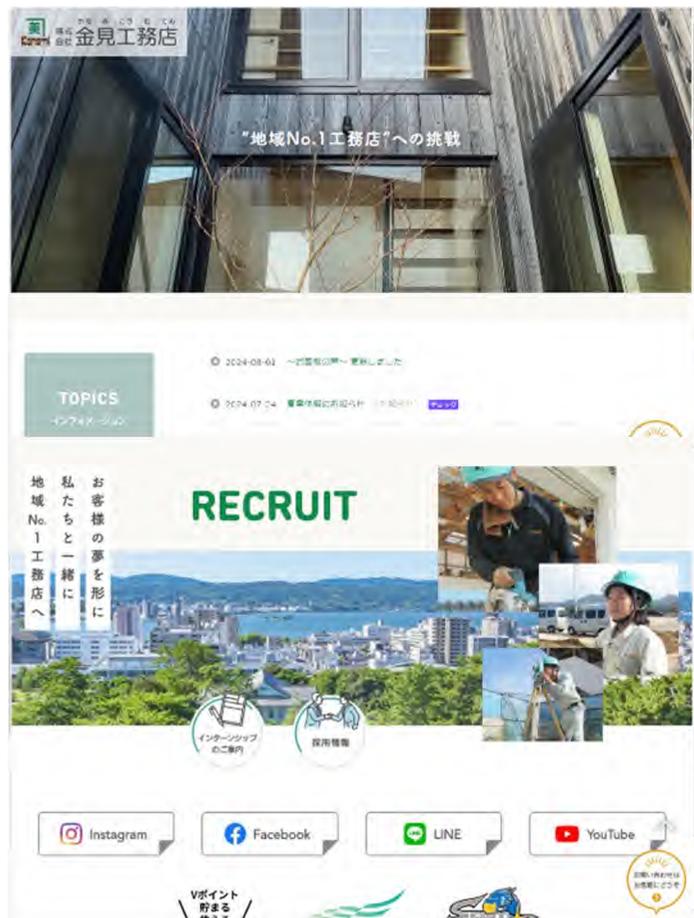


会社概要

事業内容：総合建設業

従業員数：53名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



有限会社キドデザイン 様

島根県松江市黒田町485-5

会社概要
事業内容：建設業

従業員数：8名

申請時の現状・課題

- 求職者に対して自社の強み、やりがいや魅力（ブランド価値、若い女性の活躍、未経験者からの成長など）を届ける仕組み、コンテンツの作成
- 適切な求人媒体の利用とコンテンツ作成両方の推進

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 情報発信改善
- 企業紹介冊子掲載
- 企業紹介WEBメディア掲載
- 採用ピッチ資料作成
- 新卒対象就活サイト登録

【工夫した点、注力した点】

- 積極的なインターンシップの受入れと、ジョブカフェしまね等企業PRを県の補助をして頂き充実することが出来た。
- その結果、応募者の目に留まる等になり多くの学生が見てくれた。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

(測定なし)

2. 問い合わせ数

6 → 8

3. エントリー数

4 → 5

効果・所見

- ✓ 大手就活サイトも採用したが、競争相手が都会地の企業や規模の大きい企業との競争となり、ジョブカフェを通しての応募者が内定承諾する結果となった。
- ✓ 申込者が増加したため、採用活動を早く終了することができた。コンサルから指摘のあった休暇制度、福利厚生制度の改善は、社労士を入れて継続して取り組んでいる。



有限会社キドデザイン 様

島根県松江市黒田町485-5



会社概要
事業内容：建設業

従業員数：8名

制作物等



採用ピッチ資料
(説明会等での説明資料)



会社紹介資料



株式会社太陽電機製作所 様

島根県松江市矢田町250-100



会社概要

事業内容：配電盤の設計、製造

従業員数：75名

申請時の現状・課題

- 新卒採用においては、県内の学生を対象に行っているものの、採用計画が毎年未達
- HPのリクルートページの閲覧者の動線改善
- 自社のアピールポイントの見直し
- 自社の魅力を表現するコンテンツの作成
- 適切な媒体を活用した情報発信

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 情報発信改善
- 企業紹介冊子掲載
- 企業紹介WEBメディア掲載
- 採用パンフレット作成
- HPリニューアル

【工夫した点、注力した点】

- コンサルを受けたことで、採用活動の改善点がはっきりした。
- HPのリニューアル、会社パンフレットの制作において、当社のPRポイントである安定した経営体制、幅広い業務内容、若手比率が増えている点に焦点をあてた。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

2,015 → 2,620

2. 問い合わせ数

3 → 14

3. エントリー数

2 → 7

効果・所見

- ✓ HPをリニューアルし、リクルートページをより目立つものに配置したことにより、閲覧数が伸びている。
- ✓ HPからの問い合わせが増え、採用者も昨年よりかなり増えた。
- ✓ 今回の採用ブランディングをきっかけに、HPや会社案内パンフレットを活用して積極的に採用活動をすすめている。



株式会社太陽電機製作所 様

島根県松江市矢田町250-100



会社概要

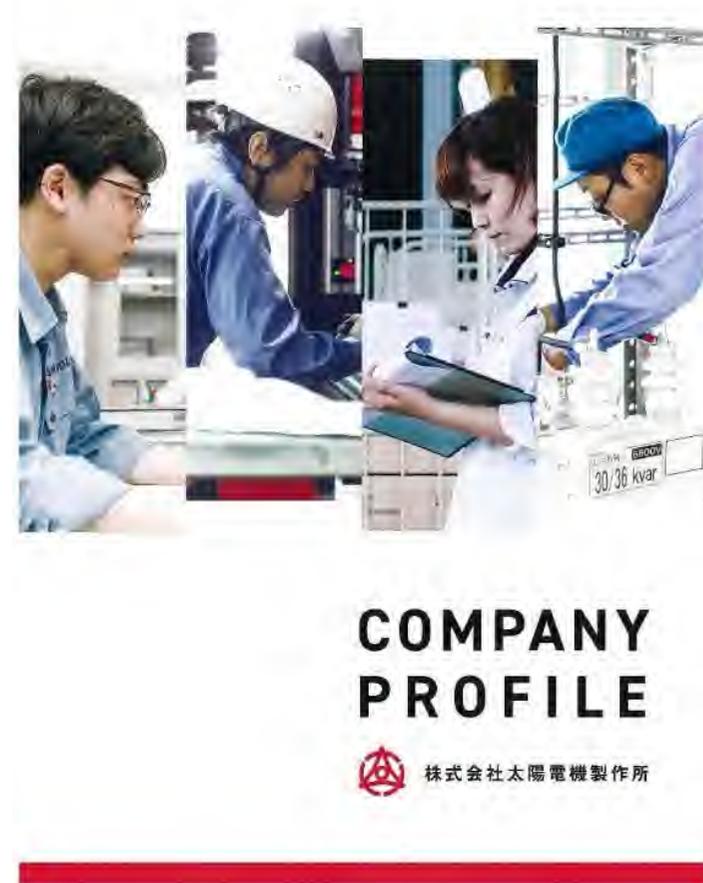
事業内容：配電盤の設計、製造

従業員数：75名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



パンフレット



大福工業株式会社 様

島根県出雲市枝大津町2番地7



会社概要
事業内容：建設業

従業員数：85名

申請時の現状・課題

- 母集団の形成ができておらず、企業説明会への学生の動員ができない。
- 自社の魅力を伝えられる広報物が不足しており、情報が学生に届いていない。
- 競合他社との優位性を作ることができない。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- パンフレット作成

【工夫した点、注力した点】

- 採用パンフレット作成について年間休日、平均残業時間等を数値化で記載、各部署について短文でイメージ化、キャリアステップを記載

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数
58,700 → 60,300
2. 問い合わせ数
1 → 3
3. エントリー数
0 → 0

効果・所見

- ✓ 採用パンフレット作成について年間休日、平均残業時間等を数値化で記載、各部署について短文でイメージ化、キャリアステップを記載したことで学生にイメージしてもらいやすくなったと思われる。
- ✓ 採用パンフレットに興味をもってもらいHPの閲覧数が増加している。



大福工業株式会社 様

島根県出雲市枝大津町2番地7



会社概要
事業内容：建設業

従業員数：85名

制作物等



ウォータージェット課

繊細な技術で建造物の寿命を延ばし、快適な暮らしを実現

超高性能ウォータージェットに3次元制御を備え、コンクリートの表面の洗浄・削り・研磨を行います。

職人としての命がけは少なく、有用性にも注目が集まっていることから、山陰地方だけでなく全国各地の現場で活躍しています。繊細なメンテナンス技術によりコンクリート建造物の寿命を延ばすことで、安全で快適な暮らしを提案します。

職人のコメント

それぞれの現場に3次元コントロールの操作も難しく、真工からの経験や実業上の知識も必要です。10年以上の経験は必ずやあなたの現場に活かせると思います。

営業部

お客様の課題に耳を傾け、最適な提案し解決に導く

大福工業の窓口的存在として、お客様への貢献が社員の仕事の醍醐味です。公共工事や民間プロジェクトなど、あなたの仕事は地域の成長を牽引します。人気が建築現場での現場対応スキルを身に付け、自信成長と仕事の充実を実感できます。

職人のコメント

現場で働く中で、お客様、同僚、上司とのコミュニケーションが、日々の仕事、そして大福工業の成長に繋がります。お客様からの信頼や、現場でのやり取りが、日々の仕事に繋がります。

Career キャリアステップ

土木部の場合

1年目	2年目	3年目
● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね
● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね

環境部の場合

1年目	2年目	3年目
● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね
● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね

営業部の場合

1年目	2年目	3年目
● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね
● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね	● 現場での実務経験の積み重ね

各部共通の研修

1年目	2年目	3年目
● 新人研修 ● 現場実務研修 ● OJT研修(現場実務研修)	● OJT研修(現場実務研修) ● OJT研修(現場実務研修)	● 現場実務研修(OJT研修) ● 現場実務研修(OJT研修)

採用パンフレット

申請時の現状・課題

- 建設コンサルタント業界全体での慢性的な技術者不足
- 建設コンサルタントという業種の認知度、理解度の不足
- 当社Webサイト上での女子学生向け訴求の不足
- 応募者エントリー～採用までのフロー確立の不足

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用コンサルティング
- リクルートサイト制作
- 新卒対象就活サイト登録
- 説明会ブース装飾

【工夫した点、注力した点】

- 採用サイトの立ち上げ（土木工学系以外の学生にも興味を持ってもらえるようなコンテンツ・若手女性技術者等先輩社員のインタビュー記事の制作等）
- 大手就活サイトの効率的な活用
- スカウト機能に特化した採用媒体の導入（ダイレクトリクルーティングによる優秀な学生との早期接触を増やし、昨今の新卒売り手市場へ対応）

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

- 1.HP 閲覧数
16,797 → 19,768
- 2.問い合わせ数
27 → 26
- 3.エントリー数
15 → 9

効果・所見

- ✓ HPについて、採用サイトリニューアル前後で比較すると、当該サイト平均表示回数（1回の訪問で何ページ表示したかの平均）が1.51→1.95となり、28.8%の改善が見られた。また、サイト全体で見ると、1.94→2.73となり、41.1%の改善が見られた。
- ✓ また、広報として新たに始めた「テクニカルレポート」の作成・公開を継続し（HP上のコンテンツとしてUP）、今後も建設コンサルタント業界の認知度向上や島根県内の土木技術者への情報共有・技術伝承に積極的に取り組んでいきたい。



株式会社大隆設計 様

島根県出雲市江田町40-5



会社概要

事業内容：建設コンサルタント

従業員数：51名

制作物等



ホームページ (採用ページ)



説明会ブース装飾品
(事業概要説明パネル等)



株式会社隠岐プラザホテル 様

島根県隠岐の島町港町天神原11-1

会社概要
事業内容：宿泊業

従業員数：約30名

申請時の現状・課題

- 求める人材像の見直し
- 自社のアピールポイントの見直し
- 自社の魅力を表現するコンテンツの作成
- 適切な媒体を活用した情報発信

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 情報発信運用アドバイス
- 企業紹介冊子掲載料
- 採用ピッチ資料作成

【工夫した点、注力した点】

- 経営若い人の目線で、働きやすい環境とスキルアップの環境づくり
- 経営陣・社員へのヒアリング
- 採用担当者向け勉強会

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

（測定なし）

2. 問い合わせ数

注目度は上がった印象だが、採用までは至らず

3. エントリー数

（測定なし）

効果・所見

- ✓ 大卒組への隠岐(離島)からのIUターンのニーズが未知数なので、費用対効果の測定がしづらい。又前述の理由からイベントへの参加や大卒及び高卒等の新卒求人へのインターンやツアー事前の採用募集へのシステムへ自社としてコストをかけて行うべきか
- ✓ そもそも隠岐への新卒需要がなければ、うち手としてしない方が良いし、他の採用手法を考えるべきである。
- ✓ 県要望：離島という特性もあり、本土との就労のニーズに乖離がある。したがって離島隠岐（4町村）への新卒IUターン施策は、県内の他地区と別枠として捉え、事業展開をとるべき。



株式会社隠岐プラザホテル 様

島根県隠岐の島町港町天神原11-1



会社概要

事業内容：宿泊業

従業員数：約30名

制作物等



採用ピッチ資料
(説明会等での説明資料)



会社紹介資料



株式会社中澤建設 様

島根県雲南市掛合町掛合2429-2



会社概要

事業内容：建設/土木工事

従業員数：25名

申請時の現状・課題

- 仕事内容の見える化とWebツールを活用した採用活動をすすめる。
- 求職者の動線設計、広告運用
- SNSの運用について、しっかり戦略を考えて運用する。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 動画作成企画/構成
- 撮影費、動画編集

【工夫した点、注力した点】

- 動画作成にて、社内の様子や、現場の様子、風景などを撮影して求職者が入社後にギャップを感じることはないように取り組んだ。
- 作成した動画を各所に掲載して、求職者が離脱しないように心掛けた。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1.HP閲覧数

（測定なし）

2.問い合わせ数

（測定なし）

※問い合わせはあるが採用につながらない

3.エントリー数

（測定なし）

※エントリーにつながっておらず、次の課題

効果・所見

- ✓ コンサルを受けたことによりSNSだけでなく、社外の取り組みに力をいれ、顧客様以外の方も巻き込み色々なイベントを企画した。
- ✓ SNSのフォロワーが大幅に増え、少しずつ影響力が出てきた。



株式会社中澤建設 様

島根県雲南市掛合町掛合2429-2



会社概要
事業内容：建設/土木工事

従業員数：25名

制作物等



SNS動画作成
(Youtube)



SNS動画作成
(TikTok)





株式会社CommunityCare 様

島根県雲南市三刀屋町三刀屋1065番地1



会社概要
事業内容：訪問看護事業

従業員数：20名

申請時の現状・課題

- 採用媒体等に記載する自社の長期的ビジョンについて、明確化しきれていない部分があった。
- ターゲット層に対するバリュー（働きがいなど）及び採用者を伸ばすために必要なPRのポイントが不明確であった。
- ターゲット層への訴求力を意識した一貫性のある内容になっていない。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 自社ホームページ改修
- 会社説明資料
- 映像制作、SNS研修

【工夫した点、注力した点】

- 企業内で長期における事業展開のミッションとビジョンを設定した。活動内容が伝わる内容へと整理をした。
- コーポレートアイデンティティを変更。求職者への魅力アップを目指し、ホームページや紙媒体を作成した。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

- 1.HP閲覧数
(測定なし) → 1,149
- 2.問い合わせ数
(測定なし) → 7
- 3.エントリー数
(測定なし) → 2

効果・所見

- ✓ 弊社のビジョンやミッションを、「求職者が理解し共感できる」内容に言語化・映像化した。また、週1回以上のSNS発信も行った。
- ✓ これらの広報活動の過程で、従業員が積極的に広報活動に参加できるような環境をつくり、多くの従業員が参画した。その結果、社内の理念浸透を促進し、社内ブランディングを高める機会となった。
- ✓ 雲南市内からの問い合わせは7件中1件だった。今後は、市内からのエントリーを増やすための工夫が必要。



株式会社CommunityCare 様

島根県雲南市三刀屋町三刀屋1065番地1



会社概要

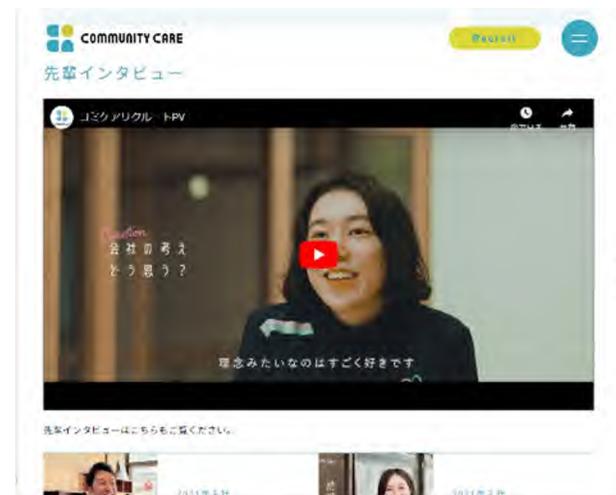
事業内容：訪問看護事業

従業員数：20名

制作物等



採用パンフレット



ホームページ（採用ページ）



安島工業株式会社 様

島根県松江市東津田町1256-1



会社概要

事業内容：塗装・防水・交通安全施設工事

従業員数：42名

申請時の現状・課題

- 採用における情報発信をしていなかった為、若い世代における会社の認知が低い
- 求職者から選ばれる企業になることが重要とされる時代の中で、社員の高齢化が進み、若い求人が計画未達であることから、この先の人員不足を懸念

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
 - 自社ホームページ改修
 - 動画制作
- 等

【工夫した点、注力した点】

- スマートフォン等で求職者に対して適切な情報を伝えるとともに、事業内容や働きやすさへの取り組みなどの認知度の向上をはかる
- ユニフォーム等の変更などにより、業界のポジティブなイメージを広げる

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

295 → 500

（SNSを活用しHPまで閲覧を伸ばす）

2. 問い合わせ数

0 → 3

3. エントリー数

0 → 1

効果・所見

- ✓ HPの変更やPVの作成にて募集をしているが現時点での問い合わせはなし。
- ✓ 今後はSNSを活用し知名度を向上させる。
- ✓ 社内で危機感を共有し『採用会議』を定期的に開催し現状打破をする。
- ✓ 中途採用では全社員にて知人の紹介を募る。

事例 R5-12



安島工業株式会社 様

島根県松江市東津田町1256-1

会社概要

事業内容：塗装・防水・交通安全施設工事

従業員数：42名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



採用用動画



昭和セメント工業株式会社 様

島根県出雲市上塩冶町2775-6



会社概要

事業内容：コンクリート製品製造業

従業員数：48名

申請時の現状・課題

- 昭和3年創業の老舗企業であり、社員を大切にすることで誇れるものである一方、若い社員のカも必要。
- 業務内容を知ってもらえるためには、HPが有用であり、外注によりHPをフルリニューアルし、仕事内容や思いをPRする。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 自社ホームページ改修

【工夫した点、注力した点】

- ホームページを一新するため若手社員に撮影協力をお願いした
- ホームページからInstagramやフェイスブックへ直接誘導できるようになった
- 採用について詳しく考えるきっかけとなり社内の採用活動が活発化した

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1.HP閲覧数

（測定なし） → 1,390

2.問い合わせ数

（測定なし） → 8
（採用についてはない）

3.エントリー数

（測定なし） → 0

効果・所見

- ✓ 現時点でエントリー数が増えた訳ではないが、社名や業種について知っていただく機会が増えたため、将来の採用活動につながる。募集している職種や社内の雰囲気等について分かりやすく説明できる場としても活用できている。
- ✓ ホームページ閲覧数と共にSNSのフォロワーも増え3,000人を突破した。社名を知っていただくことから「コンクリートって？」「何をする会社？」等々興味を持っていただくことができた。
- ✓ 今回の採用ブランディングをきっかけに社内で「採用プロジェクトチーム」を立ち上げ、各部署から若手社員に参加してもらい意見を聞く機会を設けることができた。採用だけでなく在籍している若手社員の待遇改善やモチベーション向上にもつながっている。



昭和セメント工業株式会社 様

島根県出雲市上塩冶町2775-6



会社概要

事業内容：コンクリート製品製造業

従業員数：48名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



株式会社八雲ソフトウェア 様

島根県松江市朝日町478-18



会社概要

事業内容：ソフトウェア開発事業、DX事業

従業員数：42名

申請時の現状・課題

- 採用活動は学校単位の説明会が多く、大卒向けのアプローチができていない。
- 求職者が必要としているコンテンツ（情報）が不足している。
- 情報の不足から自社の情報発信にも影響がでている。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 自社ホームページ改修
- パンフレット制作

【工夫した点、注力した点】

- 申込者数は変わらなかったが、社員インタビューや、データ作成のための社員アンケートを通して社員たちの仕事のやりがいや現状を把握することができ、採用のアピール材料にすることができた

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

変化なし

2. 問い合わせ数

減少

3. エントリー数

減少

効果・所見

- ✓ 効果：リクルートサイトを作成するにあたり、写真撮影を行ったり、ブランディングを考えるきっかけになった。
- ✓ 課題：掲載内容を吟味、適時追加していき、エントリー数増加に繋げる。



株式会社八雲ソフトウェア 様

島根県松江市朝日町478-18



会社概要

事業内容：ソフトウェア開発事業、DX事業

従業員数：42名

制作物等



ホームページ（採用ページ）

採用パンフレット



有限会社トラスト・A 様

島根県松江市浜乃木2-9-5



会社概要

事業内容：サービス業

従業員数：140名

申請時の現状・課題

- 学生に知ってもらえる機会が少ない
- 採用エントリー数が少ない
- 採用計画から内定までのスケジュール間の運営ノウハウがない

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 新卒就活サイト登録料

【工夫した点、注力した点】

- マイナビコンサルにて、サイト内容や説明会資料をうまく編集しエントリー数UPにつながるようバージョンアップできた
- 毎月4回のWEB説明会を早めにスケジュールし周知できた
- エントリー者に対して説明会の参加を促すメールを複数回送信
- 基本給の増額

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

2,696 → 2,835

2. 問い合わせ数

0 → 0

3. エントリー数

6 → 9

効果・所見

- ✓ エントリー数は増えたが、選考に進んだ学生が0だった。途中で基本給を上げたが、給与条件以外の良い待遇を検討する必要があるだろう。
- ✓ 今後は専門卒・高卒の人材獲得へ注力する。



有限会社トラスト・A 様

島根県松江市浜乃木2-9-5

会社概要
事業内容：サービス業

従業員数：140名

制作物等



新卒対象就活サイト登録



株式会社原工務所 様

島根県江津市敬川町1306番地3



会社概要
事業内容：総合建設業

従業員数：70名

申請時の現状・課題

- 当社における採用の課題は、採用説明会に参加程度であり、また、WEBサイトへの採用情報・社内情報の少なさがあげられる。
- 求職者が原工務所を知ってもらっても、どんな会社であるかを理解してもらい、エントリーしてもらうことが課題

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- リクルートサイト改修 等

【工夫した点、注力した点】

- 採用HP作成に合わせて当社の強みなどを整理できた。
- 若手社員に協力してもらって作成した。
- 特に「福利厚生」について抽出や分かり易さに注力した。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

- 1.HP閲覧数
370 → 471
(3～6月平均)
- 2.問い合わせ数
0 → 6
(説明会などで採用ページについて)
- 3.エントリー数
0 → 0

効果・所見

- ✓ 企業説明会の時などに採用ページについての照会等が増加した。
- ✓ また、福利厚生欄について、「分かり易い」旨あった。

制作物等



ホームページ（採用ページ）



島根総合設備株式会社 様

島根県浜田市港町296-1



会社概要

事業内容：給排水衛生・空調

従業員数：16名

申請時の現状・課題

- 採用活動は学校単位の説明会のみで大卒向けのアプローチができていない。
- 求職者が必要としているコンテンツ（情報）が不足している。
- 情報の不足から自社の情報発信にも影響がでている。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- リクルートサイト改修

【工夫した点、注力した点】

- 現場社員のインタビュー動画を制作し、リアルな職場の雰囲気伝えた。
- ウェブサイトのリニューアルを行い、企業の価値観を全面に打ち出し、求人広告から面接まで一貫したメッセージを提供

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

0 → 143

2. 問い合わせ数

0 → 0

3. エントリー数

0 → 0

効果・所見

- ✓ 今後の課題や改善点、次のステップについて未だ認知度不足を感じる。
- ✓ 今後は、さらなる認知度向上を目指し、動画コンテンツを増やす予定



島根総合設備株式会社 様

島根県浜田市港町296-1



会社概要

事業内容：給排水衛生・空調

従業員数：16名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



株式会社山海 様

島根県松江市八幡町796-40



会社概要

事業内容：食品製造業

従業員数：105名

申請時の現状・課題

- この数年の採用活動において、会社説明会参加者・選考応募者の減少、内定辞退の増加、島根県・鳥取県西部出身社の応募が少ない等の課題が生じている。
- 採用・募集活動において、求める人物像と応募者のミスマッチが生じている可能性があり、求める人物像の再構築と伝える方法を見直すこととした。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 自社ホームページ改修
- リクルートサイト制作

【工夫した点、注力した点】

- 求める人物像について、コンサルティングを受ける会社の支援により、現状分析を行い明確化した。
- 求める人物に対して、ホームページ等において何を伝えるか、どのように伝えるのか検討した。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数
(測定なし)
2. 問い合わせ数
(測定なし)
3. エントリー数
202 → 127
(ナビサイトのエントリー)

効果・所見

- ✓ コンサルを受けたことで、採用したい人物像を明確にすることができた。
- ✓ 事業により、ホームページの更新を行い、新たに採用ページを設けたが、新旧を比較いただいた方からは分かりやすい内容になったとの評価をいただいております、採用活動に有効に活用できるものと考えています。
- ✓ 就職活動が早期化しており、特に理系や院卒の動きが早いため、対応が遅れ、25卒はエントリー数が減少するという厳しい結果となった。
- ✓ 26卒においては、ナビサイトの見直しや採用すべき人物像の再構築、ホームページのブラッシュアップを行って、エントリー数の増加を図る。



株式会社山海 様

島根県松江市八幡町796-40



会社概要

事業内容：食品製造業

従業員数：105名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



福間商事株式会社 様

島根県出雲市長浜町1372-8



会社概要
事業内容：卸売業

従業員数：118名

申請時の現状・課題

- 応募総数が少なく、求める人材が集まりにくい状況が続いている。

(外部状況)

- ・ 企業知名度
- ・ 建築資材商社という業種
- ・ 高校関係者の紹介
- ・ WEBサイト、合同企業説明会の訴求、集約

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- リクルートサイト制作
- 説明会ブース装飾
- 映像制作

【工夫した点、注力した点】

- 若手社員を中心とした採用プロジェクトチームの立ち上げ
- 採用ブランディングを意識したコーポレートサイトに刷新
- 合同企業説明会での活気あるブース作り

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数
230/日 → 340/日
(リクルートサイト
2件/日 → 15件/日)
2. 問い合わせ数
4 → 5
3. エントリー数
15 → 5

効果・所見

- ✓ ホームページの内容をリクルート向けにしデザインも高校生、大学生が親しみやすいようにポップなデザインへと変えた。
- ✓ それに伴い企業ガイダンスでのブース装飾もポップで目立つものになった。
- ✓ ホームページ内では先輩インタビューや全社員参加でしているスケッチブックリレーで社員や会社の雰囲気、良さを伝えた。



福間商事株式会社 様

島根県出雲市長浜町1372-8



会社概要

事業内容：卸売業

従業員数：118名

制作物等



ホームページ・動画（採用ページ）



全体イメージ



①モックアップ



②テーブルクロス



③イスカバー（6席分）

説明会ブース装飾



申請時の現状・課題

- 会社説明会を実施した際、数名の申し込みしかない状態かつ出雲市出身者の応募がなく、多くの申し込み、地元出身の人材を確保したい。
- 自社工事・管理ができる人材が不足しているのが現状であり、工事・管理が体験できるインターンシップを実施し、当社のことを知ってもらい、採用につなげたい。

ブランディング内容、
注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- リクルートサイト制作
- 新卒対象就活サイト登録

【工夫した点、注力した点】

- コンサルを受け、自社ホームページの採用ページを刷新。以前はセカンドレベルメニューにあったページをトップレベルメニューに配置変更したことで導線が分かりやすくなり、より多くの学生の目に留まるようになった。
- また、社内の雰囲気・仕事風景、社員の顔が見えるギャラリーを新たに設置し、親近感や入社後のギャップを少なくする工夫も行った。

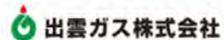
効果（事業実施前比較）
R6.7.20時点

1. HP 閲覧数
10,955 → 11,517
2. 問い合わせ数
0 → 10
3. エントリー数
3 → 8

効果・所見

- ✓ ホームページを見て興味を持った学生が増え、エントリー数が増加。
- ✓ ホームページからのエントリーフォームを追加したが、そこからの応募はなくマイナビからの応募のみだった。もう少し活用できるようにしていきたい。
- ✓ 会社パンフレットの刷新を検討。情報が古いものもあり、より採用向けの会社パンフレットにしたいと考えている。

事例 R5-20



出雲ガス株式会社 様

島根県出雲市上塩冶町2388-1

会社概要

事業内容：都市ガス製造・供給、
LPガス販売、電力小売
従業員数：約30名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



申請時の現状・課題

- 母集団形成への対策
 - ・ 学校等の求人依頼の資料
 - ・ 就職フェア・説明会の資料
 - ・ 求人案内に関する資料請求
 - ・ インターンシップ募集の資料

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 採用パンフレット作成

【工夫した点、注力した点】

- 進路指導の先生方へ直接、企業紹介させていただくにはHPやSNSよりパンフレットの方が有効的であった。
- 就職フェアや企業説明会などの会場で直接手渡し出来るのでパンフレットが有効的であった。
- パンフレットへ若手社員とベテラン社員が笑顔の写真を採用することによって会社の雰囲気の説明し易くなった。
- 写真は実績より日々の作業風景を多く採用する事により業務の説明がスムーズに行えた。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

（測定なし）

2. 問い合わせ数

0 → 3

（学生の方から就職フェアの後、問合せがあった。）

3. エントリー数

0 → 0

効果・所見

- ✓ 説明会や就職フェアの際、パンフレットを見ながら説明を聞いている参加者の方を見て作成の効果があった。
- ✓ 会社の知名度を上げるためもう少し多く作成し色々な所へ配布したい。
- ✓ ホームページやSNSも更新しデジタルとアナログ両方で採用活動に役立てたい。

制作物等



採用パンフレット

申請時の現状・課題

- ジョブカフェしまねや中国地方の大学への求人提出などを活用し採用活動を行っているが、応募が少なく課題となっている。
- 強みである難削材加工の経験と技術力や事業拡大の状況などを魅力を学生等へのPRが必要

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 企業紹介冊子、メディア掲載
- 採用ピッチ資料作成
- HP改修費
- 説明会用ブース装飾 等

【工夫した点、注力した点】

- 会社のことを更に知ってもらう為に、コンサルの指導の下、社員インタビューや職場風景撮影など若手社員の協力で採用広報誌の作成ができた。

効果（事業実施前比較）
R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

151 → 329

2. 問い合わせ数

0 → 1（工場見学）

3. エントリー数

0 → 0

効果・所見

- ✓ コンサルさんの助言で採用に関する考え方から方法まで、今までのイメージを新たに一新することができた。例えば広報誌・ブース装飾は、お客様向けの営業的なものから学生に分かる柔らかなイメージにすることができた。
- ✓ コンサルの助言による弊社の職場状況データ（年休・残業・年代別構成等）分析や、若手社員へのインタビューで、客観的に見た自社アピールポイントを明確にすることができ、学生に自信を持って訴求できるようになった。
- ✓ 弊社ホームページを他の媒体と統一性を持ちながらリニューアルしたが、閲覧するきっかけが少ないため思ったほど問合せ等がない。今後はSNS等を使ったより広範囲の広報活動が課題と考える。

事例 R5-22



秦精工株式会社 様

島根県安来市黒井田町691

会社概要

事業内容：特殊鋼機械部品加工業

従業員数：104名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



採用ピッチ資料



説明会ブース装飾品



山陰開発コンサルタント株式会社 様

島根県松江市乃木福富町383-1



会社概要
事業内容：総合建設コンサルタント

従業員数：63名

申請時の現状・課題

- 理系人材を募集したいが、エントリーの母数が少ない状態が続いている。
- 「建設コンサル」という職種への理解が少ない。
- IT企業や事務職などと比較して、野外での勤務があることにネガティブなイメージを持たれやすい。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 自社ホームページ制作
- 採用動画制作 等

【工夫した点、注力した点】

- 社員インタビューは若手社員に協力してもらい撮影した。
- 動画を作成することで、文字を読ませるより、直感的に会社の業務をイメージしてもらえよう工夫をした。
- 「山陰を開発せよ」というキャッチコピーを設けることで、業界を問わず「島根県（山陰）のために貢献をしたいと考えている母体への訴求を強化した。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

235 → 370
(各年4月次)

2. 問い合わせ数

1 → 5

3. エントリー数

3 → 15

効果・所見

- ✓ ブランディングと並行してマイナビを活用し始めたことでエントリーは増えた。
- ✓ 新卒採用の効果は出ているので、中長期的にみてキャリア採用の強化が必要と感じた。
- ✓ WEBサイトのデザインイメージを合説などのブースデザインなどにも反映し、企業へのブランディングを強化することで、学生からの企業イメージを統一化できた。



山陰開発コンサルタント株式会社 様

島根県松江市乃木福富町383-1

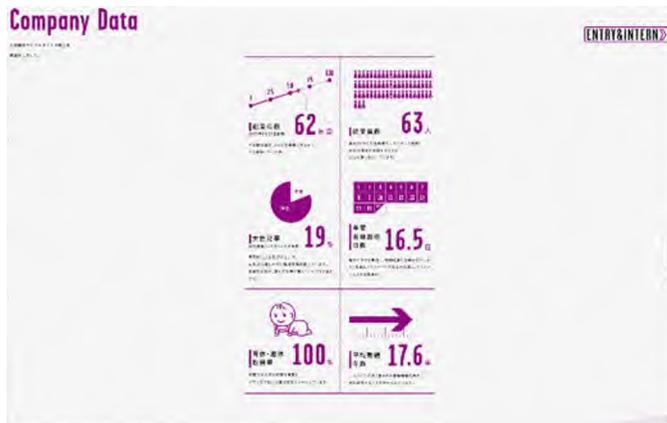


会社概要

事業内容：総合建設コンサルタント

従業員数：63名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



株式会社 伸興サンライズ 様

島根県松江市黒田町87-4



会社概要

事業内容：建設仮設資材全般
法面・補修工事

従業員数：28名

申請時の現状・課題

- 採用計画の未達が続いている。
 - ・学生、エントリー数、説明会参加者数の減少
 - ・応募、マッチングの減少
 - ・適切な情報提供ルートとツール
 - ・ホームページの訴求力
 - ・採用活動、PR活動に係る人員、知識、ノウハウの不足

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 自社ホームページ制作

【工夫した点、注力した点】

- 知名度が低いため、社会目線、求職者・学生・保護者目線を意識した採用活動への調整が必要であり、ツール等刷新の最初の課題としてリクルートサイト兼コーポレートサイトの構築に取り組んだ。
- 素材の制作（ロケ撮影）においては元請企業の多大なるご協力をいただくことができたが、採用ブランディング事業の枠組みで活動できたことで、元請企業の業界活性化（担い手確保）への期待の受け皿ともなったと感じている。

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

（未測定） → 1,739

2. 問い合わせ数

2 → 0

（リクルートページセッション数は325）

3. エントリー数

1 → 0

効果・所見

- ✓ コンサルティングや新規リクルートサイト兼コーポレートサイト制作の過程で、事業定義の見直しも含めB to C事業でありながらも広く一般生活者の関心を引く尖った企業メッセージの創作につながったと考えている。
- ✓ 新卒採用にはつながっていないが、サイト開設後には（ジョブカフェしまね・くらしまねと経由ではあるが）過去に経験のなかったU・Iターン希望者からの応募があった。6月には特別支援学校高等部3年生の現場実習を行ったが、保護者の反応から知名度の低さを補うことにつながっている実感を得た。
- ✓ 今後は、新規サイトを自社所有媒体として最大限活用し成果につなげていきたいと考えている。



株式会社 伸興サンライズ 様

島根県松江市黒田町87-4



会社概要

事業内容：建設仮設資材全般

法面・補修工事

従業員数：28名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



株式会社海士 様

島根県隠岐郡海士町大字福井1375-1

申請時の現状・課題

- 発信量が足りず、必要な認知が足りていない。
- 応募へつなげる企業情報がWEBにない。
- 面談などにおける意向醸成をしきれていない。
- 説明会などライトな接点を持つ場を設計しきれていない。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 採用ホームページ制作
- 採用資料作成

【工夫した点、注力した点】

- 有効応募（新卒）を獲得する。
 - ・オンライン説明会
 - ・企業理解促進のWEB記事
 - ・自社魅力発信ワークショップ
- 離脱率をおさえる
 - ・採用オペレーションの再構築
 - ・面接官トレーニングの実施
 - ・会社紹介資料のブラッシュアップ

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数
1,300 → 4,300
(PV※noteの募集ページ含む)
2. 問い合わせ数
3 → 5
(新卒問合せ数)
3. エントリー数
2 → 3
(新卒エントリー数)

効果・所見

- ✓ コンサルティングにより、結果としてHPや企業への直接のエントリーが増加した。当初目標としていた新卒希望者10名というところには届いていないが、第二新卒2名、2名の中途採用希望者からの応募がすでにあつた。新卒希望としての夏季インターンとして2名が来島している。
- ✓ 会社説明時に使う資料のブラッシュアップと、面接官トレーニングも離脱を抑える効果が出ている。
- ✓ エントリー数の中でも有効応募の割合が新卒、中途関わらず伸びた。HPや会社説明、社員インタビューにより社風や業務内容がわかりやすくなったことに起因していると推測できる。

株式会社海士 様

島根県隠岐郡海士町大字福井1375-1



会社概要

事業内容：ホテル経営

従業員数：47名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



採用説明資料



申請時の現状・課題

- 人事機能のノウハウ不足
・人事専任の担当がおらず、母集団形成、面接においても、外部リソースが大きく、人事機能のノウハウが不足
- 母集団形成のコンテンツ不足
・採用HPやメディアもなかったため、求人情報を学生に知らせ、応募を募る窓口がない
- 自社魅力やビジョンの統一ができておらず、学生に対して魅力づけをすることができない。

ブランディング内容、注力した点

【ブランディング事業内容】

- 採用ブランディング
- 採用ホームページ制作
- 採用資料作成

【工夫した点、注力した点】

- 人事の育成
・人事ノウハウ、特に採用部分に関する部分を網羅的に知識として、取り入れるメンバーを育成
- 採用特設サイトの開設
- 魅力発見合宿と面接官トレーニング、会社紹介資料作成

効果（事業実施前比較） R6.7.20時点

1. HP 閲覧数

（測定なし）

2. 問い合わせ数

10 → 22

3. エントリー数

7 → 15

効果・所見

- ✓ コンサルティングにより、学生にとっての魅力的なポイントや、入社後のキャリアをHPや、WEBの記事、そして面接などの選考中でのトークに反映できたことによって、面接官が自信を持って選考に臨めている。また今のところ選考辞退がほとんどなく、学生目線でも企業の魅力がわかりやすくなっていると考えられる。
- ✓ 会社の魅力を全員で考え、言語化したことによって、社員のエンゲージメントとそれに伴う採用意識が向上したことで、社員からの紹介が増えた。

株式会社島ファクトリー 様

島根県隠岐郡海士町大字福井1365-5



会社概要

事業内容：旅行業、リネン工場の経営

従業員数：16名

制作物等



ホームページ（採用ページ）



採用説明資料