

求職者の心をつかむ 動画を使った 求人サイトの作り方

00:07



インターネットの5Gの普及などを踏まえて、今後自社の求人サイトも動画が主流になることが予測されます。そこで、自社の求人サイトで動画を使う際のポイントを解説します。

株式会社ビューポイントウェア
採用・育成コンサルタント

中野英治

自社求人サイトの 役割とは

求職者による企業の求人サイト利用方法が変化しています。

かつての求職者は、何かをキッカケにして、特定の企業に興味や関心を持った場合に、その企業の求人サイトを検索し、企業情報や採用情報のアウトラインをチェックしていました。

しかし、この段階で応募の意思決定を行なう求職者は少なく、その後の「会社説明会」や「個別面談会」など、直接企業の担当者からの説明を受けた後、応募するか否かを決めるのが一般的でした。つまり、かつての自社求人サイトは、求職者側にとって補助的な情報源だったと言えます。

昨今、スマートフォンが普及したことで、誰もが、いつでもどこでも必要な情報を入手できるようになりました。また、それと同時にSNSや各種掲示板機能を使って情報を発信する人も増えました。その結果、Web上には多くの情報が溢れるようになり、求職者は興味を持った企業の社員の声や評判等の情報を手軽に集められ

るようになりました。

このような変化により、これまで主流であった「会社説明会」や「個別面談」へ参加する前の段階で、応募の意思決定を行なう求職者が増加し、Web上における情報の質が応募者確保に大きな影響を与えるようになったのです。

つまり、自社求人サイトに求められる役割は、かつての補助的な役割から、より応募を直接促進する役割に変化してきていると言えます（図表1）。

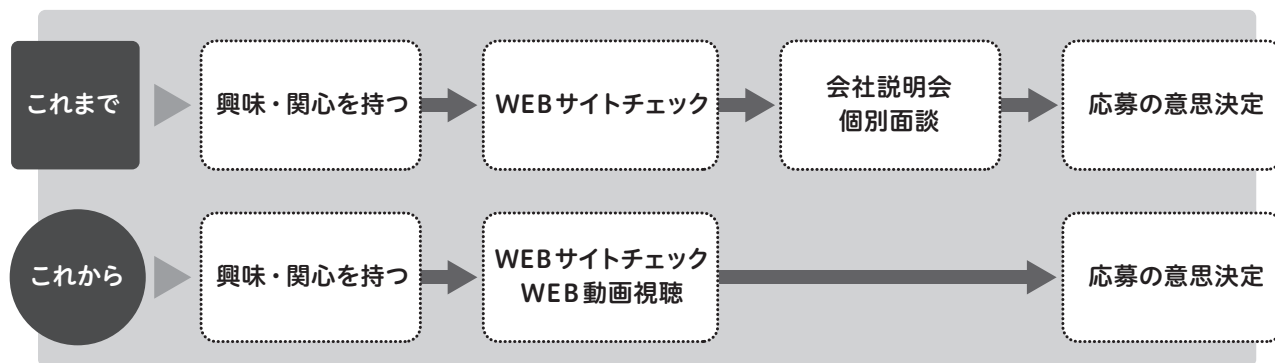
そこでカギとなるのが、動画です。テキストや写真だけでは伝えにくい、「温度感」や「雰囲気」を求職者に届け、企業理解、仕事理解、さらには動機形成を強化することが可能になります。

インターネットの5G普及は、Web上での動画利用を後押しすることは間違いなく、求職者の行動変化をさらに加速させることになるでしょう。

コマーシャルと 就職情報の違い

ここからは、コンテンツの内容について解説していきます。
あるソフトウェア会社「H社」

図表1 変化する企業の求人サイトの役割



のケースです。

H社では新卒採用や若手中途採用強化のために、採用動画を制作することにしました。社員の平均年齢は高く、社屋も普通、際立った技術力も少なく、アピールポイントに悩んでいました。そこで、企業のイメージアップのために、映像制作会社に採用動画の制作を依頼しました。

映像制作会社が提案した企画は、プロの俳優が出演し、映像は実際の社内の様子だけでなく、イメージ的なものを多用したもので、ナレーションと音楽で構成する約3分間の動画企画でした。数百万円の費用がかかりましたが、できあがった動画は社員たちには好評で「うちの会社とは思えない」「かつこいい」という肯定的な意見が多く寄せられました。

しかし、実際に公開を始めてみたところ、求職者からはあまりよい評判を得ることはできませんでした。ある求職者はこの動画を見て、「これは単なる広告ですね。私が知りたい情報じゃない」と言っていました。

すでにおわかりだと思いますが、この動画は、コマースシャル動画です。コマースシャル動画は、求

職者に対してH社を発見・認知してもらったためのものなので、テレビCMやWeb広告として利用すべきコンテンツだったのです。自社求人サイトに掲載する動画は、広告ではなく求職者のための就職情報であることが重要なのです。

会社説明会の内容を動画に置き換える

新卒採用や若手中途採用を実施する企業では、通常、会社説明会を実施しています。この内容を動画に置き換えることが自社求人サイト上の動画コンテンツとしては王道の考え方になります。

会社説明会の内容は、企業によって多少異なりますが、新卒採用における会社説明会の場合、約2時間程度で会社の説明や仕事の紹介、質疑応答などを行なうのが一般的です。この内容を動画に置き換えていきます。

次ページ図表2にあるように、通常の会社説明会の内容を整理し、「Web会社説明」「先輩社員インタビュー」「よくあるQ&A」という形式で映像化していきます。各コンテンツの時間の長さは、対面形式実施時の半分くらいの長さに

するのがコツです。

このようなコンテンツを、自社求人サイトで公開すると、興味や関心を持った求職者は「会社説明会」や「個別面談会」へ参加する前の段階でも、応募の意思決定を行なうために十分な情報を得られます。

また、Webで視聴ができるため、時間や場所の制約がなくなり、興味や関心を持つすべての求職者に、情報を届けることができます。

実際の会社説明会を撮影・編集しない

ここからは、実際の制作方法について解説します。

実際に行なわれる会社説明会を収録して動画にすることも可能ですが、基本的には推奨しません。会場に会場にいる求職者の都合を優先することになるため、撮影や編集に様々な制約が生まれてしまいます。

たとえば、説明時に表示されるスライド資料は、会場内ではプロジェクターで投射されます。これを収録した映像をスマートフォンで見ると、文字が小さくなってし

図表2 会社説明会の内容を整理して動画に置き換える

新卒会社説明会の例	120分	求人サイトの動画コンテンツ例	55分
会社説明 オープニング 5分 企業概要 10分 事業紹介 10分 企業理念 5分 職種と仕事内容 10分 教育研修制度 10分 給与・待遇情報 10分 福利厚生 5分 合計 65分		会社説明 WEB説明会活用術 2分 企業概要 5分 事業紹介 5分 企業理念 2分 職種と仕事内容 5分 教育研修制度 5分 給与・待遇情報 5分 福利厚生 3分 応募の流れ 3分 合計 35分	
先輩社員仕事紹介 営業職 Aさん 15分 開発職 Bさん 15分		先輩社員インタビュー 営業職 Aさん 5分 開発職 Bさん 5分	
質疑応答 20分		よくあるQ&A (1つのQに60秒で回答) Q1. ●●●●●? 1分 Q2. ●●●●●? 1分 Q3. ●●●●●? 1分 Q4. ●●●●●? 1分 Q5. ●●●●●? 1分 Q6. ●●●●●? 1分 Q7. ●●●●●? 1分 Q8. ●●●●●? 1分 Q9. ●●●●●? 1分 Q10. ●●●●●? 1分	
今後の流れ 5分			
合計 120分		合計 55分	

まい、とても見づらくなります。
また、時間の長さも問題となります。2時間にもわたる会社説明会を元にして編集しても、求職者が動画で見られる品質になると

は考えにくいでしょう。
このように、実際の会社説明会を撮影・編集することは、現実の運用を考えるとよい手法とは言えません。

専門家に依頼するのが無難

最近では、スマートフォンやホームビデオでも高画質の映像を撮影することができるようになり、スライドに音声を入れた映像を制作することも簡単になりました。そのため、内製化を検討する企業も多いでしょう。

しかし、音声収録を内製化することとは難しいため、専門家へ依頼することをおすすめします。
映像がきれいで、しゃべっている人の声が小さかったり、雑音が多かったりする映像は、視聴する側にとって大きなストレスになります。どうしても内製

化する場合には、外付けマイクを準備するなど、音声収録には十分な配慮が必要になります。

動画は短くコンパクトに チャプター単位で分割

図表2にあるように、実際の会社説明会で、会社説明パートに65分の時間を要している場合、Web会社説明では、約半分の30〜35分程度を目指しましょう。

むずかしく感じられるかもしれませんが、説明を行なうときに求職者とのコミュニケーションを取る必要がありますので、普通に説明しても3割〜4割程度の時間を減らすことができます。

さらに、言葉を見直すことで半分の時間を目指します。ちなみに、NHKのアナウンサーは、1分間に300文字話すと言われていいますので、これを時間の目安にするとよいでしょう。また、視聴者は、ちょっとした空き時間や移動中などにスマートフォンで視聴するケースが多いため、1つの動画の長さを1〜5分程度に分割するとよいでしょう(図表3)。
気になるコンテンツから自由に、短時間で視聴できる工夫が重

図表3 Web説明会メニューの例



要です。気になる動画を複数回視聴する場合もありますので分割し

ておくことは、とても効果的です。

スライドは16対9の横長形式 文字サイズは20ポイント以上

説明に使用するスライドは、16対9の横長サイズで制作します。現在、映像の標準サイズ（アスペクト比）は16対9になっており、スマートフォンやPCモニターも16対9が主流です。モニターサイズに合ったスライドのほうがきれいで見やすくなります。

使用する文字のフォントサイズも変更します。推奨は20ポイント（グラフや表の場合16ポイント）以上です。スマートフォンでもストレスなく見るためにはこのサイズが最適です。文字サイズを大きくすると、これまで1ページに収まっていた内容が、入りきらない場合もありますが、無理に収めるのではなく、ページ数を増やしたほうがわかりやすいスライドに仕上がります。

話す内容を 事前に準備する

本番の撮影前には、事前練習が必要となります。

日常的に人前で話をするのが得意な人でも、カメラを目の前にすると、いつものように話せないことがあります。事前に内容を整理し、必要に応じてシナリオ原稿を準備してもよいでしょう。

ただし、完全原稿を用意すると原稿を読み上げることになり集中して、いわゆる棒読みになってしまう、相手に伝えたい「温度感」や「雰囲気」を出せなくなる危険があります。

事前準備の段階では、完全原稿ではなく、箇条書きやポイントを整理する程度に留めるほうが自然な仕上りになります。

自社求人サイトの Webサーバーをチェック

最後に、制作上の留意点について解説します。

5Gサービスが本格化すると、Web上での動画視聴は、利便性が大幅に向上し、大きな動画ファイルも簡単に素早く視聴できるようになります。

しかし、現時点では自社求人サイトに動画を掲載する場合、利用しているWebサーバーをチェックする必要があります。

Webサーバーとは、Webサイトを格納しているコンピュータです。これまで利用していた問題がなかった場合でも、動画をアップしたことでWebページが重くなったり、開くの時間がかったり、最悪の場合サーバーダウンといった問題が起きることがあります。

これは、動画のファイルサイズが、テキストや写真と比べて大きく、動画ファイルをサーバーからダウンロードしながら再生する仕組み（プログレッシブダウンロード方式）のため、サーバー側に大きな負担がかかるからです。

今後5Gサービスが本格化していくと、通信スピードが改善し、このような問題も減少していきますが、当面の間はWebサーバーのスペックを確認して、最適なサーバー環境に変更することが重要となります。

◇ ◇
いま、人材採用を取り巻く環境は急速に変化しています。5G時代を見据え、動画コンテンツを自社求人サイトに取り込み、強力な採用ツールへアップグレードすることを検討されてはいかがでしょうか。

なかの えいじ 株式会社ビューポイントウエア代表取締役。1988年リクルートに入社し、一貫して人材領域の事業に従事。2004年に独立し、採用・育成コンサルティングを軸とした採用サポート事業・研修事業を運営。