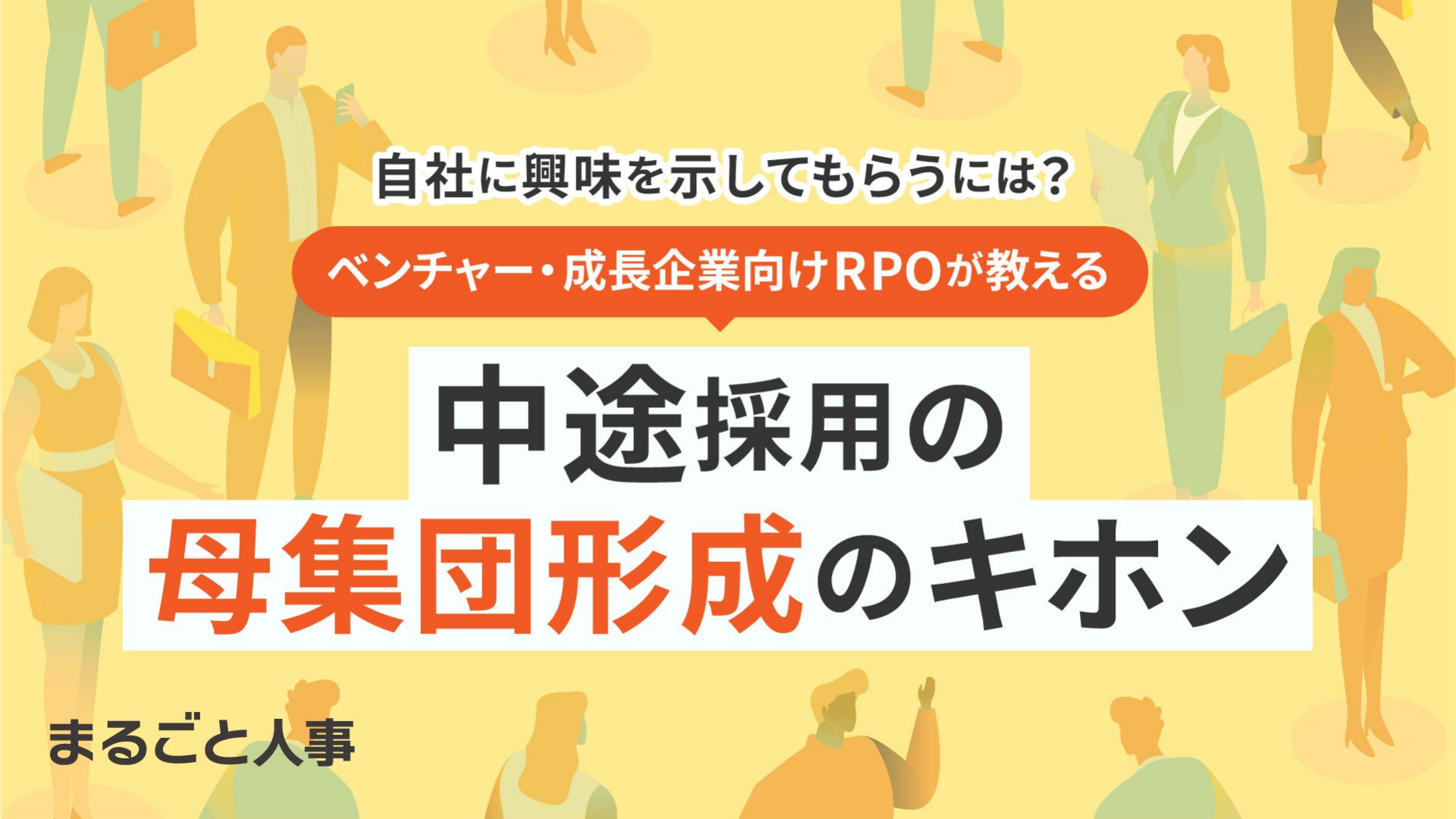




自社に興味を示してもらうには？

ベンチャー・成長企業向けRPOが教える

中途採用の 母集団形成のキホン

まるごと人事

TOPICS

01 まるごと人事とは

02 母集団形成とは？

03 中途採用の母集団形成の進め方

TOPICS

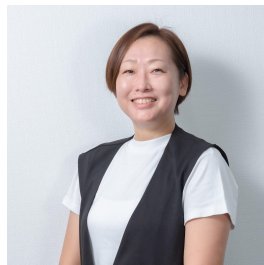
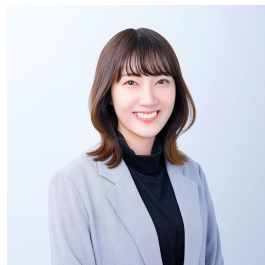
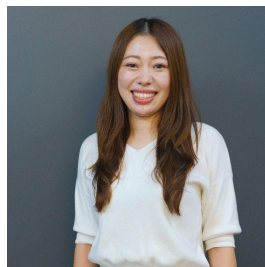
01 まるごと人事とは

02 母集団形成とは？

03 中途採用の母集団形成の進め方

成長企業向けの「月額制オンライン採用代行」

採用実務を1ヶ月単位でご支援します！



まるごと人事ならお役に立てます！

月額制の採用チームが 最適な採用設計と実務をまるごと代行します

設計


要件定義
ペルソナ設計


求人票・スカウト文
作成


募集媒体選定


選考フロー構築


訴求ポイント
洗い出し


スカウト送信
スケジュール提案

実行


書類選考


スカウト対象者
選定


面談・面接
の日程調整


スカウト送信


応募者からの
問い合わせ対応


エージェント
マネジメント

振り返り・改善


オンライン
定例MTG


数値分析


改善施策の提案


ターゲット再設定


求人票・スカウト文
リライト


代行業務の変更

※スライドに記載のない内容も柔軟に対応可能！お気軽にご相談ください

TOPICS

01 まるごと人事とは

02 母集団形成とは？

03 中途採用の母集団形成の進め方

母集団形成の基本

「母集団」＝「自社に興味を示している求職者の集団」

母集団形成は採用活動の要。

自社に興味を持つ求職者の集団を増やし、
応募者を増やすプロセスを指します。

認知

興味

応募

母集団形成の目的

採用ターゲットに合致した人材からの認知獲得と応募意思獲得の促進。

- さまざまな媒体を活用して候補者の幅を広げ、応募者数を増やす。
- 母集団の数だけでなく、応募者の質にも注意を払う必要がある。
- 採用戦略に基づき、最適な手段を選定して応募者数と質の両方を確保する。



新卒採用と中途採用の母集団形成の違い

新卒採用と中途採用では、特徴が大きく異なるため、母集団形成の時期や手法も変わってくる。
違いを理解し、それぞれで母集団形成の計画を立てる。

	中途採用	新卒採用
特徴	ポジションによって採用時期・年齢層・採用基準が変わるため、都度必要な母集団の量や手法が変化する。	入社時期や年齢層がある程度決まっているため、採用計画もそれに合わせて設計する。
入社時期	個人の状況によって様々	毎年4月1日
年齢層	22歳前後～	18～25歳前後
チャネル	職種ごとに細分化	大手媒体を中心に限定的
採用活動	短期（最短1ヶ月程度～）	中長期（1年以上に及ぶことも）

TOPICS

01 まるごと人事とは

02 母集団形成とは？

03 中途採用の母集団形成の進め方

母集団形成の進め方

事前準備

事業計画の確認

事前準備

採用スケジュール策定

STEP1

採用要件の設定

STEP2

採用手法の選択

STEP3

求人原稿の作成

開始

求人募集

母集団形成の進め方 STEP1 採用要件の設定

事前準備

事業計画の確認

事前準備

採用スケジュール策定

STEP1

採用要件の設定

STEP2

採用手法の選択

STEP3

求人原稿の作成

開始

求人募集

「採用要件の設定」の2本の軸

採用要件＝自社が求める人材の要件を示したもの

採用要件をもとに、母集団形成の方法を検討したり、選考時の可否を判断します。採用ポジションや人数、給与など条件面の具体的な設定はもちろん、採用ターゲットの人物像まで明確にすることが重要です。

採用要件設定にあたってのポイント

● スキルフィットとカルチャーフィットの双方を設定する

高い能力をもっている、自社の価値観や既存社員との雰囲気と合わない場合には、入社をしても期待していたパフォーマンスを発揮できないケースがあるので注意。

スキルフィット	カルチャーフィット
✓ 募集職種で活躍できるだけのスキルがあるか？ ● 業界知識や職種ごとの専門知識・経験・ノウハウなど ✓ 自社の業務において再現性があるか？ ● 過去に成果を出していても外部環境によるものであれば、求職者のスキルとは言えないため、再現性があるかも確認する	✓ 求職者の価値観や人柄が自社のカルチャーにマッチしているか？ ✓ どんなところに仕事のやりがいを感じるか？ ✓ 仕事の進める上で、重視する考え方や進め方は？ ✓ チームワークでは、何を重視しているか？

中途採用の採用要件

中途採用は、**即戦力**となる人材を求める場合が一般的です。

そのため、これまでの経験から培ったスキルや知見、
ノウハウを**自社の業務にどう活かせるか**が重要となります。
(※ポテンシャル採用などの一部の場合を除く)

中途採用の採用要件の設定

- 募集職種で求められるスキルはなにか
- スキルはどのレベルで必要なのか
- どんな経験をしている人材か

選考時に求職者のスキルや経験を適切に見極めることで、
入社後の活躍が期待できます。



採用要件で求める人物像を明確にするには？①

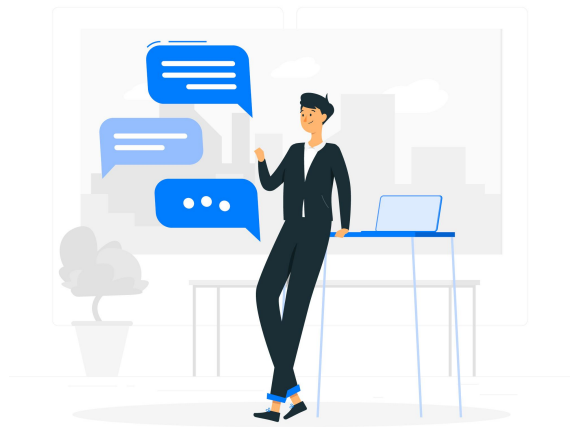
まずは、自社で求める人物像を具体化します。次の3つの観点から人物像を掘り下げていくとよいでしょう。
求める人物像を明確にすることで、**スキルフィット**、**カルチャーフィット**の見極めに役立ちます。

1. 採用目的を確認する

採用活動は、企業が設定した事業目標や経営戦略を実現するためのひとつの手段です。自社の募集背景を確認し、採用に取り組む意義や目的を明確にすることが必要です。自社にどのような課題があるのか、その課題を解決するためにどのような人材が必要なのかを確認しましょう。

2. 現場にヒアリングをする

募集する現場にヒアリングをおこない、業務内容、必要なスキルや知識、求める人柄などを洗い出します。
同じ社内でも、部署や職種、役職によって求める人材像は異なるため、ヒアリングをおこなう際は募集ポジションごとに進めましょう。



採用要件で求める人物像を明確にするには？②

ヒアリング項目の例

職務・待遇

1. 現在の現場の状況・採用背景
2. 必要人数
3. いつまでに必要か（期日）
4. 業務内容
5. 組織体制
6. 給与レンジ・労働条件
7. キャリアパス・育成計画

ターゲット

1. ハードスキル/専門性
2. ソフトスキル/コンピテンシー
3. 求める価値観・性格
4. 年齢
5. 学歴
6. マネジメント経験

POINT

ハードスキルだけでなく、ソフトスキル/コンピテンシーや求める価値観まで現場と共通認識を持つ

- 定量的な分析を行ないたい場合は、選考過程での適性検査の結果をもとに傾向を分析
- 企業のカルチャーによって求める内容が異なる分、自社にマッチした人材を採用する上で重要
- ポジションのレイヤーによって、細かく設定

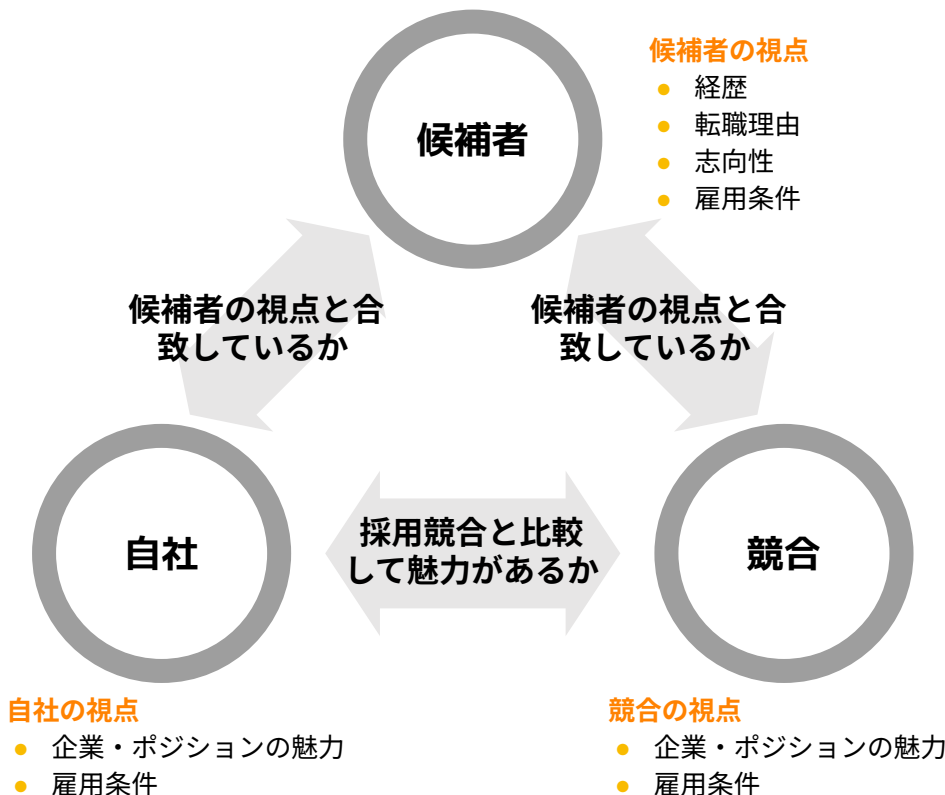
採用要件で求める人物像を明確にするには？③

3. 自社・候補者・採用競合の視点で考える

ヒアリングした内容でそのまま要件定義してしまうと、市場に合わない要件になってしまう可能性があります。「該当条件に合致する人がいるか」、「採用競合と比較して優位性はあるか」一度媒体などで検索してみましょう。

要件定義整理のステップ

1. 自社/候補者/採用競合の3つの視点を整理する
2. 自社の視点と候補者の視点とのギャップを洗い出す
3. 2.のギャップを埋められる採用競合がいるか確認する
4. 競合より優位に立てる項目に魅力を感じるターゲットに再設定する



母集団形成の進め方 STEP2 採用手法の選択

事前準備

事業計画の確認

事前準備

採用スケジュール策定

STEP1

採用要件の設定

STEP2

採用手法の選択

STEP3

求人原稿の作成

開始

求人募集

採用手法の選択 -採用ツール比較表-

適切な採用手法を選択するための、採用手法ごとの特徴です。採用人数や予算、採用までのリードタイムなどの状況から、最適な手法を選択することで、採用の精度が高まります。

	人材紹介	求人サイト (応募型)	スカウト	リファラル 採用	SNS採用 (ソーシャル リクルーティング)	求人検索 エンジン	採用 イベント
コスト	△	△	○	◎	◎	◎	△
時間	○	△	○	△	△	△	◎
工数	◎	△	△	△	△	○	△
母集団の質	○	△	◎	◎	△	△	△
母集団の量	○	○	○	△	○	△	○

(表示の意味：◎=とても良い、○=良い、△=少し注意)

特に力を入れるべき採用手法 - スカウト -

ベンチャーやスタートアップだけでなく、多くの企業に広まってきたスカウト。

求職者からの求人応募や人材紹介会社からの紹介などの「待つ」採用手法とは異なり、**転職潜在層**も含めて自社から直接アプローチをかける「攻め」の採用手法が特長です。

メリット	注意点
● ターゲットに近い人材を集めることができる ● ターゲットに近い人材と直接接点を持てる ● 細かいPDCAを回しやすい ● 採用コストを抑えられる ● 転職潜在層にもアプローチできる ● 自社の魅力を直接伝えられる	● オファーを自ら送る必要がある ● 他の手法と比較して、ターゲット設計がより重要 ● ターゲット・媒体が適切か？ ● 時期変動も考慮に入れる ● 候補者を絞りすぎない

→次のページにスカウト媒体を特徴別にまとめてあります。

それぞれの媒体の特徴を抑え、適切な媒体を選び運用してみてください。

母集団形成の進め方 STEP3 求人原稿の作成

事前準備

事業計画の確認

事前準備

採用スケジュール策定

STEP1

採用要件の設定

STEP2

採用手法の選択

STEP3

求人原稿の作成

開始

求人募集

ダイレクトリクルーティング

BIZREACH

Wantedly

Green

en ミドルの転職

A M B I

openwork

doda ダイレクト

三イダス
by PERSOL

Eight Career Design

RECRUIT DIRECT SCOUT
リクルートダイレクトスカウト PRODUCED BY RECRUIT

スタクラ
STARTUP CLASS

yagioffer

キャリアオク

新卒

OfferBox Wantedly doda キャリパス RE就活 キャンパス

Matcher Scout openwork ABABA キミスカ

en iroots BIZREACH CAMPUS ラガキャリア BaseMe

新卒（職種特化）

LabBase 就職 Acaric アカリク サポートーズ
TECH OFFER 逆求人ナビ paiza新卒
RecGame リクガメ 新卒 READY TO FASHION
ファッション業界のしごとSNS

職種特化

SYNCA MSCareer
VIVIVIT ジョブメドレー

エンジニア特化

Forkwell Jobs LAPRAS
転職 DRAFT Findy
freelance hub レバテック
ダイレクト paiza

掲載型媒体

リクナビNEXT

マイナビ 転職

en エン転職

はたらく今日が、いい日に。
doda

type

N 日経 転職 版

女の転職 type

出会いが広がる、気持ちよくなる。求人・転職情報サイト
はたらきく
PRODUCED BY RECRUIT

イーキャリア

PROSEEK
プロシーク

Reworker

Guidable Jobs

Create 転職

RE就活

ジョブチャ

職種特化

READY TO FASHION
ファッション業界のしごとSNS

飲食求人サイト
グルメキャリア
gourmet career

おもてなしHR

人材ドラフト

リジオブ

直接応募で自由な転職活動を
コメディカルドットコム

TWC

Foodslabo

ホテル・旅館 求人コム

ナースセンター
e nurse center

リクナビ 薬剤師
PRODUCED BY RECRUIT

NESIBOWL

cookbiz

CareerCross™

福祉のお仕事
FUKUSHI-JOB SEARCH

TRYT キャリア ウェルミーズジョブ

美大芸大 就活ナビ

飲食店ドットコム

CFN

カーワーク
Car Work Assist

医療事務・調剤事務専門求人
Jimuten.

GUPPY

メカワーク
Mechanic Work Assist

jREC-IN
Portal
for all researchers and research staff

あぐりナビ

農業ジョブ

jw 塾ワーク
JUKU WORK

DRIVE キャリア

トリサンキャリア

RecGame
リクガメ

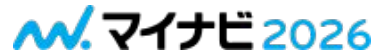
不動産 Career

助太刀

工場・製造業のお仕事探し
ジョブコンパス

JobRainbow

掲載型媒体（新卒）



複業マッチングプラットフォーム



求人検索エンジン



SNS型媒体



リファラル採用ツール



その他



求人原稿を作成するポイント

母集団形成の最初のステップは、自社の求人原稿や広告を確認して**興味**をもってもらうことから始まります。候補者から**自社に対する第一印象**を決定するものであるため、重要なステップです。

POINT 01

独自の強みを「キーワード化」

原稿を作成する際に自社のことを分かりやすく、印象に残る形で伝えることができる。

自社をあらわすような印象的なキーワードは他の媒体や自社の宣伝やブランディングにも利用できる。

POINT 02

簡潔で具体的な内容

求人原稿に記載するのは「自社の求めているもの」「自社が提供できるもの」の2つ。

候補者に必要な能力（自社の求めているもの）や得られる対価（自社が提供できるもの）を明確にすることで、候補者も企業の内情や実際の働き方のイメージが付き、応募につながりやすくなる。

POINT 03

根拠のある数字を記載する

どのような事業に取り組んでおり、どれだけの利益を出しているのか、従業員数や給与レンジなど、具体的な数字で示す。

論理性をもって事業に取り組んでいることを示すことができれば、納得感や安心感にもつながる。

母集団形成をより効果的に行うためのポイント

以下のようなポイントを押さえると効果的な母集団形成に繋がります。

ターゲットに合った コンテンツの利用

- 記事コンテンツ・動画・写真・音声等さまざまなコンテンツを利用する。
- 幅広い発信をおこなうことで、候補者とのタッチポイントを増やせる。
- 良いコンテンツは、自社の認知拡大・母集団形成・ブランディングの強化にもつながる。

定期的な原稿の見直し

- 自社の状況、採用市場も常に変化し続けているため、どれだけ時間をかけて作った原稿であっても改善すべき点は出てくる。
- 母集団形成がうまくできていない場合、原因究明のきっかけにもつながることも

素早く丁寧な コミュニケーション

- 応募後の対応によってもその後の選考参加率が変わるため、応募後はスピーディーな対応を心がける。
- なるべくテンプレートを使用した対応は避ける。
- 「複数の内定が出ている」「転職活動を急いでいる」などの候補者の場合にも、入社意欲を維持し、内定辞退を防ぐことにもつながる。

母集団形成がうまくいかない際に行うべきこと

自社の求人を見て興味を示してくれても応募までいたらない場合、以下のような可能性があります。

- ✓ 掲載していた求人や候補者に送ったスカウトメールに魅力が足りない
- ✓ 競合他社と比べて見劣りする

以下のような点を見直し、改善に繋げましょう。

データ分析

- 求人のPV数や応募率、スカウト開封率・返信率などのデータを確認し、なにが原因で母集団形成がうまくいっていないのかを分析して特定

媒体の見直し

- 適切な媒体を選択できているかを再検討し、必要に応じて変更することが重要。
- 求める人物像や自社に合う求職者が魅力を感じ、利用する可能性が高い媒体を選択することがおすすめ。

ターゲットの見直し

- 求職者の志向性や求める条件と自社の条件が合致していなければ、別のターゲットに変更できるか検討する。
- 転職潜在層にアプローチすることも効果的。転職潜在層であればライバルが少ないため母集団形成につながりやすい。

メッセージの改善

- ターゲットの見直しによって変化した点、媒体を変更した場合はその媒体の特性などを踏まえてメッセージを作成し直す。
- ABテストをおこなって効果を検証することも重要。

スカウトノウハウや工数にお困りの際は・・・
「まるごと人事」にご相談ください！

- ➡ まるごと人事では、設計～運用～改善までワンストップでスカウト業務のご支援が可能です
- ➡ 常時120社の支援を通じて、月間4万通のスカウト送信実績があります。
180以上の媒体の運用実績もありますので、媒体ごとの活用ノウハウも豊富です。

豊富なノウハウ

各職種のキーワードリストなど
ノウハウも豊富

エンジニア採用に強い

支援業務の約40%がエンジニア
採用

名称	解説	カテゴリ	フレームワーク に紐づく言語	動的 / 静的	よく使われる目的
Kotlin	Android公式開発言語でモバイルはこれでしょうという印象です。 Kotlin,Swiftで書いているのは当たり前でその他に使ってからも 汎用。 今後需要の増加が見込まれ、技術者も不足すると予想される。	モバイル	なし	静的	Androidアプリ開発
Swift	iOSのアプリといえばこれ。一般的なWebアプリの開発も可能。 不具合が起こりづらく、安定してアプリやシステムを稼働するために 必要なコードの安定性を高く保つことが可能。 安定した需要が見込まれ、技術者も不足すると予想される。	モバイル	なし	静的	iOSのアプリ開発 (Webアプリケーション、 Webサーバーも作成可能)
Vue.js	フロントフレームワークでこのアプリのこの部分だけ に便利。ウェブサイトに JavaScriptの需要と連動。 1 大分類	職種名	職種詳細(商材や言語など)	キーワード(オレンジは比較的低コストな技術)	
Angular	Google主導で開発されてる 組み込みのフロント開発に 向いて、独自の仕様が多く学習 必要は下火で人材も多くない 最近人気のフロントフレーム ワークアプリケーションやド アアプリ層ではVue、Reactで ない。案件数は徐々に増え	1 エンジニア 2 エンジニア 3 エンジニア 4 エンジニア	フロントエンジニア サーバーサイドエンジニア サーバーサイドエンジニア サーバーサイドエンジニア	React,Redux,Angular,Vue,jQuery,javascript,Typescript,CSS3(Sass,PostCSS),HTML5, Laravel,Ruby,PHP,Java,Python,Go,PHP,GraphQL,ROR,Ruby on Rails,Node.js php,Laravel,CSS,JavaScript,WordPress,Symfony,CakePHP	
React	最近人気のフロントフレーム ワークアプリケーションやド アアプリ層ではVue、Reactで ない。案件数は徐々に増え	5 エンジニア 6 エンジニア 7 エンジニア 8 エンジニア	QAエンジニア サポートエンジニア ネイティブアプリエンジニア バックエンドエンジニア	JSTOB,テスト,自動化,品質管理,品質改善,Jenkins,TravisCI,検証,selenium,Cit 導入,システム,サポート,運用 iOS,Android,swift,objective-c,java,kotlin,アプリ,スマホ,firebase,Flutter go,go-lang,vue,バックエンド,GCP,GKE,Docker,Kubernetes,k8s	
JavaScript	最近人気のフロントフレーム ワークアプリケーションやド アアプリ層ではVue、Reactで ない。案件数は徐々に増え	9 エンジニア 10 エンジニア 11 エンジニア	バックエンドエンジニア バックエンドエンジニア フルスタックエンジニア	Ruby on Rails, RoR go,vue,Python,php,Ruby,MySQL,Docker,Kubernetes,k8s,GCP,GKE,Rust フルスタック,マルチ,テックリード	
HTML	前提としてWebページの を表現するための基本とな りWEBデザインの必要要素 が高度化されているが、 ない。案件数は徐々に増え	12 エンジニア 13 デザイナー 14 デザイナー	データサイエンティスト WEBデザイナー WEBデザイナー	UI/UXデザイナー コーディングもできる	
CSS	HTMLで書かれたWebペ ージ、フロントなど HTML	15 デザイナー 16 セールス 17 セールス 18 セールス 19 セールス 20 マーケティング 21 マーケティング 22 マーケティング 23 マーケティング 24 コーポレート 25 コーポレート	プロジェクトマネージャー セールス アカウントエグゼクティブ インサイドセールス パートナーセールス マーケティング マーケティング マーケティング 広報・PR 経理事務 経理事務	SaaS,IT 商材/SaaS ITソリューション営業 MAツールが使える 代理店営業 MAツール 広告運用ができる コンテンツマーケティング	

継続率95%以上！多くのお客様にご好評いただいております

Point. 01

豊富な実績



- ✓ 累計支援社数 650 社以上
- ✓ 媒体利用実績 180以上
- ✓ スカウト送信 月間約4万通

Point. 02

高品質



- ✓ 経験豊富な200名の社員が在籍
- ✓ 手厚い支援体制
- ✓ 充実した社内教育・研修制度

Point. 03

柔軟性



- ✓ 1ヶ月ごとの更新
- ✓ 退職・離職リスクがない
- ✓ 採用計画に沿ったご提案

会社名	マルゴト株式会社
設立日	2015年10月
代表取締役	櫛引 一臣（くしびき かずおみ）
社員数	216名（2025年10月時点）
本社HP	https://marugotoinc.co.jp/
事業内容	フルリモートでの下記サービス提供 • BPO事業（採用代行・労務代行・経理代行） • 人材紹介事業
本社所在地	〒060-0061 北海道札幌市中央区南一条西 十六丁目1番地323 春野ビル3F



独立行政法人中小企業基盤整備機構 主催の「第25回 Japan Venture Awards」において、地域貢献特別賞を受賞しました。



経済産業省 北海道経済産業局が実施するスタートアップ育成支援プログラム「J-Startup HOKKAIDO」の認定スタートアップとして選定されました。



「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」（女性活躍推進法）に基づく認定マーク
「えるぼし」の最上位である認定段階3を取得しています。



総務省が主催する「テレワークトップランナー2024」にて、テレワークの十分な実績や、テレワークの活用による経営効果の発揮等、優れた取組を行っている団体20社中の1社に選定されました。

まずは 30分の無料採用相談 からどうぞ！

→ 無料採用相談はこちら！

**“採用がわからない...どこまでお願いできるかわからない...” など
ざっくばらんに採用相談にのっておりますので、お気軽にご連絡ください！**