

今すぐ使える
採用改善
チェックリスト
100

まるごと人事

本書を読むとわかること

01

自社の採用課題が見つかる

02

採用課題を解決するための施策が網羅的にわかる

[illegible]

Googleスプレッドシート版の採用改善チェックリストは、
下記からダウンロードできます。

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1tiNbbisIIYRhLMDu3uL28aJMTy9DQAZmEEr2n6-2984/edit?usp=sharing>

TOPICS

01 まるごと人事とは

02 採用課題の見つけ方

03 採用改善チェックリスト100

TOPICS

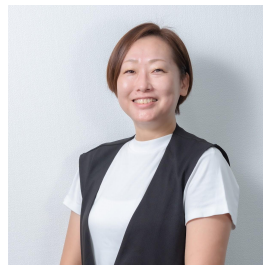
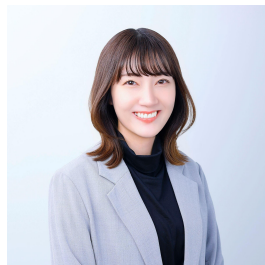
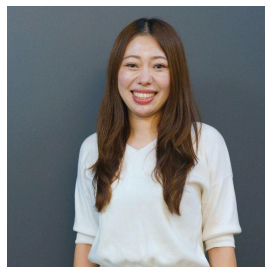
01 まるごと人事とは

02 採用課題の見つけ方

03 採用改善チェックリスト100

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

採用課題の見つけ方

各ステップの歩留まり率のうち、想定より数値が低い箇所には課題を抱えている可能性がある。

(例) 下記の場合では二次面接の辞退率が高いため、「一次面接or二次面接において課題がある」といった仮説が立てられる。

	応募	書類選考	一次面接	二次面接	最終面接	内定	入社
人数	100人	80人	43人	13人	6人	3人	2人
合格率		60%	50%	60%	50%		
辞退率		20%	10%	35%	10%	35%	

他の工程と比較して辞退率が高い

TOPICS

01 まるごと人事とは

02 採用課題の見つけ方

03 採用改善チェックリスト100

採用課題とは



採用課題とは・・・

採用目標に対して、現状の採用活動とのギャップを指す。

「応募が集まらない」「内定承諾率が低い」といった、採用目標を達成するために、障害となる要因のことです。

ギャップを解消し、採用活動を成功させるには、「どのステップ」に問題があり、「なぜ」うまくいかないのかという課題を把握し、適切に対策を行なうことが重要です。

採用課題の見つけ方

採用課題の把握には、採用フローにおける各ステップの「歩留まり率」を算出することが重要

歩留まり率とは、選考において次のステップに進んだ人数の割合を指します。

$$\text{「歩留まり率（％）」} = \frac{\text{「選考通過数」}}{\text{「選考対象数」}} \times 100$$

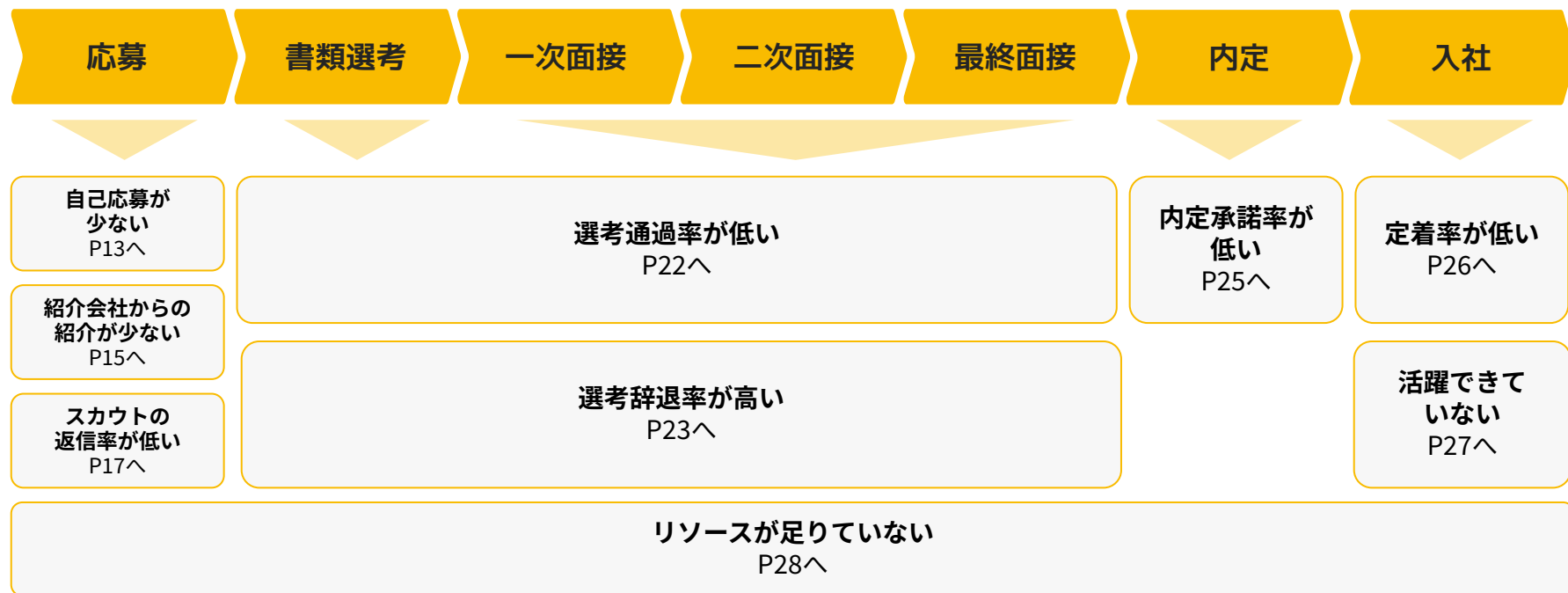
右記は、歩留まり率の具体例と、それぞれの計算式になります。

- **書類通過率**
＝ 書類通過者数 ÷ 応募者数 × 100
- **面接通過率**
＝ 面接通過者数 ÷ 面接者数 × 100
- **内定率**
＝ 内定者数 ÷ 面接者数 × 100
- **内定承諾率**
＝ 内定承諾者数 ÷ 内定者数 × 100

採用課題に対する施策

採用課題の箇所が特定できたら、該当箇所の歩留まり率を改善する方法を考える。

複数箇所に課題がある場合、「内定に近いステップから」改善する。※具体的には各ページを参照



TOPICS

01 まるごと人事とは

02 採用課題の見つけ方

03 採用改善チェックリスト100

自己応募が少ない場合

求人媒体からの応募が少ない場合、求人が見られていないのか、応募率が低いのか、数値を確認して改善を行なう。

求人のPVが少ない	求人が埋もれている	☐	新着表示されるように運用する	Wantedly：タイトル更新 ビズリーチ・Green：求人更新
		☐	求人に盛り込むキーワードを精査する	①候補者がどのようなキーワードで求人を探すかを考え書き出す ②①のキーワードの類似キーワードを書き出す ③①と②のキーワードを求人のタイトルや本文に使用する
		☐	流入導線が網羅されているか確認する	職種・勤務地・キーワード・特徴・経験年数などターゲットに表示させるための設定がされているかチェックする
	表示されているが求人情報が魅力的ではない	☐	タイトルで採用ターゲットに刺さる文言を入れる	経験の有無や魅力を入れる(法人営業経験者歓迎！や完全週休 2日制/在宅OK、未来の幹部候補など)
		☐	写真で差別化ができていないか	一緒に働くメンバーの写真 /会議の様子 /仕事の中身など 求職者の知りたい情報が盛り込まれているか
閲覧からの応募率が低い (1%以下)	ターゲット外の人が閲覧している	☐	タイトル・写真と実際の求人内容にズレがないか確認する	例) エンジニアの場合、タイトルに言語を入れる など 媒体によっては、求人が表示されるターゲットを設定できる機能がある
	求人が魅力的ではない	☐	誰が見てもわかりやすい文言になっているか	専門用語や社内用語で難解な文章になっていないか
		☐	訴求ポイントがターゲットペルソナにマッチしているかどうか	企業が伝えたい情報ではなく、候補者が知りたい情報を盛り込む
		☐	具体例が入っているか確認する	数字で示す / 社風は情景が思い浮かぶような文章にする
		☐	求人情報が古くなっていないか確認する	会社情報の変更点はないか(福利厚生面で新しく追加されたものはないか / 業績が今年のものか)
		☐	年収が適正が確認する	他社の同職種の求人を比較してみる 年収幅が広い場合は、求人を2つに分ける (求職者は下限に注目するため)

人材紹介会社経由の応募が少ない

人手不足が続く中、エージェントとこまめに連携し、推薦してもらうための関係構築も重要。

候補者に案内してもらえていない	エージェントの注力企業になっていない	☐	定期的な情報共有を行う	・ 募集ポジションに関する情報は、些細な内容でもすぐに共有する（直近で類似ポジションに入社した方のスキルや経歴） ・ 連絡をとる頻度を決める ・ エージェント向け説明会を実施する ・ 採用ピッチやエージェントへの職種説明資料を作成し、共有する
		☐	選考結果連絡はスピーディーに行う	各選考から1営業日以内が理想
		☐	お見送り理由を詳細に伝える	今後、よりマッチした候補者をご紹介いただくため
		☐	エージェントが候補者を後押しできるような情報を共有しているか	・ 書類選考なしで面談や面接からスタートできる特典をつける（エージェントと要件の目線が合っているのが前提） ・ 夜間や土日祝も面接可とする（在職中の候補者が多いため）
		☐	採用優先度が高いポジションには紹介料アップも検討	〇ヶ月だけFeeUPや、〇週間だけ限定公開にするなども手です
	ターゲットとなる候補者が少ない	☐	採用要件の認識にズレがないか確認する	採用要件に変更があった際に共有しているか。定期的なメルマガ配信・MTG実施・採用ピッチ資料共有、エージェント向け説明会実施など目線合わせをしているか
		☐	ネックとなる要件がないかエージェントにヒアリングする	要件が多すぎるケースもある。入社後にキャッチアップできるスキルは要件から外す
		☐	エージェントの得意領域とあっているか確認する	エージェントに母集団数などをヒアリングしてみて、紹介が見込めない場合は他のエージェントを探す
案内後の応募率が低い	候補者が企業に魅力を感じていない	☐	応募しなかった理由をヒアリングし、ネックとなっているポイントを把握する	ネックとなるポイントが解消できるような材料をエージェントに共有する
	志望度が低い	☐	初回をカジュアル面談にする	カジュアルに話せる機会を設定し、候補者をアトラクトする

スカウト返信率が低い

スカウト経由の応募が少ない場合、まずは送信数を担保できるよう、リソースの確保やリストアップの方法を改善する。

スカウト送付数が足りていない	工数が不足している	☐	必要なスカウト数から適切な工数を試算する	カスタマイズの度合いによるが、個別カスタマイズしたスカウトを 100通送るのに25～35時間くらいかかる 採用目標から必要スカウト送信数を逆算し、スカウトに必要な工数を算出してリソースを確保する
対象者のリストアップ数が少ない	検索方法が適切ではない	☐	検索キーワードが網羅できているか確認する	同じ意味の用語でも、候補者によって表記方法が異なる場合がある(例: Web・WEB・ウェブ／Ruby on Rails・ROR・Rails／Google・グーグル)
		☐	類似キーワードで検索する	必須スキルに近いスキルで転用できる場合は検索条件に追加する
		☐	ペルソナやレイヤーごとに検索軸を分ける	一番欲しいペルソナ・ベンチマーク企業に在籍者・ポテンシャル層のように複数パターンを作成し、検索優先順位をつける
		☐	要件を絞り込み過ぎていないか確認する	年齢、居住地、学歴、転職回数など
		☐	現場社員にリストアップの協力を依頼する	工数の担保に加え、現場との目線合わせを行う意味合いで実施
	スカウト対象者が枯渇している	☐	媒体の変更や追加を検討する	媒体によってはプラン変更で表示される候補者が増えるものもある
		☐	スカウトの再送を検討する	1通目と訴求ポイントを変えたスカウト文面にするとい
		☐	要件の見直しを検討する	レジュメを見れば見るほど目が肥えるため、適切な要件で PULしているか定期的に確認が必要
		☐	雇用形態の変更を検討する	本当に正社員である必要があるのか・業務委託ではどうか、など

スカウト返信率が低い

スカウト経由の応募が少ない場合、まずは送信数を担保できるよう、リソースの確保やリストアップの方法を改善する。

スカウト返信率が低い	本当に低いのか確認する	☐	媒体×職種ごとの平均返信率と比較してみる	時期的な問題もある(例:経理職は月末忙しい 等) ・媒体CSとMTGを設定し、平均返信率を確認する
	アクティブではないユーザーに送付している	☐	直近ログイン者に送付ができているか確認する	前回ログインが1～2週間以内が目安
	送信のタイミングが適切ではない	☐	返信率が高い時間・曜日に送信できているか確認する	媒体によって異なるため、媒体CSに確認を推奨
	既読率が低い(媒体や職種の平均と比較して)	☐	媒体×職種ごとの平均既読率と比較してみる	媒体によって異なるため、媒体CSに確認を推奨
		☐	ターゲットに刺さる件名になっているか	件名に魅力的なキーワードやカスタマイズを入れる、簡潔に伝わる内容かどうか
		☐	パソコン、スマホでの見え方をチェックする	改行がおかしくないか、スクロールしなくても欲しい情報が見やすくなっているか
	スカウトを読んでいるが刺さっていない	☐	本文の長さが適切か確認する	Wantedly・Green・YOUTRUST:500文字程度 ビズリーチ::1000文字程度
		☐	訴求ポイントが転職者の志向にマッチしているか確認する	必要に応じて候補者ごとにスカウト理由をカスタマイズする
		☐	適切な送付者から送付できているか確認する	例:エンジニアの場合は CTOや開発責任者からスカウトの方が返信率が高い

使用している媒体・チャンネルが適切ではない／数が少ない

今使用している媒体・チャンネルを最大限運用してもまだ母集団の数が足りない場合は、新規の媒体やチャンネルを検討する。

使用している媒体で効果がでない	媒体のデータベースがターゲットと合致していない	☐	媒体のCSや採用代行などに、媒体のデータベースにターゲット層がどのくらい登録しているかヒアリングする	職種・登録地域・流入経路などを確認 例) 営業職が欲しい場合には営業職希望の方が○%登録している、経験者が○%登録しているなど属性が合うかどうか
	媒体のデータベースの量が少ない	☐	媒体のデータベースに登録しているターゲット層の数を把握する	月間登録者数の目安と、直近ログイン1ヶ月以内のアクティブユーザーがどれくらいいるか
使用している媒体の数が少ない	新規チャンネル・媒体を検討する	☐	新規媒体の情報をリサーチする	・データベースの層と量を確認する ・運用工数やコストを確認する
		☐	新規媒体の運用リソースを確保する	・媒体やチャンネルによって、運用にリソースを割かなければ効果が出ないツールもあるため、リソースを確保できるか確認する
		☐	新規媒体の運用方法を情報収集する	・媒体によっては個別の運用TIPSがある。 媒体のCSや採用代行会社などにTIPSを聞いたり、情報収集する

面談設定率が低い

応募後の対応スピードや内容によっても、面談実施に至らないケースもある。

面談設定率が低い	候補者に負担がかかっている	☐	日程調整ツールを導入する	スカウト文面に日程調整ツールのリンクを貼り付けることで、リードタイム短縮につながる
		☐	日程候補を企業側から提示できているか確認する	候補者に丸投げするのではなく、候補者が負荷なく返信できるように複数日程提示する
	初回の返信に不備がある	☐	3時間以内に返信できているか確認する	求職者がHOTなうちに返信を行うことが大切。場合によっては「後ほど連絡する」旨の自動メール返信機能を利用する
		☐	初回の案内メールを見直す	・面談なのに、面接を案内していないか ・意欲を上げるような文面になっているか ・企業の魅力を伝える情報提供ができているか
		☐	適切なタイミングでリマインドできているか確認する	早くて3日、遅くても1週間経過したら日程調整のリマインドを実施

書類選考通過率が低い

応募はあったが書類選考通過率が低い場合、採用要件と募集文が合致しているか確認する。

要件を満たす人が集まっていない	<自己応募> 求人者の訴求ポイントがズレている	☐	ペルソナ設定が適切か確認する	※自己応募の書類通過率目安：3-7%
		☐	ペルソナのインサイトに向けた訴求ができていないか確認する	
	<エージェント> 採用要件が正しく伝わっていない	☐	エージェントと要件のすり合わせを行う	書類選考時に詳細の通過・お見送り理由の共有を行う 例)年齢がお若いためスキルが足りない、〇〇のスキルがあればこの年齢でも通過 など 定期的にはエージェントとMTGを実施し候補者ベースですり合わせする
	求めるスキル・経験の表記がズレている	☐	自社が求めるスキルセットと、求人票・募集文に記載されているスキルにズレがないか確認し、表記を調整する	採用要件に変更があればすぐ反映する
	求める人材像が変化している	☐	NG理由を蓄積する	NGになるポイントから採用要件を見直すことができる
		☐	現場に確認の上、採用要件を再定義する	社内の状況の変化によって、求める人材像は変化する (同じポジションでも1人目か否かで求められるスキルが異なる)

選考通過率が低い

選考通過率が低い場合、選考内容の見直しや面接官ごとのバラつきを確認する。

合格率が低い	候補者を正しく判断できていない	☐	「評価項目」「質問」「基準」を明確にする	過剰な評価ではなく、質問をもとに適切に評価項目・基準で評価できているか確認する
		☐	面接官ごとの合格率を確認する	面接官が複数人いる場合、面接官ごとに目線がズレており、合格率に差があるケースがある
		☐	面接の質を確認する	面接に同席するなどを行ない、面接でしっかりヒアリングできているか確認する
	面接官と採用担当で求める人物像が異なっている	☐	不合格理由をヒアリングし、ズレている点を把握する	不合格理由が不明確な場合もあるため、言語化して面接官と採用担当者ですり合わせる
		☐	面接に同席する	現場の面接官と採用担当で認識がズレていそうな場合は、採用担当が面接に同席して、実態を把握する

選考辞退率が高い

面接設定が進まない場合、設定までのスピードの見直しや、熱量を伝えるなどの改善が有効。

面接設定率が低い（80%以下）	選考スピードが遅い	☐	日程調整の連絡が遅くないか確認する	・候補者にはスピーディーに連絡ができているか ・日程調整ツールを使っているか
		☐	選考結果出しが遅くないか確認する	1営業日以内の結果出しが理想
		☐	次の面接までの期間が長くないか確認する	2-3週間後になると面接設定率が下がる傾向にある ※日程調整ツールは便利だが、候補者の選択肢が広がりすぎる恐れもある。選考を早く進めたい場合は、こちらから日程を提示するなど臨機応変な対応が必要。
	候補者の転職意欲や志望度が低い	☐	次回選考の案内を明確に提示する	「カジュアル面談はよかった」で終わらせない。可能性のある候補者には明確に選考に進んでいただきたい旨を伝える
		☐	選考以外で交流の場を設ける	・メンバーとの交流会・オフィス見学 など
		☐	候補者の魅力ポイントを伝える	合格通知連絡の際、候補者を魅力に思っているポイントを伝え続ける 「面談での●●●なお話がとても素敵でした！」 「次回の面接担当者も●●●な経験や●●●な考え方について、ぜひ直接お伺いしたいと申しております！」など
選考中の辞退率が高い	企業や事業の魅力が伝わっていない	☐	アトラクトできる面接官が初回面接／面談を担当する	まだ知名度が高くない企業ほど、初回に経営陣が出ると有効
		☐	採用ピッチ資料を作成する	採用ピッチ資料があることで、面接官が会社説明するポイントを統一でき、企業理解の促進や意欲上げにつながる
	選考フローに問題がある	☐	面接／試験回数が多すぎないか確認する	面接／試験回数が多すぎると離脱につながってしまう！ ・面談・面接合わせて3回以内で内定を出せるのがベスト。
		☐	選考内で候補者状況を把握できているか確認する	候補者の転職軸や転職活動情報の把握は必須！ 候補者に負担がかからない範囲でアンケートを実施する。

内定承諾率が低い

内定承諾率が低い場合、候補者の志向性や選考状況を適切に把握して、自社の魅力を訴求できているか確認する。

内定承諾率が低い	選考スピードに問題がある	☐	応募～内定通知までの期間は適切か確認する	応募～内定まで1ヶ月程が一般的。 ※オンライン選考が主流となり、2週間程で内定出しをする企業もある
		☐	選考結果連絡を早期化できないか検討する	面接官からの結果回収方法をフロー化する、リマインドを強化する 日程調整ツールを使い、選考日程調整にかかる時間を短縮する
		☐	選考プロセスを短縮できないか検討する	面接3回→2回に短縮など（難しい場合は、良い候補者のみ短縮するなどのカスタマイズした対応も検討） オンライン選考に切り替える
	競合他社に負けている	☐	各面接でアトラクトを強化する（見極めに寄りすぎていないか？）	▼候補者に面接で伝えるべきこと ・採用背景や期待している役割等 ・任せたい業務はなにか ・どんな経験やスキルが活かせるのか ・自社で働くメリット+自社の魅力←最重要
		☐	他社の選考状況を把握しておく	候補者の転職軸や転職活動情報の把握は必須！ 転職状況のアンケートを実施するのもよい。
		☐	候補者との連絡頻度を増やす	連絡を取る際に「来週改めて連絡する」など次回連絡の目安を伝える 少なくとも1週間に1回は連絡する
		☐	他社と比べて待遇で劣っていないか確認する	他社情報のキャッチを求人票だけでなく、候補者やエージェントから回収し条件面での交渉ができないかどうかを確認
		☐	オファーの出し方を工夫しているか確認する	温度感あるオファーを！ ・オファー面談の実施 ・メッセージを添えたオファーレターの作成

入社後の定着率が低い（早期退職）

採用した後の定着率が低い場合、採用段階で仕事や社風についてしっかり伝えられているか確認する。

定着率が低い	社風・仕事内容ミスマッチ	☐	選考段階で仕事内容を正しく伝え、認識に齟齬がないか	良い部分だけでなく悪い部分まで伝える
		☐	選考段階で社風を正しく伝え、認識に齟齬がないか	会社見学など実施できているか
		☐	上司・同僚と合うか	メンバーとの会食実施や面談などできているか
		☐	選考段階で雇用条件等を正しく伝え、認識に齟齬がないか	必要に応じてメールや書面で伝え、認識の齟齬が起きないようにする。 採用ピッチ資料などにも記載する

活躍できていない

採用した後のに想定していた活躍が見られない場合、採用段階での見極めやオンボーディング方法を見直す。

活躍できていない	スキルミスマッチ	☐	選考方法は適切か	面接での質問項目を変更する 課題提出や適性検査など、別の選考方法を検討する 具体的なヒアリングだけではなく、ときにはワークサンプルテストを実施するなども必要
		☐	面接での深掘りができているか	面接で本音が引き出せるような空気づくりができているか 表面的な回答だけでなく、具体エピソードなども深掘りする
	オンボーディング・研修が不足している	☐	研修資料・研修内容を増やす	特に習得が難しい箇所は研修やマニュアルの拡充を検討する
		☐	研修資料・研修内容がわかりやすいか、情報が古くないか	研修資料などをわかりやすく改善する 座学や動画、資料など、適切なインプット方法を検討する
		☐	オンボーディング期間やプロセスが長すぎたり、短すぎたりしないか	インプットする項目が多い場合、一度に定着させるのは難しいことも。 適切な期間やステップを踏み、負荷なくスキルを身に付けられるようにする
	社風に馴染めていない	☐	コミュニケーション施策の改善やメンター制度を設ける	企業風土に馴染めていないために、本来のスキルが発揮できていない可能性もある。 社内コミュニケーションを活性化し、早期に会社に馴染めるようにする

リソースが足りていない

採用目標に対して、リソースが十分か確認する。不足している場合、リソースの調達方法を検討する。

人的リソース が足りていない	工数を確認する	☐	何にどのくらいの工数がかかっているのか把握する	採用活動の工数を算出するシートなどを活用する https://marugotoinc.jp/document/recruit_management/
		☐	採用目標を達成するために、どの程度の工数がかかるのか算出する	採用目標から逆算し、必要な行動量と工数を算出する。 （例）スカウトメール○通・候補者対応○件・・・など
	工数を削減する	☐	業務効率化する	既存業務の中で、マニュアル化や効率化できる業務はないか検討する。
		☐	採用ツールを導入する	採用管理システム（ATS）や日程調整ツールなどを活用し、採用工数を削減できないか検討する
	リソースを増やす	☐	採用担当を採用する、社内異動の検討	現在の採用チームの状況から、メンバーに求めるスキルなどを明確化。外部採用or社内異動を検討する
		☐	採用代行（RPO）を活用する	採用代行を活用することで、一定期間のみリソースを増やすことも可能。 依頼したい業務によって、適切な採用代行会社を選定する。

リソースが足りていない

採用目標に対して、リソースが十分か確認する。不足している場合、リソースの調達方法を検討する。

採用予算が 少ない	採用コストを把握する	☐	現在の採用コストを把握する	職種別やチャンネル別などに、採用コストがいくらかかっているのかを算出する
		☐	適切な採用コストを把握する	採用ターゲットによって、採用コストの相場は変動する。自社の採用計画から、どの程度の採用コストが適切か算出する。
	採用コストを削減する	☐	採用費を削減する	既存の採用コストのなかで、コストがかかりすぎているものがないか確認する。 効果の出ていない採用媒体の解約、低コストな採用チャンネルを検討するなど
	採用予算の承認を取る	☐	採用目標から逆算した必要予算を計算	採用目標に向けて費用が明らかに不足している場合、追加の採用予算の承認を取る
採用ノウハウ がない	採用ノウハウを補う	☐	採用支援サービスを活用する	採用コンサルティングサービスや採用代行サービスは、採用ノウハウや他社の事例が豊富にあるため、早期に採用ノウハウを補うのに適している
	採用チームの育成	☐	研修制度の拡充	書籍購入費の補助や学習のためのセミナー参加補助など

採用戦略やリソース不足にお困りの際は・・・

「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。
120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う必要もありません。 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。	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	1 エンジニア	フロントエンジニア		React,Redux,Angular,Vue,jQuery,javascript,Typescript,CSS3(Sass,PostCSS),HTML5, Laravel,Ruby,PHP,Java,jRPC,GraphQL,ROR,Ruby on Rails,Node.js
React	最近人気のフロントフレーム ワークでアプリケーションや ブラウザ側ではVue、最もで ない。案件数は徐々に増え	2 エンジニア	サーバーサイドエンジニア	PHP	php,Laravel,CSS,JavaScript,WordPress,Symfony,CakePHP
JavaScript	最近人気のフロントフレーム ワークでアプリケーションや ブラウザ側ではVue、最もで ない。案件数は徐々に増え	3 エンジニア	サーバーサイドエンジニア	Ruby	Ruby on Rails, RoR, Sinatra
HTML	前掲目にする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 が細分化されているが、	4 エンジニア	QAエンジニア		JSTOB,テスト,自動化,品質管理,品質改善,品質保証,Jenkins,TravisCI,検証,selenium,Cit
CSS	HTMLで書かれたWebペー ス、フォントなど) HTML	5 エンジニア	サポートエンジニア		導入,システム,サポート,運用
		6 エンジニア	ネイティブアプリエンジニア	go	iOS,Android,swift,objective-c,java,kotlin,アプリ,s,mawo,firebase,Flutter
		7 エンジニア	バックエンドエンジニア	Ruby	go,pring,vue,バックエンド,GCP,GKE,Docker,Kubernetes,k8s
		8 エンジニア	バックエンドエンジニア		Ruby on Rails, RoR
		9 エンジニア	バックエンドエンジニア		go,vue,Python,php,Ruby,MySQL,Docker,Kubernetes,k8s,GCP,GKE,Rust
		10 エンジニア	バックエンドエンジニア		フルスタック,マルチ,テックリード
		11 エンジニア	フルスタックエンジニア		情報処理,人工知能,統計学,機械学習,分析,Python,R,Java,SQL,Scala,MATLAB,ARIMA,S
		12 エンジニア	データサイエンティスト		UX/UI,UX設計,UI設計,sketch,XD,FIGMA,Webデザイン,Illustrator,Photoshop,Git,github
		13 デザイナー	WEBデザイナー	UI/UXデザイナー	UX/UI,UX設計,UI設計,sketch,XD,FIGMA,Webデザイン,Illustrator,Photoshop,Git,github
		14 デザイナー	WEBデザイナー	コーディングもできる	UX/UI,UX設計,UI設計,sketch,XD,FIGMA,Webデザイン,Illustrator,Photoshop,Git,github
		15 デザイナー	WEBデザイナー		アプリ開発,マネジメント,進行管理,サービス設計,ディレクション,WordPress,PM
		16 セールス	プロジェクトマネージャー	SaaS,IT	SaaS,ソリューション,BtoB,ソフトウェア営業
		17 セールス	アカウントエグゼクティブ	ITソリューション営業	アカウントエグゼクティブ,アカウントマネージャー,IT,ソリューション,ソフトウェア,S
		18 セールス	インサイドセールス	MAツールが使える	MA,Pardot,Marketo,salesforce,マーケティング,インサイドセールス,営業企画,分析,イン
		19 セールス	パートナーセールス	代理店営業	代理店,代理店営業,パートナーセールス
		20 マーケティング	マーケター	MAツール	MA,Pardot,Marketo,salesforce,マーケティング,データ分析
		21 マーケティング	マーケター	広告運用ができる	MA,Pardot,Marketo,salesforce,マーケティング,運用,広告運用,リスティング広告,ディ
		22 マーケティング	マーケター	コンテンツマーケ	キーワード設計,コンテンツマーケティング,SEO,SEM,HubSpot,webディレクション,IF
		23 マーケティング	広報・PR		プレスリリース,オウンドメディア,PR,メディアリレーション,メディアリレーション,PR
		24 コーポレート	経理事務		アドミン,経理,簿記,excel,word,財務会計,決算,債収書,税理士,公認会計士,原価計算
		25 コーポレート	経理事務		経理,社会保険,経理,excel,word,財務会計,決算,債収書,税理士,公認会計士,原価計算

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216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！**