

病院・クリニックの
理事長・院長・採用担当者の
ための

定着人材 採用 マニュアル

採用定着士・社会保険労務士
荒井 紀洋

採用コストが高い・・・ 面接に来てもらえない・・・
応募が来ない・・・ 面接の仕方がわからない・・・
内定を辞退される・・・ すぐに辞めてしまう・・・

決定版：この1冊で解決できます！！

内容

はじめに	6
第1章：医療人材の採用が厳しくなる理由	10
2040年の成人（20歳）は2000年から80万人減る	10
社員300人未満の中小企業の採用は厳しい	11
コロナ後でもリーマンショック後の2.5倍の求人数がある	12
2022年度（令和4年度）診療報酬改定はこれまでより厳しい	14
看護師の離職率は高止まり.....	15
課題を解決すれば定着人材は採用できる	17
第1章のまとめ.....	18
第2章：「採用コストが高い」の解決策	19
ハローワークで人が集まらない理由	19
「人材紹介」と「求人広告」は高い	21
最も求人が集めやすい媒体は〇〇.....	22
いま注目を集めているのが「オウンドメディアリクルーティング」	25
Indeedは無料掲載も可能だが、掲載基準をクリアする高い壁がある	26
第2章のまとめ.....	29
第3章：「応募がこない」の解決策	30
知らない会社には応募しようがない	30
「WEB検索結果=競合先（採用のライバル）」であると認識すべき	32
漠然と「良い人を採用したい」では応募もこない。ペルソナ設定をすべき！	33
採用ペルソナ（どのような人を採用したいのか）の設定手順.....	34
① 現職員が辞めずに働く理由が見える化する	34
② 具体的に書き出してみる（言語化）	35
求人票は「求職者との最初の出会い」	36
「急募」と書いていませんか？「求職者目線」が大事な理由.....	38
応募が集まる求人原稿テンプレート	39
「S」職種.....	40
「T」ターゲット.....	42
「A」アカウント（説明）	44
「R」理由.....	44
「S」詳細（募集要項）	45
求人原稿のポイント①とにかく具体的に！	47
求人原稿のポイント②検索されるキーワードをいれこむ	48

求人原稿のポイント③「Why」から始め 心を動かす	49
第3章のまとめ	53
第4章：「面接にきてもらえない」の解決策	54
応募がきたら〇分以内に電話すべし！	54
電話がつながらなかった時の効果的な対策	55
電話、ショートメッセージ連絡が取れない場合の対処法	56
再連絡電話がつながりやすい時間	57
人材紹介会社が当たり前に行っている「掘り起こし」もやるべき	57
応募者が面接に来ない事態を防ぐために	58
未経験者の採用の場合	59
経験者採用の場合	59
面接の“ご案内状”を送付しましょう	60
面接案内状に書くべきこと	62
面接のリマインドは〇日前にすると効果的です	62
面接当日、応募者が5分前までに到着しなかったら電話しましょう	63
面接会場をわかりやすくしておく	64
既存のスタッフも歓迎ムードで迎える	65
面接会場も整えておく（特に照明や空調機器）	66
面接開始までのお待ちいただく時間に、病院・クリニックのパンフレットを見もらう	67
応募者にドリンク提供	68
第4章のまとめ	69
第5章：「面接のやり方がわからない」の解決策	70
面接は異常な空間であることをまずは認識しましょう	70
面接官も身なりを整えるのがマナー	70
「圧迫面接」は昭和の価値観・令和は「ファン化面接」	72
圧迫面接がNGな理由	72
令和の時代は「ファン化面接」	73
応募者をファンにする面接の流れ	74
①アイスブレイク	75
②面接の流れの説明	76
③面接官の自己紹介	76
④病院・クリニック説明・募集背景の説明	78
⑤病院・クリニックや募集の背景の理解を応募者に確認	79
⑥応募者が貢献できる理由を聞く	79
⑦応募者のビジョンや目標を確認	80

⑧履歴書・職務経歴書で気になった点を確認.....	82
⑨（合格させたい応募者について）ビジョンを共有.....	83
1回の面接で即時に内定をだすのはNG！別日に条件面談を行いましょう.....	84
面接1回の場合は面接前後に案内役のスタッフが求職者をフォローする.....	86
面接を2回にわけて行う場合.....	86
東証1部上場企業もやっている！面接後のフォロー方法.....	87
結果を伝えるタイミングと見送る際の気配り.....	88
第5章のまとめ.....	90
第6章：「内定を辞退される」の解決策.....	91
結果は早く伝える。でも「内定」とは言わない.....	91
条件面談を行う.....	92
給与等の条件を伝えると共に、入職後の道筋を伝える.....	92
面接で良かった点、採用の決め手となったポイントを伝える.....	93
一緒に働くスタッフも紹介しておく.....	93
在職中の方の入職タイミング調整は要注意.....	93
「仮に内定がでたとしたら、入職していただけますか？」とさぐってみる.....	94
求職者が悩んでいる場合の対処法.....	95
2回面接の場合は、2回目の面接で条件面談を設定しましょう.....	95
「いつまでも待ちます」はNG！正しい内定の出し方.....	96
在職者に内定を出すときに必ずやるべきフォローとは.....	96
【第6章のまとめ】.....	98
第7章：「すぐに辞めてしまう」の解決策.....	99
新入職員のフォローすべき4つのタイミング.....	99
入職初日にすべきフォロー.....	99
①新人の挨拶を先輩がバックアップする.....	100
②病院・クリニックの独自ルールを説明する.....	101
最初の休日前にすべきフォロー.....	103
①環境変化へのフォロー.....	104
②仕事の困りごとが無いかの確認.....	104
③休日はリフレッシュできそうかの確認.....	106
入職1か月目にすべきフォロー.....	107
前職との比較での改善点も聞いてみる.....	108
入職3か月目にすべきフォロー.....	108
新人は「ほめる」事が定着への近道.....	109
【第7章のまとめ】.....	111
おわりに.....	112

発行日 2022年4月11日 初版

著者略歴	114
荒井社会保険労務士事務所のご紹介	115

はじめに

採用定着士、社会保険労務士の荒井紀洋です。

私は2009年より約12年間医療法人を中心に勤務し、主に人事・労務に関する業務に従事してきました。

病院・診療所・クリニックに勤務（東京都内で6年、新潟県内で6年）

人事・経理課長、事務長、事務局長など一貫して医療機関で人事・労務経験を積み、その後医療法人の事務局長を務め、総務や広報業務など医療機関を幅広く管理職、経営側からみてきました。

その経験から病院・クリニックの人材採用は「難易度が高い」と結論付けております。

特に医師、薬剤師、看護師をはじめとする国家資格者の採用は、資格を持っていることが前提であるため、対象となる方が限られています。

採用の難しさに加えて、離職しないための対策をどう打ったらよいかを考え続けた12年間であったと思います。

医療機関の採用“負の連鎖”パターン

『スタッフが辞める⇒ あわてて欠員募集開始⇒ 応募が来ない⇒

とりあえず最初に応募してきた人を採用⇒ 応募した人とのマッチングを
よく確認しないで採用したためスグに退職⇒ あわてて再度欠員募集』とこ
ういった負の無限ループにおちいつています。

スタッフがすぐに辞める、それが複数人で辞めると、周りのスタッフも疲
弊していきます。

そして、医療の質もどんどん下がっていきます。

加えて医療業界では、人員配置を厳格に求められているため、欠員を放って
おくわけにもいきません。欠員が生じたら、あわてて人材紹介会社に多額の手
数料を払ってのりきってきたというのが実情ではないでしょうか。

もっとも、**人材紹介会社への手数料は年収の20~30%と とても高額**（業界
によっては年収の100%といったケースもあります）。**1人常勤職員を雇う
ために100万円程度の支出が伴う**ことも当たり前です。にもかかわらず、1
00万円を払って新規に雇用した職員がたった3カ月で離職するケースも絶え
ません。

さらには、少子高齢化にともない国家財政が将来に向かって厳しい方向にあ
り、**診療報酬改定も年々厳しさを増しています。**

他方「**医療の質の向上**」については、国は年々**高い要求**を課してきています。

この要求に答えながら、黒字経営を続けていくためには、良いスタッフを採用し、スタッフを定着させていかなければなりません。

『**求職者目線に立った求人を行う⇒ たくさんの応募が集まる⇒**

社風・理念に合った人材を獲得する⇒ 定着するようきっちりフォローする

⇒ **退職者が減る⇒ 医療の質があがり、経営も黒字化する**』 こういった

“**正**”の循環にのせていく必要があります。

私は、採用定着士・社会保険労務士として、「医療の採用・定着問題の解決」をミッションとしています。

医療の採用定着問題を解決する事で「**患者の満足度があがる**」「**求人費用が削減でき、経営が黒字化する**」「**スタッフの賃金を上げることができ、医療の質も向上する**」といった**医療版の三方（さんぼう）良し**の実現を目指しています。

発行日 2022年4月11日 初版

そして、**少子高齢化に負けず、「持続可能な医療」を実現すること**を目指しています。

どうか、本書を参考に採用活動に取り組んでいただき「自分の病院・クリニックの理念・方針に共感する求職者」を見つけて、採用し定着させて事業を安定、拡大していただきたいです。

それが、住民が安心して住める地域づくりと思っております。

本書が、医療人材の採用定着に少しでも貢献できれば、この上なく幸いです。

採用定着士・社会保険労務士 荒井紀洋

第1章：医療人材の採用が厳しくなる理由

2040年の成人（20歳）は2000年から80万人減る

突然ですが質問です。2040年の成人（20歳）の数をご存じですか？

答えは、**83万人以下**です。

なぜなら、**2020年の出生数が83万人と確定**したため、20年後の2040年の成人数は、83万人以下となることは確実だからです。

ちなみに、**2020年の成人数は、122万人**です。

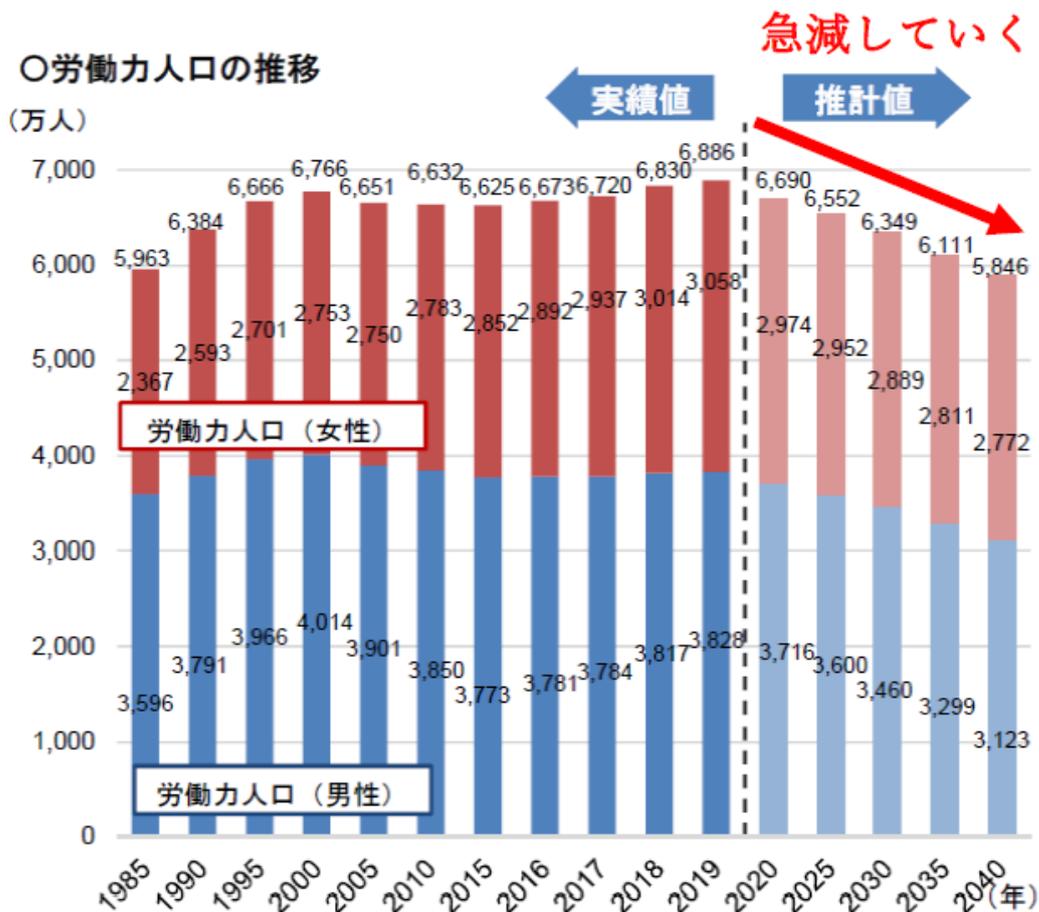
さらに20年前の**2000年の成人数は、164万人**です。

つまり、この20年間で40万人以上の成人が減り（単年度）、次の20年後には更に40万人減る（単年度）ということです。

2000年の成人数	164万人	 80万人減少
2020年の成人数	122万人	
2040年の成人数	83万人以下	

このように労働力となる人口は明らかに減ります。

次のグラフが労働力人口の推移になります。



引用元：厚生労働省「労働市場における雇用仲介の現状について」

社員300人未満の中小企業の採用は厳しい

コロナ前は、採用に困っている企業がとにかく多く「人手不足倒産」という言葉も聞かれました。

とりわけ、社員300人未満の中小企業は、採用活動にものすごく苦戦を強い
られていました。

現に、リクルートワークス研究所によると、2020年の新卒採用において、
職員5,000人以上の大企業の求人倍率が**0.42倍**に対し、**職員300人未**
満の中小企業の求人倍率は**8.62倍**という結果となっていました。

大企業は「100人の募集枠に**200人以上の応募**」がありますが、中小企業で
は「100人の募集枠に**たった12人しか応募**」がありません。(中小企業は良い
人材を選ぶどころか、不足状態です)

従業員数	求人倍率	
300人未満	8.62倍	中小企業の 採用は厳しい
300～999人	1.22倍	
1000～4999人	1.08倍	
5000人以上	0.42倍	

コロナ後でもリーマンショック後の2.5倍の求人数がある

「でもコロナ禍で、今はもう採用に困らないでしょ？」なんて思うかもしれませんが、実はそんなことはありません。

なぜなら、コロナ後の2022年2月の求人倍率でも**1.21倍**もあるからです。

これは、リーマンショック後の求人倍率**0.42**(2009年8月)と比べると、

約3倍も高い求人倍率になります。

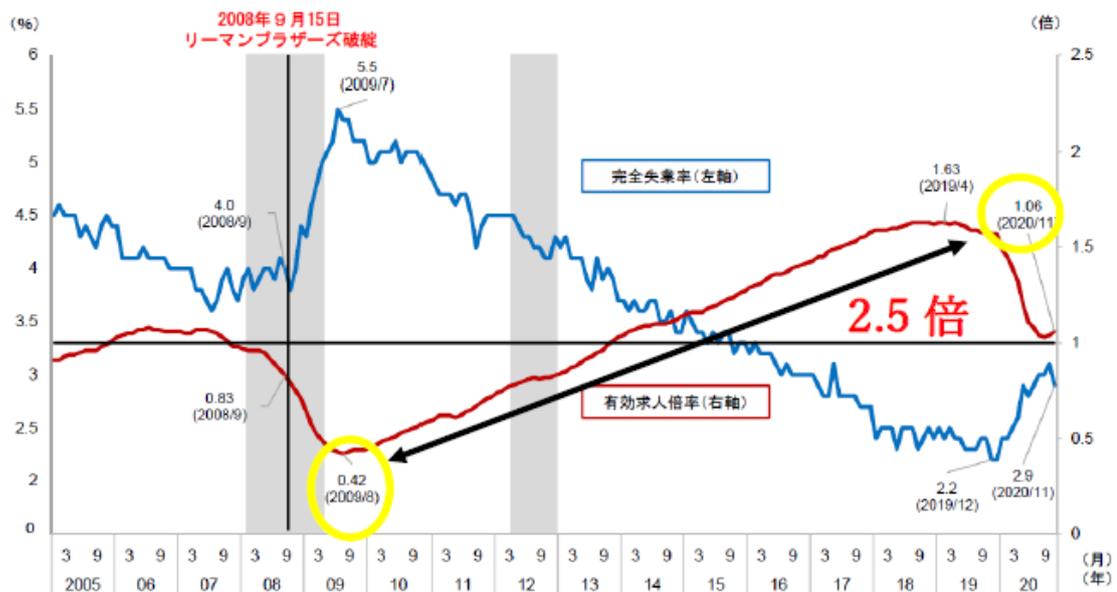
つまり、新型コロナウイルスの影響で、ホテルや飲食などの求人は減っている

ものの、**全体としての求人件数は依然として多い**ということです。

そして、コロナからの回復見通しが明確になると、求人数が一気に増えること

が予想され、人材の取り合い合戦がまた始まるということです。

○有効求人倍率と完全失業率の推移



引用元：厚生労働省「労働市場における雇用仲介の現状について」

2022年度（令和4年度）診療報酬改定はこれまでより厳しい

2022年度診療報酬改定で、全体ではマイナス0.94%ですが、診療報酬本体は、プラスながら0.43%と2010年以降では最低の伸び率となっています。

また改訂内容を確認しても、かかりつけ医機能の強化は見られるものの高度急性期医療を除くと、ほとんどプラスになる事項はありません。

在宅医療関係の充実はこれまでの流れのとおり。

当初から改定議論で「COVID-19の影響から大幅な改定はすべきではない」といわれていましたが、結局は・・・といった内容です。

診療報酬が上がらず、人件費だけが高騰していくと経営は破綻します。

採用にかかるコストの見直しなど、適正なコスト管理を徹底する必要があります。

合わせて、職員1人当たりの生産性の向上も求められます。

能力の高いスタッフの雇用、長期に渡り教育・研修を行って生産性の高いスタッフを育成し、そのスタッフが退職せずに活躍する環境を作っていかなければなりません。

看護師の離職率は高止まり

①看護師の離職率は、コロナ禍で人の動きが落ち着いたので“やや減少”しているものの依然として高止まりしています。

	正規雇用看護職員	新卒採用者	既卒採用者
2008年度	11.9%	7.5%	20.1%
2014年度	10.8%	7.5%	18.7%
2020年度	10.6%	8.2%	14.9%

出典：日本看護協会 「病院看護実態調査 報告書」「ニュースリリース」

②病床数別集計では、小規模な病院ほど離職率が高い 2020年度

	正規雇用看護職員	新卒採用	既卒採用者
全体	10.6%	8.2%	14.9%
99床以下	11.7%	10.5%	17.7%
100~199床	11.7%	11.3%	17.8%
200~299床	11.4%	8.3%	14.7%
300~399床	10.7%	9.3%	15.1%
400~499床	10.0%	8.2%	12.7%
500床以上	9.8%	7.2%	12.2%

出典：日本看護協会 「ニュースリリース 2022年4月1日」

病床数の少ない医療機関ほど離職率が高い傾向にあります。

※2020年度以前はもっと顕著に規模による違いがありました。

職員10名あたり、1年間に2名以上退職していれば離職率は平均よりも高い
と言えます。

また、設立主体では、国立（9.6%）、公立（7.5%）医療機関よりも医療法人（13.6%）の離職率が高い傾向にあります。

都道府県別では、関東圏、関西圏など大都市圏の離職率が高く、地方の離職率は低い傾向です。

高い：神奈川県 14.0%、東京都 13.4%、愛知県 12.2%、大阪府 12.3%

低い：岩手県 6.1%、山形県 6.1%

今後看護師は充足するのか？

病床数の削減により、病院勤務の看護師は減少する可能性はありますが、団塊世代が75歳以上の後期高齢者になる2025年には医療の量も求められます。

病床を削減しても、在宅医療の需要の増加は間違いないでしょう。

加えて、働き方改革で1人当たりの総労働時間の減少、少子化が労働者の奪い合いを加速させますので、今後も看護師不足は続くとみています。

課題を解決すれば定着人材は採用できる

私は一般社団法人採用定着支援協会（社会保険労務士を中心とした採用のプロフェッショナルが集まる組織）に所属しています。日々、採用の成功事例を全国の先生方と共有していますが、不人気とされる医療分野でも「1週間で10名の応募を集めた」といった事例はあります。

もっとも、それらの病院・クリニックも急に定着人材を確保できるようになったわけではありません。以下のような課題を一つ一つ解決していくことで、たくさんの応募が集まり、自院にマッチする人材を選べるようになりました。

次章から、それぞれの課題の解決策について解説します。

【定着人材を確保するまでの課題】

- ①紹介会社や広告会社に支払う採用コストが高い
- ②応募がない
- ③応募者が面接に来ない
- ④面接のやり方がわからない
- ⑤内定を辞退される
- ⑥短期で退職してしまう

第1章のまとめ

【医療人材の採用は、今後さらに厳しくなっていく】

理由①：少子化：2000年の成人：164万人→2040年の成人：83万人以下

理由②：300人未満の中小企業は採用しにくい

※2020年の新卒求人倍率：**大企業0.42倍、中小企業(300人未満)8.62倍**

理由③：コロナ後でも求人倍率はリーマンショック直後の約3倍もある

理由④：診療報酬は今後も厳しくなっていく

※コスト管理と1人当たりの生産性を高める必要がある

理由⑤：看護師の離職率が高い

コロナ禍で転職活動は一時期落ち着いたが、コロナ禍から回復すると再び活発化する可能性が高い

第2章：「採用コストが高い」の解決策

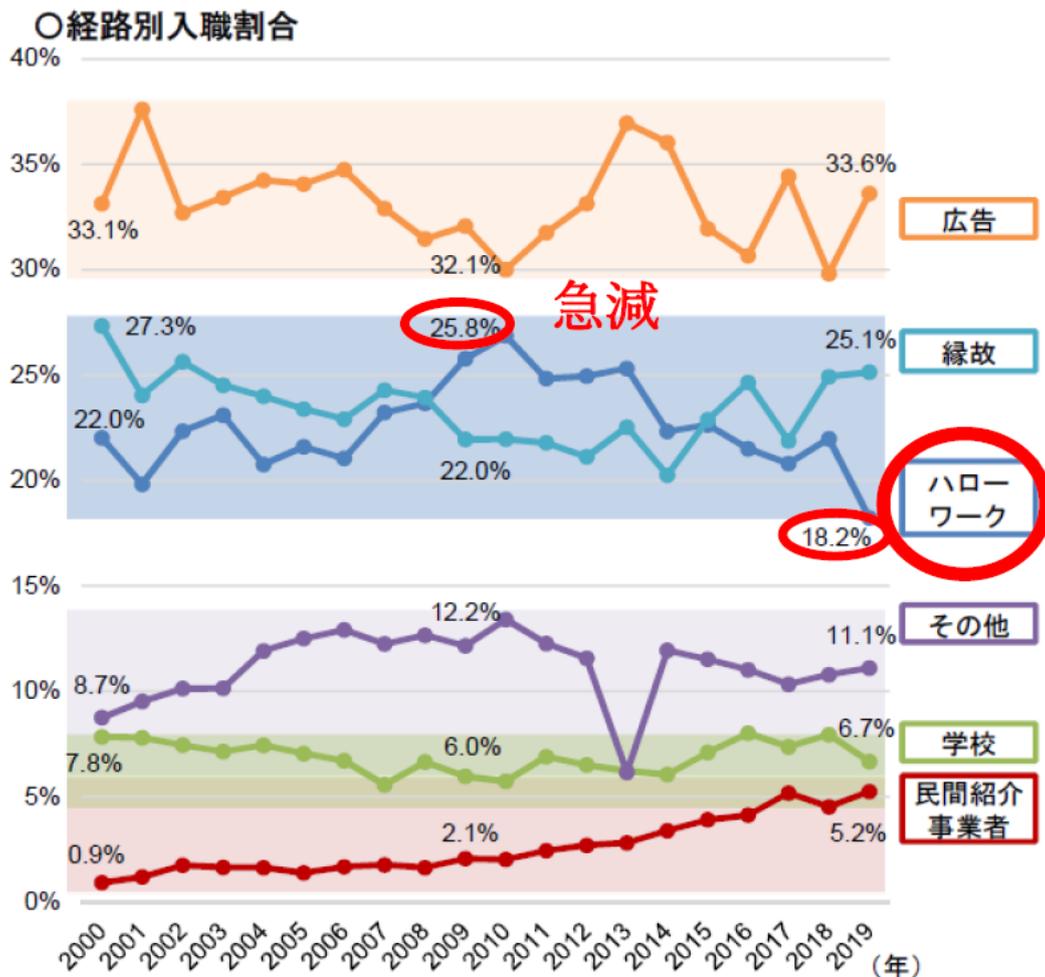
ハローワークで人が集まらない理由

ハローワークで求人される病院・クリニックはまだいらっしゃると思います。

ですが、思うように応募者が集まらないことを経験された担当者は多いでし

よう？

若年層を中心に求職者はハローワークを利用しなくなっているからです。



引用元：厚生労働省「労働市場における雇用仲介の現状について」

厚生労働省のデータによると、求職者が仕事に就いたルートは「1位：広告、2位：縁故（紹介）、3位：ハローワーク（2019年）」です。

特に、ハローワークについては**2010年頃から急激に利用率が低下**しています（ハローワークでの入職割合が25.8%から18.8%に低下）。

これは、**スマホの普及**により「ハローワークに行って仕事を探す」というこれまでの常識が変わり「スマホで検索して仕事を探す」が定着していったことが主な要因です。

ハローワークでは採用が困難になった。

その結果、ハローワークで人材を集められなかった病院・クリニックの多くは「人材紹介会社」や「求人広告」を利用しますが、**手数料の高さ**に悩まされる現実があります。

「人材紹介」と「求人広告」は高い

「人材紹介」と「求人広告」は高額です。

地域や媒体、広告スペースによって価格は変わりますが、ざっくりとした相場としては以下のようなイメージです。

人材紹介会社	手数料は年収の 20~30% (例：年収 500 万円なら紹介手数料 100 から 150 万円)
転職サイト	1 職種 4 週間掲載 → 25 万円～80 万円くらい
アルバイトサイト	1 職種 1 週間 → 5 万円～10 万円くらい

なかには、年収の 40% という高額な報酬体系の紹介会社もあります。

医療費の大半は税金や公費という事もあり、税金が紹介会社等に流れてしまうことが、社会問題となっています。

なお、人材紹介会社や求人広告会社は、「人手不足」と「スマホの普及によるハローワーク利用の減少」を背景に、過去最高益を出し続けています。

最も求人が集めやすい媒体は〇〇

それでは、「どのような媒体を使えば高いコストパフォーマンスの応募がで
きるのか?」というと、indeed もしくは **Google しごと検索**がオススメです。

なぜなら、現在の求職者の「スマホでの仕事の探し方」に、indeed や Google
しごと検索がマッチしているからです。

【indeed とは】

「仕事探しは、indeed ♪」という CM のフレーズでおなじみの**求人情報に
特化した検索エンジン（世界1位）**。

Google や yahoo で「新宿 看護師 求人」と検索をすると、ほぼ上位に表示される web サイト（無料・有料を問わずあらゆる求人情報を網羅しており、
indeed 内で求人検索ができるようになっている）

【Google しごと検索とは】

Google が 2019 年に日本でも始めたサービス。

Google で求人や採用関係のキーワード検索を行うと、企業の求人情報を検索
結果ページの上部に掲載する機能

Google

藤沢 放課後等デイサービス 求人

約 389,000 件 (0.78 秒)

https://jp.indeed.com> 放課後等デイサービス関連の求...
放課後等デイサービスの求人 - 神奈川県 藤沢市 - インディード
Indeed.com で神奈川県 藤沢市の放課後等デイサービスの1305件の検索結果: アイソールこじん指導員、児童発達支援管理責任者、放課後等デイサービスなどの求人を見る。

https://jp.indeed.com> 児童デイサービス関連の求人神...
児童デイサービスの求人 - 神奈川県 藤沢市 - インディード
Indeed.com で神奈川県 藤沢市の児童デイサービスの1158件の検索結果: アイソールこじん指導員、放課後等デイサービス、児童発達支援管理責任者などの求人を見る。

求人
● 神奈川県藤沢市 付近

3 日以内 フルタイム その他のフィルタ

保育士 (障害福祉事業所)
神奈川県藤沢市
提供元: [redacted]
23 日前 毎月 ¥25万 フルタイム

児童発達支援管理責任者
神奈川県藤沢市
提供元: [redacted]
8 日前 毎月 ¥27.5万 フルタイム

保育士 (放課後等デイサービス)
神奈川県藤沢市
提供元: [redacted]
11 日前 1 時間 ¥1500 パートタイム

→ 他 100 件以上の求人情報

もっと見る フィードバック

引用元：Google 検索

この様に、検索結果として **indeed** (Google しごと検索) が**上位表示**されます。

求職者がスマホで「自宅住所+求人+職種」で検索すると上位に表示される
indeed や Google しごと検索から求人情報を見ていくため、応募者を集めやすい
という事です。

とくに、今は **indeed が最も求職者が集まりやすいです。**求人広告会社や人材
紹介会社も indeed に広告費を支払い、求職者を集めています。

**広告会社に広告を出しても結局は indeed にたどり着きますので、求人広告会
社や人材紹介会社を経由せずに、indeed に直接広告を掲載してしまったほうが、**
より高い効果（応募者を多く集めること）を得られます。

【求職者のスマホでの仕事の探し方】

スマホの WEB 検索で

- 「中野区 看護師 求人」といったキーワードを入力する
- 上位に表示されたサイトから見る (indeed や Google しごと検索)
- indeed や Google しごと検索で上位に表示された求人を見る

いま注目を集めているのが「オウンドメディアリクルーティング」

今、求職者を集めるために注目をされているのが「オウンドメディアリクルーティング」という手法です。

オウンドメディアリクルーティングというのは、**自社採用サイト**を構築してプロモーションする手法です。

この話を聞くと「うちのホームページにも採用ページあるよ」という病院・クリニックもいらっしゃると思います。

ですが、自院サイトに「採用ページ」を作っただけでは、求職者に見つけてもらう事はできません。 **求職者を自院の採用ページに連れてくる必要**があります。

そのポイントは **indeed (Google しごと検索)** です。

なぜなら、スマホを使って仕事を探している人がたどり着く可能性が最も高いのが、indeed (Google しごと検索) だからです。



このように、自社採用サイトを作って indeed に掲載させるのが、（求人広告会社や人材紹介会社をはさまないので）効率的に応募者を集める方法といえます。

しかしながら、単に自社採用サイトを構築しただけでは indeed に掲載されることはありません。 **Indeed の掲載基準をクリアする必要があります。**

Indeed は無料掲載も可能だが、掲載基準をクリアする高い壁がある

indeed 自体は無料で掲載する事も可能です。

ですが、掲載されるためには高いハードルをクリアする必要があります。

【indeedの掲載基準】

- 求人情報はホームページ（html）形式であること
- 求人情報には「応募ボタン」等のすぐに応募できるものが用意されていること
- 求人情報に関する「勤務地」「会社情報」「条件」などが完全に記載されていること
- 「1職種1勤務地」で「各求人」を別々のURLで作成されていること
- 求人広告のリンク先は求人会社のサイト等の独自のサイト以外から転送しないこと
- 仕事内容を見るためにユーザー登録が必要などの行為はしないこと
- 求職者が求人への応募を無料でできること

Indeed のルールは細かくルール変更も頻繁にあります（上記は 2022 年時点での推測です。）

そして、ルールを守り続けないと掲載されません。

そこで、最近では「**自社採用サイトを作成後、(indeed の掲載基準を守った形で) 直ちに indeed 無料枠に掲載される自動システム（自社採用サイト構築システム）**」も登場しています。

このような自社採用サイト構築システムは Indeed に掲載できるだけでなく、**求人原稿を文字数や画像の制限なく、ある程度自由に表現できる**のも長所です。

indeed の直接出稿の場合、厳格な記載のルールがあるため、求職者を惹きつける表現や写真を使うには限界があるからです。

そうしますと、どうしても数ある求人（多くの他社求人）の中から、「この病院・クリニックいいな！」と思ってもらえるチャンスが減ってしまいます。

なので「自社採用サイトを構築し、自院の魅力を存分にアピールし、その内容を indeed に掲載する」というのが効果的なのです。

私が所属する一般社団法人採用定着支援協会では「費用対効果が高く、最も顧問先の要望にこたえるには自社採用サイト構築システムの利用」という判断から、独自のシステムを開発して、採用を課題に持つ全国の企業や団体をサポートしています。

第2章のまとめ

【ハローワークでは人が集めにくくなった】

→ハローワークに行かずとも、**スマホ**で「住所 看護師 求人」といった検索をして簡単に仕事を探すことができるようになった

【人材紹介会社・求人広告は費用が高い】

人材紹介会社：**手数料は年収の20から30%**

(年収400万円なら紹介料**120万円**)

転職サイト(正社員)：**25万円～80万円**(1職種4週間掲載の目安)

アルバイトサイト：**5万円～10万円**(1職種1週間掲載の目安)

【いま一番応募が集まるのは indeed】

なぜなら、スマホで求人検索をした時に**上位に表示**されるから

【自社採用サイトを indeed に掲載】

自社採用サイトは、ハローワーク等と違い、**求人原稿のフォーマットが自由**なため、求人原稿を自由に**魅力的に書く**ことができる。魅力的な求人原稿を indeed に掲載すれば費用をあまりかけずに求人が集められる。

第3章：「応募がこない」の解決策

知らない会社には応募しようがない

突然ですが、1つ課題をお出しします。

Google 検索で、あなたの病院・クリニックの求人を見つけることはできますか？

条件：検索するときは「病院・クリニックの名前」で検索しないでください

※大企業や一部の有名な企業でない限り、社名や組織名から求人情報を探す求職者はいないからです。

「看護師 求人 新宿」「整形外科 求人 品川」「内科 求人 横浜」「薬剤師 採用 池袋」といったように、求職者が検索に使いそうなキーワードで、探してみてください。

さて、いかがでしたでしょうか？自院の求人は見つかりましたでしょうか？

もし、ここで見つけれなければ、求職者は「あなたの病院・クリニックが求人していることを知りようがない（だから応募できない）」という事です。

解決策は、多額の費用をかけて求人広告や人材紹介会社に依頼するか、2章で説明したような「自社採用サイト構築システム」を構築して、indeedに掲載するかの二者択一です。

さらに「indeedに掲載されている「ライバル企業」よりもいかに見てもらえるか」の工夫をする必要があります。

具体的には、「**定期的に求人情報の更新作業を行う**」「**原稿のタイトルを工夫してクリックする確率を上げる**」「**indeed 検索を意識したキーワードを盛り込んで原稿を作成する**」といった施策になります。

【ポイント】

そもそも「**自院が求人していること**」を、求職者に認知してもらわない事には、応募が集まらない。

だからこそ、indeedを中心に露出を増やし、求職者に認知してもらうようにするのが大事。

「WEB 検索結果=競合先（採用のライバル）」であると認識すべき

「応募者は必ずうちに入職してくれるもの」となぜか勘違いされている方が多いですが、人手不足の今は違います。

なぜなら、**競合がいるので「“求職者=応募者”が病院・クリニックを選ぶ」立場にあるから**です。

だからこそ、自身の病院・クリニックを選んでもらうために、競合先（採用のライバル）を把握しましょう。

そのための手段が、**WEB 検索**になります。

「看護師 新宿 求人」といった検索で、「**何社の求人があるのか**」「**どういったライバル企業（病院・クリニック）が募集中なのか**」「**ライバル企業はいくらの給料を支払うのか**」といった事がわかるからです。

【indeed の検索結果でわかること】

- ① 何社、同様の職種で求人を行っている会社があるのか
- ② どういった会社（病院・クリニック）が求人をしているのか
- ③ ライバル企業の勤務条件（賃金・労働時間・休日など）

indeed 求人検索 企業クチコミ 給与調査

キーワード 放課後等ディサーサービス

勤務地 神奈川県 藤沢市

掲載日 25km以内 年収 雇用形態 勤務地 会社名

神奈川県 藤沢市で放課後等ディサーサービスのアルバイトをお探ですか？

履歴書を登録しましょう・簡単に作成できます

放課後等ディサーサービスの求人 - 神奈川県 藤沢市

並び替え: 関連性 - 日付順

求人検索結果 3,359 件中 1 ページ目

児童発達支援管理責任者 放課後等ディサーサービス

藤沢市

シニア応援 急募 交通費支給

月給 26万 - 30万円

止社員

履歴書なしでこの求人に関する応募 返信率の高い企業

メールアドレス、電話番号等を入力して簡単応募。応募を...のお子様の面倒をみる 放課後等ディサーサービスを県内数か所で開催しています。放課後ディサーサービスのお仕事です。放課後や学...

スポンサー - 12日前

放課後等ディサーサービスの児童発達支援管理責任者

藤沢市 藤沢駅

時給 1,720円

アルバイト/パート

この検索条件の新着求人をメールで受け取る

メールアドレス

無料登録

ジョブアラートを作成することにより、Indeedの利用規約、Cookieポリシーおよびプライバシー規約に同意するものとします。この設定は、配信を停止するか、Indeedの規約に記載されている方法でいつでも変更できます。

最近の求人検索履歴

- 正看護師 - 神奈川県 藤沢市 本郷沼
- 介護スタッフ - 兵庫県 尼崎市
- 運送業 - 神奈川県 藤沢市
- ケアマネージャー
- サービス管理責任者
- 児童発達支援管理責任者
- サービス管理責任者 - 神奈川県 藤沢市
- 児童発達支援管理責任者 - 神奈川県 藤沢市
- 児童指導員 - 神奈川県 藤沢市

履歴を削除

引用元：indeed 検索

漠然と「良い人を採用したい」では応募もこない。ペルソナ設定をすべき！

「ペルソナ」という言葉はご存じでしょうか？

ペルソナとは、マーケティング用語で企業の商品を購入するもっとも理想的な“お客様”の典型を指し、重要視されています。

なぜなら、理想の顧客が「どのようなライフスタイルなのか」「最近はどのようなことに関心があるのか」「どのようなことにお金を使っているのか」等を明確にすることで、よりお客様を引き付ける魅力的な商品を作ることができるからです。

そして、この考え方は採用においても同様です。

つまり「採用ペルソナ（どのような人を採用したいのか）」を明確にすることで、自院にマッチする人材の応募が増え、採用後のミスマッチを防ぎ、早期離職を防止できるからです。

採用ペルソナ（どのような人を採用したいのか）の設定手順

採用ペルソナを決めるためには、次のステップで進めてください。

- ①現職員が辞めずに働き続けている理由が見える化する
- ②具体的に書き出してみる（言語化）

- ① 現職員が辞めずに働く理由が見える化する

「職員が辞めずに働く理由が見える化する」ことは、定着する理由を明らかに

して自院にとって理想的な人材を獲得するためです。

なぜなら「**職員が働く理由**」は、病院・クリニックの雰囲気や事業方針、スタッフと密接に関わっているからです。

つまり「自分の取り組みたい医療分野や患者に関われるのが好きで働いている」「個別に患者と関わる時間がとれ、患者の回復を感じられるから勤務している」「残業がなくプライベートと両立しやすいから勤務している」「他のスタッフと仲がよく、居心地が良い」といった、職員が辞めない理由を明確にすることで、「**同じ考えのスタッフたちと上手くやっていける、〇〇な感じの人が欲しいな**」と採用ペルソナを明確にすることができるようになります。

② 具体的に書き出してみる（言語化）

「自院の職員が辞めない理由」を把握したら、「では、どのような人材に来て欲しいのか？」を書き出してみましょう。

具体的には、「どのような仕事をしてもらいたいのか？」「どのような知識や経験をもっている人がよいのか？」「どのようなパーソナル属性（年齢や性別、家

族構成など)の人がよいのか？」といった事を書き出してみましよう。

ちなみに、以下のような項目を意識すると書き出しやすいです。

【採用ペルソナを検討するための質問】

- ・どのような仕事をしてもらいたいのか
- ・今回、人員を募集することになった理由は？（退職、事業拡充、新規事業への参入、年齢構成の見直し（若い方を採用したい）、ベテランの知識・経験が欲しい）
- ・資格が必要か、必要ならばどのような資格か
- ・経験は必要か、必要ならばどのような経験か
- ・他病院・クリニックの経験はあった方が良いか、未経験の方が良いか
- ・どのような性格の方に来てほしいのか（自走型、指示に従う、協調性のある）
- ・運転免許は必要か
- ・年齢や性別は
- ・学歴は
- ・業務に対する考え方は（自分の考え方を持っている。考えに従う）
- ・家族構成は（独身、夫婦のみ、子育て中、親と同居など）
- ・居住地は（通勤への影響）

求人票は「求職者との最初の出会い」

病院・クリニック名で検索しない限り、求職者とあなたの病院・クリニックとの最初の接点は、求人原稿です。「あなたの病院・クリニックに対する**求職者の**

第一印象は、求人原稿で決まる」ということです。

だからこそ、求人原稿の印象を良くしておく必要があります。

それでは「印象がよい求人原稿」とはどういったものなのでしょうか？

答えは、自院の求人にマッチする人が読んだときに「この求人に応募して、この病院・クリニックに入りたい！」と感じてもらえるような原稿です。

自院にマッチしない人の応募がたくさんきても、手間がかかるだけです。

「本当に欲しい人の獲得」が最終目的です。

本当に採用したい人の心を動かし行動させる必要があるからです。

だからこそ、求人原稿には、仕事内容や職場を具体的にイメージできるように記載し、求職者の心が動くような仕掛けをする必要があります。

逆に言えば、ハローワークでよく見かける「給料・勤務地・休日といった事務的な記載が並んでいるだけの淡白な求人票」では、採用できません。

「急募」と書いていませんか？「求職者目線」が大事な理由

よく「急募」と書かれた求人を見かけますが、急募とは？

急募は「採用する側」の事情ですよね？

自分は急いで採用したいとしても求職者にとっては関係がありません。

求職者からは「急募と書いてあるから、人が足りないんだな。忙しそうだな。

もしかするとパワハラで退職したのかな」と感じるのではないのでしょうか？

「急募」と書くことは、求職者を募集するうえではむしろマイナスの情報と言えます。

しかも「求職者目線」ではなく「採用する側」の都合を押し付けています。

考え方を改め、**求職者目線に立った求人原稿を書かないと、いくら indeed に募集原稿を掲載し、求職者に読んでもらっても応募には至りません。**

あくまでも**求職者目線に立ち、職場や仕事を具体的にイメージできる求人票**を作成するのです。求職者が疑問に思うこと、不安に感じることを先回りして、不安が解消されることをイメージできる求人原稿を作成していきます。

応募が集まる求人原稿テンプレート

「求職者目線で、欲しい人材の心をつかむ求人原稿を書いてください」と言われても、すぐには書けません。

そこで、求人原稿を書いたことがない方でも書ける「とっておきのテンプレート」をご紹介します。

「STARS」©と呼ばれる「求人原稿作成テンプレート」で、私が所属する一般社団法人採用定着支援協会が考案したものです。



「STARS」は、「S」職種・「T」ターゲット・「A」アカウント（説明）・「R」理由・「S」詳細（募集要項）で構成された求人原稿を書く際の「型」です。

以下、順に説明いたします。

「S」職種

最初の「S」職種は、**きわめて重要**です。

求人原稿のうち「職種」は indeed の検索結果の“一覧”に表示されるので、求職者に最も見られます。職種をどのように書くかで、検索結果に表示される回数が変わり、求人の詳細情報を見る閲覧数が大きく変わるからです。

The screenshot shows the Indeed job search interface. At the top, there are navigation links for '求人検索' (Job Search), '企業クチコミ' (Company Reviews), and '給与調査' (Salary Survey). The search bar contains the keyword '放課後等デイサービス' and the location '勤務地 神奈川県 藤沢市'. Below the search bar are filters for '掲載日', '25km以内', '年収', '雇用形態', '勤務地', and '会社名'. The main content area displays a job listing for '児童発達支援管理責任者 放課後等デイサービス' in Saitama City, with a salary range of 260,000-300,000 yen. A red box highlights the job title '放課後等デイサービスの児童発達支援管理責任者' with an arrow pointing to it from the text '職種名→'. To the right, there is a section for 'この検索条件の新着求人メールを受け取る' (Receive new job listings for this search criteria via email) with a form for email address and a '無料登録' (Free registration) button. Below that is a '最近の求人検索履歴' (Recent job search history) section listing various job titles and locations.

引用元： indeed 検索

もっとも、「では★などの記号を使って、とにかく目立たせればよいのか？」

というと、そうではありません。

というのも「★」や「■」を使って、「■□■総合病院の急性期病棟看護師募集■□■」といった表記をすると、検索上、スパム認定をされ、不利益になる可能性が高いからです。

また、indeedにおいて職種名に「仕事の内容以外のこと（「休暇が多い」や「即日採用」など）」を書くことは、推奨されておりません。なぜなら、質の低い職種と考えているからです。

【質の低い職種名の例（indeed ポリシーより）】

- ・倉庫作業員（急募!）
- ・整備士、時給 1200 円、有給休暇あり
- ・カスタマーサービスエージェント - 即日採用

「では、どういった職種名にすればよいのか？」というと、検索されるキーワードをしっかりといれこみながら、「職種の魅力」を伝えるという事が大事です。

例えば、「内科外来看護師」といったように、**検索されるキーワード**（「看護師」「訪問看護師」）をしっかりといれこんだうえ、この職につく魅力を加えておく

発行日 2022年4月11日 初版

ことです（繰り返しになりますが、仕事内容以外のことを職種名に入れるのは indeed の無料検索では NG のため注意が必要です。過度にやりすぎると、アカウントが使えなくなる可能性があります）。

もっとも「ルールが難しくてわからない・・・」ということであれば、indeed で検索して、同業他社の職種名を参考にするのも良いでしょう。

なぜなら、検索してみて「この書き方良いな」と感じた職種名は、求職者も同様に感じ、クリックされる可能性が高いからです。

「T」ターゲット

「T」は、「この職種に合う方はこのような方ですよ」と記載する部分になります。

コロナ前は「とにかく人を集めなければ！」ということで、「未経験歓迎」「経
験不問」といったキーワードが飛び交っていました。

ですが、実はこのように間口を広げ、たくさんの応募を集めようとするのでは
なく、あえて「間口を絞った方が良い人を採用できた」という声を多く聞きます。

間口を大きく広げたところで、会社やその業務と合わない“ミスマッチな人”しか集まらず、結局、早期離職されてしまう可能性が高くなるだけだからです。

「とはいえ、それでは人が集まらないのでは？」といった声もあるかと思えます。こういった場合、短期の経験でも応募は可能として「自院に合うかどうか」といった**価値観の部分でフィルター**をかける方法もあります。

また「あるアーティストのファンが多く、年2回は病院・クリニックのスタッフが交代でライブに参加しています」といった**趣味軸**で絞っても良いですし、病院・クリニックのスタッフが仕事をするうえで大事にしている考え方といった**理念**でしぼっても良いでしょう。

とにかく大事なことは、「自院にマッチする人材はどのような人材なのか」をきっちり把握した上、雇用のミスマッチが起きないように、求人原稿に「自院に合う人はこういう方です」と**具体的に表現**する事です。

「以下にあてはまる方はご応募をしないでください」といった表現も、「雇用のミスマッチを防ぐ」という意味では効果的です。ハローワークでは、このよう

な表現はNGですが、自社採用サイトや民間の求人サイトでは可能ですので、あえて「応募しないでください」と表記をして、本当に欲しい人にフォーカスしましょう。

「A」アカウント（説明）

「A」アカウントは、「なぜ、この職種にはターゲットの方が合うのか説明する」部分になります。

今回のお仕事は、〇〇〇〇〇の点で「T（ターゲット）」の方にお勧めです

こういったフレームワークで説明をする部分です。

【具体例】

今回のお仕事は、オープニングスタッフですので、院長と一緒にゼロからクリニックを作り上げたい人（積極的にアイデアをだしたい人）におすすめです。

「R」理由

「R」理由の箇所では、先ほどの「A」の説明と関連付けてもよいですし、全く違う記載内容でも構わないので、今回の求人情報をターゲットにすすめられる具体的な理由を3つ挙げてみましょう。

【テンプレート】

今回のお仕事の3つのポイント（メリット・魅力）は次の通りです。

まず1つ目のポイントです。

1つ目のポイントとしては、〇〇〇〇です。もう少しわかりやすく説明しますと、〇〇〇〇ということです。

※以下、2つ目と3つ目の理由と説明

「S」詳細（募集要項）

今までのところで「S（職種名）」を書いた上、どのような人に来て欲しいのかという「T（ターゲット）」を書き、そのターゲットが職種にマッチする説明「A（アカウント）」と理由「R（reason）」を書いているので、求人原稿の主な部分は完成します。

次は求人原稿の詳細です。ここでは、「**S（詳細）**」として、**募集要項**を書いていきます。

求人の詳細（募集要項）を記載するうえで大事なことは「**とにかく具体的に書**

く」ということ。

なぜなら、給料の表記を「詳細は面談で」とぼやかすと、求職者は、「なんだこれ、怪しいな」と応募候補から外してしまうからです。

繰り返しになりますが、日本は少子化により将来に向かって「人手不足」です。

だからこそ、「具体的に働くイメージができない求人原稿」ですと「よくわからない求人だから、ここはパス」と応募してもらえません。

求職者が疑問や不安を覚えることがないように、募集要項を徹底的にくわしく書きましょう。

【具体例】 ※給料も内訳をしっかりと書き、入職後の金額を記載する

給料の表記：入職当初は月 25 万円～30 万円

(内訳は基本給 20 万円、資格手 5 万円、経験年数での加算 5 万円まで)

また、**入職後の実績値**も記載しておくといいでしょう。

例えば「入職後 5 年目で年収 500 万円が目安です」といった表記になります。

入職数年後の道筋を示しておくことで、求職者がキャリアビジョンをイメージでき、応募につながりやすくなります。

また、「**年間休日**」「**有休の使用状況**」や「**懇親会の頻度**」さらには「**懇親会の費用が自費 or 会社持ち**」「**懇親会の場所**」といった情報も具体的に記載しておきましょう。

このような休暇や福利厚生的な情報も細かく記載しておくことで、求職者が職場のイメージをしやすく不安が無くなり、応募につながります。

ネット上で求人を探す時代だからこそ、細かすぎるくらい会社（自院）の情報を伝えないと、求職者に響かないからです。

求人原稿のポイント①とにかく具体的に！

求人原稿は、とにかく具体的に書きましょう。

なぜなら、求職者があなたの病院・クリニックの求人原稿を見て、具体的に**働くイメージ**がもてないと、申し込んでもらえないからです。

「こういう職場で、こんなメンバーがいて、こういった仕事をするのだな。こういう考え方で医療にむきあっていて、医療方針はこんな考え方だな。患者はこういう人達で、こんなタイムスケジュールで動いていて、残業時間や休日日数はこのくらい。給料はこれだけもらえて、頑張ればこのくらいの昇給額だな。」

といったようなイメージができるように、とにかく包み隠さず具体的に求人票

を作ります。

背伸びしてカッコよく書く必要はありません。

かっこつけた求人原稿を書いてしまうと、仕事を始めてから「求人原稿となんだか違う」というギャップが生まれ、ミスマッチで離職してしまう可能性が高まるからです。

ありのまま等身大で具体的すぎるくらいに詳しく書きましょう。

求人原稿のポイント②検索されるキーワードをいれこむ

求人原稿には、求職者が検索する「気になるキーワード」を入れましょう。

なぜなら、求職者は google や yahoo で「看護師 求人 新宿」といったキーワードを入れ、indeed にたどり着き、さらに indeed 内でも「新宿 看護師」といった検索をするからです。

自院が採用したいペルソナが、検索しそうなキーワードを考え、具体的に求人原稿にいれこむことで、あなたの病院・クリニックの求人原稿が見つけてもらいやすくなります。

経験者を募集したい場合は、業界用語をいれるのもよいです。

例えば、「内科 クリニック」という検索キーワードはもちろん入れるべきですが、「訪問診療」「呼吸器内科」「循環器科内科」「胃腸科」「胃カメラ（上部）」
というように、業界なら当たり前のキーワードをいれておくと、経験者には検索条件で見つけてもらいやすくなります。

そう言った意味では、看護師など医療系国家資格者になるための要件を把握しておかないと、検索される求人原稿は書けない可能性があります。

※このため、医療に詳しくない求人広告会社の営業マンは原稿が書けない（書けても専門性がないので、求職者に響かない）

求人原稿のポイント③「Why」から始め 心を動かす

突然ですが、質問です。

「なぜ、アンドロイドスマホよりも値段が高く、機能も最高品質ではないにもかかわらず多くの人はiphoneを購入するのでしょうか？」

この答えを、アメリカのサイモン・シネック氏は、TED（プレゼンテーション

で有名なイベント) でスピーチしていますのでご紹介します。

[【動画】サイモン・シネック「優れたリーダーはどうやって行動を促すか」](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action/transcript?language=ja)

https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action/transcript?language=ja

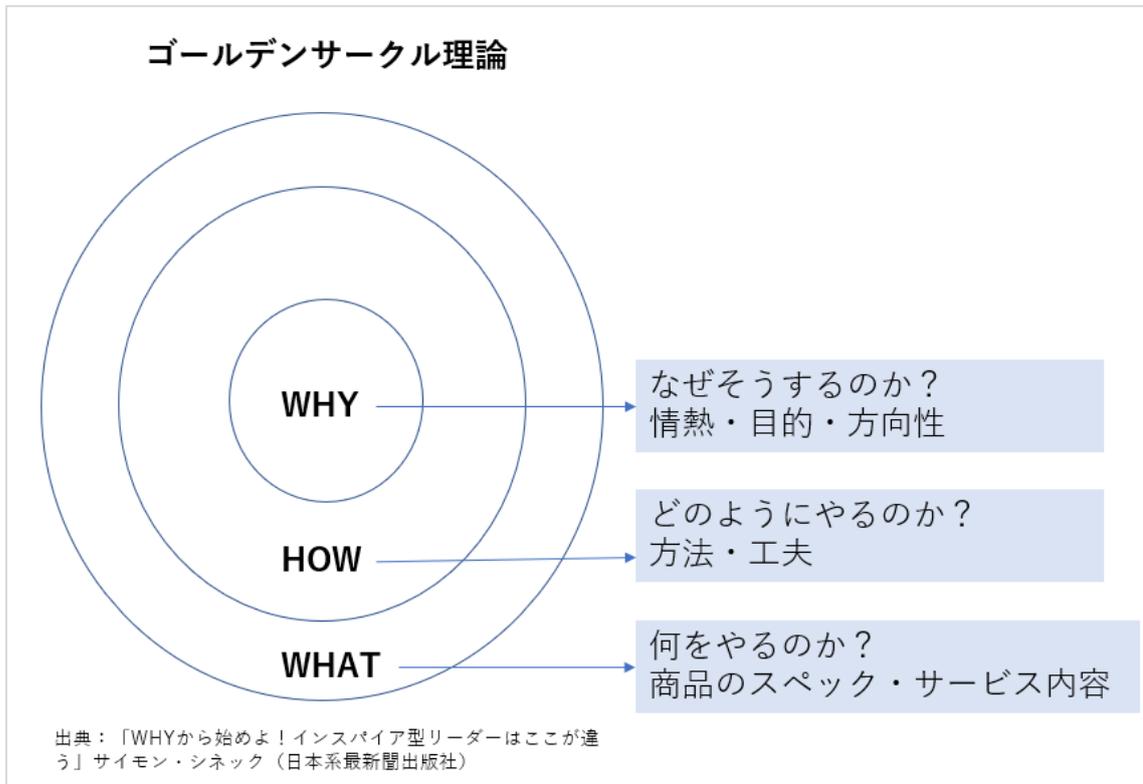
※「サイモンシネック」と検索していただければ見つかります

Youtube で 1,500 万回以上再生されています。

サイモン・シネックは「**Why**」から始める**ゴールデンサークル理論**という、考え方を広めました。

これは、ざっくり言うと人は「なぜ、それをやっているのか?」という「**Why**」に共感しないと動かない、だからセールスでも求人でも、人に行動してもらいたければ「なぜそれをやっているのか?」という **WHY** (情熱・目的・方向性) から説明しましょうという考え方です。

人間は感情の生き物であり、共感を覚えたり、情熱を感じたりするからこそ、一歩踏み出す行動に出るからです。



この真ん中の中心（WHY）から説明をする事で、人は共感し、熱狂する。

現に、Appleの説明は次の通りでした。

WHY：現状に挑戦し、他者とは違う考え方をする。それが私たちの信条です

HOW：製品を美しくデザインし、操作法をシンプルにし、取り扱いを簡単に

することで、私たちは現状に挑戦しています

WHAT：その結果、すばらしいコンピュータが誕生しました

「一台、いかがですか？」

引用元：WHYから始めよ！インスパイア型リーダーはここが違う」サイモン・シネック（日本経済新聞出版社）

では、一般的なパソコンメーカーはどうかと言いますと。

WHAT：われわれは、素晴らしいコンピュータをつくっています

HOW：美しいデザイン、シンプルな操作法、取り扱いも簡単

「一台、いかがですか？」

※最終的に Why が存在しないセールストークをしがち

引用元：WHY から始めよ！インスパイア型リーダーはここが違う」サイモン・シネック（日本経済新聞出版社）

いかがでしょうか？どちらに心が動きますか？

答えは、あきらかに「Why」から始めた Apple の説明ですよね。

そして、この**ゴールデンサークル理論**は、求人原稿を書く際にも効果的です。

求人原稿の冒頭（一番見てもらえる箇所）に、「WHY」から始める自院の理念や目的、ミッションを提示する。

「なんかこの病院・クリニックは違うな。ちょっと求人の詳細を見てみようかな」と求職者の心を動かす事ができます。

ですので、**WHYから始める求人原稿**を書くようにしましょう。

第3章のまとめ

【Googleで検索して自院の求人を見つけられないなら、応募は来ない】

→indeedを中心に露出を増やし、求人を認知してもらうべき

【検索でライバル情報を把握する】

→indeed 検索で、どのくらい求人のライバルがいるのか、どこが求人しているのか、いくら給与で募集しているのかがわかる

【どのような人が欲しいかを明確にしないと欲しい人は来ない】

→「どのような仕事をお願いするのか」「どのようなキャリアの人がよいのか」
「年齢・趣味・居住地・家族構成等」とにかく具体的に欲しい人材を書き出し
てみる

【求職者目線にたって求人原稿を書く】

→「急募」と書いていてはダメ！採用側の事情ではなく、求職者目線で「気になる事」「疑問に思う事」を徹底的に書きこむ。

とにかく具体的に！検索を意識して求職者が調べるキーワードを自然にいれこむ！なぜ事業をやっているのか（Why）を伝え、求職者の心を動かす。

第4章：「面接にきてもらえない」の解決策

「応募が来たけど、面接に来てもらえない」「面接をドタキャンされる」といった悩みはありませんか？

これは当然の結果です。求人に応募があっても、面接にたどりつくのは、会社・組織規模や業種にもよりますが、応募者のうちおよそ**3割**といわれているからです。

逆に言えば、応募があっても7割の人が面接にすら来ないのが現実です。

せっかく魅力的な求人原稿を書いても、面接に来てもらえなければ無駄な労力に終わってしまいます。

以下で説明する対策で、**面接に来てもらえる確率をアップ**させる事ができます。

そのポイントは「**ライバルよりも早く動く**」です。

必ず、他社求人との競争になっているので、いかに他社よりも早くアポイントを取り付け、自院の魅力を伝えられるかがポイントです。

応募がきたら〇分以内に電話すべし！

応募者から応募のメールが届いたら**3分以内**に電話しましょう。

なぜなら、求職者はスマホで仕事を探している人が多いので、応募後すぐに電

話をすれば、スマホを手にもっているため、コンタクトできる確率が格段に高まるからです。

また、「鉄は熱いうちに打て」ということわざがあるように、求人に応募した時点が最も求職者の気持ちが盛り上がっています。 応募時点がピークで、気持ちはそこから徐々に冷めていくものです。

ですので、応募直後の気持ちが盛り上がっているタイミングに電話をかけることで、面接のアポイントがとりやすくなります。

電話がつながらなかった時の効果的な対策

応募直後に電話をしても、もちろん通話できない事もあります。

そう言ったときは、**SMS（携帯電話のショートメッセージ）**で連絡をしましょう。

通常のメールですと、他のたくさんのメールに埋もれてしまう可能性がありますし、人によってはあまり頻繁に確認しないからです。

それに対し、SMS（ショートメッセージ）なら、携帯電話に直接メッセージが

届くので、すぐに見てもらえる確率が高いです。

「ご応募いただいた〇〇病院・クリニック、採用担当の××です。のちほどこの携帯番号で再度お電話します」といったメッセージをSMS（ショートメッセージ）で速やかに送り、電話連絡をとれるように調整しましょう。

電話、ショートメッセージ連絡が取れない場合の対処法

一度電話やメールをしても返信がない場合「求職者の質が低い」と憤る理事長・院長、採用担当もいらっしゃいます。

ですが、求職者のせいにしたところで、事態は好転しません。

あくまでも「**他責ではなく自責**」の考え方が重要です。

電話しても応答がなかったという事は「ライバルの求人がもっと魅力的で、既に素早く行動したライバルに応募してしまったから」といった可能性もあるからです。

「もっと求人原稿を工夫できたかな」「もっと早く連絡がとれたかも」といった自責の考え方で、求人原稿や募集の取り組みを改善していく事が重要です。

再連絡電話がつながりやすい時間

一度電話をして連絡がつかなかった場合の再度のコールは「30分後・3時間後・次の日の応募があった時間付近」がつながりやすいとされています。

また「求職者が在職中である」という可能性も踏まえ「お昼休み」や「18時以降」も視野に入れても良いでしょう。

なお、再度の電話の際もSMS（ショートメール）でメッセージを残すようにしましょう。

人材紹介会社が当たり前に行っている「掘り起こし」もやるべき

人材紹介会社では「掘り起こし」という作業を日常的に行っています。

この「掘り起こし」とは“過去の応募者リスト”に再度連絡をする事を意味します。

つまり、一度応募があった求職者に対し、1カ月後、3カ月後、半年後、1年後と定期的に「現在のお仕事はいかがですか？状況にお変わりありませんか？」と連絡を取る事です。

なぜこれが効果的なのかというと、一度は自院に興味を持って応募された人材ですので、自院に対し少なからず関心があるからです。

また、「人生のタイミング」はその人により様々ですので、定期的な接触で、**その人の転職したいタイミングに遭遇する可能性が高まる**からです。

今回の応募で連絡がとれなかった、ご縁がなかったとしても、しっかりと**応募者をリスト化し、定期的にコンタクト**を取るようにしましょう。

応募者が面接に来ない事態を防ぐために

繰り返しになりますが、求人をしているのはあなたの病院・クリニックだけではありません。**必ずライバルも人材募集をしています。**

だからこそ、面接日程を組むときは「**素早く面接日程をセッティングする**」事が重要です。

それは、求職者は「最初に内定を出した会社に入職する」という傾向があるからです。

未経験者の採用の場合

未経験者でも構わないのでとにかく広く集めて多くの応募者と会いたいというのであれば、かけた電話で面接日程を組んでしまいましょう。

例えば、パート募集の応募者と電話が午前中につながったとしたら、「今日の午後3時に面接にいらっしゃいませんか？」といったスピードが良いです。

「**とにかく早い日程で面接をしてしまう**」というスタンスが重要です。

経験者採用の場合

他方、**経験者採用**の場合、職務経歴や自己PRの内容が(履歴書等がないので)応募があった時点ではわかりません。

採用側は「面接を行うに値するかわからないから、履歴書や職務経歴書をまずは郵送させたい」と思うでしょう。

有名な大病院ならば、それでも郵送してきますが、一般的には履歴書の郵送を依頼した瞬間「履歴書が送られてこないまま、音信が途絶える」ことが多いです。

「面接を行うに値するか」は、電話の対応で判断しましょう。

具体的には「現在は在職中ですか、離職中ですか?」「どのようなお仕事をさ

れていたのですか？」を電話で聞いてみるということです。

簡単な質問でも、話し方や声の大きさなどからおおよそ応募者のイメージがつくと思います。

その結果「問題ない」と判断出来たら、「ぜひ面接におこしてください」と案内しましょう。そして、**面接日程は可能な限り最短で調整**しましょう。

履歴書などの書類は、面接当日に持参か、その場で書いていただいても良いです。

なぜなら、その方が**面接に来る確率が上がる**からです。

一方「うーん。このキャリアだと採用は難しい」と感じたのであれば「では、いったん履歴書・職務経歴書を送ってもらえますか？」と伝えましょう。

採用するのが難しいと感じているので、履歴書等が送られてこなくても、それはそれで問題ないからです。

面接の“ご案内状”を送付しましょう

人材紹介会社では「面接のご案内状」を求職者に送付するのが当たりまえです。

送付しないよりも送付した方が、求職者が面接に（紹介先の企業に）行く確率が上がるからです。（人材紹介会社は、最終的に就職して勤務してもらわないと売上にならないので、必死に求職者に面接を受けてもらう対策をします）。

「そんな面倒なことはやりたくない」と思うかもしれません。

ですが、求職者の立場に立って考えた場合はいかがでしょうか？

「A社は面接の案内状が届いた。でも、B社は特に連絡がなかった」場合、どちらが丁寧な対応だと感じるのでしょうか？

言うまでもなく、案内状を送ってきたA社ですよ。

繰り返しになりますが、人口減少の今は、採用は困難を極めています。

だからこそ**「できることはすべてやる」という姿勢で採用に本気で取り組まないと良い人・欲しい人材はとれません。**

人材紹介会社も使っている効果の高い手法なので、面接の案内状は作ってみることをおすすめします。

面接案内状に書くべきこと

- ・「面接官は私です」といった面接官の自己紹介（写真）
- ・理事長・院長（代表）の自己紹介（写真）
- ・配属予定先の責任者の自己紹介（写真）
- ・配属予定先のメンバーが働いている風景やメッセージ、勤務の流れ
- ・面接の流れ
- ・面接会場までの経路

働いていることが具体的にイメージできる情報や、面接の不安がやわらぐ情報が良いでしょう。

また例えば「面接でこういった質問しますよ」という案内や「病院・クリニックや理事長・院長を紹介するYouTube動画」なども良いかもしれません。

とくに、動画は親近感がわきやすく手軽に見られるツールですので、おすすめです。

面接案内状は、作成するのは大変かもしれませんが一度作ってしまえば、次の面接者にも使い回しができます。

面接のリマインドは〇日前にすると効果的です

面接前にリマインドの連絡を必ず入れましょう。

そのタイミングは**2日前の夕方**がオススメです。

前日の連絡ですと、もし何かの入れ違いで求職者がダブルブッキングしていた場合は調整ができない可能性が高いからです。

2日前であれば、もし連絡がつかなかったとしても前日にリマインド連絡を入れることも可能です。

リマインド電話の際「面接当日にお飲み物をお出ししていますが、コーヒーでよろしいですか？それともお茶がよろしいですか」とお伝えするのも良いです。

なぜなら、ドタキャン防止になりますし、面接でお茶を出す医療機関はまだ少ないですし「こんなに丁寧な病院・クリニックもあるのだな」と好印象を抱いてもらえるからです。

面接当日、応募者が5分前までに到着しなかったら電話しましょう

応募者にとっては、面接会場（病院・クリニック）は初めての場所です。道に迷ってしまう可能性も多いにあります。

とくに、郊外などで移動手段が自動車のみの場合は、なおさら迷う可能性は高いでしょう。

面接5分前に応募者が到着していなかったら、連絡を入れるようにマニュアル化しておきましょう。

なぜ「面接時間ジャストではなく5分前に電話するのか」というと、若い方は「怒られたり、悪い印象を持たれたまま面接するのを避けたい」「遅刻したから、面接は落ちる」と決めつける方が多いからです。

遅刻が確定した時点で電話をすると応答してもらえず、ドタキャンされる可能性が高まります。

面接会場をわかりやすくしておく

面接会場によっては「どこが入口なのかわかりにくい」といったケースもあるでしょう。

建物の入り口などに「〇〇病院・クリニック面接会場はこちら」といった案内板をつけましょう。

そして、病院・クリニックの入り口に「**ウェルカムボード**」を作り、応募者を歓迎するのも良いです。細かい心配りで応募者の印象がグッと良くなります。

また、昨今は新型コロナウイルスの影響で、手洗いや検温が必須となっています。

入り口で手洗いや検温、アルコール消毒などについても、応募者がわかりやすいように案内しましょう。

感染予防の話は、医療業界では敏感なテーマですので、キチンと対応しておかないと「ここの病院・クリニック、コロナ対策大丈夫かな」と不安をもたれ、応募を辞退されかねません。

既存のスタッフも歓迎ムードで迎える

あなたは、面接を受けた時に「スタッフが遠くから無言で見ている」といった経験はありませんか？

「なんとなく雰囲気良くないな。ここで働いても大丈夫かな」と応募者は不安になります。

スタッフへは事前に「今日は〇〇さんという方が、〇時頃に面接のためいらっしゃるので、その際は明るい雰囲気でも元気に挨拶をお願いします」と伝えておきましょう。

当日応募者を案内するスタッフを事前に決めておき、トイレの場所などを案内するよう指示しておいた方が良いでしょう。

面接会場も整えておく（特に照明や空調機器）

面接会場に案内してから「すみません。この部屋暑いですね。いまエアコンつけますね」といった対応をされる会社・組織は多いです。

ですが、これはお客さま（応募者）に対して、失礼ではないでしょうか？

面接の時間は決まっているわけですから、事前に照明やエアコンをつけ、お客さま（応募者）を迎え入れる体制を整えておくのは、社会人として最低限のマナーです。

面接会場に「薄暗い狭い部屋」を用意する病院・クリニックもあります。これも、お客さまに失礼なので、面接にふさわしい会場を用意しましょう。

照明が暗い部屋では、お互いの表情が分かりにくく、相手に「暗い」というイメージを持たれてしまいます。

こういった細かい気配りは、求職者の心を動かし、入職へと気持ちを傾けるための要素ですので、応募者を迎える準備はきちりしておきましょう。

面接開始までのお待ちいただく時間に、病院・クリニックのパンフレットを見てもらう

あなたは「面接が始まるまでの待ち時間がとても長く感じた経験はありますか？」

応募者は、緊張しているからこそ、とても待ち時間が長く感じるものです。手持無沙汰で「スマホをみるのも失礼かな…。待ち時間をどう過ごそうか」とソワソワしているものです。

ここでは「病院・クリニックのパンフレット」や「面接にきていただいたお礼状」等を準備し、机に置いておくのも良いでしょう。

また、病院・クリニックや理事長・院長の紹介動画があれば、見られるようにしても良いです。

このような準備をしておくことで、応募者の緊張がほぐれますし、病院・クリニックの誠意や採用したいという気持ちも伝わります。

応募者にドリンク提供

「真夏の暑い日に面接にきてくれた」「寒い冬に遠くから面接にきてくれた」
こういったときに、お客さま（応募者）に飲み物をだす気配りは必須です。

暑い中、道に迷って息を切らせている状態で面接をしても良い面接ができませんし、後ほど説明しますが「面接は病院・クリニックのファンになってもらうためのコミュニケーション」という側面もありますので、飲み物をお出しするくらいの心配りは必須です。

自動車ディーラーや理髪店ですと、**ドリンクメニュー**を用意していますよね。
このような心配りをしてみてもいいでしょうか？

他の病院・クリニックがやっていないからこそ「この病院・クリニックはすごい！」と感動してくれ、応募者の心をグッと引き寄せられるかもしれません。

第4章のまとめ

【応募連絡から3分以内に電話する】

→電話から早いほど連絡がとりやすい。

とにかくライバルよりも早く接触する。

【電話がつながらない時はSMS（ショートメッセージ）】

→SMSなら通常のメールよりも見てもらえる

→再度の電話は30分後、3時間後、次の日の応募時間付近が繋がりやすい

→在職中の方なら「お昼休み」「18時以降」もつながりやすい

【面接日程は可能な限り、最短日程で設定する】

→最短でないと、ライバルが先に面接するし求職者の熱も冷める

【面接の案内状を送付する】

→面接官の自己開示などで安心が高まり、面接辞退が減る

【面接会場の案内板を設置、面接会場を整え、飲み物をお出しする】

→応募者をお客さまとしてしっかり出迎える。

第5章：「面接のやり方がわからない」の解決策

面接は異常な空間であることをまずは認識しましょう

面接は本当に**異常な空間**です。

なぜなら「全く知らない所に一人で乗り込んでいって、自分の住所、学歴、職歴などを見ず知らずの人にさらけ出し、自身を売り込む」なんて事をするのは、日常生活ではありえないからです。

だからこそ、採用する側としては「応募者の緊張をやわらげ、少しでも平常心でいつも通りの力を発揮して面接を受けてもらおう」という努力をすべきです。

そうすることで、**応募者の本来の姿がわかり、病院・クリニック側と求職者とのギャップをうめられ、ミスマッチによる早期離職を防ぐことができる**からです。

この章では、そのための対策を説明していきます。

面接官も身なりを整えるのがマナー

正社員の面接であれば、応募者はスーツ着用で受けるケースが多いでしょう。でしたら、面接官が病院・クリニックのユニフォームで対応するのは、本来失

礼であり、マナーとしては望ましくありません。

もし業務の都合上、白衣などのユニフォームで対応するようであれば「緊急呼び出し時に備えていること、普段の働いている様子も見てもらいたいので、このような服装で面接をさせていただきます。ご了承ください」と一言ことわってから面接を始めるべきです。

スーツで対応しないことが医療業界では当たり前かもしれませんが、多くのライバルがいる中で求職者は天秤にかけて仕事を探しています。

きちんとスーツ着用で面接の対応をされたら印象に残りますよね。

だからこそ面接にはスーツで対応する。もし難しいのであれば、一言、応募者にことわりをいれるようにしましょう。

「圧迫面接」は昭和の価値観・令和は「ファン化面接」

圧迫面接がNGな理由

「応募者の本性をあばくためにちょっとプレッシャーをかけてみよう」といった圧迫面接は、昭和の遺物です。

今は人手不足の時代なので、そんなことしていたら応募はないし、病院・クリニックに悪い評判がたつからです。

「でもそれでは、トラブル対応力やストレス耐性がわからないではないか」と思うかもしれません。

その場合は、ストレス耐性テスト等を利用して対応しましょう。

様々なツールが提供されています。

このようなツールを使わずに圧迫面接で乗り切ろうとすると「面接の対応が悪い、嫌な病院・クリニックだ」といった悪評がたち、今後の採用や患者募集に支障がでかねません。

医療業界は横のつながりも強く狭い世界ですので、くれぐれも注意です。

令和の時代は「ファン化面接」

令和の時代は「ファン化面接」をしましょう。これは文字通り、面接を受けた応募者が（合格、不合格に関わらず）、ファンになってもらえるような面接をするという意味です。

なぜ、ファン化面接が必要かというと**面接内容は口コミで広まるから**です。

というのも、面接が終わった後は緊張が一気にゆるみますよね？

そのとき誰かに話したくなりませんか？

- ・家に帰って家族に「今日は〇〇病院・クリニックの面接で・・・」
- ・友達に電話で「今日〇〇病院・クリニックの面接行ってきたんだけどさ～」

といったように人間は緊張後の反動で、口コミをする生き物なのです。

そして、その印象は本人の受け取り方次第で良くも悪くも拡大解釈されます。

しかも今の時代、**拡散性が強い Twitter 等の SNS に書き込まれる可能性もあります**ので、面接の口コミは一気に広まります。

意味を取り違えた書き込みが拡散されようものなら、ネットで炎上して次の応募者の採用に苦戦することは間違いありません。

医療業界は狭い世界です。有資格者同士で地元病院・クリニックの評判を情報交換する機会もたくさんあります。

悪評が地元関係者に広まり、「**連携医療機関に患者を紹介してもらえなくなった**」「**有資格者の応募者がパタッと来なくなった**」といったことになりかねません。

だからこそ、**ファン化面接**をしっかりと「合格不合格に関わらず、面接を受けた人は病院・クリニックのファンになって帰ってもらう」スタンスにしましょう。

応募者をファンにする面接の流れ

あなたは「面接の練習」をしたことがありますか？

「面接の練習なんてやったことないよ」という方は結構多いです。

ですが、面接の練習をすることなく、進行方法も決めずに、なんとなく面接を進めていたのでは、良い人に来てもらう事はできません。

面接者に「ここで仕事がしたい！」と思わせる面接の流れを解説していきます。

60分くらいのシナリオです。

①アイスブレイク

アイスブレイクというのは、緊張をほぐすための時間を言います。

「今日は暑いですね。駅から遠かったでしょう」

「ここまでの道がわかりにくかったと思うのですが、迷わずに出来ましたか？」

「ご用意したお茶をお召し上がりください。どうぞ、のどを潤してから面接しましょう」

このようにお声がけをして、面接の場を少しでも和ませましょう。

ちなみに、アイスブレイクは3分くらいで構いません。

なお、アイスブレイクの趣旨を勘違いして「私、面接官はじめてなのですよ。さっき理事長・院長から急に「面接やれ」って言われてましてね」といった事を言う方がおられますが、応募者から「この会社大丈夫かな？」と思われるだけですし、何より応募者に失礼ですので、控えましょう。

②面接の流れの説明

面接の流れや所要時間について2分で簡潔に説明しましょう。

その際、**自院の面接で大切にしていることは何か**をしっかりと伝えてください。

例えば「当院の面接は、面接官も自己紹介をさせていただき、お互いのビジョンを語り合い、マッチするかを確認しております」と、自院の面接の進め方を具体的に伝えてください。

③面接官の自己紹介

面接官の情報を全く開示しない方は多いです。

応募者が履歴から内面まで徹底的に開示しているのに、面接官は「名前すらも言わない」というのは、不公平ではないでしょうか？

面接には、**相互理解により雇用のミスマッチを防ぐ**という目的もあります。

であるからこそ、**面接官もしっかり自己開示**をしましょう。

【具体例】

私は院長の鈴木と申します。こちらの病院・クリニックを運営して5年目です。

開業前は〇〇病院、▲▲病院の内科に勤務していました。

病院勤務で感じていた、大組織特有のフットワークの悪さを解決し、地域の住民が安心して過ごせる医療環境を提供したいという思いから、在宅療養を中心にした自分のクリニックを開業しました。

当院の理念「〇〇な医療の実現」にむけて、多くのスタッフとともに患者様にとって最適な医療を模索し続けています。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

ここでのポイントは、**いかに自分を熱く語れるか**です。

ここで面接官がどれだけ熱く語れるかで、この後、応募者も本気になって話してくれるかが変わってくるからです。

所要時間は10分を目途に、面接官全員が自己開示の上、思いを伝えるように
しましょう。

④病院・クリニック説明・募集背景の説明

病院・クリニックの理念や医療提供のスタンスをしっかりと伝えてください。

医療業界の場合、現場スタッフに「医療、専門分野へのこだわり」がある場合
も多いので、自院がどういったスタンスで医療に取り組んでいるのかをしっかりと
説明しておかないと、後々、現場でトラブルになることが多いです。

また、以下のような募集の背景や業務内容についても説明しておきましょう。

- ・ どういった仕事をするのか
- ・ なぜ募集する事になったのか
- ・ 配属後はどういったことから仕事を始めて欲しいのか

なお、所要時間は10分くらいが目途です。先ほどの面接官の自己紹介とあわ
せて、20分～30分をみておきましょう。

⑤病院・クリニックや募集の背景の理解を応募者に確認

ここまで来ましたら、一度、応募者に質問をしてください。

具体的には「当院の仕事やスタンスについて、何か確認しておきたいことはありますか?」といった質問を試みましょう。

この質問をする事で「理念」の理解を確認できますし、応募者の「質問力」もみることができます。

時間は5分程度で構いません。

⑥応募者が貢献できる理由を聞く

「今回の求人募集について、応募者がどういった点で病院・クリニックに貢献できるのか」を質問してみましょう。

中途採用であれば、これまでの経験が具体的に職務にどう活かせるのかを聞いてください。

未経験者や新卒採用では「やる気」といった仕事への取り組み姿勢で構いません。

「どういった仕事をやってみたいと思っているのか?」「どのような仕事に興味があるのか、どう成し遂げたいのか」確認してください。

なお、所要時間は5分が目安です。

⑦応募者のビジョンや目標を確認

応募者がどのようなビジョンや目標をもっているのか、なぜ転職したいのかについて聞いてみましょう。

業務経験者やベテランは「青臭いし照れるな」といった気持ちもあり、抽象的な答えや、教科書的な答えが返ってくるかもしれません。

ですが、ここは理念を大切にす医療の世界では大事な部分となりますので、(抽象的な答えについては)「**具体的にはどういったことでしょうか?**」と回答を**深掘り**するようにしましょう。

ここは大事な所ですので、しっかりと時間をかけて構いません。

とにかく、**お互いの考えを本音で話し「語り合う」といった状況が理想**です。

繰り返しになりますが、ここで本音を語り合うためには、面接の序盤で「**面接官が熱く語る事**」が重要です。

面接官が序盤にしっかり自己開示をして、熱く思いを語るからこそ、応募者も本気で自身の夢やビジョンを話してくれるのです。

そう言った意味でも、面接は組織のトップが関わるべきです。

なぜなら、面接こそ**自身と同じビジョンの人材を採用できるチャンス**だからです。

所要時間は10分が目途ですが、ここはいくら時間をかけても構わないパートです。

⑧履歴書・職務経歴書で気になった点を確認

履歴書や職務経歴書を見て気になった点について確認しましょう。

具体的には「経歴に長い空白があれば、その間は何をしていたのか」「転職回数が多い場合は、何か特別な理由があったのか」といった確認です。

もっとも、医療業界では転職回数が3回以上の応募者は多いです。

転職理由の全てを確認していると、相手によっては「圧迫面接された」と感じ、悪評をたてられる可能性もあります。

ですので「直近の転職の経緯だけ聞く」といった対応で「転職回数が多いからダメ」といった判断をしないことです。

温和にコミュニケーションをとりながら、「**採用側として納得できるかどうか**」を検討します。

なお、あまりここが長いと圧迫面接になるので、所要時間は長くても5分くらいにとどめましょう。

⑨（合格させたい応募者について）ビジョンを共有

この応募者は「合格させよう」と思ったときにコミュニケーションをとるフェーズです。

ここが**面接の最終段階**です。

面接の最後に、**改めて応募者の夢やビジョンの話**を聞いてください。

そして「当院なら、〇〇さんの××といったビジョンを実現できる環境があります。ぜひ一緒にその目標にむかってがんばりましょう！」と熱く言い切りましょう。

ポイントは、「熱く語って、断定する形で言い切る」という点です。

自院の理念と応募者の目標に共通点があり、同じ方向であると確認できたのであれば、最終盤に明確にして、応募者に「この病院・クリニックいいな！ここ
でがんばりたいな！」と思わせることができるからです。

「人間は **一番盛り上がった時 と 最後** しか覚えていない」というピー

クエンドの法則が、心理学にはあります。

だからこそ、面接の最終盤に、応募者の夢を改めてクローズアップし「自院で一緒にがんばってほしい！」と口説く事は、応募者心理にとっても重要になってくるのです。

以上が「応募者をファンにする面接の流れ」となります。

全部で60分くらいです。

1回の面接で即時に内定をだすのはNG！別日に条件面談を行いまし よう

「初回の面接で、その場で理事長・院長が内定し「いつから来られますか？」と聞いてしまう」といったケースをよく聞きます。

ですが、**これはやめたほうがよい**です。

もし1回だけの面接で選考する場合でも、必ず別日に条件面談（面談と違い選考が目的ではない、給料や待遇などの条件を相談する場）を行ったほうが良いです。

なぜなら、条件面談というプロセスを設けると結果的に人材の定着につながるからです。

というのも、応募者にはご家族など相談・確認したい相手がいるため、配偶者に「**給与だけではなく、この点は確認したの?**」と家に帰ってから聞かれる**可能性が高い**からです。

にもかかわらず、理事長・院長と求職者だけで「ではお願いします。○日から来ます」といった話を進めてしまうと、**後々、ご家族の不信感を生み、その後の関係性に支障がでかねない**からです。

ここは焦らずに「もう1回は会って、相談する」という気持ちでどっしり構え、「理事長・院長面談は合格ですので、後日、条件面談を行います。ご家庭でゆっくり話してみてください」とアナウンスするのが良いでしょう。

面接1回の場合は面接前後に案内役のスタッフが求職者をフォローする

面接を1回とする場合は、案内役のスタッフが面接前後に求職者をフォローしましょう。

具体的には、面接前に「面接官の〇〇は、こういった性格ですよ」、「変な質問したらごめんなさいね」と予防線をはっておきましょう。

そして、面接後には、面接の感想などを聞いてみてガス抜きをしましょう。

面接後の緊張がゆるんでいるタイミングに話を聞くことで、多少圧迫面接ぎみになってしまっていたとしても、ガス抜きとなり悪印象をリカバリーできるからです。

面接を2回にわけて行う場合

面接を2回に分けて行う場合は、**1回目に理事長・院長面談**を組みましょう。

同時期に面談を受けるライバルが1回目から理事長・院長面談をしている場合、こちらでも理事長・院長面談をしてトップの本気度を見せておかないと、ライバルに人材を採られてしまう可能性があるからです。

面接を2回行う場合は、①理事長・院長（代表）面接、②現場のトップ面接（看護部長、看護師長など）の組み合わせで行うと良いです。

面接2回とする場合は、求職者の利便性も考慮し、**2回目の面談の日に条件面談もセット**で行うようにしましょう。2回目の面談の際に「これで選考は終わります。ここからは給料などの条件面談をさせていただきますね」と切り替える形で進めます。

東証1部上場企業もやっている！面接後のフォロー方法

面接後「本日はありがとうございました・・・」と応募者を帰していませんか？

それはもったいないことです。

面接後は、**面接者の本音が聞けるタイミング**だからです。

面接直後は、応募者も緊張感から解放され、じょう舌になっており、感想を話したい状態になっているからです。

だからこそ面接官以外のスタッフ（最初に案内したスタッフ）に応募者の見送りをさせ、その際「面接どうでした？」と感想を聞いてみましょう。

その受け答えで「本当に来てくれるかな？脈があるかな？」を感じ取れるものです（洞察力が高いスタッフをアテンド役にしたほうが良いです）。

また、面接官（とくに理事長・院長）が圧迫面接キャラの場合「理事長・院長は口下手なので、ちょっとしたものの言い方はキツイ時があるんですけど、本当は親分肌で優しいんですよ」とフォローを入れておくだけでも「**あそこはパワハラ病院・クリニックだ**」といった口コミを防止することができます。

繰り返しになりますが、不採用にしても、悪い評判がたつと今後の求人や、患者集めに支障がでます。「応募者には自院のファンになって気持ちよく帰ってもらおう」というスタンスで接するのが大事です。

悪い評判がたたないように、きっちりファン化面接に取り組みましょう。

結果を伝えるタイミングと見送る際の気配り

選考結果はできる限り早く伝えましょう。

求職者の視点ではダラダラ1週間、2週間と待たされるのはストレスです。

結果を伝えるまで、長い時間がかかると他の求人の情報集めの時間になり「もっと条件の良い病院・クリニックがないか」探し始めます。

「どう長くても1週間以内。出来る限り早く」といったスタンスで選考結果を
伝えましょう。

そして、**お断り（不採用）するときこそ、しっかりと丁寧な対応**を心がけてください。

そうしておかないと「あの病院・クリニックは・・・」と応募者に悪評をたてられる可能性が高まります。

履歴書の返送時に一言面接に来ていただいたことへのお礼状をそえる等誠意
をもって対応するようにしましょう。

合格の場合は、次のステップ内定の問題が関わってきますので、法律上の注意が必要になります（次章で説明します）。

第5章のまとめ

【面接は異常な空間・応募者にとっては完全なアウェー空間】

→面接官もマナーをわきまえた服装で、しっかりと自己開示する。

応募者との相互理解が進み、自院にマッチするかが判断できる

【圧迫面接はNG・ファン化面接を心掛ける】

→面接内容は必ず口コミされる。圧迫面接をして悪評がたつとその後の求人や患者の募集に差し支えるので気を付ける。

【面接には型がある。しっかりと面接官も準備をするべき】

→面接官がしっかりと自己開示し、思いを熱く語ることで、応募者も本音でビジョンを語ってくれる。この過程を経ることで、お互いのビジョンのすり合わせができ、雇用のミスマッチを防ぐことができる。

【1回の面接で内定をだすのはNG】

→面接は出来る限り2回やるべき。もし1回の場合、面接前後に案内役にフォローをさせ、条件面談は別日に設ける。

第6章：「内定を辞退される」の解決策

結果は早く伝える。でも「内定」とは言わない

選考試験で合格とした場合、できる限り早く連絡をしましょう。

ライバルがいる以上、早く囲い込む必要があるからです。

もっとも、その際「内定」という言葉は使わないようにしましょう。

「内定」は会社を縛る重いものであり、一度通知すると取消するのが難しいからです。

「入職時期」を中心にもめ事が起こりがちで（前職との関係で何カ月も入職が先延ばしになる）、その場合に「（入職日に条件をつけなかった）内定通知」が足かせになるケースが多いからです。

ですので、まずは電話で「（内定という言葉は使わず）**選考に合格**しました」と伝えましょう。

その上で、入職日などの調整を行った上、しっかりと文言を精査し、**文書**で内定を通知しましょう。

条件面談を行う

給与等の条件を伝えると共に、入職後の道筋を伝える

「条件面談」は、給与等条件面を伝える面談のことをいいます。

病院・クリニックでは実施している方は少ないかもしれませんが、大手企業では行っているものです。

具体的には、**経験年数を踏まえた具体的な給与などの諸条件を伝える面談で、**選考には影響しません。

条件面談の際に「仮に入職が決まったら、〇〇さんにはまずはこういった業務をやってもらいたいし、中長期的にはこういった仕事をしてほしい」といった事も伝えるようにしましょう。

応募者は「こういう仕事をしてほしい、自分はこの仕事を担当するんだな」という具体的な働く姿がイメージできるようになり、辞退される確率が下がるからです。

繰り返しになりますが「内定」という言葉は、**法律的なしぼりが発生するため、**
まだこの段階では軽々しく使わないようにしましょう。

面接で良かった点、採用の決め手となったポイントを伝える

条件面談の際「面接で、あなたの“ここ”を評価しました」と伝えてください。

応募者は「面接のどこが良かったかわからない」と感じているものなので、素直に良かった点を伝えることで「そうだったんだ!」と病院・クリニックに対する印象がアップし、辞退率が低下するからです。

一緒に働くスタッフも紹介しておく

その場にいるスタッフだけでも構いませんので、出来る限り、一緒に働く予定のスタッフを紹介しておきましょう。

この段階では良い面も悪い面も隠さずリアルな労働環境を見てもらい、入職後のミスマッチを防ぐことが重要だからです。

在職中の方の入職タイミング調整は要注意

そして、在職中の方には「仮に内定となった場合、今後のスケジュールはどのようにお考えですか?」と必ず聞いておきましょう。

なぜなら、この質問をしないで「いつまでも待ちますよ」と内定を出してしまい、待った挙句に辞退されてしまうというトラブルがとても多いからです。

仮に内定を出すなら「**入職予定日条件付き**」の**内定通知書等**をだすようにしましょう。

「仮に内定がでたとしたら、入職していただけますか？」とさぐってみる

「〇〇さんは内定が出た場合、いつ頃入職していただけますか？」と聞くようにしましょう。

なぜなら、この質問をする事で、「**辞退されるかどうか**」の**感覚がつかめる**からです。

その際、もし「ちょっと悩んでるんです」といった答えが返ってきたら、「ちなみに、どういった事で悩まれているのですか？」と質問するようにしましょう。

そうすることで、ライバルの状況や自院の不十分な点等も知ることができる

からです。

求職者が悩んでいる場合の対処法

そして、求職者が悩んでいるようであれば、**あえて内定はださず**「それでは、1週間以内に入職の意思を示して頂けたら、そのタイミングで内定をだしますね。今日、条件を提示させていただいたので、ご家族とも相談してみてください」と締めると良いでしょう。

2回面接の場合は、2回目の面接で条件面談を設定しましょう

①トップ（理事長・院長）の面接、②現場の責任者（一緒に働く人）の2段階面接がおすすめです。

2段階面接の場合は、②現場の責任者面談の際「**それでは選考は合格ですので、今から条件面談をさせていただきますね**」と条件面談に途中から切り替えてセットで実施しましょう。

そうすることで、応募者、採用側双方の手間が省けるからです。

※条件面の交渉ができる方のスケジュールをおさえておく必要があります。

「いつまでも待ちます」はNG！正しい内定のおし方

活躍が期待できる人が応募してくると「いつまでも待っていますから、来てください」と簡単に言うてしまう理事長・院長も多いです。

ですが「いつまでも待ちます」と内定を出すのはNGです。

内定は法的拘束力が生じるので、一度通知してしまうと、簡単に取り下げることができないからです。

入職日が決まらないケースでは「**入職予定日を決めた時点で内定とする**」といった書面を発行する「**入職予定日の条件付き**」内定通知書が発行するといった対応するのが良いでしょう。

在職者に内定を出すときに必ずやるべきフォローとは

在職中の応募者を内定する場合は、**前職の退職フォロー**を必ず行ってください。

前職で引きとめにあい「申し訳ありません。引き止められて内定辞退します」といった事になりかねないからです。

というのも「給料をアップするから残ってください」と慰留するケースはよくある話だからです。(どこも人が欲しいのです)

現に、人材紹介会社は必ず退職フォローしています。

退職した経験がない方にとっては「退職の仕方がわからない」というのは当たり前ですし、退職のマナー(例:どのような職員でも一度は、上司が慰留するのがマナー)もわからないため、フォローしておかないと転職がとん挫する可能性が高いからです。

退職を一度申し出た場合は「辞めきる」のがその人にとって幸せです。

一度退職を申し出て「給料をアップするから」とその時は残留したとしても、感情的なしこりが残ります。現に「あの人はお金で残った」と周りから陰口を言われ、不況など事業運営がうまくいかない時に真っ先にリストラ候補となる等、悲惨なケースはよく聞きます。

だからこそ「退職の方法」を教えてあげたり「退職で困ったら相談してください」と声をかけたりして、しっかりと退職フォローをしましょう。

【第6章のまとめ】

【結果は早く伝える。だがすぐに「内定」を伝えない】

→「合格しました」と選考結果は早く電話で伝えるが、「内定」の言葉は使わない。内定を一度だすと取消が法的に難しいため、入職日などの条件を踏まえ、文書で通知する必要があります。

【条件面談を行う】

→面接の良かった点を伝え、スタッフも紹介し入職日の調整も行う

【「いつまでも待ちます」はNG!】

→「入職予定日を決めた時点で内定です」といった書面を発行する or 「入職予定日の条件付き」内定通知書を発行する対応をとる。

【在職者に内定するときは前職（現職）の退職手続きをフォローする】

→退職方法をサポート、困った時に相談されるようフォローする

第7章：「すぐに辞めてしまう」の解決策

新入職員のフォローすべき4つのタイミング

新入職員のフォローすべきタイミングが4つあります。

それは①入職初日、②最初の休日あけ、③入職1カ月後、④入職3カ月後です。

それぞれの節目でフォローしましょう。

以下では、各タイミングでのフォロー方法をお伝えします。

入職初日にすべきフォロー

早期離職を防ぐために重要なのは「入職初日」です。

入職初日は、中途転職者やベテランであっても「新入職員」で、期待と緊張が大きいからです。少しのギャップにもナーバスになっており、離職への引き金を引きやすい状態なのです。

ここでは早期離職にならないためのフォロー方法をお伝えします。

①新人の挨拶を先輩がバックアップする

新入職員は、自分から先輩スタッフに挨拶に行くのがマナーです。

とはいえ、緊張のためなかなか挨拶に行けない人もいるでしょうし、人によってはストレスになることもあります。

「先輩スタッフや上司が新人に付き添う」といった対応を取り、新入職員が周囲の先輩に挨拶しやすい環境を作るバックアップをしましょう。

新入職員は緊張しているため「挨拶はできたけれど、正直誰に挨拶したかわからない。もしかしたら誰か挨拶し忘れているひがいるかもしれない・・・」といった心理状態にあります。

先輩スタッフに「新入職員は緊張しているから、気さくに挨拶できるムードを作りましょう」「新入職員は、緊張のためみなさんへの挨拶が漏れている事もあります。そんな時はこちらから挨拶するなどしてフォローしましょう」と事前にお知らせしておきましょう。

②病院・クリニックの独自ルールを説明する

「その職場の独自ルール」はどこにでもあるものです。

例えば「トイレ掃除は当番制」や「ゴミ出しは新人が担当」ということは、**勤務をはじめてからしかわからないローカルルール**です。

組織独自のルールが、入ったばかりの新人には当然わかりません。わからないからこそ、先輩スタッフに聞かなければなりません。が「いちいち先輩に聞く」という行為自体にストレスを感じる人も多いです。

こういった小さなストレスの積み重ねが早期離職につながります。

あらかじめ「会社独自のルール」をマニュアル化し、新入職員に渡しておくといった対応を取るのがおすすめです。

「会社独自のルール」は、以下のようなものがありますので、これを参考に自院の独自ルールを洗い出してみましょう。

【トイレルール】

トイレの清掃は誰が担当するのか、男女共用箇所のルールはあるのか

【ゴミ出しルール】

ゴミ出しは当番制か、ゴミの出し方にルールはあるのか

【休憩ルール】

お昼休憩の過ごし方。上司にお知らせするのか、休憩場所が決まっているのか

喫煙者はどこで喫煙したらよいのか

【備品ルール】

文房具は自分で用意するのか、どの備品まで病院・クリニックが用意するのか

【帰宅ルール】

上司に許可を取ってから帰宅するといったルールはあるのか

【飲み会ルール】

定期に開催しているのか、割り勘なのか会社負担なのか、参加は任意か強制か

入職日に歓迎会を行う文化の場合は、入職前に新入職員にその旨伝えておきましょう。

最初の休日前にすべきフォロー

最初の休日は注意が必要です。

ちょっとした「会社へのマイナスイメージや新職場でのストレス」を解決しないまま休みに入ってしまうと「この会社大丈夫かな？やっぱりダメなんじゃないかな？」といった**マイナスの感情が大きくなってしま**うからです。

※最初の休日ではプラスの感情が大きくなることはあまりありません

その結果、マイナス感情が爆発し休み明けに突然出社しなくなります。

五月病になったりゴールデンウィークあけの退職が多いのも同様です。

そうならないためにも、休日前のフォローが必要なのです。

配属先の上司が新入職員と1対1でミーティングする機会を設けましょう。

時間は、10分程度で構いません。

「新しい職場で何か困ったことはないですか？何か心配なことはありますか？」といった「あなたのことを気にかけています」というメッセージが伝わるミーティングにしてください。具体的には、次の3つのメッセージになります。

①環境変化へのフォロー

「環境変化」というのは、大なり小なり誰でもストレスです。

少しでも休み前にストレスが減るようなフォローをします。

例えば「初めての勤務、お疲れさまでした！前職との違いでストレスを感じていることはありませんか？お休み前に〇〇さんの悩みや不安があれば聞いておきたいので、遠慮なく言ってくださいね」といったように、「慣れない新しい職場で、緊張感で疲れたよね」という共感メッセージを伝えた上で、不安な事がないかを聞くのが良いです。

②仕事の困りごとが無いかの確認

「何か仕事上で困っていることがないか」についても確認しましょう。

新人は先輩に聞きにくいものだからこそ「こんな小さなこと、悩まずに遠慮なく聞いてくれればいいのに」といった些細な事を抱えていることが多いです。

「仕事をして、いま困っていることを教えてください？」といった質問をしてみましよう。

ここでのポイントは**オープンクエスチョン**で聞いてみる事です。

オープンクエスチョンとは、相手が自由に答えられる質問のことをいいます。

一方、クローズドクエスチョンは「はい・いいえ (YES・NO)」で答える質問の仕方です。

「仕事で困っていることはありますか？」(クローズドクエスチョン)ではなく、「**仕事をしてみて、どのようなことで困っていますか？**」(オープンクエスチョン)をすることで、新人の本音をひきだしましょう。

また、「**困りごとは誰に聞けば解決できるのか、担当者名を伝えておく**」といった**解決策**も大事です。

新人なのでわからないことがあるのは当然です「わからないことがあった時の解決策」を教え、ストレスの軽減を図るのが現実的です。

メンターがいる場合なら「**メンターに遠慮なく何でも聞いてくださいね**」といったメッセージでもよいですし、**スタッフの役割がわかる資料**を用意して、渡しておくのも良いでしょう。

③休日はリフレッシュできそうかの確認

プライベートへ立ち入り過ぎる面もあるので表現に気を付ける必要はありますが「**お休みはリフレッシュできそうですか？どのような方法でストレスを解消していますか？**」といった質問もしてみてください。

新人がストレスを感じているなら、視野が狭くなっていることもあります。

普段なら自分のストレス解消法でストレスが発散できますが、もしかすると忘れているかもしれません。コーチングのつもりでストレス解消法を新人に思い出してもらうことも良いです。

こんなこともあります・・・現在のスタッフと“趣味の共通点”がみつきり、相互理解が進む可能性も。

「そんなプライベートなことまで聞かれるの？」と思うかもしれませんが、小さい組織では良くも悪くも距離感が近いですので、**人と人の付き合いの範疇で、共通点をさぐるのは大事なポイントです。**

その際、まずはこちらから**自己開示**をしましょう。

趣味やライフスタイルで共通点が見つかるかもしれません。

もしかしたら、趣味のスポーツにおいては、新人の方が圧倒的な実力者かもし

れません。

自己開示したからこそ生まれる関係性や会話もありますので、積極的にコミュニケーションを図りましょう。

入職1か月目にすべきフォロー

入職1か月目は、これから組織へ定着していく大事なタイミングです。

入職から1か月が経過すると、身の回りの困りごとが少なくなり、職場のルールや文化にもなじんできて、余裕がでてくるものです。

そのタイミングで改めて「採用時の初心」を思い出してもらいましょう。

具体的には「面接時にどういった期待を伝え、新人もどういった気持ちや期待をもって入職したのか」を改めて思い出してもらいましょう。

その上で「自分は3年後どうなりたいか?」といった中長期の目標を改めて確認し「では、1年後はどうなりたいか?」「半年後はどうか?」「3か月後はどうか?」「2か月目の来月はどうするか?」といった落とし込みをしましょう。

このように**初心と目標を改めて思い出させる**ことが、**長く組織に定着してもらうキーポイント**となりますので、しっかり新人と向き合うのが重要です。

前職との比較での改善点も聞いてみる

「前職と比べて、うちの病院・クリニックが改善する点はありませんか？」と意見を聞いてみましょう。

医療業界では、当然ですが同業からの転職が多いです。

「病院・クリニックをより良くしていきたい」という観点で、転職者の意見を聞くことは大事です。

また聞かれた**新人も意見を提案することで「役に立つことができた」という充実感**を得ることができます。

入職から時間が経つと、転職者も前職の記憶が薄れてきますので、入職後1カ月くらいのタイミングで、聞いてみるのがよいでしょう。

入職3か月目にすべきフォロー

入職3か月目のタイミングも、定着の上では重要です。

3カ月も経過すると経験者の方などは、職場に慣れて活躍し始めているでしょう。

同時に、初心を忘れ日々の仕事がルーティン化していくタイミングでもあるからです。

改めて「なぜこの病院・クリニックに入職したのか」という面接時、入職時のビジョンを思い出す時間をとりましょう。

内容は、入職1カ月目と同じです。

「なぜこの病院・クリニックを選んだのか?」「3年後この病院・クリニックをどうしたいか?」「1年後はどうか?」「半年後はどうか?」を聞いて、**改めて組織と新人とのビジョンの共有を進めていきましょう。**

このようなすり合わせが、組織と新人とのギャップを解消し、定着につながっていきます。

新人は「ほめる」事が定着への近道

新人教育は「ほめる」を中心に置くのが定着への近道です。

なぜなら、新人は活躍できず、失敗するのが当たり前のため、自己肯定感を失っている状態だからです。

にもかかわらず「できなかったことを叱る」といった事を続けていると、**新人はさらに自信を無くし、居場所を失い、職場から離れていきます。**

もちろん仕事ですので、ときに「叱る」のもやむを得ないでしょう。

ですが、叱るだけではなく「**できたこと**」にも**フォーカス**し、しっかりとほめます。

「できなかったこと」ではなく「できたこと」にフォーカスし、スモールステップで、新人を成長へと導いていきましょう。

具体的には、入職半年くらいまでは「**ほめる7：しかる3**」といった割合を意識し、基本的には「ほめて伸ばす」というスタンスでいきます。

新人も自己肯定感を保て、職場に居場所を作れるようになります。

この積み重ねが、人材の定着につながります。

【第7章のまとめ】

【新入職員をフォローする4つのタイミング】

→①入職初日、②最初の休日前、③入職1カ月後、④入職3カ月後

【入職初日にすべきフォロー】

→新人があいさつしやすい環境づくり、病院・クリニックの独自ルールを説明する

【最初の休日前のフォロー】

→休日前にガス抜きをしておく「①環境変化への共感」「②仕事の困りごとの確認」「③休日のストレス解消策をきっかけとした相互理解」

【入職1か月目のフォロー】【入職3か月目のフォロー】

→改めて面接時・採用時の初心を思い出してもらう。

【「ほめて伸ばす」が基本】

→新人が自分の居場所をなくさないよう「できたこと」にフォーカスし、入職半年くらいまでは「ほめてのばす」のが基本。そして定着につなげる。

おわりに

人口減少時代においては「人材を病院・クリニックに定着させられるかどうか」で病院・クリニックの運営難易度が変わってきます。

人材が充足してこそ事業拡大が考えられるのであって、人材不足では、継続さえ危ぶまれます。

すでに人手不足・後継者不足から倒産している中小企業もあります

「採用の問題を直視し、本気で取り組んでいる病院・クリニックだけが生き残れる時代」といっても過言ではありません。

皆さんの事業が継続できなくなるということは、従業員はもちろんですが、これまで医療サービスを受けてきた地域住民にも多大な影響を及ぼします。

職員が定着するようになり、欠員補充に追われる状況が改善できれば、病院・クリニックは間違いなく変わります。

職員は「辞めた人の仕事の穴埋め」から解放され、本来やるべき業務に集中できるようになります。業務の質も上がるでしょう。

採用にかかっていた費用も削減でき、経営にも余裕がでます。

スタッフの待遇向上や研修にもお金を使えるようになるでしょう。

発行日 2022年4月11日 初版

その結果、スタッフがより定着し、患者満足度もアップしていきます。

それに伴い、病院・クリニックの人気も上がっていくでしょう。

将来に向かって労働人口の減少は間違いない事実です。

だからこそ、早く行動した病院・クリニックが良い人材を確保できます。

ここまでお読みいただいて本当にありがとうございました。

せっかくご縁があって本書を読んでいただいたからこそ、皆様が、一步踏み出され「人材が定着する素晴らしい病院・クリニック」を作りあげてくれることを、心より祈念しております。

もし、何か「採用や定着」でお困りのことがございましたら、お問い合わせください。

採用定着士・社会保険労務士 荒井紀洋

著者略歴

荒井 紀洋 (あらい のりひろ)

1972年生、新潟県魚沼市

日本大学商学部経営学科卒業

採用定着士、社会保険労務士

経営心理士、医療労務コンサルタント



私は、会社・組織にとって経営の4要素である「人・モノ・カネ・情報」のなかで一番大事なものは何かと聞かれたなら、迷わず「人」と答えます。

なぜなら、他の3要素は通常持っていることは、プラス（資産）になりますが、人だけは時にマイナスに働くことがあります。

そして、人は最も価値に換算することが難しいです。

と同時に、人を変えることができれば、短期間に大きな業績向上をもたらし、方向を間違えれば、倒産の危機に陥るような事例を見てきました。

難しさの中に楽しさがあるのが、人に関わる仕事と考えていて「人が良くなることが組織が良くなること」それに関わる人とその家族に多くの笑顔を作ることが自分の生涯かける仕事と考えております。

荒井社会保険労務士事務所のご紹介

業務概要

- ・人事コンサルティング
- ・採用コンサルティング
- ・理事長・院長サポート
- ・労務コンサルティング
- ・ICT ツール導入支援
- ・仕組み経営コーチ

従業員定着支援、従業員教育、人事制度、人事評価制度など、医療機関に特化して事業展開しております。

社会保険労務士はたくさんおりますが、元事務局長が医療に特化してサービス提供は、全国で唯一です（2022年4月 弊所調べ）

新潟県魚沼市十日町 304 番地 1

<https://araisr.com>

e-mail : office@araisr.com

Chatwork ID : [1bmh0ei13uxcu](#)

LINE WORKS : [arai.theageofthemoon@works-71675](https://line.me/tv/arai.theageofthemoon@works-71675)



「定着人材採用マニュアル」 価格 1,650 円（本体 1,500 円）税 10%