

オンライン採用
フルサポートパッケージ⑦

オンライン面接で
人材を魅了付ける

5 つの秘訣

→ ご相談はこちらから ←

オンライン採用 フルサポートパッケージについて

オンライン採用フルサポートパッケージを提供する株式会社ジェイックでは、中堅中小企業を対象に、採用支援・社員研修のサービスを提供しています。

[ジェイックのサービス一覧はコチラ](#)

オンライン採用フルサポートパッケージは、これからオンラインでの採用活動に取り組まれる企業、オンライン採用の質を向上させたい企業を対象に、押さえておくべき9個のテーマをレポート形式で、完全無料で提供します。

【オンライン採用 フルサポートパッケージ 一覧】

追加でダウンロードしたいタイトルをクリックしてください

[①オンライン採用に必要なデジタル機器リスト](#)

[②web面接のトラブルを激減できる事前案内とトラブルシューティングのポイント](#)

[③オンライン採用で面接官を魅力的に見せる5つのコツ](#)

[④オンライン面接の印象が良い会社／悪い会社 違いが生まれる原因は？](#)

[⑤オンライン面接の進め方マニュアル](#)

[⑥オンライン採用での見極め 5つのポイント](#)

[⑦オンライン採用で人材を魅了付けする5つの秘訣](#)

[⑧オンライン会社紹介 7つのコツ](#)

[⑨オンライン会社紹介 Sample & テンプレート](#)

【人材の魅了付け】

採用において人材を魅了付けするポイントは、
大別すると…

- ・ 定量（条件）…事業内容、職種、仕事内容、待遇
 - ・ 定性（共感）…事業への想い、仕事のやりがい、雰囲気、人柄
- の2つです。

オンライン採用では、対面と同じ感覚で行っていると、
後者の「定性（共感）」面での魅了付けが難しくなります。

従って、これまで「定性（共感）」要素で魅了付けしていた会社は、
5つのポイントを意識して、意図的に取り組むことをおすすめします。

- A.会話のキャッチボール
- B.熱意や感情は1.5倍
- C.画面共有の活用
- D.バーチャルオフィスツアーや社員面談
- E.細かな接点づくり

【A.会社のキャッチボール】

当たり前に聞こえると思いますが、魅了付けするうえで大切なポイントが会話のキャッチボールです。面接では、“場の重心”が面接官側に偏っています。その結果、微妙なタイムラグのあるWeb面接では「会話のキャッチボール」をいつも以上に意識しないと、面接官が一方的に喋る/質問する状況が生まれがちです。

お互いの会話をテンポよく行うことで、応募者は「自分のことを良く分かってくれた」と感じます。応募者が「聞きたいことや話したいことを十分伝えられた」と感じてもらえるように、話を振ることが必要です。

とはいえ、完全な一問一答ですと、“尋問”になってしまいます。相手の話を拾いつつ、Webのタイムラグを踏まえて、話を繋いでいきましょう。

面接官のリアクションやジェスチャーも大事です。オンラインツールは、「発言している人の音声を優先する」ため、言葉での相槌が難しいです（面接官の相槌が音声認識されると、応募者の音声が遮られてしまう）。頷き、表情、身を乗り出す等で、反応や感情を伝えましょう。相手からの見え方を意識して、“ちゃんと聞いている”ことを、ジェスチャーや表情で示すことで、応募者にとって心地よい面接体験となります。

【B.熱意や感情は1.5倍】

オンラインでは細かい表情が分からないため、普段反応が薄い人は、自分は真剣に聞いているつもりでも、相手から、“無表情”、“聞いているかいないか分からない”、“淡々と事務的な対応”に見えがちです。

リアクションの重要性は前のブロックでお伝えした通りですが、こちらから伝えるときも、対面以上に熱意やテンションが必要です。

オンライン面接で、熱意や感情（事業の想い、仕事のやりがい、社風、相手へのポジティブフィードバックなど）を伝える時には、いつもの1.5倍のテンション、ジェスチャーで話す必要があります。『これはオーバーかな？』と思うぐらいの勢いで

- ・ 話のテンポ
- ・ 声の抑揚
- ・ 声に込める熱量や感情

を意識してみてください。



【C.画面共有の活用】

オンラインだからこそできる共感形成は「画面共有」機能の活用です。

とくに、

- ・仕事の想い
- ・顧客との関係性
- ・仕事のやりがい
- ・社内や社員の雰囲気
- ・キャリアステップ

などを伝えるうえでは、画面共有機能を使って、写真やテキストを活用して、声で補足すると、相手がイメージしやすくなります。

見えそうな写真やメールを、フォルダにストックしておいたり、SNSや採用HPを画面共有することが有効です。

写真等は作り込み過ぎるよりも、“リアル感”を伝える素材を選ぶことがオススメです。



【D.バーチャルオフィスツアー/社員面談】

先ほどの画面共有と目的は重複しますが、社内見学をオンラインで実施したり、既存社員と話してもらったりすることも効果的です。

オフィスツアーと言っても、カメラを起動させたパソコンを持って、オフィス内を歩いたり、いる社員に少し喋ってもらうだけです。

それだけでも「どんな人がどんな環境で働いているか」が伝わると、ここで働こうと決める後押しになります。

なお、面接官も社員も在宅勤務という場合には、オフィスツアーは難しいかもしれませんが、現場の社員に短時間面談してもらうことは、場所の制約や移動がない分、対面よりもやりやすいでしょう。

社員も含めた“職場”との接点、“働くイメージ”作りを意識的に実施してことが大切です。



【E.細かな接点づくり】

オンライン採用ではコミュニケーションをサクッとしやすいですので、接触頻度を重ねて、理解を深めてもらうことも大事です。

（サイアンスの単純接触効果で、好感度があがることも期待できます）

例えば、前述した社員面談も、対面で行うとなると、『わざわざ来てもらうし…』と1時間ぐらいの目安で実施することが多いでしょう。しかし、オンラインであれば、社員も応募者も移動時間がない分、気軽に実施できます。例えば、15分～20分ぐらいの社員面談を、複数回実施しても、お互いにあまり大きな負担にはなりません。

新卒採用であれば、選考プロセスにいる人を対象に、

「●月●日のこの時間で、社員のAさん、Bさん、Cさんと喋れます。

自由にアクセスしてください」といった形の座談会も出来るでしょう。場合によって“zoom飲み会”的な形で、懇親会を実施することも有効です。

「オンライン×リアルタイム双方向」だけでなく、LINE等のツールを使って、“かしこまらない”接触頻度を数多く作ることが、好印象を強めます。

