学生目線 採用導線 課題診断 診断結果サンプル

匿名モデル：地域密着型建設会社 A 社

学生初見レビューをもとに、採用導線のすれ違いを可視化し、改善文案と次の実装提案まで整理したサンプルです。

診断の前提

本診断では、企業から提供された求人票・採用ページ・ナビサイト・会社見学案内などを、実際に学生が初見で確認します。学生がどこで興味を持ち、どこで不安を感じ、どこで次の行動を止めそうになるのかを記録し、その反応を Re-birth が採用課題として翻訳します。

学生の声で企業を評価するのではなく、企業の魅力が学生に届くまでの道筋を整えるための診断です。

診断概要

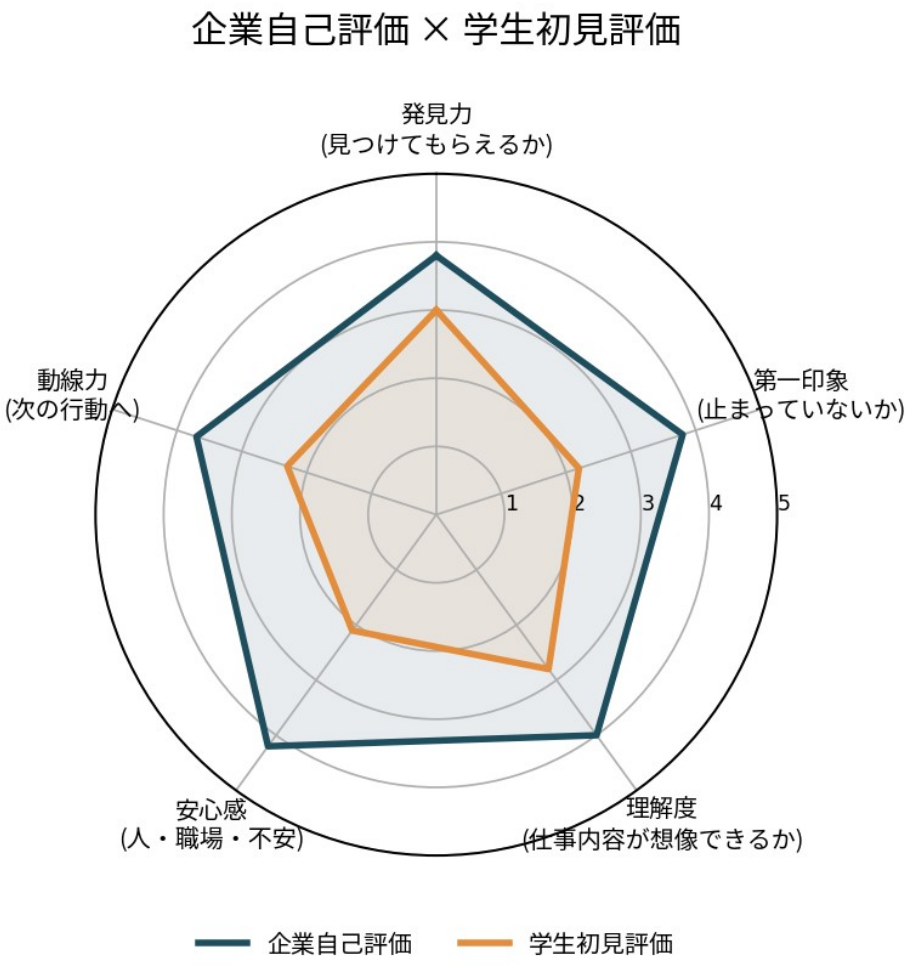
項目	内容
確認資料	求人票／ナビサイト掲載ページ／採用ページ／会社見学案内／SNS／検索結果
学生レビュー	大学生 5 名によるスマホ初見確認
比較対象	同地域・同職種の匿名比較対象 1 社
報告会	60〜90 分想定
成果物	診断レポート、チャート、翻訳シート、改善文案、次の実装提案

総合所見

A 社は、地域に根ざした仕事であること、事業の安定性、社会インフラに関わる意味は一定程度伝わっています。一方で、学生が初見で見た場合、「人の顔」「未経験からの育ち方」「見学だけでも行ける安心感」が不足しており、応募前に静かに立ち止まる可能性があります。

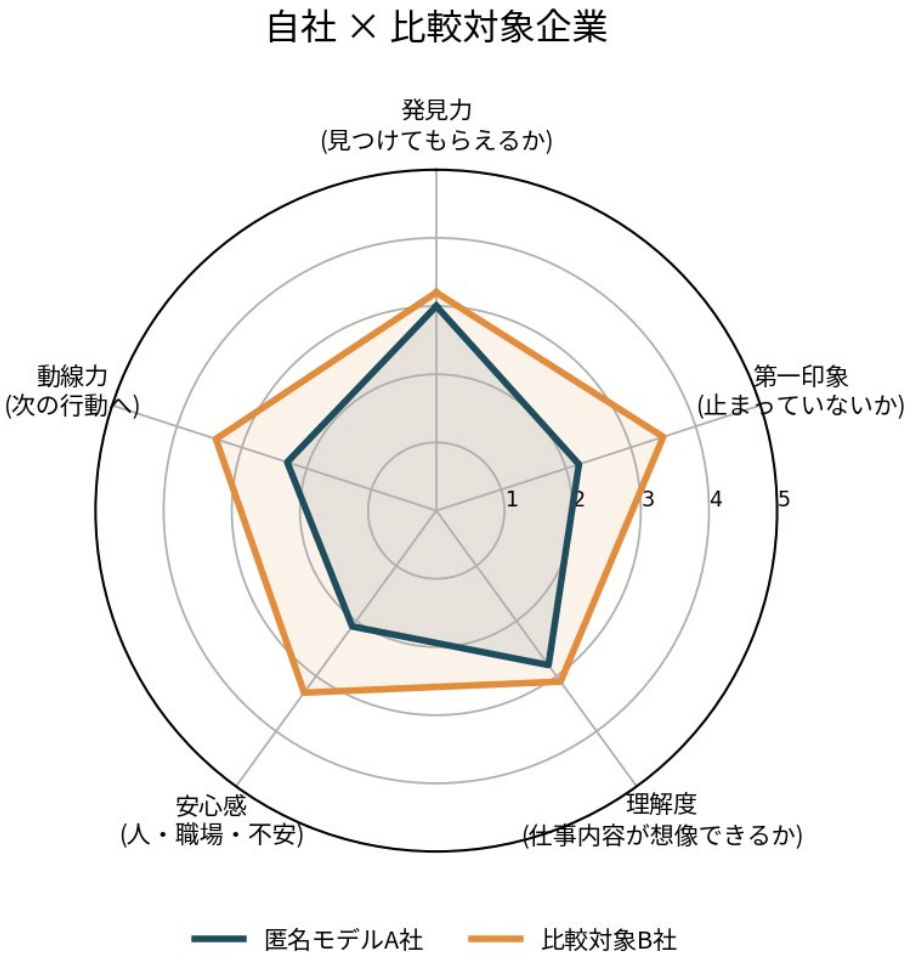
特に、企業側が強みとして考えている「人の良さ」「面倒見の良さ」が、オンライン上の採用情報では十分に届いていません。ここに企業自己評価と学生初見評価のすれ違いが見られます。

企業自己評価 × 学生初見評価



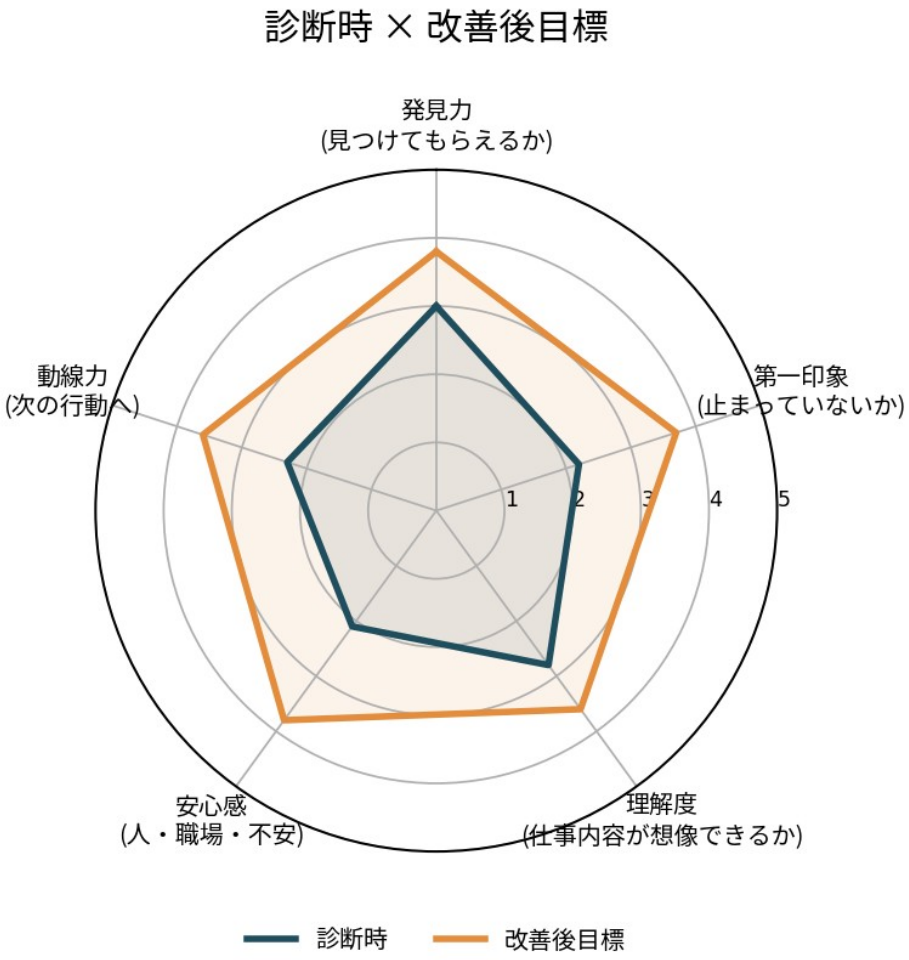
軸	企業自己評価	学生初見評価	差分の読み解き
発見力	3.8	3.0	最低限見つかるが、一覧上の差別化が弱い。
第一印象	3.8	2.2	堅実さは伝わるが、学生が読み進める理由が弱い。
理解度	4.0	2.8	仕事内容は書かれているが、自分ごと化しにくい。
安心感	4.2	2.1	社内では人の良さが強みだが、資料上では伝わりにくい。
動線力	3.7	2.3	見学・応募への心理的ハードルが残る。

自社 × 比較対象企業



比較対象企業は、仕事内容の詳細さでは大きな差はないものの、若手社員の写真、見学案内、入社後の流れが整理されており、学生にとって「少し見に行ってみよう」と思いやすい状態でした。A 社は仕事の意味は伝わる一方で、第一印象と安心感で差が出ています。

診断時 × 改善後目標



改善後の目標は、情報量を増やすことではなく、学生の不安が生まれる場所に必要な情報を置くことです。特に、見学案内・若手社員の一日・未経験から育つ流れを整えることで、安心感と動線力の改善が見込まれます。

学生初見レビュー

項目	学生コメント
第一印象	「ちゃんとしてそう。でも、少し堅くて、自分が働くイメージまでは湧きにくい。」
興味を持った点	「地域の暮らしや道路に関わる仕事なのは、思ったより身近で面白い。」
止まった点	「仕事内容はあるけど、1年目の人が何をするのか知りたい。」
不安になった点	「現場の仕事は怖そう。どんな先輩がいるのか見たい。」
もっと知りたいこと	「見学に行ったら誰と話せるのか、何を見られるのか。」
次の行動	「応募前に見学だけ行けるなら、ハードルは下がる。」

学生の声の翻訳シート

学生の反応	背景にある不安・違和感	採用情報で補うべきこと
「堅そう」	会社の信頼感はあるが、人の温度が見えない	若手社員の写真、短いコメント、日常風景を追加する
「自分にできるかわからない」	未経験から育つ流れが見えない	入社後3ヶ月・1年目・3年目のステップを示す
「現場が怖そう」	安全面・先輩の関わり・チームの雰囲気が見えない	安全教育、先輩同行、現場の一日を見せる
「見学に行っていいかわからない」	応募前の接点として見学が弱い	応募前見学OK、服装自由、所要時間、見学内容を明記する

オンライン採用導線マップ

順番	接点	学生の反応	主な離脱リスク
1	ナビサイト一覧	会社名と業種はわかるが、特徴は埋もれる	第一印象で他社に流れる
2	求人票	条件は確認できるが、働く姿は想像しづらい	仕事内容が自分ごとにならない
3	採用ページ	会社概要は伝わるが、人の顔が少ない	安心感が生まれにくい
4	SNS・検索	情報が分散し、採用ページとの接続が弱い	雰囲気確認後の行動が止まる
5	会社見学案内	見学の内容が具体的に見えにくい	申し込み前に迷う

媒体別詳細診断

媒体	評価	良い点	改善ポイント
求人票	△	業務内容と条件は整理されている	学生が想像できる一日の流れ、1年目の役割を追加する
ナビサイト	△	入口として機能している	一覧で見た時に会社の違いが伝わる見出しにする
採用ページ	△	会社の安定性は伝わる	若手社員・先輩・職場の空気を見せる
見学案内	△	会社と接点を持つ入口はある	応募前でも行ける安心感、内容、服装、所要時間を明記する
SNS・検索	△	雰囲気を伝える可能性がある	採用ページ・見学案内へのリンクを整える

主な離脱ポイント

優先度	離脱ポイント	起きていること	改善方向性
高	人が見えない	企業側の「人が良い」がオンライン上では届いていない	若手社員の一日・先輩の声・写真を追加
高	見学のハードルが残る	応募前に行っていいか迷う	見学だけ OK、服装自由、所要時間を明記
中	仕事内容が自分ごとにならない	業務説明が企業側の言葉に寄っている	1 年目の仕事、1 日の流れに置き換える
中	媒体がつながっていない	ナビ・採用ページ・SNS・見学案内の導線が弱い	リンクと CTA を整理する

改善優先順位

時期	項目	内容
すぐ	見学案内の追記	応募前見学 OK、服装自由、話を聞くだけでも可、所要時間を明記
1 ヶ月以内	若手社員の見える化	社員写真、短いコメント、一日の流れを追加
1 ヶ月以内	求人票の再整理	仕事内容を「1 年目がすること」に置き換える
3 ヶ月以内	採用ページ改修	採用メッセージの軸に沿って構成を再設計

改善文案サンプル

求人票見出し案

地域の暮らしを支える現場で、先輩と一緒に「できること」を少しずつ増やしていく仕事です。

会社見学案内文案

応募前でも、会社見学だけの参加ができます。服装は自由です。現場の雰囲気、若手社員の一日、入社後の育ち方について、実際に働く人と話しながら知ることができます。まずは「話を聞くだけ」でも大丈夫です。

Q&A 案

学生の不安	追加する Q&A
未経験でも大丈夫か	入社後はどのように仕事を覚えていきますか？
現場が怖そう	現場ではどんな人と一緒に働きますか？
見学に行っていいか	応募前でも会社見学に参加できますか？
働く一日がわからない	若手社員の一日はどのような流れですか？

採用メッセージの軸

「地域の仕事を、先輩と一緒に少しずつ自分の仕事にしていく。」
この軸を、求人票・採用ページ・見学案内・SNS で一貫して伝えることで、未経験の学生が安心して次の一歩に進みやすくなります。

次の実装提案

区分	内容	提案
自社ですぐ改善できること	見学案内の追記、Q&A 追加、リンク整理	採用担当者側で即日〜1 週間以内に対応可能
Re-birth と一緒に整えること	採用メッセージ設計、学生レビュー追加、見学会設計	次回打合せで実装範囲を決定
別途制作・伴走が必要なこと	採用ページ改修、SNS 動画、会社案内、インターン設計	年間伴走または個別制作として提案

報告会で確認したいこと

- 企業自己評価と学生初見評価の差分を、経営層・採用担当者と共有する。
- 学生の声を「批判」ではなく「改善できる課題」として受け止める。
- すぐ直すこと、Re-birth と整えること、別途制作することを切り分ける。
- 次の採用期までにどこまで整えるかを決める。

本診断は、診断して終わりではなく、採用導線を整えるための出発点です。学生が立ち止まる場所を見える化し、企業の魅力が届く道筋を一緒に整えていきます。