

求人サイト・マッチングプラットフォーム集客

～虎の巻～

• SEO対策	3
内部対策	4
外部対策	6
• 求人記事の効果的な書き方	7
• 応募単価の相場	8
• Googleしごと検索対策	9
• スタンバイ対策	10
• Indeed対策	11
• 求人BOX対策	12
• 利用したいツール	13
• 求職者集客の施策 広告出稿	15
追客方法	18
SNS	19
アフィリエイト	20
• サイトのKPIとして何を設定するか	21
• その他の施策	22
• より詳しく知りたい方は	23

プラットフォームの集客で欠かせないのがSEO

施策を挙げていくとキリがないのですがその中で必須レベルのものを挙げさせていただきます

内部要因

- ・ HTMLの構成
- ・ ソースコードをきれいに書く
など

サイトそのものに直接関係

外部要因

- ・ 被リンク数
- ・ ページランキング
など

サイトに対する外部からの評価



SEO対策はどちらの要因が欠けても、成果を上げることはできません

**内部要因と外部要因、両面について同時に取り組むことで
成果を上げやすくなる**のです

内部SEO対策は過去より多岐に渡り、様々な書物が出ております

今回この虎の巻では、ここ2,3年で特に重要度が高くなったことを紹介していきます

ドメインパワー

最近のSEOの傾向としてドメインパワーが非常に重要になっています

新規で求人サイトのドメインを取得するのではなく、既存ドメインの配下にサイトを作ることをおすすめしています

※セルバのパッケージでは制作会社の変更やサーバー変更の場合でも、ドメインを引き継ぐことが可能です。その為、安心してリニューアルを行なって頂けます

構造化

構造化することによってGoogleがデータの内容を把握しやすくなります

また検索時にデータが強調された状態で表示されます

検索上位の為に、クリック率向上の為に構造化は行ってください

求人データの構造化

構造化マークアップを行うことでGoogleしごと検索にも表示されます

【補足】構造化マークアップとは？

簡単に説明すると、Googleのクローラーにテキスト情報やコンテンツ内容を理解しやすくさせる方法のことを意味しています。構造化マークアップを取り入れると通常のHTMLとは異なった記述方法となります。

通常のHTML	構造化マークアップ
<code><div>〇〇〇〇</div></code>	<code><div itemscope itemtype="http://〇〇.link/"> 〇〇〇〇</div></code>

パンくず

検索結果に表示、そのページのカテゴリをGoogleが認識する上で重要です。

ユーザーは、Webサイトを訪れた際、今どこにいるかを視覚的にわかりやすくなります。

〇〇> △△△> ◇◇◇◇

雇用主の総合評価

口コミを集めているサイトであれば、評価を載せることによって、検索、Googleしごと検索で評価されやすくなります。



ページタイトル

SEOにおいて、タイトルはとても重要な役割があります。

PC検索

30~35文字以内

スマホ検索

36~41文字以内

検索させたいメインキーワードは先頭に持ってくる！

サイトマップを作成する

XMLサイトマップを作成し、ウェブマスターツールに登録することで、インデックスされるのが早くなります。

ページの表示速度

Google PageSpeed Insights（ページスピードインサイト）は、ウェブページの読み込み速度をスコア測定（0～100）してくれる無料ツールです。

表示されるまでに
3秒以上かかる



53%のユーザー
閲覧やめてサイト離れる

理想は**2秒以内**

ディスクリプション

検索表示順位を決めるアルゴリズムには入っていないので重要視されていませんが、表示された時のクリック率が変わります。

稀に適切に設定されている質の高い説明は、Google の検索結果に表示されることがあり、SEO評価向上に間接的に貢献する場合があります。



オウンドメディアの作成

事業会社が社内で「運営・発信・プロモーション」が行えるのが、オウンドメディアの強みです。自社の言葉で正確な発信をするので信頼があり、サイトのPV数は向上します。求人応募に直結するような記事の内容、また求人応募ページに遷移させる導線作りが大切です。

社内で持ち回り業務のような感覚で執筆をしてしまうと中身の薄いブログ記事になってしまうので、記事構成までクラウドワークス、ランサーズなどでライター（構成経験者）に任せるのがいいでしょう。



記事構成



執筆（ライター）



記事チェック

メディア対策

ニュース性の高い記事は「NewsPicks」、「SmartNews」、「Gunosy」などに掲載され、メディア露出をはかることが可能です。SmartNewsの場合に掲載される方法は以下になります。

SmartNewsが「クローラー」というプログラムを使ってインターネット上を回遊し情報を集めます。



独自のアルゴリズムにてスコア計算・採点し、1日約1,000記事を選択・SmartNews内に掲載。

選ばれるためには、話題になっている内容の良質な記事を執筆することが必要になります。

被リンク対策

プレスリリース

調査内容・結果やニュースになりそうな内容はプレスリリースを打つことを忘れずに行いましょう。利用企業数が5万社以上のPRTIMESがおすすめです。

プレスリリースを打つと多くのWEBメディアに掲載され、そこからのリンクが被リンクに繋がります。

インタビュー記事

インタビュー記事は、普通の読み物として見せることができ、インタビューされた人も魅力的に見せることが可能です。

さらに、記事にリンクを貼ってもらい、被リンクの獲得に繋げるいい手段になります。

求人数

求人数が多い程「しごと検索、スタンバイ、Indeed、求人BOX」への**露出率**に直接関わってきます。



更新日時

Indeed、スタンバイ、求人BOXなどのアグリゲートサイトで表示ロジックとして**更新日時が新しい方が上位表示されやすい**傾向があります。

また更新日が新しい方が**ユーザーのクリック率も高い**です。求人内容を変更したら更新日時を必ず変更しましょう。



求人原稿

職種にもよりますが、最近の応募者の傾向として、**福利厚生が重視**されます。以下をしっかりと記載しましょう。

「給与」「残業の有無」「年間休日数」「産休・育休」「**福利厚生**」の項目はユーザーがすぐ目のつく位置に持ってきてください。

さらに、求職者が真っ先に目にする項目なので「タイトル」が端的であるか？そのあたりも意識しましょう。

※サイトのレギュレーションにも拠りますが、タイトルの文字数は30-40文字前後が適切とされています。



大手人材会社は各職種の応募者を以下の単価を目安に集めています
この単価で集まっていればひとまず優秀です

職種		有効な1応募当たり
	薬剤師	35,000～50,000円
	看護師	15,000～25,000円
	保育士	10,000～20,000円
	介護士	10,000～20,000円
	エンジニア	20,000～30,000円



SEO対策

求人情報のSEO対策として、無料で掲載できる「Googleしごとと検索」は欠かせません。

[（参考：Googleしごとと検索向け構造化データの書き方）](#)



The screenshot shows the Stantby website with a red and orange header. The main heading is "仕事が見つかった♪" (Job found!). Below it is a search bar with the text "勤務地、キーワード、職種で仕事を検索" (Search for jobs by location, keyword, or job type). The search bar has two input fields: "都道府県、市区町村" (Prefecture, city/town/village) and "キーワード、職種" (Keyword, job type), and a red "検索" (Search) button. Below the search bar, there are two sections: "勤務地から探す" (Search by location) and "雇用形態・こだわりから選ぶ" (Choose by employment type/requirements). The "勤務地から探す" section lists regions: 北海道・東北 (Hokkaido-Tohoku), 北海道 青森 岩手 秋田 宮城 山形 福島 (Hokkaido Aomori Iwate Akita Miyagi Yamagata Fukushima), and 関東 (Kanto), with specific prefectures listed below each. The "雇用形態・こだわりから選ぶ" section has buttons for: 正社員 転職 (Regular employee, Career change), アルバイト・パート (Part-time/Part), 派遣社員 (Dispatch employee), 短期バイト (Short-term part-time), 単発バイト (One-off part-time), 日払いバイト (Daily pay part-time), リゾートバイト (Resort part-time), 在宅ワーク求人 (Remote work job), シニア向け求人 (Senior-oriented job), 内職求人 (Homework job), and 住み込み求人 (Live-in job).

SEO対策

求人情報を無料で掲載できる「スタンバイ」はYahoo!検索で上位表示されやすくなります。さらに、有料掲載を行えば「Yahoo!しごと検索」との連動も可能です。

有料広告

「スタンバイ」の有料掲載を利用すれば「Yahoo!しごと検索」の有料枠にも同時掲載が可能なため、求職者への効果的なアピールが期待できます。



SEO対策

すぐに使える対策3選

ユーザーが検索しそうなキーワードを本文内に盛り込むと、上位表示されやすい

フィード読み込みの場合は、更新日時が新しい方が上がりやすい

勤務地・給与・条件が違う求人を複数掲載する場合は、別原稿で求人を作る

これだけは、やってはいけない

- ・ 同じ求人をコピーして登録する行為→スパムと見なされる
- ・ 勤務先、勤務地が曖昧になっている

※無駄なクリックが発生し、コストが上がる

※同じ求人にしてしまうと検索されにくくなる

有料広告

有料広告の課金方法は「クリック課金型」となっています。つまり、ユーザーが求人情報をクリックすると料金が発生します。

求人情報の左下に「スポンサー」と表示されますが、求職者の目に留まりやすい位置に表示されます。



SEO対策

掲載されている求人情報にユーザーのニーズを満たす検索キーワードの設定がされているか

求人掲載における重要度の高い情報が記載されているか
(雇用形態、給与、勤務地など)

求人情報をこまめに更新する
※更新日の新着順で評価を受ける

求人情報がクリックされているか
クリック率＝魅力的な求人の指標となる

Googleアナリティクス

Googleアナリティクスとは、Googleが提供するアクセス解析ツールのことです。基本的に無料で様々な機能を使うことができます、

サイト運営に必要なデータを知ることができます。
簡単にどんなことができるのか見ていきましょう。

- どのようなユーザーが多いのか
(性別、年齢、興味関心、地域など)
- どこからサイトを訪れてきているか
(自然検索、広告、外部リンクなど)
- サイトを訪れた際に一番最初に見たページはどこか
- よく閲覧されているページはどこか
- 離脱したページはどこか

さらに、これらのデータを掛け合わせて分析することもできます。

Googleサーチコンソール

Googleサーチコンソールとは、Google検索でのサイトパフォーマンスが分析できるツールのことです。

うまく活用できれば、SEO対策にも活かすことが可能です。

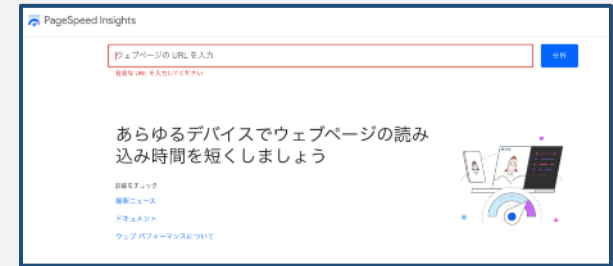
- 「掲載順位」や「URLの表示回数」「クリック数」「CTR」「検索クエリ」といった表示状況の確認ができます。
- サイトの問題点についても把握できます。拡張メニューの「ウェブに関する主な指標」から表示速度の遅いURLが把握できます。
- パンくずリストの構造化データの実装エラーや、モバイルフレンドリー対応エラーがわかります。

このようにサイトの問題点を把握しながら、検索パフォーマンスを向上させましょう。



PageSpeed Insights

ウェブページの読み込み速度をスコア測定（0～100）してくれるツールです。
調べたいサイトのURLを入力するだけでウェブサイトのページ読み込み速度や改善ポイントを分析してくれます。
もちろん、モバイル、パソコンに対応しております。



Arefs(エイチレフス)

Ahrefsは全世界の60万人が導入しているSEO分析ツールです。

- ①競合サイトの上位コンテンツの分析調査
- ②対策サイトの順位変動チェック
- ③被リンクの動向確認
- ④想定流入キーワードの把握
- ⑤ソーシャルメディアの話題調査



ラッコキーワード

気になる検索キーワードを入力すると、自動的に検索候補（サジェストキーワード）を予測・取得してくれるツールです。
ブログやサイトで集客したい際に、とても便利なツールです。





広告出稿にはいくつかの方法（種類・場所）が存在します。
今回は、求職者の集客を行うと過程して解説させていただきます。

代表的な方法としては、

「Google広告」「Facebook広告」「Yahoo!広告」「SNS広告」「Criteo広告」「メルマガ広告」
など、6種類それぞれに異なる特徴があります。これらの広告について、ご紹介いたします。

Google広告（旧Googleアドワーズ）



リスティング広告

リスティング広告は、ユーザーが検索したキーワードを元に、検索結果画面に掲載される「広告」という表示が左上についた、テキスト形式のことです。

ユーザーには「広告」と認識されているため、自然検索結果に比べてクリックされにくい傾向はありますが、即効性を求めるならリスティング広告を出すことをおすすめします。

コツは、検索ページに遷移させるのではなく、LPを作ってそこで直接応募してもらった方が効率が良いでしょう。



ディスプレイ広告

ディスプレイ広告は、Googleの提携サイトやYouTube、アプリ上の広告枠に表示される広告のことです。

ディスプレイ広告には、ユーザーのWeb上の行動を機械学習して、関連性が高いと思われる動画・画像を組み合わせで表示してくれます。

求職者に有効なクリエイティブを表示させ、LPから直接応募してもらえるようにするのも一つの手ではないでしょうか。





Facebook広告



基本的なプロフィール情報の正確性はもちろん、勤務先や趣味まで登録することができ、個人情報が他の SNS よりも充実しており、的確なターゲティングが可能。

希望するターゲットに配信し、それに適したLPをリンク先とした方が効率が良いでしょう。

Twitter広告



Twitterのタイムライン内や検索結果時に広告を出すことができます。エンジニア、美容系の採用にはとても有効です。

ここでも、LPを作ってそこで応募してもらえるようにリンク先を設定しましょう。

Instagram広告



インスタのアクティブアカウントは男性より女性が15%程高く、ビジュアルを中心として情報検索が行われています。

Facebookと紐付いているため、Facebook広告と同様に精度の高いターゲティングが実施できることが特徴です。美容系の求人にはとても有効で、検索ページに遷移させるのではなく、LPを作って直接応募してもらうようにしましょう。

Yahoo!広告



広告の種類・仕組み同様、Google広告（旧Googleアドワーズ）と同じものになります。

いわゆる、アドワーズ広告の第二優先候補といった位置づけではないでしょうか。

Tiktok広告



TikTokの利用者層は13歳～24歳が全体の「69%」を占めています。

ターゲットが若年層ということもあり、広告という観点ではまだまだ効果はうすいのではないのでしょうか。

LINE広告



月間利用者数9,200万人（2022年3月末時点）と日本最大級のユーザー数を誇るコミュニケーションアプリに広告を配信することができます。

利用者数は圧倒的ですが、Facebook広告のように細かいターゲティングはできず、性別や年齢、地域、使用しているOS、詳細ターゲティングといった程度です。

さらに、有効な配信場所が「トークリスト」「LINE NEWS」と限られている為、求職者の集客という観点ではまだまだ効果はうすいのではないのでしょうか。



Criteo広告

Criteo広告は、ビッグデータによる独自のアルゴリズムでユーザーの行動を解析、一度サイトに訪れたユーザーに対して、関連するバナーを表示し再訪を促すリターゲティング広告です。

例えば、閲覧履歴のある商品や情報、関連した商品、レコメンド商品のバナーを自動で表示してくれます。

今月より、cookieの規制が開始されましたが、現在はGoogle広告と同じぐらい有効です。

求人数、商品数が多い作りの場合は利用をおすすめします。



メルマガ広告

既存の会員がいれば手段として非常に低コストで、顧客にダイレクトでアプローチ可能な効率の良い集客方法になります。もし今から会員を集めるとなると、メルマガ登録者の獲得は一朝一夕にはうまくいかないの、優先順位は低くなるのではないのでしょうか。



追客

「追客」とは、その漢字の意味の通りお客様を追う行為です。

例：お客様にLP内から問い合わせフォームを頂いたら、当日に連絡をしましょう。
初回の連絡が取れた後は、「急いでいるのか、時間が必要か」お客様を見極めます。

急いでいるお客様

毎日続けて連絡を取り、どんどん先に進めていきましょう。

時間が必要なお客様

制約を急ぐのではなく情報提供を通して深い関係値の構築を行なっていきましょう。



Twitter広告



Twitterでフォロワー数を増やすには、担当者の個人的な
呟きだけでは厳しいです。

ツイート内容や頻度、プロフィールの権威性など。もし
Twitterに力を掛けるのであれば、まずは広告出稿に力を
入れた方がよいでしょう。

Instagram広告



フォロワーが増えないと投稿自体見られないのが
Instagramです。

SNSの中で一番根気がいるのではないのでしょうか。もし
Instagramに力を掛けるのであれば、まずは広告出稿に
力を入れた方がよいでしょう。

Facebook広告



Facebookでフォロワー数を増やすには、担当者の個人的
なページが存在するだけでは厳しいです。

ビジネスページの最適化や投稿頻度、友人シェア、グ
ループ参加など。

フォロワーが増えない割に運用をしていく負担が大きい
と感じるでしょう。

もしFacebookに力を掛けるのであれば、まずは広告出稿
に力を入れた方がよいでしょう。



A8.net

A8.netは、サイトやブログ、SNSなどに広告を掲載することができる国内最大手のアフィリエイトサービスプロバイダー（ASP）です。

広告の表示やクリック毎に費用が発生する広告とは異なり、購入や申込みが発生した場合に成果に応じた費用を支払うので、

ある程度応募を取るのであれば、まずは第一優先で登録したほうがいいでしょう。

バリューコマース

バリューコマース アフィリエイトは、日本で最初にアフィリエイトをスタートさせました。

累計登録サイト数940,000サイト以上と多くの方にご利用いただいています。A8.netで伸び悩み時期が来た際の次の手として、

利用するといいでしょう。

無料アフィリエイト

初期費用・月額無料のアフィリエイトサービスは沢山ありますが、管理の手間がかかります。

その為、A8.netで最適化した状態から展開していくのがおすすめです。

例：もしもアフィリエイト、レントラックス、マネートラック、Link-Aなど



目標達成のために、必ずKPIという指標が存在するかと思います。

KPIとはKey Performance Indicator（重要業績評価指標）です。

KPIを設定することで、最終目標に到達するまでの進捗が明確になり、
達成状況をモニタリングし、把握・改善点の早期発見にもつながります。

求人サイトで設定することが多いKPI

※具体的に数値として計測可能なものに限る

サイト
アクセス数



問い合わせ数
サイト内ボタン押した数



問合せ率
 $\text{問合せ数} \div \text{アクセス数}$



登録数
求人ボタンを押して
登録した数



登録率
 $\text{登録数} \div \text{問合せ数}$



面談数
面談予約をとって
実際に面談した数



面談率
 $\text{面談数} \div \text{登録数}$



CPA
顧客獲得単価



案件継続率
継続月数



祝い金制度

「祝い金制度」を設けるサイトはその際に、体験談アンケートを取り、それを求人情報・サイトに掲載すると集客にとっても有効です。

例：ジョブメドレー



知りたい情報をマスクする

ユーザーがもっとも知りたい情報にマスクすることで、会員登録を促すことができる施策です。

例：転職会議



紹介金制度

登録してもらったユーザーに他のユーザーを紹介してもらう施策です。

例：ジョブメドレー



紹介金制度

就職・転職の際の体験談の掲載を行う。活動中のリアルな意見が見える化されているので、サイトとしてかなり信用できます。

例：みんなの転職「体験談」



セルバでは求人ポータルサイト制作・集客のノウハウを多くもっています。

ここでは書ききれなかった施策や数字もあります。

求人ポータルサイト制作・マッチングプラットフォーム制作をお考えの方はぜひお問い合わせください。



投稿者 中山 健

株式会社セルバ代表取締役。学生時代にアルバイトでWEB製作会社に入りプログラムを覚える。大学卒業後SIerにて金融システムの開発に携わった後、再びWEB業界へ。

WEB系のプログラム言語とサーバー構築、さらにはCOBOLも出来ます！
最近ではシステム開発だけでなく、SEOやマネタイズなどのグロースハックや企画を担当する事が多いです。