



know-how collection

女の転職type 転職イベント 採用成功ノウハウ集

イベントを成功に導く要素

次段階通過数

=

接点数

×

ターゲット率

×

応募意志率

イベントの成功を「次段階通過数を最大化させる」ことと考えた際に、上記3要素に分解して考えることができます。それぞれの項目を最大化することが、イベントでの採用成功への鍵となります。そのために必要なことを、下記5つのポイントに絞ってご説明いたします。

1、イベントを詳しく知る

- (1) 来場者の特性について
- (2) コンテンツについて ターゲット率
- (3) 会場内のコーナーについて 接点数 ターゲット率 応募意志率
- (4) 開催前～イベント当日～採用までの流れ
- (5) 事前に認知度を高めましょう 接点数 ターゲット率

2、ブースの構成を考える

- (1) ブースづくりのポイント 接点数
- (2) ブースの装飾について 接点数 ターゲット率
- (3) 企業に合わせたブース装飾例
- (4) ブース面談レイアウトについて 接点数

3、効果を上げるための事前準備

- (1) ターゲットの明確化 応募意志率
- (2) ブース集客のための役割分担 接点数 応募意志率

4、当日の運営

- (1) ブース集客について 接点数
- (2) 来場者の見極めと対応について ターゲット率 応募意志率
- (3) 特別面談ブースについて 応募意志率
- (4) 採用につながる面談ポイント 応募意志率
- (5) 持ち物チェックリスト

5、イベント終了後 応募意志率

6、採用に成功されている企業様の工夫ポイント

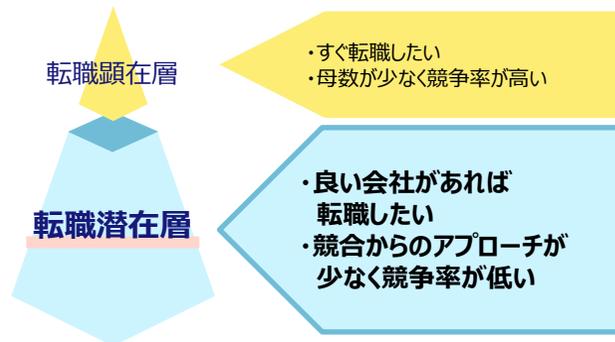
1、イベントを詳しく知る

(1) 来場者の特性について

転職イベントには、**Web媒体ではあまり出会えない【転職潜在層】**が一定数参加します。

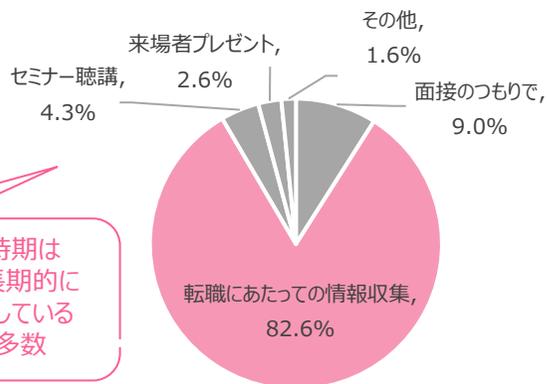
売り手市場が加速し、母数の少ない「転職顕在層」の採用難易度が上がる中、

潜在層への動機付けが採用成功の鍵となります！



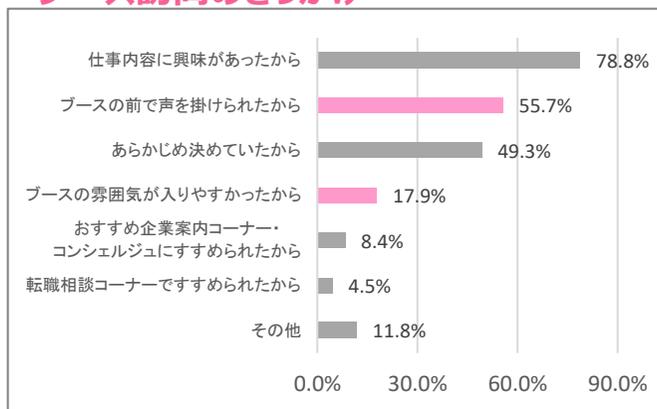
来場者DATA

来場目的



転職希望時期は様々で、中長期的に転職を検討している潜在層も多数

ブース訪問のきっかけ



「ブース前での声掛け」や「ブースの雰囲気」きっかけでの訪問も多数

※過去開催の来場者アンケートより抜粋



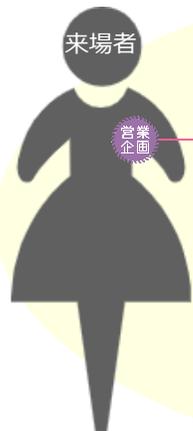
- Web応募と異なり、あくまで情報収集で来場している方もいる前提で戦略を立てる
- すぐにでも転職したい来場者には、スピード感のある対応と直接的な動機付けになる情報が求められる
- 情報収集段階の来場者には積極的な声掛け・入りやすいブースづくりで接触の機会をつくり、興味をもってもらう

1、イベントを詳しく知る

(2) コンテンツについて

ターゲット率UP

※コーナー出展企業様は対象外となる項目がございます。詳細は事務局または営業担当までお問合せください。



来場者シール／経験職種

経験職種を可視化します。



企業検索機能

- ・社名／業種／募集職種
- ・企業の特徴
- ・募集職種アイコン
- ・着席メリット
- 等の条件で企業の検索が可能

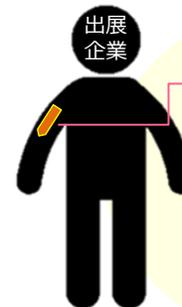
来場者と企業の特徴を可視化し、双方により必要な接点を持ちやすくしています

※各コンテンツの詳細は変更になる場合がございます



看板

- ・社名
 - ・着席メリットアイコン
 - ・業種(未経験歓迎マーク)
 - ・募集職種アイコン(未経験歓迎マーク)
 - ・募集職種名(雇用形態アイコン)
- ※デザインや掲出箇所は変更になる場合がございます



出展企業社員シール

- 現場社員**
現場の声や実際の働き方などを話せると◎
- 人事**
選考や労働条件・制度などを話せると◎

1、イベントを詳しく知る

(3) 会場内のコーナーについて

接点数UP

ターゲット率UP

応募意思率UP

企…出展企業様が関係するコンテンツ コ…コーナー出展企業様が関係するコンテンツ

特別面談ブース

企業ブースとは別スペースで個別面談ができる「特別面談ブース」をご用意しています。

「企業ブースエリア」と分けることで、よりスピーディーでより精度の高い選考が可能となります。ぜひ効果的にご活用ください！

※当日予約制かつ30分交代制となります。
※同時時間帯でご利用いただけるブース数は 1企業様1ブースまでとさせていただきます。



企業案内コンシェルジュ

「どのような企業に訪問したら良いかわからない」、「自分の経験を活かせる企業の見つけ方がわからない」など、来場者の経験や希望をもとに、専任のコンシェルジュが企業ブースをご案内します。



企業検索コーナー

自分に合った企業を様々な項目から検索することが出来るコーナーです。ブース選択の参考になるため、より対象を広げて情報登録フォームをご入力いただくと、検索にかかる可能性が高まります。



転職相談コーナー

プロのキャリアアドバイザーが、転職における情報収集の方法や職務経歴書の書き方など、転職のサポートをします。



企業資料コーナー

出展企業の資料をまとめてチェックしたり、弊社コンシェルジュに自分に合う企業を相談したり、パンフレットを読んだりできるコーナーです。

「スカウトエリア」お申込企業は、このエリアにて来場者と接点を持つことができます。



企業PRコーナー

自社を紹介できる掲示物です。他社と差別化できるので、来場者へ自社をアピールすることができるため任意ではございますが、ご提出いただくことをおすすめします。

※ご参加いただくには事前の入稿が必要です
※作成フォーマットおよび入稿方法につきましては、イベント事務局よりご案内をお送りします



セミナー会場

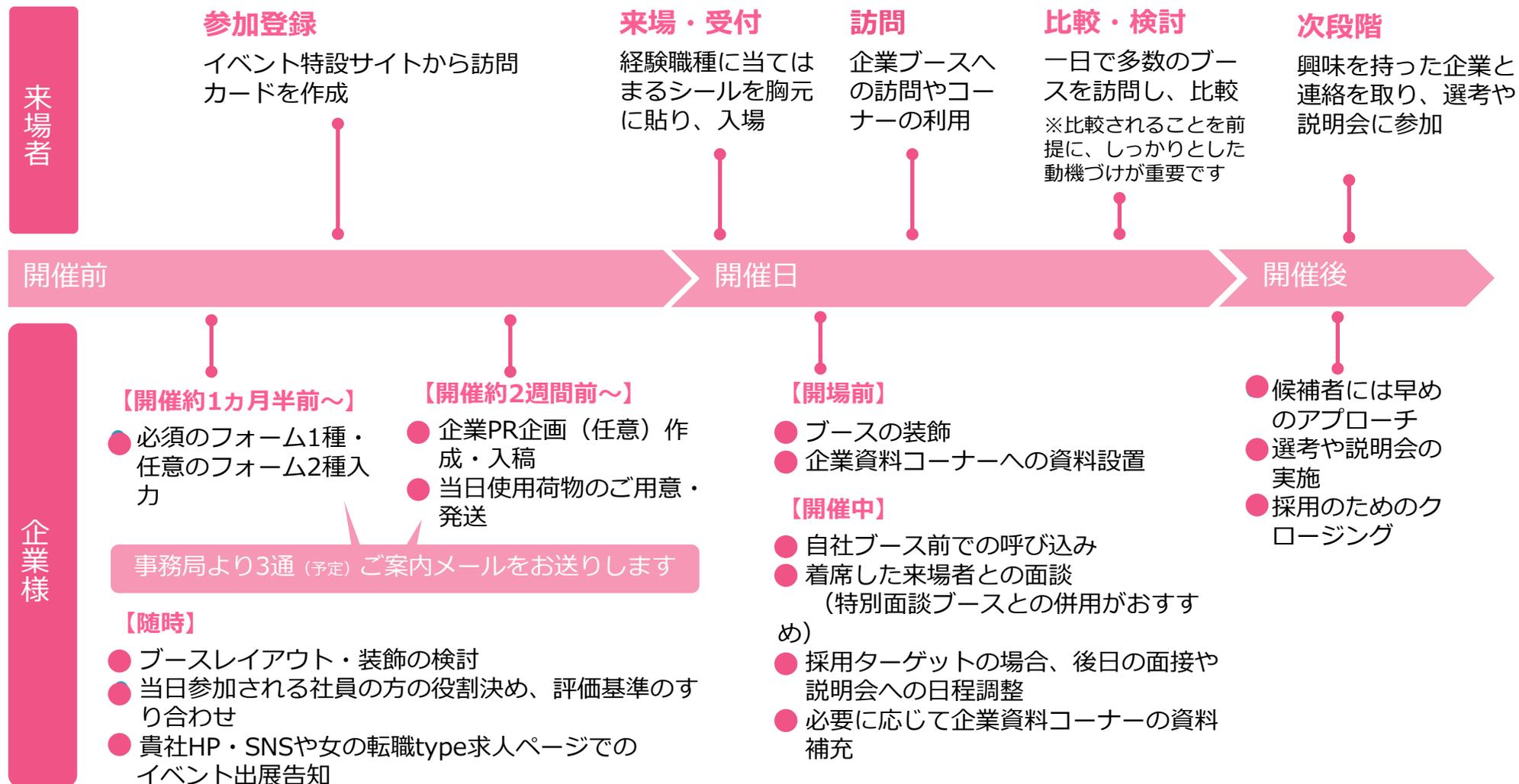
女性ならではの美容セミナーや転職ノウハウ、『長く働く』ヒントになるセミナーを実施しています。転職者の意欲を高めることで、企業ブースへの着席も促進します。



来場者の転職意欲向上・企業様とのマッチングのためのさまざまなコーナーをご用意しています

1、イベントを詳しく知る

(4) 開催前～イベント当日～採用までの流れ



1、イベントを詳しく知る

(5) 事前に認知度を高めましょう

接点数UP

ターゲット率UP

① 自社の採用ページやSNSで出展を告知する



もともと貴社への志望度が高い方や、興味はあっても応募をためらう方にイベントに来場いただき、ブースへ訪問いただくために有効です。早い段階から出展の告知をおすすめします。告知にご利用いただけるバナー(左記見本)を事務局がご用意しております。(出展企業様向け概要内にございます)

② 女の転職typeのスカウトメールを活用する

対象：「女の転職type」のスカウトメールをご利用いただいている企業様



イベント当日、貴社ブース着席へ誘導するためのスカウトメールの文面を事務局がご用意しております。(出展企業様向け概要内にございます) イベント開催前のスカウトメール文面に、ぜひご利用ください。

**広い範囲で認知度を上げながら、
ターゲットの訪問率をUPさせましょう！**

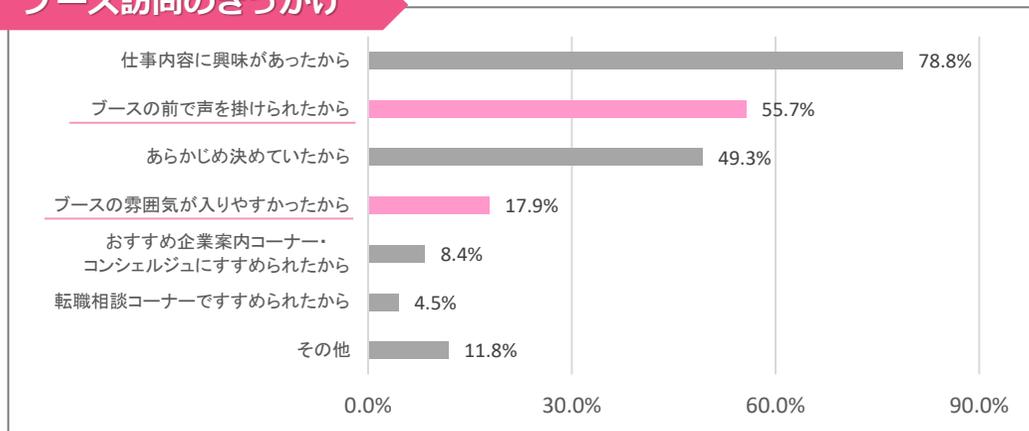
2、ブースの構成を考える

(1) ブースづくりのポイント

接点数UP

ブースの雰囲気は着席数にも影響します！

ブース訪問のきっかけ



下記を意識してどんなブースにするか考えていきましょう

- ✓ ターゲットにアピールしたいポイントを装飾等でしっかり訴求する
- ✓ ポスター、パネルなどで来場者が着席しやすい雰囲気を作る
- ✓ コーポレートカラーなどで統一感を出す（目に留まりやすくする）

[ブースイメージ]



[標準設備]

- ・募集職種看板（1箇所）
- ・テーブル×1
- ・椅子×6（追加は2脚まで）

[オプション]

※有償

- ・電源コンセント
- ・ブースパネルの色
- ・スポットライト
- ・スクリーン 等

※規格・設備は変更になる場合がございます。

！ブース内でご対応いただく人数(ブース前の呼び込みを含め)は4名以内でお願い致します。(Wブースの場合は8名)

！備品の設置・ブースの装飾および来場者の呼び込みは、床の目印の範囲内にて行ってください。

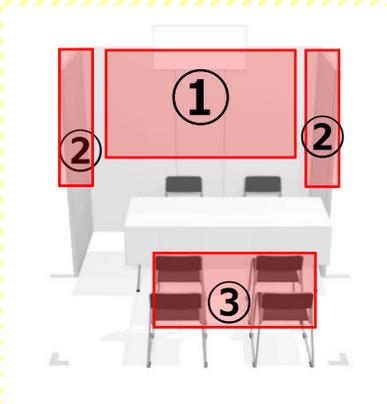
2、ブースの構成を考える

(2) ブースの装飾について

接点数UP

ターゲット率UP

限られたブース内を有効活用するために



① 背面：一目で会社のイメージを訴求できる情報を掲出しましょう

- ・会社の魅力、伝えたいメッセージ、自社ブランドロゴなど

② 側面：目を引くキーワードを掲出しましょう

- ・転職者が選ぶ転職理由の上位の内容（仕事内容、給与・待遇・休日数、福利厚生など）
- ・目を引くキャッチコピー（正社員募集！未経験歓迎！充実した研修制度！など）

③ その他：チェアカバー・商品の展示などで“貴社らしさ”を表現しましょう

- ・コーポレートカラーに合わせたチェアカバーやテーブルクロス、ガーランド装飾など
- ・展示できる商品がある場合（アパレル・コスメなど）、展示するだけで華やかな印象に

上記パターンを参考に、
目を引き、足を止め、興味を持ってもらうためのブースづくりを行いましょう

有料にて、電源・ライト等のブースオプションをご用意しております。（※別紙カタログをご参照ください）
オプション申込の〆切前に構成を考えて必要なものをピックアップし、準備を進めましょう！

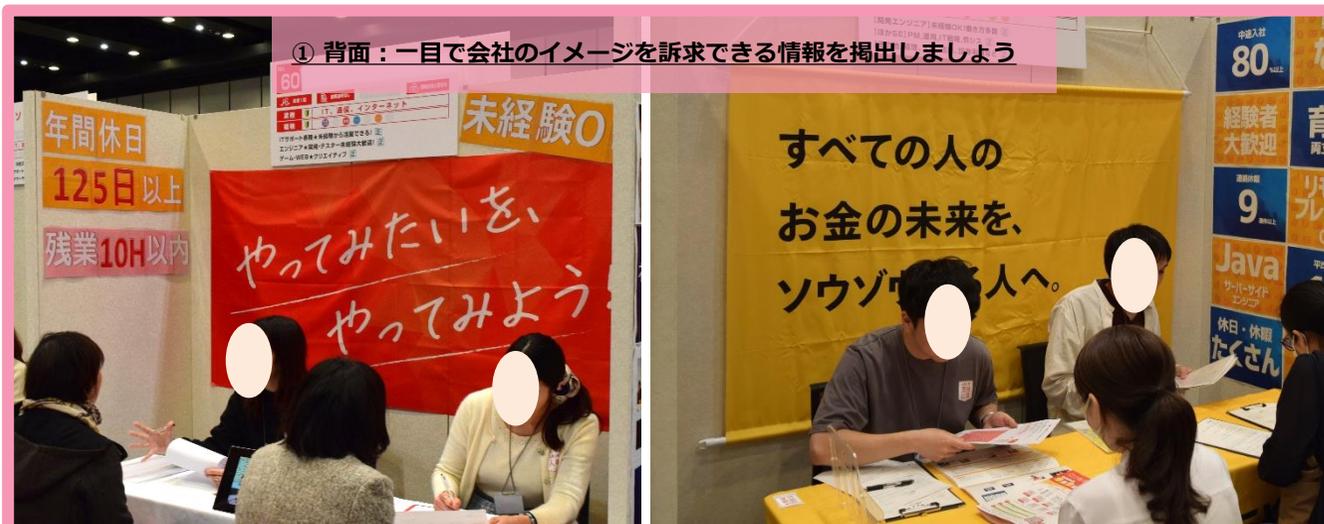
次頁にて、写真付きの実例をご紹介します。ぜひ併せて参考にしてみてください。

2、ブースの構成を考える

(2) ブース装飾について ※実際のブース装飾例

接点数UP

ターゲット率UP



※掲載している画像のブース規格（サイズ）・ブース運用のルール及びブース内看板のデザインは、今開催のものと異なる場合がございます。

2、ブースの構成を考える

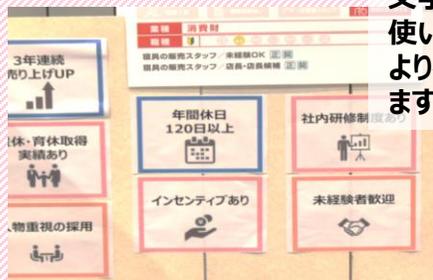
(3) 企業に合わせたブース装飾例

メリット訴求

自社のメリットを訴求することで、企業の特徴や強みを来場者にアピールすることができ、ブースの前で足を止めるきっかけになります。



文字だけではなく、アイコンやイラストを使いアピールすることによって、より視覚的にイメージさせることができます。

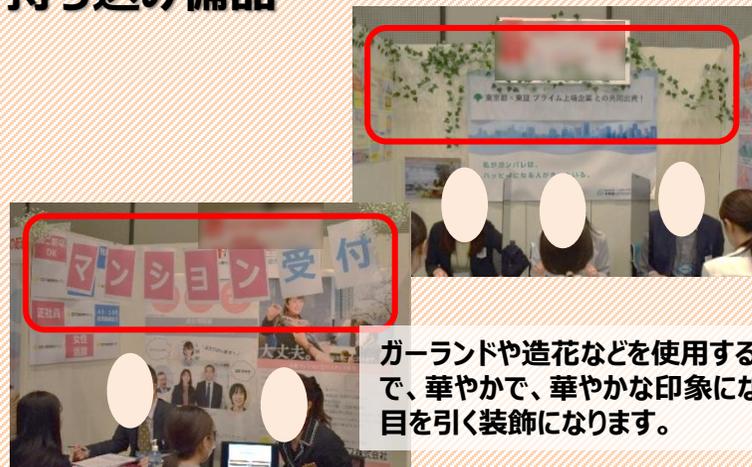


福利厚生や休日以外にも、女性ならではのファッションやおしゃれに関わるメリット・働きやすさのメリットを伝えられると他社との差別化にもつながります。



※掲載している画像のブース規格（サイズ）・ブース運用のルール及びブース内看板のデザインは、今開催のものとは異なる場合がございます。

持ち込み備品



ガーランドや造花などを使用することで、華やかで、華やかな印象になり、目を引く装飾になります。

椅子カバーなどで来場者側の椅子を装飾することで、通路から見たときに統一感が生まれます。



2、ブースの構成を考える

(3) 企業に合わせたブース装飾例

自社製品



自社製品のある企業様は、来場者に対して自社製品の展示を行うことも効果的です。社名だけでは伝わりにくい場合も商品が展示されていることで、企業への理解を深めることができます。

実際に店舗で展示しているPOPなどの販促物を使用することにより商品のPRにもつながり、実際に働いたときのイメージがしやすくなります。



マネキンやハンガーなど、実際の什器や備品を使用するのも効果的です。ブースを華やかにしつつ、企業理解を深めることができます。



※掲載している画像のブース規格（サイズ）・ブース運用のルール及びブース内看板のデザインは、今開催のものとは異なる場合がございます。

有料オプション

※有料オプションの詳細は「有料ブースオプションカタログ」をご参照ください。



有料オプションでは、壁面の色を変更することもできます。デフォルトの白色から変えていただくことにより、他ブースとの差別化を行うことができます。

プロジェクターで動画や資料を投影することによりブース前を歩く来場者への訴求力を上げることができます。



小テーブルを使用することで、面談の形式に合わせて、よりオリジナリティのあるブースを作ることができます。

2、ブースの構成を考える

(4) ブース面談レイアウトについて

接点数UP

・レイアウト変更（机・椅子の移動）、椅子の追加（2脚まで）が可能です。

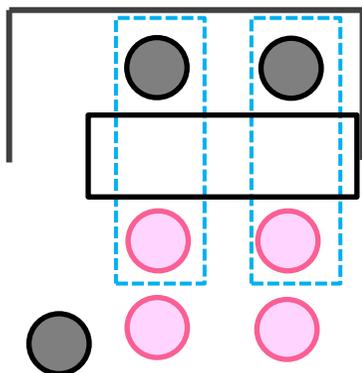


出展企業様



来場者

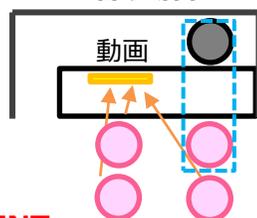
面談形式



呼び込み兼
並ぶ方の対応

- ・1~2名の来場者を順に面談
- ・面談待ちの方は後ろの席で待機
- ・最もポピュラーな形式

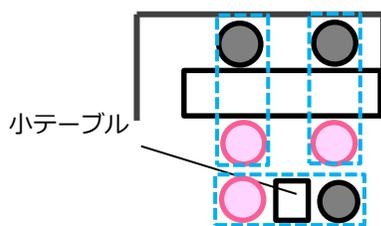
※面談を行う担当者様が
1名の場合



POINT

動画等を流して面談を待っている方に見てもらいと時間を有効活用できます

※面談を行う担当者様が
3名の場合

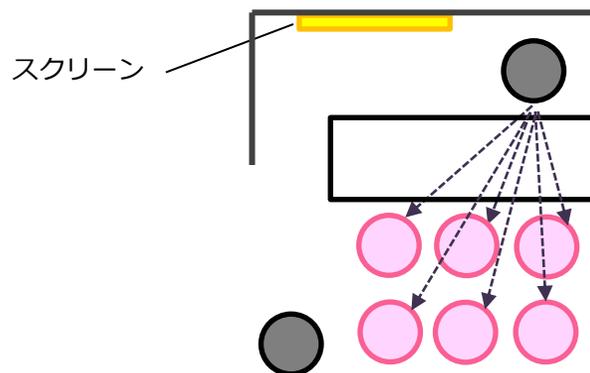


POINT

後ろの席でも面談を行うことで、より効率が良くなります。

※小テーブルは要御申込（有料）

セミナー形式



呼び込み兼
並ぶ方の対応

※椅子を2脚追加した場合

- ・一度に多くの来場者と接点を持つことが可能
- ・当日人員を多く確保できない場合にも有効
- ・気軽に着席できる分、次段階につながりづらいので、しっかりとした動機づけが必要
- ・特別面談ブースとの併用をおすすめ

※電源・機材は要御申込（有料）

3、効果を上げるための事前準備

(1) ターゲットの明確化 応募意思率UP

**評価の基準を明確にし、
当日参加される社員の方同士で共通認識を持ちましょう**

評価を3段階にした場合の例

評価○

より踏み込んだお話をしたい方には、その方だけの特別感を出し特別面談ブースを案内
(良い方であれば、その場で面接日程を決めましょう)

評価△

評価に悩む場合、選考を見極めの機会と考え選考日程を決めましょう
例) ○の場合次段階は面接だが、△の場合面接の前にWebテストを入れる 等
※ △の評価は後になって判断に迷うケースもあります。
○と×のみで評価する(「迷う方は○」と共通認識を持つ) 運用もご検討ください。

評価×

Web (女の転職type) で応募するよう誘導しましょう

! 評価基準があいまいにならないよう、経験やスキルごとに評価を明確にしておきましょう
例：法人営業経験が3年以上の場合○、1年以上の場合△・・・など

3、効果を上げるための事前準備

(2) ブース集客のための役割分担

接点数UP

応募意思率UP

来場者によって誰が対応するかの役割分担を行いましょう

※下記は一例です。アサイン可能な方が決まってから役割を分担していくことも可能です。

※ターゲット人材の転職意欲や転職時期に合わせて、対応の難易度が変わります。人材ごとにパターン化しておくのがベターです。

<役割イメージ> …人数は**1ブース最大4名様**でお願いいたします



■ 経営層・採用責任者

- ・すぐにでも採用したい方の対応
- ・特別面談ブースでの面談
- ・動機付け



■ 現場責任者（上司となる方等）

- ・ブースでコアターゲット人材の面談対応
- ・経験者の対応
- ・動機付け、特別面談ブースへの送り込み



■ 人事・アシスタント

- ・ブースへの呼び込み、アテンド対応
(ターゲットに近い人材が好感を得やすい)
- ・ターゲット人材でない場合の対応
- ・簡単な会社概要説明



■ 現場社員（同僚となる方）

- ・ブースへの呼び込み、アテンド対応補佐
(ターゲットに近い人材が好感を得やすい)
- ・ブースで準ターゲット人材の面談対応
- ・会社概要説明、具体的な仕事内容理解

4、当日の運営

(1) ブース集客について

接点数UP

ブース装飾や構成は勿論ですが、最大のキーは**声かけ**です。積極的に来場者へ**声かけ**をお願いします！



■声かけのポイント

- ・ブース前で足を止めてもらうことが最大ミッションです
- ・アテンドスタッフは明るく呼び込みができ、会話が上手な方がおすすめです。
- ・声かけ担当の方も含め、**社員共通のジャンパー・ポロシャツ**などを着用していると目立ちます
- ・呼び込みの時は「YES,NO」で答えられない質問をしましょう。「どんな仕事を探しているいらっしゃいますか？」など
- ・「お話だけでもいかがですか？」より、「**相手の状況を聞き、(簡潔に)自社の魅力を伝える**」ことを意識しましょう。
- ・配布物はパワーポイント等をコピーしただけのものより、見栄えのするものを用意するほうがベターです。



4、当日の運営

(2) 来場者の見極めと対応について

ターゲット率UP

応募意思率UP

来場者からは最初に**企業訪問カード**（右図）を受け取り、記載内容を元に対応する方を選定しましょう！

※企業訪問カードの受け取りは任意です

● 見極めのポイント

ターゲット外人材の対応でターゲット人材への対応ができなかった・・・ということにならないように、以下の点を意識してアテンドしましょう！

- 年齢や経験など**デジタルに判断できる部分**で、予め対応者を決めておきましょう。
- ターゲット人材であった場合、より強く動機付けできる方（社長・採用責任者など）に対応いただくことをお勧めします。
- ただし、面談状況などで柔軟に対応を変えていくことも必要です。
- ターゲット外人材の場合、転職サイト「女の転職type」への応募を促すなどし、時間を有効に使いましょう！



○の方に対応



✕の方に対応

訪問カード サンプル

女の転職type 転職イベント
2023年2月4日（土）/ 渋谷ヒカリエ

基本情報			
お名前	キャリア 花子(キャリア ハナコ)	TEL	000-0000-0000
生年月日/年齢	1994/10/17(28歳)	LINE ID	0000hanako
メールアドレス	mizuho.oki@type.jp		
現住所	〒107-0052 東京都港区赤坂3-21-20		
配偶者の有無	なし	子供の有無	なし
最終学歴	大学卒業	学校名	type大学
専攻・学科	type学部	現在の就業状況	就業者
離職期間	ヶ月	直近の雇用形態	正社員
転職回数	なし	転職時期	6ヶ月以内
希望勤務地	東京23区 / 東京23区外 / 神奈川 / 千葉 / 埼玉 / その他都道府県		
その他希望勤務地	奈良県射、丸の内		
直近の職務経歴	勤務先企業名 ※※※フリーテキストで企業名が入ります※※※		
従業員数	501名~1000名	年収	【301~400万円 勤続年数 3年以上~5年未満
簡単な職務内容	※※※フリーテキストで職務内容が入ります※※※フリーテキストで職務内容が入ります※※※フリーテキストで職務内容が入ります※※※		
資格・スキル			
英語スキル	旅行に必要な会話ができる	TOEIC	600点以上700点未満
マネジメントの経験 年数	1年未満	マネジメントの経験 人数	3名以上
保有資格	普通運転免許 / 英検(1級) / 英検(2級) / ホームヘルパー1級 / ホームヘルパー2級 / 介護福祉士 / 福祉用具専門相談員 / 看護師 / 登録販売者 / 管理栄養士 / 保育士 / 介護事務 / 医療事務 / 日商簿記1級 / FP技能士2級 / AFP		
その他保有資格			
業種			
経験	サービス / 飲食 / 化粧品 / ヘアケア / 美容 / エステ / 企業サービス / 人材サービス / その他		
希望	総合 / 流通 / ファッション / ジュエリー / 消費財 / 教育 / 医療 / 福祉 / マスコミ / 印刷 / 情報サービス / 金融 / 造形 / 不動産 / 土木 / コンサルティング / シンクタンク / IT / 通信 / インターネット / 電気 / 電子 / 機械 / 科学 / 素材 / 医薬品 / バイオ / 食品 / 官公庁 / 公共サービス		
職種			
営業・企画系	法人向け企画営業(BtoB)	○	○
営業・企画系	個人向け企画営業(BtoC)	○	○
営業・企画系	ルート営業・代理店営業・パートナーセールス	○	○
営業・企画系	ファイナンシャルプランナー (FP・AFP・CFP)	○	○
営業・企画系	マーケティング、広告宣伝、商品企画・商品開発、販売	○	○
営業・企画系	バイヤー・仕入れ、マーチャンダイザー (MD)	○	○
サービス・販売系	エリアマネージャー、スーパーバイザー (SV)	○	○
サービス・販売系	店長、ストアマネージャー、支那人	○	○
サービス・販売系	接客・販売 (アパレル・ファッション)	○	○
サービス・販売系	接客・販売 (コスメ・化粧品) / 美容部員	○	○
サービス・販売系	接客・販売 (飲食・レジャー・雑貨)	○	○
サービス・販売系	ウェディングプランナー、ブライダルコーディネーター、その他ブライダル関連職	○	○
事務系	経理・財務・管理会計	○	○
事務系	総務・人事・労務	○	○
事務系	広報・IR・PR	○	○
事務系	秘書	○	○
事務系	一般事務・庶務	○	○
事務系	営業事務、営業アシスタント、サポート	○	○
事務系	貿易事務、国際事務、英文事務	○	○
事務系	医療事務、調剤薬局事務、メディカルクラーク	○	○
事務系	企業受付・受付事務	○	○
クリエイティブ系	Webディレクター、Webマーケティング、クリエイティブディレクター	○	○
クリエイティブ系	Webデザイナー、Web制作、サイト運営・企画	○	○
クリエイティブ系	アートディレクター、コピーライター、イラストレーター	○	○
クリエイティブ系	制作進行管理	○	○
専門職系	管理職・マネージャー、経営幹部・役員候補	○	○
専門職系	公務員、団体職員 (社団法人、NPOなど)	○	○
専門職系	ビジネスコンサルタント (経営戦略・人事など)	○	○
専門職系	市場調査・分析、リサーチ	○	○
エンジニア系	ITコンサルタント・システムコンサルタント、セールスエンジニア	○	○
エンジニア系	オープン・Web系：システムエンジニア (SE)、プログラマー (PG)、アプリ開発	○	○
エンジニア系	汎用機系：システムエンジニア (SE)、プログラマー (PG)	○	○
エンジニア系	テクニカルサポート、ヘルプデスク、システム運用・監視・保守	○	○
介護・医療・福祉系	介護福祉士・介護士、ホームヘルパー・ガイドヘルパー	○	○
介護・医療・福祉系	ケアマネージャー (介護支援専門員・主任介護支援専門員)	○	○

4、当日の運営

(3) 特別面談ブースについて

応募意思率UP



転職イベントは面接ではなく、あくまで選考前面談となります。面談時に合否を通知することはお控えください。

特別面談ブースとは、ブース面談とは別に個別面談が可能なスペースです。よりスピーディーで精度の高い選考が可能となり、動機付けに効果的です。すべての企業様にご利用いただけますので、ぜひご利用ください！

利用された企業様の声

個別スペースでじっくり話せて良かった。

面接の可能性のある方とお話しすることができました。

ブースがすぐに定員に達するため、ありがたかった。



特別面談ブースご使用時のルール

- ・同時間帯でご利用いただけるブース数は、1企業様1ブースまでとさせていただきます。
- ・「特別面談ブース」は先着順・30分交代制です。（事前予約不可）
※事前に有料にて「特別面談ブース1日利用」を申込みいただいている場合は、時間の制限なくご利用いただけます
- ・ご利用いただく際は、当日の受付が必要です。
- ・1ブースに着席いただける企業担当者様の人数は、1名までとさせていただきます。（転職者も1名まで）

4、当日の運営

(4) 採用につながる面談ポイント 応募意思率UP



転職イベントは面接ではなく、あくまで選考前面談となります。面談時に合否を通知することはお控えください。

● 自社がPRしたいこと < 来場者が気になっていること の観点でお伝える

下記の通り、来場者の志向によって「転職先に求めるポイント」も異なります。

相手が知りたいと思っていることや、今の環境への不満、今後のキャリアで叶えたいことなどをヒアリングし、志向タイプに合わせて伝える内容を使い分け、応募意志UPに繋げましょう。

※参考※主な女性の志向タイプ

仕事≧プライベート
仕事を通して人生を豊かにしたい！
バリキャリアタイプ

仕事もプライベートも同じくらい、もしくはそれ以上に仕事を充実させたいというタイプです。キャリアアップしながら将来的にはワーママとしてバリバリ働きたいと考えています。

<職場に求めるもの>
やりがい、成長、正当な評価、インセンティブ、女性が活躍している

少し一息おいて
余裕をもって働きたい！
ちょっと一息タイプ

20代に仕事を頑張り、結婚・出産を意識するアラサー世代に多いタイプです。仕事は嫌いではなく、ある程度責任のあるポジションで余裕をもって働きたいと考えています。

<職場に求めるもの>
残業なし、それなりのやりがい、人間関係の良さ、福利厚生

プライベートや将来を
充実させるために割り切って働きたい！
割り切りタイプ

仕事は収入を得るための手段と考えているタイプです。人生設計が明確で、仕事にやりがいや成長は求めています。与えられた仕事はきちんとこなす傾向があります。

<職場に求めるもの>
社員との一定の距離、安定的な収入、残業なし、福利厚生

安定志向型で
なるべく省エネに働きたい！
ライフイベント重視タイプ

なるべく省エネで、ギスギスせず平和に働きたいと考えているタイプです。人間関係や職場環境を重視し、平均的な年収を得られれば満足と考えています。

<職場に求めるもの>
産育休制度（復帰実績）、時短制度、残業なし、安定収入

POINT



ヒアリングが長くなってしまう場合は「特別面談ブース」（P.18）を活用するなどして、ブースの回転率を上げ待ち時間を減らしましょう

4、当日の運営

(4) 採用につながる面談ポイント 応募意思率UP



転職イベントは面接ではなく、あくまで選考前面談となります。面談時に可否を通知することはお控えください。

● 面談時に次回選考の日程を調整する

良いと思った方はその旨を伝え、できるだけその場で面接など次回選考の日程を調整しましょう。

(面接官となる方のスケジュールは事前に押さえておくことをお勧めします)

ただし、転職意欲が低い方にすぐ面接を案内しても断られてしまうケースもあります。

来場者の志望度に合わせ、オフィス見学や現場社員とのカジュアル面談など、面接以外で自社の魅力を知ってもらう機会を設け、転職意欲を高めましょう。

転職意欲:高



すぐにも転職したい

転職意欲の高い顕在層は、すでに他社との選考が進んでいる可能性があるため、**スピード感をもって、一次面接やカジュアル面談などの案内を行きましょう。**



良い企業があれば転職したい

「良い会社があれば」と考えている層は、**途中で入社した社員や人事とのカジュアル面談・オフィス見学などで会社や業界を知ってもらい意向上げを行きましょう。**

転職意欲:低



いつかは転職したいけど具体的には考えていない

転職自体を悩んでいる層は、**タレントプールへ登録するなどし、メールなどで定期的なアプローチを行きましょう。また、自社のSNSを紹介し、会社や業界を知ってもらいましょう。**

POINT



面接以外の選考フローを複数用意し、来場者によって使い分けましょう

過去の来場者アンケートから「選考に進むか迷う企業でも、面接以外の選考フローを案内されれば参加を検討できる」という方が多いことがわかっています。まずは自社を知ってもらう働きかけを行きましょう。

面接（選考）に進むか迷う企業でも参加を検討できる選考フロー	回答割合 (複数回答)
カジュアル面談（対面）	52.0%
カジュアル面談（オンライン）	34.6%
オフィス見学（現地・対面）	41.8%
オフィス見学（オンライン・バーチャルオフィス）	10.6%
親睦会、飲み会（対面）	7.1%

※2023年2月開催アンケートより(上位回答のみ抜粋)

4、当日の運営

(5) 持ち物チェックリスト

- ポスター/タペストリー 等の装飾に使用するもの
- 企業資料コーナー設置用パンフレット (約 部)
- チラシ (約 部)
- PC / プロジェクター 等の電子機器
 - ※ブース内にインターネット回線・Wi-Fiのご用意はございません
(ブースでインターネットをご利用される場合、スマートフォンでテザリングいただくか、
モバイルルーターを別途ご用意ください)
 - ※接続コード等のお忘れが多いので荷物発送の前に必ずご確認ください
 - ※電源は要申込
- 筆記用具 等の備品
-
-
-
-
-

 イベント当日、企業受付にて
下記備品のお貸し出しをしております

- ・ペン (ボールペン/油性マジック/蛍光ペン等)
- ・はさみ / カッター
- ・ホッチキス
- ・のり
- ・養生テープ / 布ガムテープ
両面テープ / セロハンテープ
- ・画鋏 (東京開催のみ。大阪開催ではご使用いただけません)
- ・修正テープ
- ・模造紙 (スクリーンとしてご利用いただけます)
- ・飛沫防止パネル
- ・消毒液 等

※各備品の数には限りがございますのでご了承ください

5、イベント終了後

面談後はなるべく早く来場者とコンタクトを取ることが重要です

候補者の離脱を防ぐには、イベント当日の熱量が冷めないうちにアプローチいただくことが重要です。
イベント終了後すぐに面談のお礼・次段階の日程調整のご連絡をしていただくことを推奨しております。

- イベントでの面談時に次回選考の日程を設定できなくても、開催後のコンタクトで選考につながるケースもあります

過去の開催では、複数回イベントに出展経験のある企業のうち約6割が、「後日の接点を持つことで選考につながったケースがある」とアンケート回答しています。
選考に至るまで、1～3回アプローチをされているケースが多いようです。

- 面談後は、「全員に同じものを送っている」と思われるようなメッセージではなく、**来場者ごとの志望度や、面談の内容を踏まえたアプローチを行うことが重要です**

【例】

志望度高：次選考の案内（面談時に調整できていない場合）、評価しているスキルや経験、入社後の想定ポジションや待遇など

志望度低：会社説明やオフィス見学など複数の選考フローを提示
（志望度が低いまま面接へ誘導するとすぐに辞退される可能性あり）

送信内容の例

- (1) 御礼：ブース着席の御礼
- (2) 印象：今日どんなお話をしたか
- (3) 理由：なぜ、候補者に魅力を感じたか
- (4) 熱意：どれほど入社して欲しいか
- (5) 日程調整：来週の●日～●日等、複数日程を提案

POINT



長文でなくて構いませんので、要点をまとめてお伝えください。

POINT



来場者は他の企業様からもアプローチを受けているものと考え、しっかりと熱意を伝えましょう

お礼・次段階の日程調整の文面例

本日「女の転職type 転職イベント」にてお話しさせていただいた●●でございます。
本日は当社ブースにお越しいただき、ありがとうございました。

〇〇様の△△のご経験に特に魅力を感じ、改めてご連絡させていただきました。
また、〇〇様のお話しされていた■ ■といったご希望を、
当社でなら叶えていただけるのではないかと考えております。

つきましては、ぜひ当社の面接にお越しいただけないでしょうか。
すぐに選考に進むか迷われる場合、現場社員を交えたカジュアルな情報交換会や、
オフィス見学など、面接以外で当社を知っていただく機会をいただけますと幸いです。

以下に日程を記載しますので、ご都合の良い日時をご返信いただきたく存じます。
記載の日程以外でも可能な限り調整しますので、
お気軽にお申し付けください。

【面接を希望／面接以外を希望】←どちらかをご選択ください。

〇月〇日 (○) 〇〇 : 〇〇～〇〇 : 〇〇
〇月〇日 (○) 〇〇 : 〇〇～〇〇 : 〇〇
〇月〇日 (○) 〇〇 : 〇〇～〇〇 : 〇〇
〇月〇日 (○) 〇〇 : 〇〇～〇〇 : 〇〇

なお、募集ポジションに関する詳細はtype1に掲載しております。
<https://woman-type.jp/> ※貴社の募集職種ページURLをご記載ください。
ご返信を心よりお待ちしております。

---○* *-----
当社の採用ページでも情報を発信しています。
ぜひご覧ください！

URL :

▲▲株式会社 人事部 ●●
E-mail : / Tel :

ブース着席のお礼

印象・理由・熱意

お話しした内容をもとに
その方に合わせた動機付けを行いましょ

日程調整

複数日程を提案しましょ

+ a

採用ページやSNSアカウントがあれば、
貴社に興味を持ってもらうため
記載しておくのがおすすめです

6、採用に成功されている企業様の工夫ポイント

● A社(販売系職種)

事前の細かいすり合わせで
採用基準を意思統一。
4名採用に成功！



業種：ファッション・ジュエリー
企業規模：501～1000名
募集職種：きもの販売スタッフ

開催前

- ・企業の人事チームと営業担当で**ノウハウ集(本紙)**をもとにMTGを行い、**細かい担当や役割を念入りにすり合わせた。**
- ・採用基準が属人的にならないように、転職回数などハード面での足切りラインを明確に決め、意思統一を行った。

開催中

- ・面談時の判断軸がぶれないよう、**面談は常に同じ担当者が対応**した。
- ・来場者の目に留まるよう、着物で参加した。

開催後

- ・**当日の評価が高かった方は一次面接をスキップ**し、最終面接へ案内。
- ・役員が担当する最終面接を通過できるよう、候補者に対し人事がアドバイスを行った。

【歩留まり】

51着席 ▶ 10次段階 ▶ 4内定 ▶ 4採用

● B社(事務系職種)

後追いメールと電話の徹底で、
20代と30代の2名採用に成功！



業種：人材サービス
企業規模：301～500名
募集職種：受付(客先常駐)

開催前

- ・「選べるブース優先権」を申し込み、戦略的にブース位置を選択した。
- ・当日の運営人数も多めにアサインした。

開催中

- ・人数を多めにアサインしたことで休憩中も交代で対応でき、着席が多い中でも回転を上げることができた。
- ・**当日中に次選考を設定した。**

開催後

後追いメールを当日→翌営業日→開催3営業日後とこまめに送信し、**さらにメール送付後翌日に後追い電話を実施した。**

【歩留まり】

60着席 ▶ 10次段階 ▶ 2内定 ▶ 2採用

● C社(エンジニア系職種)

評価基準の目線合わせと
ターゲットを広げた選考案内で
2名採用に成功！



業種：IT、通信、インターネット
企業規模：～50名
募集職種：ITインフラエンジニア

開催前

面談における役割分担を明確にし、社長・エンジニア未経験者・エンジニア経験者等幅広くアサインした。

開催中

- ・面談メンバー間でヒアリング内容・評価ポイントにズレが生じないように、求職者一人ひとり**ヒアリングシートを活用**して面談を行った。
- ・着席した**ほぼ全員に面接案内**を行い、**その場で面接の日程を調整**するようにした。

開催後

開催後は着席者全員にお礼メールを送信。
書類選考は行わず、まずは面接に来てもらえるよう案内を行った。

【歩留まり】

43着席 ▶ 14次段階 ▶ 3内定 ▶ 2採用

6、採用に成功されている企業様の工夫ポイント

● D社(エンジニア系職種)

Webのスカウト機能を活用し

着席数UP!

職業訓練校での学習経験のある方

1名の採用に成功!



業種：IT、通信、インターネット
企業規模：1001～5000名
募集職種：ITインフラエンジニア

開催前

女の転職typeのスカウトを活用し、「未経験だけどエンジニアに興味がある」という女性に向けて、「転職イベントでお話しませんか?」と集客。

開催中

次段階を増やすことに重点を置いてブース運用を行った。

- ①採用ターゲットになる方は、**特別面談ブースをフル活用し1対1の空間で積極的に次段階を案内。**
- ②面接慣れている現場社員が面談を担当。前半ヒアリング→後半に動機づけという流れで次段階率を上げた。
- ③ターゲットとなるボーダーを事前に決め、対象外の方には「Webの求人から応募してください」と案内して退席を促した。

【歩留まり】

77着席 ▶ 50次段階 ▶ 1内定 ▶ 1採用

● E社(営業系職種)

LINEを活用した徹底的な

後追いで、4名採用成功!



業種：金融
企業規模：5001名～
募集職種：個人/法人営業

開催前

- ・Wブースで面談スペースを確保。
- ・呼び込みで着席数を増やせるよう、「選べるブース優先権」のオプションで人通りの多い位置を選択した。

開催中

- ・着席者が多かったが、**待っている人を逃さないために、1人あたり10分～15分程度でヒアリングに徹した。**
- ・面談は人事ではなく、現場をよく知る営業が担当。

開催後

面談中は次段階の設定はせず、**連絡がつきやすいLINEで連絡先を交換し**、徹底的に後追いをを行う。

【歩留まり】

141着席 ▶ 31次段階 ▶ 4内定
▶ 4採用

● F社(営業系職種)

着席者との面談時間を長く取る

ブース運用で志望度UP!

20代1名採用成功!



業種：人材サービス
企業規模：5001名～
募集職種：コンサル営業

開催前

- ・ノウハウ集(本紙)をもとに評価基準をすりあわせ。イベント後の選考をスピーディーに進められるよう、**評価はOか×のみで行う**ことに。
- ・本来は営業経験のある方が採用ターゲットだが、絞りすぎずにコミュニケーション能力が高ければ営業希望という方も次段階を案内する対象に広めた。

開催中

着席してくれた営業経験者・希望者と接する時間を長くすることを重視。面談の待ち時間を作らないよう、後ろの席で待っている方も膝を付いてお話しするなど**着席者と会話する時間を多くとることで、次段階をその場で握る時間を確保した。**

開催後

着席者の志望度がイベント当日より下がってしまわないよう、**後追いの回数をWebの応募者よりも多くした。**

【歩留まり】

48着席 ▶ 25次段階 ▶ 2内定 ▶ 1採用

6、採用に成功されている企業様の工夫ポイント

● G社(営業系職種)

**ダークカラーの装飾で他社と差別化！
女性社員がほほいらない企業で20代2名を採用成功！**



業種：マスコミ・印刷
企業規模：101～300名
募集職種：店舗・イベント装飾の提案営業

開催前

- ・呼び込み担当、面談担当の配置や役割を事前に決めた。
- ・経験や年齢だけでなく、男性の多い職場のためどのような人柄がマッチするかなど、転職者の判断基準の認識を合わせた。

開催中

- ・他社と差別化して目立たせることと、男性社会でもなじめるような方を呼び込むことを目的に、あえて黒を基調にした女性っぽくない雰囲気の装飾に。
- ・着席者対応は1人は女性社員ができるように休憩時間を調整。面談を待つ間に女性社員と会話をする時間を取ることで、男性が多い会社でも大丈夫という安心感を与えるようにした。



開催後

- ・細かく絞りきらず、少しでも人柄がよければblankがあるような方でも幅広く面接を行った。
- ・後追いのメールでは、入社してほしい理由なども盛り込んで熱意を伝えた。

【歩留まり】

67着席 ▶ 25次段階 ▶ 2内定 ▶ 2採用

● H社(サービス系職種)

**セミナー形式の運営を工夫し、温度感の高い方を
次段階に誘導。2名の採用に成功！**



業種：美容、エステ
企業規模：501～1000名
募集職種：ヨガ・ピラティスインストラクター

ブースはセミナー形式だったが、着席者に対し「詳しい話を聞きたい人はセミナー後に残ってください」と案内をすることで、残ってくれた方を温度感が高いと判断。
良さそうな方はできるだけ特別面談ブースに案内し、次段階を握った。

【歩留まり】

80着席 ▶ 10次段階 ▶ 3内定 ▶ 2採用

● I社(サービス系職種)

**現場を知ってもらう工夫で動機づけ！
20代1名を採用成功！**



業種：サービス、飲食
企業規模：501～1000名
募集職種：航空保安検査スタッフ

- ・現場スタッフの女性がリアルな仕事の様子を話し、イメージをつかんでもらった。
- ・前向きそうな方には、採用責任者クラスの社員が採用したい意欲を前面に出して動機づけをしながら、後日の面接兼オファー面談を案内した。
- ・大きなスクリーンに紹介動画を投影し、仕事内容のイメージ喚起につなげた。

【歩留まり】

53着席 ▶ 10次段階 ▶ 1内定 ▶ 1採用