

応募が来ない求人票の、 誰も教えてくれない 3つの理由

求人票と採用代行の稼働を確かめる チェックポイント
でんとるんbyピタッと採用株式会社

採用代行会社も知らない。応募が来ない理由があります

- 理由1** 求職者は求人票を「読んでいない」——ファーストビューで9割が離脱している
- 理由2** 「条件の羅列」では差別化できない——給与・休日より「医院の風土」で心を動かす
- 理由3** 求人票は掲載して終わりではない——改善しない求人では成果が出ない

このホワイトペーパーでは、上記3つの理由を軸に「求人票の品質チェック」と「採用代行会社の稼働チェック」の計12項目をまとめました。問い合わせいただいた院長先生が、現在の採用の何が問題かを自己診断し、次の一手を判断するための資料です。

応募が来ない求人票には、共通した「設計の抜け」がある

求人を出したのに応募が来ない。媒体を変えても変わらない。そう感じている場合、原因は媒体ではなく求人票の設計にあることがほとんどです。**求職者は求人票を精読しません。**最初の画面で興味が持てなければスクロールせずに離脱し、条件をいくら詳しく書いても読まれません。以下の11項目で、現在の求人票の設計を確認してください。

ファーストビューの設計

最初の画面で止まるか、離脱するか——文字数・画像・訴求の3点で決まる

求職者の大半はスマートフォンで求人を見ます。**最初に表示された画面 “ファーストビュー”で「この医院は自分にとって魅力がある」と感じなければ、それ以降の文章は読まれません。**ファーストビューの質は3つの要素で決まります。

①トップ画像と訴求テキストの組み合わせ(「有給取得率」「給与」などを数字とともに画像内に入れてください。)、②キャッチコピーの文言(15~30文字程度が目安。医院の優位性が一瞬でわかるか)、③短文でのベネフィットの羅列(特徴を7つほどピックアップして記載しているか)。この3点が揃っていない求人票は、条件がどれだけ良くても読まれる前に終わります。

<input type="checkbox"/>	トップ画像にテキスト訴求(条件・特徴)が重ねられており、画像単体で伝わる設計になっている
<input type="checkbox"/>	キャッチコピーが15~30文字で、条件・特徴などが一言で伝わる
<input type="checkbox"/>	冒頭に短文でベネフィットが羅列されており、職場の複数の強みがすぐに分かる構造になっている

応募が来ない設計の抜けをユーザーの行動から整理すると、次の3つのどこかで止まっていることが理由です。求職者が応募に至るまでには、必ずこの順番を通ります。

!

- ①数ある求人の中から、自院の求人票をクリックする
- ②求人票を最後まで読んで、自院に魅力を感じる
- ③内容を信頼して、応募ボタンを押す

どれか一つでも機能していなければ、応募は来ません。

このホワイトペーパーでは、①~③それぞれの原因と対策をまとめています。

伝わる構成と読みやすさ

ファーストビュー後の30秒の流し読みで応募意欲が生まれる構成になっているか

求職者は見出しと強調された箇所だけを流し読みして、応募するかどうかを判断します。**このとき重要なのは、流し読みしたときに「自分に関係ある情報」が目に入るかどうかです。**文字の大きさが均一、太字がない、HTMLや装飾が使われていない——この状態では、どれだけ良い条件を書いても読まれません。求人票は「読んでもらう文章」だけでなく「一瞬で選ばれるレイアウト」として設計する必要があります。

<input type="checkbox"/>	HTMLや書式で文字サイズ・色・太字に差があり、重要な情報が視覚的に目立つ
<input type="checkbox"/>	見出しだけ流し読みしても「条件・特徴・職場の魅力」の概要がつかめる



求職者が斜め読みをした中で、重視しているのは「自分の条件に合っているか」です。
アピールしたい情報だけ、しっかりと目立たせてください。
例:「週3日～OK・有給取得○%」「産休育休取得実績あり・年間休日○日」

訴求の軸——「医院の風土」を言語化できているか

給与・休日は入口。「ここで働きたい」と思わせるのは風土の言語化

給与と休日数は、求職者が求人票を比較するときの最初の判断基準です。ただし、大手法人と同水準の給与を出せる歯科医院はそう多くありません。**給与で戦えない医院が応募を増やすために必要なのは、給与以外の選ばれる理由を言語化することです。**研修やマニュアルが整っているか、スタッフ同士の関係性はどうか、院長がどんな志や理念を持って経営しているか——こうした職場の風土を具体的な言葉で伝えることが、条件では差別化できない医院にとっての唯一の訴求軸になります。「なんとなく雰囲気が良さそう」ではなく、「この院長のもとで働きたい」と感じさせる記述があるかを確認してください。

<input type="checkbox"/>	研修体制・マニュアルの整備状況など、入職後の成長環境が具体的に書かれている
<input type="checkbox"/>	スタッフ同士の関係性や職場の雰囲気が、具体的なエピソードで伝わる言葉で書かれている
<input type="checkbox"/>	院長の志・経営理念・診療方針が、求職者の共感を引き出す言葉で書かれている



<input type="checkbox"/>	給与・休日などの条件が具体的な数値で示されており、他院と比べて見劣りする場合は風土・環境で補う構成になっている
<input type="checkbox"/>	未経験・ブランク・産休育休等、求職者が不安に思う点に先回りして答えている

！
差別化するには具体性が必要です。「月1回の全体勉強会がある」「院長が毎朝スタッフに声をかける文化がある」など、読んだ人が職場の景色をイメージできる記述に置き換えてください。給与で上位に立てない医院ほど、このライティングの精度が採用の成否を分けます。

何も思い付かない場合は、スタッフに「入職の決め手は？」とぜひ聞いてみてください！



掲載して終わり——その会社は「運用」していない

求人票は一度「これで完成」と仕上げたからが、本番です。もし、応募が思ったように集まらない場合や採用したけどすぐに退職してしまった場合は、求人票を見直す必要があります。求職者の反応(閲覧数・応募数)を数値で追いながら、仮説を立てて改善を繰り返す。この運用を代行会社が担っているかどうか、採用の成否を分けます。以下の4項目で、代行会社を利用している場合は稼働実態を確認してください。

1

CHECK

PDCAが機能しているか

数値の変化に対して仮説と対策が提示されていること

応募数が減ったときに「媒体の問題かもしれません」「時期的なものです」という説明しか返ってこないようなら、運用としては機能していません。何が原因か、求人票のどこをどう変えるかを具体的に提示できるかどうか、長期的な採用成果を左右します。改善の根拠を説明できる担当者かどうかを確認してください。

2

CHECK

現場ヒアリングの継続

初回だけでなく、状況の変化を随時キャッチしていること

採用がうまくいかないケースの多くは、「どんな歯科医院なのか」が代行会社に正確に伝わっていないことが原因です。スタッフの入退職、診療方針の変化、院内の雰囲気——こうした現場の変化を定期的に拾い上げて、採用基準や求人票に反映できているかを確認してください。初回ヒアリングだけで終わっている会社は、掲載して終わりと同じです。

確認ポイント: 初回以降にヒアリングの機会があったか

スタッフの異動・退職などの変化を伝えたとき、求人票や選考基準に反映されたか



チェック3～4: 関係の継続性

3 訪問・MTGの頻度

月1回以上の対面での打ち合わせがあること。電話だけで済んでいる場合、認識のズレが積み重なります。採用代行は職場の空気を伝える仕事です。

4 採用後のフォロー

入職後の定着状況を確認する連絡があること。採用で終わりではなく、定着まで視野に入れているかどうかが長期的な成果につながります。入職後1～3ヶ月以内にフォローがあるかを確認してください。



まとめ:セルフチェックシート(全15項目)

PART 1・PART 2の内容を1枚にまとめました。現在の採用代行会社を評価する際にお使いください。

PART 1 求人票の品質チェック(11項目)	
<input type="checkbox"/>	トップ画像にテキスト訴求(条件・特徴)が重ねられており、画像単体で伝わる設計になっている
<input type="checkbox"/>	キャッチコピーが15~30文字で、条件・特徴などが一言で伝わる
<input type="checkbox"/>	冒頭に短文でベネフィットが羅列されており、職場の複数の強みがすぐに分かる構造になっている
<input type="checkbox"/>	HTMLや書式で文字サイズ・色・太字に差があり、重要な情報が視覚的に目立つ
<input type="checkbox"/>	見出しだけ流し読みしても「条件・特徴・職場の魅力」の概要がつかめる
<input type="checkbox"/>	情報が箇条書きで整理されており、日本語に違和感がない
<input type="checkbox"/>	研修体制・マニュアルの整備状況など、入職後の成長環境が具体的に書かれている
<input type="checkbox"/>	スタッフ同士の関係性や職場の雰囲気、具体的なエピソードで伝わる言葉で書かれている
<input type="checkbox"/>	院長の志・経営理念・診療方針が、求職者の共感を引き出す言葉で書かれている
<input type="checkbox"/>	給与・休日などの条件が具体的な数値で示されており、他院と比べて見劣りする場合は風土・環境で補う構成になっている
<input type="checkbox"/>	未経験・ブランク・産休育休等、求職者が不安に思う点に先回りして答えている

PART 2 採用代行会社の稼働チェック(4項目)	
<input type="checkbox"/>	応募数の変化に対して、仮説と改善提案が提示されている
<input type="checkbox"/>	初回以降もヒアリングがあり、現場の変化が求人票に反映されている
<input type="checkbox"/>	月1回以上の訪問またはオンラインMTGが実施されている
<input type="checkbox"/>	入職後の定着状況を確認する連絡・フォローがある



チェック数	現状の評価
12～15個	現在の採用代行会社は概ね機能しています。個別の課題があれば担当者と相談することで改善できます。
7～11個	一部に課題があります。改善を担当者に求めるか、契約内容を見直す時期かもしれません。
6個以下	稼働水準に大きな課題があります。契約の内容と実態のギャップを整理したうえで、見直しを検討することをお勧めします。

採用でお困りの院長先生へ

現状の求人票を無料で診断します

でんとるんbyピタッと採用株式会社では、現在ご利用中の求人票の診断・採用課題の整理を無料でお受けしています。

このチェックシートの結果をお持ちいただければ、具体的な改善提案をその場でお伝えできます。

下記URLより、日程調整ください。

<https://calendar.app.google/Xq6AfoTskxGkrSVs6>

でんとるんbyピタッと採用株式会社

代表メッセージ



代表取締役
武田 直人 / Naoto Takeda

同志社大学卒業後、新卒で野村證券に入社。その後、LINEヤフーやリブ・コンサルティングにて、事業経営を軸にマーケティング・採用・組織開発などを幅広く経験。

株式会社CINCAにて歯科特化の転職サービスを約1年支援するなかで、業界の「ヒト」の問題を痛感。「採用して終わり」という業界の慣習に強い違和感を覚え、歯科に関連する大手企業とともに、採用～定着まで一気通貫した採用代行サービスを始めることを決意。

2025年10月、ピタッと採用株式会社（でんとるん）を設立。経営とマーケティングの知見を歯科医院の採用に活かし、「採用して終わりにしない」伴走型サービスとして展開中。

「採用して終わりではない、その先の『定着』まで一緒にフォローするサービスを目指しています。」

