

採用資産マニュアル

求人広告費を「掛け捨て」から
「0円資産」に変える方法

建設業界専門 採用LP制作

Webとしくみをつくる | web-tsukuru.jp

目次

第1章 採用LPとは何か？	3
第2章 なぜ求人広告は「掛け捨て」なのか	6
第3章 採用LPが「資産」になる3つの理由	10
第4章 LINE連携で応募のハードルを下げる	12
第5章 維持費0円を実現する方法	13
第6章 今すぐ始めるための3ステップ	16
終わりに：0円モニター募集中	19
無料相談はこちら	20

はじめに

このマニュアルは、建設業界の経営者・採用担当者の方に向けて、「掛け捨ての求人広告」から脱却し、長く使える採用資産を構築する具体的な方法をお伝えします。

第1章

採用LPとは何か？

まず、言葉の整理から

「LP」「ホームページ」「採用サイト」...似たような言葉が多くて混乱しますよね。

建設業界で例えるなら、「基礎」「土台」「地盤」が似ているようで違うのと同じです。

ここでは、当社が提供する「採用LP」が何なのかを、分かりやすく整理します。

ホームページ（コーポレートサイト）との違い

・ホームページ = 会社案内のパンフレット（全部入り）

- トップページ、会社概要、事業内容、施工実績、アクセス、採用情報...
- ページ数: 10～30ページ程度
- 対象: お客様、協力会社、求職者、すべての人

・採用LP = 求人専用のチラシ（1枚完結）

- 採用応募だけに特化した1ページ
- ページ数: 1ページのみ（スクロールして読み進める）
- 対象: 求職者のみ

・ 例え話

- ホームページ = 総合カタログ（会社のすべてを紹介）
- 採用LP =
求人募集のチラシ（応募してもらうことだけに集中）

マーケティングLP（広告用）との違い

Web業界では「LP = 広告用ページ」というイメージが強いですが、当社の採用LPは、一般的な広告用LPとは全く違います。

・ マーケティングLP（EC、SaaS、キャンペーン等）

- 目的: 商品売る、サービスに登録してもらう
- 寿命: 数ヶ月～1年で作り直し（トレンドや季節に合わせて頻繁に変更）
- 運用: ABテスト、広告運用、データ分析を繰り返す
- 例: 「期間限定30%OFF!」「今だけ無料キャンペーン」

・ 採用LP（当社のサービス）

- 目的: 自社の魅力を伝え、長く応募を集め続ける
- 寿命: 3～5年以上使い続ける（社員追加・実績更新程度の変更のみ）
- 運用: 一度作ったら、大きな変更は不要
- 例: 「堀田建設で働く魅力」「社員インタビュー」「福利厚生」

つまり、マーケティングLPは「消耗品」、採用LPは「資産」です。

まとめ：採用LPとは

採用LPとは、「応募に特化した、長く使える企業の顔」です。

- ・ 1ページ完結型で読みやすい
- ・ 採用応募だけに特化
- ・ 一度作れば、長く使い続けられる
- ・ 自社の魅力を100%伝えられる

ホームページとの使い分け

- ホームページ: すでにお持ちの方はそのまま残す
- 採用LP: 求人専用のページとして追加

これ以降の章では、この「採用LP」がなぜ採用活動の"資産"になるのかを、具体的に解説していきます。

第2章

なぜ求人広告は「掛け捨て」なのか

衝撃の事実：採用活動の9割は「スマホ」で決まる

まず、このデータを見てください。

- ・求職者の93%がスマートフォンで求人を探しています

出典：エン・ジャパン調査（2023年12月）

- ・20代のスマホ利用率は91.6%

出典：総務省「令和6年通信利用動向調査」（2024年8月）

つまり、「御社のホームページをパソコンで見ているのは、社長と他社の営業マンだけ」という可能性が高いのです。

未来の社員となる若者は、布団の中で、電車の中で、スマホを使って「直感的に」会社を選んでいきます。

こんなお悩み、ありませんか？

建設業の経営者の方から、よくこんな声を聞きます。

- ・「求人サイトの営業電話がしつこくて困る」

毎月のように「今月は掲載しませんか？」と連絡が来る。断るのも疲れる。

- ・「高い金を払ったのに、
面接に来るのはやる気のない人ばかり」

20万円払って掲載したのに、応募者は「とりあえず応募」という感じ。ミスマッチが多すぎる。

- ・「せっかく採用しても、
現場の厳しさを知らずにすぐ辞めてしまう」

1ヶ月も経たずに「思っていたのと違いました」と言われる。また一から採用活動のやり直し。

- ・「若い人が全然応募してこない」

応募者は40代、50代ばかり。20代、30代の若手が欲しいのに...

これらは、御社のせいではありません。

求人サイトという「仕組み」そのものの限界なのです。

求人サイトの3つの致命的な問題点

1. スマホで「埋もれる」

求人サイト（Indeedやマイナビ）は、スマホで見ると「給与」と「勤務地」だけの無機質なリストになります。

そこで他社と差別化するには「給与を上げる」しかありません。これでは、資金力勝負（＝消耗戦）になってしまいます。

2. 積み上がらないコスト（掛け捨て）

掲載費を払ってリストに載せても、期間が終われば情報は消滅します。

100万円払っても、手元には何も残りません。

これを建設業で例えるなら、「借り物の土地に高い家賃を払って店を出している」のと同じです。

Indeedやマイナビは「他人の土地」。お金が止まれば、あなたの会社は求職者の視界から消えます。

「フロー型（使い捨て）」 vs 「ストック型（資産）」

フロー型：毎月広告費を払う → 採用費が「経費」で終わる

ストック型：自社サイトを持つ → 採用費が「投資」として残る

3. スピードの欠落

スマホ世代は「待つ」ことをしません。

求人サイトの管理画面越しに連絡をしていては、返信が数時間遅れるだけで、若者は別の会社（LINEですぐ返信が来る会社）に流れてしまいます。

結論

既存の求人広告は「消費」であり、「投資」ではありません。

今必要なのは、自社の土地（自社ドメイン）に、自社の城（資産）を築くことです。

第3章

採用LPが「資産」になる3つの理由

理由1：一度作れば、長く使える

自社専用の採用LPは、一度作れば維持費0円で長く使えます。求人サイトのように毎月の掲載費を払い続ける必要はありません。

理由2：自社の魅力を100%伝えられる

求人サイトのテンプレートでは伝えきれない、
御社の：

- 現場の雰囲気
- 社員の想い
- 独自の福利厚生
- 会社の理念

これらを、写真・動画・インタビューを使って、思う存分伝えられます。

理由3：ミスマッチの軽減

求人サイトでは「給与」「勤務地」などの基本情報しか伝えられません。

しかし自社の採用LPなら、会社の雰囲気や理念を事前に伝えることで、価値観の合う人が集まりやすくなります。

理由4：「資産価値」の蓄積

LINE公式アカウントと連携することで、応募候補者を直接アプローチ可能な「自社リスト」として蓄積できます。

さらに、採用LPは更新・改善を重ねるほど、応募率が上がり、より多くの優秀な人材を惹きつけられるようになります。

これは、土地の価値が年々上がっていくのと同じです。

第4章

LINE連携で応募のハードルを下げる

今の求職者は「LINE応募」を求めている

電話応募はハードルが高く、メールは面倒。今の求職者が一番動きやすいのはLINE応募です。

LINE応募の3つのメリット

1. 応募のハードルが下がる

ボタンを押すだけで気軽に相談できる

2. 開封率・返信率の向上が期待できます

メールよりも確実に届く

3. 即座に通知

応募と同時に社長のスマホに通知が届く

設定は全て代行します

複雑なLINE公式アカウントの開設やWebサイトとの連携は、すべて私たちが代行します。御社がやることは、応募者へのLINE返信だけです。

第5章

維持費0円を実現する方法

一般的なホームページの維持費

通常、ホームページを持つと以下の費用がかかります：

- サーバー代：月額1,000円～
- ドメイン代：年額1,000円～
- 保守管理費：月額10,000円～

合計：年間12万円以上

web-tsukuru.jpの「維持費0円設計」

私たちは、**無料のインフラ**を活用することで、維持費を最小限に抑えます。

御社の負担はドメイン代のみ（年額1,000円～2,000円程度）

※サーバー代・保守管理費は一切かかりません

なぜこれほど高性能なサービスが0円なのか？

Discord、JAL等の大手企業も採用する

Cloudflare Pagesを使用

「こんな高性能なのに、なぜ無料？」と疑問に思われるかもしれません。

実は、世界最大級のネットワーク企業Cloudflareには、明確な戦略があります。

理由1: 巨大インフラの「余剰リソース」活用

- 既に世界330都市以上に展開する巨大ネットワークを保有
- 個人・中小企業のサイトは、この余剰リソースで十分対応可能
- 追加コストがほとんどかからない

理由2: 将来の顧客育成（フリーミアムモデル）

- 無料で使ってもらい、サイトが成長したら有料機能へ移行を期待
- 世界的企業の戦略的投資によって成り立っている無料枠

つまり、御社は「世界トップ企業の戦略に乗っかる」形で、最高峰のインフラを無料で活用できます。

主な特徴

- 転送量無制限（アクセス急増でも追加料金なし）
- 商用利用OK（安心して長く使える）
- 強固なセキュリティ（DDoS攻撃も自動防御）

その他のコスト削減

- シンプルな構成で保守管理費を削減
- 更新サポートは必要に応じてオプションで提供

「掛け捨ての求人広告」から「0円で維持できる採用資産」へ

第6章

今すぐ始めるための3ステップ

Step 1：無料相談（LINE）

まずはLINEでお気軽にご連絡ください。

LINEチャット

簡単なお質問にその場でお答え

Zoom面談

じっくり30分かけて採用課題をヒアリング

まずはこれだけチェック！御社の「採用資産度」診断

Zoom面談をご希望の場合、以下の簡単な診断に答えてからLINEで
ご連絡ください。

より具体的で的確なご提案が可能になります。

5つのチェック項目

(1つでも当てはまればご相談ください)

- ☐ 求人サイトを止めたら、募集がゼロになる
→ 自社の「採用資産」がゼロということです
- ☐ 自社の本当の強みを、社長自身の言葉で語れていない
→ テンプレートの求人票では、御社の魅力は伝わりません
- ☐ 応募者との連絡がメール中心で、返信が遅れがちだ
→ スマホ世代はLINEで即レスを期待しています
- ☐ 若手（20～30代）の応募がほとんど来ない
→ スマホ対応できていない可能性が高いです
- ☐ 求人広告費が毎年かさんでいるのに、効果を感じない
→ 「消費」を「投資」に変えるタイミングです

診断結果

1つでも当てはまった方は、「採用資産」を築くことで大きく状況が変わります。

補足情報（あれば教えてください）

- 公式サイトURL（お持ちの場合）
- 現在使っている求人ページのURL（Indeed、マイナビ等）
- 一番困っている採用課題（一言で結構です）

Step 2：申し込み

無料相談で納得いただけたら、正式にお申し込みください。

- モニタープラン or 通常プランを選択
- 契約書の取り交わし
- 制作開始のご案内



この段階で、詳細なヒアリングシートをお送りします。

Step 3：ヒアリング・制作・公開

ヒアリング（60～90分）

事前にご記入いただいたヒアリングシートをもとに、Zoom/対面で詳しくお話を伺います。

- 採用課題、社風、求める人材像を深掘り
- 表面的な情報ではなく、本質的な魅力を引き出します

制作（約3～4週間）

素材をいただいてからLP完成まで。

- スマホ撮影の写真でOK
- 社員インタビューも柔軟に対応
- 納得いくまで調整

公開

完成後は即座に公開し、採用活動を開始できます

終わりに

求人広告費を「消費」から「投資」へ

毎月の求人広告費を払い続けるのではなく、自社の採用資産を築くという選択肢を、ぜひ検討してみてください。

一度作れば長く使える採用LP。

維持費0円で、24時間365日、御社の魅力を伝え続けます。

0円モニター募集中

現在、先着3社限定で0円モニターを募集しています。

条件

- 実績公開へのご協力
- 本気で採用を変革したい意欲のある方

提供内容

- 採用LP制作
- LINE窓口初期設定
- サーバー維持費0円設計

月額管理費なし

(ドメイン実費：年額数千円のみご負担)

無料相談はこちら

LINEで今すぐ無料相談を始めましょう。



しつこい営業は一切ありませんのでご安心ください。

- 20 -

制作・発行

建設業界専門 採用LP制作 運営代表：渥美 絵里

Webとしくみをつくる | web-tsukuru.jp