

なぜ、あの会社には人が集まるのか？

求職者に **選ばれる** ための

採用ブランディング 入門



電気工事業界の人手不足が深刻化する中、多くの会社が採用に苦戦しています。

一般的な業種であれば、採用に困った時は「人材紹介会社に依頼すればいい」と考えるかもしれませんが、電気工事士の採用においてはそれができません。現場で作業を行う電気工事士の有料職業紹介（人材紹介）は、職業安定法により原則として禁止されているためです。

一般的な求人サイトに掲載しても、多くの職種の中に埋もれてしまい、電気工事士の目に留まりにくい。ハローワークでは若い世代や経験者にアプローチしづらい...

そんな制約の多い環境でも、なぜか人材が集まる会社があります。その違いは何でしょうか？
実は、人材が集まる会社は「選ばれる理由」を明確に打ち出し、求職者に魅力的な未来を提示することで、自然と人材を惹きつけているのです。

このホワイトペーパーでは、採用難の現代において、求職者から選ばれるようになる「採用ブランディング」の基本的な考え方と実践方法をご紹介します。限られた選択肢の中で最大の効果を生み出すためのポイントを分かりやすく解説していますので、ぜひ最後までご覧ください。

1. 電気工事士は採用難の時代	04
2. 「待ち」の採用から「魅せる」採用へ	07
3. そもそも「採用ブランディング」とは?	08
4. 【ワークシート】自社の「採用ブランド」を発見しよう	09
5. 発見したブランドを"見える化"する情報発信術	11
6. 貴社だけの"物語"で、未来の仲間と出会う	13
7. 最適な"発信場所"を選び、ブランドを届ける	14
8. お問い合わせ窓口	17

様々な要因により、昨今は電気工事士の採用が難しい状況です。

①有効求人倍率

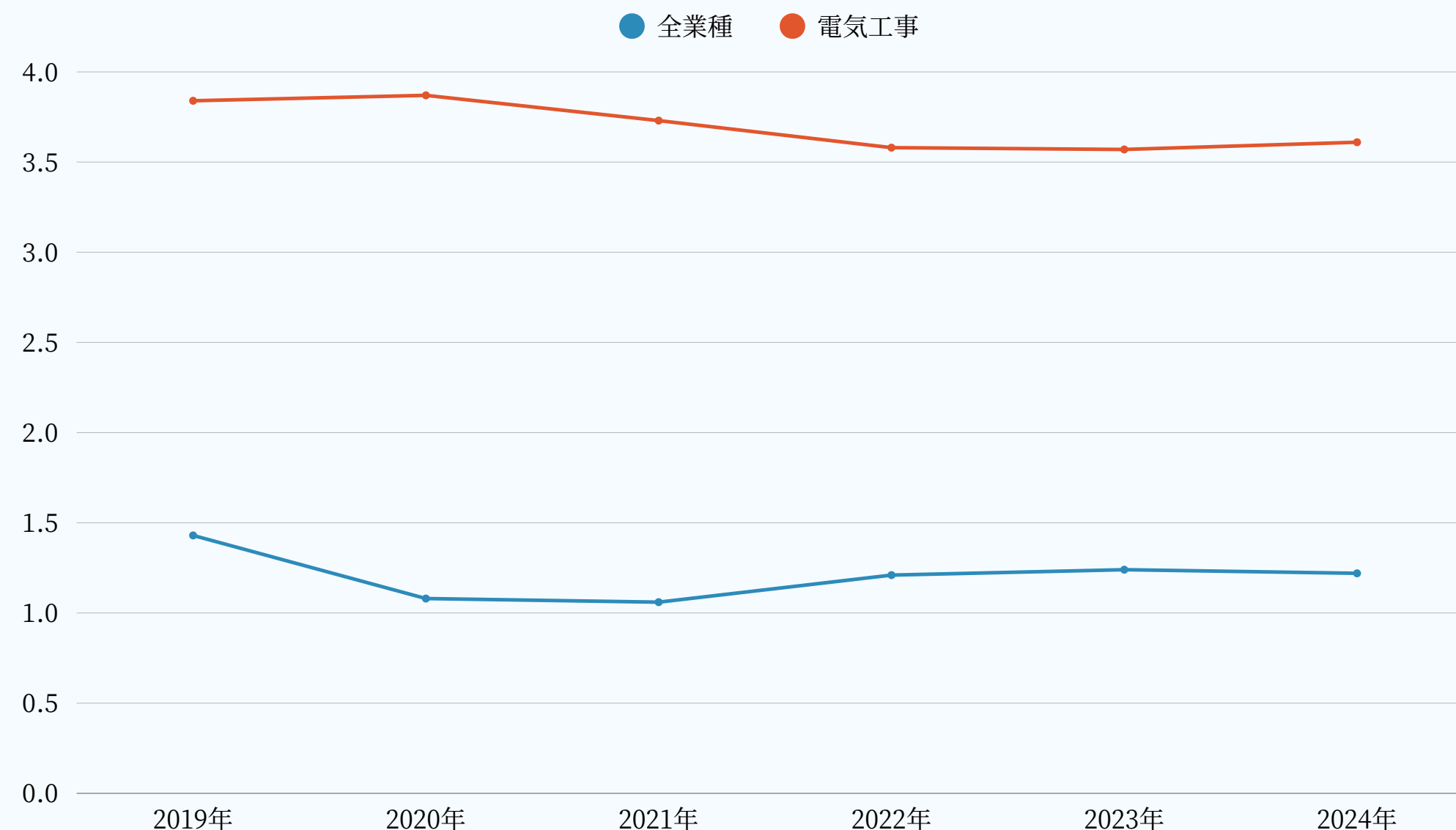
最新の有効求人倍率は、**全業種の平均値が1.17倍に対し、電気工事士は3.81倍**にまで上がっています。

これは、一般的な職種では1人の求職者に1社程度の求人があるのに対し、**電気工事士では1人の求職者に3～4社が集中している**ことを意味します。

※右グラフは、電気工事業と一般職の有効求人倍率推移。

※最新データは2025年6月時点。パートを除く。

※参考：[一般職業紹介状況 参考統計表](#)（厚生労働省）



**電気工事士の有効求人倍率は高く、
1人の求職者を複数社で取り合っている状況**

②電気工事士資格保有者の人手不足

電気工事士の資格保有者は高齢化しています。

第一種電気工事士の資格保有者は、**50歳以上が60%**、第二種電気工事士は**50歳以上が51%**と、共に50歳以上が半数を占めています。

高齢化している原因として大きいのが「少子化」と「入職率の低さ」です。

特に、これまで主な採用ターゲット層となっていた工業高校の卒業生が減少していること、また、認定校数が減少傾向にあることが大きく影響しています。

このような現状の結果、第一種電気工事士は2020年前半に2万人程度、第二種電気工事士は2045年に0.3万人程度の人手が不足する見込みとなっています。

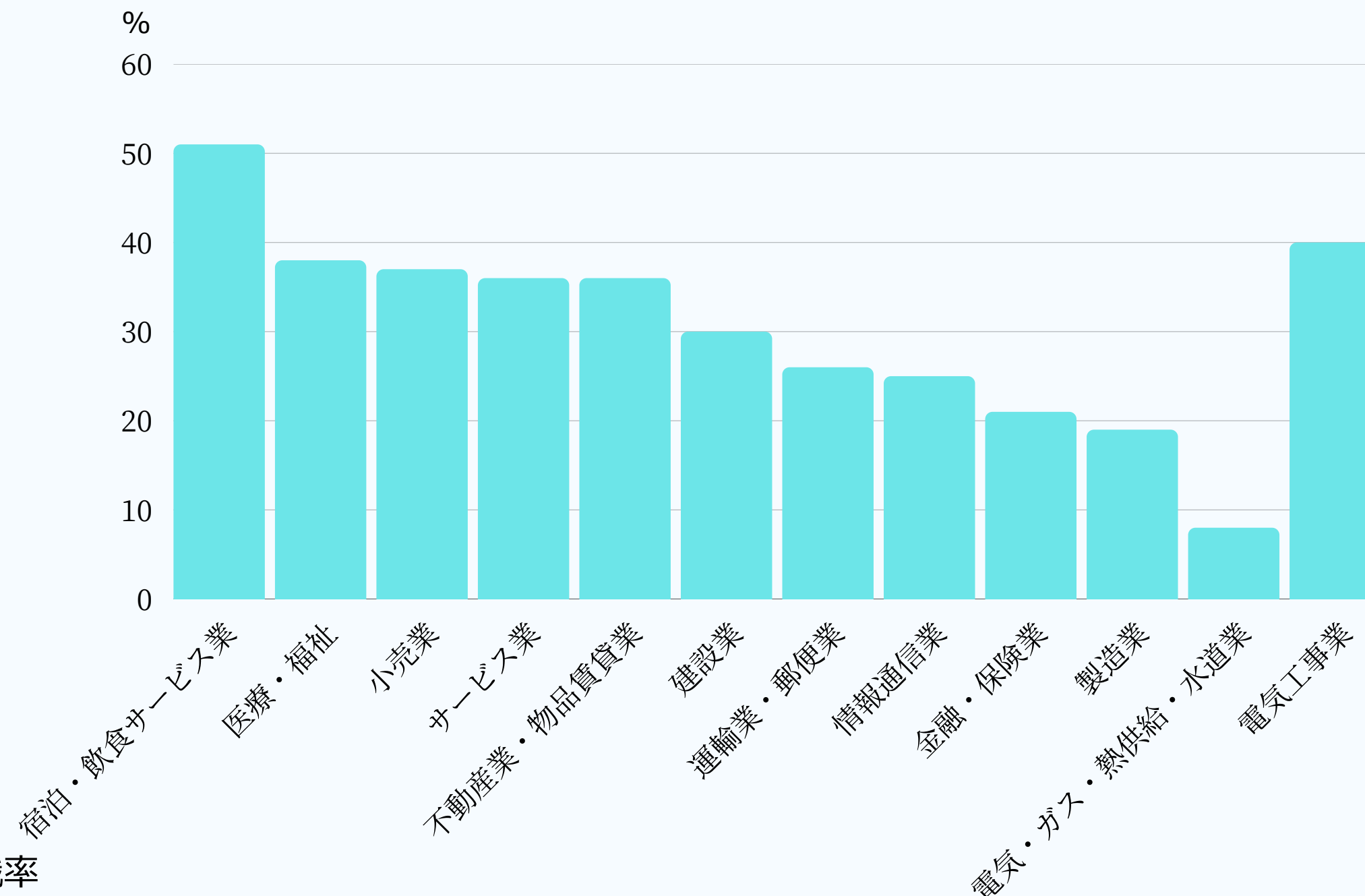
※参考：[電気保安人材の中長期的な確保に向けた課題と対応の方向性について](#)（経済産業省）

**電気工事士は現在の50歳以上が退職すると
人手不足が加速すると懸念されている**

③離職率の高さ

電気工事業の3年後離職率は、
高卒・大卒ともに20～40%です。
新卒で入社した人のうち、
5人に1人～2人ほどが離職しています。

右のグラフの通り、他業種と比較しても
高い離職率であることが分かります。



※右グラフは、大卒就職者（2013年3月卒）の就職3年後離職率

※参考：電気保安人材の中長期的な確保に向けた課題と対応の方向性について（経済産業省）

**電気工事業は3年後離職率も高いため、
若手人材の定着が課題となっている**

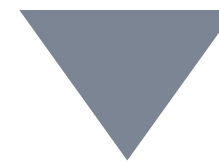
「待ち」の採用から「魅せる」採用へ

人材紹介に頼らないと決めた今、多くの電気工事会社が直面する課題があります。



「どうやって自社の存在を知ってもらおうか？」

「求人サイトに掲載しても応募が来ない」「ハローワークでも効果が薄い」



自社の魅力をブランドとして発信し、求職者を惹きつける **【採用ブランディング】** が重要

経験豊富な電気工事士ほど、会社選びの基準は多様化しています。

給与や休日だけでなく、「この会社で働く意味」を求める求職者も増えています。

待っているだけの「待ちの採用」から、
積極的に自社の魅力を発信する「魅せる採用」へ

そもそも「採用ブランディング」とは？

採用ブランディングとは

「他社ではなく、"あなたの会社"で働きたい、と思ってもらうための活動」

右グラフは、厚生労働省が調査した一般的な転職理由です。
このように、求職者は必ずしも給与面を最重視しているとは限りません。

◆求職者が給与面以外で重視すること

【やりがい】

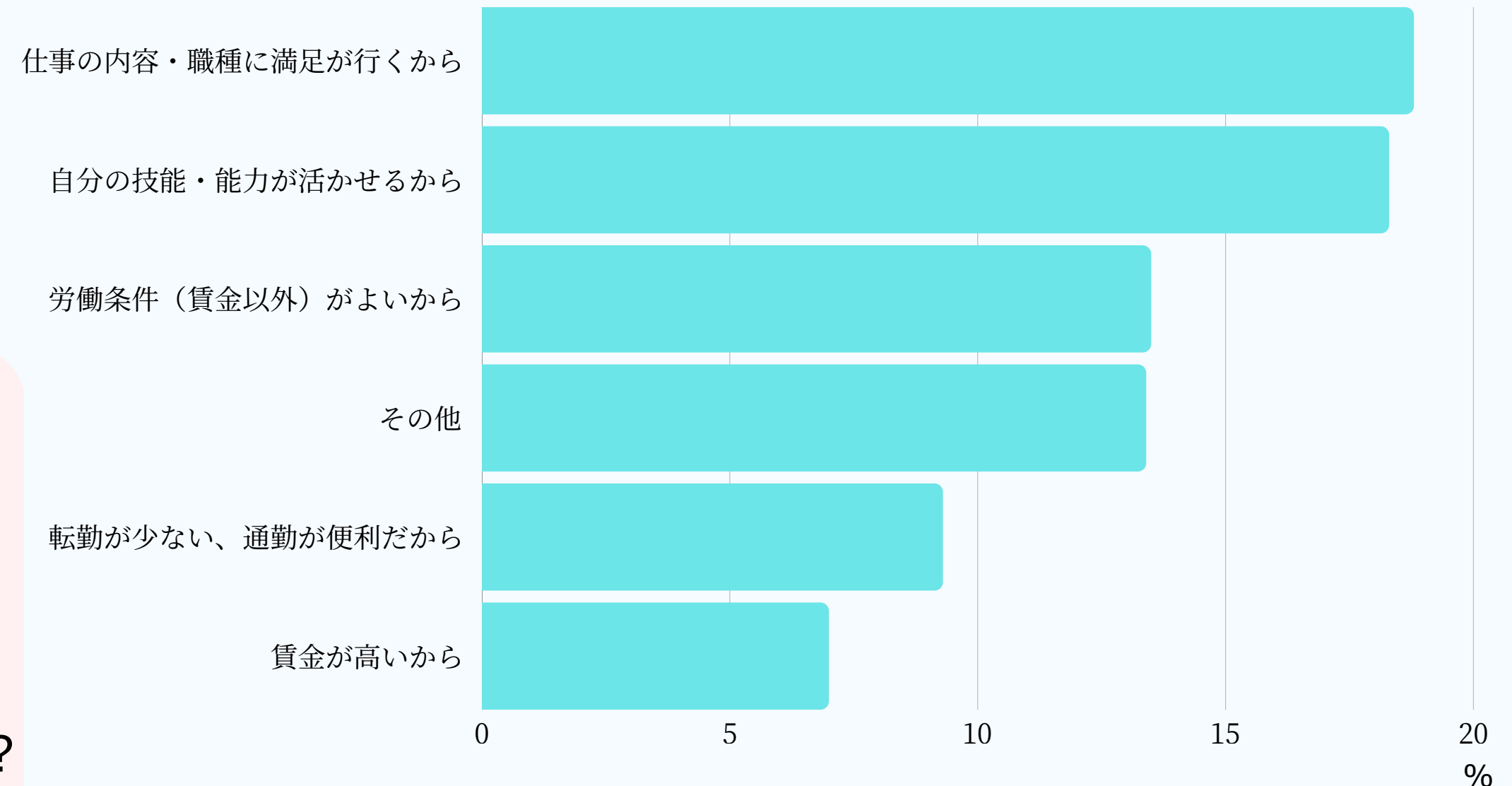
技術を活かせる案件に携われるか？

【成長環境】

新しい技術や資格取得をサポートしてくれるか？

【企業の価値観】

会社の理念や方向性に共感できるか？



※参考：上グラフは、現在の勤め先を選んだ一番の理由別転職者割合

※参考：令和2年転職者実態調査の概況（厚生労働省）

【ワークシート】 自社の「採用ブランド」を発見しよう

「うちには特別な魅力なんてない」と考えていませんか？

→必ずあなたの会社ならではの価値があります！！

以下の質問に答えて、自社の隠れた魅力を発見しましょう！（次頁に記入式ワークシートあり）

【1.仕事内容・技術について】

- 私たちが手掛ける仕事の、一番の"こだわり"は？
- お客様から最も感謝される瞬間は？

【2.会社の価値観・理念について】

- 創業時から変わらない、会社の"信念"は？
- 困った時に社員同士で助け合った具体的なエピソードは？

【3.職場環境・文化について】

- 職場の自慢できる"雰囲気"や"文化"は？
- ベテラン社員が長く続けている理由は？

【4.成長・キャリアについて】

- 資格取得や技術習得のサポート体制は？
- 将来的に社員にどんな活躍をしてほしい？

質問	回答（実際に自由に記載してみましょう）
私たちが手掛ける仕事の、一番の"こだわり"は？	
お客様から最も感謝される瞬間は？	
創業時から変わらない、会社の"信念"は？	
困った時に社員同士で助け合った具体的なエピソードは？	
職場の自慢できる"雰囲気"や"文化"は？	
ベテラン社員が長く続けている理由は？	
資格取得や技術習得のサポート体制は？	
将来的に社員にどんな活躍をしてほしい？	

魅力を発見しても、伝わらなければ意味がない…

→求職者の心に響くような「文章」や「写真」で伝えることが大切！！

特に下記3点は、自社の魅力を伝えやすい項目です。

- ①社員インタビュー記事
- ②現場の写真とストーリー
- ③代表メッセージ

【①社員インタビュー】

▼発信のポイント

- 仕事のやりがいを体験談で表現
- 成長実感を数字や資格取得で示す
- 入社の決め手を具体的に語ってもらう

例

**R.Yさん**
施工職

年齢：20代 性別：男性 社歴：3年

Q 数ある求人の中から、この会社へ入社を決めた理由は？
前職でたまたま今の会社の社長とお会いする機会があり、そのときの仕事に対するストイックな姿勢にすごく感動しました。ダメなところはちゃんと叱るなど、当たり前のことを当たり前にするって意外と難しい世の中で、この人はしっかりできる人なんだと思って！それが入社の決め手ですね。

Q やりがいを感じるポイントは？
自分たちが手がけた建物が完成して、実際にそこを使っている人たちの姿を見ると、じわっと達成感が湧いてきますね。「ここで働いている人や生活している人がいるんだ」と実感すると、すごくやりがいを感じます。

Q 社内の雰囲気は？
めちゃくちゃ明るくて、活気のある職場です。現場ではもちろん安全第一で真剣にやっていますが、休憩中になると急にスイッチが切り替わって、仕事の話からくだらない話まで、わいわい盛り上がっています(笑)。少人数の職場なので、変な気を遣うことも少ないし、もうほんとに“家族”みたいな感じですね。この仲間と一緒に働けていること自体が、自分にとってはすごく嬉しいです！

②現場の写真とストーリー

例

▼発信のポイント

- どんな案件を手掛けているかビジュアルで表現
- 作業中の真剣な表情や、完成後の達成感を撮影
- チームワークの良さが伝わる場面を切り取る



③代表メッセージ

例

▼発信のポイント

- 会社の未来像を熱く語る
- 求める人物像を具体的に描く
- なぜこの仕事にこだわるのかを伝える

Q 自社の強みは？

うちの強みは、「決めたことをきちんと守る」という姿勢だと思います。工程通りに、遅れなく、丁寧に仕事をやり切る。これを当たり前のこととして全員が意識しています。それから、団結力かな。困ったときは声をかけ合えるし、自然と助け合う空気がある。そういうチームとしてのまとまりがあるのは、長くやってきた中でも本当にありがたいと感じますね。

Q この会社で成長できる場所は？

技術的な成長はもちろんですけど、それ以上に「人としてどうあるか」という部分が大きく鍛えられます。たとえば、責任感を持って仕事を任されることだったり、言葉遣いや周りへの配慮だったり。正直、最初は戸惑うこともあると思うけど、それも含めて一歩ずつ自分を成長させてくれる場所です。

Q 応募者の方へのメッセージをお願いします！

正直に言うと、楽な仕事ではありません。外での作業もあるし、夏も冬もなかなか大変。でもね、そういう中でも「負けたくない」「やり切ってみよう」と気持ちがあれば、必ず伸びます。言われたことをやるだけじゃなくて、自分で考えて動けるようになったら、もう一人前です。こっちも全力でフォローするし、失敗しておかまわらないから前向きに頑張ってください。一緒に現場で汗をかきながら、成長していけたら嬉しいですね。

採用ブランディングは、唯一無二の会社の物語を紡ぐ活動！

どの企業においても、創業からの歴史、乗り越えてきた困難、大切にしている価値観、そして描いている未来があります。

→これらの全てが、他社にはない「物語」を形作っています。

【採用ブランディングがもたらす3つの変化】

①「選ばれる会社」への転換

従来の「人手不足だから誰でも採用」から「この会社で働きたい人が集まる」状態へ。求職者から選ばれる立場に変わります。

②離職率の改善

会社の価値観に共感して入社した社員は、ミスマッチが少なく定着率が向上します。

③コスト削減

離職率の改善により、採用コストや教育コストなどを削減できます。

素晴らしいコンテンツを作っても、届ける場所を間違えるとターゲットに届かない…

→自社のターゲットがより集まっている求人媒体を選ぶことが重要！

求人媒体は一般的に「総合型求人媒体」「業界特化型求人媒体」に分かれます。
“求人サイト”と言われて真っ先に思いつくような大手求人サイトのほとんどは
「総合型求人媒体」にあたりますが、電気工事士のような専門職の採用の場合、
必ずしも「総合型求人媒体」の大手サイトを利用することが最善策とは限りません。

▼総合型求人媒体のメリット

- 多職種の求人が掲載される
- ユーザー数が多い
- 若手や未経験者など幅広い属性のユーザーが利用する

▼総合型求人媒体のデメリット

- 電気工事士の求人が埋もれる恐れがある
- 業界特有の専門用語や仕事内容が伝わりにくい
- 職人氣質や現場重視の価値観を十分に理解していない求職者からの応募も多い

**大手求人サイト（総合型求人媒体）は間口が広い分、
自社が求めるターゲットに届きにくいという懸念点がある**

「業界特化型求人媒体」は、一般的な求人媒体よりもユーザー層が限定される…
→**だからこそ、自社が求める人材にぴったりのユーザーに出会える！**

業界特化型求人媒体は、サイト全体のユーザー数は少ない場合が多いです。
しかしながら、業界が絞られているからこそ、
専門資格や豊富な経験を持つユーザーや、業界に興味関心があるユーザーが集まるため、
総合型求人媒体と比べてミスマッチの少ない採用活動が期待できます。

▼業界特化型求人媒体のメリット

- 求人が埋もれにくい
- 有資格者や経験者のユーザーが多い
- 未経験者でも業界への関心度が高いため、ミスマッチが起きにくい

▼業界特化型求人媒体のデメリット

- 総合型と比べて、求人掲載数が少ない
- 総合型と比べて、ユーザー数が少ない

**業界特化型求人媒体は、有資格者や経験者、
意欲の高い人材が集まるため、ミスマッチが起こりにくい**

最適な"発信場所"を選び、ブランドを届ける

電気工事士の業界特化型求人媒体なら、「工事士.com」

電気工事士の業界特化型求人媒体なら、「工事士.com」にお任せください。
月間45万人が利用する求人サイトで、有資格者や経験豊富な求職者も多くいます。

また、弊サイトでは電気工事士などの「お役立ちコラム」や「過去問クイズ」も掲載しているため、未経験者であっても電気工事への意欲が高いユーザーが集まっています。

▼「工事士.com」掲載企業様の採用成功事例

- 「どうやったら人が採れるんだろう」と困っていた中で、原稿を作成する時にも当社の魅力を最大限にアピール方法を営業さんが一緒になって考えてくれた。それが届いたのか、即戦力とやる気のある方を採用できた。（A社・東京都・電気工事業）
- 一般的な求人媒体では自社の求人が見つけられにくいという課題があったが、「工事士.com」で電気工事士の資格を持った意欲ある方を採用できた。（B社・千葉県・電気設備の保守点検業）



成功事例をもっと見たい方はこちら▼

<https://koujishi.com/guide/example/>

職人さんの、一番近くに。電気設備業界専門の求人サイト

今から始める「採用ブランディング」。工事士.comが貴社の採用成功を全力でサポートします。

▼このような方はお気軽にご相談ください

「どうやって自社の魅力を伝えればいいかわからない」「求人を出しても全然応募が来ない」

「人材紹介が使えないので、どうしていいか困っている」

「採用ブランディングに興味があるが、何から始めればいいかわからない」

サービスや資料に関するご質問は、以下からお問い合わせください。

 **電話でのお問い合わせ**

0120-6951-57 [平日 9:30~18:30]

 **メールでのお問い合わせ**

info@koujishi.com

 **弊社ホームページから**

https://koujishi.com/guide/contact/