SERVICE GUIDE　サービス紹介

私たちは、経営者が描いた成長ビジョンを、人材獲得までつなげる会社です。

「この人と働きたい」が生まれる、採用の仕組みをつくります。

採用戦略の設計から、クリエイティブ、マーケティングまで一貫して支援し、欲しい人材に見つけてもらい、理解され、選ばれる採用を実現します。



株式会社クロコ　QUROCO Inc.

CONTENTS 目次

ご提供するサービス

01	クロコができること	3つのサービス・導入効果・ご支援の流れ	P.03
02	採用クリエイティブ	「採れる」採用サイトを設計から制作まで	P.08
03	主な制作実績	これまでに制作した採用サイトの抜粋	P.19
04	採用支援	採用戦略（TMP）の設計から運用・定着まで	P.24
05	ITセキュリティ	WEBサイト保守／評判管理	P.34
06	会社について	ビジョン・会社概要・ご相談の窓口	P.37

CHAPTER

01

クロコができること

採用サイトの制作から採用支援、公開後の保守まで。サービスの全体像と導入効果をご紹介します。



採用に強い企業サイトという考え方

3つのサービス

導入効果

ご支援の流れ

01　クロコができること

採用に強い企業サイトを、設計から制作まで。

採用サイトには、企業の想いやビジョン、仕事へのこだわりなど、伝えたい魅力がたくさんあります。
その魅力を届けるために、まず求職者が知りたい情報を分かりやすく伝えることを大切にしています。

01

求職者との、最初の接点。

企業サイトは、求職者との最初の接点です。営業と異なり、求職者には後から説明する機会が限られます。だからこそ、初回訪問時に関心を持ってもらえる設計が重要です。

02

設計から制作まで、一貫して。

「採れる」採用サイトを、設計から制作まで。多様な求職者ニーズを踏まえ、応募につながるコンテンツ設計を行い、撮影・原稿制作までを担当します。

03

作って終わりに、しません。

公開後の採用運用とWEBサイト保守まで継続してお手伝いします。採用の仕組みそのものが社内に残る状態を目指して伴走します。

企業サイトはその会社の魅力を洗い出しきれば、10年以上運用できます。

3つのサービスで、採用から定着・運用までを支えます。

採用サイトをつくるだけでは、採用は前に進みません。入口づくりから日々の運用、公開後の保守まで一貫して担います。

01

採用クリエイティブ

採用に特化したサイト・採用ツールの制作。母集団形成と応募改善を担う入口をつくります。

- 採用サイト・コーポレートサイト制作
- 採用戦略／コンテンツ設計
- 撮影・原稿制作／スマホ最適化

02

採用支援

採用戦略の立案から運用代行まで。採った後の定着・成長サイクルまで支援します。

- 採用計画・ターゲット設計
- 求人票の改善／採用チャネル選定
- 採用プロセス整備・定点レビュー

03

ITセキュリティ

公開したその日から守り続ける。事業継続を支える運用基盤づくりを担います。

- WEBサイト保守（7つの保守プラン）
- 評判調査・最適化
- 投稿監視・アラート対応

01 導入効果

採用単価を下げ、採用活動を前へ進める。

会社のそのままの資産を洗い出した採用サイトは、中長期の採用単価を下げます。運用支援まで組み合わせれば、採用の負担そのものが軽くなります。

採用サイトを導入すると

01 **自社サイト経由の応募は、成功報酬ゼロ。**
媒体・エージェント経由なら 1名あたり百万円超の紹介料がかかるケースも。

02 **スカウト媒体の返信率が上がる。**
スカウトを受け取った候補者の 9割は、その会社のサイトを見ています。

03 **面接の質が変わる。**
自社を深く知ったうえで来る候補者との面接は、見極めの精度も変わります。

04 **ミスマッチが減る。**
背伸びしない正直な情報開示は、価値観の合う人を集め、早期離職を防ぎます。

05 **10年使える。**
戦略から丁寧に作った採用サイトは、流行に左右されない資産になります。

採用支援を導入すると

01 **採用担当の時間を確保できる。**
求人票の更新や応募者対応、日程調整などの実務をサポートします。

02 **応募者対応をスムーズに進められる。**
応募受付や日程調整などの運用を仕組み化します。

03 **求人票の内容を磨ける。**
求職者が知りたい情報を整理し、企業の魅力が伝わる求人票へ改善します。

04 **採用コストの最適化につながる。**
自社で採用できる仕組みを育て、中長期的なコスト最適化を目指します。

05 **採用のノウハウが社内に蓄積される。**
進め方や考え方も共有し、継続して活用できる仕組みが残ります。

01 ご支援の流れ

制作から、運用・保守まで。必要な範囲だけでも。

採用サイトの制作を起点に、公開後の運用支援やセキュリティ保守まで一貫して対応できます。

ヒアリング・設計	制作	運用支援	セキュリティ・保守
		（ご契約次第）	（ご契約次第）
課題ヒアリング	取材・撮影	母集団形成の施策	WEBサイト保守
構成・サイトマップ	コンテンツ設計	流入・応募の改善	監視・アラート対応
お見積りのご提出	デザイン・実装	定期レビュー	評判管理
	納品・公開		

運用・保守はご契約次第です。母集団形成や流入施策は社内で巻き取っていただくことも可能で、必要な範囲だけのご契約やスポットでのご相談にも対応しています。

CHAPTER

02

採用クリエイティブ



採用サイトを中心に、会社や仕事の魅力を掘り起こし、求職者に伝わるクリエイティブへ。
“選ばれる理由”から設計します。

なぜ採用サイトが必要か	働く姿をイメージさせる	募集要項で答えきる	サイトの位置づけ	制作の進め方 10工程	制作のポリシー

02　採用クリエイティブ

応募者数は、「アクセス数　× 応募率」で決まります。

小さい会社が人を採るために必要な要素は2つ。求人を知ってもらう「アクセス集め」と、興味を持った人が応募まで進む「受け皿」です。

① アクセス集め（導線設計）

目的

会社の求人を知ってもらい、興味を持ってもらう。

- 求人媒体・Indeed
- 検索（Google・Yahoo!）
- SNS・動画（YouTube広告など）
- フリーペーパー・地元求人誌
- 人材紹介
- 縁故・リファラル採用

これまでの採用手法も、使えるものはすべて活用します。

×

② 採用ページ（受け皿）

目的

興味を持った人に、応募・面接まで進んでもらう。

求職者を惹きつける 3つのコンテンツ

働き甲斐　**働きやすさ**　**安心感**

理念・代表メッセージ・仕事内容・実績／福利厚生・社内環境・キャリアステップ／社員インタビュー・よくある質問

応募・エントリー　会社見学・選考・体験入社　入社

応募者の9割が、企業のホームページと採用ページを見ています。（キャリタス就活調べ）

02　採用クリエイティブ

情報がなければ、応募は起きません。

いくらアクセスを集めても、採用情報が少なければ採用にはつながりません。求めていない人からの応募が増えるだけです。

採用情報が少ないと、求職者は判断できない

どんな会社か、わからない

事業も雰囲気も伝わらないまま、候補から外れる。

どんな仕事をするか、わからない

具体的な仕事内容が書かれていない。

何ができるようになるか、わからない

働くメリットも、身につくものも見えない。

そんな会社に、優秀な人は来ない。

入社は、人生を賭けた選択

商品を買う・サービスを受ける

買ってダメだったら、次は買わなければいい。

会社を選ぶ

やり直しがききません。だから求職者は、慎重に情報を見ます。

会社選びは、モノを買うのとは全然違う。

商品情報がなければ、
お金は払わない。

仕事の情報がなければ、
応募しようと思われない。

02 採用クリエイティブ

求人で人が集まるかは、「働く姿をイメージできるか」で決まります。

大企業はネームバリューと看板で選ばれます。中小企業は、そもそも会社・仕事・商品を知られていません。だからこそ、情報量が要ります。

求職者の頭の中にある問い

- この会社で働いたら、どんなことができるようになるのか
- どんな仕事を、自分が行うことができるのか
- 何が身につき、どんな風に働くことができるのか
- 将来、自分はどのような人材になれるのか
- 給与は順調に増えそうか。自分は成長できそうか
- 楽しく働けるか。どんな環境で、どんな経験を得られるのか

これらを、採用コンテンツや求人票を見て判断しています。
多くの採用情報は仕事内容も働くメリットも不明で、イメージできません。

最初に決めるのは「求人情報」

欲しい人材・採用したい職種は何か。まず自社が求めている職業情報から考えます。

01 求人情報の全体像	02 求人する職種の名前
03 仕事の目的	04 仕事の役割
05 仕事の内容	06 仕事の流れ
07 得られるベネフィット・身につくスキル	08 どんな人にオススメか

情報をたくさん書く → 働く姿がイメージできる → 応募がくる → 採用できる

02　採用クリエイティブ

募集要項で、求職者の問いに答えきる。

求職者が知りたいことは、ほぼ決まっています。採用サイトと募集要項がその問いに答えられているかが、応募の分かれ目です。

① 職種名	② 給与	③ 仕事内容	④ アピールポイント	⑤ 求める人材
欲しい人材、採用したい職種は何か その仕事で得られるベネフィット・スキルは何か 求職者が求める「仕事の意味」は何か	給与制度・福利厚生・昇給制度のすべて いつ、どのように昇給が決まるのか 5年後・10年後、どう変わっていくのか	何のためにその仕事は存在するのか 具体的に何を、どのように行うのか 1日のスケジュールの流れは	その仕事で会社は世の中にどう貢献するのか 身につくスキルは今後どう役立つのか	どんな人が自社で活躍しているか その特徴を活かして働くイメージが湧くか ※特定の属性・年齢層は記載できません

特に手薄なのが、「給与」です。

「いくらもらえるか」だけでなく、「いつ・どうすれば上がるのか」「5年後・10年後にどう変わるのか」まで書けている会社は、ごくわずかです。
ここを開示できるかどうかで、集まる人の質は大きく変わります。

さらに載せたいもの

- 社員の声（インタビュー）
- 会社紹介（創業ストーリー）
- ヘッドライン「求む！〜な人」
- よくある質問（FAQ）

02 採用クリエイティブ

良いマッチングを増やし、幸せに働く人を増やす。

質実剛健な採用サイトを軸に、企業と求職者のあいだにある情報の断絶を埋める。それが、私たちの採用サイト制作です。

採用サイトの “もったいない ”ポイント

欲しい情報が載っていない

抽象的なコピーだけで、具体的な仕事内容が分からない

載っていても見つからない

募集要項が「Entry」「Join us」の奥に隠れている

入社後に「あれ、違う」

情報不足のまま入社し、ミスマッチで早期離職につながる

私たちの答え

採用サイトは「募集要項の拡大版」。

ブランディングではなく、会社を理解いただいた上で応募から逆算する設計にします。

正直で、具体的な情報を載せる	その会社の“らしさ”を言語化	納得して入社できる人を増やす

求職者が本当に知りたい情報

- 募集要項
- 具体的な仕事内容
- 給与の決まり方・上がり方
- キャリアパス
- 教育制度
- 福利厚生
- 一緒に働く社員の声

02 採用クリエイティブ

「採用サイトを別に作るべきか」は、経営課題で決まります。

企業サイトに持たせる役割は、ひとつではありません。いま何を最重要課題と考えるかによって、サイトの"主役"は変わります。

マーケティング型	採用型	コーポレートブランド型	オウンドメディア型
経営課題 **仕事・引き合いを増やしたい**	経営課題 **人を採ることが最優先**	経営課題 **会社の信頼・認知を高めたい**	経営課題 **検索流入や接点を増やしたい**
サイトの主役 サービス紹介と問い合わせ導線が主役	サイトの主役 募集要項・仕事内容・働く人が主役	サイトの主役 理念・実績・沿革が主役	サイトの主役 記事などの発信コンテンツが主役

経営課題として「仕事を取ること」より「人を採ること」の重要度が高いなら、

メインサイトごと採用目的に振り切る選択肢もあります。会社の状況に合わせてご提案します。

採用サイトは、あらゆる導線の先にある「受け皿」。

検索・SNS・求人媒体・紹介——すべての流入を応募につなげるのが採用サイトです。母集団は認知チャネルでつくり、サイトで応募に転換します。

① まず、知ってもらう

- 検索（指名検索）
- SNS・動画
- 求人媒体
- 紹介・リファラル

② サイトで理解し、応募する

採用サイト ＝ 受け皿

働き甲斐 / 働きやすさ / 安心感

求職者が知りたい情報にきちんと答え、応募まで迷わず案内するページです。

③ 選考へ進み、入社する

応募 → 選考 → **入社**

フリーペーパーやハローワークなども入口になります。

どの経路から来ても、最後に見られるのは採用サイト。ここでの情報の充実度が、応募数を左右します。

※母集団形成＝自社の求人に興味を持つ人を集め、応募候補の集まりをつくること／リファラル採用＝社員紹介による採用

制作の進め方 ― 戦略から公開後まで、10の工程。

戦略とデザインは人が守り、リサーチ・整理・検証はAIが担当。それぞれの工程で何をするのかを、ひと目で分かるようにまとめました。

01 設計
ヒアリング・戦略設計
課題と目標をうかがい、採用の方針を決めます

02 設計
競合・市場リサーチ
他社の求人や市場の状況を調べます

03 設計
サイトマップ設計
載せる情報とページ構成を決めます

04 制作
写真撮影
職場と働く人を訪問して取材・撮影します

05 制作
ワイヤーフレーム＝原稿
各ページの文章と設計図をつくります

06 制作
デザイン
会社らしさが伝わる見た目に仕上げます

07 制作
コーディング・CMS
自社で更新できる仕組みでサイトを組み立てます

08 制作
テスト
全ページの表示・動作を確認します

09 公開・運用
公開
表示や検索の設定を整えて公開します

10 公開・運用
運用保守
公開後も更新・保守・改善を続けます

貴社にお願いするのは、取材・撮影へのご協力と、各工程でのご確認が中心です。

02　採用クリエイティブ

抽象的な表現ではなく、具体を、数多く。

Webでは長い文章ほど読まれません。「読ませる」より「見て分かる」情報量を増やすことを制作方針にしています。

01

抽象コピーより、具体情報。

「挑戦できる環境」ではなく、実際の仕事内容・数字・エピソードで語ります。求職者が判断できる材料を揃えることを優先します。

02

アイキャッチ・図解まで内製。

写真、図版、バナーの制作も社内で対応。伝わる形を外注任せにせず、原稿と一体で作り切ります。

03

長文に頼らず、見て分かる形へ。

文章量を増やすのではなく、図解・写真・見出しで理解できる構成に。スクロールしながら要点が拾える設計にします。

04

情報は削らず、探しやすく整理する。

求職者が知りたい情報を減らすのではなく、探しやすい順番と導線に整理します。量と分かりやすさを両立させます。

20〜28%

Webページに書かれた文章のうち、実際に読まれるのはこの程度にとどまる、という調査結果があります。

出典：Nielsen Norman Group「How Little Do Users Read?」（2008年）。だからこそ、文章を長くするのではなく、具体的な情報と図解で「見て分かる」状態をつくります。

02　採用クリエイティブ

必要な部分だけのご依頼も、承ります。

事業や仕事内容を理解し、求職者に伝わる情報へ整理する工程が欠かせません。採用戦略の設計から取材・原稿作成までを担当いたします。

対応できること

採用戦略設計	求職者ペルソナ設計	情報整理	コンテンツ企画
社員インタビュー	原稿作成	ワイヤーフレーム作成	撮影ディレクション

制作会社様との協業も可能です。

デザイン・実装は制作会社様、採用領域の設計・コンテンツ企画は私たち。役割を分担しながら一つのプロジェクトを進めることもできます。スポットでのご相談にも柔軟に対応しています。

予算は、事業フェーズに合わせて。

1ページ構成から20ページ超の本格構成まで対応します。規模に合わない過剰投資はおすすめしません。ご相談・お見積りは無料です。

よくあるご質問

Q. 採用サイトを作れば応募は増えますか？

作っただけでは激増しません。母集団形成とセットで考えます。

Q. 採用サイトがなくても依頼できますか？

可能です。求人票の改善と媒体運用だけでも成果は変わります。

Q. 対応できる職種・業界は？

運送・建設・工事・製造のほか、士業・クリエイターなども。

CHAPTER

03

主な制作実績



これまでに制作した採用サイトの一部を、抜粋してご紹介します。

採用サイト制作

課題と制作のポイント

実績抜粋

採用サイト制作でご一緒した企業の一部をご紹介します。



奥洲物産運輸株式会社　様

https://recruit.oushu-bussan.co.jp/

運送会社らしさにとらわれない、軽やかで先進的なデザインが特徴の採用サイト。社員や職場の写真を通して働く雰囲気を伝え、仕事内容や企業の魅力を身近に感じられるサイトに仕上げています。



株式会社双葉運輸　様

https://recruit.futabagroup.jp/

「社員や家族が誇りをもてる物流企業に」という想いを軸に、社員や職場の写真を交えながら、仕事内容や働く環境、キャリアプランを紹介。双葉運輸様で働く魅力を具体的に伝える採用サイトです。



共同サービス株式会社　様

https://kyodosv.com/

「地域の『日常』を守り抜く」という想いを軸に、食品物流を支える仕事内容や社員の姿を紹介。現場の写真を通して職場の雰囲気を伝え、共同サービス様で働く魅力が感じられる採用特化サイトです。

実績抜粋

採用サイト制作でご一緒した企業の一部をご紹介します。



梅沢企業株式会社　様

https://www.umezawa-kigyo.co.jp/

創業から受け継がれてきた「人を大切にする」想いを軸に、仕事内容や職場環境、企業の歴史を紹介。レトロなデザインと当時の写真も活かし、梅沢企業様の歩みや働く魅力が伝わる採用サイトです。



株式会社 B･I 様

https://www.biunsou.co.jp/

運送や倉庫、共同配送など、物流を支える幅広い仕事を紹介。仕事内容や働く環境、社員の姿を通して、物流の仕事の役割や、B･I様で働くイメージを具体的に伝える採用サイトです。



株式会社橋口ホールディングス　様

https://www.hashiguchi-group.jp/

グループ各社の事業内容や物流サービスの特徴を紹介し、橋口ホールディングス様の幅広い事業展開を伝えるサイト。シンプルで見やすいデザインを通して、企業としての信頼感やグループ全体の強みを表現しています。

実績抜粋

採用サイト制作でご一緒した企業の一部をご紹介します。



草水運送株式会社　様

https://www.kusamizu.co.jp/

物流を支える仕事内容や、草水運送様ならではの仕事の特徴を紹介。社員や現場の写真を通して、実際の作業風景や職場の雰囲気を伝え、仕事の内容と働く環境への理解を深められる採用サイトです。



鹿久保運輸株式会社

https://www.shikakubo.jp/

重量物や長尺物の輸送を担うドライバーの仕事内容や、免許取得支援・教育制度などを紹介。車両や現場の写真を通して仕事の専門性や職場の雰囲気を伝え、鹿久保運輸様で働く魅力を具体的に表現した採用サイトです。



恵和興業株式会社

https://www.recruit.keiwa.be/

「捨てる」を「めぐる」へという考え方を軸に、環境ビジネスの仕事内容や仕事のやりがい、キャリア、社風を紹介。社員インタビューや写真を通して、恵和興業様で働く魅力を学生に伝える新卒採用サイトです。

実績抜粋

採用サイト制作でご一緒した企業の一部をご紹介します。



江東運送株式会社　様

https://www.kotounso.co.jp/

重量物輸送やクレーン作業など、専門性の高い仕事と現場の様子を写真とともに紹介。仕事内容や働く環境を具体的に伝え、江東運送様で活躍する姿をイメージしやすい採用サイトに仕上げました。



大西物流株式会社　様

https://ohnisi-buturyu.co.jp/

物流を支えるドライバーや倉庫作業員、運行管理者など、幅広い職種の仕事内容を紹介。社員や職場の写真を通して働く環境や仕事の様子を伝え、大西物流様の仕事の特徴や職場の雰囲気がわかる採用サイトです。



株式会社フクヤマ　様

https://www.fkym.co.jp/

環境を支える事業内容に加え、仕事内容や職場の雰囲気、社員の声を通して、働く魅力を紹介。写真とインタビューを交え、フクヤマ様の仕事への想いや、環境ビジネスに携わるやりがいが伝わる採用サイトです。

CHAPTER

04

採用支援



求人媒体やWeb施策、オフライン施策を活用し、求職者との接点づくりから応募までを支援。
「どう届けるか」まで一緒に考えます。

採用力の要件

採用設計の体系図

TMP設計

ターゲット別の戦略

魅力の言語化

戦略の全体像

施策メニュー

04 採用支援

採用に時間をかけたくても、かけられない。

地方の中小企業では、採用専任の担当者がいないことも珍しくありません。本業と兼務しながら進めるため、手が回らないケースも多くあります。

採用業務で起こりがちな 4つの課題

採用体制

採用を兼務している

総務や経営者が採用を兼務するケースも多く、十分な時間を確保しづらい。

求人票

求人票を見直す時間が取りにくい

日々の業務を優先する中で、求人内容の更新や改善まで手が回らない。

応募対応

応募者対応に時間を要する

応募受付や日程調整など、細かな対応が重なり負担が大きくなる。

振り返り・改善

採用状況を振り返る時間が取りにくい

応募から内定までを整理し、改善につなげる時間を確保しづらい。

私たちの答え

採用が“仕組み”として残る、マーケティング設計を。

紹介料は発生しません

採用が決まるたびに費用が発生する仕組みではありません。自社で採るカそのものを積み上げます。

採用の仕組みが社内に残る

求人票や面接、振り返りの進め方を整理し、継続して活用できる採用プロセスを整えます。

実務まで、必要に応じてサポートします。

求人票の提出や媒体運用、個別文面でのスカウト送信、応募への一次対応や日程調整まで。採用担当者が運用しやすい形で、実務面も支えます。

04 採用支援

採用力は、3つの魅力度の「掛け算」で決まる。

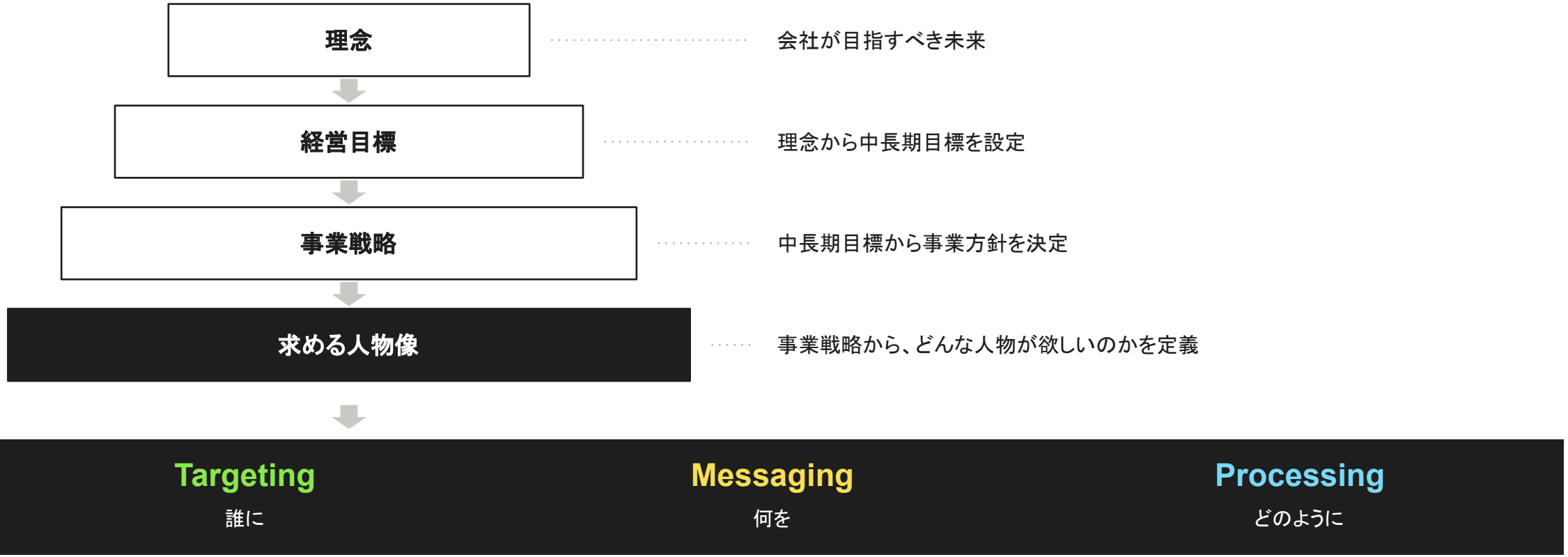
業界と企業の魅力は、すぐには変えられません。今日から変えられるのは「採用の魅力度」――誰に・何を・どう伝え、どう選考するかです。

業界の魅力度	×	企業の魅力度	×	採用の魅力度
■ 収益性 ■ 成長性 ■ 給与水準 ■ 社会的イメージ ■ 社会的な意義		**【仕事の魅力】** ■ 仕事の面白さ ■ 仕事での成長可能性 **【組織の魅力】** ■ 働き方への姿勢 ■ 労務管理体制 ■ 福利厚生		**【人の魅力】** ■ 担当者魅力度 ■ フィードバックの質 **【採用戦略の魅力】** ■ フロー（体験）の独自性 ■ 各フローの納得性

しっかりした組織（会社）をつくることと、良い採用をすることは、明らかに接近してきている。

理念をベースに、会社の芯に則したブレのない採用戦略を。

採用戦略は単独では決まりません。理念から経営目標・事業戦略・求める人物像へと降ろし、その先にSTMPを設計します。



採用戦略の本質は、TMPの設計にあります。

誰に（Targeting）・何を（Messaging）・どう届けるか（Processing）。この3つを設計することが、採用戦略そのものです。

T Targeting

適切な採用ターゲット設定

採用ターゲットの明瞭化

採用成功への鍵は、求人ごとのターゲット設定にあります。誰に・何を・どのように伝えるかが整理されれば、無駄なコストをかけずにベストマッチな人材へアプローチできます。

M Messaging

ターゲットに刺さるメッセージ・ストーリーの作成

応募したくなる求人に

採用の主語は「企業」から「求職者」へ移り変わっています。求職者目線で欲しい情報を揃え、働くメリットを細かく調整し、ピンポイントに刺さる求人へ進化させます。

P Processing

最適な採用プロセス設計

採用ルート整理

採用ルートとは、求職者と求人企業が出会う場所です。より効率的な求人認知を実現するため、数多ある採用ルートから最適なものを厳選します。

採用戦略の本質である TMP設計を最重要と位置づけ、自覚の難しい中小企業の魅力を引き出し、
本当に出会いたい人と出会える戦略を立案します。

※TMP設計＝誰に・何を・どう届けるかを決める、採用戦略の設計図

ターゲット層によって、最適な戦略は変わります。

ポジションの特性と、求職者が転職先に求めるポイントによって、採用戦略とプロセスの最適化が必要です。

ノンデスクワーカー（現場）
中途デスクワーク（営業含む）
新卒
パートタイム
資格職（士業、医療、福祉）
ノンデスクワーカー（管理職）
経営幹部、特殊技能職

※上記のカテゴライズはあくまで目安です。ポジションの特性を洗い出し、複合的に戦略を検討します。

空中戦 ⟷ 接近戦

空中戦

魅力棚卸しと発信で、エントリーを増やす戦略

キーワード（具体的な傾向）

ワーカー／福利厚生／キャリアプラン／資格取得／採用広告

接近戦

即戦力に未来を語り、面談でファンになってもらう戦略

キーワード（抽象的な傾向）

プロデューサー／理念／事業計画／代表の人柄／スカウト・カジュアル面談

※空中戦＝広く発信して集める戦略／接近戦＝一人ひとりに直接会いにいく戦略

04 採用支援

貴社の魅力を言語化し、ターゲットへの訴求ポイントをご提案します。

「うちには何もない」と言う会社ほど、魅力は埋もれています。経営者・現場・社員へのヒアリングとサーベイで4つの角度から掘り起こします。

理念の魅力

・共感を呼ぶ理念、ビジョンはありますか

・社会的な影響力はありますか

・社員の行動レベルまで影響していますか

活動の魅力

・仕事の意義や目的は伝わっていますか

・会社の成長や社会貢献に関わる環境はありますか

・主体性を持てる仕組みはありますか

社員の魅力

・社内の関係性の質は良いですか

・お互い高め合える環境はありますか

・仕事以外のコミュニケーションはありますか

勤務条件の魅力

・通勤時の利便性はいいですか

・他社にはない福利厚生はありますか

・柔軟な勤務体系はありますか

応募者数アップのための、採用戦略の全体像。

誰に対して、何を用意し、どう届けるか。自社の強みは何か。これらを明確にしたうえで採用活動を行うことが重要です。

01 T
どんな人？

02 T
その人は何を求めている？

03 M
他社との違いや自社の強みは？

04 M
その人の思いと自社の強みのマッチ部分は？

05 M
マッチ内容をコンテンツにすると？

06 P
その人はどこにいる？

07 P
コンテンツをどう届ける？

08 P
どんな手順で採用を進める？

01〜08を一つずつ設計しきることで、応募の量と質は大きく変わります。

04 採用支援

設計から定着まで、採用活動を一貫して支援します。

「どんな人を採用するか」と「採用活動を着実に進めること」の両方が欠かせません。採用計画の設計から日々の運用まで一貫して伴走します。

計画・設計
- 要件定義
- ペルソナ
- 求人コンセプト

母集団形成
- 求人票
- 媒体・スカウト
- リファラル

選考・分析
- 面談設定
- 面接
- KPI定点評価

入社・定着
- 内定フォロー
- 離職防止

クロコが担当

採用計画の設計、求人票・募集内容のブラッシュアップ、採用チャネルの選定、採用フローの整理、KPI設計、定期レビュー、改善提案、必要に応じた実務サポート

貴社にお願いすること

現状の情報・資料のご提供／ヒアリングと取材へのご協力／面接の実施と採否のご判断／最終的な条件のご決定

対応実績の多い業界：運送・建設・工事・製造など、現場職の採用が得意です。また、営業・コンサルタント・士業・クリエイターなどの実績も多数あります。

※ペルソナ＝採用したい人物の具体的な人物像／KPI＝採用の進み具合を測る数値目標

実際にお手伝いしている施策。

採用を「集める・惹きつける・見極める・続ける」の4段階に分け、貴社の課題と体制に合わせて必要な施策から着手します。

① 集める

母集団形成／空中戦

- 採用サイト・求人票の設計
- Indeed運用・原稿改善
- 求人媒体／スカウトDBの選定
- ダイレクトリクルーティング
- ハローワーク運用
- リファラル採用の立ち上げ

② 惹きつける

口説く／接近戦

- 採用ピッチ資料の作成
- 魅力の見える化ワークショップ
- 従業員サーベイ
- 1枚中期経営計画の作成
- 求職者への手紙・レター設計
- 家族向けレターページ

③ 見極める

選考設計

- 選考フローの設計・最適化
- 構造化面接の設計
- 評価基準の設計
- 適性検査の選定・結果レビュー
- ワークサンプル選考の設計
- 面接時アンケート・説明ツール
- 内定承諾率を上げる設計

④ 続ける

運用・改善

- 採用KPIの設定と定点評価
- 応募〜入社の歩留まり可視化
- WEB分析レポート
- 定期レビュー・改善提案
- 内定フォロー・定着施策

すべてを一度に行う必要はありません。いま効く施策から、順番に組み立てます。

※ダイレクトリクルーティング＝企業から直接スカウトを送る手法／母集団形成＝応募候補を集めること／構造化面接＝質問と評価基準を事前に決めて行う面接

CHAPTER

05

ITセキュリティ

セキュリティ対策やIT環境の整備を通じて、安心して事業を続けられる基盤を支援します。



7つの保守プラン

評判調査・最適化

投稿監視

導入フロー

05 ITセキュリティ

公開した、その日から守り続ける。

WEBサイトの保守を中心に、ネット上の評判管理まで。公開したあとのサイトと発信を継続的に支えます。

WEBサイト保守

死活監視から更新、バックアップ、セキュリティ対策まで。公開したサイトを、月額で最良の状態に保ちます。

評判管理

インターネットに蓄積される声を、様々な事例による知見をもとに判別し、最適化します。

7つの保守プラン

01
死活監視
数分間隔で応答状態を自動チェック。異常検知時は即時アラート

02
メールフォーム対応
送信先の変更・追加、迷惑メール対策、動作の調査と解消

03
WEBサイト本体・プラグイン管理
2週間に1度の更新で安全性と互換性を維持

04
バックアップ・データ管理
2週間に1度の定期バックアップ。最長 3ヶ月保管

05
セキュリティ対策
管理画面へのアクセス制限とアカウントの適正化

06
サイト高速化（WebP変換）
画像をWebPへ定期変換。表示速度と SEO評価を改善

07
軽微な修正対応・記事投稿代行
月3回、または合計 90分まで対応

※ レイアウト変更を伴うサイト修正／新規ページ制作／機能追加CMS大幅改修／新規図版・イラスト制作などは保守プランの対象外です。ご要望の際は別途ご相談ください。

05 ITセキュリティ

インターネットに蓄積される声を、判別し、最適化する。

様々な事例による知見をもとに、ネット上のリスクを見極めます。調査と監視の両輪で、発信の基盤を整えます。

投稿監視

リスクの早期検知と対応

- 炎上リスクコンサル
- 投稿巡回監視
- ネガティブ投稿の検知
- 対応プランの協議
- アラート通知
- リスクレベル判定

共通

両サービスに共通する対応

- 投稿のネガポジ選定
- レポーティング

評判調査・最適化

情報の届き方を整える

- サジェストワード最適化
- 投稿コメント非表示
- MEO対策
- 関連表示ワード最適化
- アカウント非表示対策
- SEO・逆SEO対策

導入フロー

01	02	03	04	05	06
現状のヒアリング・分析	対応範囲のご提案	具体的な要件すり合わせ	契約書の締結	具体的な運用フロー設計	運用スタート

※サジェスト＝検索窓に自動表示される候補ワード／MEO対策＝地図検索での見え方の改善／逆SEO対策＝ネガティブ情報の抑制

CHAPTER

06

会社について

私たちが何を信じ、どこを目指すのか。会社の基本情報と、ご相談の窓口をご紹介します。



ビジョン・スローガン

会社概要・お問い合わせ

OUR VISION

あなたが存在する世界に、喝采を。

個々の「らしさ」が肯定、そして称賛される各々の世界を広げていく。
それが目指すべき私たちのあり方です。

社名の由来

「クロコ」は、舞台の裏方として活躍する「黒衣（くろこ）」に由来します。
創業時から今も、サポートという立ち位置で個人と向き合う姿勢は変わりません。

OUR SLOGAN

あえて、おもしろく。

私たちが思う「おもしろさ」の条件

01	今すぐにできることではなく、 これからやりたいと思えること
02	誰かに与えられることではなく、たとえ少しずつでも、 まず自分から見出せそうなこと
03	自分だけが感じることではなく、 関わる人たちとも共有しながら一緒に笑顔になれること

会社概要

会社名	株式会社クロコ（QUROCO Inc.）
代表取締役	森 啓太
資本金	16,672,000円
仙台オフィス	〒980-0021　宮城県仙台市青葉区中央3丁目8-5　新仙台駅前ビル7F
本店所在地	〒981-3225　宮城県仙台市泉区福岡字北苦桃1-25
親会社	奥洲物産運輸株式会社（https://oushu-bussan.co.jp/）
事業内容	採用クリエイティブ／採用支援／ITセキュリティ

quroco クロコ

あえて、おもしろく。

創業以来「サポート」という立ち位置で、
個人と向き合い続けてきました。



06 お問い合わせ

採用に関することなら、
お気軽にご相談ください。

ご相談・お見積りは無料です。通常 2営業日以内に、担当よりメールにてご返信いたします。
採用サイト制作・採用支援・ITセキュリティのいずれも、部分的なご相談から承っています。

WEBサイトはこちら

株式会社クロコ　QUROCO Inc.

〒980-0021　宮城県仙台市青葉区中央3丁目8-5　新仙台駅前ビル7F

Mail：info@quroco.co.jp　　Web：https://www.quroco.co.jp/

