

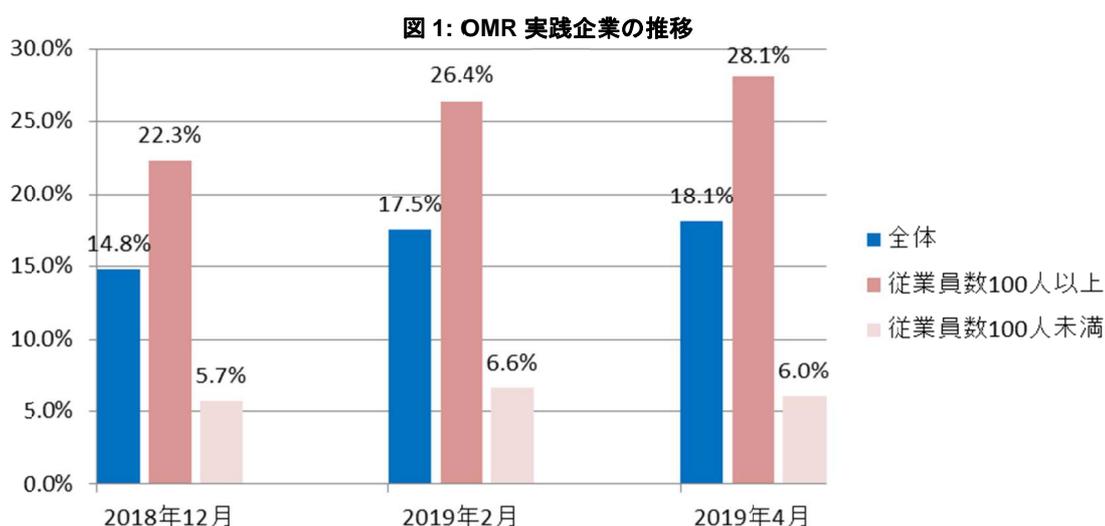
Indeed Japan 「オウンドメディアリクルーティング」に関する実態を調査 ～OMR 実践企業の約9割「応募者・採用者が増加した」と回答～

世界 No.1 求人検索エンジン^{*}「Indeed (インディード)」の日本法人である Indeed Japan 株式会社(本社:東京都港区、代表取締役:高橋 信太郎、<https://jp.indeed.com/>、以下 Indeed)は、企業の主体的な情報発信に基づく能動的な採用「オウンドメディアリクルーティング」の社会的な理解促進を図る取組みの一環として、企業の人事・採用担当者を対象に「オウンドメディアリクルーティング」の実践状況や成果に関する実態を調査しました。

オウンドメディアリクルーティング(以下、OMR)とは、自社の運営するメディア(採用サイトや SNS・社員)を軸に、高付加価値人材に自社主体で直接メッセージを発信し、共感を喚起することで人材獲得につなげていく能動的リクルーティングです。Indeed は、企業のような採用課題を背景に、企業が自社の求める人材を獲得するための攻めの採用手法として OMR を提唱し、社会的な理解促進と普及を図る取組み「Indeed Japan オウンドメディアリクルーティング プロジェクト」を展開しています。

この度、Indeed は本プロジェクトに取り組む中で、企業における OMR の実践状況や成果等の実態を把握するため、企業の人事・採用担当者に調査を行いました。その結果、以下のとおり OMR 実践企業は2018年12月から半年間で徐々に増加しており、応募者数および採用者数の増加、採用後の人材の定着、採用コストや労力の削減など、OMR による具体的な成果を実感していることが明らかになりました。

- ① OMR 実践企業は2018年12月から半年間で3.3ポイント増加し、18.1%に。大企業では28.1%が実施。
- ② OMR 実践企業の87.5%が「応募者数が増えている」、86.3%が「採用者数が増えている」と回答
- ③ OMR 実践企業の68.6%が「オウンドメディアを見てから応募してきた求職者は入社後の定着率が高いと思う」と回答
- ④ OMR 実践企業の85.5%が OMR は「採用の費用軽減になる」、84.1%が「採用にかかる労力を削減できる」と回答



【注】OMR 実践企業とは、調査において、「OMR を実践している」と回答し、かつ「ジョブディスクリプション」および「シェアードバリューコンテンツ」を発信していると回答した企業と定義しています。

① OMR 実践企業は 2018 年 12 月から半年間で、3.3 ポイント増加し、18.1%に。大企業では 28.1%が実施。

2018 年 12 月の調査にて、OMR 実践企業※は 14.8%であったのに対し、2019 年 2 月には 17.5%、4 月には 18.1%と徐々に増えており、半年間で 3.3 ポイントの増加となりました(図 1)。特に、従業員数 100 人以上の企業では、28.1%が実践しており、半年間で 5.8 ポイント増加しています。一方、従業員数 100 人未満の企業では 2019 年 4 月時点で 6.0%に留まり、半年間の推移も横ばいとなっています。背景として、採用ブランディングに対する意識の高い大企業を中心に、自社で戦略的に OMR を実践し始めていること、また本プロジェクトにより OMR の理解と認知が社会的に徐々に広がっていることが考えられます。

※ OMR 実践企業とは、本調査において、「OMR を実践している」と回答し、かつ「ジョブディスクリプション」および「シェアードバリューコンテンツ」を「発信している」と回答した企業と定義しています。

OMR:

「自社の運営するメディア(採用サイトや SNS・社員)を軸に、高付加価値人材に自社主体で直接メッセージを発信し、共感を喚起することで人材獲得につなげていく能動的リクルーティング(採用活動)」のことを指します。

ジョブディスクリプション:

「職務記述書」を指します。具体的には、簡単な仕事内容、勤怠時間、勤務地、給与、福利厚生などを記載した従来の募集要項とは異なり、職務内容、職務の目的、目標、責任、権限の範囲、関わりを持つ社内外の関係性、必要とされる技術・知識、資格、経験、学歴など、自社の求人情報を詳細かつ確に明文化し、「仕事の役割」と、「必要な能力」を見える化するものです。

シェアードバリューコンテンツ:

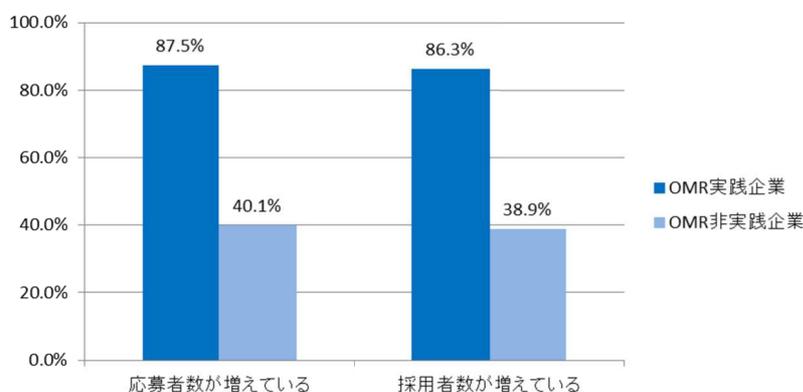
「自社の価値・魅力について求職者との間でシェアされるコンテンツ」を指します。具体的には、いわゆる「企業理念」である「パーパス」を発信するコンテンツと、企業文化、社風、行動様式、行動規範など自社の「カルチャー」を発信するコンテンツがあります。自社の価値観や魅力を具体的に伝えることで、求職者の共感を喚起するものです。

② OMR 実践企業の 87.5%が「応募者数が増えている」、86.3%が「採用者数が増えている」と回答

企業への応募者数と採用者数の増加について、OMR 実践企業では 87.5%が前年と比較して「応募者数が増えている」、86.3%が「採用者数が増えている」と回答しており(図 2)、約 9 割が応募者数・採用者数の増加を実感していることがわかりました。一方、OMR を実践していない企業については、同様に応募者数は 40.1%、採用者数はわずか 38.9%に留まりました。このように、OMR 実践企業は実践していない企業に比べ、応募者数、採用者数ともに増加しているということが明らかになりました。

これは、OMR 実践企業が採用を戦略的にデザインし、OMR を手法として取り入れながら攻めの採用を実践している成果であると考えられます。

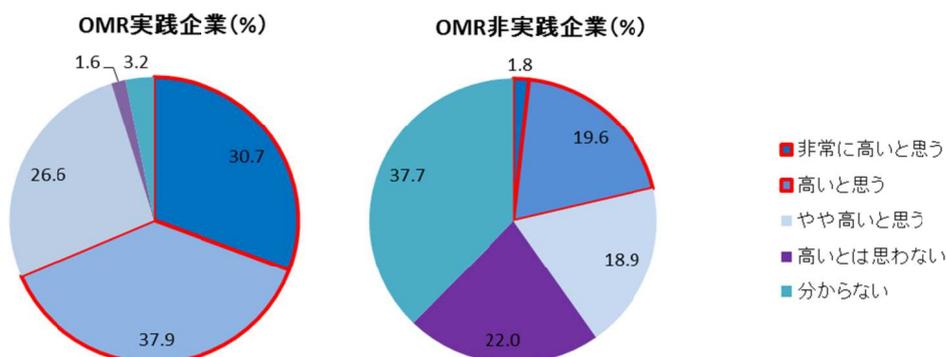
図 2:「応募者数、採用者数が増えている」と回答した割合



③ OMR 実践企業の 68.6%が「オウンドメディアを見てから応募してきた求職者は入社後の定着率が高いと思う」と回答

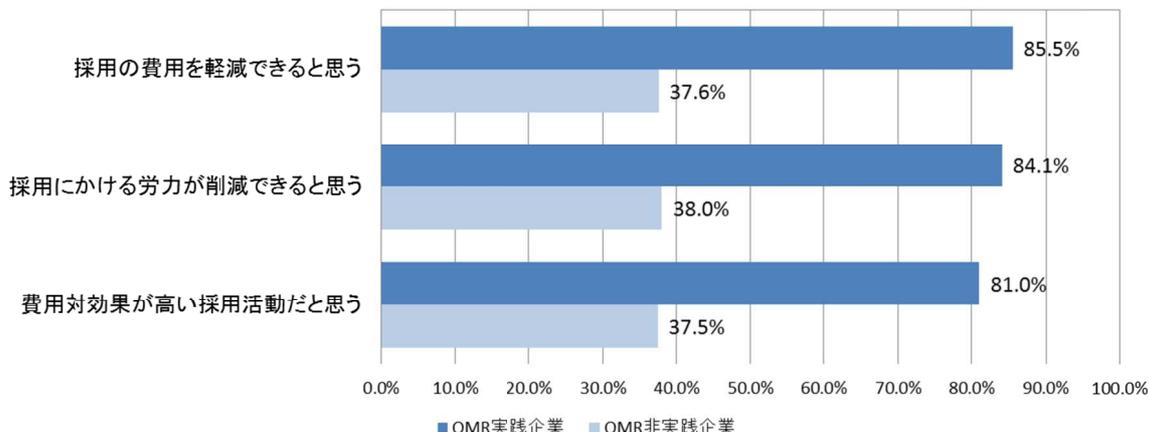
自社の採用サイト等のオウンドメディアを見てから応募してきた求職者について、OMR 実践企業の人事担当者 68.6%が「入社後の定着率が高いと思う」と回答しました(図 3)。一方、OMR を実践していない企業においては、21.4%という結果になり、OMR を実践している企業のオウンドメディアは、求職者の入社後の定着率にも寄与していることが示唆されました。

図 3:「オウンドメディアを見た応募者の入社後の定着率が高いと思う」と回答した割合



④ OMR 実践企業の 85.5%が OMR は「採用の費用軽減になる」、84.1%が「採用にかかる労力を削減できる」と回答
 OMR は採用においてどのようなメリットや効果があるかという質問では、OMR 実践企業の 85.5%が「採用の費用軽減になる」、84.1%が「採用にかかる労力を削減できる」と回答しました(図 4)。一方、OMR を実践していない企業では、それぞれの回答は 37.6%、38.0%に留まりました。また、OMR 実践企業の 81.0%が「OMR は費用対効果が高い」とも回答しました。OMR 実践企業は、OMR が採用コストや人的な労力の削減につながり、かつ採用活動に効果を発揮する手法であると認識していることが分かりました。

図 4: OMR 実践による成果



■まとめ

本調査により、OMR の実践企業は増加傾向にあり、採用において OMR 実践による様々な成果を実感しているという結果が明らかになりました。企業全体で見ると、OMR の普及はまだ発展途上と言えますが、企業が求める人材を獲得するための有用な手法として OMR が認知されつつあることから、今後さらに OMR は広がりを見せると考えられます。

■調査概要

調査実施時期: 2019 年 4 月
 調査方法: インターネット調査
 調査対象: 企業の人事・採用担当者 624 名

■オウンドメディアリクルーティング 公式サイト: <https://owned-media-recruiting.com/>

注意: 本リリースのデータおよび図表について、報道関係者様以外の無断利用・掲載はお断り致します。

Indeed (インディード) について

Indeed は、世界で最も多くの求職者に利用されている世界 No.1 求人検索エンジン*です。現在 60 カ国以上、28 の言語でサイトを展開し、求職者はパソコンやモバイルで何百万もの求人情報を検索することができます。月間で 2 億 5000 万以上のユーザーが Indeed を利用し、求人検索や履歴書の登録、企業の情報検索を行っています。Indeed は、多くの企業が採用活動をする際の一番の情報源**になっています。詳細は <https://jp.indeed.com/>をご覧ください。

*出典: comScore 2018 年 3 月訪問数

**出典: SilkRoad & iCIMS

本件に関するお問い合わせ先

Indeed Japan 株式会社 広報窓口
 Tel: 03-6894-3201
 E-mail: jp-pr@indeed.com