

TA実践シリーズ
Engage

Attract → Nurture → Engage

タレントアクイジションによる持続的な人材獲得

エンゲージメントと リファラル採用

従業員体験（EX）を向上させ、
自社のファンをつくるリファラル採用

Talent.X

この資料でわかること

01

タレントアクイジション（TA）とEngageの位置づけ

Attract・Nurture・Engageの循環モデルにおける「信頼でつなぐ」段階の戦略的役割

02

エンゲージメントとリファラル採用の関係性

従業員体験（EX）と候補者体験（CX）を同時に高める採用手法としてのリファラル

03

リファラル採用が定着しない本当の理由

「インセンティブを出したのに紹介が発生しない」構造的課題と、エンゲージメントが採用成果に直結するメカニズム

04

エンゲージメントを高めるリファラル採用の具体施策

協力社員数・一人当たりの紹介数・応募決定率の3指標を動かす実践的アプローチ

05

MyTalent Platform（MyTalent Refer）のご紹介

日本初のリファラル採用プラットフォームがEX向上と採用成果をワンストップで支援

Chapter 01

タレントアクイジション (TA) と Engageの位置づけ

採用をマーケティングへ。Attract・Nurture・Engageの循環モデルにおける「信頼でつなぐ」段階の戦略的役割を解説します。

タレントアクイジション (TA) とは

「求人」から「獲得」へ—採用をマーケティングへ進化させる

タレントアクイジション (TA) とは

中長期的に会社を成長させるために転職潜在層に対してマーケティング思考を取り入れながら、戦略的にアプローチして競合他社とバッティングせずに人材を獲得する新たな概念。

本資料のテーマ「Engage (信頼でつなぐ)」は、採用した後も終わらない。従業員体験とリファラルで組織全体を採用エンジンに変える段階です。

Attract

惹きつける

採用ブランド構築。
潜在候補者の興味・認知を獲得。

Nurture

関係を築く

採用CRM活用。
接触を重ね、転職意向が高まるまで関係を育む。

Engage

信頼でつなぐ

エンゲージメント向上とリファラル採用で組織の「ファン」を育て、人材獲得へ転換。

Chapter 02

エンゲージメントと リファラル採用の関係性

EXとCXを同時に高める「リファラル採用」のメカニズムを解説します。

入社前・入社後を一気通貫するエクスペリエンス設計

候補者体験（CX）と従業員体験（EX）の双方を意識したHR改革が必要



▶ 「自分の会社を社員に紹介してもらう」こと自体がEX向上施策。CXとEXを同時に高めるのがリファラル採用の本質。

リファラル採用がCXとEXの両方を高める理由

入社後の体験まで見通した採用設計で、定着率・エンゲージメントを同時に向上させる

候補者体験（CX）への効果

評価情報の信頼性が高い

当たりはずれが少なく、
社員の生の評価が信頼性の基盤となる

文化フィット感の事前確認

企業文化への適合性を選考前に把握でき、
入社後ギャップを軽減

リアリティショックが少ない

報酬・仕事内容・人間関係まで、
入社前の情報量が豊富

従業員体験（EX）への効果

オンボーディングがスムーズ

紹介者とリファラル入社者の関係性が、
受け入れの質を自然に高める

組織への当事者意識が醸成

「仲間集め」に参加することで、
組織を自分ごととして捉えるようになる

組織への愛着・誇りが向上

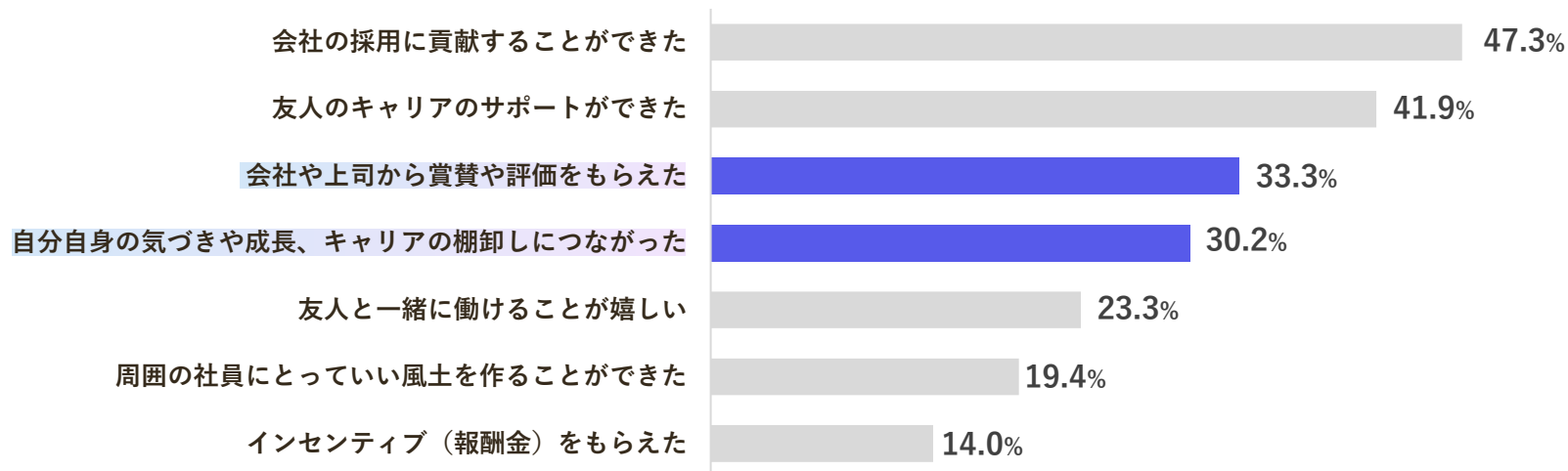
自社を言語化・推薦する体験が、
語り手本人の推奨度を高める（口コミ影響力研究）

リファラル採用が社員自身の満足度・成長にも貢献する

「友人を紹介して良かった理由」調査から見えた、語ることの効果

会社への貢献や友人のサポートだけでなく、
3割の社員は自分自身の気づきや成長、評価につながったと思っている

知人・友人に自分の会社を紹介してよかったと思う理由を教えてください。



2021年5月TalentX調査 N = 129名

Chapter 03

リファラル採用が 定着しない本当の理由

「インセンティブを出したのに紹介が発生しない」の構造的原因を、
組織文化・エンゲージメントの観点から解き明かします。

リファラルが定着しない企業は「組織文化」が弱い？

社員は人事や経営陣が思っている以上に「自社を知らない、語れない」

63%

の社員が
組織の目標を
明確に理解していない

73%

の社員が
会社概要や魅力を
簡潔に語れない

なぜなら、語る機会がないから

出典：TalentX調査 2019 出典：キングベアー 2万3千人調査

リファラルを通じてエンゲージメントが高まる仕組み

自社を知り、語る体験価値により、
理念・文化が浸透し、エンゲージメントが向上

Input

理念
人事制度
活躍条件



理念の背景には
こういう想いがあったのか

知るほど好きになる

ヒトは知れば知るほど好意を持ち
知らなければ知らないほど
距離が生まれる

-熟知性の法則
-ザイアンスの法則

Output

仕事内容
自社環境
理念



大手顧客にソリューション
営業をして〇〇な価値を
提供しています。

語るほど好きになる

ポジティブな内容を
語ることによって、
語り手自身の推奨度を高める

語り手本人に及ぶ
口コミ影響力の解明研究

「よくある誤解」と「本来のリファラル採用」

リファラルは採用のためではなく、会社のファンを増やすためにある

	従来の誤解	本来のリファラル採用
概要	縁故採用。社員から人材の紹介・推薦による採用。	社内外の信頼できるファンとのつながりを活用する採用手法。ファンを起点に会社を創っていく。
目的	リファラル採用は採用のためにある。	リファラル採用は会社のファンを増やし、エンゲージメントを高めるためにある。
促進方法	インセンティブなどで形式的に導入。無理やり推薦させる。	社員が会社のファンとなり、友人の悩みの解決策として自社を推薦できる状態を作る。
KPI	短期的な応募数・決定数。	友人に自社を語っているファン社員数、長期的な決定数（中長期）。
効果	採用単価削減・離職率低下（一過性）	社員のエンゲージメント向上（持続可能） おすすめしたい企業づくり。
対象	社員のみ。	社内外の信頼できる人脈。 （OB・OG・タレントプールも含む）

▶リファラル採用は「強い組織・カルチャーを創るソリューション」採用成果はその結果として生まれる。

Chapter 04

エンゲージメントを高める リファラル採用の具体施策

「協力社員数を増やす」

「一人当たり紹介数を増やす」

「応募からの決定率を上げる」

3つの指標を動かすための実践的アプローチを解説します。

リファラル採用の成果を創出する3つの指標

どんな企業でも実績向上は可能。適切な指標ごとに施策を実行することが鍵



【指標①】 協力社員数を増やす：共感を生む広報コミュニケーション

人は2日で7割を忘れる。定期的かつ共感性ある情報流通の設計が必要

よくある失敗

「友人紹介してほしい」
「インセンティブ出るよ」と
毎月現場MTGの最後の1分で告知。
ノイズ化・形骸化し、社員の行動には繋がらない。

有効なアプローチ

- ① 新規求人情報の定期配信（新求人が出るたびに告知）
- ② 活動状況の共有（参加率・紹介数などの可視化）
- ③ 気軽なイベント情報・ランキング情報の共有
- ④ 入社事例の共有（同様の経緯から入社した事例）

共感（情緒的コミットメント）を引き出す3つのポイント

インセンティブではなくストーリー（背景）

Why→How→Whatの順。
感情的言語は語り手と聞き手の双方の
推奨度を高め、長期記憶として定着する。

透明性の高い情報を流通させる

採用目標・採用背景・募集ポストや
競合状況など、社員が当事者に
なるための情報共有が不可欠。

上位役職者からやる意義を訴求する

成果が出ている企業の60%では
「マネジメントメンバーが協力的」
トップダウンでの文化醸成が効果的。

出典：TalentX調査／リファラル採用成果が出ている企業の調査

【指標②】一人当たりの紹介数を増やす：ハードルを下げる設計

「求人紹介」だけが紹介ではない。気軽に紹介できる仕組みと対象の拡張が重要

観点	友人にシェアしにくい状況	友人にシェアしやすい状況
コンテンツ	無機質な求人票だけ	カジュアル面談・交流イベント・勉強会・Meetup
選考フロー	通常の正式選考（ハードルが高い）	カジュアル面談確約、気軽な接点からスタート可能
紹介対象	転職希望者・本人の友人限定	潜在層・転職活動していない人も可 知人・グループ参加もOK
情報集約	社内イントラ・HP・Slack・メールに分散	紹介フロー・求人・紹介状況を一カ所に集約 確認工数を最小化

▶紹介するのは求人だけではない。

社員と友人と一緒に楽しめるイベントや交流の場を提供することで、自然な紹介文化が生まれる。

【指標③】 EXを高め応募からの決定率を上げる：次の紹介を生む体験設計

選考中のマイナス体験が「次回紹介したくない」の原因になる。体験の質が文化を左右する

マイナス体験になる典型例

- × 選考フローが不透明で声をかけづらい
- × 質問への返答が遅く、社員・友人ともに不安
- × NGルールや合否基準が曖昧で責任が重く感じる
- × 選考中の状況が分からず人事から連絡もない
- × NGのアフターフォローがなく、次回紹介が嫌になる

EXを高める対応策

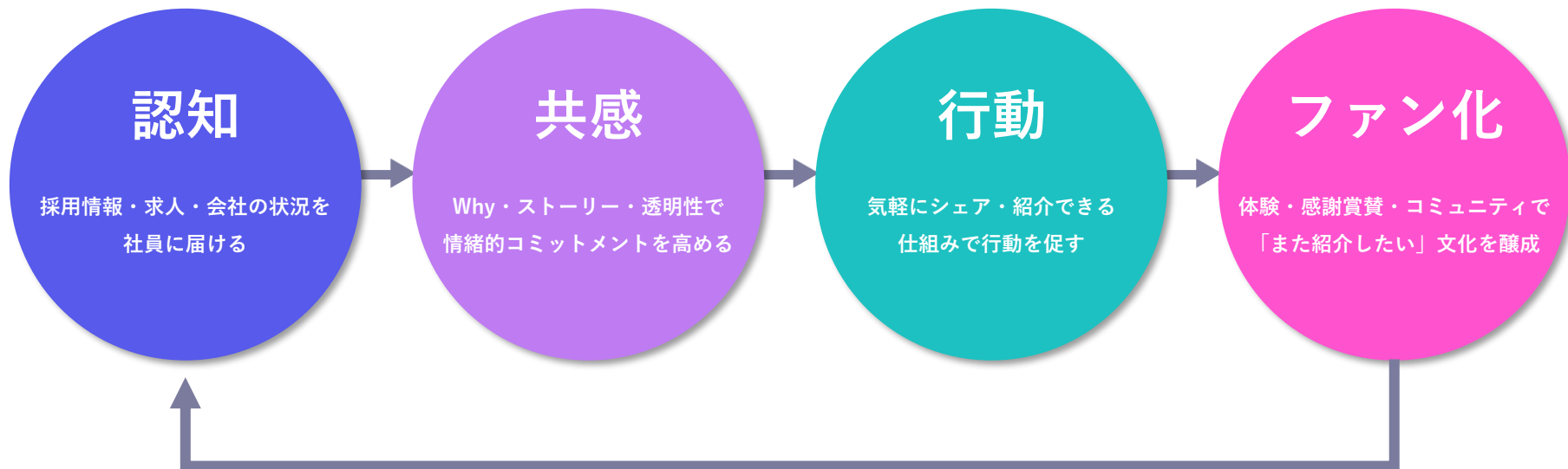
- ✓ 選考フロー・合否基準・NGルールを事前に公開
- ✓ 社員・友人への連絡方法を明確に決めておく
- ✓ 選考中の候補者状況を透明性を持って共有（または「開示されない」を事前に伝える）
- ✓ NGの場合もフォロー方法・フローを事前設計
- ✓ 入社決定時の感謝賞賛・NG時の会食支給など体験でお礼

▶ マイナス体験で終わると2回目以降の紹介につながらない。
持続可能な紹介文化の形成には「良い体験」の設計が不可欠。

リファラル採用 → EX向上のサイクルを創出する

経営と現場のコミュニケーションエンジンである人事・広報こそが推進の要

経営と現場のコミュニケーションエンジンである人事・広報こそ
リファラル採用を促進しEXを向上することができる



リファラル採用を 「仕組み化・自動化・継続」するために

リファラル採用を「一過性のキャンペーン」ではなく「組織の資産」にするには、テクノロジーとノウハウの掛け合わせが不可欠です。

△ 人事が毎回手動で告知・管理・フォローするのは限界

△ 社員の活動状況・エンゲージメントが可視化できていない

△ 紹介フローが複雑で社員が動きにくい（工数が10倍）

△ EXを意識した個別コミュニケーションが追いつかない

Chapter 05

MyTalent Platform (MyTalent Refer) のご紹介

日本初のリファラル採用プラットフォームが、
エンゲージメント向上・採用成果・人事工数削減をワンストップで支援します。

AIネイティブ統合型タレントアクイジションプラットフォーム「MyTalent Platform」

日本初

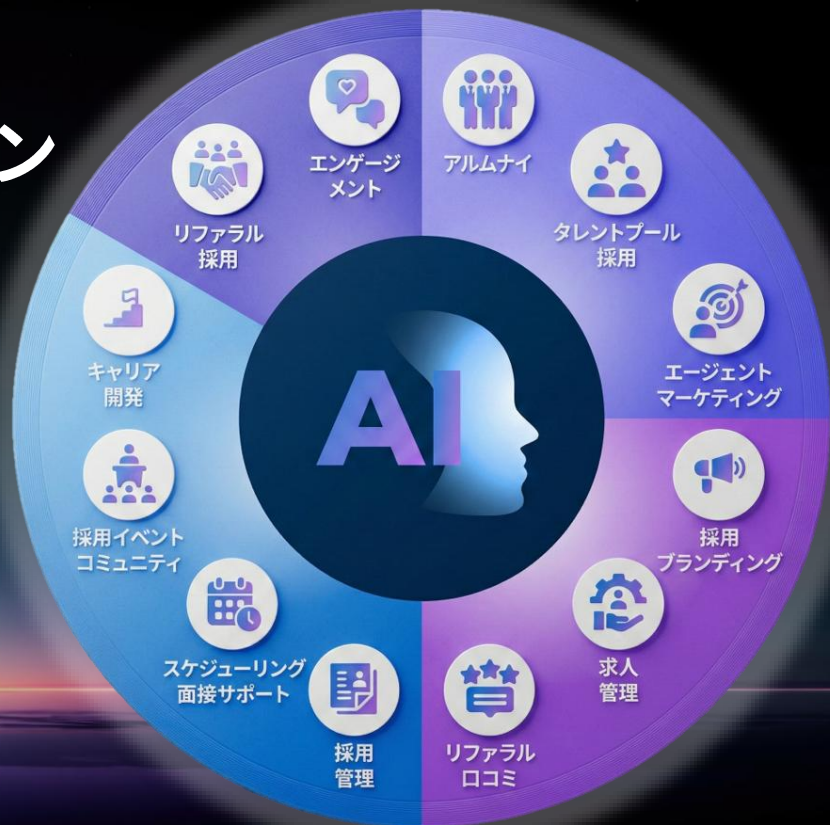
統合型タレントアクイジションプラットフォーム

 MyTalent Platform

 MyTalent CRM

 MyTalent Brand

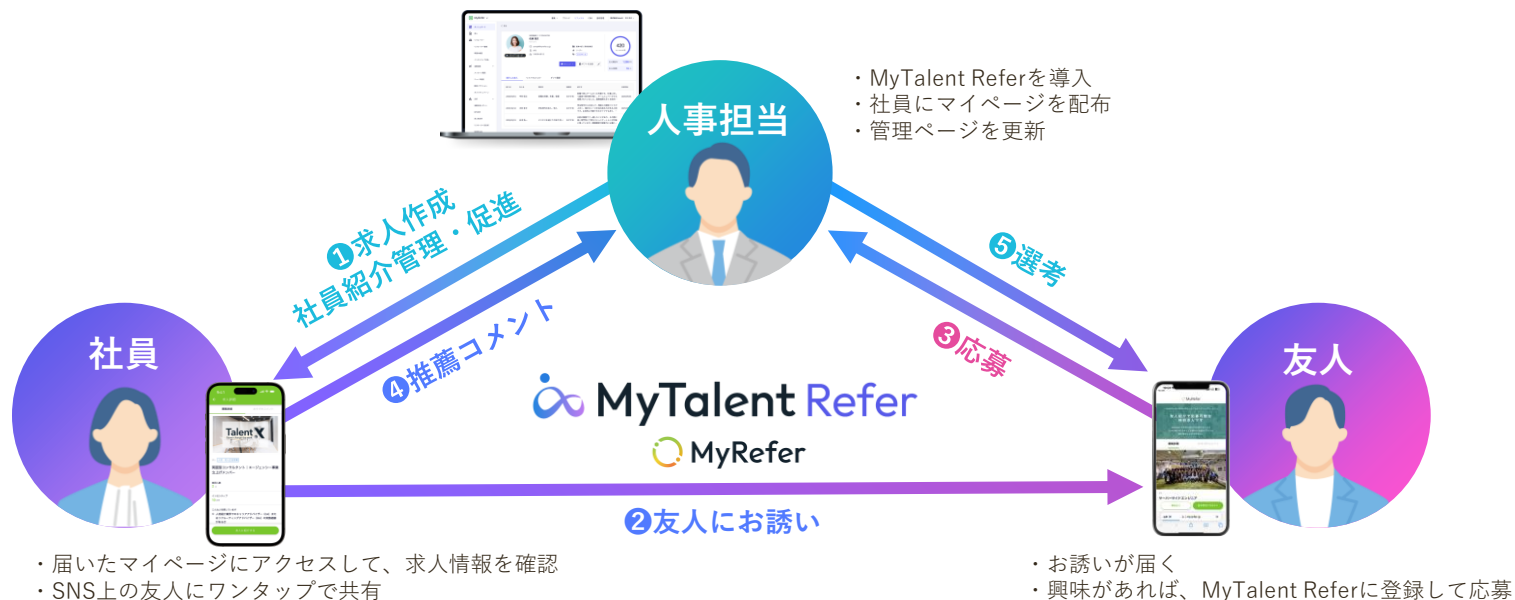
 MyTalent Refer  MyRefer



MyTalent Referとは

日本初のリファラル採用サービス

紹介数が自然と増える、リファラル採用システムと従業員向けアプリ



MyTalent Referのワークフロー

人事工数をかけず、動機づけ、管理、分析まで一気通貫で支援し、従業員をブランドアンバサダー化

1 従業員（サポーター）を登録する

従業員をMyTalent Referに招待し、会社のブランドアンバサダー（サポーター）を作成します。



2 サポーターに広報する

電子メールまたはアプリ通知により、半自動でサポーターに広報ができます。



3 サポーターがリファラル（紹介）する

従業員は、SNSまたは直接紹介を介して、ネットワークにシェアします。



4 紹介を管理・分析する

MyTalent Refer上でサポーターのあらゆる活動状況を分析し、リファラル採用を管理します。



5 ギフト・フィードバックで賞賛する

MyTalent Refer上でサポーターを動機づけします。



リファラル採用を前進させる人的支援について

MyTalent Referでは従業員が自発的におすすめしたくなる仕組みづくりを実現し
オーダーメイド型のコンサルティングプランを提供いたします

おすすめしたくなるカルチャーを一緒につくる  Referral Engage Partners



独自のリファラル採用 制度の設計

1000社を超える企業のリファラル採用アドバイザー実績を基に、KPI設定や運用フロー設計を含めた貴社独自のリファラル採用制度の設計をサポート



社内広報 プロモーション支援

制度案内や促進施策の紹介など社員様に対する効果的な社内プロモーション活動を支援



分析 レポートニング支援

社員紹介の現状を可視化し現状の課題及び促進すべきポイントを特定、ご提案



定着化 ファン化支援

決定実績や社員の声をもとにコミュニケーションプランを再考決定者インタビューの社内展開など社員が自社のファンになるエンゲージメント支援

ご提供価値

従業員をアンバサダー化するリファラル採用を仕組み化し、促進することで
コスト（金額、工数）削減しながら、エンゲージメントと採用力を向上します

採用ポートフォリオと従業員の状態



- ✓ 当事者意識が感じられない
- ✓ 社内キャリアが不透明で成長実感がない



- ✓ 皆で仲間集めをし、当事者意識を感じる
- ✓ 社内の募集が浸透し、成長機会を感じる

お問い合わせ

Talent.X

03-4500-2007 / support@talentx.co.jp