



 **PRO HUNTING**
プロハンティング
お役立ち資料

**令和採用のトレンド！
ソーシャルリクルーティング徹底解説**



この資料でお伝えすること

令和採用のトレンド！ソーシャルリクルーティング徹底解説

1. ソーシャルリクルーティングとは？

- 1-1. 採用にSNSを“使わなければならない”時代に
- 1-2. ソーシャルリクルーティングが注目される背景

2. 採用活動にSNSを活用するメリット

- 2-1. 企業の魅力を発信できる
- 2-2. コストをかけずに人材を採用できる
- 2-3. 運用担当者の今後のキャリアに活きる

3. 採用活動に活用しやすいSNSとは？

- 3-1. Facebook
- 3-2. Twitter
- 3-3. リンクトイン（LinkedIn）

4. ソーシャルリクルーティングの手法やコツ

- 4-1. 採用対象別のコツ
- 4-2. ソーシャルリクルーティングを行う上での注意点

5. まとめ

この資料の活用方法について

この資料は、採用手法としてソーシャルリクルーティングを活用したいが、何から始めたらわからない人事や採用担当者様向けの資料です。採用手法として欠かせない、トレンドとも言えるソーシャルリクルーティングについて解説をします。自社で取り入れられそうなところから着手してみてください。



1. ソーシャルリクルーティングとは？

「ソーシャルリクルーティングって何？」

「トレンドなのはわかるけれど、実際やるとなるとハードルが高い・・・」

SNSの普及により、情報収集のツールが変わってきました。Z世代である20代～30代の採用には、SNSの活用は欠かせないものとなっています。

ソーシャルリクルーティングとは何かについて、解説をします。

1-1. 採用にSNSを“使わなければならない”時代に

ソーシャルリクルーティングとはSNSを活用した採用活動で、企業が求職者へ直接アプローチして採用活動を進める「ダイレクトリクルーティング」手法の一つ。

採用活動においてSNSの活用を考えなければならない時代に突入しつつある

- SNSを採用に活用できてる会社は少数
いま、自社の採用業務に関して、SNSの活用は十分にやれていると言える状況でしょうか？
実のところ、まだまだ少数派ではないかと思います。
- 多くの会社は重要性や必要性を感じていても有効な手立てを打てていない
その理由や障壁は様々かと思いますが、採用活動においてSNSの活用を考えなければならない時代に突入しつつあることは間違いのないでしょう。

SNSで採用情報を周知・拡散させたりする試みのことを意味する

- 主に使うツール



- 目的

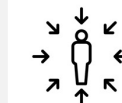
人材紹介会社などを介さず直接求職者へアプローチして

採用活動の
コスト削減

アプローチ
手段の拡大

コミュニケー
ションの促進

採用情報の
周知



等を目的に行われる。

1-2. ソーシャルリクルーティングが注目される背景

注目されている主な背景には、SNSユーザー拡大、情報の拡散性、多様化が挙げられ、いずれもソーシャルリクルーティングとの親和性が高いのが特徴。

SNSユーザーの拡大

SNS利用割合



20～30代ではSNS利用者の割合が極めて高く、企業がアプローチできる対象が増加しています。こうした理由から多くの企業がソーシャルリクルーティングの主な対象を20～30代としています。

参照：総務省「[通信利用動向調査（2019年9月時点）](#)」

SNSが持つ情報の拡散性



SNS最大の特徴である情報の拡散性が飛躍し、人と情報がより結びつきやすくなっています。また、特定の対象を検索したり特定のグループに情報を発信したりするなど、SNS上で行えるアクションが増えています。

SNSの多様化

自社のリクルーティングに最適なSNSを選ぶようになった



マンツーマンのコミュニケーション



企業や商材の世界観を伝える



人材の検索



情報の拡散

企業は活用するSNSを選んだり、併用したりすることも可能になっています。

2. 採用活動にSNSを活用するメリット

「何かはわかったけれどもどんなメリットがあるの？」

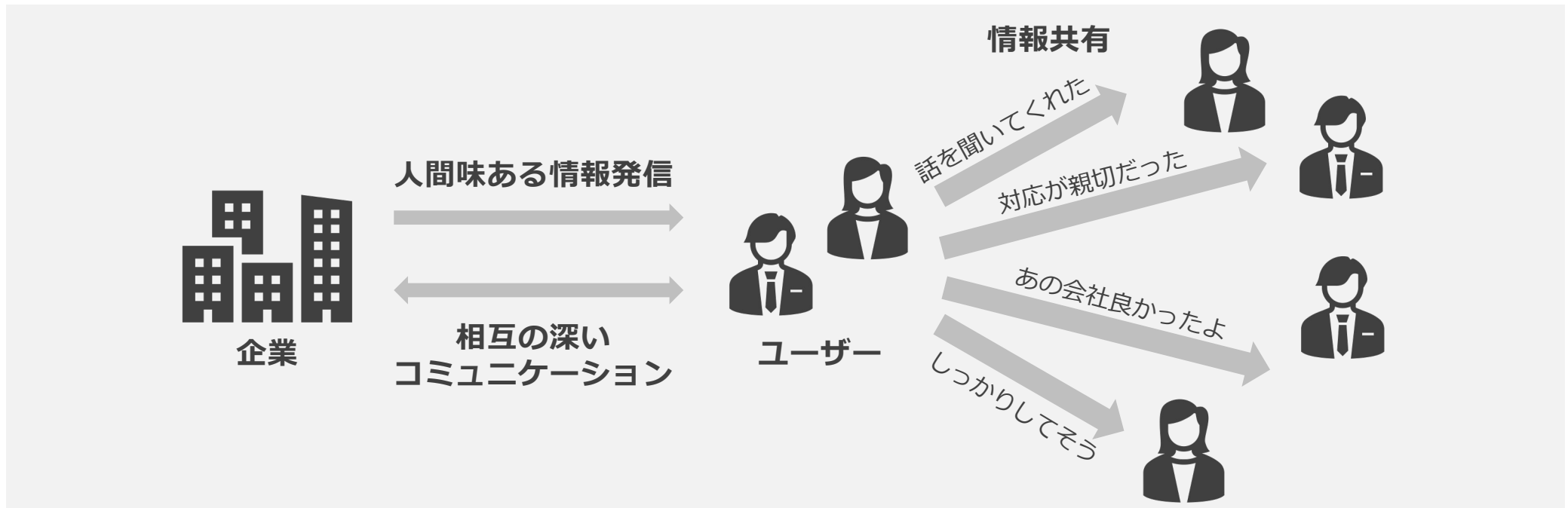
「自社での活用イメージがいまいちわかない・・・」

Instagramで踊るタクシードライバーで応募者の年齢層がグッと下がる、警備会社がおもしろ動画をアップしてバズり、採用に困らなくなったなど、さまざまな事例が生まれています。

採用にSNSを活用するメリットについて解説します。

2-1. 企業の魅力を発信できる

より「ダイレクトに」「リアルに」候補者（SNSユーザー）とつながり、人間味ある情報発信で企業側の魅力を発信することができます。



ユーザからのポジティブな評価を増やし、信頼のおけるブランディングを構築することがSNSマーケティング（そしてソーシャルリクルーティング）の真髄です。

2-2. コストをかけずに人材を採用できる

やろうと思えば、金銭的なコストは完全に0でもSNSを通じて人材採用は可能。
但し、SNSの運用には「投資対効果」の見極めが非常に重要。

実際にSNSで一切コストをかけることなく理想的な採用を成功させている事例もある

●使用ツール

Twitter



LinkedIn



一人を採用するために、採用媒体に何十万円、エージェントに何百万円を支払うことを考えれば、まさに画期的なことだと言えます。

SNSの運用にはである一定の「時間の投下」が重要になる



金銭的なコストがかからない分、SNS運用は基礎的なノウハウが必須であったり、運用担当者の一定の「時間の投下」が重要になる。

外部のコンサルティングサービスや運用代行サービスも増えてきていますので、工数と費用、そして効果のバランスの良いやり方を探っていきましょう。

2-3. 運用担当者の今後のキャリアに活かす

「自分の個人アカウント」を運用すること自体が、
これからの自分のキャリアとして重要な意味を持つ。

身につくスキル

採用の領域内



各種SNSを「うまく使いこなす」スキル

採用の領域外

営業
スキル

マーケティング
スキル

様々なビジネスシーンにおいてSNS運用の
スキルはさらに重要になってきます。

3. 採用活動に活用しやすいSNSとは

「メリットはわかったが、自社と相性がよいSNSは？」

「それぞれのツールの特徴を知りたい」

Facebook・twitter・Instagram・リンクトイン（Linkedin）・TikTokなど、様々なツールが普及しています。

各媒体によって特徴やメリットが違い、使いこなすためには、それぞれの強みを認識することが必要です。

ここでは、Facebook・Twitter・リンクトイン（LinkedIn）を解説します。

3-1. Facebook

拡散されるものではないので「広がり」はあまり期待できないが、リファラル採用との組み合わせに相乗効果が出しやすい。

特徴

Facebookは、長く日本でビジネス用途・プライベート用途の両方で使われてきたSNSです。
ユーザは30代～50代がメインで、やや高めになりつつあることに注意が必要です。

メリット

元々、ハーバードの学生寮の友人たちをつなぐために作られたという経緯のため、カルチャー的に「**リアルの知り合い**」であることを重視するところがあります。
そのため、**リファラル採用との組み合わせに相乗効果が出しやすい**という特長があります。

デメリット

Facebookのアルゴリズムは、知らない人とどんどんつながったり投稿が拡散されるものではないので、「広がり」はあまり期待できません。
このため**一般的な公募や、「採用広報」にはあまり向かないSNS**であるとも言えるでしょう。

3-2. Twitter

**「外へ拡散」するように設計されているので採用広報に向いているSNS
但し、匿名性の高いSNSであることと炎上リスクが発生することに注意。**

特徴

Twitterは、日本国内において非常にユーザが多いSNSで、多くの人が手軽に運用できるというメリットがあります。

メリット

アルゴリズム的にも「外へ拡散」するように設計されているので、知らない人ともつながりやすい。実際、ベンチャー企業などではTwitter上で積極的に採用広報を展開する会社が増えており、「**Twitter採用**」という言葉も多く聞かれるようになりました。現在は、その実際的な可能性を各社が鋭意模索している最中です。

デメリット

Twitter採用は、匿名性の高いSNSであることに注意！

Twitterは「匿名文化」ということがネックになり、アカウントを運用しているのが本当はどういう人かを正確に知ることが難しいという課題があります。経歴を極端に盛っている「ファンタジーなアカウント」も増えており、ノイズも少なくないといえます。

どうしても炎上リスクが発生する

ビジネスで普通に活用しようとしているだけなのに、思わぬところで炎上に巻き込まれてしまうこともあります。実際、ある会社の新卒採用責任者が、学生への挑発的なコメントをしたインタビューが非難され、大きく炎上して会社のブランドを毀損してしまったというケースもありました。

3-3. リンクトイン (LinkedIn)

Facebookのような「実名文化」と、Twitterの「拡散性」の両方の利点を持ち、ビジネスをするに当たって「良いとこ取り」とも言える特性を持つ。

特徴

リンクトインは現在、国内でも急速に盛り上がりつつある注目のSNSです。グローバルではユーザ数が7億5600万人を数え、「ビジネスSNS」として事実上のスタンダードになっています。元々が「転職」や「キャリア」を主眼とするサービスだったため、リンクトイン上で採用活動を展開することはごくあたり前のことだと見なされます。

メリット

FacebookやTwitterであまりに採用やビジネス色を出しすぎると嫌がられることがありますが、そのような心配がありません。リンクトインでは詳細な職歴情報を入力することができるため、自社が求める人材を探しやすく、また、**非常に優秀なビジネスパーソンの比率が多い**です（最近、優秀層学生の利用も増えています）。また、どのようなユーザが自分の投稿を見ているかということを知ることができます（右図参照）。



デメリット

リンクトインは、歴史的に日本では普及が遅れてきたため、現時点では他のSNSに比べてユーザー数が少ないです。

4. ソーシャルリクルーティングの 手法やコツ

「実際活用していくときの注意点やリスクは？」

「人事・採用担当として気を付けるべきことは？」

SNSを活用していく上で、個人情報の問題や、コンプライアンスの問題など、気をつけたい点がいくつかあります。

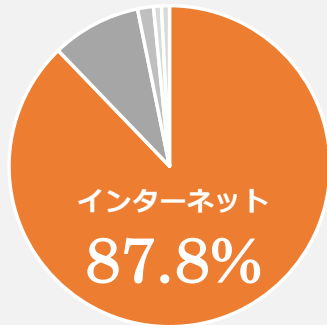
どんな点に留意して採用活動に活かすべきか、ご紹介します。

4-1. 採用対象別のコツ

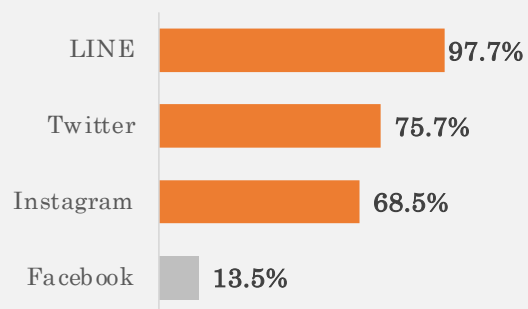
新卒採用の場合は、LINE、Twitter、Instagram、Facebook。
中途採用の場合幅広い年代が活用するFacebookがとても有効的。

新卒採用の場合

21年卒の最も利用するメディア



21年卒のよく利用するSNS



情報収集を目的にSNSを積極活用する新卒採用の就活生は、もちろん企業のSNS投稿を注視しています。まずは、募集要項や企業情報、その他トレンドに関する記事を発信し、多くの就活生にリーチさせることを心がけましょう。また、就活生にとって興味深い業界トレンドの自社セミナーなどを広報し、企業と学生双方によるアプローチのきっかけを作ることも重要です。

中途採用の場合



採用対象年齢の幅が広がる中途採用のケースでは、幅広い年代が活用するFacebookがとても有効的

性別や年齢によってユーザーに偏りも少なく、さまざまな層にアプローチすることが可能。また、ビジネス情報の収集を目的に活用するケースも多いようで、ビジネス感度の高いユーザーとつながるチャンスが広がっています。

各SNSを組み合わせて展開するのもポイント

L'ORÉAL

化粧品会社ロレアルグループは、FacebookやTwitterなどを連携。

数十万件の「(Facebookの) いいね」や、数万件の(Twitterの) フォロワーを獲得することに成功しています。

4-2. ソーシャルリクルーティングを行う上での注意点

1. 採用活動では個人情報をきっちり管理すること。
2. 投稿する際は、必ず差別表現などがないか確認すること。

個人情報の取り扱い

SNS掲載の情報が全てが正しい情報とは限らない
ユーザーによっては、悪戯に情報を登録していたり、更新して
いなかったりするケースがみられます。誤った情報を基に採用
活動を展開し、後々それらが発覚した場合、活動自体が余計な
工数やコストとして消えることとなります。

**SNS情報とはいえ掲載されているの
は個人情報。きっちり管理すること**

配慮を欠いた投稿内容によるSNSの“炎上”に注意

企業イメージが悪くなっては本末転倒

求職者にフランクな企業イメージを与えようと考えて行った投稿
内容が、思わぬ人や場所、タイミングで避難や批判を呼ぶケース
が少なくありません。軽率な発言は控えること。

**投稿する際は、必ず
差別表現などがないか確認すること**

リクルーティング手法ごとのメリットやデメリットを捉え、導入を検討すること

さまざまなメリットをもたらすソーシャルリクルーティングですが、同時に注意点についても忘れてはいけません。コストの削減や自由な採用活動といったメリットだけを考慮してソーシャルリクルーティングを始めても、おそらくすぐに成果は生まれません。実際は、人材紹介会社や求人サイトなどを活用し、その傍らソーシャルリクルーティングを展開する企業がほとんどです。

4.まとめ

既存の採用手法を後押しする手法として
ソーシャルリクルーティングを最大限、活用しましょう。



自社の採用情報を周知する方法として、SNSの活用は時代背景上、欠かせない手法です。

情報拡散力、ターゲットにダイレクトに届ける点では有効な施策と言えます。



SNS採用は、**企業ブランディングの向上、コストがかからない、運用担当者のマーケティングスキルの向上**が見込める一方で、一定の**時間の投下**をもって活用が必要です。



採用対象別にどんなSNSを活用するか、またどんな点に**留意をして活用をしたらよいか**吟味した上で、中長期的に活用を継続させましょう。

採用コスト
50%削減

人事の採用負担
80%削減

採用のプロが
採用業務を伴走

私たちミライズアップは、HR領域で貴社をサポートできるサービスを展開しています。



プロがスカウトした最適な人材をご紹介します
「ダイレクトリクルーティングサービス」



人事業務のリソースや知識がないなどのお悩みに対して、解決をお手伝いするサービス

人材スカウトもお任せの時代へ！

外部<Youtube>にリンクします。

※上記サービス紹介動画のように採用に関する動画を制作するサービスもございます！



[【まるっと制作】](#)

検索



問い合わせ先

TEL: 03-5925-8541 (対応時間 平日10:00~19:00)

Mail: prohunting@mirise-up.co.jp



Mirise up株式会社

代表取締役社長 上田 啓太