

# 従来の採用手法を超える 「採用マーケティング」の重要性

人事評価・採用管理アプリ



Shared Mee



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

ケイズコーポレーションは持続可能な  
開発目標 (SDGs) を支援しています。



採用マーケティングは、短期的な「集客」ではなく、中長期的に自社にフィットする人材を「惹きつけ」「定着させる」ための戦略的な「投資」です。

しかし、その成果はすぐには現れません。  
だからこそ、「いま」動き出すことが、1年後の貴社の採用活動を成功させる唯一の方法となります。

本資料が、貴社の採用課題解決に向けた第一歩を踏み出すきっかけになれば幸いです。

従来の採用手法を超える「採用マーケティング」の重要性を伝えます。

- ・採用現場でよくある4つの悩み
- ・なぜ、いま採用マーケティングが必要なのか？
- ・採用マーケティングとは何か？
- ・採用マーケティング取り組みは「今」から始めることが重要
- ・いまずぐ始めるべき3つのステップ
- ・製品紹介
- ・お問い合わせ

# 採用現場でよくある4つの悩み



採用現場では、応募者の減少、内定辞退、早期離職、採用方針の不透明感など、共通して悩まれる課題があります。

01

## 応募者の減少



毎年同じ媒体に出しているのに  
応募者が減っている

02

## 内定辞退



内定を出しても  
辞退されてしまう

03

## 早期離職



入社後のミスマッチによる  
早期離職が多い

04

## 採用方針の 不透明



優秀な人材を惹きつけたいが  
方法がわからない

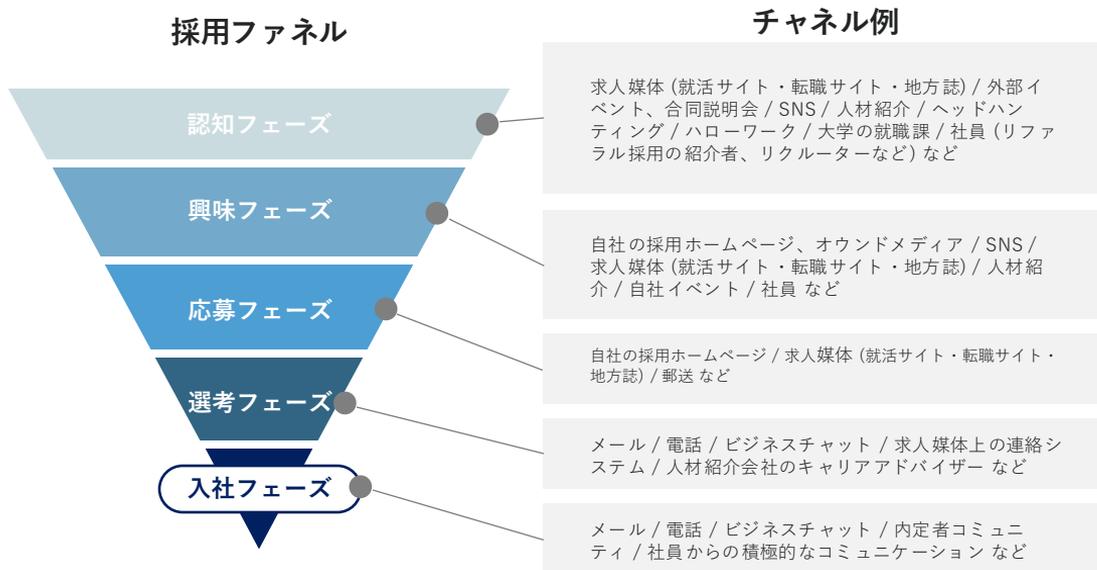
これらの課題を整理して理解することが、採用マーケティングを始める第一歩です。

# 採用マーケティングとは何か？



採用マーケティングとは、候補者が自社を知り、興味を持ち、応募・入社し、定着するまでの一連を設計する考え方です。

## 採用マーケティングファネルの各フェーズ



## Point

採用マーケティングは、企業が一方的に募集するのではなく、候補者の行動や志向に合わせた「**認知→興味→応募→承諾→定着**」の流れを整える取り組みです。

採用広報を単発で行うのではなく、継続的なコンテンツ発信や企業文化の伝達を通じて「**自社に合う人材**」を自然に惹きつけることを目指します。

採用活動をマーケティングの視点で捉えることで、入社後の定着まで見据えた取り組みが可能になります。

# なぜ、いま採用マーケティングが必要なのか？



求人広告や一時的な広報だけでは、求める人材を惹きつけることが難しい時代になっています。

## 正社員・非正社員の人手不足割合 年次推移（帝国データバンク）



## 採用マーケティングが重要視される背景

少子高齢化により労働人口が減少し、人材確保の競争が激化しています。

**2030年には600万人以上の人手不足が予測**され、従来の採用手法だけでは求める人材を取りこぼす恐れがあります。

2025年4月時点では、**正社員不足を感じる企業が51.4%、非正社員では30.0%**と、慢性的な人手不足が続いています。

こうした状況のなか、多様な人材に企業の魅力を伝えられる採用マーケティングの重要性が高まっています。

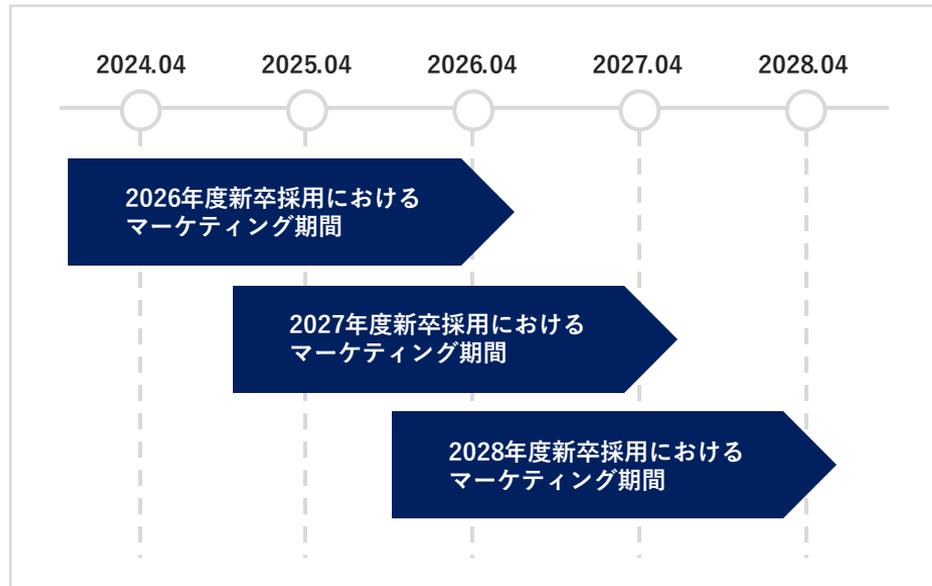
採用マーケティングは変化した候補者行動に対応し自社に合う人材を長期的に惹きつけるために必要不可欠です。

# 採用マーケティング取り組みは「今」から始めることが重要



採用マーケティングは、短期間で目に見える成果が出る活動ではありません。しかし、早めに着手することで再来年度以降の採用成果をより確実かつ良好なものに高めることが可能です。

## 採用準備のスケジュール（目安）



## 戦略立案・準備期間の目安

### 1. 最低でも：6～12か月前

新卒・中途採用に関わらず募集要項の作成、採用手法の検討、社内体制の整備には時間がかかります。この期間内に基礎的な準備を進めることが重要です。

### 2. 理想的には：1～2年前から

特に企業ブランドの形成や優秀な候補者に認知される「母集団形成」を目的とする場合は長期的な取り組みが必要です。

（例）大学との関係構築、SNSや採用サイトでの情報発信、社員紹介制度の整備など。

## Point

採用戦略は「すぐに人を採用するため」だけでなく、「将来の組織力を高めるための投資」と考えると、準備期間や施策の幅も変わります。特に優秀人材の獲得やブランド形成は **短期では成果が出にくい** ため、**2～3年スパンで計画する** のが現実的です。

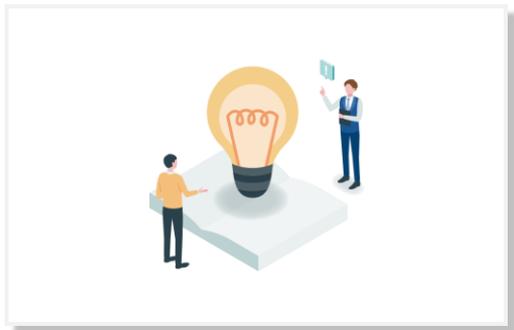
早めに取り組みを開始することで、再来年度の採用成果をより確実かつ良好なものにすることが可能です。

# いまずぐ始めるべき3つのステップ



採用マーケティングを始めるうえで、取り組むべき基本的な3つのステップをご紹介します。

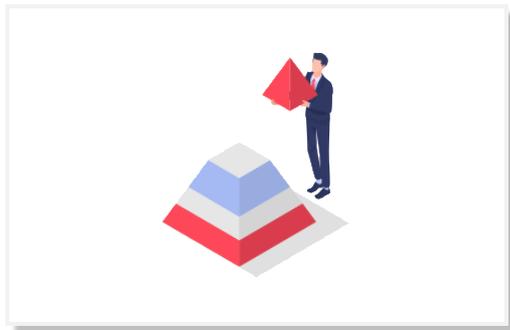
## STEP.01



### 採用ペルソナの再定義

自社が「どんな人材に会いたいか」を明確に言語化します。年齢や経験だけでなく、価値観やキャリア志向、仕事に対する姿勢などを具体的に設定することが重要。

## STEP.02



### 採用候補者ジャーニーの可視化

候補者が「知る→興味→応募→承諾→入社」に至る流れを整理します。各段階で必要な情報や不安を把握し、適切に対応することで応募や承諾の可能性を高めます。

## STEP.03



### 自社メディアで「コンテンツ」を発信

採用サイトやSNSで、自社のビジョンや日常をリアルに伝えましょう。華やかな演出よりも社員の声や働き方を等身大で発信することが、候補者の共感を得る近道になります。

短時間の30分だけでも壁打ちしたい・・・

まずは意見交換やご相談から・・・

導入はまだ先だが検討を進めたい・・・

＼ まずは お気軽にお問い合わせください ／

経験豊富なスタッフが親身に対応いたします。

 **03-5510-3451**

(受付時間：平日 9:00-18:00)



お問い合わせはこちら





**Thanks**

