

Works University

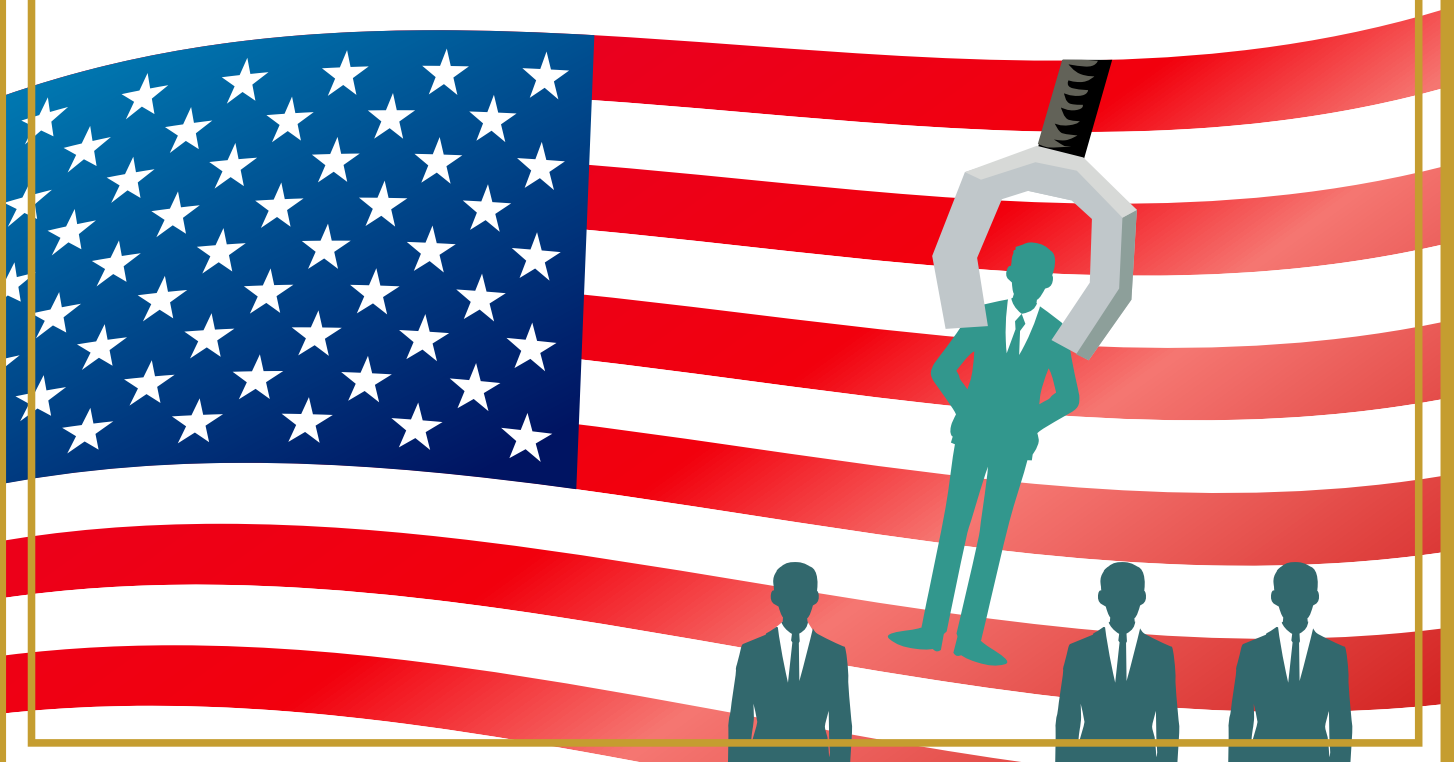
米国の 人材ビジネス

HR Business Overview in the US



15

ダイレクトリクルーティング



3種類の採用手法

米国企業が人材を採用する方法は大きく分けて、「インダイレクトメソッド」、「ダイレクトメソッド」、「サードパーティメソッド」の3種類ある。

「インダイレクトメソッド」は、メディアや自社サイトに求人情報を掲載して応募者が来るのを待つ、最も一般的でどちらかという受け身の採用方法。「ダイレクトメソッド」は、企業などの組織が、必要としている能力・スキルをもつ人材を能動的に探し出し獲得するために行う採用活動。古くは、ジョブフェアや政府の教育訓練機関、大学などに出向いて直接候補者に働きかけてきた。「サードパーティメソッド」は外部の人材紹介会社や専門職団体に依頼をするか、公共職業安定所、データバンク、自社従業員から紹介される方法。

有識者のウィル・ステイニー氏 (Proactive Talent Strategies 創設者) は、ウェブの登場以前はダイレクトメソッドが盛んだったが、求人をインターネットに掲載できるようになるとインダイレクトメソッドが一般的になり、現在は1周してテクノロジーを活用したダイレクトメソッド、「ソーシング (ダイレクトソーシング)」の必要性が増していると言う¹。同氏がまとめたリクルーティングの歴史は次のとおり。

1. リクルーティングの歴史

(1) 1970～1990年代 ウェブ以前の時代

- 採用担当者 (以下、リクルーター) は、人々が退社した後の時間を狙って企業に電話をかけていた。留守番電話につながると、相手の名前や肩書を取得できる
- リクルーターの価値は、集めた名刺の数や知り合いの人数で測られた
- リクルーターには、対人スキルや電話、営業、候補者特定やリサーチ・分析スキルが重視された

(2) 1990～2000年代 ウェブの時代

- 求人・求職サイトとレジューメデータベースの全盛期。リクルーターは、人脈よりも広告を通じた応募に頼るようになり、大量の応募が来るため、受け身で事務作業の多い職務になる。求職者は、応募後企業から連絡がなく、選考状況が分からない事態に陥る
- 積極的求職者の採用に偏り、リクルーターは人脈づくりを怠るようになった

1 SourceCon2017年9月基調講演、“The Sourcer Without Technology”

- リクルーターに最も必要だったスキルは候補者特定とリサーチ・分析。コンピューターやデータスキルもある程度必要になった

(3) 2000～2015年代 ウェブ2.0の時代

- SNS、レビューサイト、デジタルマーケティングの時代。一個人も情報を拡散できるようになり、情報が飛ぶ方向が一方向的でなく双方向になる
- リクルーターには、人材の発掘とともに、その人材の興味を引きやすい手段を見極められる能力が求められる
- スпамを送りやすくなり、リクルーティング業界にも氾濫し始める。メッセージ、コンテンツマーケティング戦略、CRM（候補者関係管理）データの活用などで、個人向けのカスタマイズがカギとなる
- 雇用市場は売り手市場。企業は一流の人材を獲得するために全力で譲歩する

(4) 2015年～現在 ウェブ3.0の時代

- AIと機械学習が注目される。リクルーティングの人間化
- ソーシャルとオートメーションが成熟し、AIが活躍し始める。機械が得意な仕事を機械にやらせて、人間が得意なことを人間がする
- リクルーターには、候補者を特定するスキルがほとんど重視されなくなる。コンピューターやリサーチ・分析スキルの重要性も下がり、対人スキルが再び非常に重要になる

2. ソーシング

ソーシングとは、企業が外部の第三者を介さず自社の求人要件にあった人材を SNS や人材データベースで特定し、ダイレクトにアプローチして応募させ選考する手法。積極的に転職活動をしている求職者に加え、転職を積極的には考えていない潜在的求職者に接触し、候補者に変える。

従来、ソーシングは人材サービス会社が顧客企業のために候補者をリストアップするための業務であった。人材サービス会社から企業の採用部署へ転身する人が増えて、さらにインターネットや SNS の普及、人手不足、人材獲得競争のグローバル化が追い風となってソーシングが発達・普及した。

既にソーシングは企業にとって当たり前の手法となり、ソーシングを行うチームは多くの企業で「タレントアキュイジション（Talent Acquisition、以下 TA）」という名称で、人事部門とは異なる、採用に特化した部門として独立している。企業はツールを利用して人材を発掘する専任の担当者「ソーサー」を置いてリクルーターと分業させている場合もあれば、リクルーターがソーサーを兼任する場合もある。採用コンサルティング会社、

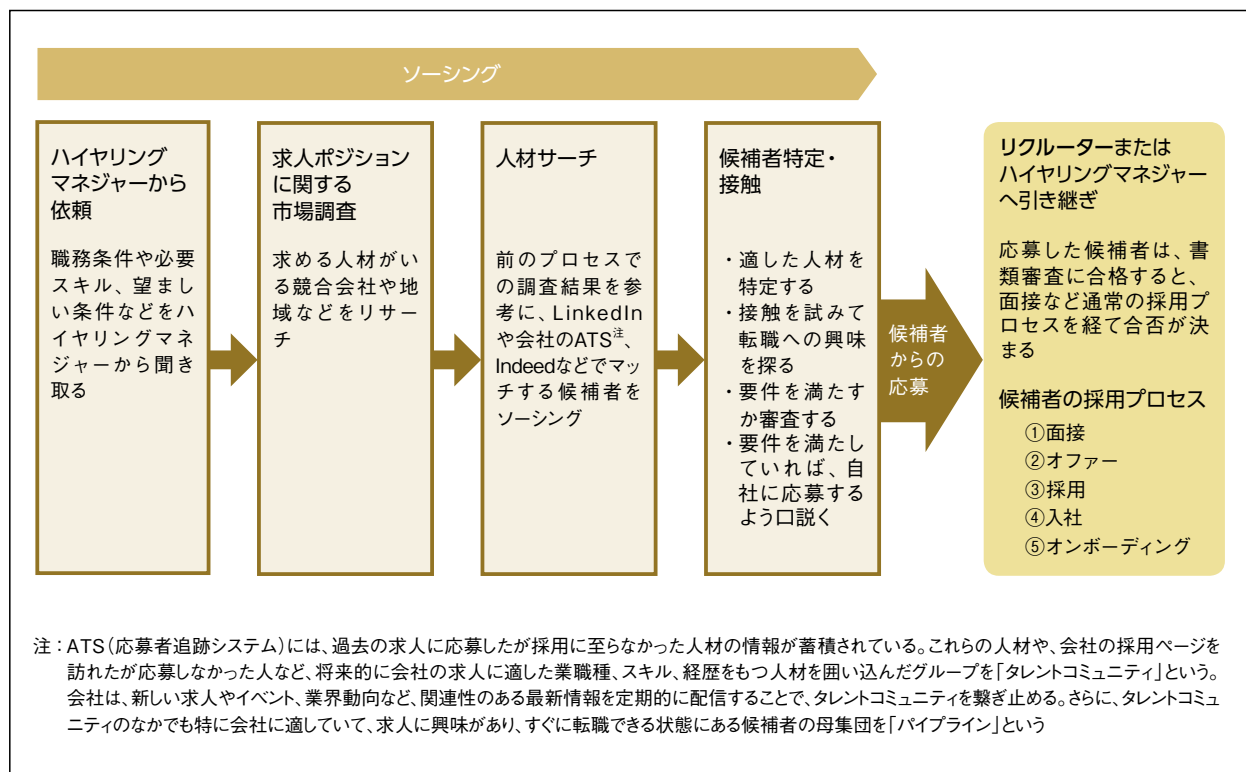
CareerXroads の採用経路調査（2014年）²によると、フルタイムのソーシング専任者を配置しているのは回答企業の60.5%で、リクルーターが必要に応じてソーシングを行っている企業は30.2%あった。9割の企業がソーシングを行っていることになる。残りの9.3%は必要に応じて社外のサービスを利用していた。

社員紹介制度（リファラル）もソーシングに含まれる。社員のもつネットワークは重要な母集団であり、ネットワークのなかで誰が自社の求めるスキルを保有しているのかを社員が判断して、求人に応当する人材がいればリファラルを利用するか、TAに声をかけてもらう。つまり、社員が一次スクリーニングの機能を果たす。

3. ダイレクトリクルーティング

ダイレクトリクルーティングは、ソーシングから選考プロセス、採用決定まで、直接採用のプロセス全般を指す（図表1）。

図表1 ダイレクトリクルーティング



2 "Source of Hire Report 2014", CareerXroads

CareerXroadsは2001年から2014年まで、加盟企業に毎年採用経路調査“Source of Hire”を実施していた。同調査では、ソーシングを通じた採用、つまりダイレクトリクルーティングが2013年に大幅増加したことが分かる（図表2）。

図表2 採用経路の推移 2001～2013年

(単位：%)

	2001年	02年	03年	04年	05年	06年	07年	08年	09年	10年	11年	12年	13年
リファラル（縁故）	23.3	26.6	28.5	31.7	27.1	25.6	28.2	27.3	26.7	27.5	28.0	24.5	19.2
企業のウェブサイトの募集ページ						20.7	14.0	20.1	22.3	18.8	9.8	23.4	19.1
求人・求職サイト						12.3	11.7	12.3	13.2	24.9	20.1	18.1	15.4
ダイレクトソーシング			2.6	6.0	7.4	6.4	9.4	7.8	6.9	5.0	9.1	6.8	12.1
新卒採用			2.4	5.6	8.0	3.8	3.8	3.6	6.3	7.2	6.6	5.5	7.5
再雇用						5.2	4.8	2.4	3.4	2.8	4.3	3.3	3.9
サードパーティエージェンシー			1.2	3.2	5.2	4.8	3.3	2.7	2.3	2.3	2.8	3.1	5.9
ソーシャルメディア											3.5	2.9	NA
人材バイブライノ(タレントコミュニティ)													3.9
紙媒体		4.8	3.8	5.5	4.6	6.9	4.6	3.4	2.5	2.0	2.2	2.3	0.9
紹介予定派遣・契約					3.2	2.3	3.0	3.1	1.6	2.4	2.1	1.5	4.4
就職フェア		3.2	2.8	3.2	5.2	2.7	2.3	3.2	2.3	1.8	1.9	1.2	1.4
飛び込み					4.2	0.5	0.8	0.8	2.5	0.7	0.8	0.3	0.7
その他 ^a	56.2	38.4	26.9	15.2	10.5	7.0	12.5	10.1	10.1	4.7	8.8	7.2	6.3
検索エンジンマーケティング ^b						2.0	1.2	3.3					
オープンハウス							0.7						
インターネット ^c	20.5	27.0	31.8	29.6	24.7								

a：ほとんどは「分からない」やデータのエラー。08年の調査ではラジオ、TV、州の職業安定所、M&A、専門職団体、ダイレクトメールであった

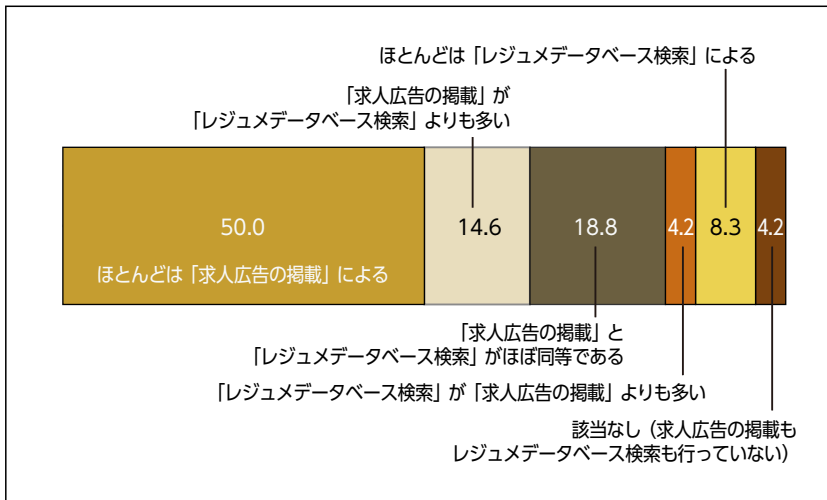
b：09年以降は「ダイレクトソーシング」に分類される

c：05年以前の調査では、求人求職サイトと企業のウェブサイトの募集ページは「インターネット」に分類されていた

出所：“Source of Hire Report 2014”, CareerXroads

また、求人・求職サイト経由の採用でも、候補者が求人へ応募した場合と、リクルーターがレジюмеデータベースを検索してアプローチした結果による場合に分かれる。“Source of Hire Report 2014”では、「レジюмеデータベース検索が求人広告の掲載よりも多い」と回答した企業が4.2%、「ほとんどはレジюмеデータベース検索による」と回答した企業が8.3%おり、求人・求職サイト経由のダイレクトリクルーティングは1割強だった（図表3）。

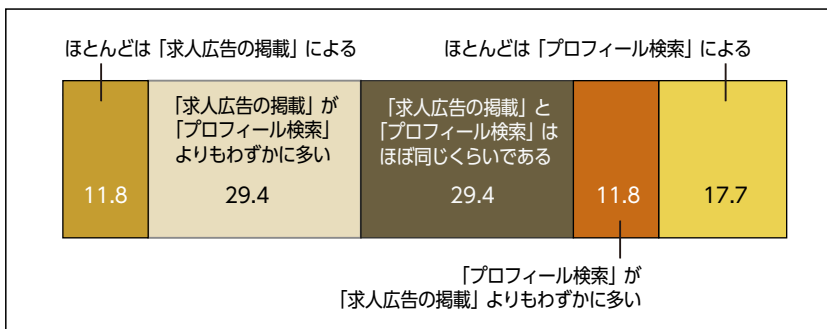
図表3 2013年に求人・求職サイト経由で採用した人材は、求人広告の掲載とレジюмеデータベース検索では、どちらが多いか？（単位：%）



出所：“Source of Hire Report 2014”, CareerXroads

一方、LinkedIn 経由の採用をみると、「プロフィール検索が求人広告の掲載よりもわずかに多い」と回答した企業が11.8%、「ほとんどはプロフィール検索による」と回答した企業が17.7%おり、ダイレクトリクルーティングでの採用率が高い（図表4）。

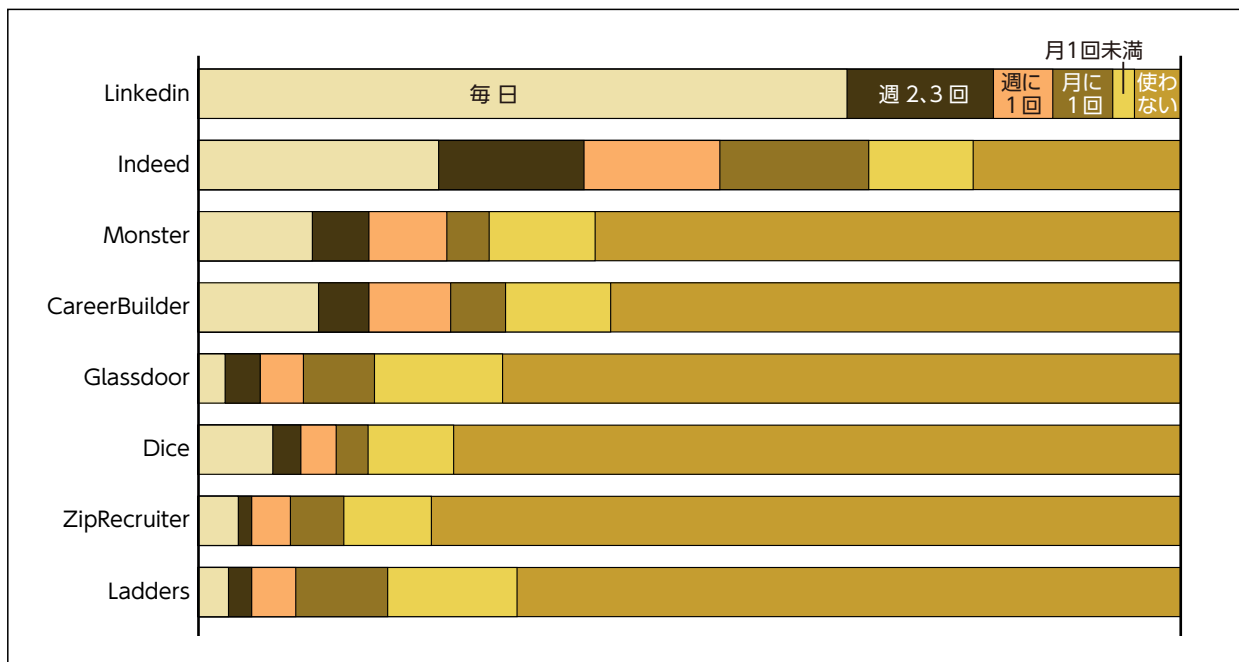
図表4 LinkedIn 経由の採用は求人広告とプロフィール検索の、どちらが多いか？（単位：%）



出所：“Source of Hire Report 2014”, CareerXroads

同調査のデータは 2013 年のもので、LinkedIn でのプロフィール検索による採用は 3 割程度とそれほど高くないが、現在はその割合が高くなっていると考えられる。2017 年、SourceCon³がソーサー 600 人弱に実施した調査 “State of Sourcing 2017” によると、候補者探しの際に LinkedIn を毎日利用するソーサーは 6 割超、週 2、3 回利用するソーサーを合わせると約 8 割と、LinkedIn への依存度が高くなっている（図表 5）。

図表 5 候補者探しの際に、次の求人・求職サイトを利用する頻度は？



出所：“State of Sourcing 2017”, SourceCon

3 ERE Mediaによる、ソーサー向けに情報を発信するサイト。毎年2回コンファレンスを開催している

4. ダイレクトリクルーティングをサポートするHRテクノロジー

リクルーターもソーサーも、ダイレクトリクルーティングに特化したHRテクノロジーだけでなく、様々なツールを工夫して活用している。ここでは、ソーシングに直接関連性のある領域のサービスを紹介する。

(出所は各ウェブサイト)

(1) SNS

LinkedIn や Facebook といった SNS は、仕事を探す求職者、人材を求める企業の双方にとって重要なサービスとなった。ウェブサイトを基盤にしたコミュニティは、もはや社会インフラとしての側面をもっている。SNS は大手に加えて、プログラマー、ゲームデザイナー、看護師など特定の業種や職種に特化したサービスもある。また、SNS の多くは企業のページや求人広告の掲載などの付加的なサービスも提供している。SNS を活用する求職者はレジュメの登録に加えて、自分のスキルをアピールするために過去に制作した作品やプログラミングなどの実績を投稿して、企業からのオファーを待つという利用方法がある。一方、企業の採用担当者は SNS をソーシングのツールとして、求人・求職サイトと同じように採用プロセスの1つに組み入れて利用している。

サービス例

名 称	LinkedIn
ウェブサイト	https://www.linkedin.com
設 立	2002 年
会 員 数	5 億 3,000 万人
概 要	全世界での登録者数 5 億人を超える個人のレジュメが登録されており、企業にとってソーシングの基盤となるサービス。募集中の求人情報は 600 万件以上あり、求人・求職サイトとしても利用されている。潜在化していた縁故を顕在化したサービスで、同サイトを利用したリファラルも多い。他の採用テクノロジー会社も LinkedIn をインフラとして接続するものが多く、付加価値サービス化している

名 称	Facebook
ウェブサイト	https://www.facebook.com
設 立	2004 年
会 員 数	月間ユーザー数 20 億人超
概 要	企業はフィード機能で求人情報を流し、積極的に求職活動をしていない潜在的候補者へ採用情報を届けられる。また、Facebook に採用ページを作成し、採用ブランドを構築して、告知や個人とのコミュニケーションツールとして活用できる。リクルーターは候補者へ求人オファーの送信や、有力な候補者の個性、興味などレジュメにない情報を知るために候補者のページを閲覧して採用選考の参考にできる

名 称	GitHub
ウェブサイト	https://github.com
設 立	2007 年
会 員 数	2,600 万人
概 要	世界のディベロッパー同士が協働でコードを書いたりコードの問題点を解決したりしながらソフトウェアを構築できるプラットフォーム。リクルーターは、求めるコンピューター言語を使う有能なディベロッパーをここで特定し、接触できる

(2) ソーシャルサーチ

SNS のプロフィールやブログなど、インターネット上のあらゆるところに存在する人材の情報を収集・評価し、求人に適する候補者のショートリストを作成する。ダイレクトリクルーティングの代表的な分野である。

サービス例

名 称	entelo
ウェブサイト	https://www.entelo.com
設 立	2011 年
概 要	50 以上のウェブサイトから収集した候補者 2 億 5,000 万人分のプロフィールをもつ人材検索エンジン。サーチ機能とスカウト機能を軸とする。転職希望が活性化するタイミングを予測する機能や、性別や人種、軍隊経験など企業内のダイバーシティを促進するための機能がある。 「現職への転職から 24 カ月目の節目は転職率が高い」とか「LinkedIn のプロフィールを更新してから一定期間は転職率が高い」といった分析にもとづく独自アルゴリズムにより、転職する可能性の高い候補者をランク付けする。個人の各種サービス利用頻度などから、ベストな連絡手段を提案して応答率を上げる。リクルーターは、採用条件に適した人材リストを毎日メールで受け取る。候補者がメールを開封した時にアラートを受け取ったり、幹部やハイヤリングマネジャーの代理としてメールを送ることができる

名 称	TalentBin
ウェブサイト	https://www.talentbin.com
設 立	2011 年
概 要	米国特許商標庁のデータベース、SNS、コミュニティサイト(Pinterest, GitHub, Quora など)といった 100 以上のウェブサイトからプロフィール情報を収集し、インターネット上にレジュームを載せていない消極的候補者のデータベースを構築している。リクルーターは候補者の e メールや SNS アカウントに直接メッセージを送れる。メール開封やリンククリックを追跡できる。求人ごとに進捗を追跡し、自分とチームに今後のタスクをリマインドする機能がある。候補者とのこれまでのコミュニケーションを記録しておく。候補者が応募者になった時、プロフィールを TalentBin から ATS (jobvite, iCIMS, Bullhorn, SmartRecruiters など、さらには CSV や PDF) へエクスポートできる。使用している CRM や ATS を通して TalentBin のデータベースを検索できる

名 称	SwoopTalent
ウェブサイト	http://www.swooptalent.com
設 立	2012 年
概 要	<p>様々な分野の1億6,000万人以上のデータを同社のプライベートなクラウド上に保有（30以上の主要サイトを日々監視して新規・更新情報をインデックスする）。そのなかから求人者にマッチする消極的候補者を特定、ランク付けする。また、候補者のSNSを通して本人と連絡を取り、身元確認をする。</p> <p>紙の履歴書を即座にデータ化し、候補者のSNSアカウントへリンクする。</p> <p>関連する役職名やスキルも含めて検索する。</p> <p>自社のATSデータ、候補者マーケティングシステム、スプレッドシート、インターネット上のデータなどを1つに統合し、Swoopのデータベースも含めて一括検索できる。</p> <p>人材を探すだけでなく、SNSやSwoopの“Facebook Job Board App”を通して自社のFacebookページに求人掲載できる</p>

米国のダイレトリクルーティングのケース・スタディ HiringSolved社 ジェレミー・ロバーツ氏

現在HiringSolvedというソーシャルサーチに分類されるベンダーに勤めるロバーツ氏は、この分野に含まれるベンダーの活動範囲はSNSに限らず、インターネット上のありとあらゆる場所から人材に関する情報を収集するため、ソーシャルサーチという分野名に違和感を覚え、ピープル・アグリゲーター（人材収集者）と呼んでいる。ロバーツ氏がこれまで人材探しに利用してきたツールは、特別にソーシングのために作られたツールばかりではない。たとえば、ウェブ・スクレイピング・ツール（例：Data Miner、Capture Mozenda）、テキスト・メッセージング・テクノロジー、マーケティング・ツール、プロダクティビティ・スケジューリング・アプリケーション（例：Time Trade）などで適正人材を見つけ出し、候補者のエンゲージメント向上に応用できるツールなら分野を問わず利用している。ロバーツ氏が現在顧客サクセス担当副社長を務めるHiringSolvedでは、無料のChrome拡張機能“Prophet”を提供している。Prophetで特定の人材を検索すると、その人についての検索結果（SNSプロフィールへのリンク、メールアドレス、電話番号など）が一覧表示される。Chrome拡張機能は画面の右側に現れるため、リクルーターは閲覧しているウェブページを離れることなくこのツールを利用できる。HiringSolvedをはじめとするピープル・アグリゲーターは、インターネット上に蓄積された人材データを機械学習やAIを駆使して仕分けし、より検索しやすいように整頓する。HiringSolvedのようなテクノロジーは、どの候補者が求人内容に適している人材か、即座に紹介できる候補者は誰か、企業の採用担当者が2,000件のリストのなかから選ぶ代わりに、条件に適合する一人を見つけ出すために役立つものである。ピープル・アグリゲーター、求人・求職サイト、ATSなど様々な領域のベンダーがもつデータは、たとえばClinch^注のようなマーケティング・オートメーション・プラットフォームにつながられる。それらはすべての項目が少しずつお互いの領域に触れており、複雑につながり合っている。（以上2016年6月CXRによるインタビューより）

注：Clinch 商品・サービスについて

2013年設立。本社はアイルランドのダブリン。米国ニューヨークにも拠点を置く。
Clinchの特徴は「リクルーティング・マーケティング」をサポートする商品・サービスで、企業ブランディングに始まり、企業の採用サイト作成ツールや採用候補者の分析など、採用戦略の立案に役立つサービスや分析ツールを提供している。

そのなかでも、採用を成功させるためには、企業と求職者（潜在的な求職者を含む）の関係づくりが必須であるとし、企業からのメッセージ発信を重要視した企業ブランディングを提案し、ウェブコンテンツ作成のサポートを行っている。さらにメッセージの発信だけでなく、ウェブを閲覧した求職者とのネットワークが後の人材プールづくりにつながるとしている。

その他に、企業内でSNSやメール送信に対応した求人情報を作成でき、自動送信やターゲットを絞った送信などカスタマイズできる管理ツールを提供している。

またインターネット上での求職者の動きを分析し、ページの閲覧数、閲覧者のアクセス元、ウェブアクセスに使われたデバイスなどの情報を分析し、企業の採用戦略立案をサポートする。

さらに企業の人材プールから求人条件にマッチした人材を抽出するソーシング・システムを提供し、この機能により採用を素早く効果的に行うことができる

(3) レジューメ解析ソフトウェア

レジューメ解析ソフトウェアは、レジューメや SNS のプロフィールに記載されたテキストを解析し、学位、資格、経験年数といった職歴に関する情報を抽出、整理する。ソフトウェアの多くが、重複するレジューメを削除する機能ももつ。求人広告からは、役職名、応募要件、福利厚生といった情報を抽出して整理し、的確なレジューメを探す。

サービス例

名 称	Burning Glass Technologies
ウェブサイト	http://burning-glass.com/
設 立	1999 年
概 要	候補者のレジューメに記載されているスキルをもとにビッグデータ分析を行い、求人にもっとも適した人材を見つける。キーワード検索も、職務明細書をもとにしたマッチングも可能。 15 言語に対応。同じ言語でも世界の地域によって異なる特徴があるが、それを踏まえた解析ができる（たとえば、フランス、ベルギー、カナダとスイスのフランス語） そのほか、労働力計画やビジネス戦略を助ける “Burning Glass Talent”、リアルタイムの雇用市場情報を提供する “Labor Insight”、市場にある求人情報から重複データを除外して提供する “NOVA” といったサービスも提供する

名 称	Sovren
ウェブサイト	https://www.sovren.com/
設 立	1996 年
概 要	AI を活用したマッチングを提供する。マッチングはレジューメと求人、レジューメ同士など様々な組み合わせで実施可能。主要なスキル、候補者の経歴のなかで最高位の管理職、社会人年数などの情報を候補者ごとに抽出してまとめる。PDF、HTML、DOCX、RTF といったあらゆる文書フォーマットで作成されたレジューメを解析でき、ほかのレジューメ解析サービスよりも精度とスピードが高いと謳う。2,400 種類のスキルをユーザーの好きなように組み合わせで解析でき、条件を満たす候補者をランク付け表示する。英語を含む EU のメジャーな言語と中国語の 14 カ国語に対応可能で、対応している国の言語のレジューメをテキスト文書に解析しプログラムで扱えるように言語化する

名 称	Textkernel
ウェブサイト	https://www.textkernel.com/
設 立	2001 年
概 要	<p>〈Extract!〉 レジューメや SNS のプロフィール情報を会社のデータベースの項目に合わせて抽出・登録する。現在 18 言語に対応。機械学習のアルゴリズムが自動的に「抽出ルール」を作成するため、人間によるルール設定よりも精度が高い。会社のサイトに Extract! 機能を加えることもでき、応募者は自身の SNS プロフィールを利用して求人に応募できる。その情報も自動的にデータベースに合わせて分類される</p> <p>〈Search!〉 リクルーターは会社のデータベース内と SNS から求人に適した候補者を同時に検索できる。Textkernel はセマンティック技術を採用しているため、単なるキーワード検索ではなく、類語や関連用語も含めた検索結果になる。また、たとえば「CEO」のキーワードにマッチするレジューメは候補者自身が CEO だったとは限らず、CEO「の下で」働いていた場合もある。セマンティック技術によりこの違いを認識した検索が可能。現在 5 言語に対応</p> <p>〈Match!〉 レジューメと求人要件を解析し、マッチングを測る。現在 4 言語に対応</p> <p>〈Jobfeed〉 ビッグデータ解析ツールで、インターネット上にある新しい求人を毎日検索・分類しリクルーターに届ける。求人が人材サービス会社によるものか、企業が直接掲載したものかを見分けられる。人材サービス会社が候補者に仕事を紹介する際や、リクルーターが雇用トレンド・雇用市場を理解する際に役立つ</p>

(4) 求人・求職サイト

総合型とニッチ型、ジョブアグリゲーターといった種類がある。企業の求人広告を掲載するサービスと、求職者が登録したレジューメのデータベースを検索するサービスを提供する。

ジョブアグリゲーターは、求人・求職サイト、企業サイトの求人募集ページ、新聞社や協会のサイト、SNS、コンテンツサイト、公共職業安定所など、インターネット上の何千ものサイトから求人情報を自動収集して1つのサイトに集約する。

サービス例

名 称	Indeed
ウェブサイト	https://www.indeed.com
設 立	2004 年
登録レジューメ数	9,000 万件超
概 要	総合型のジョブアグリゲーター。Indeed へ直接求人を広告することも可能。求人掲載、レジューメ検索共に無料で、候補者にメッセージを送る際に課金される。Indeed に直接求人を掲載する会社は同サイト内に企業ページが作成される。ここで写真の掲載、求人情報の更新、口コミ評価への返信などをすることで、企業ブランドを向上させることができる

名 称	Ladders
ウェブサイト	https://www.theladders.com/
設 立	2003 年
登録レジュメ数	1,000 万件超
概 要	年間給与 10 万ドル以上の求人のみを扱う求人・求職サイト。同サイトのデータベースから学歴、経験、給与などの条件で候補者を検索すると、候補者のメールアドレスや電話番号を取得できるため、同サイトを通さずに直接連絡を取れる。リクルーターが求人を掲載すると、Ladders のアルゴリズムが業種や専門、肩書などから適した候補者を提案する。毎月分析レポートが届き、求人閲覧数、応募数、仕事と応募者の地域分布図などのデータを確認できる

名 称	Dice
ウェブサイト	https://www.dice.com/
設 立	1990 年
登録レジュメ数	220 万件
概 要	テクノロジー関連職に特化した求人・求職サイト。iOS 開発、Java、Oracle、SQL といったエンジニア系スキルの保有者をレジュメ登録の対象とする。北米と欧州で展開。ソーシャルサーチサービスの“Open Web”も提供しており、180 以上の SNS から候補者を検索できる。予測解析により、転職しそうな候補者を表示する

(5) リファラルツール

社員が自分のネットワークから会社・求人に適した人材を紹介する際に、紹介の受付、進捗管理、紹介者への紹介報酬（リファラルボーナス）の支払いといったプロセスを自動化するサービス。

サービス例

名 称	Reppify
ウェブサイト	http://reppify.com/
設 立	2009 年
概 要	従業員・元従業員・過去の候補者などがもつ SNS でのつながりから、求人に適した候補者をアルゴリズムによって提案する。候補者にはそれぞれ点数がつけられ、マッチング度合いが分かる。リクルーターは、連絡を取りたい候補者に、Reppify を通して従業員から紹介してもらえ。紹介者への紹介報酬を段階別（紹介時、応募時、採用決定時など）に設定し、トラッキングできる。Facebook や Twitter などでも共有された求人へのクリック数もトラッキングできる

名 称	RolePoint
ウェブサイト	https://www.rolepoint.com/
設 立	2011 年
概 要	<p>Google の求人検索サービスに含まれている機械学習機能 “Google Cloud Job Discovery” を活用しており、求人内容と紹介者の意図を正確に理解した候補者リストを表示する。リクルーターが従業員へメッセージを送るたびにアルゴリズムが学習し、リファラル制度への参加を促すよう最大限の効果を出すメッセージを作成する。また、従業員層と彼らの行動を学習し、従業員ごとに異なる求人が表示されるようになる。従業員は、自身が紹介した候補者の選考状況を定期的に受け取る。</p> <p>会社の採用プロセスから予測される結果を解析し、業界内の他社の結果と比較できる。また、リファラルアナリティクスにより、有能な人材が最も多く採用に至ったのはどの方法かを特定できる（直接的な紹介なのか、SNS での求人シェアなのかなど）。</p> <p>主要 ATS と統合可能なため、リクルーターは複数のデータベースを使い分けずに済む</p>

名 称	Preferhired
ウェブサイト	https://www.preferhired.com/
設 立	2017 年
概 要	<p>リクルーター・ハイヤリングマネジャーは、Preferhired のソフトウェア内で求人を作成し、その求人に対する予算を設定する（受け付ける応募数×各紹介者に支払う報酬額）。従業員が求人を自身の SNS でシェアし、紹介した人材が選考に進むと、Preferhired から即座に紹介報酬が入金される。Preferhired はその都度、会社に請求書を送付する。</p> <p>従業員は Preferhired にプロフィールを作成し、スキルやこれまで経験した業種、実績などを入力する。リクルーター・ハイヤリングマネジャーはそれをもとに依頼したい紹介者を選ぶ。</p> <p>従業員は、自身の知り合いが応募した際、リクルーター・ハイヤリングマネジャーに送る前にレジュメを確認し、紹介するかどうかを選択できる。従業員は、選考の各段階で紹介報酬を受け取る（リクルーター・ハイヤリングマネジャーが応募を承認した時、面接時、採用決定時）。</p> <p>Preferhired を通した紹介報酬は会社からの給与ではなく、紹介者としての個人所得になるため、フリーランサーと同様に国税庁へ 1099 フォームを提出することになる</p>

Works University
米国の人材ビジネス
15.ダイレクトリクルーティング

執筆

石川ルチア（リクルートワークス研究所）

監修

村田弘美（リクルートワークス研究所）

発行日

2018年3月29日

発行

リクルートワークス研究所 グローバルセンター
〒104-8001 東京都中央区銀座8-4-17
リクルートGINZA8ビル
株式会社リクルートホールディングス
TEL 03-6835-9200
URL www.works-i.com/

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。
©Recruit Holdings Co.,Ltd. All rights reserved.

参考資料等に掲載しているURLは各ウェブサイトへリンクしております。
ただし、ページの移動もしくは閉鎖している場合がございます。

Works University

米国の人材ビジネス

15.ダイレクトリクルーティング

リクルートワークス研究所

〒104-8001 東京都中央区銀座8-4-17

リクルートGINZA8ビル

株式会社リクルートホールディングス

TEL 03-6835-9200

URL www.works-i.com/