

# アメリカの人材ビジネス

## ——2006年人材ビジネスの動向——

村田 弘美 リクルートワークス研究所・主任研究員

日本の人材ビジネスは欧米の5年遅れと揶揄された時代から飛躍的なスピードで距離を縮めている。しかし、その実態は完全に自由化された欧米の市場において生み出された新しいビジネスを日本型として導入可能かどうか試行錯誤しているのが事実だ。本稿は2006年の海外の人材ビジネス調査の中から、基礎となる日米の人材ビジネスマーケットの領域の違い、2006年の海外の動向や大手企業に支持されたビジネスを整理して紹介する。

**キーワード：** 人材ビジネス、スタッフィング、職業紹介、求人・求職サイト

### I. 日米人材ビジネスの事業領域

米調査会社S I Aによると、アメリカにおける2006年の人材ビジネスのマーケット規模は1310億ドル、成長率は9.9%と予測される。中でも職業紹介・サーチと、法律、金融・会計、技術・エンジニア分野の人材派遣、PEO（Professional Employer Organization）では好調を維持している（図表1）。また、米ボレロ・アソシエイツによると同年の求人・求職サイトの規模は59億ドル、新聞の求人広告では54億ドルとされる。

**図表1 米国の人材ビジネスマーケットの現状**

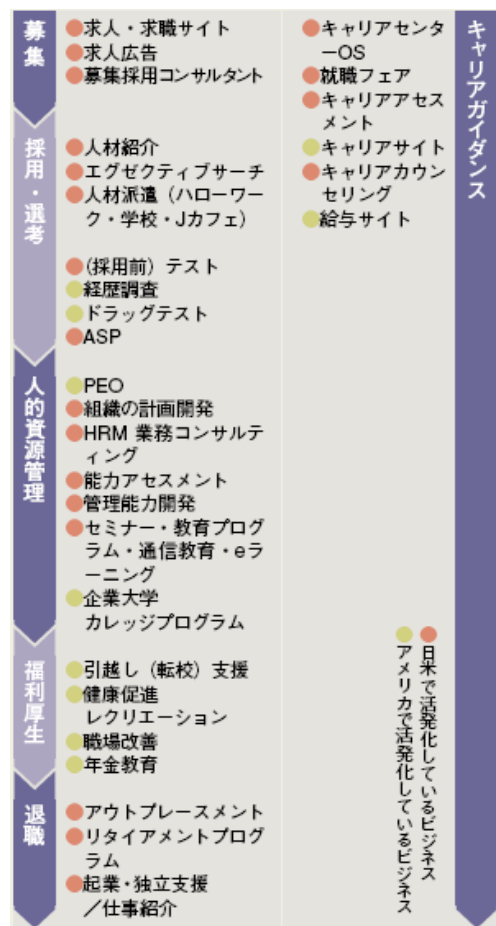
業界	2002	2003	2004	2005	2006 (予測)	2007 (予測)
人材派遣	74.1	73.9	81.7	89.4	96.7	103.5
商業	34.1	35.3	39.8	42.8	45.7	47.7
事務職	18.8	19.2	20.0	21.6	22.9	23.8
軽工業	15.3	16.1	19.8	21.2	22.8	23.9
専門	39.9	38.6	41.9	46.6	51.0	55.7
IT	14.8	14.3	15.8	17.4	19.1	20.8
医療	11.1	10.2	9.8	10.0	10.5	11.2
金融・会計(1)	5.3	5.4	6.6	8.1	9.1	10.1
技術・エンジニアリング	4.7	4.6	5.1	5.9	6.5	7.2
法律	0.9	1.0	1.1	1.3	1.5	1.7
その他(1)	3.2	3.2	3.5	3.9	4.3	4.6
職業紹介・サーチ	12.7	11.7	14.4	18.1	21.4	24.6
成功報酬型	4.5	4.0	5.0	6.7	8.4	10.1
前受金型	4.6	4.2	5.1	5.7	6.2	6.7
テンプトゥパーム	3.5	3.5	4.3	5.6	6.8	7.8
PEO(2)	8.2	9.2	9.9	10.8	11.9	12.9
アウトプレースメント	1.4	1.3	1.1	1.0	0.9	0.9
業界総計 単位：10億ドル	96.4	96.0	107.1	119.2	131.0	141.9

出典: Staffing Industry Analysts(2006)

アメリカのスタッフィング業界、いわゆる人材ビジネス業界は、人材派遣、職業紹介・サーチ、PEO、アウトプレースメントと大きく4つのビジネス群に分類される。これは狭義に解釈する人材ビジネスである。日本とは法制度などが異なるため同一とはいえないが、総じて類したビジネスといえる。また、広義の人材ビジネスは、募集、採用・選考、人的資源管理、福利厚生、退職、キャリアという人事の一連の流れに関わる6つの領域内で、企業や個人を対象としたビジネスを指している。例えば、募集の領域では、求人・求職サイト、求人広告、募集採用コンサルタント、採用アウトソーシング(RPO)など。採用・選考の領域では、人材紹介、エグゼクティブサーチ、人材派遣、公共職業紹介所、長期失業者や若年者等に対象を絞った支援機関、学校、採用前のテスト、経歴調査、ドラッグテスト、ASP、人材アウトソーシング(HRO)など。人的資源管理領域では、PEO、組織の計画・開発、HRM業務コンサルタント、セミナー・教育プログラム・通信教育・eラーニング、企業大学、カレッジプログラムなど。福利厚生領域では、引越し(転職支援)、健康促進・レクリエーション、職場改善、年金教育など。退職領域ではアウトプレースメント、リタイアメントプログラム、起業・独立支援(仕事紹介)、キャリアに関する領域では、キャリアセン

ター運営の請負、就職フェア、キャリアアセスメント、キャリアサイト、キャリアカウンセリング、給与（を比較する）サイトなどが挙げられる（図表2）。

図表2 米国と日本の人材ビジネス領域



2000年代に入るとテクノロジーの発達によって人材ビジネスは大きな成長を遂げた。2006年には加えて、ウェブ2.0と称される第二世代のビジネスの中からソーシャルネットワーキングサービス（SNS）による縁故を中心とした人材紹介が行われ、また企業内個人によるリクルーティングブログを利用した採用活動が行われるようになった。また、マーケット規模は10-15億ドル程であるが、候補者の絞込みから採用までの包括的な業務を請け負う新しいコンセプトの採用アウトソーシング（RPO）も注目された。アメリカやイギリスは人材ビジネスに関する規制がほとんどなく、自由な発想から多彩なビジネスが次々に生まれている。

人材ビジネス領域において、日米の差異は少なくなってきたが、アメリカを中心とした欧米のビジネスの領域は、日本の法制度により実施困難なPEOや、個人のキャリア構築をサポートするキャリアサイト、給与サイト、他に職業や就業形態を機軸にした多彩なニッチサイトやビジネス・サービスなどが活発化している。また、各領域においてテクノロジーの進化に沿ったビジネスなどでは日本では思いもつかない価値の高いビジネスが創造されており、日本の人材ビジネスの伸びしろが多いことが窺われる。

## II. 大手企業の採用経路

米CXR社（2006）の採用活動調査では3年にわたりアメリカの大手企業24社を対象に採用経路を調査している。24社の採用者数の合計は18万8千人。結果、採用経路の中で最も多い割合を占めるのは従業員の紹介（27.1%）である。これは大学など教育機関の専攻と実際に就いた職業との連動性が比較的高いことや転職回数が多さから、同窓生や前職場での同僚を紹介するなど、従業員の人脈そのものが人材供給源となるのであろう。次に多いのはインターネット（24.7%）である。近年では新卒の採用も増えつつあり、大学（8.0%）やレジュメデータベースの検索などのダイレクトソーシング（7.4%）といった経路もあるが、従業員の紹介とインターネットの2つが大手企業の主要な採用経路となっている（図表3）。

採用経路において最も主要な人材ビジネスは何か。さらにインターネット経由の採用の内訳をみると、企業のウェブサイト（49.2%）、ニッチサイト（22.5%）、さらに3大求人・求職サイトのマスター（12.2%）、キャリアビルダー（9.0%）、ホットジョブス（4.2%）と続く。人材ビジネスに焦点をあてると、採用経路全体に占める大手求人・求職サイト計は6.9%、ニッチサイトの割合は5.1%である（図表4）。アメリカの大手企業が最も利用する大手とニッチサイトはどのような特性を持って支持されているのだろうか。次節以降は利用者

に人気の高いモンスター (Monster.com) と、様々なニッチサイトの概要を紹介する。

### III. 世界が注視するモンスター

ランキングで常に首位にあるのがモンスターである。同サイトはユーザーの満足度も高く、74%が素晴らしい・良いと回答している (Piper Jaffray 2005 HR Outlook Survey)。同サイトのビジネスの特徴は、まず一度見たら忘れられないユニークな怪獣のキャラクターにある。これを利用してユーザーに分かりやすく誘導する仕組みである。怪獣がサイトの中で自分のエージェントさながらに仕事を見つけ出すなど多彩な機能が魅力である。またモンスターの親会社であるTMPワールドワイドの事業領域をみると、イエローページや転職サイトから始まり、現在では学生の進学、奨学金、インターンシップ、新卒、管理職、公務員、軍人の再就職、結婚など、ユーザー個人の人生におけるさまざまな場面で密接な関係を築く総合サービスへと変化を遂げている (図表5)。他に個人だけでなく、大学の就職課向けに卒業生のデータベースサービスやバーチャルジョブフェア、インターンシップの情報提供をするなど広く濃厚したサービスが多く多くの支持を得ている。

### IV. 急増するニッチサイト

1990年代後半のサイトの急拡大、2000年代中盤にかけての求人・求職サイトは戦国時代を経て、勝ち残ったのは3大求人・求職サイトとニッチサイト。2006年はまさにニッチサイトの年といわれた。前節で述べた大手企業24社が利用したニッチサイトは、Bankjobs (金融)、Biospace (製薬・バイオテクノロジー)、Bloomberg (経済通信社)、CollegeGrad (新卒者向け)、Centerwatch (臨床試験に関するポータル)、Craigslist (案内広告)、Dice (IT系)、Direct Employers (大手企業専門)、

Hcareers (ホスピタリティ)、Medzilla (ヘルスケア)、CareerBoard.com(中西南部地域)、jobsinthemoney (金融)、LinkedIn (SNS)、Media Bistro(マスコミ)、MSN (ポータル)、Nursing Spectrum (看護師)、SHRM (人事担当者個人が所属する協会)、6Figurejobs (年収10万ドル以上の求人専門) などであった。このように、ニッチサイトは職種以外にも、地域、年収、人種、所属する協会、働きかたなどその切り口も多彩である。プロフェッショナル向けには雇用と雇用以外の就業形態を選択できるもの、専門領域ならではの詳細な検索項目も売りである。専門性が高い人材ほど大手よりもニッチサイトを好む傾向もあり、採用経路としての注目を浴びている。これを受け大手サイト側もニッチサイトと相互リンクを貼る、セミポータルや地方紙と提携する、職種別協会の会員向けサイトを支援するなどしてニッチへの関わりを強化している。

### V. 20XX年の人材ビジネス

人材ビジネスは過去10年で当時の事業者の想像をはるかに超える変化を遂げた。サイトの急増によりニーズが発生したバーティカルサイトや、企業の手間を省く複数サイトへの一括掲載の機能、ビデオ面接などに見るように新たな発想や視点によるビジネスが今後も発生していくだろう。新しい技術やアイデアを契機に市場の構造そのものが大きく変化する可能性は十分にある。将来の覇権をめぐっての競争は続き、来るべき未来社会に向けて、先駆的な提案をした人材ビジネス会社が生き残るであろう。また、個人の価値観や働き方、ダイバーシティなどさらに複雑化、多層化した社会の中で、いかに時代に即した商品サービスを提供し続けられるか。これからの経営スタイルや働く人々の多様なあり方を想定し、さらには固有の文化や制度を考慮した人材ビジネスが生き残っていくだろう。

図表3 米国の大手企業24社の採用経路 (%)

採用経路	従業員による紹介	インターネット	大学	ダイレク トソーシ ング	紙面 広告	就職 フェア	人材 紹介会社	飛び込み	テンプ・ トウ・ ハイアー	その他	データ なし
2005年	27.1	24.7	8.0	7.4	4.6	5.2	5.2	4.2	3.2	5.5	5.0
2004年	31.7	29.6	5.6	6.0	5.5	3.2	3.2	調査対象外	調査対象外	15.2	-
2003年	28.5	31.8	2.4	2.6	3.8	2.8	1.2	調査対象外	調査対象外	26.9	-

出典：CareerXroads "5th Annual Sources of Hire Survey"

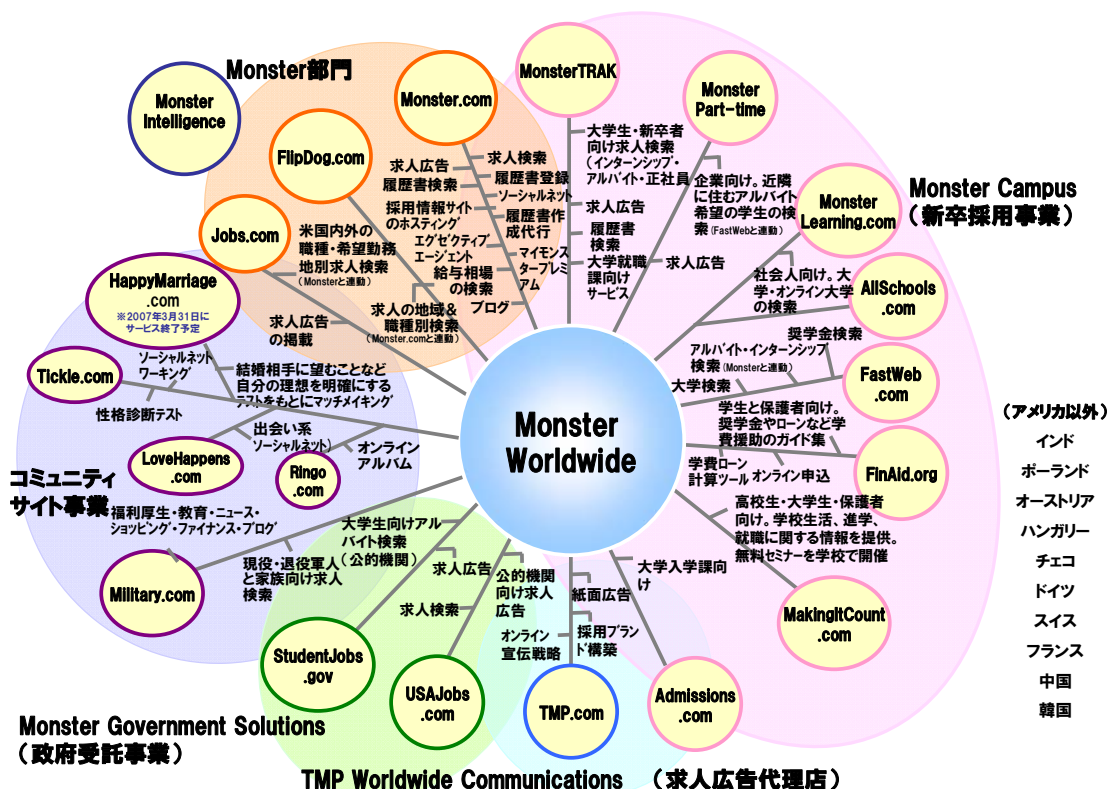
注：2006年1月に実施された米国の大手企業24社への調査，24社の2005年の採用者数の合計18万8千人

図表4 米国の大手企業24社の採用経路のうちインターネット経由の内訳 (%)

ウェブサイトの種類	会社のウェブサイト	ニッチサイト	モンスター	キャリアビルダー	ホットジョブス
2005年	49.2 (全体の12.2)	22.5 (全体の5.1)	12.2 (全体の3.7)	9.0 (全体の2.2)	4.2 (全体の1.0)
2004年	53.3	16.9	8.6	8.1	6.1
2003年	67.9	17.6	8.7	4.1	1.8

出典：CareerXroads "5th Annual Sources of Hire Survey"

図表5 米TMPワールドワイド社の事業領域(2006)



出典：(株)リクルート ワークス研究所労働政策チーム (2006)