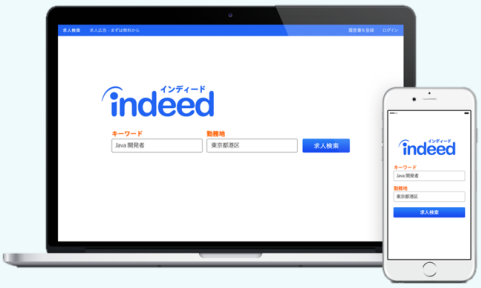
アイ・モバイル株式会社

ITマーケティングNews

vol.18
2019年 冬号

中小企業の採用難を救う？採用マーケットを席巻するIndeed（インディード）



「仕事探しはインディード♪」のCMでお馴染みのIndeed。
アメリカを発祥とするIndeedは、TV-CMを中心としたメディア戦略で近年、日本国内でも急速に認知度を高め、本年5月には、**月間閲覧数が2,470万件を突破**するなど、破竹の勢いで採用マーケットを席巻しています。今や仕事探しに最も活用されているIndeedですが、従来の求人メディアと何が違うのでしょう？今回は、採用にお悩みの多くの企業様に向けて、Indeedの特徴と効果的な活用方法をご紹介します。

■ Indeedは従来の求人メディア・求人サイトとどう違う？

Indeedはひとことで言うと、**「求人に特化した検索エンジン」**です。希望の職種や勤務地を入力すると、その条件に合った求人情報が検索結果に表示されます。Indeedは、リクナビやマイナビなどの大手求人サイトから、個々の企業ホームページに掲載されている求人情報まで、インターネット上に公開されている、あらゆる求人情報を収集し、それを取り込んで検索結果に反映させています。**毎月追加される求人はなんと320万件！**
この新規登録件数は、**公共職業安定所（ハローワーク）に登録される月間新規求人件数の3倍超**で、掲載料を支払った企業のみが掲載される旧来の求人サイトに比べ、圧倒的な求人数が特徴です。
Indeedを使えばほぼ全ての求人情報を一括検索できることから、多くのユーザー（求職者）に支持されています。

■ 企業にとっての活用メリットは？

求職者が多く集まるIndeedは、採用側にとっても大きな利用価値があります。近年、Indeedを採用活動に取り入れる企業が増えてきましたが、Indeed独自の仕組みによって次のような効果が期待できることが背景にあります。

多くの求職者にリーチできる

採用関連キーワードの検索に強く、Googleで職種＋地域で検索するとIndeedのページが高確率で上位に表示。強力な集客力で多くの求職者との接触機会が望めます。

条件に合う求職者からの応募が見込める

ユーザーの「検索キーワード」「閲覧履歴」等から最適な求人情報を優先的に表示。自社の条件に合う求職者に求人情報を届けることができ、高い応募率が見込めます。

コストを抑えられる

Indeedは掲載するだけなら無料。検索結果の目立つ位置に表示される有料広告も、クリックされた時だけ費用が発生するクリック課金型なので、無駄な費用をかけずに済みます。

採用に苦しむ中小企業にとって、「**限られた予算で求める人材を確保できる**」ことは大きなメリットと言えます。

■ Indeedに掲載するには？

Indeedに自社の求人情報を掲載するには、「直接投稿型」と「クローリング型」の2つの方法があります。

直接投稿型　：Indeedのサイト上から直接、登録する方法です。アカウントを作成して、入力フォームに従って会社情報や求人情報を入力するだけで、簡単に掲載が完了します。ただし、文章のみの簡易形式で動画や写真の掲載はできません。

クローリング型：Indeedは、インターネット上にある求人情報を自動で収集して掲載する仕組みを持っているため、自社ホームページに求人情報ページを設けていれば、その情報を読み込んでもらうことで、Indeedに掲載することができます。ただし、Indeedのガイドライン（例えば、業務内容がひとつひとつ詳細まで明記されている等）に沿った求人情報ページ作成が必要です。

クローリング型は、Indeedに掲載された求人情報から自社のホームページへ誘導できることが大きなポイントです。自社ページでは、制限なく、動画や写真を用いて会社の魅力を存分にアピールできるため、応募につながりやすくなります。また、Indeedを使って最大限の効果を出したい場合、有料広告の掲載がお勧めです。掲載コストは１クリック15円から設定でき、閲覧機会は無料掲載枠の約６倍！採用待ったなしの企業様は活用しない手はありません。

採用に必須！求職者の９割が閲覧する企業ホームページ

リクルートが発表した2019年3月卒業予定の大卒求人倍率調査では、従業員300人未満の企業の求人倍率が**9.91倍**と過去最高に到達。中小企業の人材採用が一層厳しくなっている実状が浮き彫りになりました。
現在は、膨大な求人情報の中から求職者が就職先を選択できる、空前の売り手市場。だからこそ、企業は求職者に選ばれるために他社と差別化を図らねばなりません。そのために欠かせないのが自社のホームページです。

■ 応募への後押しとなるホームページ

エンジャパンが転職活動者に行ったアンケートでは、企業の情報収集をする手段として最も多く挙がったのは「**企業のホームページ**」で89%。
ホームページ内の採用ページも70%と重要視されており、情報発信の手段としてホームページがいかに重要かがわかります。
Indeedや求人サイトの求人情報を見て興味を持った求職者も、多くはその企業のホームページで企業や仕事について詳しく調べた上で、応募するかどうかを判断します。
応募を後押しするには、ホームページに採用ページを設け、求職者が知りたい情報を掲載しておくことが必要です。

■ 求職者向けに発信すべき情報は？

求職者が特に求めている情報は「仕事の詳細」です。
単なる説明文にとどまらず、実際に働いている社員のインタビューや、1日の流れなども含め、具体的にイメージできる形で紹介しましょう。
「社風」や「仕事のやりがい」も採用ページには欠かせませんが、なかなか伝えづらいもの。そんな時は動画が効果的です。仕事風景や社員同士がコミュニケーションを取っている様子を動画で掲載することで、文章では伝えられない魅力を“見える化”でき、応募意欲を高める効果が期待できます。

裏を返せば、求職者が貴社のホームページを訪れた際に求めている情報が不足していると応募をためらいます。
採用・求人を行っているにも関わらず、採用情報を掲載していない、あっても不十分・更新していない場合は、早急な見直しが必要になります。

Q 転職活動中、企業に関する「情報収集」はどのように行いますか？

TOP3

企業のホームページを確認する	89%
口コミサイトや口コミ検索で企業を調べる	71%
企業ホームページ内の採用ページを確認する	70%

Q 「会社情報の収集」を行う際、何の項目を確認しますか？

TOP3

展開する事業・サービス概要	66%
社風	58%
会社の理念・ビジョン	49%

Q 「仕事情報の収集」を行う際、何の項目を確認しますか？

TOP3

仕事の詳細	89%
仕事のやりがい	57%
仕事の難しさ	38%

出典：エン・ジャパン（2017年）　調査対象：エン転職会員390人

ホームページの求人活用事例

若手を採用するためにホームページを開設しました。当社の強みの一つである従業員の人柄をアピールするため「スタッフ紹介」ページに力を入れています。
開設直後から、年に10人以上の応募が来るようになり効果は絶大！
応募者に尋ねると、**ほぼ100%がＨＰを見て来てくれた**とのこと。
正直でガッツがあるかを重視して、**これまでに37名を採用しました。**

株式会社 新保鉄筋工業様　（www.shimbo-tekkin.co.jp/）

提供実績
2.5万件以上

ホームページのご相談は アイ・モバイルまで
info@imobile.co.jp

発行：アイ・モバイル株式会社
〒102-0094 千代田区紀尾井町3-6 紀尾井町パークビル1F
TEL：0120-171-060　FAX：0120-937-255
営業時間：9:00～18:00（土日、祝日、年末年始を除く）
URL：https://www.imobile.co.jp/

imobile アイ・モバイル株式会社

プライバシーマーク 17000247