

攻めの採用手法！新時代の「オウンドメディアリクルーティング」とは？

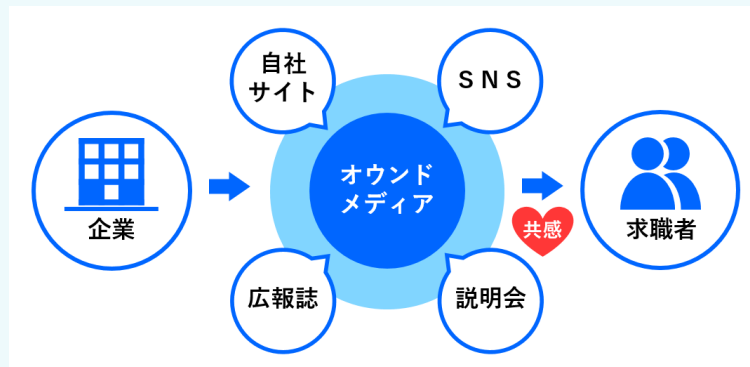
求人媒体や人材紹介が主流だった企業の採用活動。しかし、空前の売り手市場となった今、求人媒体に掲載するだけで応募が来る時代は終わりました。求職者の情報収集リテラシーが向上し、仕事に対する価値観が多様化する中で求められるのは、企業自らが発信の主体となり、求職者の意識・行動変化を捉えながら、アプローチしていく自社採用力です。新時代の採用手法として注目を集める「オウンドメディアリクルーティング」をご紹介します。

■ オウンドメディアリクルーティングとは？

オウンドメディアリクルーティングとは、自社の運営するメディアを通じて求職者に直接メッセージを発信し、共感を喚起することで人材獲得を目指す能動的な採用手法です。英語表記「Owned Media Recruiting」の頭文字を取って「OMR」と略されます。

オウンドメディアの例としては、自社サイト（採用サイト含む）やSNS、自社発行の広報誌・パンフレット、説明会・イベントが挙げられ、自社の管理下にあり、自由に発信できる場を指します。

これらオウンドメディアを用いて、企業理念や社風、求める人材像など一貫したメッセージを発信することで、共感する人材を集め、ミスマッチのない採用が可能になります。



■ オウンドメディアに必要なコンテンツ

求職者が応募前に必ずチェックするのは、企業のサイトです。ここで欠かせないのは、求職者向けに用意した「詳細な職務内容」と「企業の価値・魅力」です。

採用情報ページでよく見られる募集要項は、職種・勤務地・勤務時間・給与・福利厚生などが羅列してあるだけですが、これでは足りません。仕事の役割と必要な能力が明確になるよう、以下の項目について文章できちんと伝えることが重要です。

| | | | | |
|------------|-------------|---------|----|-------|
| 職務内容 | 職務の目的・意義 | 目標 | 責任 | 権限の範囲 |
| チーム・関係する部署 | 必要とされる技術・知識 | パーソナリティ | 資格 | 経歴・学歴 |

また、現在は企業の知名度や金銭的報酬よりも、仕事のやりがいや社会的意義、働きやすさに重きを置く人も増えています。このような求職者の共感を喚起するため、自社の存在価値・独自の魅力を共有しましょう。

企業文化や社風は目に見えないものですが、長く働く上では重要な要素となります。社員インタビューや働く人の多様性、研修・社内行事を紹介するなどして言語化し、画像や動画と合わせて掲載しましょう。

■ オウンドメディアがこれからの採用の軸に

かつては、オウンドメディアで情報発信しても、どれだけの人が見に来てくれるかという面で課題がありました。しかし、今ではIndeedをはじめとする求人検索エンジンが登場し、仕事探し的手段として一般的に活用されるようになりました。

自社サイトに詳細な職務内容を記載していれば無料で掲載でき、求人検索エンジンから自社サイトに誘導することができるのです。

求人検索エンジンでは、「店舗 内装施工管理」や「正社員 未経験可」といったように、希望する仕事の内容や条件など、あらゆるキーワードで検索されます。検索結果に表示されるために必要なのは、求職者が検索するキーワードを自社サイトの職務内容に含めることです。そして、自社の求人情報に興味を持ってサイトを訪れた求職者に対し、豊富な情報と魅力的なコンテンツで応募を後押しする。オウンドメディアを中心とした採用活動が今後の主軸となっていくでしょう。

コンテンツは動画の時代！企業PRに活用すべき3つの理由

動画マーケティング元年と言われた2015年頃から、企業や商品・サービスのPRに動画を活用する動きが広がっています。2018年の動画広告市場は1,843億円（前年比+34%）となり、2024年には5000億円規模まで拡大すると予想されています。通信環境の整備が進んだことでスマートフォンでの動画視聴機会が増加し、ニュース、レシピ、SNSの投稿など、あらゆる情報を動画から得ることが当たり前になりました。テキストや画像に比べてより多くのメリットがある動画。中小企業もPR手段の一つとして活用を検討する時期に来ています。

■動画を活用するメリット

一般的に動画は以下のような効果をもたらすと言われています。

- 1 動画の視聴者が内容を覚えている割合 **80%**
- 2 企業・商品・サービスへの理解が **74%アップ**
- 3 動画視聴後、商品の購入率が **64%アップ**



その理由は、情報量の多さにあり、1分間の動画で180万語に相当する情報を伝達できるというデータもあります。

雰囲気や感情、ホスピタリティなどテキストでは伝えづらいものを見える化できるのも大きな利点です。

短時間で自社や商品・サービスの魅力を伝え、良さを理解してもらうには、動画は最適なツールと言えるでしょう。

■まずは自社サイトから！効果的な動画の活用方法

動画の活用方法として、まず考えられるのが自社サイトへの掲載です。トップページのメインビジュアルに用いられれば、インパクトは絶大！閲覧者の離脱防止、滞在時間の延長が期待できます。また、テキストや画像とともにコンテンツに加えることで、訴求力が格段に高まります。例えば、動画で会社の理念を社長が語れば、思いや熱量がより伝わり、商品紹介ではその特性や使い方、作業風景では技術力のアピールに役立ちます。最近では、求職者向けのページで、社内の雰囲気や従業員の人柄、具体的な仕事内容を伝えるのに動画を用いるケースが増えています。

さらに効果的に活用するなら、TwitterやFacebookなどのSNSに投稿し拡散を狙う、動画広告を配信してサイトへの集客や購買につなげる、会社説明会や展示会などで流す、といった使い方もあります。

PR動画で肝となるのは、冒頭のインパクトと人を惹きつけるストーリーです。会社のイメージを醸成する重要な広報ツールだからこそ、プロの動画制作会社に依頼することがお勧めです。

動画を活用したホームページ事例

業務拡大に伴い人材を募集中の水元興業株式会社様。

社員の方の働く様子、インタビューを撮影した動画を採用サイトに掲載し、求職者に向けて会社や仕事の魅力を発信されています。

動画からは職場の雰囲気の良さ、働きがい伝わってきます。

水元興業株式会社様 採用サイト
<https://www.3260-recruit.jp/>

トップページと会社紹介に
動画を利用



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
 プロカメラマンによる動画制作も承ります！

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/>