

採用企業を熟知する キャンディデイトの増加



ManpowerGroup®
Solutions

目次

- 1 | はじめに p. 3
- 2 | キャンディデートにとって、一番重要な情報は何か？ p. 4～5
- 3 | 早い段階での情報収集 p. 6～10
- 4 | 企業が留意すべきこと p. 11～14
- 5 | 結論 p. 15
- 6 | 回答者について p. 15



はじめに

キャンディデイト優先度調査

労働力人口を
構成する

14,000 人

を対象に調査

18-65 歳

世界の中で影響力ある
19 の雇用市場で実施

求職活動で一番重視するポイントを調査



情報は力です。これまで、企業とキャンディデイトのパワーバランスを見ると企業が優位に立っていました。なぜなら給与・福利厚生はもちろん、空きポストや企業の文化、ビジョンについてキャンディデイトには、ほとんど情報源がなかったからです。

しかしながら世界の人材市場は絶えず変化しています。現在のキャンディデイトは、特定の企業やポジションに関し求職活動の初期段階で入手できる情報量が、飛躍的に増えたと回答しています。昨年の結果だけを見ても、キャンディデイトは、応募開始前に入手できる情報の量と種類が、大幅に増加したと回答しています。

キャンディデイトの求職活動における優先度と意向を知り、企業がどう活用できるかを探るため、世界最大の採用プロセスアウトソーシング（RPO）事業を展開するマンパワーグループ ソリューションは、キャンディデイトに対して直接調査を実施しました。キャンディデイト優

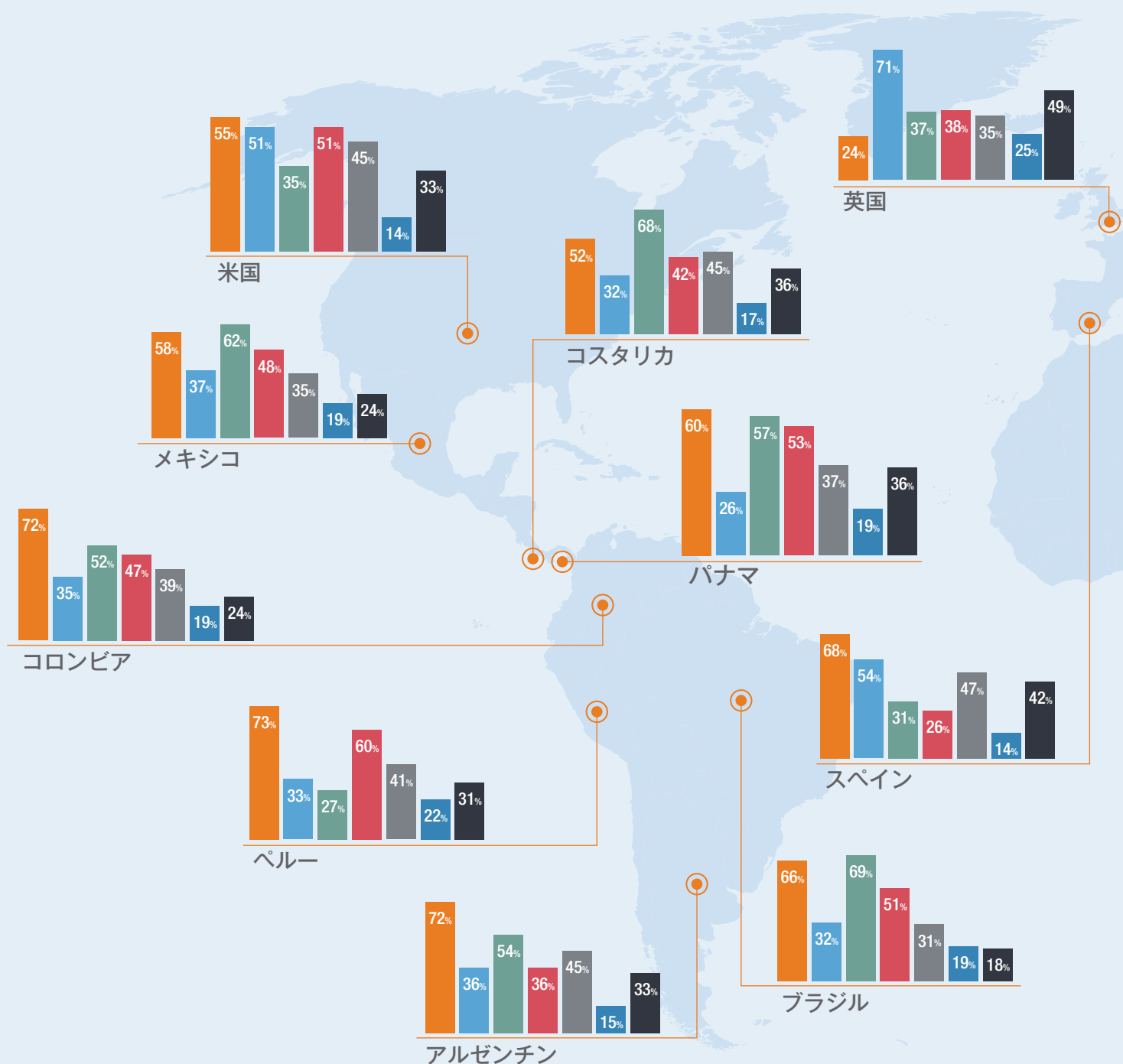
先度調査では、現在労働力人口を構成する約 14,000 人（18～65 歳）を対象に、求職活動で重視するポイントを探りました。この調査は、世界各地の影響力がある 19 の雇用市場で実施しています。

このレポートは、キャンディデイトが求職中、応募フォームの「送信」ボタンを押す前に、どのような種類の情報を求めているかについて新たな考察を示すものです。求職活動の早い段階で、キャンディデイトがこれほど豊富な情報を入手できる時代はありません。職務内容の詳細だけでなく、**給与、福利厚生、企業のミッション／ビジョンや文化、企業ブランド、企業の社会的責任（CSR）について、入手できる情報量が劇的に増えたと世界中のキャンディデイトが回答しています。** このレポートでは、今日のキャンディデイトが一番重視する点に焦点を当て、グローバル市場で優秀な人材の獲得競争に巧みに勝ち抜くための、新たな戦略・戦術を提案します。

キャンディデートにとって、 一番重要な情報は何か？

キャリアに関する決断をする上で最も重要なポイントは、基本的に**給与と仕事内容**です。今回の調査から、**勤務時間の柔軟性**が3番目に重要なポイントに上がり、給与に迫る勢いであることも分かりました。

国による違いも大きく、たとえばノルウェーと英国では仕事内容が最も重視されています。他方でオーストラリアでは、給与はほぼ最下位で、勤務時間の柔軟性や勤務地の順位が非常に高くなっています。ブラジル、コスタリカ、インドでは、給与より昇進の機会が重視されています。



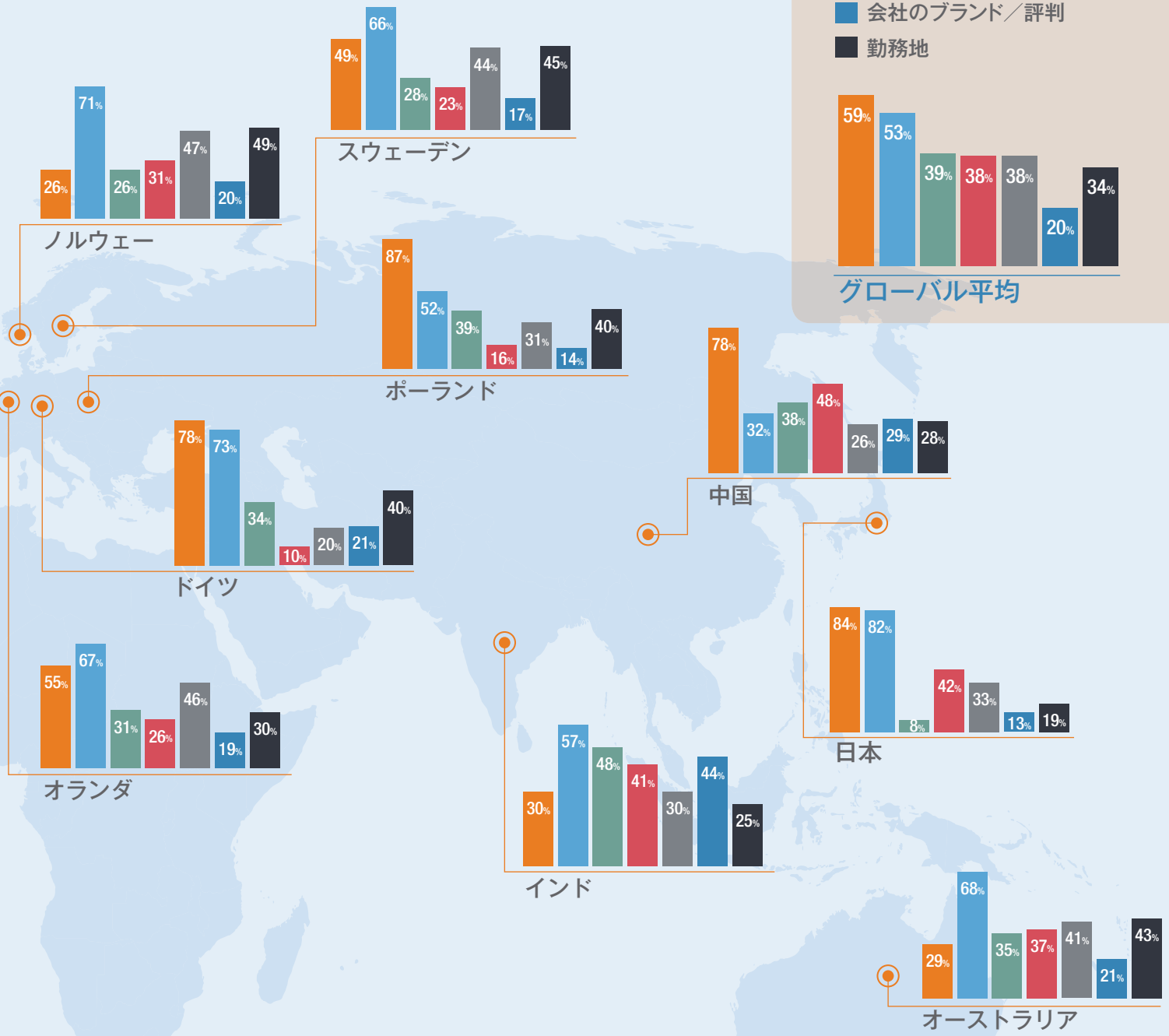
“

キャンディデイトは、これまで以上に力を持っています。入手できる情報が増え、応募先の状況を詳しく知った上で判断しているからです。企業は、どこでキャンディデイトを探すかよく考える必要があります。そのような背景もあり、人材確保の手法として「紹介」に頼るケースが増えています

マンパワーグループ ソリューション（オーストラリア）
エグゼクティブ・ディレクター ニッキ・グレッチ

キャリアに関する決断で 一番重要なポイント

- 給与
- 仕事内容
- 昇進の機会
- 福利厚生
- 勤務時間の柔軟性
- 会社のブランド／評判
- 勤務地



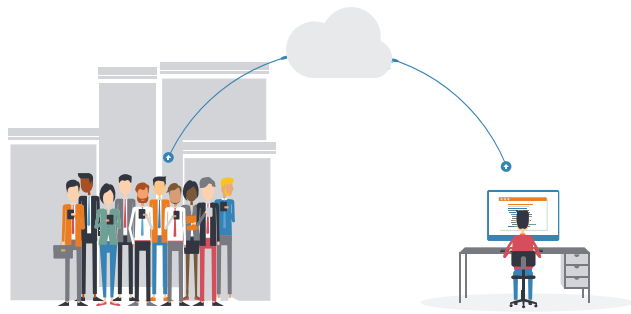
特にミレニアル世代を引き付け、定着させるには、企業は、自社で働き続けることが昇給や新たなスキル獲得、キャリアアップにつながるということを示す必要があります。これらはどれも、世界中のミレニアル世代が重視しているポイントです。

各国におけるキャンディデイトの意向が何であれ、世界中のキャンディデイトが今、これまで以上に多くの情報を求め、実際に入手しています。 企業は、キャリアを決めていく際のキャンディデイトの意向を意識しなければなりません。

早い段階での情報収集

キャンディデイトは、求職活動の早い段階で、企業とそこで得られるチャンスについて、多くの情報を入手しています

- 企業ブランド関連の情報量が2倍に
- 給与の開示
- 福利厚生に伴う特典
- 企業ビジョンの重要性



企業ブランド関連の情報量が 2倍に

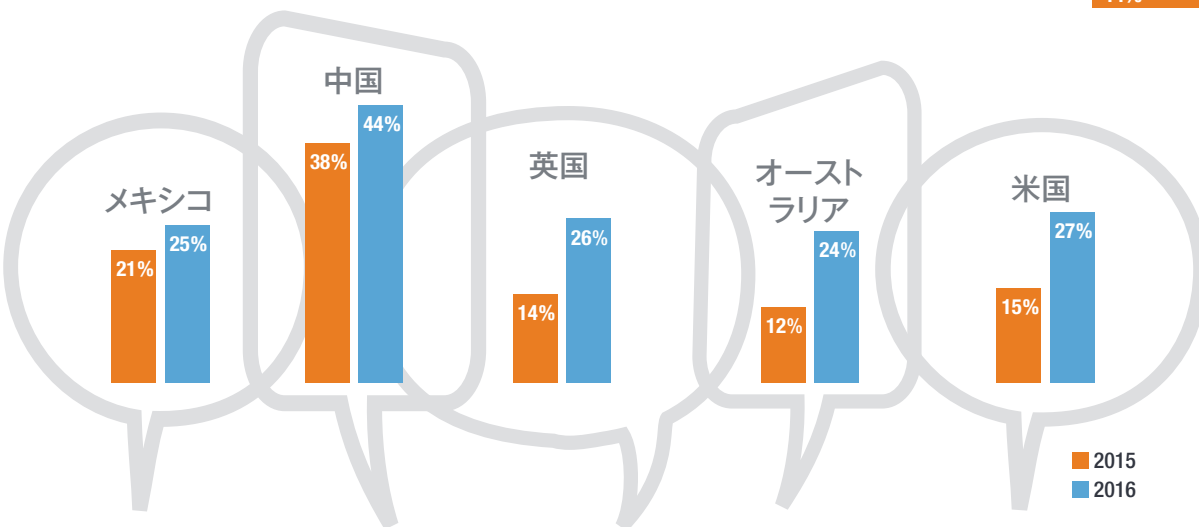
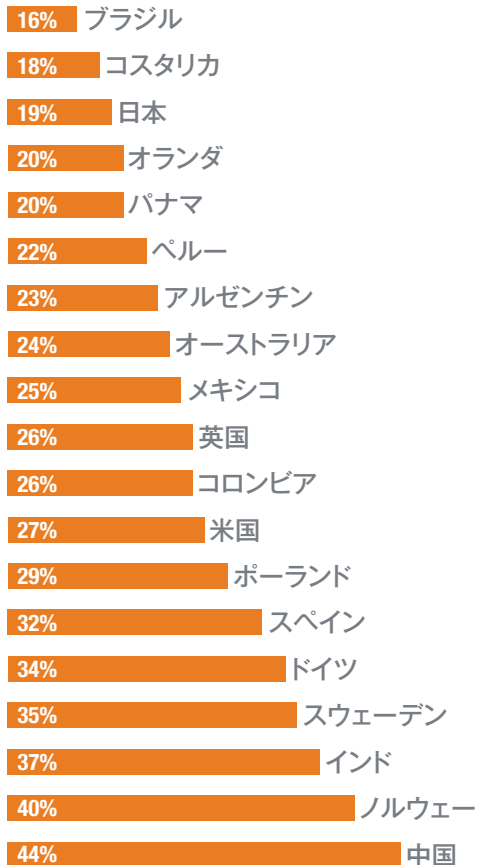
前回のキャンディデイト優先度調査では、世界のキャンディデイトの58%が、5年前より企業ブランドを重視していると回答しました。比較的若いミレニアル世代／Y世代(18～35歳)では、この傾向がとりわけ顕著です。こうした傾向を踏まえて、これまで以上に強力な企業価値提案(EVP)、あるいはキャンディデイトや社員に好印象を与える独自の価値観、提携、製品・サービスの提供を確立することで、企業はメリットを得られるようになります。

過去2年間に調査を行った五大人材市場(中国、米国、オーストラリア、英国、メキシコ)にてキャンディデイトは、応募前に企業ブランドについて今まで以上に多くの情報を入手していると回答しています。米国、オーストラリア、英国では、1年前と比べブランドに関し入手できる情報量が約2倍に増えたと回答しています。

2016年に調査を行った他の国でも、同じ傾向が見られます。全世界で回答者の28%が、応募前に企業ブランドに関する情報を収集したと答えています。ノルウェー、インド、スウェーデン、ドイツ、スペイン、ポーランドは世界平均を上回る一方、日本、コスタリカ、ブラジルでは、情報を集めたという回答が非常に少ない結果となっています。

グローバル比較： 応募前に企業ブランド 関連情報を集めた キャンディデイト

グローバル平均  **28%**



前年比： 応募前に企業 ブランド関連 情報を集めた キャンディデイト

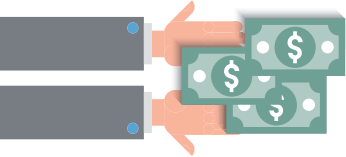




日本人は昔から、職場に対する評価をはっきり口にしません。日本では長年、終身雇用が一般的でした。
今のキャンディデイトは企業に関しこれまで以上に多くの情報を持っていますが、
他国に比べ変化のペースは緩やかです



マンパワーグループ（日本） アシスタントマネージャー 桐生 彩乃

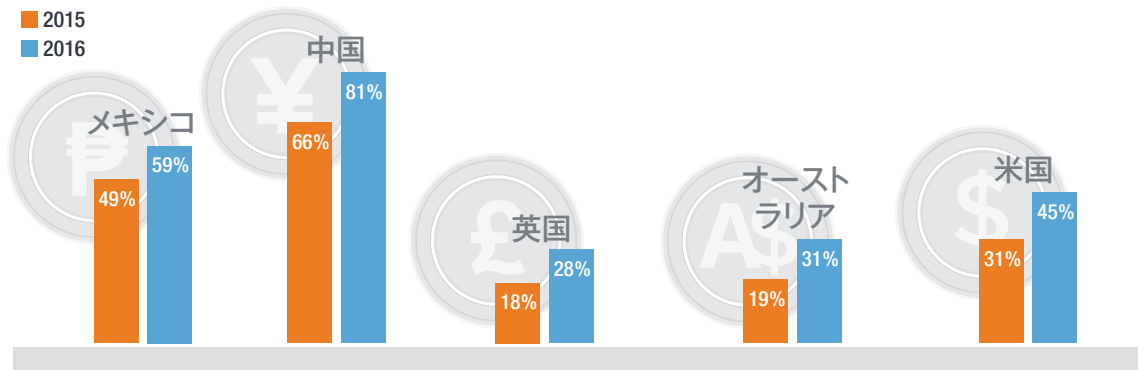


給与の開示

前述のように、給与は世界のキャンディデイトがキャリアを決定していく上で非常に重視するポイントです。実際、2015年のキャンディデイト優先度調査によると、転職に当たり給与が増えることは仕事内容より2倍も重視されています。給与に関する情報を早い段階でもっと詳しく知ることができれば、採用の効率性も高まるかもしれません。なぜなら職業選択や転職の最大の重要ポイントである給与が期待に合わなければ、キャンディデイトはその企業を検討対象から外すからです。

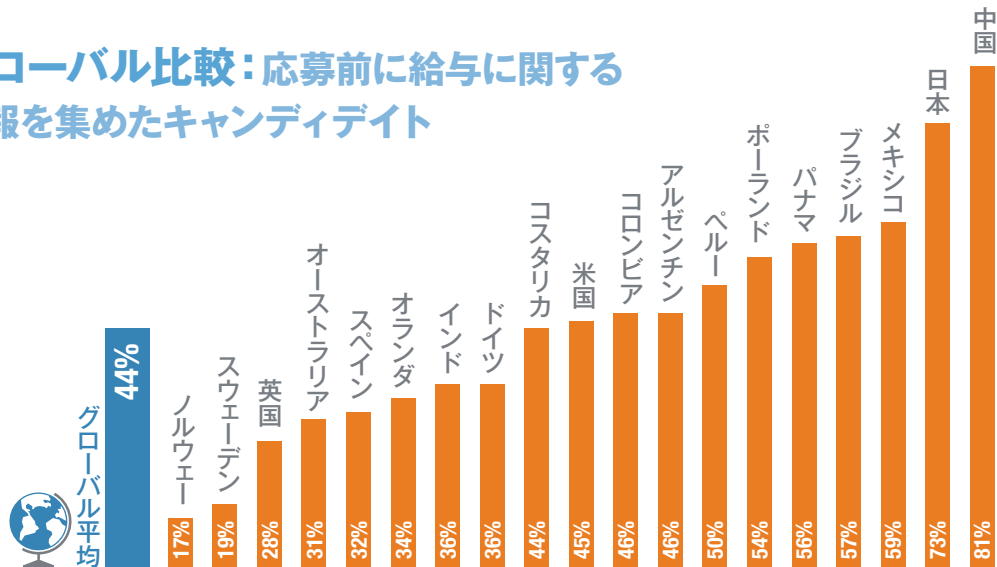
前年との比較データがある五大市場すべてにおいて、給与に関する情報を集めるキャンディデイトの数は、10%以上増えています。

前年比：応募前に給与に関する情報を集めたキャンディデイト



世界のキャンディデイトの平均44%が、応募前に給与に関する情報を入手しています。しかし、国によって割合にばらつきがあります。中国、日本、メキシコ、ブラジル、パナマではキャンディデイトの半数以上が給与に関する情報を集めたと回答していますが、スウェーデンやノルウェーは反対に、この種の情報を入手した人は20%未満です。

グローバル比較：応募前に給与に関する情報を集めたキャンディデイト



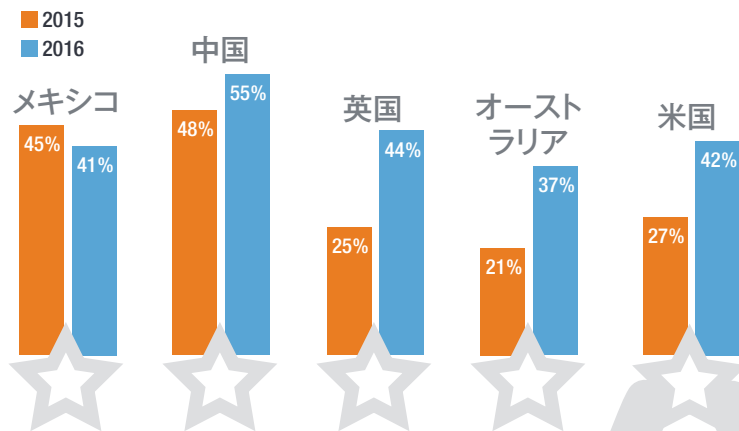


福利厚生に伴う特典

世界各地のキャンディデイトは、就職先候補となる企業の福利厚生に関する情報を知りたいと回答しています。**38%は、その役職（またはその企業）でどのような福利厚生を受けられるかが、キャリアに関わる決断を左右する三大ポイントのひとつだと答えています。**

応募前に福利厚生に関する情報を集めるキャンディデイトは、メキシコ、中国と比べ、英国とオーストラリアで大きく増加しています。これは、英国とオーストラリアは従来から、他国と比べ充実した福利厚生を社員に提供してきたためかもしれません。

前年比：応募前に福利厚生に関する情報を集めたキャンディデイト



南米諸国では、他地域と比べ福利厚生に関する情報を入手したキャンディデイトの割合が高くなっています。中国とインドでも半数以上が、求職活動の極めて早い段階で福利厚生に関する情報を入手したと答えています。

グローバル比較：応募前に福利厚生に関する情報を集めたキャンディデイト

グローバル平均



41%

18% ドイツ

24% スウェーデン

25% スペイン

27% オランダ

31% ノルウェー

34% 日本

37% オーストラリア

39% ポーランド

41% メキシコ

41% コスタリカ

42% 米国

44% 英国

45% コロンビア

46% アルゼンチン

47% パナマ

53% インド

55% 中国

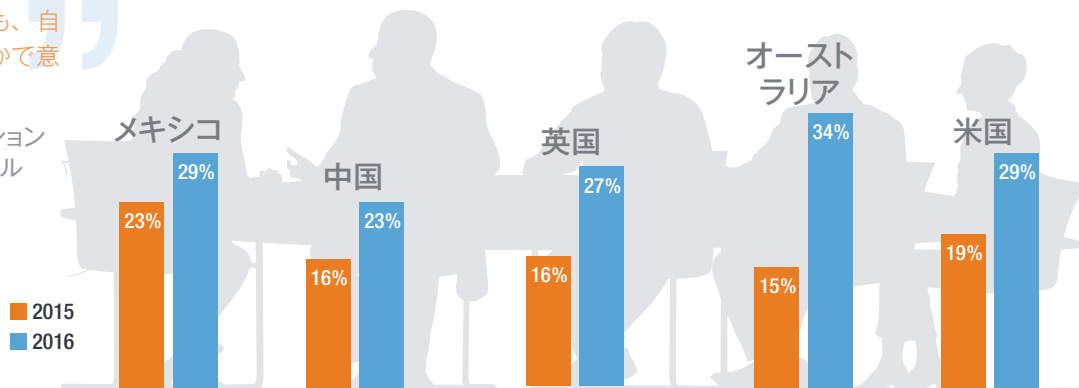
58% ペルー

58% ブラジル

“
 キャンディデイトは、自分が良いと思える企業で働きたいと思っています。働く先とパーソナルブランドが直結しているのです。消費者がどの商品を買うかで意思表示するように、現在はキャンディデイトも、自分という人材をどこに投じるかで意思表示しています”

マンパワーグループソリューション
 バイスプレジデント兼グローバル
 プラクティスリーダー
 ジム・マッコイ

前年比：応募前に企業のミッション／ビジョンに関する情報を集めたキャンディデイト



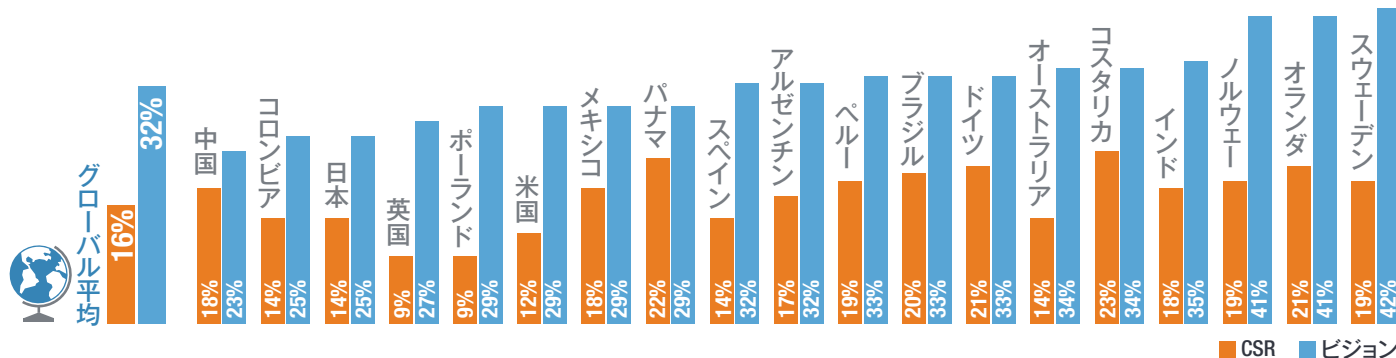
企業ビジョンの重要性

企業は次第に、自社のミッション、ビジョン、CSR（企業の社会的責任）方針に関する情報を積極的に開示はじめています。その背景には、こうした重要な視点や責任を共有できる企業とつきあいたいと考える、企業やキャンディデイトが増えていることが挙げられます。マンパワーグループが実施したミレニアル世代を対象とするグローバル調査によると、大多数が企業活動の目的を重視すると回答しています。メキシコ、インド、ブラジルでは、ミレニアル世代 10 人中 8 人が、自分と価値観が一致し、社会的な責任を果たしている企業で働くことが大切だと回答しています。

応募前に、企業のビジョンに関する情報を集めるキャンディデイトがこれまで以上に増えています。特にオーストラリア、英国、米国では、就職候補先の企業のビジョンやミッションに関する情報を入手するキャンディデイトが、大幅に増えています。

世界全体ではキャンディデイトの 32% が、求職活動のごく初期段階で、興味ある企業のミッションやビジョンに関する情報を入手すると回答しています。 調査対象国のうち 11 国はキャンディデイトが、このグローバル平均と同じもしくはそれ以上となっています。応募前に CSR 関連情報を集めたと答えたキャンディデイトはこれより少なく（16%）、求職に関わる他のすべての情報を下回るものの、割合自体は増え続けています。

グローバル比較：応募前に企業ビジョン／ミッションおよび CSR に関する情報を集めたキャンディデイト



“ 企業やポジションに関する情報は長年、厳しく管理され意図的に開示されずにきました。私たちは今、クライアントに対し、企業ビジョンや職場の実態に関する情報を開示するよう促しています。そうすればカンディデイトとの間に効果的で有意義な対話が生まれ、より優秀な人材を採用できると考えるからです ”

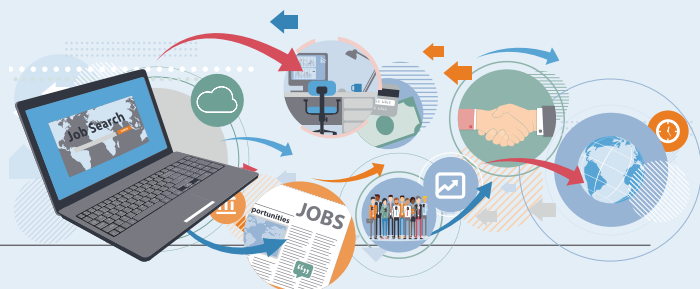
企業が留意すべきポイント

情報があふれる世界において 企業が留意すべきポイント

カンディデイト優先度調査を通じて、企業からカンディデイトへとパワーバランスが変化していることが浮き彫りになりました。変化を促したのが、透明性向上と強固なブランド構築を目指し情報開示を進めた企業なのか、ネット上の豊富な情報源を利用して知りたい情報に目を光らせているカンディデイトなのかは分かりません。いずれにせよ、この変化は企業に大きな影響を与えています。

企業が留意すべきこと

適切な人材に接触する



- ✓ 適切な層に頻繁に働きかける
- ✓ 職種別のメッセージ発信
- ✓ 1番信頼できるのは今も企業ウェブサイト
- ✓ 注目を集める企業評価サイト

今日のキャンディデイトは、自分の状況に合った共感できる情報を求めています。彼らは自分にとって都合のよい時に都合のよい場所で、キャリアに関する相談をしたいと考えています。求職活動を通して幅広い分野の情報を求めており、それ自体は場合によっては朗報と言えます。またキャンディデイトは、企業がコントロールできない場所からも情報を入手しています。

採用企業を熟知するキャンディデイトの増加を受けて、企業はマーケティング予算の使い方を総合的に見直すべきです。キャンディデイトへのメッセージ発信に投資することで、同時に自社の消費者ブランドを強化することもできます

マンパワーグループ ソリューション
バイスプレジデント兼グローバルプラクティスリーダー ジム・マッコイ

適切な層に頻繁に働きかける 人材獲得競争が激しくなる中、企業はコミュニティを構築し、人材プールにいるキャンディデイトとのコミュニケーション頻度を高めようとしています。キャンディデイトの注意を引くため、企業はこれまで以上に多くの情報を提供しています。企業の文化や価値観、その他企業ブランドの様々な側面を伝えるコミュニケーションが増えつつあります。

職種別のメッセージ発信 フォーチュン 500 企業は、職種別にメッセージを発信するウェブページの数に次第を増やしています（例 エンジニア、営業専門職）¹。こうした個別コンテンツは、希少な人材に対し彼ら固有のニーズや関心に特化した理解を示すことで、採用の難しい人材との確固たる関係構築を目指すものです。

1番信頼できるのは今も企業ウェブサイト キャンディデイトは2年連続で、企業ウェブサイトが最大の情報源であり、企業ブランドに関し2番目に信頼できる情報源だとみなしています（1番信頼できる情報源は、現在その企業で働く社員となっています）。企業は、企業ブランドを確立しキャンディデイトが求める情報へのアクセスを増やすために、ウェブコンテンツの重要性や自社の人事ポータルが持つ可能性を認識する必要があります。

注目を集める企業評価サイト キャンディデイト優先度調査から、企業ブランドに関する信頼できる情報源として、企業評価サイト（例 glassdoor.com、careerbliss.com）の重要性が高まっていることが分かりました。グローバルで見ると、企業評価サイトは3番目に信頼できる情報源となっています。この種のウェブページが今後も存続するなら、人事担当役員は、自社の企業ブランドに対する評価を（良いもの悪いものも含めて）意識しなければなりません。理想としては、評価サイトの投稿に建設的な形で関与できれば、誤った内容の投稿や企業の価値観を反映していない投稿をキャンディデイトが見分けやすくなるでしょう。

他者に真似されて競争力を失うのではとの懸念から、情報開示や透明性を否定する企業もあります。今日の市場では、これは非常に短絡的な考え方です。長期的には企業ブランドの構築が妨げられ、自社の武器を有効に活用できなくなります

マンパワーグループ ソリューション（コスタリカ） RPO マネージャー ダイアナ・アリアス・グティエレス

¹ SmashFly Technologies, Smashfly Recruitment Marketing Report Card for the 2016 Fortune 500, 2017, 8.



企業が留意すべきこと

新たな対話、 新たな対話の 方法を受け入れる

キャンディデイトの情報ニーズに応えるため、企業は、自社に関する情報の積極的な開示を検討すべきです

- ✓ 給与情報の公開
- ✓ チャット機能を活用
- ✓ デジタル化の推進、動画の活用
- ✓ 体験入社してもらう

英国の企業は優秀な人材を熱望しています。そのため、消極的に見えたキャンディデイトでも体験入社を勧めることが多々あります。彼らに対しては、透明性が重要となります。十分な情報提供によりリスクを減らし、キャンディデイトに現職より良いポジションに転職できることを理解してもらうことができます

マンパワーグループ ソリューション (英国)
オペレーションディレクター カレン・デマリスト

ドイツでは多くの企業が、動画を使った職務内容の紹介を試験的に導入しています。You Tube のチャンネルを開設して、募集中の職種について社員に語ってもらい、応募者が職場の様子を知る機会を作ります。企業文化をさりげなく伝える素晴らしい方法です。その企業の実状を感じることができます

マンパワーグループ ソリューション (ドイツ)
ディレクター オブ オペレーションズ シルケ・メイヤー

給与情報の公開 一部の国では何年も前から、特定の役職の給与に関する情報が公表されてきました。一方こうした透明性がない国では、インターネットの匿名性を活用することで、企業情報や給与情報を従来とは異なる形で安全に共有できる場所が生まれました。ミレニアル世代が、給与を社外秘とする慣習の見直しを後押ししています。社員（および未来の社員）に対し、業界の平均的な給与水準を隠し続けるのは難しくなっています。ミレニアル世代を引き付けたい一部の企業は、企業文化の一環として給与情報を公開する方針を策定しています。

チャット機能を活用 応募書類の提出前に、キャンディデイトとの積極的な交流を推進する企業が増えています。例えばチャット機能を使って、企業に質問するよう促しています。現在検討している会社で働く社員が、企業ブランドを知る上で一番信頼できる情報源とみなされているため、チャット機能は、比較的 low コストでブランドアンバサダーの露出を増やせる簡単な手法です。Facebook でのオープンフォーラム形式のチャットを使って、信憑性ある情報を提供することもできます。チャットに参加する社員に対し、研修を行い、指針を定める必要はありますが、キャンディデイトと交流し、企業や職務内容についてリアルタイムに正確な情報を提供できる素晴らしい手法です。

デジタル化の推進、動画の活用 現在は、ソーシャルメディアコンテンツのレベルが上がってきています。文章のみや写真だけの投稿では、もはや見る人の注意を引き付けられません。すべてのソーシャルメディアチャンネルで、アニメーションや動画などの動くコンテンツの使用が一般的になり、これにより、文章のみの投稿と比べエンゲージメントが高まる傾向が見られます²。貴重な人材の興味を引くため、企業はこの環境への適応を迫られています。そのため、自社ブランドをオンラインで表現する際に一層の独創性が求められます。動画での職務内容の紹介、3D 社内見学ツアー、社員の声や特定職種のキャリアを紹介する You Tube チャンネルなどのコンテンツを提供することで、キャンディデイトの自社に対する理解力や認識に大きな影響を与えることができます。

体験入社してもらう キャンディデイトに企業の価値提案を理解してもらう（逆に企業がキャンディデイトを理解する）最善の方法のひとつは、直接体験してもらうことです。日本ではソーシャルリクルーティングサービスの Wantedly が、それを実践しています。キャンディデイトは、会社訪問、ワークショップ、時には週末限定プロジェクトなどを通じて Wantedly に参加する様々な企業と交流し、その企業で実際に仕事の様子を体験することができます。

他国の企業も、Wantedly から貴重な教訓を学ぶことができます。すなわち、体験入社を通じて透明性を強調し、未来の社員を探す上で強力な人材プールを構築できるのです。採用プロセスでの、企業文化やスキル面でのミスマッチの危険も減少します。

² Liraz Margalit, Ph.D., "Video vs. Text: The Brain Perspective, Psychology Today, May 1, 2015.

企業が留意すべきこと **口コミをチェックする**

適切な方法でキャンディデイトに接触し、適切な情報を提供することも重要ですが、社外のチャネルで自社がどのように認識され話題にされているか、理解することも重要です。企業によるコントロールには限界がありますが、必ず何らかの対応をとり、啓蒙することができます。

- ✓ 企業が管理できない情報
- ✓ 求人詐欺メールの横行
- ✓ 情報が正しいか確認する

ヨーロッパでの経験上、大手企業の多くは Glassdoor に掲載されています。しかしながら自社プロフィールを積極的に管理している企業は、半数程度にすぎません。中小企業は、Glassdoor の会員登録に時間と費用がかかるため対応に消極的です。また人事関連の情報について、公の場で正式な見解を掲載することにまだ抵抗がある企業もあります

マンパワーグループ ソリューション（中東アフリカ）
RPO マーケティング&ソーシングスペシャリスト ロベル・クッキアロ

企業が管理できない情報

SNS の流行、企業評価サイトの登場、報道手段の拡大により 24 時間ニュースが流れる現在の環境では、選別されていない情報や意見が急速に広まる可能性があります。偽のニュースがまかり通る時代、ウェブサイトの中にはアクセス数や収入を増やすため、あえてでっち上げや虚偽情報、プロパガンダを掲載するものもあります。企業は、自社ブランドを損なう情報を含む、かつてないほどの新たなチャネルと直面しています。

それに対する企業の反応は、キャンディデイト、提携企業、投資家などすべての閲覧者に、自社の文化に関して強烈なメッセージを伝えることとなります。またキャンディデイトは、極力高い地位の経営幹部から話を聞きたいと考えています。この思いに応ずることで、事業の舵を取り企業文化を育む経営層とキャンディデイトの直接的な対話を促すことができます。人事部が回答するものが多い中、上級幹部がコメントを投稿すれば効果的なメッセージの発信へと繋がります。

求人詐欺メールの横行

多くの国では、採用の場面でもオンライン詐欺が横行し、有名企業を装って人材を募集する不正なメールが送信されています。企業の正式なロゴや職務内容が掲載されている例も多々あります。この種のフィッシングは、個人情報やサービス利用料の請求が狙いです。出身地以外の国で働く移民労働者が多い国では、特にこうした詐欺が横行しています。そのためキャンディデイトも賢くなり、受け取ったメールを入念に調べ採用担当者である証明を確認するようになっています。

情報が正しいか確認する

口コミのチェック等を通じて自社のメッセージを強化し、キャンディデイトが独自に行う検索を通じて、どのような情報を入手しているかを理解しましょう。自社からのメッセージを繰り返し見てもらうことで、エンゲージメントの様々な段階で企業の価値提案を強化することができ、キャンディデイトに対し意思決定に必要な情報は十分に入手したと安心させることができます。

キャンディデイトと直接有意義な対話を交わすことが、企業と社員間の信頼関係を構築します。また対話を通じて人事部は、自社ブランドに対するキャンディデイトの理解度を把握することができます。

つい最近まで、キャンディデイトはわずか 3 ~ 4 行の求人広告を見て応募していました。それしか情報がなかったからです。今は仕事内容が詳しく説明される上、それを補う幅広い情報源があります

マンパワーグループ ソリューション（南米） 地域営業マネージャー フロール・アルバレス

結論

採用情報を熟知するキャンディデイトが増加した昨今、応募者は企業や空きポストについて、これまで以上に多くの知識を持っていることとなります。情報格差がなくなりつつある中、企業は、対話やエンゲージメント、そしてキャンディデイトに役立つ魅力的な体験を促す、実践的で感情に訴える双方向な手法を活用することで、キャンディデイトへの理解を深めるチャンスを手にかけています。優秀な人材がグローバルで求められる現在、企業は、豊富な情報を備えたキャンディデイトが持つ力を自社の競争上の強みに変えるために努力する必要があります。

回答者について

現在**労働力人口**を構成する（定年退職者や主婦・主夫は除く）**18～65歳**の方を回答者を選びました。**グローバル全体の回答者数**は合計**13,961人**でした。

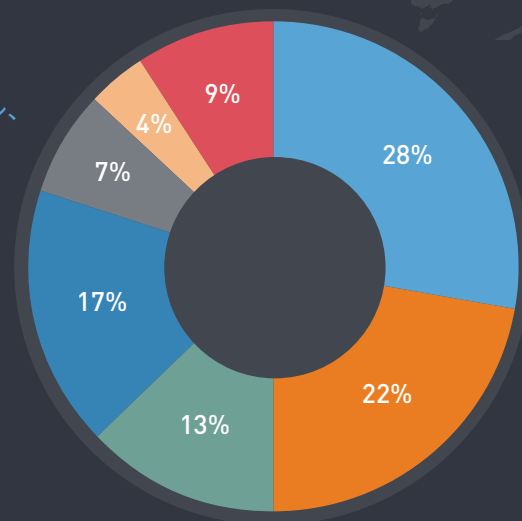
国別の内訳は、次の通りです。

アルゼンチン (n=731)、オーストラリア (n=748)、ブラジル (n=751)、中国 (n=725)、コロンビア (n=747)、コスタリカ (n=248)、ドイツ (n=785)、インド (n=752)、日本 (n=775)、メキシコ (n=761)、オランダ (n=753)、ノルウェー (n=794)、パナマ (n=248)、ペルー (n=731)、ポーランド (n=749)、スペイン (n=750)、スウェーデン (n=763)、英国 (n=766)、米国 (n=1,384)

年齢、所得、勤務形態（正社員、パート、契約）、キャリアレベル、業種の面で多様性あるサンプルを集めました。

キャリアレベル

- | | | |
|--------|------------|--------|
| ■ 非管理職 | ■ 新入社員 | ■ 役員 |
| ■ 管理職 | ■ 大学生・大学院生 | ■ 上級役員 |
| | | ■ その他 |



マンパワーグループ ソリューションについて

マンパワーグループソリューションは、大規模な採用プロジェクトや事務・業務センターなどの請負・業務委託を中心に、人材に関わるアウトソーシングサービスをクライアントに提供し、リスクと報酬をクライアントと共有しています。当社が提供するソリューションには、TAPFIN マネージドサービスプロバイダー、戦略的ワークフォースコンサルティング、ボーダーレスタレントソリューション、人材ベースアウトソーシング、採用プロセスアウトソーシングなどがあり、世界最大規模の人材紹介および人材派遣サービスプロバイダーのひとつです。マンパワーグループ ソリューションは、マンパワー、エキスペリス、ライトマネジメントを含むマンパワーグループ傘下に属しています。



ManpowerGroup®
Solutions

マンパワーグループソリューションズのソーシャルメディアチャンネルで、対話に参加しましょう（英語）。



ManpowerGroup Solutions



@MpGrpSolutions

manpowergroupsolutions.com

©2017 ManpowerGroup Solutions. All rights reserved.