



労働市場における雇用仲介の在り方に関する研究会  
第3回

# 求人メディアの現状と新しいサービス形態

2021年1月27日  
(公社) 全国求人情報協会  
常任委員 宇佐川 邦子

# 公益社団法人 全国求人情報協会の概要

- 設立／1985年2月
- 理事長／鈴木孝二
- 会員数／現在、全国67社の求人メディア
- 取扱求人広告件数／11,431,302件（2020年実績）
- 事業目的／求人メディアの自主規制を推進し、求人広告・求人情報の信頼性を高める活動を行うほか、求人広告掲載件数調査や新卒就職実態調査などの調査広報活動、掲載しない求人や必ず表記する基準等ガイドラインの普及活動、求人広告に関する苦情相談の受付や適正な募集選考の求人者啓発資料作成、求人広告を取り扱う担当者の知識・資質向上のための研修・資格試験、小学5～6年生を対象としたキャリア教育の支援活動、難しい採用課題の解決に貢献した活動を求人広告賞として年間表彰を行う。
- ミッションスローガン／信頼できる求人情報を一人ひとりに

# 目次

---

## 1. 求人メディアの現状

- 求人メディアの分類

- 調査1 サービス機能や各種取り組み・対応について

## 2. 新しい人材サービスの形態と利用状況

- 求人メディアと新形態サービスの比較

- 人材サービス各類型の概要

- 調査2 仕事探しにおける新しい人材サービスの利用など

# 1、求人メディアの現状

# 求人メディアの分類（紙系、WEB系）

- 紙系メディア、紙から派生した紙+WEB、当初からWEBのみでスタートしたWEB系メディアの3類型が存在。
- WEB系（上記の派生型+当初からWEBのみ）では、求職者、求人企業が自身の特性にあわせた利用が可能になるよう、情報提供手法やマッチング調整機能等をオプション、付随サービスとして展開するメディアが増加している。

## 概要

### 紙系 メディア

- フリーペーパー（ラック設置型や宅配型）や折込求人紙、有料誌（書店、コンビニ等での販売）など、紙メディアに求人情報を掲載。
- 新聞や雑誌の求人広告欄も含まれる。
- 情報の検索機能などの個別性の高いオプションサービスはない。希望者への定期配送サービス程度。

### WEB系 メディア

- 紙メディアでサービスを展開した事業者がWEB展開する例が多い。この場合、紙メディアの掲載内容をそのままWEBに転載、簡易な検索機能のみのケースも多い。
- 求職者の要望や特性に応じて情報提供する機能や求人企業の採用選考プロセスを支援する機能がオプションサービスとして提供されている。特に「母集団形成（応募者を集める）」「選考」の段階に多い。

#### <オプション例>

- ダイレクトリクルーティング：データベース化（以下DB）された求職者の登録情報を求人企業が閲覧し、直接スカウトやオファーを送信できる機能
- リコメンド：求職者の要望、特性に応じた情報提示が行われる機能
- メールマガジン：求職者の希望に基づき新着情報や希望条件に合致する情報をメール送信
- チャットツール：応募者からの問い合わせなどに自動で対応
- 面接日程調整：面接受付や日程調整を自動で実施できるカレンダー機能等

# 調査① サービス機能や各種取り組み・対応について

- 求人メディアについて、サービスを提供している企業に対するアンケート調査を実施。
- 求人情報の提供以外に行っているオプション（付随）サービスや、個人情報の取扱いについて把握。

## ■ 調査概要

### 「求人情報提供サービスの実態調査」

調査主体：公益社団法人 全国求人情報協会（厚生労働省委託調査）

調査対象：求人広告を印刷・WEB等の自社メディアに掲載して提供する事業者

及び、SNS等により求人等の情報サービスを提供する事業者（配布数：747社）

調査期間：2020年10月27日～2020年11月20日

回収数：62社（全求協会員40社、その他22社）

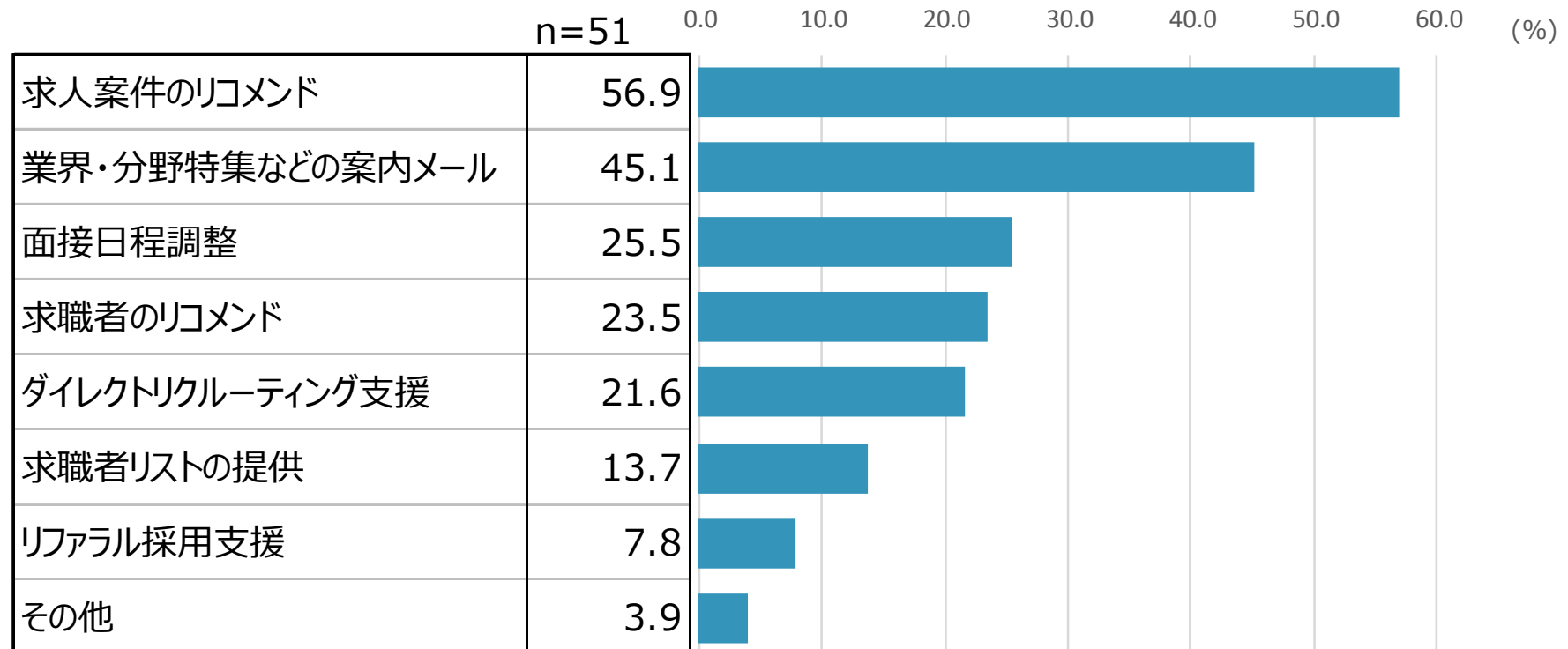
本資料で共有する結果の回答数は51社、うち紙メディアのみ11社、WEBメディアあり40社

# メディア・サービスに付随するサービス機能

「求人案件のリコmend」56.9%、「業界・分野特集などの案内メール」45.1%など、求職者が効率的に求人情報を探ることができる機能が上位

## ◆ メディア・サービスに付随して提供する機能

Q. 貴社のメディア・サービスに付随する機能についてお聞きします。それぞれの機能について、あてはまるものに○をつけてください。（いくつでも）



# メディア・サービスに付随するサービス機能

サービスの対象者（複数回答）は、求職者や求人企業向けが基本だが、「求職者のリスト提供」は職業紹介事業者も対象とするケースもある

## ◆ 各機能を提供する対象者

Q. 貴社のメディア・サービスに付随する機能についてお聞きします。それぞれの機能の対象者について、あてはまるものに○をつけてください。（いくつでも）

	n =	求職者	求人企業	職業紹介事業者	求人メディア	自社	その他
求人案件のリコmend	29	82.8	24.1	3.4	3.4	0.0	0.0
業界・分野特集などの案内メール	23	87.0	17.4	4.3	4.3	0.0	0.0
面接日程調整	13	92.3	61.5	7.7	0.0	0.0	0.0
求職者のリコmend	12	33.3	66.7	8.3	8.3	0.0	0.0
ダイレクトリクルーティング支援	11	54.5	63.6	0.0	0.0	0.0	0.0
求職者リストの提供	7	28.6	71.4	28.6	0.0	0.0	0.0
リファラル採用支援	4	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	2	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

TOP1 (→)

(%)



# 募集情報を明確に表示する取り組み

「募集内容を明確化する掲載基準や表記基準を設定」は、広く事業者で取り組まれている  
 ※全求協での求人広告掲載基準や、適合メディア宣言制度等に準拠している企業が多い

## ◆ 募集情報を明確に表示するための取り組み内容

Q. 募集情報が的確に表示されるような取り組みを行っていますか。実行していることをお選びください。（いくつでも）

	n=		%
	全体	WEBあり	
募集内容を明確化する掲載基準や表記基準を設定し、それに沿って募集主に募集情報を提供いただく	51	40	98.0 97.5
募集主に労働関連法や改正について啓発を行う			80.4 82.5
法令違反の募集情報は取り扱わない（掲載しない等）			90.2 92.5
募集主から承諾を得ることなく募集情報を改変しない			86.3 87.5
あてはまるものはない			0.0 0.0

※回答者はいずれか1つ以上には回答している。

# (参考) 全求協WEBサイト

公益社団法人 全国求人情報協会

協会のお知らせ ▾ 求人メディアの方 ▾ 求職者の方 ▾ 求人企業の方 ▾ 会員専用メニュー 読者相談窓口 小学校の先生の方へ

## 倫理綱領と掲載基準

TOP 求人メディアの方 倫理綱領と掲載基準

### 倫理綱領・掲載基準

#### ● 求人広告倫理綱領

求人情報提供事業各社は、求人広告の社会的役割とその使命を認識し、以下に掲げる基本原則に則り、たえずその質的な向上に努め、読者・ユーザー（※1）の信頼に応えなければならない。

1. 求人広告は、読者・ユーザーの適切な職業選択に資するよう配慮されたものでなければならない。
2. 求人広告は、真実なものであって、法令及び社会倫理に違背するものであってはならない。また、読者・ユーザーに不利益を与えるものであってはならない。
3. 求人広告は、読者・ユーザーに誤解を生じさせることがないように、平易な表現を用いるなど、的確な表示に努めなければならない。

#### ● 求人広告掲載基準

求人広告倫理綱領の趣旨に基づき、求人広告掲載基準として事前確認項目、留意表示項目、募集条件表示基準を次のとおり定める。

〔事前確認項目〕

- I. 求人企業・事業主から依頼を受けて求人広告を掲載する場合は、当該求人の募集（労働）条件については、求人企業・事業主の責任である旨を説明し、その内容が正確である旨の確認を取った上で掲載しなければならない。なお、その際は人事担当者等の確認署名（捺印）を得るよう努めること。
- II. 求人広告の掲載にあたっては、その求人企業・事業主が以前に求人広告に関して苦情が発生したことがなかったかどうかについて、所要の確認をしなければならない。
- III. 新規に掲載申込みがあった求人企業・事業主については、訪問その他確実な方法により、調査を行うものとし、その所在と事業内容等を確認しなければならない。
- IV. 事業の内容が監督官庁の許認可等を要する場合は、必要に応じてその証明となる関係書類を確認しなければならない。

公益社団法人 全国求人情報協会

求人企業の皆様へ  
無料掲載を願い、後で請求を行う  
求人広告の契約にはご注意ください

### 求人メディアの方

求人メディアの皆様へ

求人メディア検索

固定残業制の明示

入会案内

倫理綱領と掲載基準

募集・採用の資料

求人広告取扱者資格制度

求人広告賞

労働市場トレンド

読者相談窓口

求人広告についての苦情相談はこちらへ

仕事さがしの Q&A

求職に関する一般的な質問はこちらへ

# (参考) 全求協WEBサイト

公益社団法人 全国求人情報協会

公益社団法人 全国求人情報協会

協会のあらしみ ▶ 求人メディアの方 ▶ 求職者の方 ▶ 求人企業の方 ▶ 会員専用メニュー ▶ 読者相談窓口 ▶ 小学校の先生方へ

## 求人情報提供ガイドラインと適合メディア宣言制度

TOP お知らせ 求人情報提供ガイドラインと適合メディア宣言制度

🕒 2018年12月26日 ■ お知らせ, 求人メディア

### 求人情報提供ガイドラインと適合メディア宣言制度

求人情報適正化推進協議会（座長：阿部正浩中央大学経済学部教授・受託：全国求人情報協会）は、2016年度の厚生労働省委託事業「求人情報提供事業の適正化推進事業」の一環として、15名の委員で構成・設置され、実務指針としてのガイドラインの作成や、周知啓発を検討してきました。2017年9月には改正職安法を踏まえた改訂版ガイドラインを発行し、2018年6月1日からは、ガイドラインに沿った業務運営を行っていることを宣言できる適合メディア宣言制度がスタートしました。また、2018年11月に適合メディア宣言制度について有効期間を定め、その旨を追記したガイドラインを発行しました。

ガイドライン  
（最新版は下記、求人情報適正化推進協議会のHPからダウンロードください）

[求人情報適正化推進協議会のHPはこちら](#)

[2018年11月21日 協議会リリース（協議会HPへ）](#)

[2018年6月8日 全国求人情報協会リリース](#)

[2018年6月7日 厚労省リリース（厚労省HPへ）](#)

[2017年11月30日 協議会リリース（協議会HPへ）](#)

**¥** 求人企業の皆様へ  
**無料掲載を謳い、後で請求を行う**  
求人広告の契約にはご注意ください

**?** **読者相談窓口**  
求人広告についての苦情相談はこちらへ

**i** **仕事さがしのQ&A**  
求職に関する一般的な質問はこちらへ

**🔍** **求人メディア検索**  
全国の求人メディアを検索できます

**📊** **調査発表  
求人広告掲載件数**  
会員求人メディアの広告掲載件数の集計結果です

**📄** **情報公開**

受付窓口の掲載は9割以上が実施  
 ※回答者はいずれか1つ以上に回答しており、全く受け付けていない事業者はない

## ◆ 苦情・相談体制の受付、内容

Q. 求職者の苦情・相談体制をどのように受付けていますか。(いくつでも)

	n=		(% )
	全体	WEBあり	
受付窓口をウェブサイトや求人情報誌紙に掲載している	51	40	90.2
専用メールアドレスで受付けている			68.6
適宜・電話により各担当者が個別に対応している			68.6
その他：			5.9

※回答者はいずれか1つ以上には回答している。

# 求職者の個人情報取り扱い（収集）

会員登録や応募の段階で求職者特定のために収集することが多いため、  
「求職をしている者として本人により登録」がもっとも多い

## ◆ 求職者の個人情報の収集方法

Q. 求職者の個人情報をどのように収集していますか。（いくつでも）

	n=		(% )
	全体	WEBあり	
求職をしている者として本人により登録	51	40	88.2
求職をしている者と限定せず本人により登録（※）			31.4
他社サービスなど第三者から、求職している者として本人の同意を得て収集			17.6
他社サービスなど第三者から、求職している者と限定せず本人の同意を得て収集			5.9
既存の利用者による第三者情報の登録			0.0
その他：			3.9

※回答者はいずれか1つ以上には回答している。

※「求職をしている者と限定せず」は派生サービスや求職意向がない情報収集目的の個人や企業担当者でも登録、利用に制限をかけていないケースなどが考えられる。

# 求職者の個人情報取り扱い（活用）

「利用規約」に記載のうえで、「サービス利用」または「チェックボックス入力」のいずれかで同意を得るパターンが多い

## ◆ 個人情報の活用に関して同意を得る方法

Q. 個人情報の活用に関して、どのように同意を得ていますか。（いくつでも）

	n=		n
	全体	WEBあり	
利用規約に記載し、サービス利用をもって同意とする	64.7	65.0	51
利用規約に記載し、チェックボックスなどで同意を得る	54.9	57.5	40
個人情報の保管・収集・第三者提供について包括的に同意を得る	33.3	32.5	
個人情報の保管・収集について包括的に同意、第三者提供は提供機会ごとに同意を得る	23.5	25.0	
その他：	3.9	5.0	

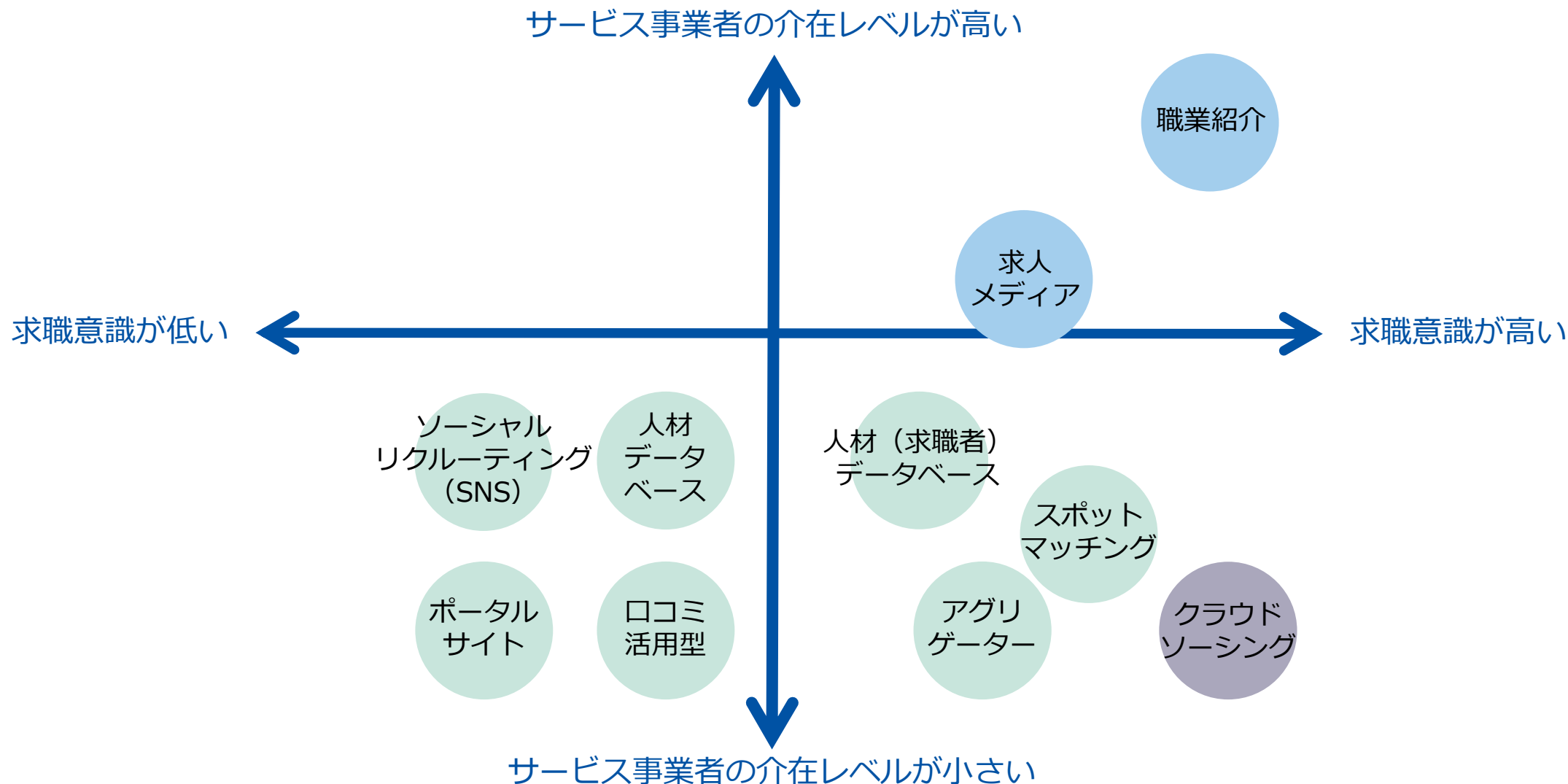
(%)

※回答者はいずれか1つ以上には回答している。

## 2、新しい人材サービスの 形態と利用状況

# 求人メディアと新形態サービスの比較

- IT技術やインターネットの普及により、職業紹介や求人メディアといった従来の雇用仲介サービスに留まらない新しい形態のサービスが登場している。
- 新形態サービスは求人メディアや職業紹介に比べ介入レベルは低いが、求職意識の低い潜在的な求職者にもアプローチしやすい特徴がある。

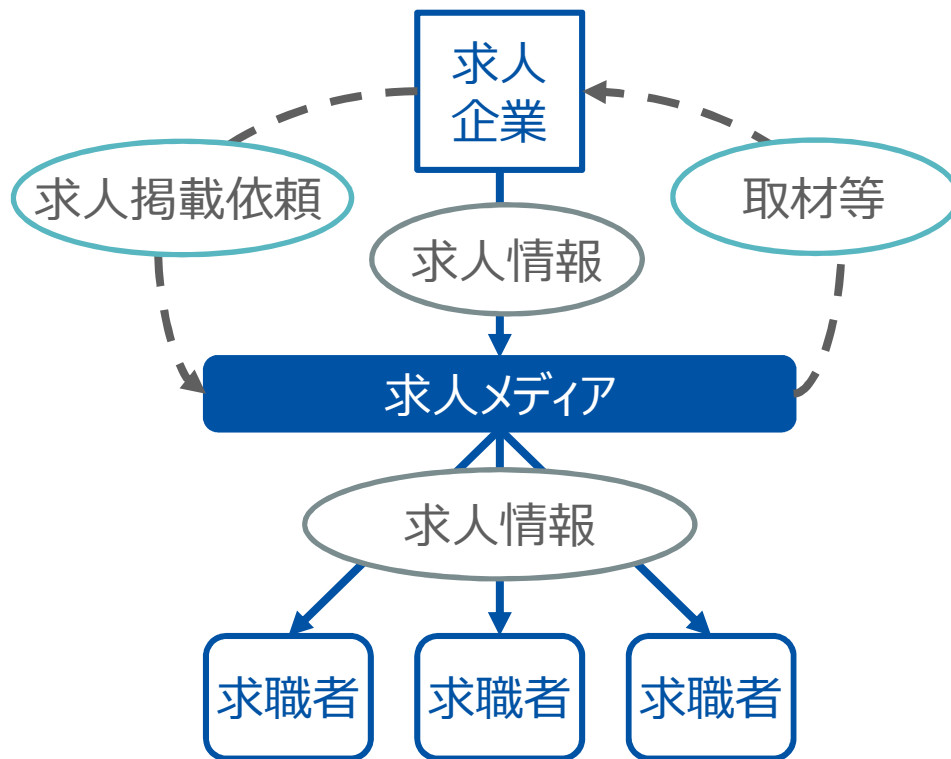




# 求人メディアの特徴

- 求人メディアは、企業の求人情報を作成し、求職者に発信する。
- 求職意識の高い人材に対し、短期間で広範囲に情報提供を行う。

## イメージ



## 概要

### サービス内容

- 求人企業からの依頼を受けて、求人情報の作成・掲載を行う。

### メリット

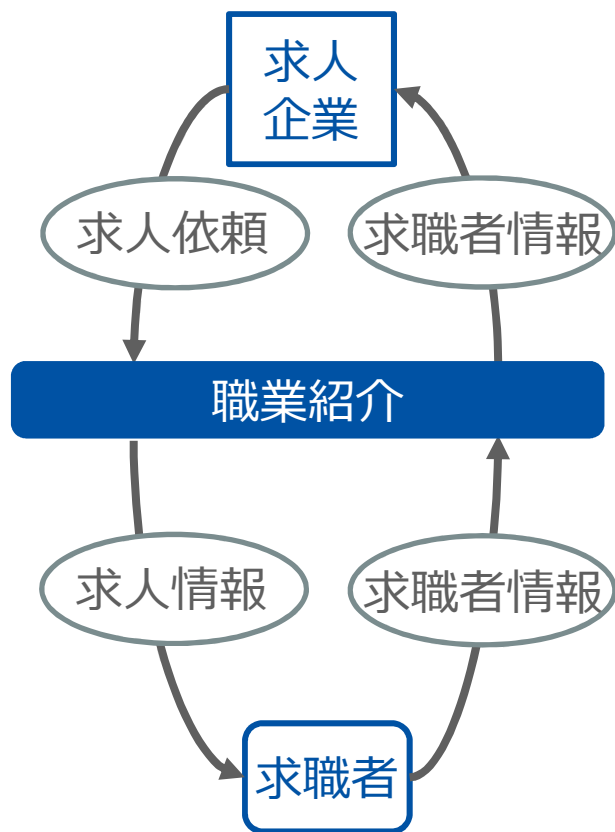
- 求職意識の高い人材に対して、短期間で広範囲に求人情報を提供できる。
- 広告掲載料の場合、採用数が多いほど1人当たりの採用単価を抑えられる。
- 求職者側から見ると、採用意欲の高い企業が多い。

(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。

# 職業紹介の特徴

- 職業紹介は、求人企業と求職者の情報のやり取りを、双方の希望条件などを踏まえて仲介する。
- 条件のすり合わせを行うため、ミスマッチが少ない。

## イメージ



## 概要

### サービス内容

- 求人企業と求職者のやり取りを仲介し、希望条件のすり合わせなど雇用契約のサポートを行う。

### メリット

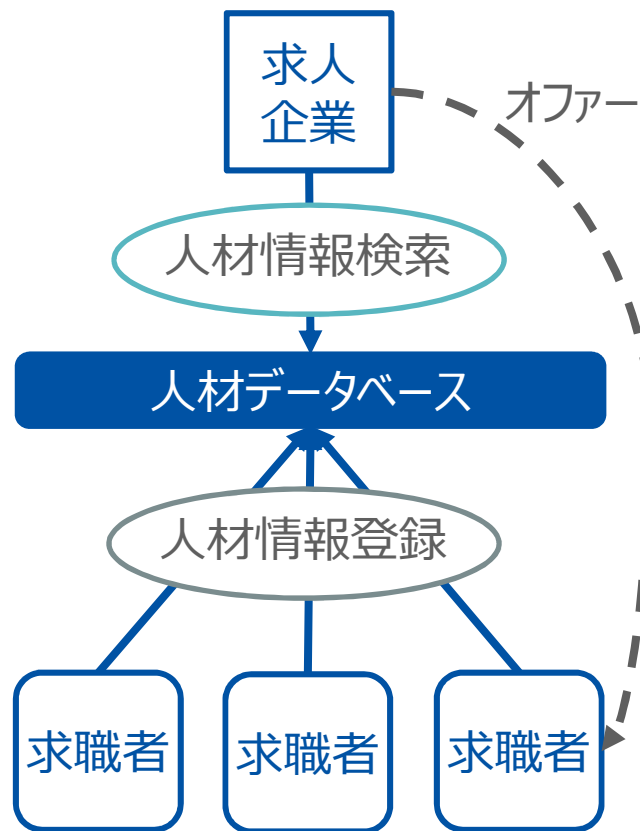
- 基本的に採用するまで費用がかからないため、希望に合う人材に出会うまでじっくりと採用活動ができる。
- 面接日程調整など求職者とのやりとりも代行してもらえる。
- 企業と求職者双方の希望を踏まえてすり合わせるため、ミスマッチが少ない。

(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。

# 新形態サービスの特徴①人材データベース（求職者データベース含む）

- 利用者が登録した自身の情報を人材データベースとして活用するサービス。求職者をメインにしたデータベースと、求職意向を問わない形でのデータベースの2種類が存在。
- 求人企業が登録された人材情報などを閲覧し、求める人材に直接オファーを送ることが可能。

## イメージ



## 概要

### サービス内容

- 求職者が自身の職歴・スキルや、希望条件等を登録し、求人側は情報閲覧の上でオファーを送る。
- 求職意向を問わないデータベースは、所属や出身、発信内容等のみなど参考情報は多種多様。

### メリット

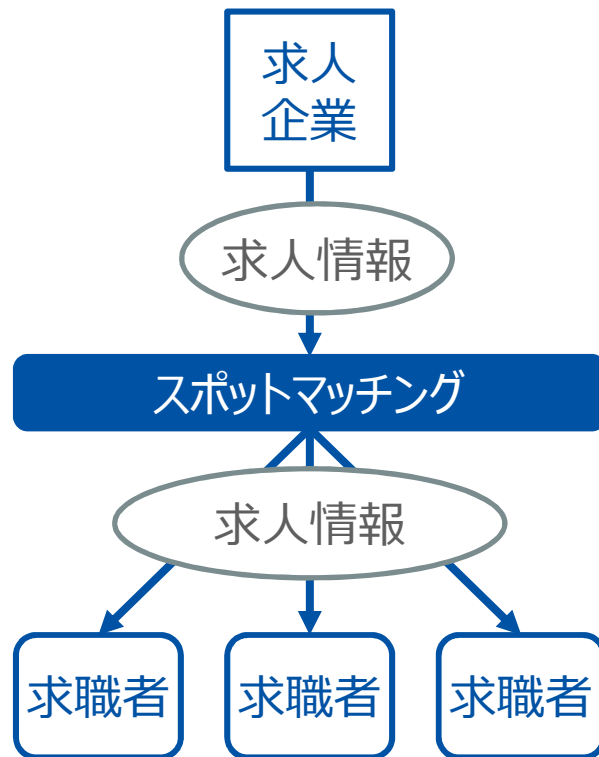
- 求人企業が、気になる人材に対して直接アプローチできるため、能動的な採用活動が可能になる。
- 知名度などで不安の強い中小企業も個別アプローチできることがメリットとして利用されるケースも。

(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。

## 新形態サービスの特徴②スポットマッチング

- 短時間、短期間といったスポット勤務をマッチングさせるプラットフォーム。
- 求職者はスキマ時間で働くことができる。

### イメージ



### 概要

#### サービス内容

- 直接雇用を中心とした、単発の仕事をWEB上でマッチングさせるプラットフォームを提供する。

#### メリット

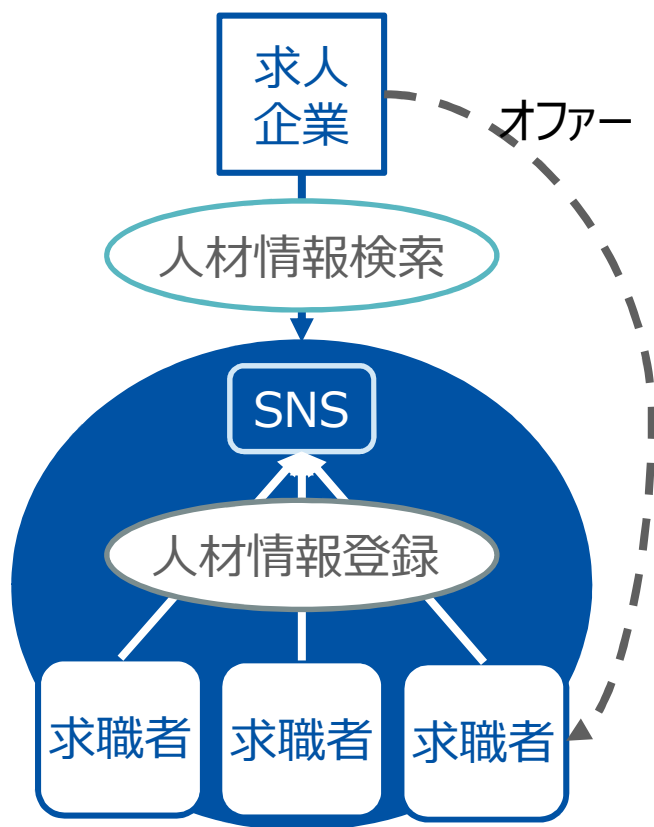
- 突発的、短期的な人手不足の際に、スムーズに人材を確保できる。選考なしの即日勤務の場合もある。
- 副業としての利用など、求職者は空いた時間に応募、就業できる。

(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。

# 新形態サービスの特徴③ソーシャルリクルーティング（SNS）

- 求人企業が、SNSネットワークに登録された人材情報やつながり、発信内容等を閲覧し、オファーを送る。
- 求職意識の低い潜在的層へのアプローチも可能。

## イメージ



## 概要

### サービス内容

- SNS上の人材情報を基に求人活動を行うサービス。使用するSNSはサービス事業者が構築するケースもあれば、既存の大手SNSを活用するケースも存在する。

### メリット

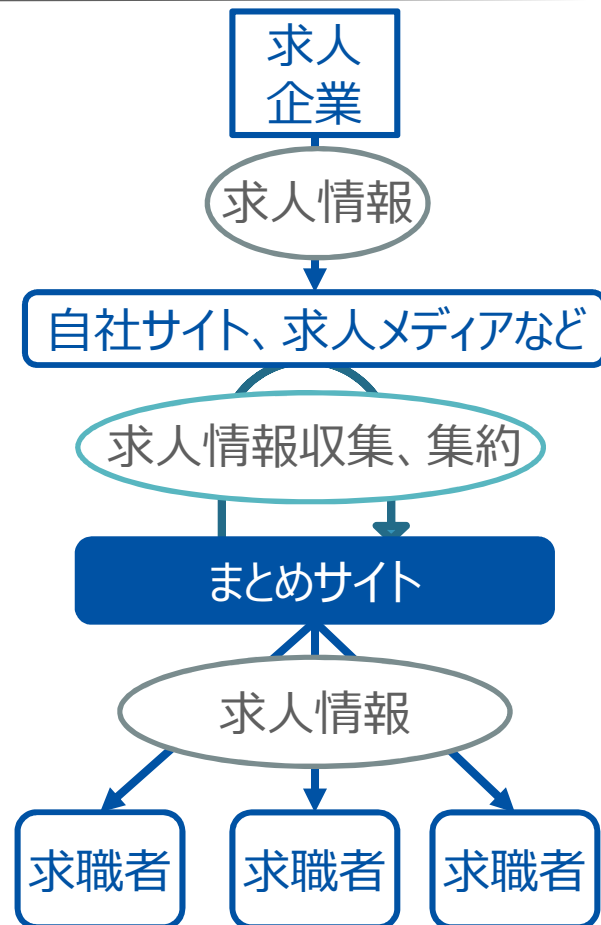
- 求人企業が、気になる人材に対して直接アプローチできるため、能動的な採用活動が可能になる。
- 一般の求人メディアや職業紹介を活用していない、求職意欲が薄い、未活動層へのアプローチも可能である。

(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。

# 新形態サービスの特徴④まとめサイト（アグリゲーター、ポータルサイト）

- 複数の事業者の求人情報を集約化するサービスで、検索エンジンと連携する場合もある。
- 求人検索が効率化されるほか、潜在的な求職者へのアプローチも可能。

## イメージ



(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。

## 概要

### サービス内容

- 複数の事業者の求人情報を集め、一括で情報発信する。
- 情報源の媒体への参照の仕方は2種類。
  - 申込型：申込みを受けた広告媒体の求人情報を掲載する。
  - 自由型：クローリングにより自動で求人情報を収集し掲載する。
- 検索エンジン上で、求人情報に関心のありそうなユーザーに求人情報を表示する（ポータルサイト）

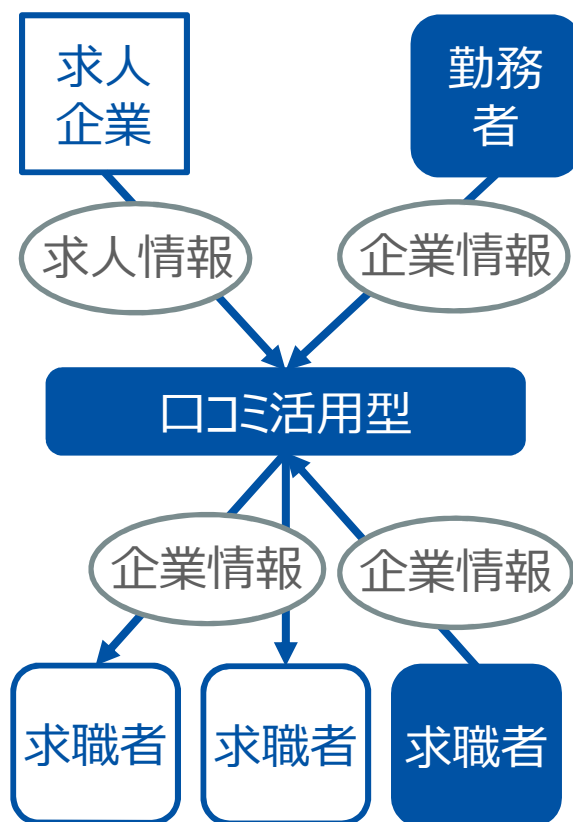
### メリット

- 求職者にとっては、複数のメディアから探す手間が省け、広範囲の情報を閲覧できる。
- ポータルサイトの場合、潜在的な求職者へのアプローチも可能である。

# 新形態サービスの特徴⑤ 口コミ活用型

- 個別企業での勤務経験や面接体験などの口コミを、求職者が閲覧できるサービス。
- 求職活動において、企業の内情などの情報収集が可能。

## イメージ



## 概要

### サービス内容

- 企業の勤務者や、求職経験者が企業の評判などを投稿するプラットフォームで、求人情報の掲載・閲覧も可能なサービスである。

### メリット

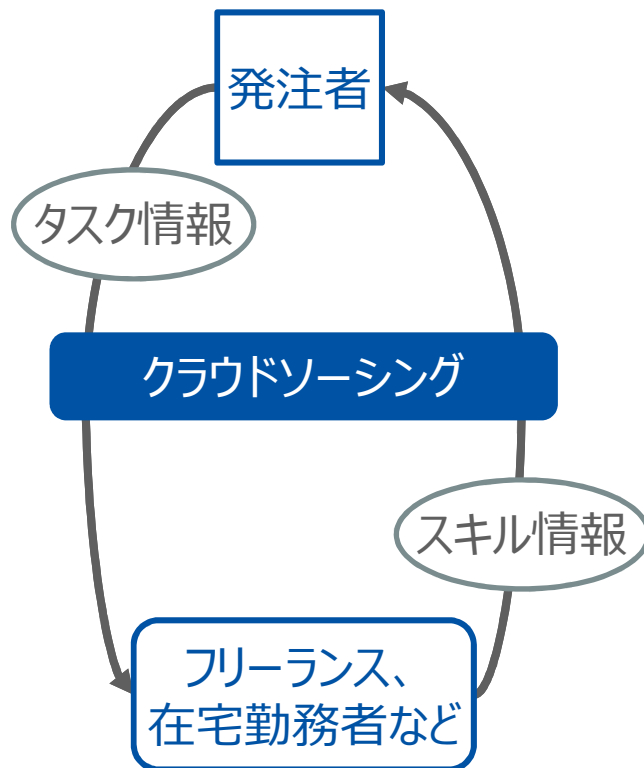
- 求職者にとっては、様々な視点からの企業情報を見た上で、求人情報も閲覧できる。
- 企業の内情を知った上で応募するため、入社前後の落差を緩和することができる。

(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。

# 新形態サービスの特徴⑥クラウドソーシング

- 雇用ではなく、タスク単位での受発注をマッチングさせるプラットフォーム。
- フリーランスや在宅勤務希望者といった継続的な雇用を望まない人材の活用が可能。

## イメージ



## 概要

### サービス内容

- 「雇用」ではなく、「タスク」単位の単発の仕事をWEB上でマッチングさせるプラットフォームを提供する。

### メリット

- 継続雇用を求めている企業や個人が、幅広い選択肢の中から案件に応募できるため、フリーランスや在宅ワーカーの利用も多い。

(注) あくまで代表的なサービス内容を例示した記載であることに留意。



## 調査② 求職者の仕事探しの状況

- 求職者がどのような人材サービスを利用しているか、アンケート調査を実施。
- 2019年度に求職活動を行った個人に、  
利用したサービス・採用につながったサービスを質問。

### ■ 調査概要

調査目的：求人情報メディア、サービスの利用状況の把握

調査主体：公益社団法人 全国求人情報協会（厚生労働省委託調査）

調査対象：2019年4月～2020年3月に仕事探しをしている者、全国20-49歳男女、n=3,000

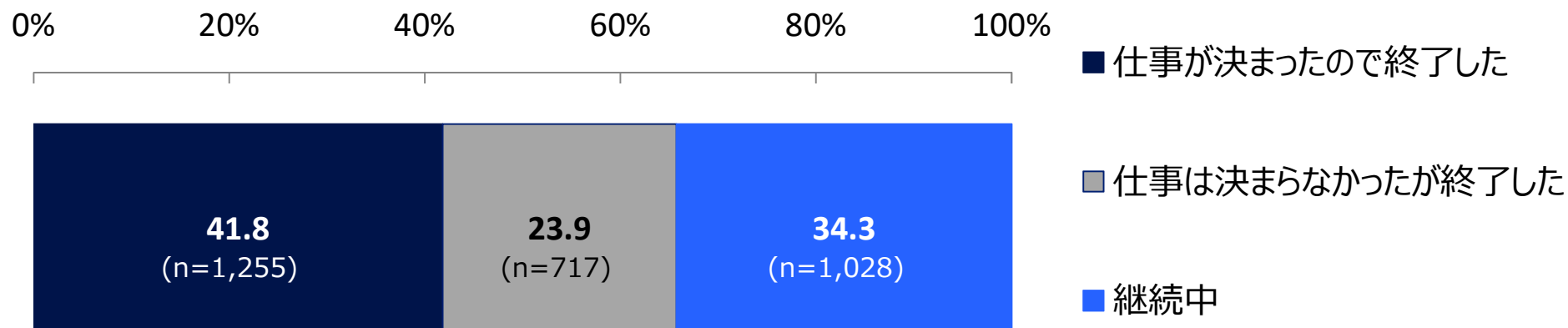
調査手法：WEB

調査期間：2020年12月4日～2020年12月8日

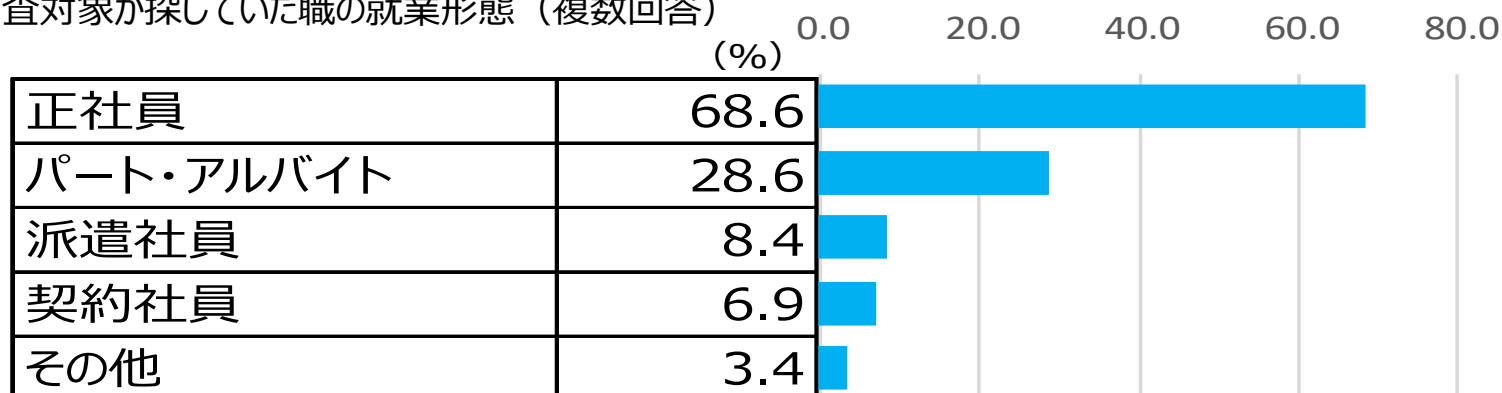
# 仕事探しの結果（調査対象者の属性）

調査を行った3000人の仕事探しの結果は、  
「仕事が決まったので終了した」の方が41.8%、「継続中」の方が34.3%

## ◆ 2019年4月～2020年3月に行った仕事探しの状況



## 【参考】調査対象が探していた職の就業形態（複数回答）



# 採用決定の経路（決定者全体）

「求人情報誌・サイト」37.6%がもっとも多く、「ハローワーク・ハローワークインターネットサービス」12.0%、「縁故」11.2%、「人材紹介・人材斡旋など」9.5%と続く

## ◆ 採用が決まった経路

Q. 仕事が決まったという方にお聞きます。採用に至った経路として当てはまるものをお答えください。

(%)

TOP4

求人メディア（折込求人紙、フリーペーパー、求人情報WEBサイト等）	37.6
ハローワーク（公共職業安定所）・ハローワークインターネットサービス	12.0
縁故（友人・知人・元上司等）	11.2
人材紹介・人材斡旋・ヘッドハンティング（民営職業紹介所）	9.5
採用先企業等（派遣・請負会社以外）のホームページ	7.5
学校（専修学校等も含む）やその職員（教授等）からの情報提供・紹介	5.7
派遣・請負会社のホームページ	4.9
ポータルサイト（検索エンジンなど）	2.5
世襲・家業の手伝い	1.4
クラウドソーシング	1.3
起業	1.3
ソーシャルリクルーティング	1.0
スポットマッチング	0.5
その他 具体的に：（	3.9

※n = 1,255（仕事が決まったと回答したもの）

# 採用決定の経路（参考：性年代、居住エリア別）

Q. 仕事が決まったという方にお聞きます。採用に至った経路として当てはまるものをお答えください。

		n =	求人メディア	人材紹介・人材斡旋・ヘッドハンティング (民営職業紹介所)	ハローワーク (公共職業安定所)・ハローワークインターネットサービス	縁故(友人・知人・元上司等)	(%)
全体		1255	37.6	9.5	12.0	11.2	
性年代	男性 20代	229	38.4	10.0	9.2	5.2	
	男性 30代	194	29.9	14.4	12.4	15.5	
	男性 40代	182	30.8	13.7	12.1	15.4	
	女性 20代	241	46.5	9.1	7.5	8.3	
	女性 30代	184	45.7	7.1	14.1	9.8	
	女性 40代	225	32.9	3.6	17.3	14.2	
エリア	北海道・東北	125	38.4	7.2	17.6	11.2	
	関東	464	37.9	12.1	5.8	11.2	
	中部	214	35.5	7.9	15.4	12.1	
	近畿	209	44.0	12.9	8.1	11.0	
	中国	65	36.9	0.0	20.0	7.7	
	四国	34	29.4	5.9	20.6	14.7	
	九州・沖縄	144	31.9	5.6	21.5	10.4	

全体 + 5pt以上  
全体 - 5pt以下

# 新形態サービスの利用状況（求職者全体）

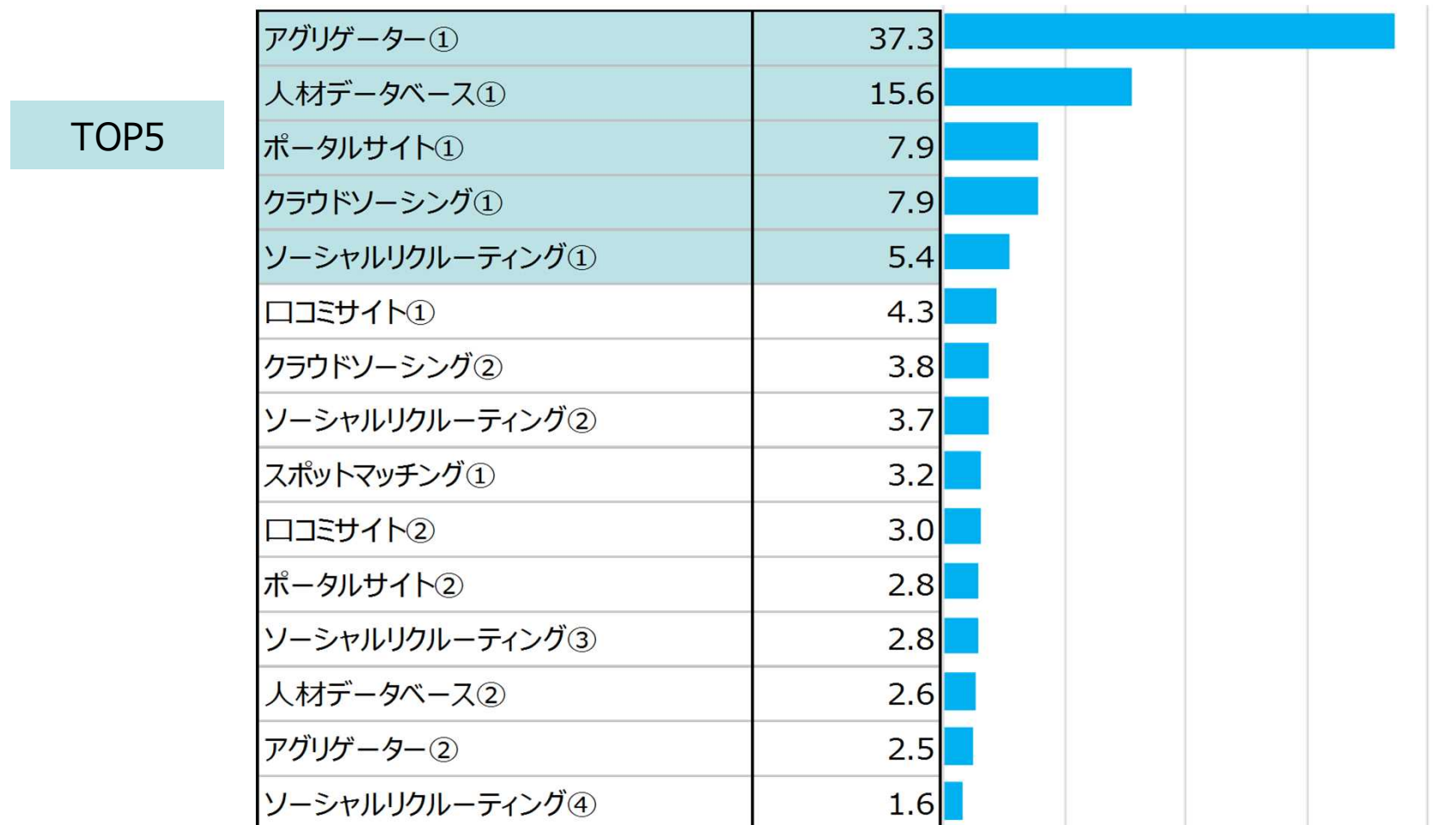
②認知度調査

仕事探しを目的に閲覧した個別の新形態サービスを聞いたところ、  
アグリゲータ①が37.3%と多く、次いで人材データベース①15.6%が突出している

## ◆ 利用された個別の新形態サービス

Q.あなたが2019年4月～2020年3月に仕事探しを目的として「閲覧した」サービス名をお知らせください。（いくつでも） n=3,000

(%) 0.0 10.0 20.0 30.0 40.0



# 新形態サービスの利用状況（参考：性年代別）

Q.あなたが2019年4月～2020年3月に仕事探しを目的として「閲覧した」サービス名をお知らせください。（いくつでも）

全体 + 5pt以上  
全体 - 5pt以下

		n =	アグリゲーター ①	人材データ ベース①	ポータルサイ ト①	クラウドソーシ ング①	ソーシャルリク ルーティング ①	(%)
全体		3000	37.3	15.6	7.9	7.9	5.4	
性年代	男性 20代	489	35.4	18.2	8.0	10.0	8.0	
	男性 30代	483	33.5	25.9	9.1	11.8	8.7	
	男性 40代	558	25.8	19.2	8.2	6.1	5.6	
	女性 20代	466	48.5	12.2	8.2	6.4	4.9	
	女性 30代	447	47.4	10.3	6.9	7.4	2.9	
	女性 40代	557	36.4	7.7	7.0	5.9	2.5	