

<採用オウンドメディアに関する実態調査>

94%の企業が「採用オウンドメディアは早くからやっておくべきだった」

～人的資本経営時代では、企業の多様な情報を正しく伝える採用ブランディングが不可欠に～

株式会社 TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役 CEO：鈴木貴史）は、採用に関わる人事・経営者 640 名を対象に「採用オウンドメディアに関する実態調査」を実施しました。以下、概要をご報告します。

（参照 URL：<https://bit.ly/3SAmuZZ>）

■ 調査結果概要

- 採用オウンドメディアを運用している企業は 57.9%、運用予定や検討中の企業は 25.1%
- 採用オウンドメディアの目的や実感している効果は「認知度向上」「競合差別化」「エントリー数増加」が上位に。
- 約 97%の企業が「採用オウンドメディアをやって良かった」と回答。
また、約 94%の企業が「採用オウンドメディアを早くからやっておくべきだった」と感じていることが明らかに。
- 採用オウンドメディアを運営する上での課題は「マーケティングノウハウがない」「何を発信していいかわからない」「ペルソナの定義がわからない」が上位に。

■ 解説

人的資本情報の開示の義務化や求職者が求める情報・価値観の多様化により、企業は多様な角度から企業情報を正しく伝達する「採用ブランディング」がこれまで以上に求められる時代になりました。採用ブランディングを推進するひとつの手法として、「採用オウンドメディア」への関心が高まりつつあり、運営している企業は約 6 割であり、そのうち 94%の企業が「採用オウンドメディアは早くからやっておくべきだった」と感じていることが明らかになりました。

「採用オウンドメディア」は人材採用を目的に、職場文化や成長環境など、候補者が自社を正しく認知するための情報を提供するメディアであり、多様化する採用候補者へのアプローチには欠かせないプラットフォームとなっています。

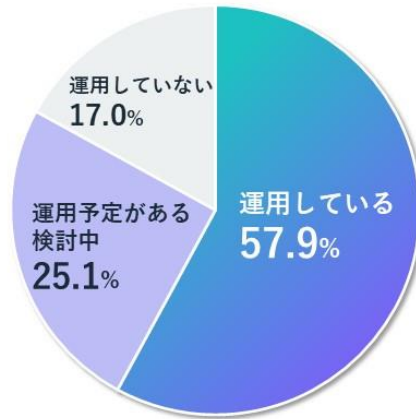
1. 採用オウンドメディアを運用している企業は 57.9%、運用予定や検討中の企業は 25.1%

採用オウンドメディアの運用状況について「運用している」（57.9%）、「運用する予定がある・検討中である」（25.1%）と、半数以上が採用オウンドメディアを運用していると回答しました。

調査結果 - 採用オウンドメディア実施状況-

採用ブランディング手法のひとつとして採用オウンドメディアは注目されつつあり
約6割の企業が採用オウンドメディアを運用している

Q.あなたの会社では「採用オウンドメディア」を運用していますか？



2024年1月「採用オウンドメディアに関する実態調査」(N=447)

© 2024 TalentX Inc. All Rights Reserved.

5

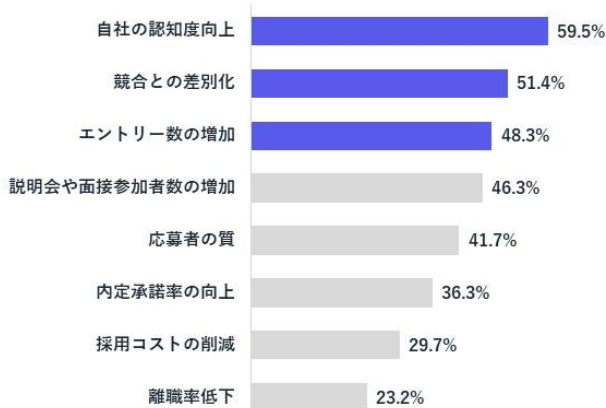
2. 採用オウンドメディアの目的や実感している効果は「認知度向上」「競合差別化」「エントリー数増加」が上位に。

採用オウンドメディアに取り組んでいる目的は「自社の認知度向上」(59.5%)、「競合との差別化」(51.4%)、「エントリー数の増加」(48.3%)が上位に挙がりました。また、採用オウンドメディアを運用することで実感している効果の上位も「競合との差別化」(53.9%)、「自社の認知度向上」(53.5%)、「エントリー数の増加」(47.7%)という結果となりました。

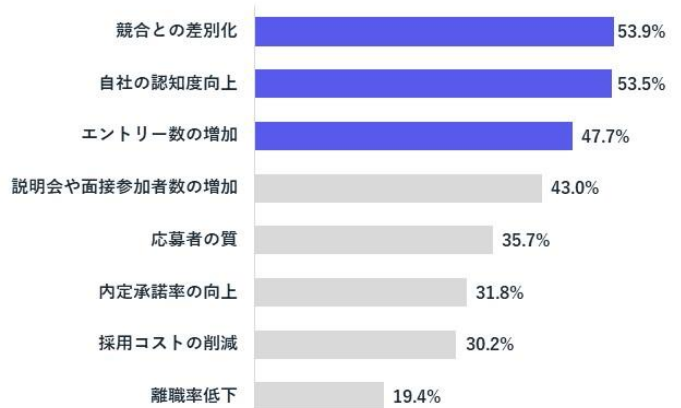
調査結果 - 採用オウンドメディアを実施する目的や体感する効果 -

採用オウンドメディアの目的や実感している効果は
「認知度向上」「競合差別化」「エントリー数増加」が上位に

Q.「採用オウンドメディア」に取り組んでいる目的は何ですか？(複数回答)



Q.「採用オウンドメディア」を運用することでどのような効果を実感していますか。(複数回答)



2024年1月「採用オウンドメディアに関する実態調査」(左: N=268, 右: N=259)

© 2024 TalentX Inc. All Rights Reserved.

6

3. 約97%の企業が「採用オウンドメディアをやって良かった」と回答。また、約94%の企業が「採用オウンドメディアを早くからやっておくべきだった」と感じている。

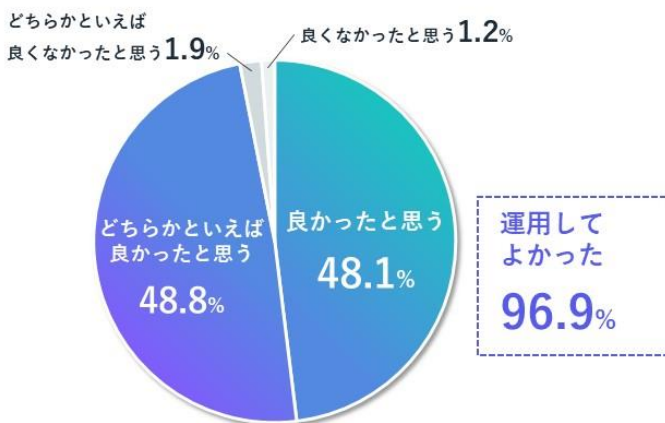
採用オウンドメディアの満足度について「良かったと思う」（48.1%）、「どちらかといえば良かったと思う」（48.8%）と約 97% が効果を実感しており、運用して良かったと回答しました。

また「採用オウンドメディアを早くからやっておくべきだと思いますか？」という質問に対して「そう思う」（53.1%）、「どちらかといえばそう思う」（41.1%）と 9 割以上の経営者・人事担当者が早くから取り組むべきだったと感じていることも明らかになりました。

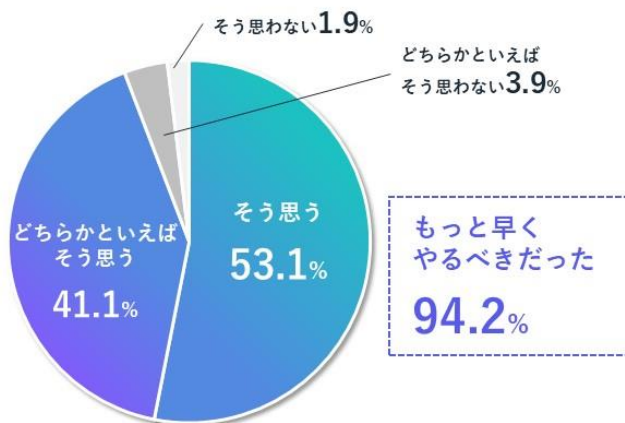
調査結果 - 採用オウンドメディアの満足度 -

全ての採用のプラットフォームとなる採用コンテンツは資産であり
今すぐ着手すべき施策と言える

Q. 「採用オウンドメディア」を運用して良かったと思いますか？



Q. 「採用オウンドメディア」は早くからやっておくべきだと思いますか？



© 2024 TalentX Inc. All Rights Reserved.

2024年1月「採用オウンドメディアに関する実態調査」(N=258)

7

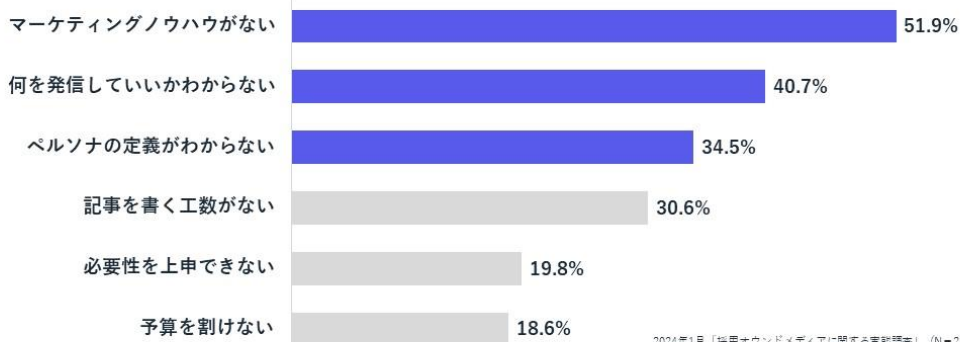
4. 採用オウンドメディアを運営する上での課題は「マーケティングノウハウがない」「何を発信していいかわからない」「ペルソナの定義がわからない」が上位に。

採用オウンドメディアを運営する上での課題は「マーケティングノウハウがない」（51.9%）、「何を発信していいかわからない」（40.7%）「ペルソナの定義がわからない」（34.5%）が上位に挙がりました。

調査結果 - 採用オウンドメディア運用時の課題 -

採用オウンドメディアは満足度の高い取り組みである一方
「誰に何を発信するのか」という戦略設計やコンテンツづくりに課題を感じている

Q. 「採用オウンドメディア」を運用するうえでの課題を教えてください。（複数回答）



2024年1月「採用オウンドメディアに関する実態調査」(N=258)

© 2024 TalentX Inc. All Rights Reserved.

8

■株式会社 TalentX 代表取締役社長 CEO・鈴木貴史 コメント



近年は求職者の志向性が変化しており、求人票の情報だけを見てエントリーするのではなく、採用メディアや SNS など複数のソースを通じて企業の職場文化や成長環境など多様な情報を収集し、就職・転職するようになってきました。一方で、求職者が求める情報と企業が発信している情報や手段にギャップが生じている機会も多く見受けられます。

こうした状況を解消するため、多様化する採用市場に合わせて、企業のリアルな魅力を届ける採用ブランディングサービス「MyBrand」の開発に至りました。

「MyBrand」を活用して採用ブランディングを推進することで、企業は自社のリアルな魅力を求職者に届けることができ、求職者はより多くの情報から、ミスマッチのない職場探しが可能になります。

当社は「人と組織のポテンシャルを解放する社会の創造」をパーパスに掲げています。「MyBrand」のリリースを機に、さらに多くの個人と組織をご支援し、人的資本経営時代に適した新たな採用の形を提供できるよう、尽力してまいります。

■調査概要

調査名 : 採用オウンドメディアに関する実態調査

調査対象 : 従業員数 30 人以上の会社で働く人材採用に関わる人事・経営者

有効回答数 : 640 名

調査期間 : 2024 年 1 月 4 日～1 月 6 日

調査方法 : インターネット調査

調査主体 : 株式会社 TalentX

※全調査結果は以下の URL よりご覧ください。

<https://bit.ly/3SAmuZZ>

■採用ブランディングサービス「MyBrand (マイブランド)」

「MyBrand」は、人的資本経営時代に必要な多角的情報発信と多様化する候補者採用に取り組む企業に向け、自社の魅力の棚卸から採用オウンドメディアの作成、サイト改善までを担うトータル採用ブランディングサービスです。自社の魅力を引き出す EVP フレー

ムワーク「WORCS（ワークス）」を用いて、採用課題を抱える企業の採用オウンドメディアを効率よく作成します。採用オウンドメディアの運用をきっかけに、候補者が自社に興味を示し、現在募集中の求人情報に直接誘導することが可能になります。

・サイト URL : <https://mytalent.jp/brand/>

■「MyBrand」の特長

1. 最短 30 秒で理想の採用オウンドメディアを作成

特別なノウハウは必要なく、手軽にノーコードで採用オウンドメディアを作成できます。採用ブランディングに特化したテンプレートに基づき、記事のカテゴリ分けや、検索エンジンの最適化、求人一覧ページの制作や連携など、最短 30 秒という早さでスムーズにページが完成します。

2. 独自の EVP フレームワーク「WORCS」を用いて、自社を魅力付けするコンテンツ制作が可能に

Z 世代やミレニアル世代の社会進出に伴い、近年の求職者の思考は多様化し、加えてより透明性の高い情報の必要性が増しています。当社独自の EVP フレームワーク「WORCS」を用いることで、競合と差別化を図り、優秀な候補者の獲得には欠かせない多様で正しい自社の価値を届けるコンテンツ作成が可能になります。

3. CRM やリファラルモジュールとの連携で、採用ブランディングを加速させる

既存サービスの採用 MA サービス「MyTalent」やリファラル採用サービス「MyRefer」との連携により、自社の候補者のファン度合いをスコア化したり、タレントプールから応募獲得までのプロセスの半自動サポートや、社員による知人友人へのおすすめコメントが採用オウンドメディアを彩る仕組みを構築させます。これにより、相乗効果を持って自社の採用ブランディングを加速させ、候補者をファンにする仕組み化につながります。

■会社概要

社名：株式会社 TalentX

所在地：〒162-0825 東京都新宿区神楽坂 4-8 神楽坂プラザビル G 階

代表：代表取締役 CEO 鈴木貴史

創業：2015 年 4 月 1 日

設立：2018 年 5 月 28 日

資本金：8 億 6,750 万 4,198 円（資本準備金含む）

会社 HP : <https://talentx.co.jp>

サービス HP : <https://mytalent.jp/brand/>