

**Works University**

# 米国の 人材ビジネス

HR Business Overview in the US



09

ジョブボード

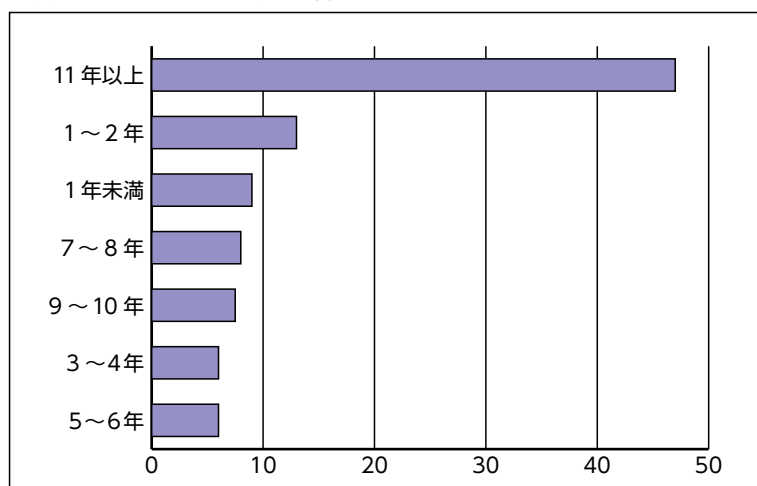


ジョブボードは、求人広告を載せたネット版求人掲示板を指す。企業だけでなく、人材派遣・紹介会社も求人広告を掲載している。求職者は無料で履歴書を登録できる。

大手ジョブボードに加えて小規模のジョブボードが多数存在し、全体の数を把握するのは難しいが、一説では米国だけでも1万サイトを超え<sup>1</sup>、世界全体でおよそ5万サイトあるといわれている<sup>2</sup>。

新しいジョブボードが毎年のように開設されており、ジョブボードを含む採用テクノロジー会社の協会 The Association for Talent Acquisition Solutions (TAtech) とコンサルティング会社 Job Board Doctor が米国内外のジョブボード211社を対象に行った2016年の調査によると、サイトの運営年数は最も多い回答が「11年以上」で、半数近くを占めた。次に多いのが「1～2年」で、約13%だった(図表1)。

図表1 ジョブボードの運営年数 (単位：%)



出所：“2016 TAtech-Job Board Doctor Global Job Board Survey”, Job Board Doctor

図表2は、過去約20年間のリクルーティング業界の変化を表している<sup>3</sup>。ジョブボードが誕生したのは、1990年代後半である。CareerBuilder、Monster、Craiglistが、この頃の代表的なジョブボードとして挙げられる。それまで新聞などの紙媒体が主流だった求人・求職方法が、ジョブボードの出現によりまったく新しいものへと変化した。

1 “Top 50 Job Posting Sites To Find and Recruit New Talent”, Betterteam <https://www.betterteam.com/top-job-posting-sites>

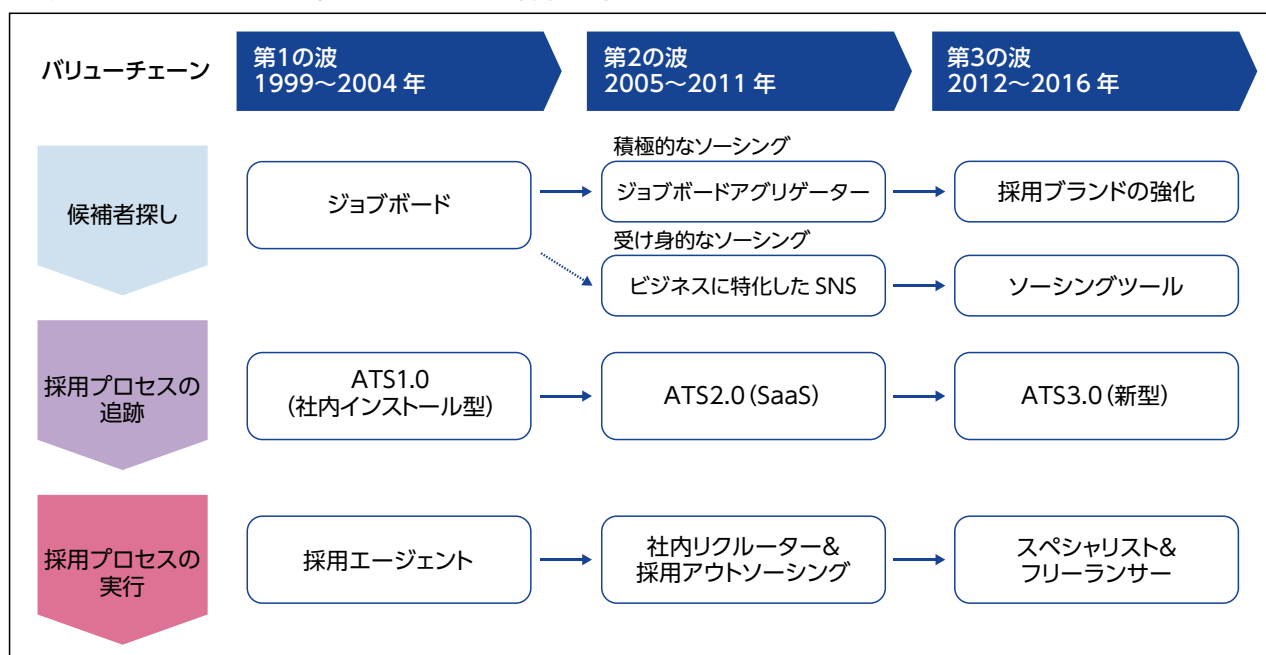
2 “Why diversity job boards have a role to play”, HR Magazine <http://www.hrmagazine.co.uk/article-details/why-diversity-job-boards-have-a-role-to-play>

3 “The history of innovation in recruitment technology and services”, TechCrunch <https://techcrunch.com/2016/10/29/the-history-of-innovation-in-recruitment-technology-and-services/>

2000年代後半になると、LinkedInなどのビジネスに特化したSNSが登場した。この頃から、候補者は「潜在層」「顕在層」と区別されるようになった。ジョブボードは主に顕在層を対象としているが、求職者が職歴などの詳細プロフィールを公開するSNSにより、企業は求職活動を行っていない潜在層も発掘できる。同時期に、Indeedといった、ウェブ上のあらゆる求人情報を集めるジョブボードアグリゲーターが登場し、積極的なソーシング手段の主流となっている。

ジョブボードのモデルは、企業の評価といったリアルな情報を投稿する口コミサイトに脅かされるようになる。口コミによる評判が優秀な人材獲得の鍵となることを理解し始めた企業は、採用活動の一環として、採用ブランドを高める活動を行う。代表的な口コミサイトのGlassdoorは、ウェブ上の求人情報も集約する。同時期に、Connectifier (LinkedIn傘下)、TalentBin (Monster傘下)といった、ウェブ上の候補者のプロフィールデータを集約し、潜在層を発掘する新しいソーシング技術やサービスが続々と登場したのもこの時期である。

図表2 リクルーティング業界における過去20年間の変化



出所：RecruitLoop

以前は、ジョブボードのような求人媒体に求人広告を掲載し、応募が来るのを祈るように待つ“post and pray”と呼ばれる受け身のアプローチが主流だったが、SNSをはじめとする多数のインターネットツールの出現により、これらを活用し、企業が積極的に潜在層や顕在層に働きかける攻めの採用手法「ダイレクトリクルーティング」が企業の人事部の間で主流となりつつある。

米国人材マネジメント協会（SHRM）が2016年に発表した調査報告書によると、企業の人事部の84%が採用においてSNSを「現在利用している」と答え、2013年度の調査での割合（77%）を上回った。また9%が「利用したことはないが、今後利用する計画だ」と答えた。

SNSの活用法として最も多く挙げられたのは「求人広告を掲載する」（89%）で、次いで「候補者とコンタクトをとる」（75%）、「SNSの検索機能を使って潜在層を検索する」（73%）と続く（[図表3](#)）。

図表3 企業の採用におけるSNSの活用法（2015年）複数回答（単位：%）

求人広告を掲載する	89
候補者とコンタクトをとる	75
SNSの検索機能を使って潜在層を検索する	73
SNSの検索機能を使って顕在層を検索する	67
従業員によるリファラルを促進する	58
役立つ情報、写真、動画を掲載し、仕事への興味を喚起する	56
自社のグループやページを開設し、キャリアなどに関する情報を掲載する	46
SNS上のディスカッションに参加する（ブログの記事を読み、コメントを投稿する）	24
その他	2

出所：“Using Social Media for Talent Acquisition—Recruitment and Screening”, SHRM

SNSを活用する理由については、「自社に応募しなさそうな潜在層にアプローチするため」が最も多かった（82%）。次いで多いのが「採用ブランドや認知度を高めるため」（77%）と「特定のスキルをもつ候補者をターゲットとするため」（71%）だった（[図表4](#)）。

図表4 企業がSNSを活用する理由（2015年）複数回答（単位：%）

自社に応募しなさそうな潜在層にアプローチするため	82
採用ブランドや認知度を高めるため	77
特定のスキルをもつ候補者をターゲットとするため	71
候補者が採用情報について自社に気軽に問い合わせできるようにするため	64
特定の職級（エントリーレベル、マネジャー、エグゼクティブ）の人材を採用またはコンタクトをとるため	61
その他の採用手段よりもコストが低い	55
ほかの地域に住む候補者を特定するため	53
特定の地域から人材を確保するため	51
費やした時間や労力と比べて、質の高い候補者を発掘できるため	44
求人や会社に関する情報を効果的に拡散するため	43
自社にフォーカスしたオンラインコミュニティを開設するため	36
費やした時間や労力と比べて、多くの候補者を発掘できるため	34
従来対応が不十分であった求職者層（女性、マイノリティ、退役軍人、障がい者など）をターゲットとするため	33
その他	1

出所：“Using Social Media for Talent Acquisition—Recruitment and Screening”, SHRM

採用に最も多く活用されている SNS は LinkedIn (96%) で、次いで Facebook (66%)、Twitter (53%) と続く (図表 5)。採用に効果的な SNS として回答が最も多かったのも LinkedIn (73%) で、次いで Facebook (14%)、ビジネス系または協会の SNS (9%) と続いた。

図表 5 採用に活用されている SNS 複数回答 (単位：%)

サービス名	2011	2013	2015
LinkedIn	95	94	96
Facebook	58	54	66
Twitter	42	39	53
ビジネス系または協会の SNS (SHRM Connect 以外)	23	29	53
Google+	—	8	12
YouTube	—	8	11
Instagram	—	—	7
SHRM Connect	6	5	4
Pinterest	—	4	3
Vine	—	—	1
その他	6	2	5

—：該当なし

出所：“Using Social Media for Talent Acquisition—Recruitment and Screening”, SHRM

テクノロジーの進化により、求人求職方法が多様化し、ジョブボードの時代は終焉を迎えたと報じられてきた。実際に、ジョブボードの利用の全面中止を発表した米国大手企業も存在する<sup>4</sup>。しかし、ジョブボードは現在でも多数ある求職・採用手段の一つとして利用されている。

リクルートワークス研究所が 2017 年に世界 13 カ国で行った「求職トレンド調査」では、米国で最も有効な求職手段として挙げられたのはジョブボードだった。次いで SNS、紙媒体の求人広告、リファラルと続く (「Works University 米国の人材ビジネス 13. 入職・採用経路」を参照)。

4 “Zappos Killed the Job Posting – Should You?”, Harvard Business Review  
<https://hbr.org/2014/05/zappos-killed-the-job-posting-should-you>

## ジョブボードの概要

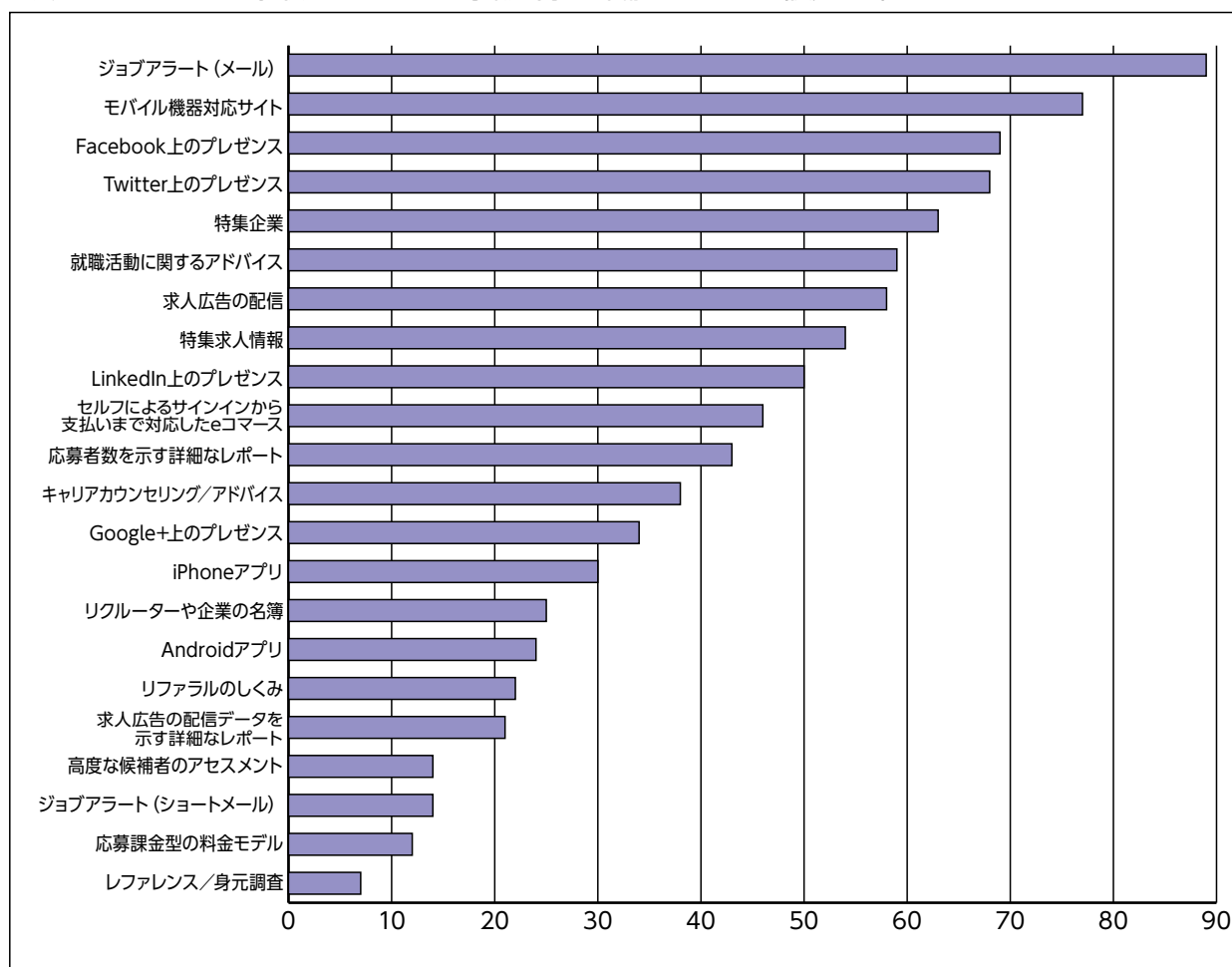
ジョブボードは、大きく分けて「総合型」と「ニッチ型」の2種類がある。総合型は、幅広い業種や職種の求人情報を掲載している。大手は米国内だけでなくグローバルに展開している。ニッチ型のジョブボードは、サービスやヘルスケアといった業種、IT プロフェッショナルやデザイナーといった職種に特化したサイトに加えて、時給制の求人情報を専門とするサイトや、新卒者や学生、フリーランサー、エグゼクティブ、高齢者といった特定の求職者層に特化したサイトもある。

### 1. 共通の基本機能やサービス

ジョブボードは、企業および求職者向けに多種多様な機能やサービスを提供している（図表6）。

図表6 ジョブボードが提供する企業および求職者向けの機能とサービス（複数回答）

（単位：％）



出所：“2016 TAtech-Job Board Doctor Global Job Board Survey”, Job Board Doctor

企業向けの基本サービスとして、求人広告の掲載、サイト登録者の履歴書が保存されたデータベース、会社概要ページの掲載、特集企業、特集求人といったサービスを提供する。その他、企業の採用情報ページの制作といったブランド構築、応募者の職歴や犯罪歴といった身元および信用調査、薬物検査といった付加価値サービスを提供し、他社との差別化を図るジョブボードも多い。

求職者向けには、履歴書やプロフィールの登録、求人情報の検索と保存、応募、希望条件に合った新着求人メールを受け取れるジョブアラートといった機能を無料で提供している。オプションでカバーレターや履歴書の作成、添削といった有料サービスもある。自己アピールのためのビデオを自身のプロフィールに添付できるジョブボードもある。

求人情報は、社名、職種、スキルといったキーワードと地域を入力し、検索する。掲載日、雇用形態（フルタイム、パートタイム、インターン、コントラクターなど）、自宅からの距離、年収などで絞り込みができる。就職活動やキャリア形成に役立つ記事も満載である。

近年、スマートフォンなどのモバイル機器を利用した求職活動が幅広い世代で急速に広がっている。2016年に行われたある調査では、「モバイル機器を使って仕事を探した」と答えた人の割合は、ミレニアル世代では78%、X世代では73%、ベビーブーマーでは57.2%となっている<sup>5</sup>。これを受けて、大手各社はモバイル版サイトの最適化を行い、モバイル機器向け求人検索アプリも提供している。

## 2. 料金体系

一般的なビジネスモデルでは、求人広告の掲載料金と登録者の履歴書を検索できるデータベースのアクセス料金を主な収益源としている。一定期間求人広告を掲載することで費用を請求する掲載課金型の料金モデルを取り入れているところが多いが、求職者が求人広告をクリックするごとに費用が発生するクリック課金型（cost per click）、求職者がジョブボード経由で応募すると費用が発生する応募課金型、採用が成立すると料金が発生する成功報酬型のジョブボードも見られる。掲載課金型の求人広告の掲載期間は、たいてい30日または60日で、掲載料金はサイトによって様々だが、30日で1件あたり概ね100～500ドルである<sup>6</sup>。基本的には雇用主は求人広告の内容をサイト上で自ら作成し、直接入稿するため、日本の一般的な求人サイトよりもはるかに低い。社内のATS（採用管理システム）に保存されている採用情報を、そのまま掲載できる機能を提供するところもある。

履歴書データベースは、ジョブボードに登録された履歴書を一定期間データベース検索できるサービスである。

5 “The Unstoppable Rise of Mobile Job Search: What Employers Need to Know”, Indeed Blog <http://blog.indeed.com/2017/07/27/the-unstoppable-rise-of-mobile-job-search/>

6 “How Much It Costs To Post A Job Online”, Glassdoor <https://www.glassdoor.com/employers/blog/how-much-it-costs-to-post-a-job-online/>

## 主要ジョブボード

大手および新興のジョブボードの一部を紹介する。

### 1. 総合型

#### (1) Monster

1994年に開設された総合型の手ジョブボードで、約40カ国でグローバル展開している。親会社のMonster Worldwideは、イエローページ（日本のタウンページ）広告事業からスタートした。

様々な職種や地域の求人広告が掲載されており、職種、地域、社名、掲載日、雇用形態などで絞り込み検索する。履歴書を登録すると、2日以内に内容や体裁についてのフィードバックを無料で得られる。有料の履歴書添削サービスもあり、個々のスキルや職歴、強みに焦点を当てた履歴書やカバーレターを作成してくれる。「基本」「デラックス」「プレミア」の3種類のプランがあり、料金は129ドルから。349ドルのプレミアプランには、LinkedInのプロフィールの添削サービスも含まれる。

企業向けには、求人広告の掲載と履歴書データベースの検索サービスを提供している。スタンダード求人広告プランの場合、広告掲載料金は1件あたり1カ月で210～395ドル（都市によって異なる）。広告は、Monsterが提携する500超のニュースや求人求職サイトにも同時に掲載される。また、履歴書データベースのなかから、Monsterが薦める求職者の履歴書が最高20件表示される。管理画面上で、求人広告の閲覧数や応募者数を確認できる。プレミアム求人広告プランでは、さらにFacebook、Instagram、Twitterのユーザーのなかから広告主が求めるスキルを持つ候補者を特定し、その候補者のフィードに求人広告を自動表示する。広告掲載料金は、1件あたり1カ月で499ドルである。

パワー履歴書検索サービスでは、スキル、居住地、経験といった応募要件を入力すると、高度なセマンティック検索（概念検索）技術<sup>7</sup>「SixSense」（特許取得）により、マッチング度を表すスコアの高い順に履歴書が表示される。採用担当者は短時間で関連性の高い履歴書を閲覧し、採用要件を満たす候補者を特定できる。検索結果は、学歴、希望の給与額、平均勤続年数、出張や引っ越しの可否などで絞り込む。利用料金は1カ月575ドルで、300回まで履歴書を閲覧できる。

Monsterは2016年、世界39の国と地域に拠点を置く総合人材サービス会社Randstadに4億2,900万ドルで買収された。Monsterブランドは維持され、別会社として運営が継続されている。

7 利用者が何を求めて検索を行ったかという意味をコンピュータが正しく解釈し、それに即した検索結果を提供するという概念（出所：Weblio）



## (2) CareerBuilder

1995年に開設された米国最大級の総合型ジョブボードで、英国、カナダ、フランス、ドイツ、スウェーデン、ギリシャ、インド、ベトナムでも展開する。CareerRookie.com（新卒者向け）、HeadHunter.com（管理職向け）、Sologig.com（ITエンジニア向け）、StaffNurse.com（看護師向け）、JobsCentral（シンガポールの総合型ジョブボード）、Lesjeudis.com（フランスのIT系ジョブボード）、OilandGasJobSearch.com（英国のエネルギー業界専門ジョブボード）、Top Language Jobs（英国のマルチリンガルな人材向けジョブボード）、RecruLex.com（フランスの法務向けジョブボード）といったニッチサイトも多数運営する。

求人広告の基本掲載料金は1カ月375ドルで、1,000以上の提携サイトにも掲載される。履歴書データベースの利用料は、ライトプランの場合、1カ月400ドルで、1日50回まで履歴書を閲覧できる。

CareerBuilderは2012年、全米、州、地域別の労働市場に関する統計データをまとめたウェブツールやカスタムレポートを企業や大学などに提供するEconomic Modelling Specialists International（EMSi）を買収した。同社の技術をもとに、需要の高い人材が存在する地域を特定できるウェブベースの労働力解析システムSupply & Demand Portalを提供している。企業は、スキル開発や採用戦略に役立つ情報を入力できる。

CareerBuilderは単なるジョブボードモデルから脱却し、人材の募集から採用後まで網羅した包括的なSaaS型HCMサービスのプロバイダーへと事業転換を図っており、2017年にはクラウド上で福利厚生や労務を管理できるWORKTERRAを買収した。

大手メディア会社のTEGNA、Tribune National Marketing Company、McClatchy Interactive Westの3社が主要株主だったが、2017年にプライベートエクイティ会社のApollo Global Managementとカナダの年金運用会社Ontario Teachers' Pension Plan Boardによって買収された。買収額は公表されていないが、推定で約4億9,000万ドルと一部で報じられている。

## 2. ニッチ型

### (1) Dice

技術職やエンジニア職に特化したジョブボードで、Dell、eBay、Deloitte、Hewlett Packard Enterpriseといった大手企業も利用している。2018年2月時点で7万5,634件のテクノロジー関連の求人情報を掲載している。米国、英国、ドイツ、ベルギーで展開している。登録者数は300万人にのぼる。

求人広告を検索するには、職種、地域、社名などを入力し、広告主の種類（企業、人材派遣・紹介会社）、雇用形態やリモートワーク可といった条件で絞り込む。1カ月の求人広告の掲載料金は、395ドルからの設定である。

Dice は、企業向けの人材の発掘サービス OpenWeb に力を入れている。これは、Twitter、GitHub、Stack Overflow、Dribbble、Google+ といった約 200 の SNS やコミュニティサイトから、スキルや学歴や職歴だけでなく、趣味や興味関心など Dice に登録されている履歴書だけでは分からない人材の情報を包括的に収集し、適性を測るサービスである。求職者はジョブボードに登録されている履歴書よりも、LinkedIn など SNS のプロフィールをより頻繁に更新するという課題に対応している。

Dice は 2017 年に、この OpenWeb と通常の履歴書検索機能を統合した Talent Search 機能の提供を開始した。1 つの画面で Dice に登録されている履歴書と SNS 上の情報をまとめて閲覧することができる。また、職歴や Dice の利用履歴、現在の勤務先での勤続年数、業界のトレンドなどをもとに、転職の可能性を予測分析する機能が OpenWeb に搭載された。企業は可能性の高い人材を絞り込み検索できる。

## (2) WayUp

2014 年に開設された学生、新卒者、既卒者向けのジョブボードである。メンバー登録時に学歴や職歴に加えて、大学での成績、ボランティアの経験、趣味、語学力、興味のある仕事といった情報を入力すると、求職者の興味関心に合い、なおかつ応募条件を満たす求人情報のみが表示されるのが特徴である。プロフィールに YouTube や GitHub、Instagram のマイページの URL を記載し、特技や個性など自己をアピールすることも可能である。

企業向けには、求人広告の掲載や履歴書データベースの検索といったサービスを提供している。ターゲティング広告サービスもあり、大学名、地域、専攻分野、居住地域といった条件を指定し、特定のターゲット層に絞って求人広告を配信する。また、求人広告に志望理由といった質問を自由に追加できる。履歴書は、最終学位、大学名、専攻分野、学年、卒業年度、成績（GPA）などでデータベース検索し、応募してほしいと思った学生にスカウトメールを送信する。月間利用料金制で、料金は 1 カ月 75 ～ 729 ドル。「ライト」「リクルーター」「プロ」「プレミアム」の 4 種類の料金プランがあり、プランによって利用できるサービスの種類が異なる。

登録者数は約 350 万人にのぼり、Google や Starbucks といった大手企業や中小企業 30 万社がサービスを利用している<sup>8</sup>。2017 年時点で、ベンチャーキャピタルなどから総額 2,750 万ドルの資金を調達している。また、学生や新卒者向けジョブボードを運営する競合の Looksharp を買収し、同サイトを統合した。

<sup>8</sup> "This Startup Wants to Be the Netflix for Jobs", Fortune <http://fortune.com/2017/03/23/female-founder-machine-learning/>

### (3) Shiftgig

Shiftgig は、働く時間が固定されておらず、いくつかの曜日や時間帯から、希望する日時を自由に選べるシフト自由の短期・単発アルバイトに特化した求人検索アプリである。バーテンダー、調理スタッフ、コールセンタースタッフ、イベントスタッフといった求人が掲載されている。

開設当初はサービス業界向けジョブボードとして運営していたが、現在は急な欠員が発生したり、仕事量が急激に増えて人手が足りなくなったりしたときに、人材をオンデマンドで即確保できるモバイルプラットフォームへと事業転換している。

身元審査やスキルチェック、バーチャル面接、オリエンテーションを受けた人材のみが登録できる。企業は、アプリで「スペシャリスト」(Shiftgig 経由で働く人材)の就業開始・終了時間や就業時間中の現在地を確認できる。

給与は週給制で、Shiftgig から同社の手数料を差し引いた残額が支払われる。手数料率は、発注量や顧客規模によって異なる<sup>9</sup>。スペシャリストには、源泉徴収票 (Form W-2) が発行される。米国政府が定める健康保険や労災保険など福利厚生制度も提供している。

シフトの終了後、企業はスペシャリストの勤怠や仕事ぶりについての評価をつける。スペシャリスト側も、職場環境などについて評価をつける。

2018 年時点で飲食、小売、倉庫、サービス、経験価値マーケティングといった業界の企業 2,800 社が Shiftgig を利用している<sup>10</sup>。200 人規模の大量の人材を必要とするスポーツイベントでも利用されている。現在 17 都市でサービスを展開し (2017 年 12 月時点)、登録者数は 4 万人を超える。登録者の約 70% が本業を持っており、副収入を得るために Shiftgig を利用している<sup>11</sup>。

Shiftgig は 2015 年に「中国版 Facebook」と呼ばれる大手 SNS の Renren から 2,200 万ドルを資金調達した。2017 年にもベンチャーキャピタルなどから 2,000 万ドルを調達し、2012 年開設以降の累計調達額は 5,900 万ドルに達している。

### (4) Ladders

Ladders は、年収 10 万ドル以上の求人情報を主に掲載するエグゼクティブ向けのジョブボードで、2003 年に開設された。登録者の平均年収は 14 万 9,000 ドルで、経験年数は 15 年以上である。求人広告の掲載料金は、1 カ月で 350 ドルである<sup>12</sup>。

<sup>9</sup> "Shiftgig raises \$20M more to connect hourly workers with open jobs", TechCrunch  
<https://techcrunch.com/2017/01/17/shiftgig-raises-20m-more-to-connect-hourly-workers-with-open-jobs/>

<sup>10</sup> "Mayor Emanuel Joins Shiftgig to Open New Chicago HQ", Patch.com  
<https://patch.com/illinois/chicago/mayor-emanuel-joins-shiftgig-open-new-chicago-hq>

<sup>11</sup> "Shiftgig, With New CEO, Positions Itself As The Job Board Of The Blue-Collar Gig Economy", Fast Company  
<https://www.fastcompany.com/40423732/shiftgig-positions-itself-as-the-job-board-of-the-blue-collar-gig-economy>

<sup>12</sup> "Ladders: Basic info, pricing, reviews, and answers to common questions", Betterteam <https://www.betterteam.com/ladders>

## その他の求人求職ツール

下記で紹介する求人求職ツールは、厳密には従来の一般的なジョブボードとは異なるが、ビジネスモデルの改良により求人広告掲載や履歴書の検索といった機能を追加し、広義のジョブボードへと進化している。

### 1. ジョブボードアグリゲーター (job board aggregator)

ジョブボードアグリゲーター（以下アグリゲーター）とは、求人情報に特化した検索エンジンである。ジョブボードや企業の採用情報ページなど、インターネット上に公開されているあらゆるサイトから、クローラーと呼ばれるインターネット上を巡回するロボット型検索エンジンが自動的に求人情報を収集し、1つのサイトに集約したものである。求職者は、複数のサイトをたびたび訪れなくても、1カ所で求人情報をまとめて検索、閲覧できる。

ジョブボードが企業が求人情報の掲載料金を支払って掲載するのに対し、アグリゲーターは企業が自社のサイトに掲載した採用情報を自動収集するため、企業は基本的に無料で求人情報を掲載できるうえ、掲載の作業も行う必要がない。無料の求人掲載に加えて、求人の露出を高めたい企業向けに、検索結果ページの求職者の目に留まりやすい位置に表示される有料のスポンサー広告掲載サービスもある。この場合の料金は「ペイパークリック（クリック課金）」で、求職者が求人広告をクリックするごとに発生する。ジョブボードの掲載課金型よりも低価格なモデルである。求職者向けには、ジョブボードと同じく、求人情報の検索や保存、応募、履歴書の登録といった機能を無料で提供している。

代表的アグリゲーターとして、Indeed（リクルート傘下）が挙げられる。世界 60 カ国以上で展開し、米国の求人情報を 2018 年 2 月時点で 304 万 9,605 件掲載している。求職者は、職種や社名といったキーワードと地域を入力し、求人情報を検索する。給与、雇用形態（フルタイム、パートタイム、歩合制、契約、臨時、インターンシップ）、地域、必要とされる経験レベル（エントリー、ミドル、シニア）で絞り込む。複数の求人媒体に重複して掲載されている情報は、1つだけ表示するようアルゴリズムで制御している。その他、履歴書の作成や登録、社名または職種による給与相場の検索、給料や社風や福利厚生といった企業の口コミ情報の検索機能も備える。

企業向けサービスとして、ホームページを持たない企業に、求人情報を無料で投稿するサービスをしている。投稿フォームに入力するだけで気軽に求人情報を掲載できる。また、露出を増やして求職者によりアピールしたいという企業向けに、有料のスポンサー広告サービスも提供している。

Indeed に登録されている履歴書の検索サービスもある。職種、スキル、社名といったキーワードと地域を入力し、最終学位、経験年数、社名、雇用形態などで絞り込む。検索は無料だが、履歴書の登録者に連絡をとる際に料金が発生する。2018年1月以降、1件につき1ドル（Pay per Contact）の料金体系から月額料金制に変更となった。標準プランの場合、月額料金100ドルで1カ月につき最高30人に連絡できる。プロフェッショナルプランでは、250ドルで最高100人に連絡できる。2017年12月時点で100万件以上の履歴書が登録されている<sup>13</sup>。

Indeed は、2017年にシミュレーションを用いた採用アセスメントサービス Interviewed を買収した。これは、カスタマーサポート職やアシスタント職向けの実務体験シミュレーションを通じて、求職者は応募職種に対する理解を深め、一方企業は求職者の適性を図ることができるサービスで、将来的に Indeed のオプションサービスの1つとして統合される可能性が高い。

## 2. SNS

求人・求職活動の主流のサービスとして挙げられるのは、LinkedIn である。200カ国で利用されている世界最大級のビジネスに特化した SNS で、登録者数は5億人を超える（2017年4月時点）<sup>14</sup>。

プロフィールに、勤務先、役職、仕事内容、スキル、学歴、職歴、出版物、ボランティア活動といったセルフブランディングに役立つ情報を細かく記入し、会社の同僚、カンファレンスで出会った同業者、同級生などとつながり、ビジネスに特化した人間関係を構築・維持するための場となっている。業種や職種や企業など様々な分野別に構成されるグループに参加し、気になる企業をフォローし、仕事に役立つ情報を収集できる。また、ビジネスパートナーや出資者を探すのにも活用できる。

LinkedIn には、900万社の企業が登録し、また1,000万件以上の求人が掲載されている<sup>15</sup>。会員が求人情報を閲覧すると、閲覧履歴をもとに関連性の高いその他の「あなたが興味を持ちそうな求人」が自動表示される。LinkedIn でつながる知人が勤務している企業の求人情報も表示される。知人に詳細について問い合わせのメッセージを送り、採用担当者につないでもらうことができる。

13 “Indeed Resume Employer Subscriptions: How the New Model Will Work”  
<http://blog.indeed.com/2017/12/11/indeed-resume-employer-subscriptions/>

14 “The power of LinkedIn’s 500 million member community”, LinkedIn Newsroom  
<https://news.linkedin.com/2017/linkedin-reaches-500M-members>

15 同上

転職への関心を採用担当者に知らせる「転職関心シグナル (Open Candidates)」機能もある。「積極的に仕事を探している」「どんな募集があるかチェックしている」「仕事は探していないが場合によっては考慮する」「どのようなチャンスにも興味ない」のなかから、転職活動のステータスを選び、希望する職種、業種、勤務地、勤務形態を入力する。転職に関心があることがプロフィール上で採用担当者に開示され、希望に合ったオファーを受け取るチャンスが増えるしくみとなっている。関心があることは、現在の勤務先で働く採用担当者からは閲覧できないような手段が講じられている。一方企業側は、履歴書の検索時に関心の有無を確認できるため、転職の意向がある人材に優先的にアプローチし、選考スピードを高めることができる。

有料会員プランは4種類あり、月額30ドルの求職者向け「Careerプラン」に申し込むと、つながりのないほかの会員にメッセージを送れるInMail機能で、採用担当者にメッセージを3通送信できる。また、「注目の応募者」として紹介され、採用担当者の目に留まりやすくなるほか、LinkedInのオンライン動画コースを利用し、新しいスキルを習得できる。

企業向けには、求人広告の掲載と履歴書データベースの検索、採用情報に特化したページの開設といった基本サービスに加えて、採用業務の効率を上げる採用管理システムRecruiterを提供している。より高度な候補者の検索機能を利用できるほか、掲載した求人広告、人材の検索履歴、収集した候補者情報、スカウトメールなどをプロジェクトごとに管理できる。また、これらの情報を採用チーム内で共有して同じ候補者へのアプローチを防止し、さらに採用部署の責任者とも進捗やスケジュールを共有できる。

企業の多くは、優秀な潜在層を発掘するためにLinkedInを活用している。採用担当者はLinkedInのグループに参加し、投稿コメントをもとに優秀な人材を特定することも可能だ。

LinkedInは2018年2月、求人広告を投稿する際に給与範囲も表示する企業向けの機能Salary Insightsを追加した。求職者はGlassdoorといったその他のサイトを訪れなくても、従業員による口コミよりも正確な給与情報を求人広告上で見ることができるようになるため、企業は応募スピードのアップを期待できる。また、積極的に転職活動を行っていない潜在層への動機づけにもなる。企業が給与額を開示しない場合は、LinkedInの5億人超のユーザーのデータにもとづく推定給与額が表示される。

また、自社に興味があるにもかかわらず、応募手続きの途中で離脱してしまう人材を取りこぼさないためのApply Starters機能も加わった。求職者が応募手続きを開始すると、応募開始と同時に自身のプロフィールを募集企業に開示するかどうかをたずねるポップアップが表示される。途中で離脱しても「過去の応募者」として記録されるため、企業は管理画面で同意した求職者のプロフィールを確認し、アプローチできる。既に会員の70%以上がオプトインしている<sup>16</sup>。

16 “3 Ways to Spotlight Candidates on LinkedIn Who Are Open to New Opportunities”, LinkedIn Talent Blog <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/product-updates/2017/3-ways-to-spotlight-candidates-on-linkedin-who-are-open-to-new-opportunities>

これまで LinkedIn の会員の多くを正社員が占めていたが、フリーランス経済の成長を受けて、LinkedIn は 2016 年にフリーランサーと専門サービスの提供者を探す中小企業や個人をつなぐマーケットプレイス LinkedIn ProFinder を開始した。デザイン、コーチング、税務コンサルティング、会計、不動産運用など様々な分野でプロフェッショナルとして活動するフリーランサーが約 7 万人登録している（2017 年 9 月時点）。発注者が依頼したい業務の内容を掲載すると、24 時間以内に最大 5 人のフリーランサーから見積もりが届く。発注者は、実績や仕事のサンプルや評価などをもとに 1 人を決め、仕事を依頼する。ProFinder は現在、米国限定で提供されている。

LinkedIn は 2016 年に Microsoft に 262 億ドルで買収された。買収後、LinkedIn の年間売上高は公表されていないが、2015 年時点では 29 億 9,100 万ドルに達し、このうち採用事業部門の売上高は 17 億 7,000 万ドルと大半を占めていた<sup>17</sup>。

### 3. クラシファイド広告サイト

クラシファイド広告サイトとは、日用品の売買、賃貸、イベント、求人といったいわゆる「三行広告」を掲載する地元の情報サイトである。最も有名なものが 1996 年に開設された Craigslist で、現在 70 カ国で展開している。求職者は、地域、職種を選び、雇用形態、在宅勤務可能、本日掲載、写真つきといった条件で求人広告を検索する。

雇用主は、地域と職種を指定し、求人広告の内容を入力する。一般的なジョブボードとは異なり、企業向けの履歴書データベースや応募者の集計といった、求人広告の掲載以外の機能は一切提供されていない。また、求職者に対しても、特集求人やキャリアアドバイスといったコンテンツは掲載されていない。非常に簡素なつくりとなっているにもかかわらず、低コストで人材を確保できることから、企業の間で広く利用されている。2017 年 4 月時点の米国の求人広告掲載件数は、124 万件だった<sup>18</sup>。求人広告の 1 カ月の掲載料金は、7 ～ 75 ドルと都市によって異なる。2016 年 11 月以降、すべての都市で有料化された<sup>19</sup>。Craigslist の 2016 年の求人広告の売上高は、推定 3 億 500 万ドルに達した<sup>20</sup>。

17 “LinkedIn Announces Fourth Quarter and Full Year 2015 Results”, LinkedIn Newsroom  
<https://news.linkedin.com/2016/linkedin-announces-fourth-quarter-and-full-year-2015-results>

18 “Craigslist: Forget the ‘it’s so ancient’ mantra”, Inman <https://www.inman.com/2017/05/26/craigslist-forget-the-its-so-ancient-mantra/>

19 “Craigslist: How to Post Jobs Step-by-Step, Pricing in All U.S. Cities, Free Posting Options, FAQs”, Betterteam  
<https://www.betterteam.com/craigslist>

20 18と同じ

#### 4. コミュニティサイト

コミュニティサイトとは、同じ趣味や興味を共有する人たちが集まる、情報交換などのコミュニケーションを中心としたウェブサイトを目指す<sup>21</sup>。代表的なのが、転職口コミサイトの Glassdoor である。従業員による CEO や会社の評価、面接で聞かれた質問、仕事内容、給与などに関するリアルな情報を社名や職種で検索できるサイトで、企業 74 万社以上の口コミが約 3,800 万件投稿されている（2017 年 12 月時点）<sup>22</sup>。登録者数は 2,700 万人以上に達する（2016 年時点）。2007 年に開設された。

Glassdoor は、アグリゲーターと同じように、企業の採用情報ページなどインターネット上に公開されているサイトから求人情報を自動収集しており、掲載件数は 45 万 6,870 件にのぼる（2018 年 2 月時点）。求人情報は、社名や職種などのキーワードと地域を入力し、雇用形態、掲載日、従業員数、社名、従業員による会社の評価点などで絞り込む。

2017 年から求人情報に推定給与が表示されるようになった。Glassdoor に投稿された口コミやその他第三者団体の情報をもとに、機械学習アルゴリズムが給与幅を算出する。求職者は求人情報と会社の口コミ情報を 1 つの画面でまとめて検索し、応募する前に企業についての理解を深めることができるため、ミスマッチの防止につながる<sup>23</sup>。

有料の求人広告掲載サービスも提供しており、1 カ月の掲載料金は、249 ～ 349 ドルと地域によって異なる<sup>24</sup>。

企業は、会社のプロフィールページを無料で作成できる。有料サービスに申し込むと、プロフィールページ閲覧者の属性（学歴、経験年数、性別、年齢、職種、地域）や自社の次にプロフィールページを閲覧した競合の社名が分かる解析サービスや、「自社で働くべき理由（Why Work for Us?）」の欄に社風、研修制度、キャリア形成の機会など求職者にアピールしたい情報を自由に追加するブランディングといったサービスを利用できる。

Glassdoor は、2018 年までに総額約 2 億 6,000 万ドルの資金を調達しており、年内の株式上場を狙っている<sup>25</sup>。

21 IT用語辞典 e-Words <http://e-words.jp/w/%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%A5%E3%83%8B%E3%83%86%E3%82%A3%E3%82%B5%E3%82%A4%E3%83%88.html>

22 Fact Sheets & Site Stats, Glassdoor Press Center <http://www.glassdoor.com/press/facts/>

23 “10 Reasons to Advertise Jobs on Glassdoor”, Glassdoor

24 “Glassdoor: Pricing Information, How to Post Instructions, and Answers to Your Questions”, Betterteam <https://www.betterteam.com/glassdoor>

25 “Jobs Website Glassdoor Interviews Banks for 2018 IPO”, Bloomberg <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-02-26/jobs-website-glassdoor-is-said-to-interview-banks-for-2018-ipo>



## 業界再編

### 1. M&A

2016～2017年は人材ビジネス業界にとって激動の一年となった。かつて知名度や求人掲載件数ともに米国最大手だった Monster が Randstad に買収され、現ナンバーワンの CareerBuilder も米国の投資運用会社とカナダの年金運用会社に売却された。また、アグリゲーターの SimplyHired が競合 Indeed の親会社を買収された。

### 2. Googleの参入

大手検索エンジンの Google が 2017 年、米国で機械学習を利用した求人検索機能 Google for Jobs を開始した。これは、ジョブボード、SNS、企業の採用情報ページなどに掲載されているあらゆる求人情報を自動収集し、Google 上で一括検索できるサービスで、あの Google がついに本格的に求人検索サービスに乗り出したと、大きな話題となった。

たとえば「看護師の仕事」や「ファイナンス関連のエントリーレベル向けの仕事」といったキーワードを検索ボックスに入力すると、Jobs というボックスの中に求職者の希望に即した求人情報が表示される。また、“jobs near me” と入力すると、勤務地が現在地に近い求人情報が表示される。業種（ヘルスケア、カスタマーサービスなど）、職種、社名、自宅からの距離、雇用形態（フルタイム、パートタイム、コントラクター、インターンシップ）、求人情報の掲載日など様々な条件で絞り込み検索できる。Google アカウントに自宅の住所を登録している場合、自宅からの通勤時間も表示される。

ジョブボードでキーワード検索すると、関連性の低い求人ばかりが提示されたり、キーワードの入力にスペルミスがあると検索結果が 1 件も表示されなかったりという場合がある。Google for Jobs では、機械学習を使用して求人内容と求職者の意図の両方をより正確に把握することで、求職者への適職紹介率や応募率の増加を図っている<sup>26</sup>。

<sup>26</sup> <https://cloud.google.com/job-discovery/>

Google は、これまでに CareerBuilder や Monster、WayUp、Snagajob、DirectEmployers、ZipRecruiter、Jibe、Facebook などと提携し、これらジョブボードの求人情報を検索結果の上位に表示するしくみを取り入れている。このサービスにより、提携ジョブボードの求人広告が見つけやすくなるため、ジョブボードの利用者が今後増加すると見られている。

検索で見つけた求人広告が複数のジョブボードに掲載されている場合、登録している求人サイトに掲載された求人が優先的に提示される。たとえば Monster に履歴書を登録している人は、ほかのジョブボードで新たにユーザー登録をせずに Monster から応募できる。

さらに、Glassdoor や PayScale、LinkedIn の給与情報、企業のレビューや評価も検索結果に表示される<sup>27</sup>。給与データがない場合、推定の給与額が表示される。

### 3. Facebookの参入

プライベートのコミュニケーションの場として主に利用されている Facebook も、2017 年に米国とカナダで企業ページのタイムラインおよび新しく追加された Jobs タブに求人広告を掲載するサービスを導入した。求人広告の掲載は無料だが、特定のユーザー層にターゲットを絞ったフィード配信は有料となる。

求人広告の掲載、応募管理、面接日の調整はすべてモバイル機器からも行える。「応募する」ボタンをクリックすると、応募用のフォームが開き、Facebook に登録済みの公開プロフィール（氏名、職歴、学歴など）が自動的に入力される。必要に応じて編集し、「送信」を押せば応募が完了する<sup>28</sup>。また、複数の求人に応募する場合は何度も同じ情報を入力しなくても済むため、時間を短縮できる。企業側にとっても、Messenger を使いつついつでもどこでも応募を確認し、応募者と連絡を取れるという利点がある<sup>29</sup>。

Facebook は、2018 年 2 月にこのサービスの提供を世界 40 カ国以上に拡大した<sup>30</sup>。Facebook は、米国人労働者の約半数を雇用する中小企業と、飲食店などで働く LinkedIn の利用が少ない求職者層をターゲットにしており、LinkedIn を脅かすサービスとなりうる。

27 “Google for Jobs Announces 4 New Features (No. 3 Really Sticks It to Indeed)”, ERE Media <https://www.ere.net/google-for-jobs-4-enhancements/>

28 「求人募集も求人応募も、Facebookでもっとスムーズに」Facebook Businessニュース <https://www.facebook.com/business/news/take-the-work-out-of-hiring>

29 <https://www.facebook.com/business/learn/facebook-page-post-jobs>

30 “Facebook Takes On LinkedIn And Glassdoor, Expanding Its Job-Posting Tool To 40 Countries”, Forbes <https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2018/02/28/facebook-expands-jobs-postings-to-40-countries-taking-on-linkedin-glassdoor/#5a64b6d9207f>

Facebook はさらに 2017 年 10 月に ZipRecruiter、Recrutology、Jobscore といった求人広告配信サイト (job distributor) と提携した。求人広告配信とは、一度の投稿で求人広告を複数のジョブボードや SNS (LinkedIn、Google、Twitter など) に一括で掲載できるサービスである。これにより、ZipRecruiter などを利用する企業は、チェックボックスに✓を入れるだけで、Facebook にも求人広告を同時配信できるようになった。Facebook は、提携により求人広告の掲載件数の増加を狙っている。



**Works University**  
**米国の人材ビジネス**  
**09. ジョブボード**

---

**執筆**

杉田万起（リクルートワークス研究所）

**監修**

村田弘美（リクルートワークス研究所）

**発行日**

2018年3月15日

**発行**

リクルートワークス研究所 グローバルセンター  
〒104-8001 東京都中央区銀座8-4-17  
リクルートGINZA8ビル  
株式会社リクルートホールディングス  
TEL 03-6835-9200  
URL [www.works-i.com/](http://www.works-i.com/)

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。  
©Recruit Holdings Co.,Ltd. All rights reserved.

---

参考資料等に掲載しているURLは各ウェブサイトへリンクしております。  
ただし、ページの移動もしくは閉鎖している場合がございます。

# Works University

米国の人材ビジネス

09. ジョブボード

リクルートワークス研究所

〒104-8001 東京都中央区銀座8-4-17

リクルートGINZA8ビル

株式会社リクルートホールディングス

TEL 03-6835-9200

URL [www.works-i.com/](http://www.works-i.com/)