

【完全保存版】

2021年のHRニュースまとめ10選

2021年HRトレンドニュース

01.

IS/CS求人が2年半で7.4倍

06.

Meetyが急成長！一日50応募を超えることも

02.

リモートで生産性が43%減少!?

07.

YOUTRUSTが3.9周年！10万ユーザー超え

03.

採用マーケティング2.0

08.

ノーコードツールNotion×採用×○○

04.

忘れていませんか？Clubhouse

09.

採用ピッチ資料2.0の時代に

05.

採用費0円のTikTok採用爆誕

10.

ワークサンプルテストの波が始まった

1-1.IS/CS求人が2年半で7.4倍

デジタル時代に求められる職種（IS・CS）の求人の掲載数は、2年半で約7.4倍に増加



掲載数が7.4倍

「インサイドセールス」あるいは「カスタマーサクセス」を「新しい時代に求められる営業職」と定義し、dodaに掲載されている求人の掲載数を2019年1月と2021年7月で比較したところ、掲載数が約7.4倍増加していることが明らかに。

SaaSの台頭

2019年頃よりソフトウェアの売り切りモデルからサブスクリプション型への転換が加速したことを背景に、SaaS系企業の成長が促進され、それにともない「インサイドセールス」や「カスタマーサクセス」職が重要視された。

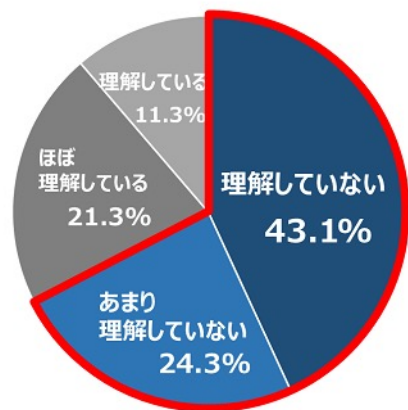
スクリーニング

応募者は20代、30代の転職希望者が多い。理由として、営業経験があれば転職できる市場であることが応募を後押ししている。応募者数、求人数がともに増えていることから、採用活動でのスクリーニングの質が求められる。

1-2.IS/CS求人が2年半で7.4倍

「仕事内容がわからない」——カスタマーサクセスは約7割、インサイドセールスは約4割

【グラフ③】「カスタマーサクセス」の仕事内容を理解していますか？(N=362)



「カスタマーサクセス」の仕事内容を十分に理解していない人が約7割

CSの理解度

一方、営業職経験者のdoda会員に「カスタマーサクセスの仕事を理解していますか？」と尋ねたところ、「理解していない」「あまり理解していない」という回答が約7割（67.4%）という結果に。

IS理解度

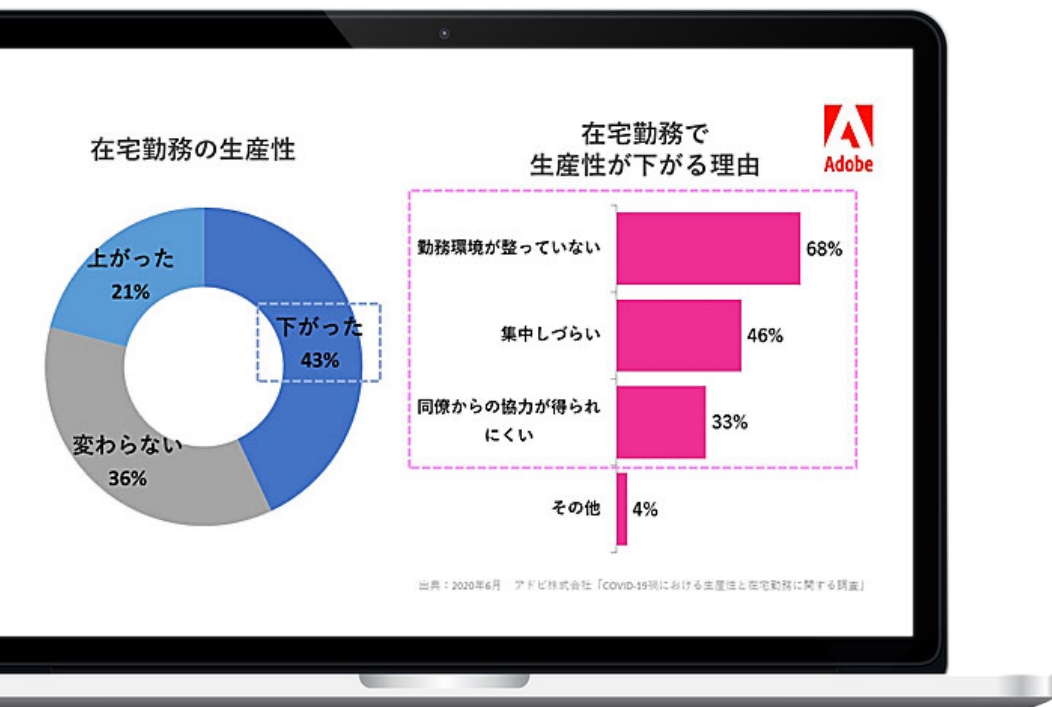
同様に、「インサイドセールスの仕事内容を理解していますか？」と尋ねると「理解していない」「あまり理解していない」という回答は約4割（43.1%）という結果に。

HeaR考察

上記から、IS・CSの需要が増加傾向にある一方、詳細を把握せずに応募してくる候補者さんも多いことが予測される。そのため、業務内容が伝わる採用活動、明確な採用基準が求められる。

2-1. リモートで生産性が43%減少!?

テレワークの生産性低下を懸念して、リモート勤務から出社に切り替える企業の増加



43%減少

テレワークをしている米国人の77%は自宅で働くようになって「生産性が上がった（以前と同等も含む）」と答えているのに対し、日本人で「生産性が上がった」のは21%にとどまっていて、逆に「生産性が下がった」のは43%もいることが、アドビの調査で分かった。

研究論文も

マイクロソフトが自社の従業員に対して行った調査から「テレワークが生産性を下げ、イノベーションを脅かす」という研究論文を発表した。かねてから懸念されてきた弊害だが、テレワークの旨みを知ってしまった従業員にとってコロナ禍前の働き方への回帰は現実的でない。

ハイブリッドに

リモートから完全出社に切り替えることによるネガティブ要素も大きい。リモートと出社のハイブリッドがメジャーになるのではないかと。ハイブリッドになると、オンラインでの選考も引き続き必須になる。オンライン選考でのスキルチェック・ミスマッチを防ぐ取り組みも強化する必要がある。

※参照：
「在宅勤務は生産性が下がる」43%、その理由は？ / マイクロソフト従業員約6万人調査で判明、「テレワークは生産性下げる」

2-2.リモートで生産性が43%減少!?

2022年はハイブリッドでの勤務体制が主流になるか。求人情報サイトの検索ワードから読み解く。

doda検索フリーワードランキング

順位	19年8月度	20年8月度	21年8月度
1	英語	50代	在宅勤務
2	中国語	在宅勤務	フルリモート
3	学校法人	未経験歓迎	50代
4	50代	英語	未経験
5	学歴不問	中国語	未経験歓迎
6	スポーツ	未経験	英語
7	未経験	社会保険労務士	中国語
8	社会保険労務士	学校法人	社会保険労務士
9	外国人	学歴不問	学校法人
10	高卒	高卒	在宅

在宅勤務

パーソルキャリアがまとめた「中途採用領域マーケットレポート」によると、転職サービス「doda」のサイトで2021年8月に最も多く検索されたキーワードが『在宅勤務』だった。2位には『フルリモート』が続いた。

新しい働き方

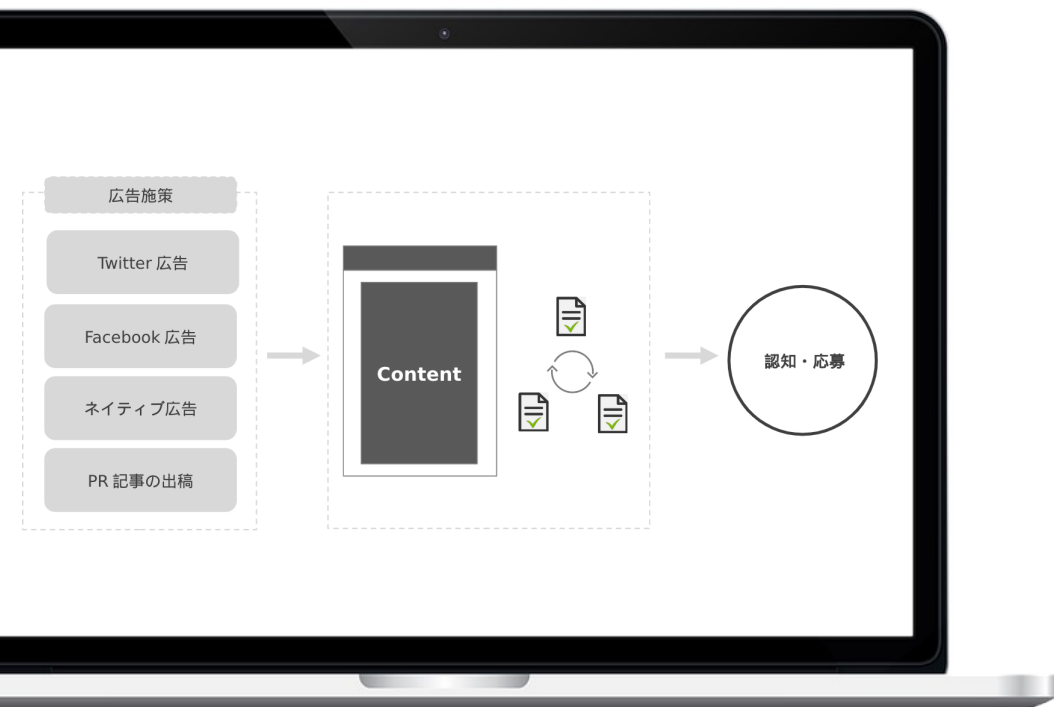
dodaの喜多恭子編集長は「（リモートワークは）働き方の軸の一つになっている。企業にとって（在宅勤務制度の整備は）採用活動における競争優位性を高める上で、非常に重要な要素になった」と分析している。

HeaR考察

21年8月時点の求人倍率は2.18倍で、3カ月連続で上昇している。リモートワークの実施有無によって30%ほど応募意向が上がる、というデータもあり。そのため、リモートワークとうまく付き合いながらの採用が必須になる。採用でのミスマッチ防止や入社後のオンボーディング強化がより重視される。

3-1.採用マーケティング2.0

Noteやwantedlyから、オウンドメディア、SNS広告への流れが加速した。



自社メディア

自社のオウンドメディアを使って採用する企業が増加した。背景に広告媒体掲載費用の増加や、自社メディアでのコンテンツ強化をしたい企業の増加がある。この流れは全業界的な流れが後押ししていることがうかがえる。

SNS広告

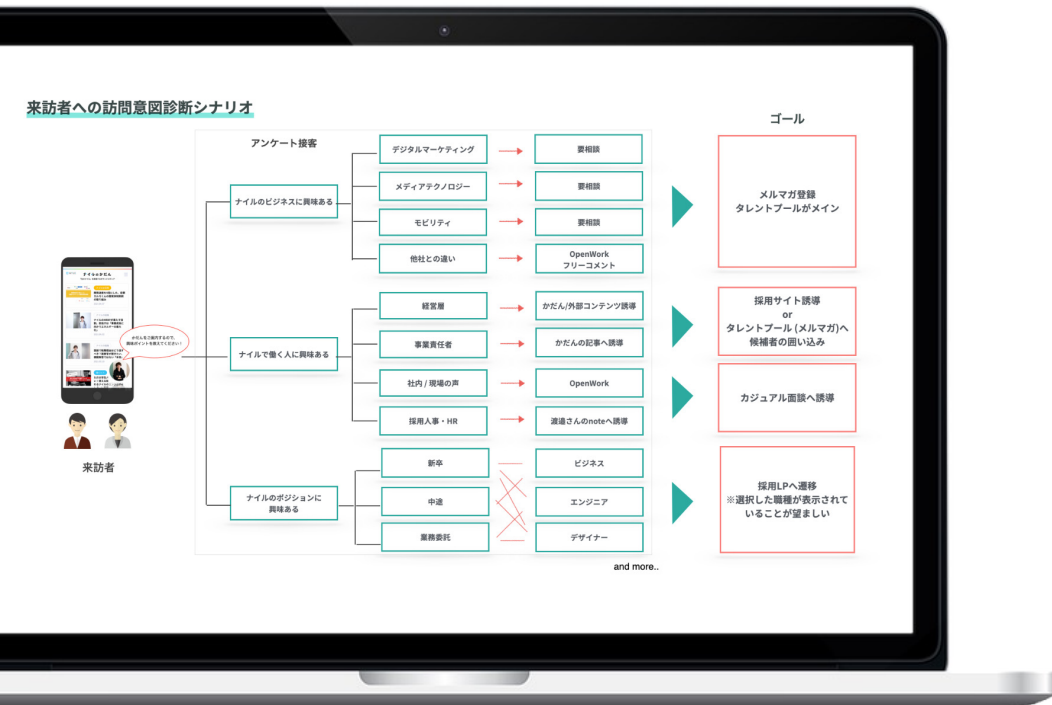
Instagram広告やLINE広告などのSNS広告の出稿が増加している。媒体掲載費よりもミニマムで始められる点、詳細なターゲティングができる点が新しい採用手法として選ばれ始めている。

成功要因

SNS広告の特徴として、リターゲティングなども詳細に設定ができる。そのため認知拡大から応募までのナーチャリングも行いながら母集団形成ができるため、より効果的な広告配信ができることが成功の要因となっている。

3-2.採用マーケティング2.0

近年注目される採用マーケティングの特徴



中長期にて

短期的な戦略設計ではなく、中長期的な戦略設計をする必要がある。候補者体験（CX）をあげていくための戦略として、様々な施策を網羅的に強化することによって、中長期的に取り組んでいくことが必須となる。

MAツール導入

採用媒体への掲載だけではなく、オンライン、オフラインに含めた総力戦。具体的には、ダイレクトリクルーティング、リファラル採用、オウンドメディア・リクルーティング、ソーシャル・リクルーティング（SNS）など。また、候補者のナーチャリングのためのMAツールの導入も必須になるか。

HeaR考察

採用マーケティングのプロセスでは、とくにターゲット人材に刺さるようなメッセージ発信や訴求を行うことが特徴。訴求が成功すれば自然に母集団におけるターゲット人材の含有率が増加する傾向にある。適切なタイミングで適切な接点を持つことが今後の採用マーケティングの鍵となる。

4-1.忘れていませんか？Clubhouse

2021年前半に大流行したClubhouseの変遷



クローズドSNS

「クラブハウス」は米国のベンチャー企業が開発したクローズドなSNSという新体系で、去年のサービス開始当初から爆発的に広がりを見せたが、急激な広がりに対する懸念や、FacebookやTwitterなどの音声メディアへの進出などによって、2021年後半には衰退している様子。

有名人キッカケ

1月下旬から2月上旬にかけて、急激にユーザー数を伸ばした。その背景には、有名人のツイッター投稿がきっかけとなっている。その後、招待枠が販売されて高額で売買されるなど一時的な大ブームになった。

閉鎖性の低下

『招待制』『有名人と直接話せる可能性がある』などの今までなかった形のSNSのため、盛り上がりも凄まじかった。しかし、急激に上がった熱は冷めやすい。芸能人のルームでの会話がニュースで取り上げられてしまうなど、『閉鎖性』が保てなかったことが原因で一気に下火になったとされている。

4-2.忘れていませんか？Clubhouse

『Clubhouse』で採用活動が活発化するか！？という一時的なムーブメントがあった。



受注に繋がる

有名人などが多数参加したことによって、一般の方の利用者も急増。起業家界隈やベンチャー企業などがこぞってイベントを開催し始めて、繋がりを作る方や仕事を受注したりする流れも加速した。

採用への活用

採用担当者が複数人でルームを作成するイベント、人事同士の交流会、ウェビナーなど、様々な切り口で学生や転職者とのコンタクトを取るイベントが開催されていたが、3月ごろからは利用者自体が急減したことで、今ではほとんど話題に上がることも無くなった。

HeaR考察

9月30日、日本の報道関係者向けとしては初の発表会を開催し、年内に日本語化とクリエイターの収益化に対応することなどが発表された。実は夏前と比べてルーム開設数が倍以上に増えるなど再び盛り上がりを見せ始めているという。世間では『オワコン』と揶揄されているが改めて活用を見直してみても面白い。

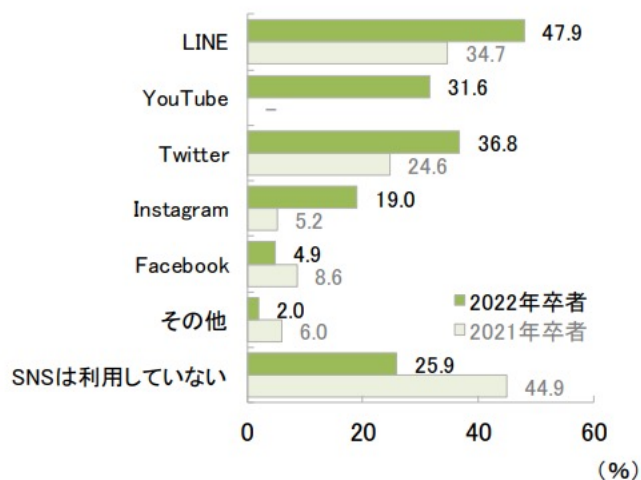
※参照：

【clubhouse採用】人材獲得できる？最新オンライン採用イベントツール / 「Clubhouse」が日本語対応“オワコン”完全払拭で逆襲が始まる？

5-1.採用費0円のTikTok採用爆誕

マジョリティー化するSNS採用（ソーシャルリクルーティング）

＜就職活動で利用するSNS＞



SNS採用

SNS採用とは、ソーシャルリクルーティングとも呼ばれ、SNSを通して行われる採用活動のこと。

TwitterやInstagramなどの様々なSNSを通して、ブランディングや認知度UP、求人掲載やスカウトなど、活用目的も多岐にわたることが特徴。

活発化の背景

SNS採用が注目されるようになったのは、SNSの発展にともない、若手世代を中心に意思決定や情報収集源に大きな変化が生じていることが要因。

Googleのような検索エンジンを用いて情報収集していたのに対し、近年ではSNSを駆使してよりリアルな情報を追い求め、クチコミを信頼する傾向が強い。

7割はSNS

株式会社ディスコの調査によると、22卒学生の7割以上がSNSを活用して就職活動をしている。近年の採用活動において、SNSは最も影響力のある情報発信ツールといっても過言ではない。Twitterでの採用活動に力を入れている企業が増えてきているが、導入段階で効果が出ずに諦めてしまう企業が多い。

『継続は力なり』で諦めずに継続することが成功への第一歩となる。

5-2.採用費0円のTikTok採用爆誕

TikTok採用を強化する企業さんも続々と | ターゲットの年齢層が高くても、成功している企業さんの事例



警備会社で

新宿に本社を構える警備会社、大京警備保障株式会社 (@dkykeibi_tokyo) さん（以下、大京警備）社員の平均年齢は50代。アカウント開設からわずか1年でフォロワー9万7,000人以上

採用費0円

緊急事態宣言以降だけで12名の方から応募。これまで数十万、数百万円かけて求人広告を出していたが、TikTokはほとんど採用費用がかからない。そのうち1名は採用がほぼ決まっているという状態とのこと。

HeaR考察

普段の社員の姿を見せることを意識して投稿し、採用広告を出さずとも応募が集まってきた。TikTokでただの日常を流しているだけのようで、それが候補者にとっては一番欲しい『情報』である可能性は大いにある。短尺×動画でしか伝えられない魅力が自社にはないだろうか。

※参照：

TikTokで採用を実現！社員平均年齢は50代、警備会社の「TikTokのトレンドに合わせる」したたかな戦略〈大京警備保障株式会社インタビュー〉

6-1. Meetyが急成長！一日50応募を超えることも

カジュアル面談を“もっとカジュアル”にするMeetyから現場主導の採用が加速化



Meety急成長

カジュアル面談のプラットフォームMeetyがSNSで話題に。「圧倒的な応募ハードルの低さ」により、カジュアルなビジネスマッチングプラットフォームになっている。

採用サイトにも

メルペイ社、カミナシ社では採用サイトにMeetyの導線在设计している事例も。応募へのハードルが高い企業に向けて、「まずは話を聞きにきたい」という候補者へのカジュアル面談導線になっている。

全社採用

Meetyを上手く活用している会社は現場主導の全社採用ができている企業が多い特にエンジニア、デザイナー、PMなどの専門職種の「人事より現場と話したい」というニーズに答えられているのがMeetyの良さ。

6-2. Meetyが急成長！一日50応募を超えることも

スタートアップがMeetyを積極活用し、カジュアル面談が加速



一日で50応募

LayerX社CTOの松本さんが公開したMeetyには一日50を超える応募が殺到。通常では会えない経営層と手軽にマッチングできるという点が話題になった。Twitterでもカジュアル面談実施事例を呟くユーザーが増えた。

ウラ凸

プロダクト開発における「しくじり」や、事業成長・組織成長に伴う「今だから言えるぶっちゃけ話」など、ほかでは聞けない話を、現場の最前線で活躍している方から直接聞ける特集企画。毎日のように企業が更新されている。

HeaR考察

スタートアップ界隈で有名な企業群がMeetyを積極的に活用したことからSNSを中心に話題になり、ユーザーの急成長に繋がった。新しいサービスだからこそ、今後採用活動にどうMeetyを取り入れるのか各社の動きに注目していきたい。

7-1. YOUTRUSTが3.9周年！10万人ユーザーを超える

信頼でつながる日本のキャリアSNS YOUTRUSTの認知が拡大



信頼でつながる

YOUTRUSTは信頼で繋がる日本のキャリアSNS。
キャリアの話をしながら、友達の友達とも繋がれる新しいSNS

平均返信率50%

YOUTRUST内の特徴は平均返信率50%という驚異の数値。
知り合いの知り合いという信頼感が醸成されているのが大きな理由
他の媒体と異なる「知り合い感のあるメッセージ」がウケている。

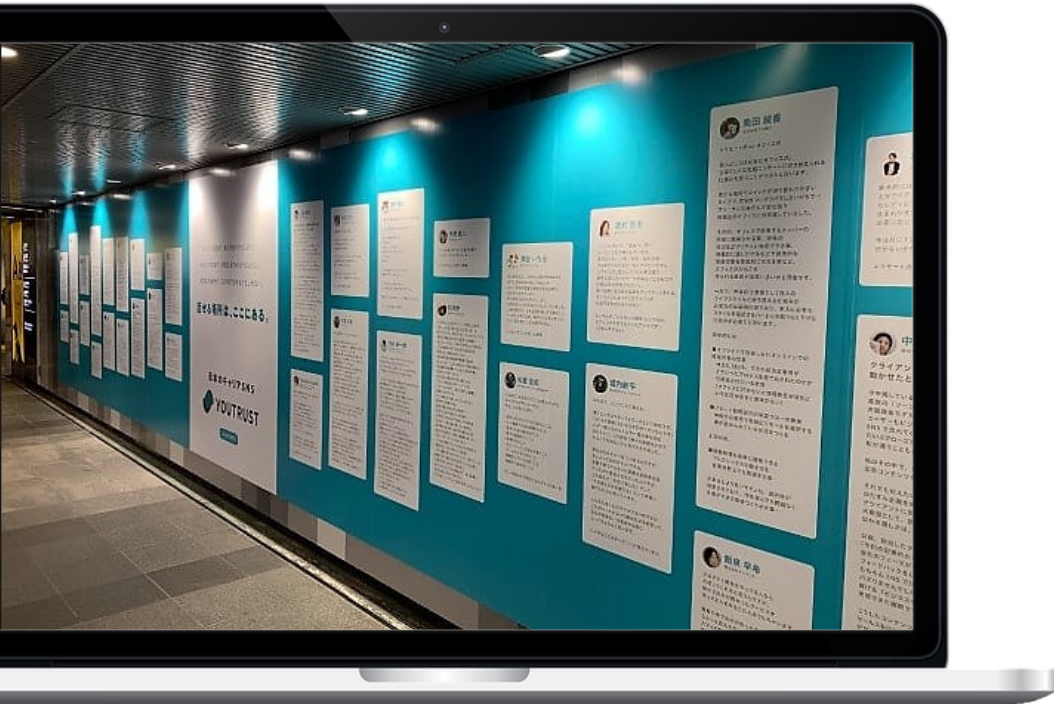
友達の友達

YOUTRUST内の特徴は「知り合い」経由で繋がること。
Ubie社では社員の「知り合いの知り合い」にスカウトを送付
結果的に他の媒体の3%以下のコストで、正社員3名の採用を成功

※参照：
表向きの情報では分からないマインドの変化を知れるから採用機会を逃さない【きっかけはYOUTRUST】Ubie共同代表・久保さん、エンジニア・齋藤さん
<https://lp.youtrust.jp/journal/posts/case-ubie>

7-2. YOUTRUSTが3.9周年！10万人ユーザーを超える

交通広告、すごい質問などのマーケティング施策がSNSで話題に



資金調達

シリーズBで4.5億円の調達。デライトベンチャーズをリード投資家として調達。南場智子さんとのメディア露出、渋谷駅の交通広告などのマーケティング施策がSNSで話題になった。

すごい質問

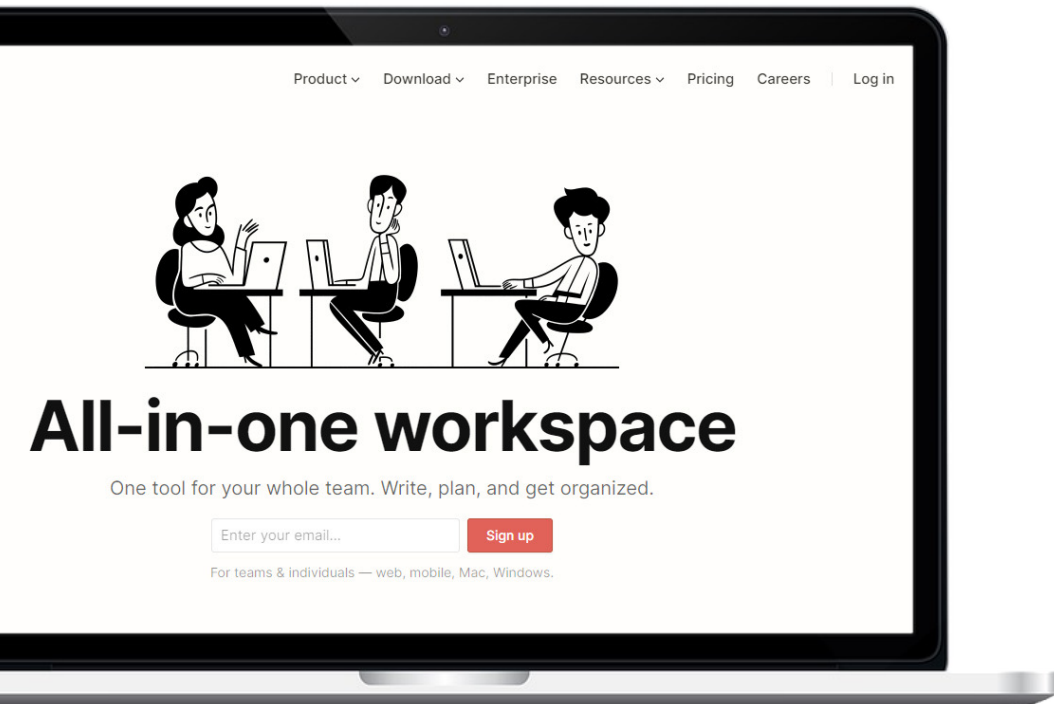
資金調達リリース後、「すごい質問」というオンラインライブ配信を実施。ユーザー限定イベントで著名人をお呼びし、ユーザーのエンゲージメントを高めていった。

HeaR考察

YOUTRUSTのマーケティング施策は秀逸。オフライン/オンラインを上手く組み合わせ、2021年のムーブメントを起こした。ユーザーも増え、企業数も増えているので、スカウト媒体としての活用に注目していきたい。スカウトが増えてきた時のユーザーのエンゲージメントをどう担保していくのがポイントになってきそう。

8-1. ノーコードツールNotion×採用×○○

シンプルなUIのドキュメンテーションツールNotionの活用が広がる



ノーコード

ノーコードのツールNoiton。コードを書かなくてもWebアプリケーションを開発できるとのことで話題になった。Notionがキッカケで「ノーコード」という言葉も多くSNSで見られるようになった。

万能ツール

ドキュメンテーション、スケジュール管理、データベース作成など、なんでもノーコードでできる万能ツールがNotion。UIもシンプルで見やすく直感的に操作できるため、社内ツールとしての導入が進んでいる。

日本語版も

2021年10月には日本語版のアプリケーションもローンチ。日本企業におけるNotionの活用が増えている

8-2. ノーコードツールNotion×採用×○○

採用サイトや候補者管理など様々なシーンで活用が進んでいる



採用×○○

採用サイトとしてNotionを使う、候補者の管理ツールとしてNotionを使うなど採用×Notionの活用方法が増えている

独自ドメイン

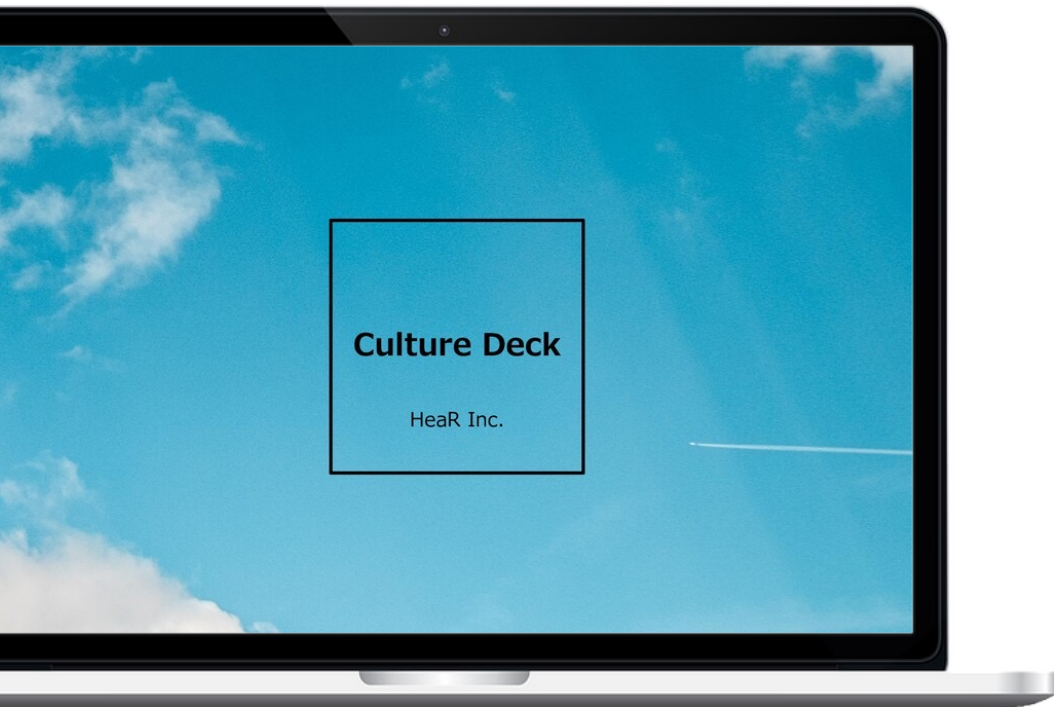
WraptasやAnotionを活用することで独自ドメインの公開リンクも制作できるNotionの採用サイトが広まり始めているのも、独自ドメイン作成の手軽さが背景

HeaR考察

Notionに限らずノーコードツールの利用は各分野において加速化していく見込み。採用担当こそ、テクノロジーのアンテナを貼っておき、新しいツールは積極的にまずは使ってみる。ことで採用シーンへのテクノロジー活用が進んでいく。

9-1. 採用ピッチ資料2.0の時代に

採用ピッチ資料は引き続き多くの企業でリリースされた



採用ピッチ資料

採用ピッチ資料が始まったのは2018年頃。自社の魅力も課題もオープンにする紹介資料としてスタートアップ中心に制作していた

職種別ピッチ

エンジニアやマネジメント層など、採用難易度が高いポジションについては個別のピッチ資料を制作する企業も増えた

Notionと連携

Notionで制作した採用サイトに採用ピッチ資料やカルチャーデックを掲載する企業も多い。NotionがシンプルなUIであるが故に、クリエイティブ要素の強い採用ピッチ資料と組み合わせる企業が多い

9-2. 採用ピッチ資料2.0の時代に

採用ピッチ資料以外にも、カルチャーデッキ、採用デッキを制作する企業が増えている



採用ピッチ2.0

現在はカルチャーデッキや採用デッキなど自社ならではの呼び方をする企業が増えてきている。中身は近しいものが多いが、ネーミングで自社の独自性をアピールする傾向にあるよう

メンバー図鑑

Knit社では2021年12月にメンバー図鑑を公開。会社紹介ではなく、メンバー紹介にフォーカスをした資料をリリースしている。自社の独自性を発揮する企業が増えてきた。

HeaR考察

採用ピッチ資料のように自社の魅力を紹介する資料は今後も増えていく。自社が採用したい候補者に刺さるメッセージを整理した上で、自社独自の資料を制作し、オンライン上の存在感を高めていくことが今後一層重要になりそう。

10-1. ワークサンプルテストの波が始まった

ラクスル社のワークサンプルテストが話題に



ワークサンプル

実業務に近いワークを通してスキルフィットを見極める選考手法としてワークサンプルテストが注目され始めている。オンライン時代の見極め手法として有効な採用施策

ラクスル

ラクスル社がワークサンプルテストの実施についてオープンにした。各職種における質問項目の事例なども公開し、Twitterで話題に。

イシュー採用

ワークサンプルテストのベースとなっているのが、イシュー採用の考え方。ハイスキルな人材であればあるほど、採用シーンでイシューを公開し、候補者の課題解決意欲を高めるのが効果的。

10-2. ワークサンプルテストの波が始まった

オンラインのスキルチェックに試行錯誤する企業が増えている



スキルフィット

コロナ禍で採用活動がオンライン化したことでスキルフィットの難易度が高まった。面談だけで見えない候補者のスキルを簡単なワークを通して見極める目的でワークサンプルは活用されている

海外企業

海外企業ではワークサンプルテストは一般的に使われている手法。日本ではこれから波が来る予測。HeaRでは海外企業のワークサンプル事例をリサーチし、リリース。

HeaR考察

ワークサンプルテストを始めとしたスキルフィットの見極め方法は、採用市場においても発展途上段階。特に副業人材においてはスキルフィットが肝になるため、副業×ワークサンプルテストの市場も広がっていく可能性がある。

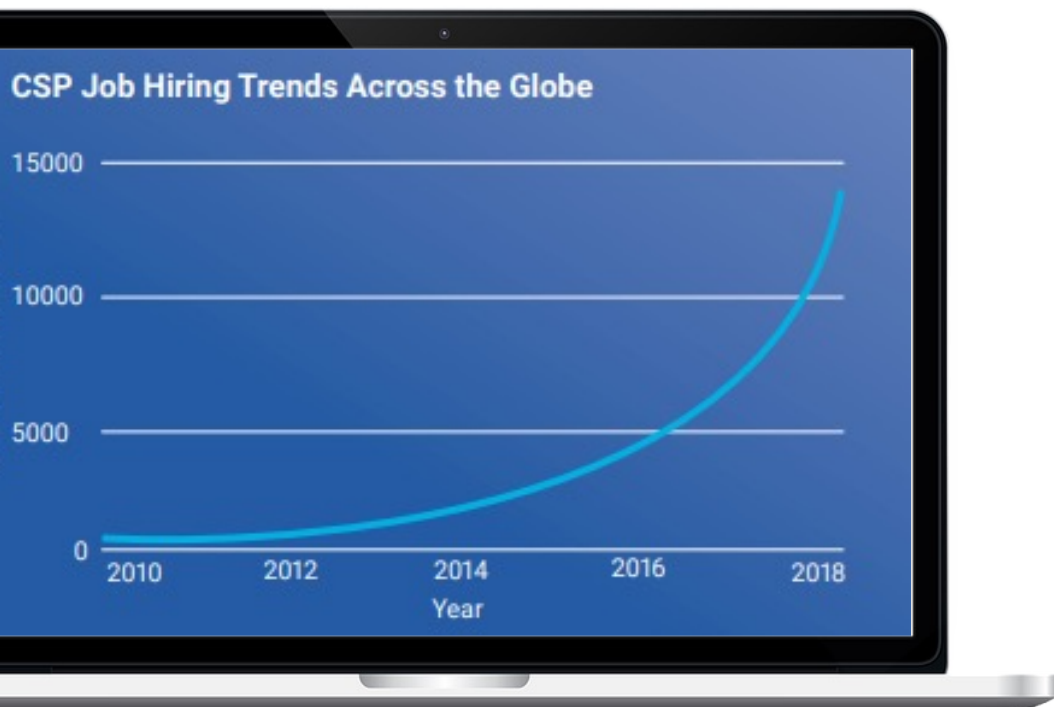
HeaR的2022年予測 3選

1. SaaS職種×経験者採用競争率UP

インサイドセールス／フィールドセールス／カスタマーサクセスなどの職種はSaaS企業の成長と共に一層高まる予測です。今までは未経験者採用がメインだったポジションですが、今後は経験者のSaaS人材がアクティブに動き、SaaS人材の競争率が高まる可能性があります。

1. SaaS職種×経験者採用競争率UP

SaaS経験者採用がエンジニア並に難易度高くなっていく可能性もあり



3088%増

Gainsight社が2018年に発表したデータによると2015年～2018年の間でカスタマーサクセスの求人は3088%増となった。日本でも遅れてこの流れが来る可能性が高い

市場背景

- 今まではSaaS企業は未経験者採用がメインだった（経験者がいなかったため）
- 今後はSaaS経験者が2周目人材として市場に出てくる可能性がある
- SaaS経験者の採用難易度がエンジニア並に高くなる可能性もあり

ナーチャリング施策

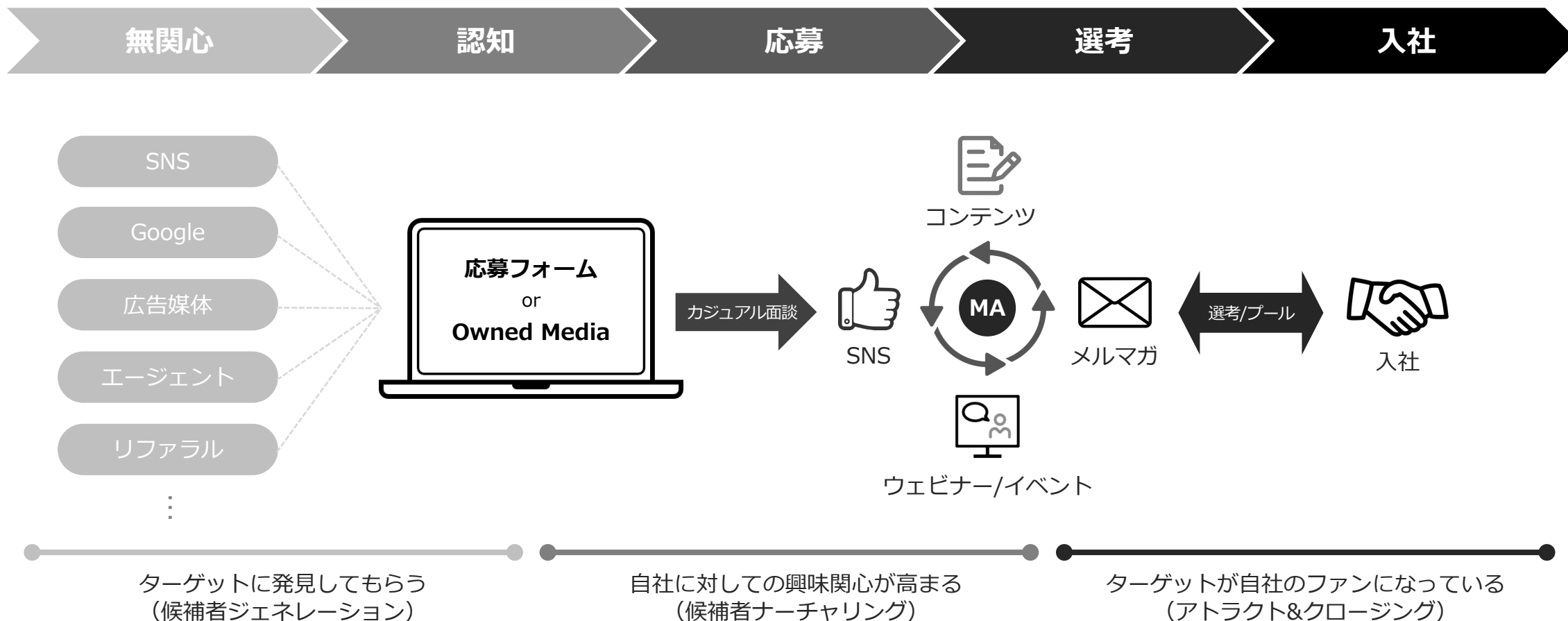
優秀な人材であればあるほど中長期的な採用を見据えて動かなければいけないカジュアル面談やSNSでの繋がりを強化しながら、中長期的にナーチャリングしタイミングが来たら採用できる仕組みを作ることが重要。

2. 採用マーケティング2.0へ

今まで採用市場で叫ばれていた採用マーケティングが一層本格化
オウンドメディアやウェビナー、SNS広告などをバイラルに組み合わせ、
採用媒体やエージェント以外のチャンネルから潜在層を獲得する
真の採用マーケティング時代が来るかもしれません。

2. 採用マーケティング2.0へ

リードジェネレーション-ナーチャリング-クロージングの流れを作る本格的な採用マーケティングが来る



3. オンライン×スクリーニング

2020年頃からオンライン採用が一般的になっております。

今までは採用ピッチ資料、採用広報記事、Notionの採用サイトなど

応募者を増やし、アトラクトするためのオンライン施策が増えていました

今後はワークサンプルテストのようなスキルフィットを見極める

オンライン×スクリーニング施策が注目される時代が来るかもしれません。

3. オンライン×スクリーニング

オンライン×アトラクト施策が増えた故に、今後オンライン×スクリーニングの流れが来るのではないか



市場背景

- 2020年はコロナ禍で採用活動における急速なオンライン化が進んだ
- 2021年はオンラインのアトラクト施策である採用ピッチ資料やNotionサイト、カジュアル面談の流れが進んでいた。

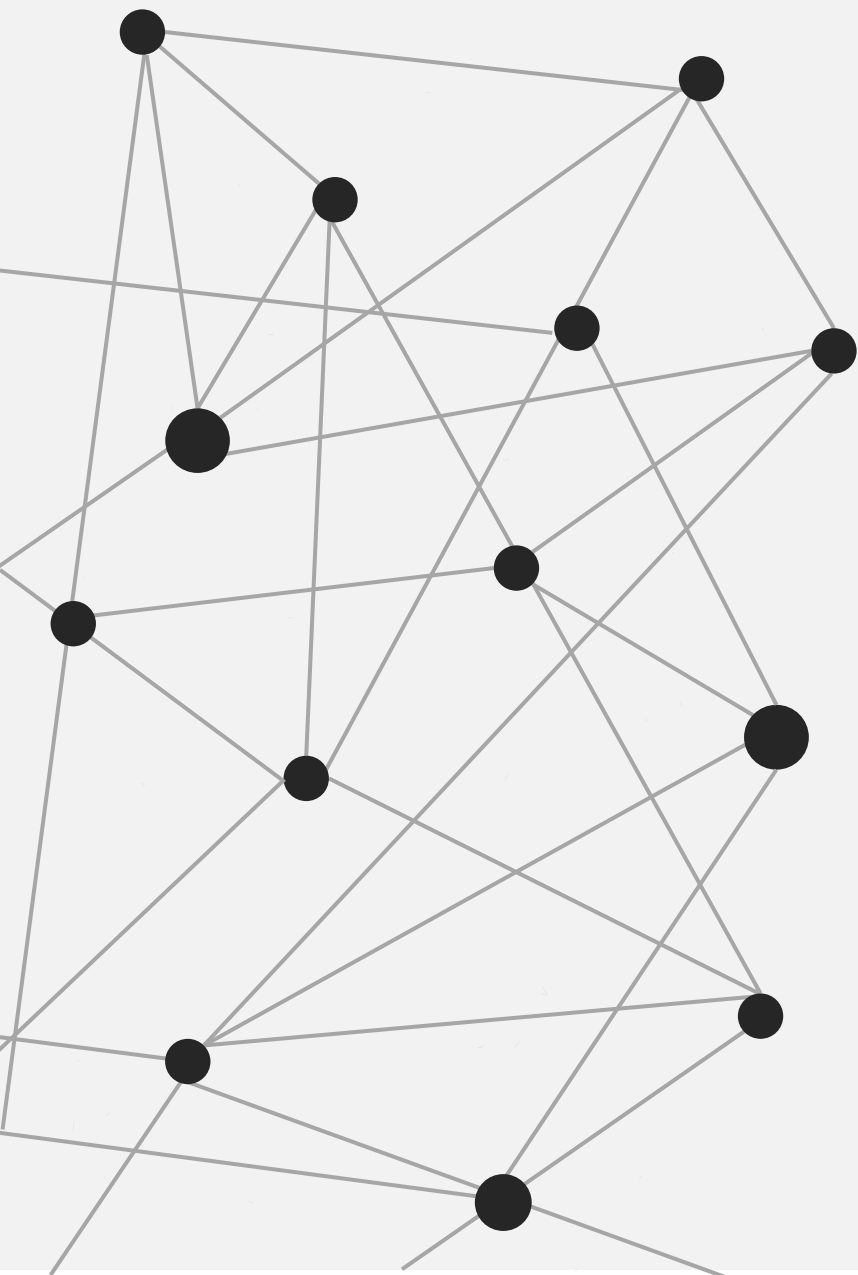
スクリーニング

オンラインで応募獲得を増やすための施策は各社取り組んでいるものの、オンライン×スクリーニングの施策はワークサンプルテストが流行り出した程度。2022年はオンライン×スクリーニングの流れが来るかもしれない

明確な採用基準

スクリーニング観点で一番始めに考えるべきことは明確な採用基準の設計。面接官ごとに評価が分かれなように採用基準の認識合わせを行うべき。その上で自社にフィットしたスクリーニング施策の実行へと進めていく

会社概要・無料相談のご案内



サービス資料

HearR inc.

不確実性の解消に向き合う採用コンサルティング

青春の大人を増やす

日本人の仕事満足度は世界最下位です。

日本の社会課題（労働意欲の低さ）を解決するため、華金の愚痴をなくすため、HeaRはHR領域での事業成長を目指します。

会社概要

「青春の大人を増やす」をミッションに複数のHRサービスを展開

社名	HeaR (ひあ)
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用DX支援事業 2. キャリアトレーニング「シゴトレ」 3. 副業エージェント「タメスワーク」
代表取締役	大上 諒
住所	品川区西五反田1-32-2 3F

- 2019年4月 採用コンサルティング事業を開始
- 2020年1月 ご支援企業数50社を突破
- 2020年8月 パーソナルキャリアトレーニング「シゴトレ」をリリース
- 2020年12月 ご支援企業数100社を突破
- 2021年5月 副業エージェント「タメスワーク」をリリース

無料相談のご案内

採用にお困りの企業様は是非ご連絡ください！



採用活動にまつわる

無料相談を実施中

- 採用DXに興味がある
- 採用活動の効率化を図りたい
- 母集団形成や選考辞退率に課題を抱えている