

■記事で専門性を担保した点

採用担当者から求人媒体の使用感や媒体選びのポイントについてヒアリングし、独自性を強化。

■各自が記事作成時に競合と比べて深掘りした点

求人媒体で解決できない課題を盛り込み、より効果的に運用するための方法として他の採用手法との組み合わせを提案。



求人媒体の主要**15**サイトを比較！おすすめの選び方や採用成功のコツを紹介

求人サイトや検索エンジン型など数多くの求人媒体が存在する中で、「どのサービスを選べば効果的なのか」と悩む採用担当者も少なくありません。

特に中小企業では、限られた採用予算で成果を最大化するために、適切な媒体選びが重要になります。

本記事では、主要な求人媒体**15**サイトを徹底比較し、それぞれの特徴・適したケースを解説します。

さらに、求人媒体だけでは解消できない課題と解決策も紹介するので、自社に合った求人媒体を見極めたい方は、ぜひ参考にしてください。

求人媒体の効果を高めたいなら、ぜひトレプロにご相談ください

トレプロでは、TikTokを活用したSNS採用支援を行っています。

求人媒体を導入しても採用につながらない場合、その背景には企業ブランディングの不足がある可能性があります。

そこで注目されるのがTikTok採用です。

TikTok採用はショート動画で仕事内容や企業カルチャーを直感的に伝えられるため、従来の求人媒体だけでは伝わりにくい企業の魅力を訴求できます。

さらに、コンテンツ重視のアルゴリズムにより、知名度に関わらず爆発的な認知度向上が期待できる点も大きな強みです。

「求人媒体 × TikTok」の組み合わせにより、母集団形成と企業魅力の訴求を両立したい方は、ぜひトレプロにご相談ください。

**▼TikTok採用・運用代行についての資料やご相談をご希望の方は、
こちらよりお気軽にお問い合わせください。**

目次

[求人媒体とは？定義と主な種類](#)

[主な種類と特徴](#)

[求人媒体のメリット・デメリット](#)

[メリット](#)

[デメリット](#)

[総合型求人サイト3選【比較表あり】](#)

[マイナビ転職](#)

[doda](#)

[エン転職](#)

[特化型求人サイト3選【比較表あり】](#)

[Green\(グリーン\)](#)

[ジョブメドレー](#)

[Re就活](#)

[スカウト型・ダイレクトリクルーティング型3選【比較表あり】](#)

[ビズリーチ](#)

[Wantedly\(ウォンテッドリー\)](#)

[dodaダイレクト](#)

[求人検索エンジン型3選【比較表あり】](#)

[Indeed](#)

[求人ボックス](#)

[スタンバイ](#)

[求人媒体を選ぶ際の基準](#)

[ターゲット層に合っているか](#)

[費用対効果があるか](#)

[自社の採用課題とマッチしているか](#)

[媒体に知名度・集客力があるか](#)

[求人媒体で解決しづらい課題と解決策](#)

[マッチ度の高い人材は集まりにくいケース](#)

[広告費の固定費化による費用負担](#)

[若年層や新しい職種へのリーチ不足](#)

[効率的な採用を実現するなら「求人媒体×TikTok」の組み合わせがおすすめ](#)

求人媒体とは？定義と主な種類

求人媒体とは？

企業が求職者に向けて求人情報を掲載し
応募を募るためのプラットフォームの総称



TLPC inc.

求人媒体とは、企業が求職者に向けて求人情報を掲載し、応募を募るためのプラットフォームの総称です。

自社に合った求人媒体を選ぶことで、採用活動を効率的かつ効果的に進めることが可能になります。

大きく分けるとWeb媒体と紙媒体に分類されますが、インターネットの普及により、現在はWeb型の求人サイトや検索エンジン型サービスが主流です。

さらに、従来の「待つ」採用だけでなく、企業が求職者へ直接アプローチするダイレクトリクルーティングも広がっています。

本記事ではWebサイト型の求人媒体だけでなく、ダイレクトリクルーティングや求人検索エンジンも含めた「求人媒体(求人広告)」全般について解説します。

主な種類と特徴

求人媒体の主な種類と特徴を以下にまとめました。

種類	詳細
Web求人サイト	企業が求人情報をサイト上に掲載し、求職者からの応募を待つ仕組み
スカウト型求人媒体 (ダイレクトリクルーティング)	スカウトメールを活用し、企業側が候補者に直接アプローチできるスタイル
検索エンジン型求人媒体	Web上に公開された求人情報を検索エンジン経由で集約表示するツール
紙媒体	フリーペーパーといった形式で、地域密着型の採用に強みがある

Web求人サイトは、一般的な求人媒体で大手サイトには豊富な登録者が集まりやすく、短期間で多くの応募を得やすい点が特徴。

また、スカウト型求人媒体は特定のスキルを持つ人材を能動的に探せるため、近年注目が集まっている求人媒体です。

検索エンジン型求人媒体はIndeedや求人ボックスが代表例で、SEO的に最適化された求人票は多くの求職者に届きやすい特徴があります。

求人媒体のメリット・デメリット

求人媒体には、企業の採用活動を効率化する利点がある一方で、効果が限定されやすいデメリットも存在します。

- [メリット](#)
- [デメリット](#)

特に中小企業の場合、採用コストと効果のバランスを正しく理解しなければ、思った成果が得られないリスクがあります。

ここでは、求人媒体の主なメリットとデメリットを整理して解説します。

メリット

求人媒体のメリットは多様な求職者層に一度にリーチでき、母集団形成に役立つ点です。

募集要項の工夫など魅力的な求人を打ち出せば、効率的に応募者を集めることができます。

特に人材紹介サービスと比較すると、1人当たりの採用コストを抑えやすいため、大量採用や短期間での募集には強みがあります。

また、求人情報作成から母集団形成、採用までの一連のプロセスを自社で管理するため、採用ノウハウが自社に構築されることもメリットです。

デメリット

求人媒体には、以下のデメリットがあります。

- 応募が集まらなかった場合も掲載費用は発生する
- 中小企業の求人は埋もれやすい傾向がある

求人媒体には以下の料金形態があり、応募が集まらなかった場合でも掲載費用は発生する場合があります。

料金形態	詳細
掲載課金型 (先行投資型)	求人広告を掲載した時点で料金が発生する形式
成果報酬型 (採用課金型・応募課金型)	人材を採用できた段階で料金が発生する形式
クリック課金型	求人情報がクリックされた時点で料金が発生する形式

また、自社よりも条件の良い求人や知名度の高い企業に求職者が流れてしまうため、中小企業の求人は埋もれやすい傾向があります。

上位表示するにはオプションプランが必要な場合もあり、結果的にコストがかさむ可能性も。

単に求人媒体に依存するのではなく、**SNS**採用や自社のブランディング強化などを組み合わせることが、長期的な採用成功につながります。

▼SNS採用について知りたい方はこちら

[成功するSNSの採用戦略は？低コストで人材不足・採用難を解消するチャネルを解説](#)

総合型求人サイト3選【比較表あり】

総合型求人サイトは、幅広い業種や職種を網羅し、多様な求職者層にアプローチできるのが最大の特徴です

利用者が多いため、中小企業にとっては「母集団形成力」が特に大きなメリットとなります。

一方で、競合する求人が多く、知名度が低い企業や条件面で劣る求人は埋もれてしまうリスクも存在します。

ここでは代表的な総合型求人サイト3つを比較し、それぞれの特徴を解説します。

	マイナビ転職	doda	エン転職
登録者数	852万人	約934万人	約1100万人
年齢層	20～30代	20～30代	20～30代
強み	・第二新卒・若手採用 ・Uターンや地元採用に強い	・経験者採用や即戦力人材の採用に強い ・ターゲットに特化した訴求が可能	・会員数最大規模 ・若手採用に強い
料金形態	掲載課金型:20万円～	掲載課金型:25万円～	掲載課金型:24万円～ ※地域によって異なる
オプション	・スカウト機能 ・追加画面による内容追記 ・メール広告など	・バナー広告の出稿 ・DMIによるアプローチなど	・スカウト機能 ・インタビュー掲載など

自社に合った求人サービスを選択する際に、参考にしてみてください。

マイナビ転職



	マイナビ転職
--	--------

登録者数	852万人
年齢層	20～30代
特徴	・UIターンや地元採用に強い ・業種を114分類、職種を379分類に細分化 ・1日あたり20名までスカウトメール送付可能 ・掲載中の原稿修正3回まで無料対応
料金形態	掲載課金型:20万円～
オプション	・スカウト機能 ・追加画面による内容追記 ・メール広告など

マイナビ転職は20～30代の若手求職者の利用が多く、特に若手採用に強みを持つ求人サイトです。

それぞれの地域に根付いた求人情報を提供する「エリア版」「都道府県版」があり、地元採用やUIターン採用にも活用できます。

また、他のサービスと比べて20万円からとリーズナブルに掲載でき、コストを抑えたい場合にもおすすめです。

doda

doda[!]

	doda
登録者数	約934万人
年齢層	20～30代

強み	・経験者採用や即戦力人材の採用に強い ・ターゲットに特化した訴求が可能 ・転職フェアで対面でのマッチングサポート
料金形態	掲載課金型:25万円～
オプション	・バナー広告の出稿 ・DMIによるアプローチなど

dodaは業界最大級の利用者数を誇り、中堅層からハイクラス層まで幅広い人材にリーチできます。

さらに、総合転職サイトの他に、dodaグローバルなどの専門分野ごとの転職サイトを併設しているため、豊富な母集団形成が可能です。

求人掲載に加えてスカウトメール機能が利用でき、積極的に候補者にアプローチできるため、即戦力採用や専門スキル人材の採用に適しています。

一方で、近年は若手優秀層が求人媒体よりも複数の人材紹介エージェントを併用する「タイパ志向」へ移行しており、**Bizdev**(事業開発)の採用は難しくなる傾向が見られます。

ただし、BizAcc(事業企画・経営企画系)やBizSup(事業サポート系)では依然として採用成功の事例が多く、1掲載で複数名の採用に至るケースも存在します。

さらに、採用単価は10～40万円と、総合型媒体としてのコスト効率が高い点が大きな強みです。

エン転職



	エン転職
登録者数	約1100万人
年齢層	20～30代
強み	・会員数最大規模 ・若手採用に強い ・口コミサイトとの連携など独自のサービスを展開
料金形態	掲載課金型:24万円～ ※地域によって異なる

オプション	・スカウト機能 ・インタビュー掲載など
-------	--

エン転職は1求人あたりの会員数が業界**No.1**とされており、応募が集まりやすい点が特徴です。

また、独自の表示ロジックを導入しており、求職者の閲覧履歴や行動データに基づいて求人が表示される仕組みが整っています。

そのため、掲載料金に依存せず、求人が発見されやすい環境が整っているのは中小企業にとって大きな利点です。

特化型求人サイト3選【比較表あり】

特化型求人サイトは、業界や人材属性を絞り込むことでマッチ度の高い人材と効率的に出会える点が最大の特徴です。

一方で、総合型求人サイトよりも会員数が少ない傾向があるため、母集団は小さくなるでしょう。

しかし、その分ターゲット層が明確であり、短期間での採用成功につながりやすいとも言えます。

ここでは代表的な特価型求人サイト3つを比較し、それぞれの特徴を解説します。

	Green	ジョブメドレー	Re就活
登録者数	約120万人	272万人	約260万人
年齢層	20～30代	-	20代
強み	・IT・Web業界に特化 ・経験者採用やベンチャー企業の採用に強い	・医療介護業界に特化 ・初期費用無料	・第二新卒、既卒に特化 ・ポテンシャル採用に強い
料金形態	初期費用:60万円～ 成功報酬費:30万円～	成功報酬型:保有資格によって異なる	掲載課金型:38万円～
オプション	・検索上位表示 ・メールマガジン配信 ・スカウト上限数増加など	・インタビュー掲載 ・画像バナー掲載など	・スカウトメール ・検索上位表示 ・条件マッチなど

以下ではそれぞれ詳しく解説していきます。

Green(グリーン)



	Green
登録者数	約120万人
年齢層	20～30代
強み	・IT・Web業界に特化 ・掲載期間や求人掲載数が無制限 ・経験者採用やベンチャー企業の採用に強い
料金形態	初期費用:60万円～ 成功報酬費:30万円～
オプション	・検索上位表示 ・メールマガジン配信 ・スカウト上限数増加など

GreenはIT・Web業界に特化した求人メディアで、経験者採用やベンチャー企業の採用に強みを持ちます。

求人サイトは掲載課金型が一般的ですが、Greenは「成功報酬型」であり、採用が決定した際のみ費用が発生する仕組みです。

導入に際する初期費用はかかるものの、費用の掛け捨てリスクを避けたい企業におすすめ。

さらに、掲載期間や求人掲載数が無制限で、編集も無料で自由に行えるため、コストを抑えつつ継続的に採用活動を進められるのも魅力です。

ジョブメドレー



	ジョブメドレー
登録者数	272万人
年齢層	-
強み	・医療介護業界に特化 ・初期費用無料 ・早期離職の場合、返金制度あり
料金形態	成功報酬型：保有視覚によって異なる
オプション	・インタビュー掲載 ・画像バナー掲載など

ジョブメドレーは医療介護業界に特化した求人サービス。

圧倒的な知名度とシェア率を誇り、企業・求職者双方にとって第一想起となる存在である点が大きな強みです。

採用単価は一人あたり7.2万円と比較的リーズナブルで、コストを抑えつつ質の高い採用を実現できます。

さらに、毎月200通まではスカウトメールも無料で利用可能なため、効率的な採用活動が可能です。

Re就活



	Re就活
登録者数	約260万人

年齢層	20代
強み	・第二新卒、既卒に特化 ・ポテンシャル採用に強い
料金形態	掲載課金型:38万円～
オプション	・スカウトメール ・検索上位表示 ・条件マッチなど

Re就活は20代専門の中途採用求人サイトで、日本唯一の「第二新卒・既卒層」に特化した媒体です。

新卒採用を補填したい場合や、若手人材を育成目的で採用したい場合に有効です。

さらに、Web面接機能を標準搭載しており、遠隔地に住む求職者との接点もスムーズに持つことができます。

掲載プランに関わらず「新着表示」「準新着表示」「新着以外」の順に表示されるため、コストに依存せず公平に露出できる点も中小企業にとって魅力的です。

ただし、プランごとに求人が上位表示される期間が異なります。

スカウト型・ダイレクトリクルーティング型3選【比較表あり】

スカウト型・ダイレクトリクルーティング型の求人媒体は、求職者のデータベースを企業が閲覧し、条件に合った人材へ直接アプローチできる仕組みです。

欲しい人材をピンポイントで見つけられるため、応募者の質が高く、採用のミスマッチを減らせるのが特徴です。

ただし、優秀な人材は複数の企業からスカウトを受けているため、採用に至るかどうかは条件や企業の魅力度次第となります。

ここからは代表的なスカウト型求人サイト3つを比較し、それぞれの特徴を解説します。

	ビズリーチ	Wantedly	dodaダイレクト
登録者数	約270万人	約400万人	約406万人
年齢層	30～40代	20～30代	20～40代

強み	・ハイクラス人材に強い ・専任コンサルタントによるサポート	・企業理念やカルチャーへの共感でマッチング ・採用広報・ブランディングに強い	・日本最大級のスカウト会員DBに直接アクセス可能 ・スカウトメールの開封率は75%
料金形態	システム利用料:要問合せ 成功報酬費:年収の約15%	システム利用料:要問合せ	システム利用料:80万円～

それぞれのサービスについて詳しく紹介するので、ぜひ参考にしてみてください。

ビズリーチ

BIZREACH

	ビズリーチ
登録者数	約270万人
年齢層	30～40代
強み	・ハイクラス人材に強い ・専任コンサルタントによるサポート
料金形態	システム利用料:要問合せ 成功報酬費:年収の約15%

ビズリーチは、高い専門性や経験を持つプロフェッショナル人材と企業をつなぐプラットフォームです。

30代～40代のミドル層が中心で、各職種の即戦力人材が多数登録しています。

企業が直接データベースにアクセスし、条件に合う人材を検索してスカウトを送ることができ、選考通過可能性のある人にものみアプローチできます。

一方で、初期費用として**100万円以上**かかるケースがあり、完全成功報酬型の人材紹介エージェントと比較すると費用負担が大きい点はデメリットです。

さらに、登録者の中には転職意欲が低い人材も含まれるため、スカウト・面談準備に工数をかけても選考参加に至らないケースも少なくありません。

これらを踏まえると、ビズリーチはコストを投資と考えられる採用体制の整った企業に向いていると言えるでしょう。

Wantedly(ウォンテッドリー)



	Wantedly
登録者数	約400万人
年齢層	20～30代
強み	・企業理念やカルチャーへの共感でマッチング ・採用広報・ブランディングに強い
料金形態	システム利用料:要問合せ

Wantedlyは、条件や待遇よりも「企業理念やビジョンへの共感」を重視した採用プラットフォームです。

具体的な給与金額の記載がNGとなっており、求人広告やスカウト機能を組み合わせて活用し、共感をベースにした応募獲得を目指します。

利用者層としてはITエンジニアやクリエイティブ職が多く、ベンチャーや成長志向の企業がカルチャーフィットした人材を採用するのに向いています。

採用ホームページや採用広報ツールとして活用でき、経営ビジョンや事業の社会的価値を訴求して採用ブランディングの強化を図ることも可能です。

dodaダイレクト

doda ダイレクト

	dodaダイレクト
登録者数	約406万人
年齢層	20～40代
強み	・日本最大級のスカウト会員DBに直接アクセス可能 ・スカウトメールの開封率は75%
料金形態	システム利用料:80万円～

dodaダイレクトは、dodaの会員データベースを活用したダイレクトリクルーティングサービスです。

多様な職種の経験者が多く登録しており、若手の即戦力人材からキャリア形成中の人材、さらにはハイクラス層まで幅広い層にリーチが可能。

また、初期費用のみで利用でき、成功報酬は不要なため、採用単価を削減しやすい点も魅力です。

さらに、独自の専用受信ボックス設置によって受信過多による埋もれを防ぎ、スカウトメールの開封率は75%を誇ります。

求人検索エンジン型3選【比較表あり】

求人検索エンジン型は、Web上に公開されている求人情報を自動収集し、一覧化して求職者に提供する「アグリゲーションサイト」です。

無料で掲載できる媒体が多いため、採用コストを抑えたい企業に適しています。

一方で、求人情報が大量に集まる特性から、自社の求人が埋もれてしまうリスクがあり、求人票などの工夫が求められます。

また、さまざまな雇用形態の求人情報を掲載できるため、幅広い募集ニーズに対応できます。

ここからは代表的な求人検索エンジン型サイト3つを比較し、それぞれの特徴を解説します。

	Indeed	求人ボックス	スタンバイ
無料掲載	あり	あり	あり
月間訪問数	2,390万以上	1,200万人	1,000万人
特徴	・世界No.1の求人サイト ・スポンサー求人が利用可能	・Indeedに次ぐ利用者数 ・求人ページを自由にカスタマイズ	・Yahoo!ユーザーにアプローチ可能 ・リターゲティング広告による追いかけも可能

自社に合った求人サービスを選択する際に、参考に見てみてください。

Indeed



	Indeed
無料掲載	あり
月間訪問数	2,390万以上
特徴	・世界No.1の求人サイト ・スポンサー求人が利用可能

運営会社	Indeed Japan株式会社 ※リクルートホールディングスの傘下
------	---------------------------------------

Indeedは世界最大級の求人検索エンジンで、求人数・利用者数ともに圧倒的な規模を誇ります。

無料掲載が可能なため、費用対効果を気にせず使いやすく、アルバイトの採用など「コストを極力抑えたいケース」に有効です。

また、有料運用に切り替えると「Indeed Plus」によってリクルートグループ内の他媒体にも転載され、露出面がさらに広がります。

一方で、競合が多い職種ではクリック単価が上がる可能性があり、広告運用スキルが採用効率に直結する点は注意が必要です。

求人ボックス



求人ボックス

	求人ボックス
無料掲載	あり
月間訪問数	1,200万人
特徴	・Indeedに次ぐ利用者数 ・求人ページを自由にカスタマイズ
運営会社	株式会社カカコム

求人ボックスは、求人広告に特化した国内最大級の求人検索エンジンです。

自社ホームページに掲載されているものを自動的に収集するクロール型と、求人ボックスに直接入力・投稿する直接投稿型の両方が主流です。

無料掲載枠があるためコストを抑えて利用できますが、クリック課金制の有料掲載を活用すれば、露出を高めることも可能。

正社員からアルバイトまで多様な雇用形態をカバーしており、中小企業にとっても幅広い採用ニーズに対応しやすいサービスです。

スタンバイ



	スタンバイ
無料掲載	あり
月間訪問数	1,000万人
特徴	・Yahoo!ユーザーにアプローチ可能 ・リターゲティング広告による追いかけても可能
運営会社	株式会社スタンバイ

スタンバイは、国内最大級の求人検索サイトで、無料で求人作成・掲載が可能です。

正社員やパート・アルバイトに加え、派遣社員・契約社員・業務委託といった多様な雇用形態に対応している点が特徴です。

特にYahoo!ユーザーへの効率的なリーチが可能で、他の媒体では接触が難しいミドル層へのアプローチにも強みがあります。

無料で始めやすい一方、掲載数が多いため差別化の工夫が不可欠です。

求人媒体を選ぶ際の基準

効果的に求人媒体を選定するための基準

ターゲット層に合っているか



登録者の年齢や業種をチェック

費用対効果があるか



外的・内的コストを含めて評価する

自社の採用課題とマッチしているか



媒体に知名度・集客力があるか



露出や応募機会の多さに直結する



ここでは、効果的に求人媒体を選定するための4つの基準を解説します。

- [ターゲット層に合っているか](#)
- [費用対効果があるか](#)
- [自社の採用課題とマッチしているか](#)
- [媒体に知名度・集客力があるか](#)

媒体ごとの特徴を理解しないまま掲載すると、採用がうまくいかず費用対効果が悪化する恐れがあります。

自社に適した媒体を選んで、費用対効果の高い採用活動を目指しましょう。

ターゲット層に合っているか

求人媒体選びで最も重要なのは、自社が採用したい人物像と媒体のユーザー層が合致しているかどうか。

いくら応募数が集まっても、ターゲットから外れた人材ばかりでは採用には至らず、結果としてROI(費用対効果)も悪化してしまいます。

以下の点を確認することで、媒体の向き不向きが見えてきます。

- 媒体の登録者年齢分布
- 業種・職種別の登録者割合

例えば、20代の第二新卒を狙うなら会員の93.3%が20代の「Re就活」や、新規登録者の70%が35歳以下の「マイナビ転職」が効果的です。

※出典:マイナビ転職

※出典:[20代専門]転職サイト「Re就活」の会員数が、260万人を突破しました！

一方、マネジメント経験や専門スキルを持つ人材を求める場合は「ビズリーチ」のようなハイクラス人材向け媒体が適しています。

このようにターゲットの解像度を高めたうえで選定することが、採用成功への第一歩です。

費用対効果があるか

求人媒体を選ぶ際に重要なのは「掲載費が安い」ではなく、最終的にどれだけ効率的に採用できたかという費用対効果(ROI)です。

ROIを正しく把握するためには、単純な媒体費用だけではなく、次のような内的コストと外的コストの両面を含めて評価する必要があります。

- 外的コスト
 - 求人広告の掲載費
 - 成果報酬型の場合の成功報酬費用
 - オプション掲載やスカウトメールなどの追加費
- 内的コスト
 - 採用担当者の工数
 - 面接官の工数
 - 採用活動に関わる社内会議・調整コスト

これらをすべて含めて 採用単価(**Cost per Hire**)を算出することで、初めて実際のROIが見える化されます。

□採用単価の算出式

採用単価=(媒体費用+運用費用)÷採用人数

掲載費は安くても社内の工数が膨らんでいたり、応募が多すぎて選考対応が負担になる媒体では、結果的に採用単価が高騰することがあります。

逆に、初期費用が高めでも効率的にターゲット人材を採用できれば、ROIは良くなる場合もあります。

このように「内的・外的コストの両面からROIを捉える」ことが、費用対効果を正しく評価し、媒体選定を誤らないための重要なポイントです。

自社の採用課題とマッチしているか

媒体選びでは、自社が直面している採用課題を解決できるかどうかが決め手になります。

悩み	適した媒体
応募数が少ない	総合型や検索エンジン型で母集団を広げる
応募者の質が低い	特化型やスカウト型で精度を上げる
採用スピードが遅い	即効性のある検索エンジン型や短期掲載プランを利用
地方採用・ニッチな職種	地域密着型や業界特化型を活用

例えば、応募数が少ない場合は、幅広い層に露出できる総合型や求人検索エンジン型が適しています。

そのうえで、採用へ繋げるためにオプションを活用して露出度を強化するなど、具体的な施策を考えることが大切です。

媒体に知名度・集客力があるか

求人媒体の知名度や利用者数は、露出や応募機会の多さに直結するため、以下のポイントをチェックしましょう。

- 月間訪問者数(PV)
- 会員登録者数
- SNSフォロワー数やメルマガ配信数などの集客チャネル

大手媒体はアクセス数が多く、自然検索でも上位表示されやすいため、露出の面では有利です。

ただし、競合企業も多く存在するため、自社の求人が埋もれないように工夫が必要です。

差別化した求人原稿や、写真・動画を活用した表現力の高い求人票を作ることが成功のカギとなります。

求人媒体で解決しづらい課題と解決策

求人媒体は母集団形成に優れ、幅広い人材にリーチできる一方で、すべての採用課題を解決できるわけではありません。

ここでは以下の観点から、求人媒体で解決しづらい課題について解説します。

- [マッチ度の高い人材は集まりにくいケース](#)
- [広告費の固定費化による費用負担](#)
- [若年層や新しい職種へのリーチ不足](#)

自社に当てはまる課題があるかを確認し、他の採用手法との組み合わせを検討しましょう。

マッチ度の高い人材は集まりにくいケース

求人媒体は「数を集める」点に強みがありますが、必ずしも質の高い応募が得られるとは限りません。

以下のような要因によって、書類選考・面接の工数が増加したり、採用スピードが低下する可能性があります。

- 原因例
 - 媒体利用者のスキルや経験が採用要件とずれている
 - 求人原稿の表現が曖昧で、広く応募を集めすぎてしまう
 - 同業他社との競合が激しく、応募者の企業選びが表面的になりやすい

求人原稿が条件や仕事内容を明確にしないと、広く応募を集めすぎてしまうため、ミスマッチに繋がる可能性があります。

また、大手総合型媒体は同業他社との競合が激しいため、求職者が表面的な条件比較で応募先を決めやすく、結果的に定着率の低下に繋がるケースも。

求人票の精度を高めると同時に、スカウト型やSNS採用を組み合わせで「マッチ度の高い人材」に直接リーチする手法が有効です。

広告費の固定費化による費用負担

掲載型の求人媒体は、枠サイズや期間に応じて費用が発生するため、成果が出なくても固定費がかかります。

■課題ポイント

- 応募がゼロでも掲載費用は返金されない
- 複数媒体を併用すると固定費が膨らみやすい
- 採用シーズン外や景気悪化時は費用対効果が下がる

たとえば、4週間で50万円の媒体を契約して応募が2件・採用ゼロという場合、採用単価は計算上「無限大」となり、費用対効果は著しく低下します。

また、採用シーズン外は特に負担が大きくなるため、クリック課金型や成果報酬型の仕組みを持つ媒体や、低コストで柔軟に運用できる**SNS**広告を組み合わせることが有効です。

若年層や新しい職種へのリーチ不足

従来型の求人媒体では以下の理由から、若年層や新興職種にアプローチしづらいという課題があります。

- 若年層はSNSやコミュニティ経由での情報収集が中心
- 新しい職種は求人市場での登録者数が少ない
- 従来型原稿では仕事内容や魅力を十分に伝えられないケース

「データサイエンティスト」や「SNSマーケター」といった新しい職種は、まだ求人市場に登録者が少ないため母集団形成が難しい傾向です。

また、従来の求人票だけでは仕事内容や魅力が十分に伝わらないケースも多く、応募を獲得しにくいのが実情です。

この課題を克服するためには、SNS採用やポートフォリオサイト、オンラインイベントなど複数の接点を設けることが効果的です。

特に、若年層が日常的に利用しているTikTokを活用した採用は注目されており、「求人媒体では届かない層」に対して新たな採用チャネルを開拓できます。

▼TikTok採用について知りたい方はこちら

[TikTok採用は全世代で効果的！採用の成功事例やメリット・デメリットを徹底解説](#)

[地方採用の課題を解決した成功事例は？SNS活用で採用コストの削減を実現した企業を紹介](#)

効率的な採用を実現するなら「求人媒体×TikTok」の組み合わせがおすすめ

求人媒体は幅広い母集団形成に強みを持つ一方で、知名度や待遇条件によって応募数が大きく左右され、必ずしも採用に直結しないリスクがあります。

効率的な採用を実現するためには、求人媒体単体に依存するのではなく、**SNS**を活用して企業ブランディングを強化することが重要です。

中でもTikTok採用は、独自のアルゴリズムにより知名度に関わらず多くの人に動画を届けられる点が大きな特徴です。

TikTok採用のメリット

コンテンツの
質を重視した
アルゴリズム



アカウント開設直後
でも企業の知名度が
一気に高まる
可能性がある

ミスマッチの
防止と定着率の
向上



動画を通じて
企業カルチャーに
合うかを判断できる

効果的な採用
ブランディング



リアルを発信する
ことで先入観を
変えられる



ショート動画を通じて仕事内容や社風をリアルに発信することで、従来の求人媒体だけでは伝えきれなかった企業の魅力を効果的に訴求できます。

トレプロはTikTokの立ち上げからコンテンツ制作、運営までをマーケティングのプロ集団が一手に代行します。

採用目標から逆算したペルソナ設計と、それに基づく戦略的なマーケティング施策により、単なるフォロワー数獲得にとどまらず、採用という最終目標に直結する支援を行います。

TikTok採用の導入にご興味のある方は、ぜひお気軽にトレプロまでご相談ください。

▼TikTok採用・運用代行についての資料やご相談をご希望の方は、
こちらよりお気軽にお問い合わせください。
