

自社でオリジナルのオウンドメディアを制作していくのはハードルが高いと思われる方は、ポータルサイトではありつつも、これまでの職種や条件を掲載する形のウェブサイトとは全く異なるオウンドメディア型求人サイトへ掲載してみるのもひとつの方法かと思います。代表的な会社は「日本仕事百貨」などがあります。

図3 オウンドメディア型求人サイト「日本仕事百貨」



(参照元ウェブサイト <http://shigoto100.com/>)

続いて「バイラル型」ですが、バイラル＝口コミを誘発していくスタイルの求人方法を生み出した会社があります。その代表的な会社がウォンテッドリー社です。「wantedly」というサイトは、SNS型求人サイトとも言われています。これまでの人材採用プロセスは、求職者が求人情報を見てエントリー＝履歴書を送るか否かという1プロセスでした。wantedlyは、この求人プロセスを多様化させました。wantedlyに掲載する企業は、まず自社PRと求人内容を登録します。求職者はその内容を見て気になる企業があれば「応援する」というボタンをクリックします。Facebookで言う「いいね」ですね。すると企業側が情報を更新する毎に、求職者のウォールつまり個人画面に最新情報が表示されます。更新情報を何度か見た求職者がさらにその企業に関心を持つと、今度は「話を聞きに行きたい」をクリックします。すると仮エントリーとなるため、企業側から求職者へ個別コンタクトを取っていく形となります。

図4 SNS型求人サイト「wantedly」



(参照元ウェブサイト <https://www.wantedly.com/>)

つまりすぐにエントリーではなく、お互い情報を交換しながら、良く会社を理解して貰ってから面談をするというスタイルとなります。この流れを面倒だ、手間がかかると感じられる方も多いかと思います。そうなんです。ダイレクトリクルーティングは、手間も時間もかかります。その代わり多額の掲載料は不要ですし、何よりも自社を本当に理解して入社を真剣に考える人材と出会うことができるのです。

続いて、カルチャースクールとリクルーティングを同時に行なう新たな手法が出てきています。そのウェブサイトは仕事旅行社が運営する「仕事旅行」です。このウェブサイトは、「あこがれの職場で仕事を学ぼう」をスローガンにした、体験型求人サイトとも言えます。斬新な発想なのが、仕事を体験するのに費用を支払うということです。職人の技術に憧れているが、まずその業界や人材に接触する機会が無い、その業界で働いてみたいが自分が通用するものなのか不安を持っている。そんな人が有料で仕事を体験できるようにしたビジネスモデルです。