

求人広告と並んでスタンダードな採用手法となっている「人材紹介」。基礎知識と人材紹介経由での採用を上手くいかせるためのポイントをまるごと解説します。

## ■人材紹介会社（有料職業紹介）とは？

保有する求人を自社に登録する求職者に紹介してマッチング。求人紹介～応募意志の獲得～面接設定～志望度の確認～待遇面の調整や内定承諾の獲得まで、「面接」以外の採用活動プロセスをすべて代行してくれるサービスです。

一部のトップ層を扱うヘッドハンティング以外は、基本的には成果報酬です。また、入社から数か月以内の早期離職は、成果報酬の返金対象となることが大半です。成果報酬の相場は、採用人材の「年収の30～40%程度」ですが、若年層の場合は定額という場合もあります。

### <使うメリット>

- ・ 成果報酬のため、求人広告等と比べてリスクがない
- ・ 採用活動の工数がかからない
- ・ 人による定性的なマッチングが行われるため精度が高い

全プロセスを成果報酬で代行するため、採用単価は少し高くなりますが、採用人数が少ない、採用に工数をかけられない、社内に採用ノウハウがない、リスクを抑えたい、短期間で採用したい等の場合には有効な選択肢です。

## ■使う前に知っておきたい人材紹介会社の基礎知識

### ① 「分業」と「両面（一気通貫）型」

人材紹介会社の組織は、「法人企業を担当する営業（RA：リクルーティングアドバイザー）」と「求職者を担当する人材担当（CA：キャリアアドバイザー）」に分かれます。組織内で、RAとCAが兼務する形を「両面（一気通貫）」、兼務しない形を「分業」と呼びます。一般的には、規模が小さいうちは両面、規模が大きくなると分業の体制を取る会社が多くなります。

### ② 「総合型」と「専門型」

求人サイト等と同様に、全業界・職種を扱う「総合型」と、扱う求人の業界・職種・年齢層等を特化させた「専門型」に分かれます。大手企業は総合型、成長している中堅企業は特化型、特化できる資源がない個人～小規模の会社は総合型でやっていることが多くなります。

### ③ 人材紹介業界の基本構造

じつは人材紹介会社は「立上げに資本がいらぬ」という特徴があるため、個人や10名未満でやっている会社が殆どです、RA・CAが50人を超える規模の人材紹介会社は、業界でもあまり多くはありません。

## ■ 人材紹介会社を上手く使って採用を成功させる5つのポイント

シンプルですが、大切なことは「人材紹介会社とパートナーシップを組む」ことです。人材紹介会社は成果報酬で動いていますので、ある意味では、「満足いく水準で、なるべく早く雇用創出する」ことが、採用企業と人材紹介会社の共通ゴール、win-winになります。共通ゴールを念頭において、人材紹介会社のRAが、“自社の人事部”になってくれるように協力関係を築きましょう。

ポイント1： RA（営業担当者）を魅了付けする

ポイント2： 無理な価格交渉はしない

ポイント3： スペックは柔軟に、定性面にウェイトを置く

ポイント4： 意思決定と対応スピードは迅速にする

ポイント5： フィードバックを丁寧に行う

次ページ以降で詳しく解説していきます

## ■ポイント1：RA（営業担当者）を魅了付けする

人材紹介は、RA（営業担当）やCA（人材担当）が、採用企業と応募者の間に入って応募者とのマッチングを行うサービスです。従って、自社の代わりに求人票を作り、求職者に求人紹介するRAやCAが、自社を『いい会社』だと思ってくれないと推薦が進みづらくなります。人が介するからこそ、RAやCAが「自社の魅力ポイントや紹介トーク」等をマスターしてくれると、ぐっと推薦が増えることもあります。

以下は細かなノウハウとなりますが…

- 業界大手で完全分業制の会社では、システムマッチングして、求人票だけで会社紹介することが多くなります。従って、このような会社に依頼する場合には「求人票」を作りこみ、しっかりと魅力を盛り込むことが重要です。
- RAとCAが分業している場合には、RAはもちろん、応募者に求人紹介するCAに自社の魅力を理解してもらうことが重要です。中規模企業の場合には、RAを通じて、CA向けに会社説明会等を行うことも有効です。また「90秒で説明できる〇〇社の概要と魅力」といったトークスクリプトをまとめることも良いでしょう。
- RAとCAが兼務している小～中規模企業は、体制も柔軟であり、求人紹介の際に、求人票以外のツールを使うことが可能なことも多いです。会社案内や動画など、魅了付けに使える“飛び道具”があれば、RAに共有することがおススメです。

## ■ポイント2：無理な価格交渉をしない

冒頭で紹介した通り、人材紹介の成果報酬は「採用した人材の年収の30～40%」です。“大量採用である” “内定で出やすい” “求人が魅力的である（紹介しやすい）” などの条件があれば、価格交渉はもちろん有効です。一方で、「採用人数が少ない」「採用基準が緩くはない」等の場合は、強引な価格（料率）交渉をすることはおススメできません。

なぜなら、人材紹介会社内においては、RA（営業担当）もCA（人財担当）も「売上」を目標として持っていることが大半です。従って、たとえば、「社内の平均料率が35%の会社で、30%や25%で契約されている求人」は相対的に紹介されづらくなるという内部事情があります。もちろん採用側として、なるべく価格を落としたいという思いも当然かと思えます。採用手法における人材紹介会社の重要性、最も成果をあげてくれている人材紹介会社の料率等を参考に判断いただくと良いかと思えます。

弊社が人材紹介会社を使う場合、売り手市場の場合、また短期で必ず採用を成功させたい場合には、こちらから料率アップを提案して、注力してもらうこともあります。ポイント1の魅了付けと併せて、ビジネス的な視点で魅了付けする（少なくとも劣後にならない）ことはひとつのポイントです。

## ■ポイント3：スペックは柔軟に、定性面にウェイトを置く

人材紹介会社は「人」が介するマッチングです。それをうまく生かし、推薦してもらうためには、求人の応募条件（推薦条件）をある程度柔軟にして、定性面にウェイトを置くことが有効です。

とくにRA（営業担当）とCA（人財担当）が兼務する両面型（一気通貫型）の場合には、実際に貴社に訪問して話を聞いたRA/CAが中心となり、応募者のマッチングを行うため、特性や社風面でかなり質の高いマッチングが可能です。実力があそうなRA/CAであれば、「定性的に必要な力や価値観」をすり合わせたうえで、業界経験・職種経験などの定量的な条件は柔軟にすることがおススメです。

ただし、業界大手で分業型の人材紹介会社は、システムマッチングになるため、定性的なマッチングは行われづらくなります。極端な場合、「応募者の希望条件と求人の必須条件が合致する求人を一気に出して、応募者に選んでもらう」こともあります。この場合は、条件を緩めると「質はいいから数を推薦して欲しい」というメッセージになりますので、それを望んでいる場合のみ、条件は緩めたほうが良いでしょう。

## ■ポイント4：意思決定と対応スピードは迅速にする

人材紹介会社の内部事情を暴露する形になりますが、RA（営業担当）とCA（人材担当）は、その他業界の営業職と同じように月次で売上目標を持っています。この場合、「売上」=内定承諾です。それを踏まえて、人材紹介のサービスが提供される中で、採用企業に対応を委ねるポイントが、大きくは以下の3か所で生じます。

- 書類打診した後、面接するかどうかの意思決定
- 面接の日程調整（面接の候補日程をもらう、候補日程を送った後確定してもらう等）
- 面接後の合否決定

上記の3か所に関して、なるべく迅速に対応することで紹介会社、RA・CAとの協力関係を築きやすくなります。とくに小規模・中規模で、顧客企業1社1社の顔がよく見えている場合、「動きが遅い」会社は応募者への紹介等が劣後になりやすくなります。もちろん、社内での調整等が必要な場合もあるかと思いますが、上記3か所のレスポンススピードはなるべく早くされることをおすすめします。

## ■ポイント5：フィードバックを丁寧に行う

最後のポイントは「面接のフィードバックを丁寧に行うこと」です。「面接の合否をスピーディーに決めて伝えること」と併せて、ぜひ行ってみてください。紹介会社からすると、面接のフィードバック情報は、以下に繋がり、非常に重要な情報となります。

### 【合格の場合】

「どこが評価されたか」を応募者にフィードバックすることで志望度アップに繋がる。  
また、こういったタイプを好むか等の選考基準の情報が蓄積される

### 【NGの場合】

なぜダメだったかを把握することで、選考基準の情報が蓄積され、  
次の推薦や面接準備に反映できる

逆にいうと、推薦条件を満たしたうえで推薦して、「社長が面接してNGでした」だけの合否連絡が3回続くと、“推薦しても無駄” “手が打てない” という心理状態になり、紹介会社内での優先順位が下がります。「どんな採用基準で見ている、何が良かったか、どこがダメだったか」をなるべく論理的・具体的にフィードバックすることがおススメです。

