



2025 年 10 月 23 日

各 位

会 社 名 株式会社 TalentX
代 表 者 名 代表取締役社長 鈴木 貴史
(コード番号：330A 東証グロース市場)
問 合 せ 先 専門役員 社長室長 太田 将善
(TEL 03-4500-2007)

＜採用マーケティングに関する実態調査＞

日本企業の採用活動がマーケティングへと進化する兆しが顕在化

この度、株式会社 TalentX は、中途採用に関わる人事担当者 219 名（以下「採用担当者」）を対象に「採用マーケティングに関する実態調査」を実施しました。

日本の労働人口が減少し、企業の人材獲得が激化する中、採用においては人を採るのではなく、人が集まる仕組みを構築するマーケティングの視点が求められています。本調査では、採用担当者の約 9 割が「人材紹介」「求人広告」以外の新たな手法を求め、採用マーケティング領域への投資が加速している実態が明らかになりました。

詳しくは添付のプレスリリースをご覧ください。

以 上

<採用マーケティングに関する実態調査>**日本企業の採用活動がマーケティングへと進化する兆しが顕在化**

**～採用担当者の約 9 割が「人材紹介」「求人広告」以外の新たな手法を求め、
採用マーケティング領域への投資が加速～**

株式会社 TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 CEO：鈴木 貴史、証券コード：330A、以下「当社」）は、中途採用に関わる人事担当者 219 名（以下「採用担当者」）を対象に「採用マーケティングに関する実態調査」を実施しました。

日本の労働人口が減少し、企業の人材獲得が激化する中、採用においては人を採るのではなく、人が集まる仕組みを構築するマーケティングの視点が求められています。「採用マーケティング」は、AI やテクノロジーとマーケティング戦略を駆使して採用候補者に対する自社の認知獲得、興味喚起、応募獲得、採用に至るまでの実践的アクションです。欧米では 2013 年頃から「採用マーケティング」が普及し、「人材紹介」や「求人広告」など外部に依存しない企業独自の採用力を高めてきました。

本調査は、日本企業の「採用マーケティングの実態」を明らかにし、その取組状況や効果、直面している課題を解明することを目的としています。

（参照 URL：<https://i-myrefer.jp/corp/download/381/input>）

2025年

採用マーケティング に関する実態調査

人材獲得競争が激化する中、採用の新たな可能性を調査

TalentX



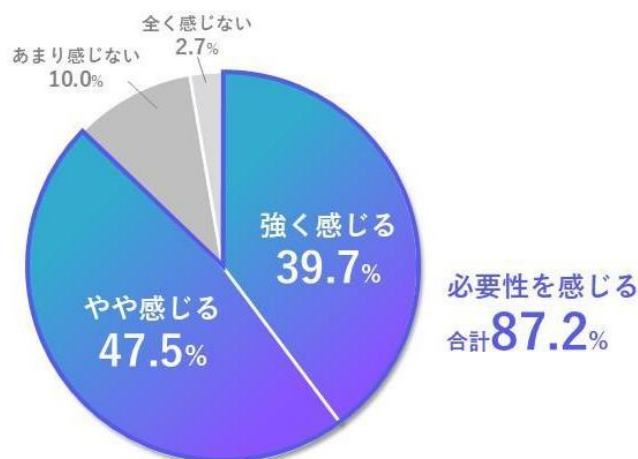
■調査結果概要

1. 採用担当者の約 9 割が「求人広告」や「人材紹介」以外の新たな採用手法を求めている
2. 約 6 割が「リファラル採用」を実施するなど、
採用マーケティング手法の実施割合が従来手法の「人材紹介」や「求人広告」に迫る
3. 「採用 MA サービス」、「動画作成」、「オウンドメディア作成」、「ATS」等の
採用マーケティング領域のツールを利用した企業の約 5 割が予算を増加
4. 採用マーケティング人材の強化は約 9 割が必要と回答。
専門的知識・スキルを持つ採用マーケティング人材強化への期待が高まっている

1. 採用担当者の約 9 割が新たな採用手法を求めている

「求人広告」や「人材紹介」以外の新たな採用手法の必要性について、「強く感じる」（39.7%）、「やや感じる」（47.5%）と、約 9 割が従来の採用チャネル以外の手法を求めており、従来の採用チャネルに限界が見え始めています。

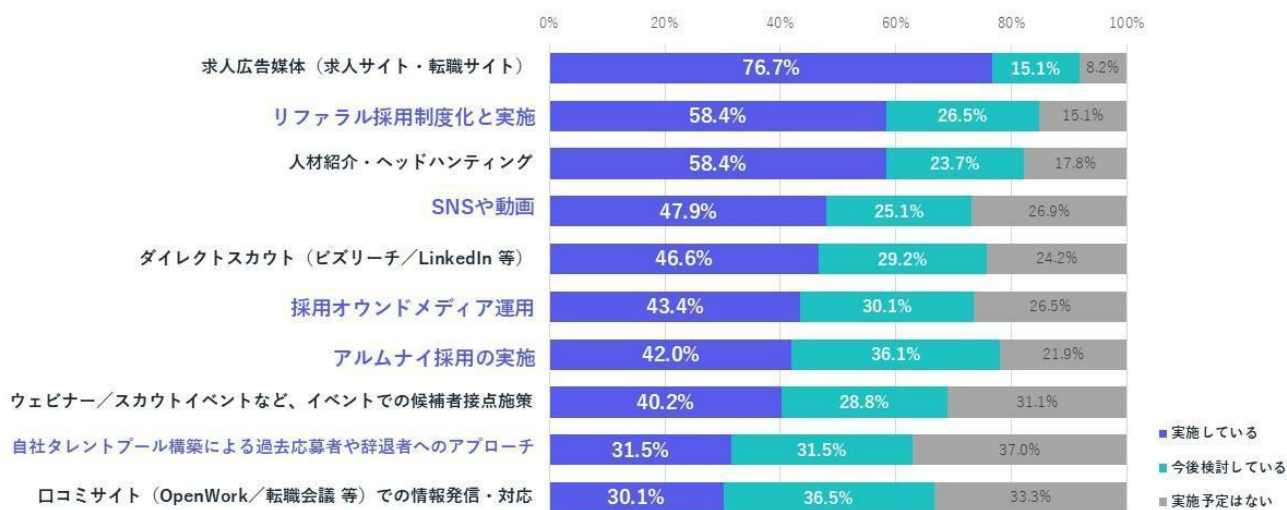
Q. 「求人広告」や「人材紹介」以外の新たな採用手法が必要だと感じますか（n=219）



2. 採用マーケティング領域の手法の実施割合は、従来型の人材紹介や求人広告に迫っている

現在、実施している採用手法について、「リファラル採用」（58.4%）、「SNS や動画」（47.9%）、「採用オウンドメディア運用」（43.4%）、「アルムナイ採用の実施」（42.0%）などの採用マーケティング領域の実施割合が従来型の人材紹介や求人広告の実施割合に迫っていることが明らかになりました。

Q. 現在の採用活動で以下の手法を実施しているかお答えください（n=219）※複数回答

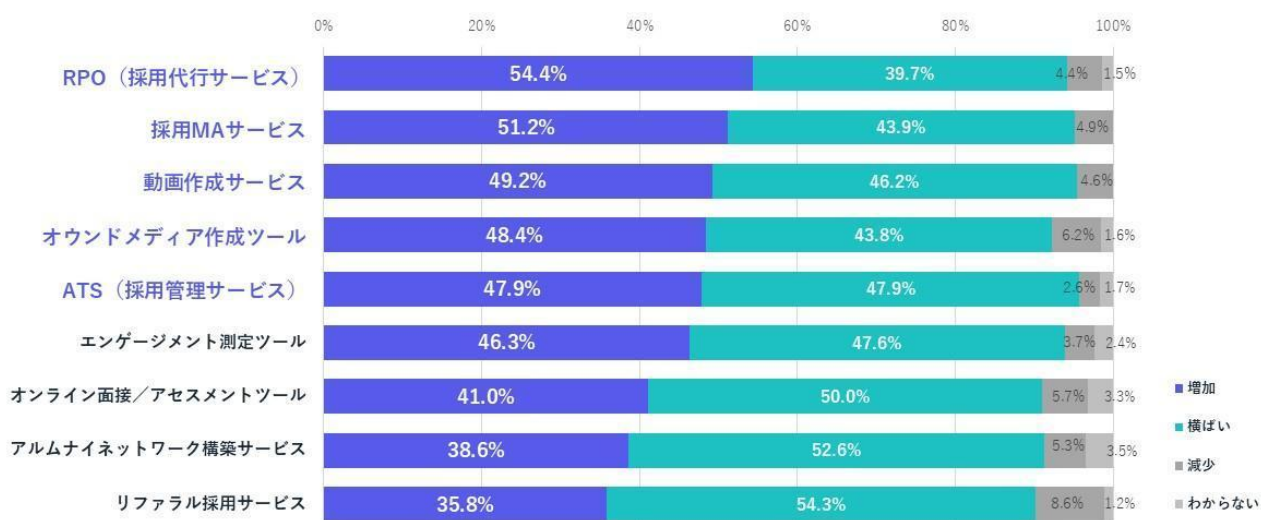


3. 前年比で予算増となった採用ツールやサービスは、採用マーケティング領域が上位に

前年比で予算増となった採用ツールやサービスは「採用 MA サービス」（51.2%）、「動画作成サービス」（49.2%）、「オウンドメディア作成ツール」（48.4%）、「ATS（採用管理サービス）」（47.9%）といった採用マーケティング領域が上位に挙がりました。また、「RPO（採用代行サービス）」（54.4%）が最も高く、ツール活用と専門人材の掛け合わせニーズの高まりも今後予想されています。

Q. 現在利用している採用ツールや採用サービスで、前年と比べた予算の増減を教えてください

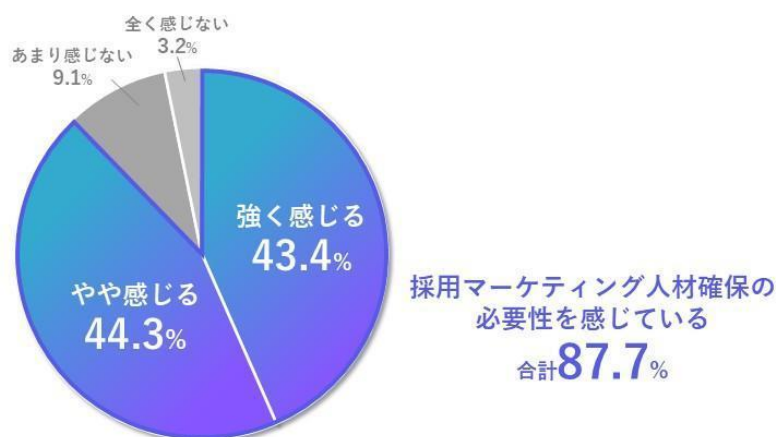
※本設問のパーセンテージの分母は、該当ツールやサービス「現在利用している」と回答した人数



4. 採用マーケティング人材の確保は約 9 割が必要と回答。専門的な知識・スキルを持つ採用マーケティング人材強化への期待が高まっている。

採用マーケティングの知識・スキルを持つ人材確保について、「強く感じる」（43.4%）、「やや感じる」（44.3%）と合計で、約 9 割が必要を感じている結果となりました。採用マーケティングを推進する上で、専門的な知識やスキルを持つ人材強化への期待が高まっています。

Q. 今後採用マーケティングの知識・スキルを持つ人材確保を強化する必要があると感じていますか（n=219）



■調査概要

調査名 : 採用マーケティングに関する実態調査
調査対象 : 従業員数 500 人以上の会社で働く中途採用に関わる人事担当者
有効回答数 : 219 名
調査期間 : 2025 年 9 月 18 日～9 月 19 日
調査方法 : インターネット調査
調査主体 : 株式会社 TalentX

※調査結果は、端数四捨五入の都合により合計が 100%にならない場合があります。

※全調査結果は以下の URL よりご覧ください。

<https://i-myrefer.jp/corp/download/381/input>

■企業の採用マーケティングを支援する当社サービスのご紹介

・採用 DX プラットフォーム「My シリーズ」

「My シリーズ」は、AI・テクノロジーで企業の採用活動をマーケティングに変革する採用 DX プラットフォームです。業界・企業規模問わず、簡単にリファラル採用を導入・活性化できるリファラル採用サービス「MyRefer」、過去つながりのあった採用候補者データを蓄積し、AI を活用してアプローチする採用 MA サービス「MyTalent」、ノーコードで自社の採用メディア・コンテンツを制作できる採用ブランディングサービス「MyBrand」を、ひとつの ID でシームレスに利用可能とし、採用マーケティングを一気通貫で支援します。2025 年 9 月末時点で、日本の時価総額上位 50 社のうち 40%以上（※）の企業に導入されております。

（※2025 年 9 月末時点の東証プライム上場企業の時価総額ランキングをもとに算出）

・採用コンサルティングサービス「RXO」

「RXO」は企業が目指す採用計画の達成に向け、部分的な採用オペレーション業務の代行（RPO）にとどまらず、人事採用部門のパートナーとして戦略・戦術の変革を実現します。「RXO」とは、TalentX の独自コンセプトであり、Recruitment Transformation Outsourcing を指します。リファラル採用やタレントプール、アルムナイなどの「My シリーズ」を通じて、企業の採用マーケティング活動を戦略から実務まで支援いたします。

・人事アウトソーシングサービス「すごい人事シリーズ」

当社グループの株式会社 Crepe が提供する 2,000 名を超える経験豊富なプロ人事フリーランスネットワークを活用し、成長企業がぶつかる人事課題を伴走しながら解決する人事アウトソーシングサービス。レンタルプロ人事マッチングサービス「すごい人事パートナー」、戦略立案から採用代行の実行、改善までワンストップで支援する「すごい人事採用おまかせパック」、人事にまつわる課題を解決へ導く伴走型人事コンサルティングサービス「すごい人事コンサルティング」等の提供で、これまで約 200 社を支援。

■会社概要

社名：株式会社 TalentX（証券コード：330A）

所在地：〒162-0825 東京都新宿区神楽坂 4-8 神楽坂プラザビル G 階

代表：代表取締役社長 CEO 鈴木 貴史

設立：2018 年 5 月 28 日

会社 HP：<https://talentx.co.jp>

サービス HP：<https://mytalent.jp/>