



WHAT IS CANDIDATE EXPERIENCE

Candidate Experience（採用CX）とは何か

採用活動におけるパラダイムシフトと経営インパクト

■■■ 経営支援

■ CONTENTS

目次

- | | | | |
|----|-------------------------------|----|------------------------------|
| 01 | 採用CXとは — 定義と5つの接点 | 06 | データで見る採用CXのインパクト ① |
| 02 | Candidate Experienceの歴史（米国発祥） | 07 | データで見る採用CXのインパクト ② — 口コミへの波及 |
| 03 | 海外では当たり前、日本でも必要な理由 | 08 | これからの採用競争力 — 効率化から「体験設計」へ |
| 04 | 候補者は「顧客」である — 採用のパラダイムシフト | 09 | ご相談の流れ |
| 05 | 従来型採用とCX主導型採用の比較 | 10 | 会社概要・お問い合わせ |

■ WHAT IS CANDIDATE EXPERIENCE

採用CXとは — 定義と5つの接点

Candidate Experience（候補者体験） とは、応募者が企業の採用活動を通じて感じる「体験全体」を指します。応募者は求人情報だけで企業を評価しているわけではなく、応募から選考終了までのすべての接点を通じて、企業への印象を形成しています。

Candidate Journey — 応募者が企業と接点を持つ5つの段階

01

認知・検索

02

応募

03

選考・面接

04

結果通知

05

内定・入社

採用CXは「点」の対応ではなく、応募から選考終了までの「すべての接点」の連続で決まります。

■ HISTORY

Candidate Experienceの歴史 — 米国で生まれた概念

Candidate Experienceは、2010年前後のアメリカで広まり始めた考え方です。SNSの普及や口コミ文化の拡大を背景に、「候補者も企業にとって重要な顧客である」という認識が定着していきました。



※ SNS = Social Networking Service ※ ATS = Applicant Tracking System (採用管理システム) ※ HR Tech = 人事・採用領域のテクノロジー

海外では当たり前、日本でも必要に

海外（欧米）

- ・ 候補者体験の測定・改善は、採用活動の標準的な取り組みとして定着
- ・ 応募者満足度や面接体験の評価を継続的に測定し、採用プロセスを設計
- ・ HR TechやATSにも「Candidate Experience」が標準概念として組み込み済み

日本の現在地

- ・ 2018年頃から言葉は広がったが、実務運用への浸透はこれから
- ・ 慢性的な人材不足により、応募者一人ひとりの体験の重みが増している
- ・ ATSの普及で応募は集めやすくなった一方、応募後の運用に課題が残る

求職者の行動は国境を越えて似通ってきています。海外で標準となった「候補者体験への配慮」は、人材不足が続く日本でこそ、着実に取り組む価値のあるテーマです。

候補者は「顧客」である — 採用のパラダイムシフト

従来の世界観



企業が候補者を「評価する」

一方向のプロセスとして
採用活動を捉える



採用CXの世界観



候補者は企業を評価し、
選択する「顧客」である

すべての接点が、企業が選ばれる
かどうかの判断材料になる

「候補者も企業にとって重要な顧客である」という認識の転換が、採用CXの出発点です。

■ COMPARISON

従来型採用とCX主導型採用の比較

採用CXの考え方を取り入れると、採用活動の設計はこう変わります。ゴール・プロセス・不採用者への向き合い方に、発想の違いが表れます。

従来型採用



「採用数の最大化」がゴール

- 手段として応募者数の確保を重視
- 企業都合・効率重視の機械的な処理
- 不採用者とは関係性が終了（サイレントお祈り）

CX主導型採用



「候補者体験の質の最大化」がゴール

- 候補者目線・パーソナライズされた体験設計
- 応募後のすべての接点品質を高める
- 不採用者も将来の顧客・ファンとしてフォロー

単なる「応募受付代行」や「効率化」ではなく、接点品質そのものが採用競争力となる、という発想の違いです。

※ サイレントお祈り = 選考結果の連絡をせず、不採用であることを暗黙のうちに伝えること

データで見る採用CXのインパクト ①

米国の求職者500名を対象とした調査では、選考過程での体験が応募者の意思決定に直接影響していることが示されています。

52%

選考過程での悪い体験を理由に、内定を辞退した経験がある求職者の割合

76%

良い候補者体験が内定承諾の決め手になったと回答した求職者の割合

採用の成否は、求人内容だけでなく「選考過程でどのような体験を提供できたか」に左右されています。

出典：CareerPlug『2024 Candidate Experience Report』（米国・求職者500名調査）

データで見る採用CXのインパクト ② — 口コミへの波及

54%

企業からのコミュニケーション不足により、選考プロセスを離脱した候補者の割合

57%

ポジティブな体験をオンラインの口コミで共有する候補者の割合

28%

ネガティブな体験をオンラインの口コミで共有する候補者の割合

不採用となった候補者であっても、その体験は口コミを通じて**次の応募者の行動と採用ブランド**に影響します。応募後の対応は、一人の応募者にとどまらない広がりを持っています。

■ CONCLUSION

これからの採用競争力 — 効率化から「体験設計」へ

システムによる効率化と、人的接点の高品質化。この掛け算が、これからの採用競争力を決めます。

採用活動を、どう設計するか

システム導入・効率化だけで完結

— では候補者の心は動きません

応募後の体験を「企業の採用価値」として設計する

求職者の期待値を超えるプロセス全体の体験設計が、採用成果を決定づけます

▶ 実践編『採用CXコミュニケーションとは何か』では、この体験設計を実務に落とし込む考え方と運用のポイントをご紹介します。

※ CX = Candidate Experience（候補者体験）

■ NEXT STEP

貴社の「応募後のコミュニケーション」、見直してみませんか

多くの企業において、応募者との接点品質にはまだ大きな改善の余地が眠っています。「社外人事部」として、貴社の採用を前に進めるお手伝いをいたします。まずはお気軽にご相談ください。

01 採用課題のヒアリング



応募から面接までの現状のボトルネックを整理します

02 採用CXの現状診断



コミュニケーションの観点から改善余地を診断します

03 無料相談



現場の負担軽減や、貴社に最適な運用体制についてご相談を受けします

04 他社事例の情報交換



同業他社の成功事例やデータをもとにしたディスカッション

■ COMPANY PROFILE

会社概要・お問い合わせ

社名	株式会社経営支援
代表	代表取締役 茶谷 武志
所在地	東京都町田市森野1-10-6 パールビル2階
設立	2007年5月
事業内容	コンタクトセンター事業（採用CX支援／ 採用コミュニケーション代行®／ユーザーサポート窓口運営） ITサポート事業（業務改善・自動化支援） ソリューション事業（代理店事業）
実績	採用センター運営19年／創業以来の取引社数 延べ200社以上 年間約25万件の応募コミュニケーションを支援
従業員数	35名
認定	プライバシーマーク付与認定第10861828(09)号



採用CXを、確かめることから

採用CX診断（無料）のご案内

貴社の応募者対応の現在地を、
診断項目にもとづいてご確認いただけます

お問い合わせ・ご相談は
当社Webサイトより承ります

<https://keiei-shien.co.jp>

スマートフォンからは右の
QRコードをご利用ください

