

新卒ダイレクトリクルーティングにおける A B テストを用いた スカウト CV 率向上に向けた要因分析

早稲田大学 *赤塚アロンソ, 東京大学 川中孝章, 早稲田大学 枝川義邦, 早稲田大学 大野高裕

Factor Analysis for Improving the Scouting CV Rate Using A B Test in New Graduate Direct Recruiting

Waseda Univ. *Alonso AKATSUKA, The University of Tokyo Takaaki KAWANAKA,

Waseda univ. Yoshikuni EDAGAWA, Waseda univ. Takahiro OHNO

1. 研究の背景と目的

日本では、高度経済成長期以降「新卒一括採用」をベースにして経済成長を遂げてきた。しかし、「終身雇用」、「年功序列」制度の崩壊や就活ルールの廃止などに伴い、新卒一括採用の維持が難しいという声が多く挙げられている。また少子高齢化に伴って、労働人口が減少しつつある中では、有効求人倍率も年々高まっており、採用が困難になってきている。特に大手に比べて知名度や優位性に劣っている中小企業ではそもそも学生が集まらない問題を抱えている企業も多い。売り手市場の中で採用を成功させるためには、**顕在層**だけではなく**潜在層**へのアピールも必要である。このような中で優秀な人材を採用することはさらに難しく、従来の求人サイトや人材紹介などの「待ち」の採用ではなく、企業が自ら主体的に自社にフィットする人材を見つけて採用する「攻め」の採用が必要になってくる。加えて、なかなか求める人材を採用できない企業では採用にかかるコストがかさんでしまう問題も挙げられる。求人サイトでは採用ができなくても掲載に費用がかかり、人材紹介では採用が成功したとしても費用が割高になる可能性が高い。これに対して、採用コストをおさえつつも、自社にあった優秀な人材を採用することができる可能性があるため、ダイレクトリクルーティング (以下「DR」という。) が近年注目を集めている。

この DR の概要は図 1 のようになっている。採用企業が求めている人物像を DR 会社に提示して、DR 会社が自分たちのデータベースから与えられた条件にマッチする求職者へスカウトを送る、スカウトが承諾されるとその後、**求職者は採用企業との説明会や面**

接案内され、内定にいたった場合に採用企業から DR 会社に費用が発生するといった形になっている。

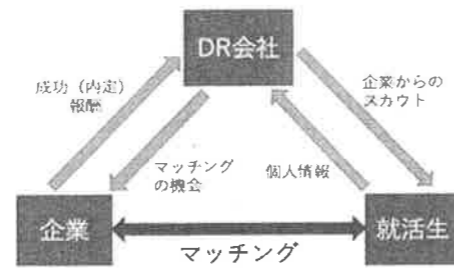


図 1. ダイレクトリクルーティングのビジネスモデル

このサービスは中途採用においては多く活用事例が挙げられているが、新卒採用ではまだまだ活用事例がそこまで多くなく、成長の余地がある市場だと考えられる。しかし、新卒採用において母集団形成から最初の接点であるスカウト承諾率は低い現状があり、DR 会社はより多くの学生を採用企業の選考に誘導したいと考えている。そのため、どのようにすれば承諾率が上がるのか日々社員の経験則に基づいた AB テストなどを用いて**試行錯誤**を行なっているが、承諾率を大きく向上させる要因が明らかにできておらず、結果が出せていないのが現状である。

以上の背景を踏まえ、本研究では、新卒採用において DR で学生がスカウトを承諾する要因を過去の社員の経験則に基づいて行われた AB テストの結果を踏まえて明らかにすることを目的とする。その際、学生がスカウトを承諾するまでの思考プロセスを購買決定プロセスと照らし合わせて考えてゆく。

2. 研究内容

2.1 研究概要

過去に行われてきた AB テストを参考にコンバージョン

(以下「CV」という。)率を向上させるスカウト文の変更パターンや傾向を抽出し、スカウト文の変更点を受け取り手である学生にどのような影響をなぜ与えることが出来たのかを明らかにする。

2.2 研究方法

今回の研究を行う上で、DR サービスを行なっている株式会社 Matcher の過去実施されたスカウト AB テストのデータを活用する。

研究手順に関しては、以下の 4 ステップで行う。

① AB テストデータの収集・整理

データの収集を行い、CV 率が改善しているデータの選別と変更パターンごとの分類分けを行う。

その後、変更パターンごとに学生が感じた印象や承諾に影響を与えた要因を購買行動モデルと照らし合わせて仮説を立てる。

② 就活生へのヒアリング

実際にスカウトの受け取り手となる就活を行なっている学生に CV 率が向上した AB テストの変更前後を見てもらい、上記で立てた**仮説**以外に新たな影響要因の有無をヒアリングにより**確認**を行う。

③ アンケートの実施・分析

変更パターンごとの CV 率が向上する要因仮説に基づいたアンケートを作成し就職活動を行なっている学生に対して実施をする。その後アンケート結果と CV 率のデータをもとに、因果関係をグラフ構造で表現するモデリング手法のベイジアンネットワークを構築する。

④ 検証

ベイジアンネットワークによって明らかになった学生のスカウト承諾要因をもとに、改めてスカウト文を作成し、DR 会社で AB テストとして実行をする。結果として CV 率が改善すれば本研究の目的が達成され検証が成功した事となる。

また承諾率が向上するはずの変更パターンと同じ変更を行なっているのにも関わらず、CV 率の改善が見られない AB テストに関してはアイトラッキングを活用して、学生がスカウト文のどここの点に着目しているのかを検証し新たな発見に繋げていく。

2.3 研究の特色

本研究の特色として 3 点挙げられる。

1 つ目は従来研究で就職活動全般について取り上げるものは多くあるが、近年需要が高まる DR の特徴を浮き彫りにする研究はほとんど行われておらず、新規性が高いと考える。

2 つ目は、DR のスカウト承諾思考を購買決定プロセスと照らし合わせて考える研究は独自性の高いものだと考える。

3 つ目は、本研究で取り上げている課題は DR 会社が日々頭を抱えている課題である事。本研究でスカウトの承諾要因を明らかにし、それらを考慮したオファーモデルの構築により、承諾率が向上することができたのならば、採用企業、学生、DR 会社三者にとって有益な知見を得ることになり、社会貢献度の高い研究になると考える。

3. おわりに

過去の**経験則**によって作成されてきた AB テストを参考に学生のスカウト承諾要因を明らかにすることで、企業にとっては求人サイトや人材紹介よりも低コストでの欲しい人材の確保、DR 会社にとっては報酬を得られる機会の増加、学生にとってはファーストキャリアの選択肢の可能性が増える。このように三者にとって有益な知見を得ることになり、プラスの影響が与えられることができる。また、DR に限らず他のスカウト活動における文章の作成現場への適用実現可能性が高く、拡張性が期待できる。

4. 参考文献

- [1] 服部泰宏:「採用学」,新潮社 (2016)
- [2] 高山奨史,新倉竜也:「ダイレクト・リクルーティング -新しい採用の常識-」,同文館出版 (2018)
- [3] 野津創太:“日本企業における若年者の早期離職 -組織コミットメント概念による増加要因の考察-” 東北大学大学院経済学研究科博士論文 11301 甲第 17830 号 (2018)
- [4] 中島弘至:“就職ミスマッチの構造的要因 -就活ルールにみる不公平-” 関西大学高等教育研究 Vol. 7, pp. 91-103 (2016)
- [5] 中島弘至:“新卒労働市場の制度論的分析 -なぜ就活協定 (就活ルール) は守られないのか-” 東京大学大学院教育学研究科紀要, Vol. 57, pp. 95-102 (2018)