

## 人手不足に悩む業界の採用課題を解決 業界特化型採用サイト集客「Findin Core」を開始

採用サイト集客の最適化で、持続的な人材確保と採用効率の向上を実現



RPO（採用業務代行）・採用コンサルティングを行う株式会社ツナググループ・ホールディングス（本社：東京都中央区、代表取締役兼執行役員社長：米田 光宏、以下「ツナググループ」）は、サービス・小売・飲食、物流・製造、清掃・ビルメンテナンスといった人手不足が深刻化する業界に向け、業界特性を踏まえた採用サイト集客の最適化「Findin Core（ファインドインコア）」を展開します。

本取り組みは、ツナググループが10年以上にわたり提供してきた採用特化型 Web 集客サービス「Findin」で蓄積した運用データや知見をもとに、業界ごとに“勝ちパターン”を体系化した新プランを開発し、2026年4月1日より提供を開始しました。採用サイトへの集客から応募・採用までを一貫して最適化し、再現性のある採用成果の創出を目指します。

### ■背景：2030年、年間約50億時間の労働需給ギャップと採用課題の高度化

日本では、2030年に年間約50億時間の労働需給ギャップが生じると予測されており、特にサービス・小売・飲食、物流・製造、清掃・ビルメンテナンスなどの分野では、人材確保の難易度が急速に高まっています。

これらの業界では、慢性的な人手不足に加え、採用現場において次のような課題が顕在化しています。

- 応募数は一定数集まるものの、志望度が低く採用に至らない
- 早朝・夜間など特定の時間帯で人材が確保できない
- エリアや拠点ごとに応募・採用成果に大きな差が生じる

このように、人手不足は単なる「応募数の問題」ではなく、業界ごとに異なる採用構造をどう捉え、どう設計するかが問われる段階に入っています。

## ■新プラン開発の背景：成果を左右する「採用サイト集客」の最適化

近年、求職者の仕事選びは求人媒体だけで完結するものではなく、スマートフォンやSNSを起点に、仕事内容・働き方・職場環境などを事前に比較・理解した上で応募可否を判断する行動へと変化しています。その結果、求人情報そのもの以上に、採用サイトを中心とした情報設計と集客導線が、応募の質や採用率に大きな影響を与えるようになっていきます。

ツナググループではこうした変化に対応する形で、“広告を配信する”ことそのものではなく、採用成果に結びつく形で、採用サイトへの集客をいかに最適化するかを中核に据えた支援として、採用特化型 Web 集客サービス「Findin」を展開してきました。「Findin」を通じて、10年以上にわたり多様な業界の採用課題と向き合ってきた中で明らかになったのが、採用サイト集客において成果につながる手法や訴求、導線は、業界ごとに大きく異なるという点です。同じ集客手法であっても、業界や職種によって応募の質や採用成果に差が生じるケースが多く見られました。

そこでツナググループは、「Findin」で培ってきた運用知見を業界別に整理・体系化し、人手不足が特に深刻な領域において、業界特性や採用構造を前提とした集客・運用の最適解をあらかじめ組み込んだモデルとして、業界特化型プラン「Findin Core」を開発・展開することとしました。

「Findin Core」は、個別最適に頼りがちな採用サイト集客を、一定の再現性をもって成果につなげるための実践モデルとして位置づけています。

## ■業界特化モデル「Findin Core」とは

「Findin Core」は、採用サイト集客の最適化を軸とした「Findin」を基盤に、人手不足が特に深刻な業界において、採用構造に合わせた集客・運用設計を組み込んだ業界特化モデルです。

広告配信においては、蓄積された自社データベースを活用。媒体側の自動最適化機能だけに依存せず、過去の応募・採用データや行動傾向を踏まえた運用改善を重ねることで、無駄な配信を抑えながら成果につながる集客を目指します。



## 【主な特徴】

### 1. 10年以上の運用知見を基に、再現性を重視した採用サイト集客の最適化

採用特化型 Web 集客サービス「Findin」を通じ、10年以上にわたり蓄積してきた応募・採用・行動データをもとに、属人化しがちな運用判断を抑え、再現性を重視した採用サイト集客の最適化を行います。

### 2. 業界特性に合わせて整理・型化された“勝ちパターン”

「Findin Core」では、これまでの運用実績から見えてきた業界ごとに成果が出やすい集客設計・訴求・導線の考え方を整理・標準化。業界によって異なる課題構造や求職者行動を前提に、配信設計、訴求軸の設計、採用サイトへの遷移・回遊の設計を最初から組み込むことで、比較的短期間でも成果を実感しやすい集客モデルを目指します。

### 3. 多様な配信ネットワークを活用した柔軟な母集団形成

Web・SNS・アプリなど 200 万以上の配信面を活用し、国内インターネット利用者の 9 割以上<sup>※1</sup> にリーチ可能な集客環境を構築。幅広い配信面を前提とすることで、エリア、時間帯、職種特性などに応じた柔軟な集客設計が可能となり、約 4,000 万人規模<sup>※2</sup> の利用データを活用し、顕在層だけでなく、これまで接点を持ちにくかった潜在層にもアプローチします。

※1 「Findin」で活用している主要広告媒体の公式公開データをもとに、当社にて配信先のリーチを集計・算出

※2 「Findin」で活用している主要広告媒体の公式公開データをもとに、配信ネットワークのリーチを当社にて集計した推計値（媒体間の重複を含む）

## ■導入実績・成果

採用特化型 Web 集客サービス「Findin」を導入した企業では、業界ごとの採用課題に応じて、採用サイト集客の最適化を行うことで、応募数・採用数・採用効率の改善といった成果が確認されています。

#### ● サービス・小売・飲食業界

自社採用サイトへの集客を強化した結果、採用サイト経由の応募が全体の約 40%、採用数では約 50%を占める主要な採用チャネルへと成長しました。採用率の高い集客手法として定着し、全体の採用成果向上に寄与しています。

#### ● 物流・製造業界

従来の求人媒体を中心とした採用手法を見直し、採用サイト集客を取り入れた結果、応募数は約 2.5 倍、採用数は約 5 倍に増加しました。また、採用単価は約 200 万円から約 60 万円へと大幅に低減し、コスト・効率の両面で改善が見られています。

#### ● 清掃・ビルメンテナンス業界

複数の求人媒体（17 媒体）に分散していた採用施策を再設計し、採用サイト集客を軸に一元化した結果、「Findin」単体で応募数は約 2 倍、採用数は約 2.5 倍を創出しました。再現性のある、効率的な採用体制の構築につながっています。

## ■今後の展望

ツナググループでは、今後も「Findin」を軸とした採用支援の取り組みを深化させるとともに、業界特性を踏まえた支援モデルの整理と高度化を進めていきます。また、蓄積された運用データや知見を活用しながら、企業が持続的に人材を確保できる採用体制の構築に貢献してまいります。

参考：「Findin」 サービスサイト

<https://service.tsunagu-grp.jp/findin>

### 【ツナググループについて】

社 名：株式会社ツナググループ・ホールディングス（東証スタンダード 証券コード：6551）

所 在 地：東京都中央区銀座 7-3-5 ヒューリック銀座 7 丁目ビル 7・8 階

代 表 者：代表取締役兼執行役員社長 米田 光宏

事業内容：採用ソリューション事業（採用コンサルティング・アウトソーシング等）、労働者派遣事業、有料職業紹介事業等を行うグループの経営戦略策定及び経営管理並びにそれらに付帯する業務

U R L：<https://tghd.co.jp/>

日本の社会課題である「2030 年労働需給ギャップ解消」を目指す、ソリューションカンパニーであるツナググループは、コンサルティング×RPO(採用業務代行)×データベースを基軸事業として、従業員 1,000 名を超える大手企業を中心にあらゆるソリューションを提供しております。

#### 【報道・取材関連に関するお問合せ先】

株式会社ツナググループ・ホールディングス

広報担当（本岡・白川） Mail：[tghd-info@tsunagu-grp.jp](mailto:tghd-info@tsunagu-grp.jp)