

2025年 採用実態調査レポート

364件の回答から見えた、採用チャネルごとの役割と使い分け

本資料はアンケートご回答者様限定で共有している内容です。
第三者への転送・共有はお控えください。

 ウェルミージョブ

2026年1月

調査概要

項目	内容
調査目的	介護・医療・福祉領域における採用活動の実態を把握し、採用チャネルの利用状況や組み合わせ方の傾向を明らかにする
調査対象	介護・医療・福祉関連事業所の採用担当者
有効回答数	364件
調査方法	インターネットアンケート
調査時期	2025年12月～2026年1月
主な設問	利用チャネル／採用体制／併用状況／手法別利用理由

【採用は「人材紹介を軸に他チャネルを組み合わせる構造」へ】

本調査(N=364 ※Nは回答者数)から、現在の採用活動は、ハローワーク・人材紹介を基盤としながら、他チャネルを組み合わせて運用する形が主流となっている実態が明らかになりました。

ハローワーク(82.4%)と人材紹介(81.0%)が中心である一方、求人広告(59.1%)や自社採用HP(58.2%)などの活用も広がっており、採用チャネルは多様化しています。特に採用体制が拡大するほど、ハローワーク＋人材紹介といった従来の組み合わせに加え、求人広告なども含めた**複数チャネルで採用を行う法人が増えています**。

さらに、求人広告を利用している法人に限っても**採用体制の拡大に伴い掲載媒体数は増加しており、採用は「単一媒体運用」から「複数媒体運用」へと広がっています**。

現在の採用活動は「ハローワーク・人材紹介を軸に、他チャネルで補完する構造」かつ「複数媒体を併用して運用する構造」が標準的な形になっていると整理できます。

【求人広告は「紹介の代替」ではなく「採用を補完する手法」として拡大】

医療・介護業界では人材紹介が長く中心的手法でしたが、コストや充足の安定性といった課題を背景に、近年は求人広告などを組み合わせる動きが広がっています。求人広告は人材紹介を置き換える存在というより**人材紹介だけでは補いきれない応募母集団や採用スピードを支える手法として活用が広がっている段階**にあります。

【人材紹介に「求人広告」を組み合わせませんか？】

人材紹介が採用の基盤であることは変わりませんが、調査からは他手法を組み合わせる運用がすでに広がっていることが確認されました。求人広告は**応募母集団の拡大、採用スピードの補完、コスト構造の分散**といった役割を担う手法として活用されています。

人材紹介に加えて**求人広告を併用し、さらに採用チャネルを複線化することが、より安定した採用活動につながると考えられます**。

1. 採用手法の利用実態：ハローワーク+人材紹介が依然主軸

Q.3 現在利用している採用方法を教えてください

分類	具体的な手法	利用率(N=364)
A. 公的機関の活用	ハローワーク	82.4% (300)
B. 自社直接運用・縁故	職員紹介(リファラル)	69.2% (252)
	自社採用HP	58.2% (212)
	SNS(Instagram・Xなど)	16.8% (61)
C. 外部サービス	人材紹介	81.0% (295)
	求人広告	59.1% (215)
	スポットワーク	9.6% (35)
その他		5.5% (20)

★ハローワーク+人材紹介が依然主軸

- ハローワーク(82.4%)は依然として主要な採用チャネルであり、職員紹介(69.2%)や自社HP(58.2%)、SNS(16.8%)といった取り組みも広く行われています。しかし、これら比較的成本を抑えた手法だけでは必要人数を十分に確保できないケースも多く、その結果と**人材紹介(81.0%)への依存度が高い状態が続いている**と考えられます。
- **人材紹介は有効な手法**である一方、**コスト面の負担も大きい**という課題があります。そのため**求人広告(59.1%)**や**スポットワーク(9.6%)**といった手法を併用する動きが見られます。

2. 採用手法の利用実態(体制別):採用担当が増えるほど、採用は他チャネル化

Q.3 現在利用している採用方法を教えてください

採用手法	1名体制 (N=122)	2~3名体制 (N=211)	4名以上体制 (N=31)
ハローワーク	76.2% (93)	84.4% (178)	93.5% (29)
人材紹介	73.8% (90)	83.9% (177)	90.3% (28)
職員紹介(リファラル)	64.8% (79)	70.1% (148)	80.6% (25)
求人広告	49.2% (60)	63.5% (134)	67.7% (21)
自社採用HP	46.7% (57)	63.0% (133)	71.0% (22)
SNS (Instagram・Xなど)	10.7% (13)	19.4% (41)	22.6% (7)
スポットワーク	8.2% (10)	8.5% (18)	22.6% (7)

★ 採用担当が増えるほど、採用は “多チャネル化” する

- 採用担当が1名体制では、人材紹介(73.8%)やハローワーク(76.2%)といった主要チャネルの利用率が高い一方で、求人広告の利用は総割にとどまっています。
- 採用体制が2~3名、さらに4名以上へと拡大するにつれて、求人広告を含む各手法の利用率が段階的に上昇しています。
- 特に4名以上体制では、ハローワーク(93.5%)・人材紹介(90.3%)に加え、求人広告(67.7%)やスポットワーク(22.6%)などの手法も併用されており、採用チャネルの幅が広がっている様子がうかがえます。

3. 体制別：人材紹介と求人広告の併用状況

Q.4 最近採用活動した際に、人材紹介と求人広告の利用状況を教えてください

採用手法	1名体制(N=122)	2～3名体制(N=211)	4名以上体制(N=31)	総計(N=364)
人材紹介のみ	27.0%(33)	23.7%(50)	19.4%(6)	24.5%(89)
求人広告のみ	25.4%(31)	14.7%(31)	3.2%(1)	17.3%(63)
併用(両方利用)	47.5%(58)	61.6%(130)	77.4%(24)	58.2%(212)

★ 採用体制の拡大に伴い、採用手法は「単独」から「併用」へ移行

- 求人広告と人材紹介の併用率は、1名体制で47.5%、2～3名体制で61.6%、4名以上体制で77.4%と、体制の拡大に伴い段階的に上昇しています。このことから、採用体制が拡大するにつれて複数の採用手法を組み合わせる運用が一般的になっている状況が読み取れます。
- 「人材紹介のみ」と「併用」を合わせた割合は、1名体制で74.6%、2～3名体制で85.3%、4名以上体制で96.8%にのびります。体制規模にかかわらず、多くの法人で人材紹介が主要な採用手法として組み込まれており、採用運用の中で基盤的な役割を担っている様子がうかがえます。

4. 体制別：人材紹介のみを利用する理由

Q.4-2 「人材紹介だけ利用」の理由を教えてください(複数選択可)

人材紹介だけを利用する理由	1名体制 (N=33)	2～3名体制 (N=50)	4名以上体制 (N=6)
求人広告では応募が集まりづらい 求人広告では欲しい職種・有資格者が採用しづらい	66.7% (22)	78.0% (39)	100.0% (6)
成功報酬型で無駄が出にくい	33.3% (11)	56.0% (28)	83.3% (5)
採用業務を代行してくれる	12.1% (4)	20.0% (10)	16.7% (1)

※4名以上は回答数 (N=6)が少ないため参考値

★人材紹介“のみ”利用の背景には「求人広告では採用が難しい」という認識

- 1名体制では66.7%、2～3名体制では78.0%が「求人広告では応募が集まりづらい／欲しい職種・有資格者が採用しづらい」ことを理由に挙げており、“求人広告で採用が難しいため紹介に頼る”という構造がうかがえます。
- 次の多い理由は「成功報酬型で無駄が出にくい」で1名体制で33.3%、2～3名体制で56.0%と、費用面のリスクを抑えられる点も人材紹介依存を後押ししている様子が見られます。
- 一方で「採用業務を代行してくれる」といった負荷軽減を理由に挙げる割合は～2割程度にとどまり、“運用が楽だから使う”というよりも、“他手法で採用が難しいため紹介に頼る”側面が強いと考えられます。

5. 体制別：求人広告だけを利用する理由

Q.4-1 「求人広告だけ利用」の理由を教えてください(複数選択可)

求人広告だけを利用する理由	1名体制 (N=31)	2～3名体制 (N=31)	4名以上体制 (N=1)
費用が安い 人材紹介は費用が高い	74.2% (23)	87.1% (27)	100% (1)
自社で完結できる	22.6% (7)	25.8% (8)	0% (0)

※複数回答可のため、N数よりも回答数が多い場合があります。また、「費用が安い」「人材紹介は費用が高い」「自社で完結できる」以外の選択肢も存在します。

※4名以上は回答数 (N=1)が少ないため参考値

★「安さ」で選ぶ求人広告

- どの体制でも「費用面」が圧倒的な理由です。特に2～3名体制では87%に達しており、「紹介会社は高いから、本当は求人広告でコストを抑えたい」という強いニーズが確認できます。
- 「自社で完結できる」と回答した法人は総割で、「応募者対応まで自社で主導したい」というニーズも一定数存在しますが、コスト理由と比べると少数派です。

6. 体制別：求人広告の併用数

Q.3 現在利用している採用方法を教えてください「求人広告」を利用しており、Q.5 以下の求人広告媒体について、ご利用状況を教えてください「掲載している」サービス数を集計

掲載媒体数	1名体制(N=60)	2~3名体制(N=134)	4名以上体制(N=21)	合計(N=215)
0媒体	10.0% (6)	6.0% (8)	9.5% (2)	7.4% (16)
1媒体	21.7% (13)	19.4% (26)	9.5% (2)	19.1% (41)
2媒体	25.0% (15)	23.1% (31)	9.5% (2)	22.3% (48)
3媒体	25.0% (15)	27.6% (37)	19.0% (4)	26.0% (56)
4媒体	8.3% (5)	15.7% (21)	33.3% (7)	15.3% (33)
5媒体	8.3% (5)	6.0% (8)	14.3% (3)	7.4% (16)
6媒体すべて	1.7% (1)	2.2% (3)	4.8% (1)	2.3% (5)
平均掲載数	2.2 媒体	2.5 媒体	3.1 媒体	2.5 媒体

★ 採用体制によって掲載媒体数が広がる

1名体制：掲載は**1~3媒体が中心**で、媒体数は最小限に抑えられています。人手の制約が強く、媒体を増やす以前に運用負担がボトルネックになっていると考えられます。

2~3名体制：掲載は**2~4媒体へ広がり**、複数媒体の併用が進んでいます。媒体を増やせる体制にはありますが、運用負担とのバランスを考慮していると考えられます。

4名以上体制：**3~5媒体の多媒体掲載**が進み、水準が他体制より明確に高くなっています。採用業務を分担できるため、媒体数を増やした運用が可能になっていると考えられます。

7. ウェルミージョブが最優先媒体に選ばれる理由は「サポート力」

最優先媒体に選んだ理由	ウェルミージョブ (N=54)	A社(N=99)	B社(N=35)
担当者のサポートが良い	25.9% (14)	9.1% (9)	14.3% (5)
提案内容がわかりやすい	22.2% (12)	13.1% (13)	2.9% (1)
原稿の作成・修正がしやすい	14.8% (8)	30.3% (30)	20.0% (7)

★ウェルミージョブの独自性：“採用実務を支える存在 ”として評価されている媒体

- ウェルミージョブを最優先とする人の4人に1人(25.9%)が「担当者のサポート」を理由に挙げており、他媒体と比べて高いです。
- 提案内容についても22.2%と高く、利用者は「自社だけで運用する」のではなく「一緒に考えてもらえる」点に価値を感じていることが分かります。

1. 採用のスタンダードは「ハローワーク」「人材紹介」

現在の採用活動は、ハローワークで母集団を形成し、人材紹介で確実性を補完する形が主流となっています(利用率:ハローワーク 82.4%、人材紹介81.0%)。一方で、人材紹介への依存は採用コストの増加につながりやすい側面もあります。

2. 求人広告の活用が進む一方で高まる運用負担

求人広告はすでに約6割の法人が利用しており、主要な採用チャネルの一つになっています。本調査では、求人広告利用法人の平均掲載媒体数は2.5媒体となっており、複数サービスを併用する運用が一般化しています。特に4名以上体制では平均3媒体以上を同時掲載しており、媒体数の増加に伴い、原稿更新・改善・効果確認などの運用負担も大きくなっている状況がうかがえます。

3. ウェルミージョブは「伴走」型サービス

調査では、ウェルミージョブは他の求人広告サービスと比較して「サポート」「提案力」への評価が高いことが分かりました。単なる広告掲載ではなく、採用実務と一緒に進める“運用パートナー”として選ばれている**点が特徴です。

4. 求人広告運用を支える伴走型サポート

「求人広告はコストを抑えられるが、運用負担が大きい」——この課題を解決するのがウェルミージョブです。原稿作成や改善提案を行い、複数媒体の運用を支えながら採用成功まで伴走します。求人広告が「出すだけの手法」から「運用する手法」へと変化している今、必要なのは媒体だけでなく、一緒に運用を担うパートナーだと言えます。 [ぜひウェルミージョブのご利用をご検討ください](#)。