

TalentX、採用市場の2025年総括と2026年採用トレンド予測を発表

～「採用マーケティング／タレントアライジション元年」の実像～

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、日本の採用市場の2025年総括と、2026年採用トレンド予測を発表いたします。



採用市場の2025年総括と 2026年採用トレンド予測を発表

「採用マーケティング／タレントアライジション元年」の実像

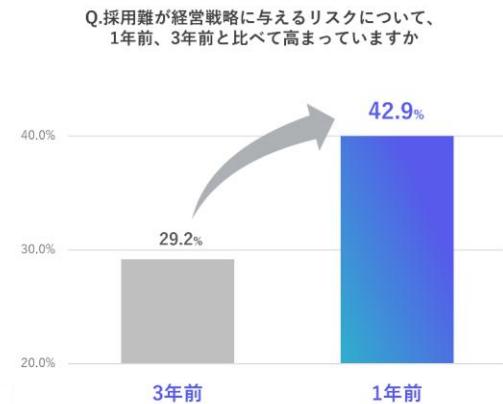
■ 2025年採用市場 総括

2025年は従来の採用モデルの効果が低下しただけでなく、その持続も難しいことが明確になった1年でした。当社は、顧客支援やプロダクト提供を通じ、採用の焦点が欠員補充型の「短期的な獲得」から、中長期的に候補者の関係性を構築する「採用マーケティング／タレントアライジション」へと移行し始めていることを強く実感しています。こうした実感は、当社が2025年に実施した採用マーケティング実態調査(n=219)の結果においても複数の観点から裏付けられています。

① 2025年、採用は「危機感」の共有から「限界」の認識へ進んだ

2025年の最も大きな変化は、採用難に対する危機感が経営と採用現場の共通認識として定着したことだ。当社調査では採用難が経営戦略に与えるリスクについて、直近1年で「大幅に高まった」割合が42.9%を示しており、3年前から大きく上昇しました。また、求人広告や人材紹介を通じた採用成果は、直近1年で「低下した」と感じている企業が37.0%にのぼっています。リスクが高まっている一方、成果獲得が困難になっている実態が明らかになりました。

採用活動に対する危機意識



求人広告、人材紹介の採用成果が低下した割合

Q. 求人広告や人材紹介を通じた総合的な採用成果は1年前と比べて変化しましたか



② 「応募を集める採用」は役目を終え始めている

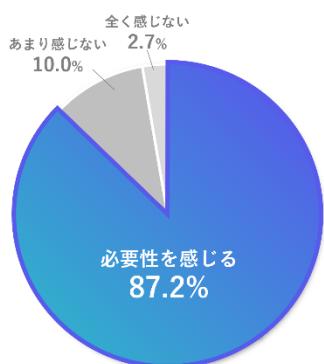
採用手法に加え、候補者側の行動変化も、2025年を通じて顕在化しました。

「求人広告・人材紹介以外の新たな採用手法が必要」と回答した企業は87.2%に達し、従来の採用手法による人材獲得の難易度は高まっています。その結果、リファラル採用（実施58.4%）、アルムナイ施策（実施42.0%）、過去応募者や辞退者へのアプローチを行うタレントプール施策（実施31.5%、検討含め63.0%）など、将来の候補者との関係性を前提とした取り組みが広がりを見せました。

採用は「今すぐ転職する人を奪い合う活動」から、「関係性を育て、タイミングを待つ活動」へと、重心を移しつつあります。

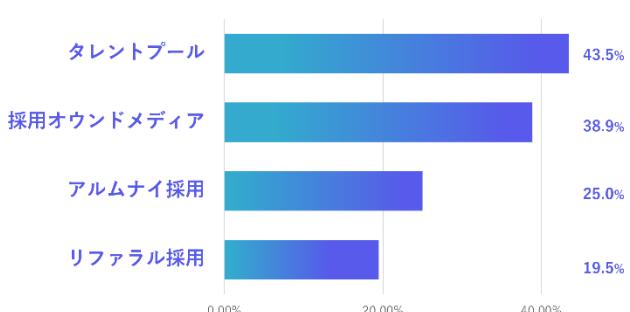
新たな採用手法の必要性有無

Q. 「求人広告」や「人材紹介」以外の採用手法が必要と感じますか



新施策へ投資を増加した割合

Q. 現在実施している採用手法で前年と比べ予算の増減を教えてください。
※対象利用企業のみ



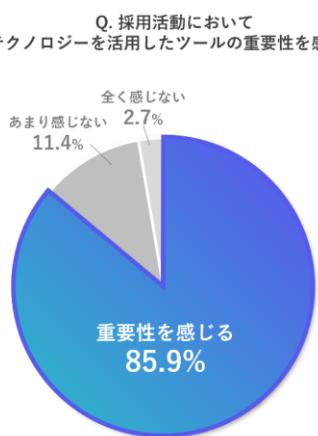
③ 担当者の「頑張り」で採用が支えきれないフェーズへ

一方で、採用活動のオペレーション負荷は高まっています。「採用領域の人員不足」を感じている企業は83.1%に達し、1人あたりの採用コストについて「高い」と感じている企業は66.7%となりました。その背景として、採用活動が「仕組みとして確立されている」と回答した企業は4.6%にとどまり、採用活動は担当者の努力や工夫だけで乗り切れる属人的な段階を超えてつつあります。

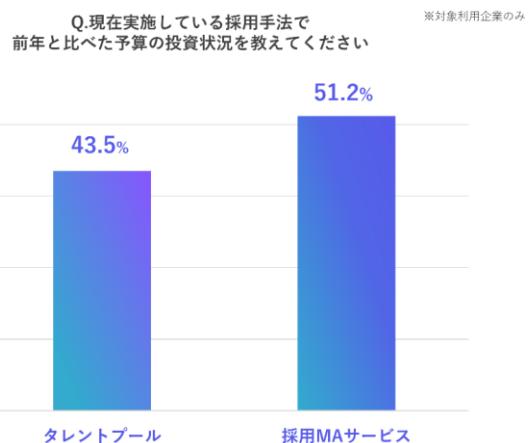
④ AI×テクノロジーは「新しい手法」ではなく「前提条件」へ

こうした背景のもと、採用を持続させるため、テクノロジーと仕組みに支えられる採用への変革が加速した一年でした。調査では、採用活動において「AIやテクノロジーの活用」が重要だと感じている担当者は85.9%にのぼりました。タレントプールの予算を「増加」と回答した企業は43.5%、採用MAサービスの予算を「増加」と回答した企業は51.2%と、候補者との継続的な関係構築を目的とした仕組みへの投資が進んでいます。AIやテクノロジーは、もはや一部の先進企業だけの最先端の選択肢ではなく、採用を持続させるための標準装備となりつつあります。

採用活動におけるAI・テクノロジーの重要性有無



採用MAやタレントプールへの投資増加



■2026年採用トレンド予測

当社調査で、採用成果を上げている企業群に共通する要素を分析したところ「要件定義が明確（55.5%）」「複数の採用手法を組み合わせている（37.0%）」「経営層の関与が強い（37.0%）」「データ・KPIを活用している（28.1%）」といった点が浮かび上がりました。この傾向は今後も強まる予測され、2026年の採用市場は以下の方向性へ進化していくと考えられます。

採用は「関係性資産」を積み上げる経営活動へ

- 1 人的資本経営で「経営戦略と採用の連動」が本格化**
- 2 候補者体験（CX）の重要性が飛躍的に高まる**
- 3 採用活動のマーケティング化が加速**
- 4 AIは業務効率化から意思決定の中核になる**

2026年以降、人的資本経営の推進により、採用は企業価値向上のための戦略的投資として位置づけられることが予想されます。これにより、採用活動は単なる欠員補充ではなく、経営戦略を実現するために、いつ、どのようなスキルを持つ人材を、どれだけ獲得するかという戦略面が重視される活動へ一層進化します。

また、画一的なコミュニケーションではなく、一人ひとりの関心や状況に合わせ、個別化された採用の体験設計が、採用決定力の差を生む要因となります。そのため、認知・興味・関係構築のプロセス全体を戦略的に設計する採用マーケティングの必要性が高まり、候補者との関係性を継続的に育む活動が浸透すると予想されます。さらに採用活動の複雑性が高まる中、AIの役割は業務効率化の域を超えて、優先順位づけ、リソース配分の最適化など、戦略的な判断材料を供給する領域まで拡がると予想されます。AIがデータとKPIに基づいた意思決定の前提を整える、中核的な役割を担う可能性が高まるでしょう。

■代表取締役社長 CEO 鈴木貴史コメント

「2025年は、多くの企業様にとって、これまでの採用のあり方を問い合わせ直す『大きな転換点』となった一年でした。従来のやり方が通じにくくなった現実は、決して悲観すべきことではなく、日本企業が『人を集め』から『人とつながり続ける』へと進化するための、ポジティブな兆しだと捉えています。採用を単なる欠員補充ではなく、経営における『資産形成』と捉え直す動きは、2026年以降、新しいスタンダードになっていくでしょう。2026年以降も、私たち TalentX は、この変化をテクノロジーで支え、日本企業の採用が『関係性資産』として積み上がる未来を、皆さまと共に切り拓いてまいります。」

■ 株式会社 TalentX について

株式会社 TalentX は、日本初のリファラル採用プラットフォーム「MyRefer」から事業を開始し、AI で採用マーケティングを支援する「MyTalent」、採用プランディングを支援する「MyBrand」など、採用 DX プラットフォーム「My シリーズ」を展開しています。また、テクノロジーのみに留まらず、採用戦略の設計と伴走支援をする戦略 RPO サービス、プロフリーランス人事サービス「すごい人事」など、戦略人事の実行支援サービスを提供しています。テクノロジーと戦略、実行支援を掛け合わせることで、企業の採用マーケティングによる変革をリードし、人と組織のポテンシャルを最大限に引き出す社会の実現を目指しています。

【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>

My シリーズ サービスサイト：<https://mytalent.jp>

【調査概要（参照データ）】

調査名称：採用マーケティング実態調査

調査方法：インターネット調査

調査期間：2025年9月18日～9月19日

有効回答数：219 社（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）

調査主体：株式会社 TalentX