

完全版

リファラル採用の報酬制度設計 における3つのポイント

当冊子は...

- ・これからリファラル採用の制度を設計するうえで、**報酬制度を検討したい**
- ・そもそも紹介報酬制度は社員の**モチベーションアップに寄与するのか知りたい**
- ・紹介報酬制度の**法的課題と回避方法**を学びたい

と悩んでいる経営者様、新卒人事責任者・担当者様がリファラル採用の構造を理解し、**ゼロから簡単に**報酬制度の設計を行えるようにするための教科書です。

読むとわかること

- ・リファラル採用における報酬制度設計の意義
- ・報酬制度を設計するうえでの留意点



目次

概要理解編

社員紹介報酬（インセンティブ）制度の意義

- Chapter1 国内のインセンティブ付与状況と動機付け施策
- Chapter2 インセンティブで積極的に動く社員、動かない社員

実践編

社員紹介報酬（インセンティブ）制度の設計方法

- Chapter1 インセンティブ制度設計で気を付ける3つのポイント
- Chapter2 インセンティブ制度設計 各社事例

概要理解編

社員紹介報酬（インセンティブ）制度の意義

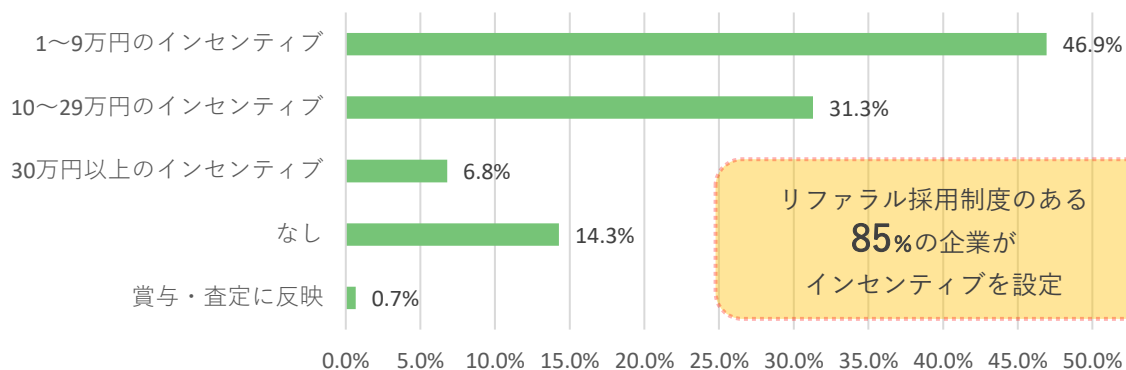
- Chapter1 国内のインセンティブ付与状況と動機付け施策
- Chapter2 インセンティブで積極的に動く社員、動かない社員

国内のインセンティブ付与状況と動機付け施策 ①

リファラル採用制度を運営している企業の
85%は報酬（インセンティブ）制度を設計している

リファラル採用を制度として実施している場合、インセンティブ金額は設定しているか

インセンティブ制度	社数
1～9万円のインセンティブ	69
10～29万円のインセンティブ	46
30万円以上のインセンティブ	10
なし	21
賞与・査定に反映	1
未回答	64
総計	211



リファラル採用制度のある
85%の企業が
インセンティブを設定

リファラル採用の実施状況に関するアンケート

※ MyReferに CONTACT いただいた法人企業約500社に限る

国内のインセンティブ付与状況と動機付け施策 ②

インセンティブの導入はリファラル採用の動機付け施策の一つ

その他施策と比較して即効性が高く、比較的容易に検討可能

① ミッション

研修の一環としてリファラル採用を実施させる

② インセンティブ

紹介決定した場合、会食費・インセンティブを贈呈

③ ロイヤルティ




会社のビジョンから落とし、全社員採用をやる意義を説く

④ 面白さ・ゲーム性

ゲーミフィケーションの要素を取り入れる

インセンティブで積極的に動く社員、動かない社員 ①

報酬（インセンティブ）制度のみで行動喚起される層は全体の1割
8割の層は報酬制度に加えて“その他理由”で受動的に動く

Active	 <ul style="list-style-type: none">・インセンティブ： 「1名紹介したら10万円貰えるんだ！」 <p>実際に頭の中で友人を思い浮かべ、能動的に対象者に声掛け</p>	1割
Passive	 <ul style="list-style-type: none">・ホスピタリティ： 「友人のためになりたい」・ロイヤリティ： 「会社（部署）のために何とか協力したい！」・ミッション・承認欲求： 「自社採用を自分事化することで認められたい」 <p>インセンティブのみで自ら探そうと思わない</p>	8割
Negative	 <ul style="list-style-type: none">・自社をおすすめしたくない <p>自社にも特別思い入れがないからわざわざ紹介しようと思わない</p>	1割

インセンティブで積極的に動く社員、動かない社員 ②

社員紹介の動機ランキング上位は報酬ではなく、
『ホスピタリティ』や『当事者意識』
(※友人の力になりたいから)

■ リファラル採用の動機 自社社員がリファラル採用を行う動機ランキング

1位： 「友人の力になりたいから」 51.4%

2位： 「自社でともに働く人材の選択に自分も関わりたいから」 21.6%

3位： 「ボーナス収入を得たいから」 11.3%

4位： 「会社に貢献したいから」 7.8%

5位： 「その他」 7.9%

社員紹介報酬（インセンティブ）制度の意義 まとめ

1割を動かすトリガーとしてのインセンティブ制度設計ではなく、
紹介（採用に貢献）した社員を称賛するきっかけとして、
当事者意識を持ってもらうための柔軟な報酬制度 整備が重要

× トリガーとしてのインセンティブ



○ 称賛するきっかけとしてのインセンティブ



報酬（インセンティブ）設計事例

社員へのコミュニケーションを意識しながら 柔軟な報酬制度を設計する必要があります

例) 紹介活動としての費用、組織貢献としての費用、入社後のフォローとしての費用

1	友人に紹介を行う際の会食費を上限●円まで支給する
2	応募後の面談実施後に●円のインセンティブを支給する
3	入社時にor入社後●ヶ月後に●円のインセンティブを支給する
4	入社後●ヶ月間は毎月●円のインセンティブを支給する
5	内定後にフォローを含めた友人との会食費を上限●円まで支給する
6	入社者にお祝い金として●円を入社●ヶ月後に支給する
7	年間で応募数を最も多く獲得した社員にインセンティブ●円を支給する

実践編

実践編 社員紹介報酬（インセンティブ）制度の設計方法

- Chapter1 インセンティブ制度設計で気を付ける3つのポイント
- Chapter2 インセンティブ制度設計 各社事例

インセンティブ制度設計で気を付ける3つのポイント（法律）

①職安法第30条

有料の職業紹介事業を行おうとする者は、厚生労働大臣の許可を受けなければならない。

②職安法第40条 (報酬の供与の禁止)

労働者の募集を行う者は、その被用者で当該労働者の募集に従事するもの又は募集受託者に対し、**賃金、給料その他これらに準ずるものを支払う場合又は第36条第2項の認可に係る報酬を与える場合を除き、報酬を与えてはならない。**

③労基法第11条

この法律で賃金とは、賃金、給料、手当、賞与その他名称の如何を問わず、労働の対償として使用者が労働者に支払うすべてのものをいう。



行政見解（厚生労働省）

- ・ 紹介者に支払われるものが労基法第11条にいう賃金に該当すれば、職安法第40条の違反にはならない。
- ・ 金額や回数の制限等は、会社ごとの判断で決めてもらって問題ない。
但し、立法経緯等に照らし、紹介者が本業より募集業務に注力し高額の賃金を得る事態は好ましくない。
- ・ 紹介者があっせんに該当する行為を行うと、職安法第30条(有料職業紹介事業の許可)に抵触するため、募集行為にとどめ、紹介後のプロセスに関与させないことが必要になる。

インセンティブ制度設計で気を付ける3つのポイントと対策

まとめ

- ・就業規則等によって制度を定めて、賃金（募集業務の対価）として支払うのであれば、職安法40条には抵触しない
- ・制度として対価が高額とならない設計と、紹介者が募集行為のみを行い、紹介後のプロセスに関与させない設計が必要である。

職安法遵守のための3つのポイントと具体的リスク対策

1

募集業務に対する労働対価とする賃金に該当するものであること

→ 賃金として採用貢献費を支払う定めを就業規則に規定

2

募集本業で得る賃金に比して高額になりすぎないこと

→ 一人に対する年度内の支給上限を設定(1人あたり100万円まで)

3

紹介者を採用決定プロセスに関与させないこと(=採用決定権のある社員を適用対象に含めない)

→ 実質的な採用決裁をおこなっている上級管理職メンバーを一律、適用対象外とする

インセンティブ設計 各社事例

募集職種の採用単価に応じて金額を設計しているケースが多い

企業属性	従業員数	対象者	支給金額	支給方法	支給月
人材	700名	一般社員	20万円~ 30万円	賞与	入社3か月を超えた時点で確定。賞与として支払。 【無期社員】として入社した場合は一般職20万円、上級職30万円。【有機社員】の場合10万円
飲食	2000名	友人（候補者）	1万円	御食事券	入社3か月经過月
		社員（アルバイト）	5000円	給与	
飲食	2000名	友人（候補者）	1万円	給与	入社月
		社員（アルバイト）	5000円	給与	
Sier	1000名弱	一般職もしくは監督職	10万円	賞与	入社後6か月以降の賞与にて
CRO	100名弱	マネジャー以下の一般社員	50万円	賞与	入社日から3ヵ月を経過した日以降最初に支払われる賞与にて。 紹介に際してかかった飲食代は一人につき上限5,000円としてかかった実費を支給
		友人（候補者）	50万円		
Sier	1800名	正社員	30万円	給与	試用期間3か月終了後の次月に給与として支給
介護	600名	雇用契約のある全社員 （正社員、契約社員、AP問わず）	5万円~ 10万円	給与	【看護師】として入社した場合は10万円、【介護職員】として入社した場合は5万円
鉄道・介護	1521名	雇用契約のある全社員 （正社員、契約社員、AP問わず）	2万円~ 5万円	給与	【コック、介護アドバイザー】として入社した場合は3万円、【タクシー乗務員、施工管理】の場合5万円
住宅	270名	雇用契約のある全社員	3万円~ 5万円	給与	【営業職】として入社した場合5万円、【その他職種】は3万円入社月に支給。
メーカー 子会社	300名	雇用契約のある全社員	10万円のギフト 券	御食事券 ギフト券	友人の入社月にギフト券として10万円分を支給

社員の動機付けサービス紹介



MyReferで負荷なく社員紹介の動機付けを

MyReferは課題解決方法の一つ

最も簡単にリファラル採用を導入し、 活性化させるクラウドサービス

貴社に持続可能な自社採用の仕組みを創ります。



人事・社員に負担をかけない持続可能なリファラル採用プラットフォーム

シンプルかつ直感的な
管理画面

社員・求人の管理と活性化させる
告知配信が可能



“

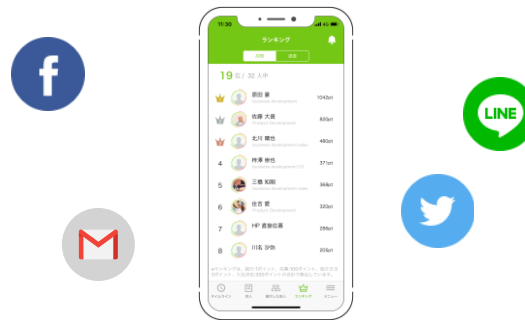
UI/UXがシンプルで使いやすく、
手間のかかる社内への告知作業が
半自動で行えるため非常に楽である

”

-Customer

リクルーターファーストの
社員ツール

社員が楽しく、自発的に
自社の紹介活動ができる



“

社内の活動状況がランキングで
可視化されるのでログインしたくなる。
紹介も友達と会った際にすぐにできる
から楽。

”

-Customer

持続可能にリファラルを
活性化し続けられる

アナリティクスと
タレントプール機能



“

リアルタイムで社員の
活動率がわかるのが有難い。

”

-Customer

MyReferの動機付け機能一部紹介

MyRefer内で自社の紹介インセンティブを運用・管理ができ、
報酬制度のない企業様でもギフトを用いて気軽に動機付けができる

人事工数をかけず、社員を能動的に巻き込むことが可能

キャンペーンの設定
(期間・ギフト)



ソーシャルギフトサービスと提携し
様々なソーシャルギフトをご用意



キャンペーン期間内に登録・応募が
あり、紹介コメントを記入した場合、
設定したギフトを社員にプレゼント



人事



社員

 MyRefer ×  giftee

MyReferの動機付け機能『MyRefer Gift』の概要図とポイント

一般的なインセンティブ制度

声掛け



応募・面接



入社



試用期間3ヶ月



インセンティブ



→ 必死で声をかけ、ようやく決定した後に入社後3ヶ月間在席の後に支給のため、インセンティブまでが遠い。次回以降の動機に繋がりにくい。

MyRefer ギフト

声掛け



応募・面接



応募・登録 ギフト



成功体験



入社



周囲に伝播



...

決定しなくとも、協力したことに対してささやかなギフトインセンティブを提供。

受け取るまでのスパンが短く、貰える確率が100%のため気軽かつ効果的に動機づけが行える。

【Appendix】 MyRefer GIFT 商品リスト

現在の提供可能なギフト		
提供元	商品	金額
ローソン	MACHI Caféドリンク(100円分)	100円
ローソン	スムージー各種(いずれか1本引換券)	178円
サーティワン	レギュラーシングルギフト券	390円
サーティワン	サーティワンアイスクリーム ギフト券	300円
サーティワン	サーティワンアイスクリーム ギフト券	500円
上島珈琲店	上島珈琲店 ギフト券	500円
PEACH JOHN	PEACH JOHN ギフト券	300円
PEACH JOHN	PEACH JOHN ギフト券	500円
レコチョク	うたコードシングル	250円
レコチョク	チャージタイプ：プリペイド	200円
レコチョク	チャージタイプ：プリペイド	300円
レコチョク	チャージタイプ：プリペイド	500円



※商品ラインナップは増加・入替が定期的実施される予定です。

インセンティブ支給無し ギフトでのリファラル採用活用事例

業界	IT	人材	建設
従業員数	約6000名	約1000名	約500名
利用実績	利用期間：7か月 採用決定：20名	利用期間：5か月 採用決定：15名	利用期間：4か月 採用決定：2名
利用促進方法	<p>●対象者の絞り込み 開始6ヶ月間は管理職1400名のみを対象で実施。 管理職のみで開始したことで「自分たちのチームに必要な人材を採りに行く」という意識が働き、一部の管理職は積極行動。</p> <p>●事業部ごとに数値可視化 部門ごとにMyReferの利用状況を数値で可視化することで管理職へのプレッシャーをかけて利用を促進。</p> <p>●友人登録ごとにギフトを支給 紹介してくれた社員に対して、友人をMyReferに登録するタイミングでギフトを展開。 気軽な動機付けで促進。</p>	<p>●社員紹介制度の命名 社員紹介制度を浸透させるために制度自体に名前を付けて、ロゴやノベルティを作って大々的に社内展開。</p> <p>●継続的な告知メール配信 継続的に告知メールを配信し、認知を拡大。事業部の活動率に合わせて文面や告知頻度、対象を変更して配信を実施。</p> <p>●面談確約の丁寧対応 紹介して下さった友人に対しては面談確約かつMyReferギフト、交通費支給で丁寧な面談対応を実施。選考だけでなく、必要に応じて社員にフィードバックも実施。</p>	<p>●人事が直接の声掛け実施 人事が社内の各事業部へ直接の声掛けを実施。 また、拠点を訪れた際にも各拠点のメンバーに直接の声掛けを実施。</p> <p>●全社会議でさらに声掛け なぜひファラル採用に取り組む必要があるのかを会社事情からしっかり説明した上で協力を要請。</p> <p>●タレントプールにギフトを支給 今すぐ転職する友人のみでなく、将来的に自社の候補者になりそうな対象の友人をMyReferに登録。 登録したタイミングでMyReferの紹介ギフトを支給し、タレントプールを促進。</p>

おわりに



最後までご覧頂きありがとうございました。

MyReferでは今後も、どこよりも役立つリファラル採用のノウハウや情報をお届けしていきます。
更新情報はFacebookページでお知らせしていますので、フォローしておいて頂けると幸いです。

また、今後お届けするメールマガジンも楽しみにしていて下さい。

※もしまだ受け取っていないという場合は、念のため迷惑メールフォルダもご確認下さい。

それでは、今後ともよろしくお願いたします。

■MyRefer Facebookアカウント：<https://www.facebook.com/i.myrefer/>



■MyRefer Twitterアカウント：https://twitter.com/i_myrefer



お問い合わせ

MyReferサービスに興味のある方はお問い合わせくださいませ。
貴社の課題とフェーズにあったプランをご提案いたします

株式会社MyRefer

サポートセンター



03-4500-2007



support@myrefer.co.jp