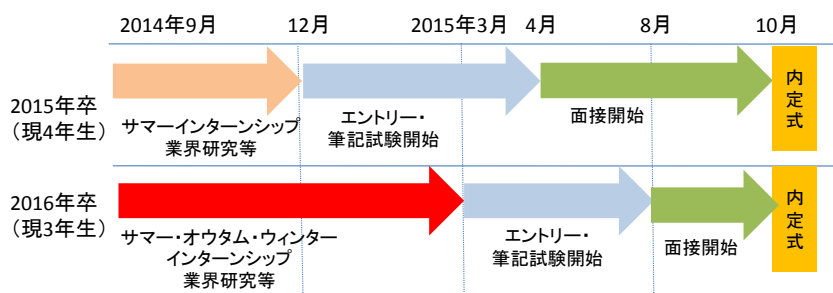


平成 26 年 9 月 24 日
株式会社アイレップ
東証第二部（証券コード：2132）

2016 年卒就職活動は長期化の様相！SNS だけじゃない、 “デジ活”が加速する就活トレンド事情

- ◆2016 年卒の就職活動、開始時期は例年通りで活動期間が延びる傾向
 - ◆就職活動におけるデジタル活用の変遷
 - ◆2016 年卒“デジ活”トレンド
 - ◆企業の採用活動に関わるデジタルコミュニケーション 4 つのポイント
- コラム：Facebook「いいね！」運営ポリシー変更に伴うアイレップ見解について

広告主のマーケティングを最適化するデジタルマーケティングエージェンシーの株式会社アイレップ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 CEO：紺野俊介、以下アイレップ）は、就職活動の本格的スタートを前に、デジタル活用変遷や実態についてまとめました。これまでの就職活動のデジタル化の変遷や、2016 年卒の就職活動におけるデジタルコミュニケーションに関するトレンド等、アイレップから採用活動にデジタルを活用する企業へのアドバイスや見解を交えながらご紹介いたします。



2016 年卒就職活動におけるスケジュール変更点

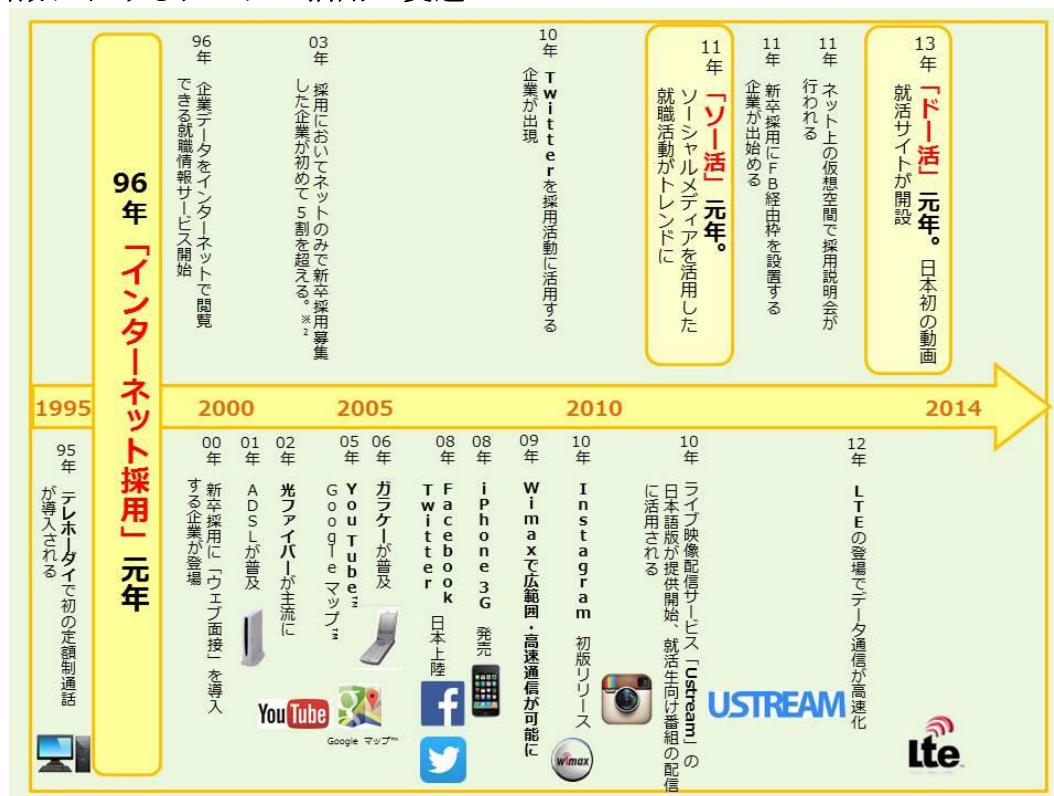
◆2016 年卒の就職活動、開始時期は例年通りで活動期間が延びる傾向

2016 年卒の学生より、採用広報活動は 2015 年 3 月から、選考活動は 2015 年 8 月からとする就職活動全体スケジュールをさらに後ろ倒しすることを求める要請が、経団連より加盟企業に要請されました。しかしながら、経団連に加盟していない企業やベンチャー、外資系企業は、通常通り 3 年生秋（2014 年秋）より採用活動を開始することが予想されます。また、マイナビの調査によると従来 3 年生の夏に実施されるインターンシップに加えて、経団連加盟企業を中心に「オウタム・ウィンターインターンシップ」を展開する企業も増えてくる見込みです※1。

また採用広報活動解禁前の企業の取組みとしては、インターンシップのほかに卒業生をリクルーターとして母校の優秀な人材に接触させる“リクルーター制”を導入する企業も増え、各社水面下での採用準備活動が秋以降活発になってくるとみられます。その結果として、2016 年卒の大学生の就職活動時期はこれまで以上に長期化すると推測されます。また長期化に伴い、企業から学生へのデジタルを介したコミュニケーションの需要は一層高まると思われます。

（※1） 参考 株式会社マイナビ 「2016 年卒採用等に関する企業調査」より

◆就職活動におけるデジタル活用の変遷



就職活動におけるデジタル活用及び、インフラの変遷（アイレップ調べ）

◆2016年卒の“デジ活”トレンド

上記で示したように、2016年卒の就職活動は全般的に長期化する見通しです。経団連加盟企業を志望する学生も、準備期間が延びたことで長期間、企業研究・業界研究をする時間がとれるようになり、志望する企業名・業界名をインターネットで検索する機会は増えていきます。

また企業（特に経団連加盟企業）にとっても、早期から優秀な学生を獲得するためにデジタル上でのコミュニケーションは、重要な施策となってきました。就活生、企業共に自社ホームページ、就活サイト、ソーシャルメディアでの戦略やコミュニケーションが求められることを踏まえ、就職活動における上記のようなデジタル活用全般を本ニュースレターでは、“デジ活”と名づけます。

株式会社ギブリーの調査^{※3}によると、2014年卒採用の際に採用広報活動解禁前のコミュニケーションとして、30%の企業がFacebookページを活用したという結果が出ており、今後もソーシャルメディアを利用した会社情報発信、企業ブランディング向上、学生とのコミュニケーションを施策として展開する企業が増えると考えられます。さらに就職活動が長期化することにより、学生が企業の採用サイトやソーシャルメディア、就活サイトなど接触するポイントは多種多様になるため、多くの学生がデジ活をおこなうこととなります。

またアメリカにおいては、『Instagram^{※4}』を活用してクリエイティブ業界の人が仕事を得る、新卒採用の際に採用結果を企業から、画像に就活生をタグ付けする形で発表する事例も出てきています。

（※2）日本経団連による、2003年度・新卒者採用に関するアンケート調査。計699社から回答。（調査期間：2003年11月）。

（※3）企業のソーシャルメディアの活用事情や動向、意識調査。計187社から回答（調査期間：2013年6月21日（金）～7月2日（火））。

（※4）全世界で1億3,000万ものユーザーが利用している写真共有サービス。iPhoneまたはAndroid端末で写真を撮影し共有する写真に特化したSNSで、無料でダウンロードできることで人気を誇る。

◆企業の採用活動に関わるデジタルコミュニケーション（広告施策）4つのポイント



リスティング広告（左図囲み部分）、運用型ディスプレイ広告（右図囲み部分）

➤ リスティング広告について

ネット広告ならではの強みを活かし、対象を区切ったターゲティングに対し出稿。機動性を生かした臨機応変な対応ができるため、欲しい学生層にリーチできる。常に上位表示しておくことであらゆる施策の受け皿となり、能動的に情報を探している学生に対し、もっとも獲得につながりやすく費用対効果も高い傾向がある。

➤ 運用型広告ディスプレイ広告について

リスティング広告同様、対象を区切ったターゲティングに対し配信を実施。バナーは学生にすぐに飽きられてしまう傾向も見られるため、クリエイティブを頻繁に更新するのがポイント。ターゲティングを精緻に設定し、見合った効果が見込めない場合はすぐに配信を止めたり変更するなど軌道修正をおこなう。

➤ ソーシャルメディアについて

学生は「他の人が今どんな就活をしているのか」が気になるため、情報感度の高い学生から情報がシェア／リツイート等されて広がっていくよう、Facebook においては自社のサービス認知を中心に、Twitter では新コンテンツをアップする際に都度、記事を更新して広告配信を実施するなどして使い分けると効果的。

➤ 純広告について

学生の接触頻度が高いメディア（2ちゃんまとめ、Ameba など）や SP 配信で属性が切れる媒体を中心に広告配信を実施。ブランディング効果を最大の目的とし、検索はしていないがニーズがあると思われる学生（潜在層）が多く閲覧するメディアを選定し掲載することは、特に新規獲得に有効な場合も多い。

実際の広告施策についてどのジャンルも共通だが、学生の就活取り組み意識が多種多様なことと、季節によって学生の意識（焦り）が変わってくること、配信媒体の時期選択とターゲティングを明確にした広告配信の実施が要となる。

コラム： Facebook「いいね！」運営ポリシー変更に伴うアイレップ見解について

米 Facebook は先日、2014 年 11 月 5 日（水）より Facebook のプラットフォームポリシーを変更することを発表。ユーザーに何らかのインセンティブを与えてソーシャルプラグインの利用や Facebook ページへの「いいね！」を奨励することを禁止するとしています。これに対し、各企業の担当者の間では変更以降に自社 Facebook ページの「いいね！」数獲得の施策として、どのような対策をとっていくべきかについて、関心が今後高まっていくことが想定されます。デジタルマーケティングエージェンシーであるアイレップでは、上記の動向に対して以下のような見解をもっています。



【アイレップ見解】

実は Facebook はユーザーが積極的に関与したい、関与したいに違いないコンテンツが優先的にフィードに表示されるようにニュースフィード表示周りのアルゴリズムを何度も変更していました。その過程で、キャンペーン参加等のインセンティブを条件として「いいね！」を獲得しただけの Facebook ページのフィードはかつてほどユーザーの画面に表示されにくくなっており、制限を受けていたのです。

つまり、ボタンを押したという上辺だけの「いいね！」の数を争ってほしいのではなく、ユーザーからの評価・お気に入りの証としての「いいね！」を得るための努力をしてくださいねという Facebook からのメッセージととらえると良いでしょう。SEO の外部リンクと同様、小手先の技術を使ってリンク（=いいね！）を集めるのは Facebook ページの本質ではありません。自然と内容を見た人々の共感を呼んで「いいね！」を押したくなる中身（コンテンツ）を準備することが重要です。Facebook においても Web サイト同様に、ページ内のコンテンツをターゲットにとって有意義なもので充実させることを意識しましょう。

■株式会社アイレップ について

アイレップは広告主のマーケティングを最適化する「デジタルマーケティングエージェンシー」です。デジタル領域に おける、リスティング広告、運用型ディスプレイ広告、SEO（検索エンジン最適化）、SMO（ソーシャルメディア最適化）、Web 解析、LP0（ランディングページ最適化）まで、多様化する広告手法やデバイスに対応した質の高い専門サービスをワンストップで提供し、企業価値の向上に努めてまいります。

—— 会社概要 ——

【社名】：株式会社アイレップ

【所在地】：東京都千代田区永田町 2 丁目 11 番 1 号 山王パークタワー7F

【URL】： <http://www.irep.co.jp/>

【代表者】：紺野俊介

【設立年月】：1997 年 11 月

【資本金】：5 億 4,914 万円（2013 年 9 月末現在）

【事業内容】：

◆デジタルマーケティング領域

- ・SEM サービス（PC／モバイル／スマートデバイス）
- ・運用型ディスプレイ広告
- ・ソーシャルメディアマーケティング
- ・アフィリエイトマーケティング
- ・インターネット広告

◆デジタルメディア領域

住宅展示場サイト（総合住宅展示場） <http://www.jutakutenjijo.com/>

食育メディアサイト（ちゃちゃめし） <http://www.chachameshi.jp/>

【記事転載・引用等に関するお問い合わせ先】

●株式会社アイレップ

TEL：03-3596-8050 FAX：03-3596-8145

【報道関係お問合せ先】 広報担当 小泉 E-MAIL: pr@irep.co.jp

【弊社サービス内容に関するお問合せ先】 E-MAIL: contact@irep.co.jp