

お客様のライバル社の広告を請負わないという一途でイマドキ純粋なハートを持つ広告プロデューサー&コンサルタント集団である。お客様のブランド構築には、独自の考え・ノウハウを持つ。

# SkySeaS Times

Vol.22

## 共感PRで良い人材を採る！ ～共感PRの教科書！それがオリンピック！～

早くも世の中では、オリンピックロスの方が出現しているようですね。オリンピックのことを弊社では、「共感PRの祭典」と呼んでいます。SkySeaS的共感PR金メダルは「カーリング」競技です。PR・広告効果を図る指標の一つに、視聴率がありますが、カーリングの銅メダルを獲得した試合は、最高視聴率42%！抜群の知名度を誇る、羽生選手の最高視聴率46%に迫る注目度でした。

### ～共感PRの成果は？～

カーリングは今回のオリンピックでより一層、「認知度を高めた」競技の一つです。選手たちも「カーリングはまだマイナースポーツで、4年に1度のスポーツと言われているが、常に注目してもらえたいスポーツにしたい。私たちのような体の小さい子供たちにも是非、始めてもらいたい。」と、今後の競技普及に繋がたいと意欲を示すと同時に、その為の人材獲得にも言及しました。

改めて「認知の重要性」と認知の獲得による人材獲得が急務な採用市場について、この機会に考えていきたいと思えます。

### 【共感PR・バズの成功法則】

#### 関心のない人でも思わず見てしまう！ PR成功の方程式

- ① 1stキャッチでつかめるか？(PR技術)
- ② 誰もが覚える1フレーズがあるか？(PR技術)
- ③ 共感・納得できるか？(内容の質)
- ④ 受け手を巻き込めるか？(議論・参加型の仕掛け)
- ⑤ 意外性はあるか？(予想外の展開など良い裏切りの仕掛け)
- ⑥ 発信力はあるか？(メディア力・SNSでの拡散力)



#### PR成功の方程式×カー娘

- ① 美人
- ② そだねー
- ③ 氷上のチェスと言われる知的さ
- ④ マイク越しの選手の会話を聞きながら視聴者も一緒に作戦を考える
- ⑤ 氷上のチェスと言われる知的さに反した親しみやすい選手の笑顔・人柄
- ⑥ 長時間の試合放送、SNSでの拡散

オリンピック開催前のメダル予想には全く入っていなかったカーリングが、注目度を高められたポイントとPR・バズの成功法則は一致しています。

### ～外資に狙われる日本の採用市場～

AI時代本格突入により、「90%の確率で10年後になくなる仕事」が存在します。あなたの提供する商品・サービスが、クラウドサービスやAmazonに飲み込まれないよう、付加価値の向上や、豊かな発想力でビジネスチャンスを生み出す「人材」。巨大な外資系企業の参入などもあり、採用市場の競争は熾烈を極めていきます。

### ～“華為ショック”は始まりに過ぎない！～

2017年の採用市場では、中国の通信機器大手華為技術(Huawei:ファーウェイ、以下、華為)が、日本で大卒エンジニアを「初任給40万円」で募集して話題を集めました。一般的な大卒初任給の平均は約20万円(2017年/厚生労働省の調査)。

日本企業の平均初任給の約2倍で募集をかけました。「優秀な人材が流れてしまうのではないかと日本企業は“華為ショック”に戦々恐々としています。しかし、華為本社のエンジニアの初任給は、日本企業の約4倍の月額約83万円。インドの優秀なエンジニアの初任給は年間1500万円とも言われていますので、まだまだ募集価格は上昇の余地があります

**グローバル起業にとって、日本の採用市場は格安なのです。**

### ～外資の弱点は知名度？～

これらの高額年俸を掲げるグローバル企業に、もし日本企業が対抗できることがあるとすれば、「知名度の高さ」からもたらされる、応募者本人の強い動機付けと親御さんの安心感ではないでしょうか？

## ～給与以外の魅力アピールで外資に対抗できる～

マーケティングの観点から、学生の企業選定理由を見てみましょう。  
「給与・待遇が良い」と「企業イメージが良い」はどちらの方が高いでしょうか？あるデータでは、「給与・待遇が良い」<「企業イメージが良い」という結果でした。さらに、ダントツの一位が「やりたい仕事ができそう」という理由。「安定している」、「社風がよい」などいずれも**給与面以外でアピールできる項目が重視**されているため、採用におけるブランディングの重要性がよく分かります。

## ～16卒採用で内定受諾率を驚異的にアップさせたサイバーエージェントの採用戦略～

### 【Point.1】

いい所だけを伝えず、下心(本音)を伝え、入社後のミスマッチを防ぐ

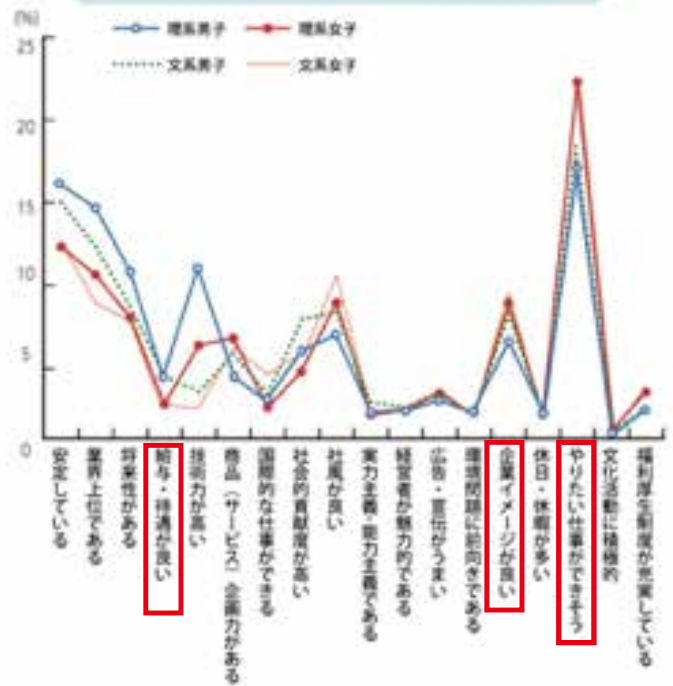
### 【Point.2】

会社や働いている社員などの具体的な情報を伝えることで、具体的に入社後に**“働くイメージ”**を抱いてもらう

### 【Point.3】

応募者向けサイトでブログを週1更新し、多くの人の目に触れる攻めの採用広報

学生の企業選択理由：文理男女別



## ～魅力はあるけど、伝わっていない中小企業向けおススメ戦術～

### 【Point.1】

学生との接触する時期をとにかく早く！約44%の学生がインターンに参加する時代です。

### 【Point.2】

ユーザー(学生)目線で自社の採用サイトを見直して差別化戦略を立てる！

### スマホで見たあなたの会社はどう見えますか？

※現在の就活生や求職者は34%がスマホをメインに、就活を行います。  
企業の人事は「原稿の入稿画面」は普段みることがあると思いますが、この「ユーザーからどう見えるか」は意識していないことが多いのも事実です。実際にスマホから見てみると、明らかに「多すぎて、どれがいいか選びにくいこと」がわかります。学生はどう決めるか、という当たり前ですが「見える部分」でスクリーニングを行います。「スマホで最初に見える部分の写真と70文字に命をかける！」と株式会社ワンキャリアの北野氏はアドバイスします。

### 【Point.3】

面接で面接をすべからず！

就活サイトに一括登録した程度の学生の志望意欲は面接前の時点では高くありません。学生が使う時間は1社に3分程度とも。志望動機を深掘しても大した答えは出てきません。

そのような場合、面接官はカウンセラーとして志望動機を「聞く」のではなく、「一緒に探す」ことが、志望度を高めることに繋がります。

### <平均的な1人当たりの採用コスト>

新卒採用で50万円、中途採用で80～300万円程度  
総額は約692万円

### <コストに占める割合が大きい費用>

No1:人材紹介サービス費 年収の20%、30% (約561万円)

No2:求人媒体費用 2w:120-150万円(年間費用約227万円)

No3:イベント(説明会)開催費用 都市部 平均150万 地方 80万

面接に来てもらうだけでも、多くの投資をしているので、志望動機が高くない学生に苛立つこともあるかもしれませんが、**面接も共感PRの場**と捉えれば、良い面接に繋がり、最終的には、良い学生の獲得に繋がります。



スカイシーズのお客様向けオンラインサポートサービスを開始しました！24時間365日スマホからでもマーケティングをはじめ、広告・PRのお悩みをご相談頂けます。ご相談毎に専門のスタッフがご回答致します。通常は、コンサルティング契約が必要となるサービスを顧客向けに無料でご提供致します。商材等のご紹介は、ご要望がない限り致しません。課題の発掘・情報の整理をサポートさせていただきます。下記QRコードのリンク先よりご連絡ください。クイズ形式でお手軽に学べるマーケティング事例をご紹介するメールマガジンも無料でご購読いただけます。御社のマーケティング教育にお役立てください。メルマガご登録特典として、毎月先着1社限定 “御社のマーケティングマップ”の作成を無料で承ります。

Twitter ではマーケティング用語の解説、Facebookでは広告・PR事例を紹介しています。お友達募集しています♪

サポートサービス  
登録用QR



Twitter  
登録用QR



Facebook  
登録用QR

