

CAR Vol.48

Navigation

株式会社Geolocation Technology 営業部 金指 玖留美

2016年に入社し、自社コールセンターのサポート営業や外勤営業、

全国で開催している弊社セミナーの講師として従事。

導入前から導入後の活用まで手厚くフォローし、お客様から評価されています。

保有資格：ウェブ解析士、Googleアナリティクス個人認定資格（GAIQ）

インターネット広告は難しい、複雑、費用が高い…。そんなイメージを払拭し、シンプルで簡単、リーズナブルに運用できるインターネット広告。お客様の想いを形にし、幅広く視覚的に見込み顧客へ届けます。「自社サービスをターゲットユーザーに知っていただきたい」という、極めてシンプルかつ不変の課題に対し、私たちが持つテクノロジーとあらゆる分野で培ったノウハウを通じて、地域社会にとって本当に価値のある、新しいインターネット広告、それが「どこどこad」です。



インターネット広告を もっと遠くに、もっと近くに。

Webサイト訪問者のIPアドレスから「組織」「エリア」「気象」「回線種別」を判定しターゲティングを行うことのできるオンライン広告配信サービスです。Cookieを利用せず、IP Geolocation技術という独自のテクノロジーを活用し、効果的なバナー広告の配信を実現いたします。

CLIENT INTERVIEW



株式会社イカイアウトソーシング



静岡県沼津市に本社を置くイカイグループは、昭和45年に創業し、主に製造メーカーから仕事の委託を受ける「製造請負」と「製造派遣」等の総合的な人材サービスを展開しており、その中で、株式会社イカイアウトソーシングは静岡県東部を管轄しています。

<https://ikai-outsourcing.co.jp/>

どこどこadご利用状況

期間：約1ヶ月半
予算：約14万円
imp数：約210万回
クリック数：約2,000回

ターゲティングメニュー：
エリアターゲティング（静岡県東部）
上限CPM設定：100～150円



ー 求人手法とどこどこad導入きっかけを教えてください。

労働人口の減少、オリンピック景気、業種・働き方の多様化で弊社も一緒に働く仲間を集めることに大変苦労しています。求人手法としては求人紙や求人サイトに求人広告を掲載して応募を待つというのがこれまでのやり方でした。それが時代の変化、インターネットの普及に伴い、自社での採用活動、欲しい人材を探りに行くスタイルが各社で当たり前になってきていて、それがかなり強力な武器になっているんですね。イカイグループとしても自社サイト【イカイジョブ】を運営していて自社での活動に力を入れているんですが、県外求人



株式会社イカイアウトソーシング
第一事業本部 採用センター 長岡 令様

も多く掲載されているサイトなので、地元採用の面から情報量のミスマッチを感じていましたし、求人は元来、仕事を探している人にしか目につかない、手に取らないものなので、どうにかもっと幅広く地元の方へ情報を出せないか模索している時に「どこどこad」に出会ったんです。定期的に静岡県東部各地で会場をお借りして面接会を実施しているのですが、ちょうどその企画もしていたので、告知にもピッタリじゃん！ってピンとききました。

次のページに続きます >>>

ー 紙とネットの両方を使って反応の差は感じますか？

感じますね。特に求人誌の反響というのは著しく低下をしています。反響の良かった頃から比べると半分以上にまで落ちていますね。少し前まではネットで応募される方は若年層の方が圧倒的に多かったんですけど、最近では60代、70代の方からも応募があります。仕事を探そうでもネットを利用することが当たり前になってきているんだなと感じますね。

ー ネットの方が費用対効果が期待できるということで、どこどこadの利用に繋がったんですね？

必然的に会社として力を入れるのはネットの方になっているという背景と、「どこどこad」の導入についてはリーズナブルに運用できるうえ広告の配信、停止が手元でコントロールできるので、パフォーマンスも悪くはないと思いました。ネットの方が圧倒的に情報量が多いので、いかに分かり易く魅せるのか、ニッチなユーザー向けにどこを売りにするのか、その効果をPDCAを回しているんですが、そこへ広告配信のノウハウも蓄積したいが本音でもあります。

ー 紙の広告分だった補填はネットでできていますか？

求人紙からネットに重きを置いてから応募数が減ったことはありません。ですが静岡東部というエリアの特性で、求人紙に未だ根強い影響力があるのも事実です。面接会について言えば、通常は求人紙での告知が主だったんですが、今回は紙は使わずネットのみの告知でやってみたんですね。結果は紙での告知と来場者数に変わりはなかった、むしろ少し多かった。来場者を獲得できたというところで地元への反響にも少し自信が持っています。ネットの場合、気軽さゆえに反響も良い分ミスマッチも増えるので、ターゲティングが重要になってきますよね。同じ情報ばかりではなく、条件に合った情報を柔軟に出していくことが今後の課題ですね。

ー どこどこadを導入した要因や魅力は何かですか？

ディスプレイ広告というのは何となく分かってましたし、web広告の知識もうっすらとはあったんですけど、ちゃんと説明を聞くと、ネット上のポスティングに近いようなイメージが湧いたんですね。求人紙の効果が薄い中で、不特定多数の方に情報を投げ込める「どこどこad」の仕組みが紙に取って代わるんじゃないか、面白そう、やってみたくて期待に感じました。あと、出したい時にしたいエリアに出したい情報を出せるスピード感も最大の魅力の一つですね。

説明の中で面白いなと思ったのが、エリアを絞る軸として気象がありましたよね？僕は気象ターゲティングというのは初めて知ったのでシンプルに面白いなと思っていて。是非ゆくゆくやってみたくて思っていますね。例えば冬に雪深い東北の方に静岡の暖かいイメージを出して、ここで一緒に働かないかというような求人を出したらどうなのかとか。静岡の良さってすごく天候に恵まれているところだと思うんですよ。僕、東北出身なんですけど、外から見て晴れの日がすごく多いし雪も本当に降らないし暖かいし、日本のカリフォルニアだと思っています。(笑)

ー どこどこadのオススメしたい機能はありますか？

全体的なしくみがすごく良いので、具体的にこの機能がいいねというのは、難しいです。まだまだ不慣れなのでこれからいろいろとやってみてですね。ただ広告を配信したことがない僕にでもシンプルに使えるというのがオススメです。

ー どこどこad、もしくは弊社に今後期待する事はございますか？

期待もなにも本当にいろいろ教えて頂きたいです。僕はネット求人を始めてまだ5年ほどなんですけど、この5年で求人紙から求人サイト、自社サイトの運営、SNSの活用まで物凄いスピードで採用手法が変化、多様化しています。たくさんあり過ぎてパニックですよ。(笑)

各求人サイトの特徴もだいたいわかりましたし、いろんなサイトを試す時期は終わったかなと思います。これからはいかにやってきたものを体系化して自社オリジナルの仕組みを作っていくか。そこに挑戦したいんですね。その為には広告配信の知識も不可欠だと考えています。

なので、いっぱい金指さんから教えて貰って、いろんな広告業界の方やIT業界の方と張り合えるようになりたいし、その上で良い仕組みはどんどん取り入れたいし、共同で何か出来るかもしれない、期待どころかバシバシとご指導して頂かないと金指先生に(笑)

本当に僕わくわくしかありません。早く配信する元のバリエーションを増やしたいですね。

(2019年3月26日取材／文＝小泉佳之)



IPアドレスでターゲティングできるディスプレイ広告
<https://www.docodocoad.jp/>



地域住民へ協力アプローチ

エリアターゲティング

接続元のIPアドレスから地域を判定する事によって常に最新の位置情報を特定し、都道府県、市区町村や郵便番号を指定し広告を配信することが可能です。



天気に連動した新しい広告戦略

気象ターゲティング

天気・気温・湿度・紫外線強度といったアクセスユーザーの位置情報に紐づく天気情報から、現在・予報のいずれかの気象条件に応じて広告を配信することが可能です。

もっと遠くに、もっと近くに。
Geolocation Technology



株式会社Geolocation Technology

〒411-0036 静岡県三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4F

Tel:055-991-5544 Fax:055-991-5540

<https://www.geolocation.co.jp/>