

ダイレクトリクルーティング SNS

チーム名：和田ゼミ

受付番号：OSCA135

要旨

1. 問題提起

エントリーシート形式では学生の魅力が企業に十分に伝わらないのではないか？
エントリーシートや適性検査だけで採用を決める就活が「ひっくり返る」ソフトウェアを考える

2. サービス概要

学生と企業の SNS 型ダイレクトリクルーティングサービス

（本サービスは外注でのアプリ作成を検討しているが、学生でもここまで作れるということを証明するために簡単なデモも準備おります）

コンセプト「企業と学生の魅力を最大限に引き出す」

軸となる機能

学生側は企業側に自己 PR をするため、エントリーシートにまとめきれないガクチカや自身の価値観、理想の将来像、普段の自分、取り組んでいる内容の途中経過など“SNS 感覚”で気軽かつ自由な形で投稿をする。（写真付きを想定）

企業側は学生の投稿を見てオファーを送る。または一般選考で悩んだ際の最終的な判断材料として該当学生の本サービスの SNS を閲覧する。

3. ターゲット

就活を考えている学生：99 万人 （doda キャンパスより）

他社ダイレクトリクルーティングサービス加盟企業：17,982 社（offerbox 登録企業よ

り)

本文

I. きっかけ

就職活動の際に、自分の思いや魅力を最大限に伝えられているかを不安に思っていた。また友人の「就活イベントに行ってきた」という SNS の投稿をみて、これをどうにか就活に取り入れて企業にアピールできないかと考えた。

テンプレ化や AI による執筆や添削が出てきたエントリーシートより SNS での日記のような投稿の数々の方がリアルタイムで活動を知れて、尚且つ信憑性があるのではないかと。

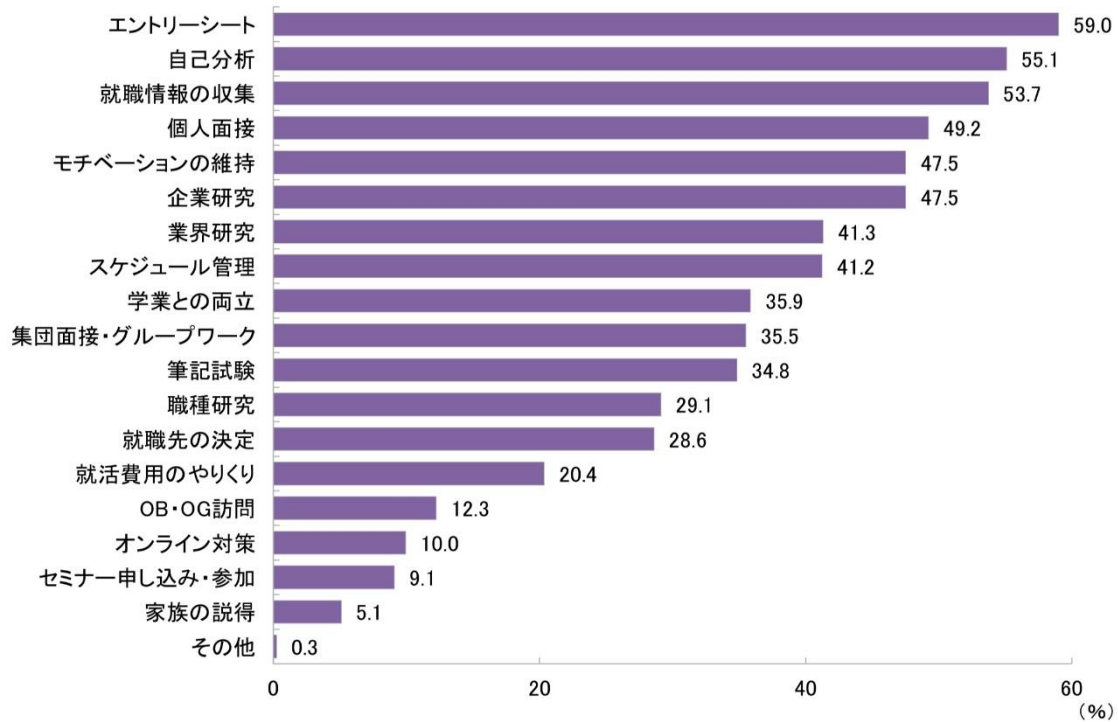
一方で企業は近年 SNS 活動に力を入れ始めており、SNS で自社の魅力を発信している。SNS コンサル業界が伸びてきているのにも見て取れる。就活生以外も入った X (旧 Twitter) などでは投稿の母数が多すぎて肝心の就活生に届かないではないのか。

以上の理由より就活生×企業の 2 者だけの SNS を作ってはどうかという結論に至った。

II. ニーズ

学生側：自身を最大限にアピールしたい (きっかけより)、就活をもっと楽にすすめたい (下記グラフより)

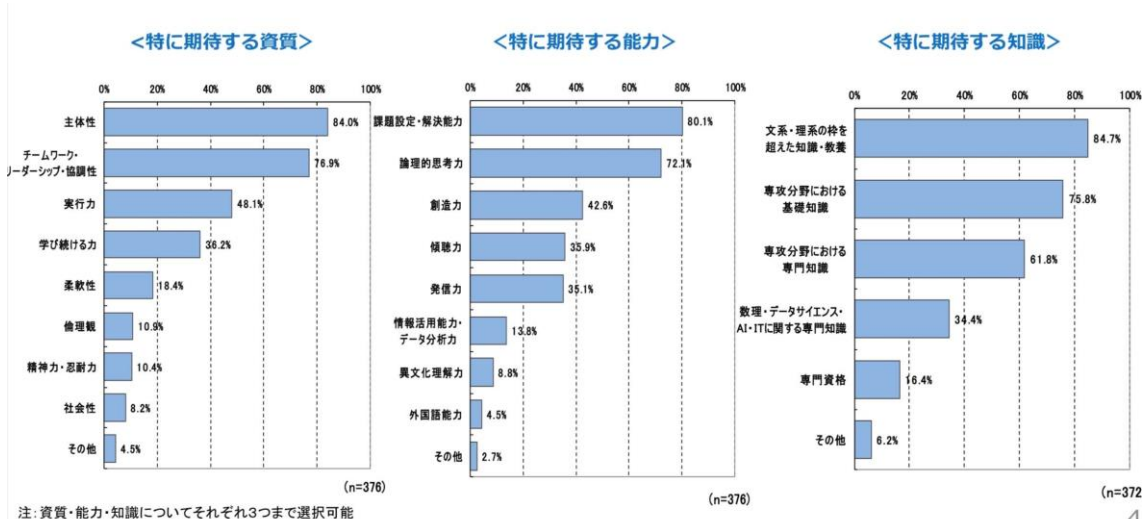
＜就職活動で大変だったこと＞



キャリアタス就活 2024 学生モニター調査結果 2023 年 10 月 11 日 より

※当てはまる選択肢を全回答する

企業側：学生の資質・人柄を見定めたい



経団連 採用と大学改革への期待に関するアンケート結果 2022 年 1 月 18 日 より

III. サービス内容

学生側の主な機能

- ✓ 自己 PR の投稿
- ✓ 企業や他の就活生の投稿を閲覧
- ✓ オファーの受け取り

企業側の主な機能

- ✓ 自社をアピールする投稿
- ✓ 就活生の投稿を閲覧（一般選考の判断材料）
- ✓ オファーの送付

その他機能

検索機能：タグ付け、ワード検索

※タグは個数を制限、3 から 5 個を想定（多くつけられるようにすると企業が人材を探すのが困難になる為）

表示機能：オファー数、いいね数、インプレッション数

当サービスの差別化ポイント

従来の新卒ダイレクトリクルーティングサービスは offerbox をはじめ、エントリーシートとプロフィールの登録だけであった。

しかし当サービスでは若者が慣れた SNS 形式×積み上げ方式（SNS の投稿による）により、もっと就活を楽しめる。そして採用担当者に余すことなく知ってもらえる。

IV. マネタイズ

料金プラン

学年	1人採用パック（40枠のオファー付き）
1年生	25万円
2年生	28万円
3年生	30万円
4年生	35万円

採用1人に付き40枠のオファーで1パック

例：2026年卒の3年生にオファーを送りたい場合→1パック30万円で40枠送れる。

上記で40枠送った内の2人を4年生になった段階で採用する場合→もともと買っていた1パック（30万円）と4年生で採用なので35万追加でかかる計算である。

V. プロモーション

各大学のキャリアセンターへの紹介

企業への営業

広告（学生向けにはバナー広告や大学が多い駅での看板広告）

就活イベントへの出展

VI. まとめ

ありそうでなかった学生と企業だけの双方向型ダイレクトリクルーティング SNS
全く新しい選考材料により各社にマッチした人材の発見を促せる