

バック・エックスの集客支援なら

自社求人への

応募が増える!!

序章

すべての求人に応募を発生させる実
力
毎年応募を増やし続ける方法とは

好条件でも人が集まらない！
打つ手がなくて苦しむ現場

新店のオープンを控えた、あるホ
ルオーナーはこう嘆いた。
「時給1800円にしてもアルバイト
が集まらず、1900円にしても駄
目で、最後は2000円を超えた」
募集すれど、時給を上げれど、集ま
らず……。アルバイト採用は、困難を極
めている。

厚労省の一般職業紹介状況（季節調

整値）によると、今年4月のパートを
除く有効求人倍率が1.54倍だったの
に対し、パートの有効求人倍率は1.
8倍。この2年間だけ見ても、1.78
倍〜1.83倍の間を推移しており、高
止まり傾向にあることは、揺るぎよう
のない事実。不人気業種であるホール
業界において、さらにこの数値が跳ね
上がることは、現場の人間なら、誰し
も実感しているところだろう。

加えて、年次有給休暇の取得義務
（5日間）や時間外労働の上限規制（月

100時間未満、複数月平均80時間未
満）などを規定した、働き方改革の促
進で、正社員をフォローするアルバイト
の需要が高まることは、想像に難くない。
何か、いい手はないのか？
そこで、注目したいのがバック・エッ
クスに応募を集めるテクニクだ。

ここ数年で
業界シェア80%強まで拡大

バック・エックスは人材紹介（転職

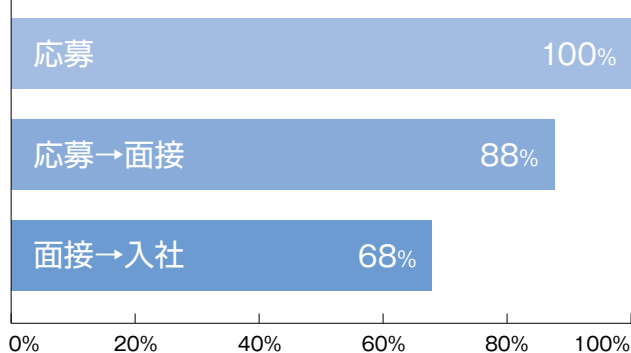


支援 会社のイメージが強いが、近年
は新しい求人サイトの開発を進めてき
た。2013年に「パチンコの求人（正
社員向け公開求人サイト）」、2015
年に「パチンコバイト（アルバイト
求人サイト）」をリリース。順調にシェ
アを拡大し、今や、同社のサービスは
業界の企業の80%強に利用されてい
る（店舗数上位100社の契約率、自社
調べ）。

なぜ、これほどまで多くのホール企
業に利用されるのか。その理由は単純
で、同社のサービスを利用すれば求職
者からの応募が発生するからだ。例え
ば、「パチンコの求人」。応募数は月
間1000件に達し、掲載企業には
100%応募が発生している（図表
1参照）。この採用難にあつて、奇跡
ともいえるだろう。

では、なぜ同社の求人サイトに応募
が集まるのか？ 同社の小清水裕執行
役員はこう語る。

■図表1 / 「パチンコの求人」
掲載企業の応募・面接・入社率



「弊社の事業において求職者をたく
さん集めることは最大のテーマ。現在
は、インターネット広告を軸に多くの
投資を行っています。特に今年は好調
で、昨年1.5倍の求職者を集められ
る見込みです（図表2参照）」

好調な集客状況であるが、ここまで
来るのは簡単な道のみではなかったと
いう。

「以前は求職者集めを広告代理店に
任せていました。しかし、広告代理店
のプラン通りにやっても上手く行か
ないことがよくあり、その都度、説明
を受けるのですが釈然としない。この
ままじゃダメだと思いました。そこ
で、自分たちでナレッジを蓄積して行
こうと方向転換したのが2013年。
今では、ほぼすべての求職者集めがイ
ンハウス（社内運用）で成り立ってい
ます」

同社が得意にしているインターネッ
ト広告の運用は、どこに広告を出せば
よいかの選定だけではなく、広告をク
リックした求職者にどのページを見せ
るのかも非常に重要らしい。

「例えば、現在運用しているLP（ラ
ンディングページ）は70種類ほど。検
索流入向け、リターゲット向け、
SNS向けなど、状況に合わせて使い
分けています。検索流入向けにおいて
も、検索キーワード別にLPが異なる
など、細かく管理しています」

サイト施策では、SEO対策（サイ
トを検索上位に表示させる手法）にも
力を入れている。

「求職者が検索するキーワードを徹
底的に分析。『求人』や『転職』など
のビッグワードだけではなく、ニッチ
なキーワードも幅広くカバーしていま
す。それぞれの検索キーワードで弊社
の求人サイトが上位表示されるように
SEO対策を行っているため、イン

■図表2 / バック・エックスの求職者の登録数

年度	増減
2013年9月期	100%
2014年9月期	106%
2015年9月期	111%
2016年9月期	148%
2017年9月期	163%
2018年9月期	177%
2019年9月期	257%

※2013年9月期を100%とした場合。2019年9月期は見込み

現在では、これら求職者を集めるノ
ウハウ、いわばバック・エックスの心
臓部分を、個別のホール企業にも提
供しているという。



執行役員 営業本部長兼営業企画部長

小清水 裕

1984年12月、大分県別府市生まれ。大学卒
業後、新卒でバック・エックスに入社。法人
営業を経験後、企画部門へ異動。独学でWEB
マーケティングを習得し、求職者の登録数を
2.5倍以上に増やす。新規事業「パチンコの
求人」「パチンコバイト」を立ち上げてゼロ
イチフェーズを主導し、同社の主力商材に成
長させる。2017年から現職に就任。

求人応募が必ず増える！ 実証済みの集客ノウハウ

**求職者集めはお任せ！
2カ月で応募数2倍を実現**

きっかけは、あるホール企業からのインディードに関する相談だった。「広告代理店にインディードの広告運用を任せているが、うまく行っていない感じがしないし、説明を聞いても意味が良く分からない」と言うのだ。

「悩みが昔の弊社と一緒だと思いました笑。現状を細かくヒアリングしてみると、正直、弊社から見れば数字は最低限のレベルでした。広告代理店の説明を聞いても不明確で、広告代理店にとって都合の良い説明をしている印象です。弊社が行えば数字が上がる確信を持っていたので、これをきっかけに広告運用をお任せいただくことになりました」と小清水執行役員。

実際に広告運用を行うと、1カ月目で応募数は1.4倍、2カ月目には2倍近くまでアップ（図表3参照）。同じような経緯で、ほかにも複数の案件を受けてきたが、数字が上がらなかったケースはゼロ。すべての企業で応募を増やすことに成功したという。

「弊社が数年前に悩んでいたことを、今はホール企業が悩んでいる印象です。

私たちは先に克服してきた分、アドバイスできることも多い。弊社が広告代理店として、ホール企業の応募を増やしているのは不思議な感じですが」世の中には広告代理店がたくさんあるが、バック・エックスがそれらと決定的に違うことがある。それは、自社で求人サイトを運用して集客している実績があること。事実、バック・エックスは自社の求人サイトへ求職者を集めるために年間数億円の広告費をかけている。パチンコ業界で一番、求職者

■図表3 / インディード広告運用の支援実績例

	1カ月目	2カ月目	3カ月目
クリック数	30%増	40%増	25%増
応募率	0.5%	0.7%	0.7%
応募数	30%増	50%増	40%増
応募単価	25%削減	20%削減	13%削減

を集めたい会社であり、実際に集めている「当事者」なのだ。

また、広告運用と同じくらい、求人原稿にも、こだわりを持っているという。「求人原稿は、求人サイトにとって商品。パチンコ店にとっての遊技機と一緒に。だからこそ、弊社では効果の出る求人原稿の分析に、時間をかけて取り組んできました」と話す。

求人原稿を作る上で大切なのは客観性だという。「世の中には求人があふれています。だからこそ、自社アピールをするだけではなく、他社求人と比較して自社の求人に優位性があるかも同時に考えると良いです。ほとんどの場合、自分たちが言いたいことを書き並べている、主観性が強い求人原稿が多いです」

ちなみに、同社の求人サイトに掲載されている求人原稿のほとんどが、同社で制作されたもの。その方が多くの応募が発生するため、結果的にそうなっていたという。

自社サイトの応募を増やす支援の流れ

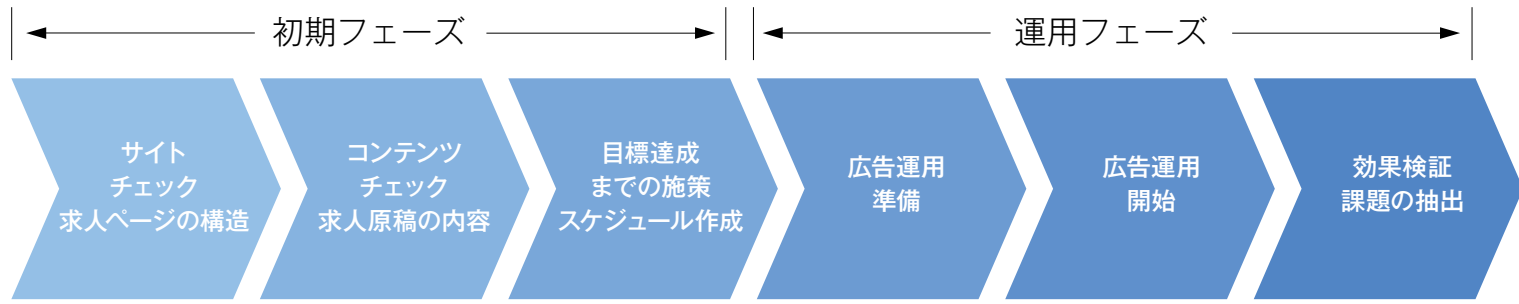
ここまで、インディードの広告運用



や求人原稿について説明してきたが、では、実際にバック・エックスがホール企業の自社サイトへ直接応募を増やす流れを説明しよう。

最初に取り組むのが、求人ページのチェック（図表4参照）。まず、低コストで即効性が見込めるサイトの改善ポイントがあるかを見定める。例えば、応募ボタンの形状や色、応募フォームの項目や動作など。少し変更するだけで、応募を増やすことができるという。「主に応募率を高める施策で、改良によって得られるのは応募率コンマ数パーセントの上昇。小さな数字に見えますが、最終的に応募数に大きく影響しますので重要です。広告費はランニングコスト（毎月かかる運用費用）として発生するので、低インシャルコスト（初期費用）であれば、中長期を見据え

■図表4 / 自社サイトへの直接応募を増やす流れ



初期フェーズでは、求人ページの構造、応募ボタン、応募フォームなど、スマートフォンやPCのユーザビリティを分析。その後、求人原稿の内容を確認し、求職者にとって魅力ある情報へ変更する。

運用フェーズでは、広告運用のサイト設定が完了次第、広告配信を開始。その後は、効果検証から課題を抽出し、改善を経て実装するというサイクルを1カ月ごとに行い、目標達成を目指す。

るとコストパフォーマンスが良いと言えます」

次に見るのは求人原稿。ポイントは、できるだけ親切に、具体的に、詳しく情報を書くこと。他にも、アピール写真はとても重要。現在はスマホ性能が向上しているので素人でもきれいな写真を撮ることが可能だが、大事な写真は被写体と構図だという。

準備ができれば、いよいよ広告運用だ。グーグル、ヤフー、インディードなどの検索エンジンに加え、フェイスブック、ツイッター、インスタグラムなどのSNS広告も。ホール企業の条件に合わせて、最適な手法を選んで運用を行うのだ。特に得意なのはインディードとのこと。

「今流行のインディードですが、当社は2014年から広告運用しています。キャンペーン構成や入札戦略、広告タイトルやディスクリプション（説明文）などのノウハウは、どこよりも多く蓄積している。だから、効果に即効性があるのだと思います」

サイト制作も含めたトータルプロデュースも可能

現在は、広告運用だけではなく、ホール企業の自社サイトの新規立ち上げやリニューアルもプロデュースしている（画像参照）。

「弊社は数多くの求人サイトを立ち上げてきたので、サイト作りのノウハウもあります。このノウハウをホール企業に活用して、求職者が魅力を感じ

■バック・エックスがプロデュースしたサイト例



株式会社シンセー HP



株式会社マルハン キャリア採用サイト

る自社サイト作りのお手伝いをしています」

小清水執行役員は、最終的にパチンコ業界のWEBリテラシー（知識や能力）の向上に寄与していきたいと考えている。

「ホール企業は、PV（ウェブページが開かれた回数）が多い、少ないをよく気にしていると思います。私からすれば、PVは力業でいくらでも増やす

ことが可能なので、PVを話の中心にすること自体がナンセンスです。とはいえ、分かりづらさが故に勘違いされていると思うので、それらが正しい理解を得ることに一役買いたいです。個人的には、インターネットの集客ノウハウはパチンコ店の営業集客にも応用できると考えているので、いずれは営業支援にもチャレンジしてみたいですね」と話す。