

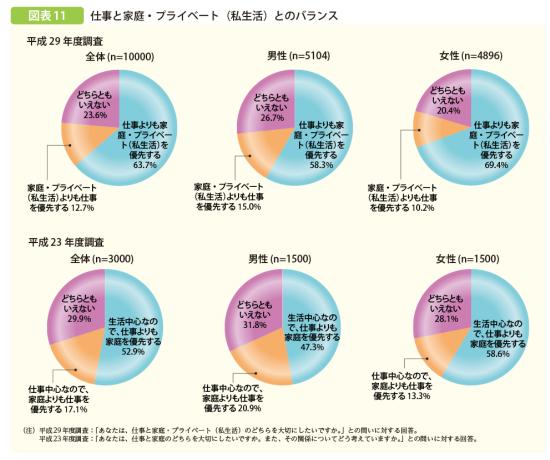
# 燃料供給の担い手確保 LINEを活用した採用活動の推進

全石連

全国石油商業組合連合会

全国石油業共済協同組合連合会

### ■求人を取り巻く環境

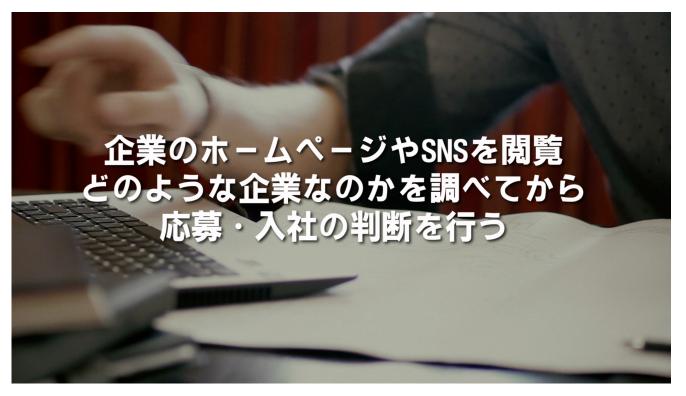


- 我が国において急速に進む少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少は大きな社会問題になっています。東京一極集中の傾向が継続し、地方においては一層深刻な問題となっています。
- その環境下において、就労は単に収入を得る ための手段というだけでなく、その人と社会を つなぎ、自己実現を図るためのものでもある など、「働き方」は「暮らし方」そのものであると 考えられるようになってきました。

内閣府 平成29年度調査

就労に対する若者の意識は大きく変わり、「時間内で楽しく働きたい」や「仕事の内容を知りたい」ことを重視するようになっています。

### ■仕事に関する情報の入手方法



- スマートフォンの普及により、知りたい情報があるときはインターネットで気軽に検索することが一般的になりました。
- 特に、インターネット世代の10代20 代の若年層では情報を信頼する上で「自分で調べた情報である」という ことと「写真と動画でわかりやすい 事」を最も重視するといわれています。

• 求人情報に興味をもっても、すぐに応募や入社を決めるわけではなく、企業のホームページや SNSを閲覧し、どのような企業なのかを調べてから応募、入社の判断をしているのです。

### ■若者の意識変化

求人情報に興味をもっても、すぐに応募 や入社を決めるわけではない。

企業のホームページやSNSを閲覧

「どのような企業なのか?」を

調べてから応募、入社の判断をする。



こうした若者の意識変化を考えず、従来からの紙媒体を使用した募集広告のみを継続するだけでは応募が見込めなくなっていきます。すなわち、「掲載コストをかけた割には人材確保につながらない」という、経営に大きく負荷を与えるものとなっているのです。

### ■SSの求人活動の現況



• SSについていえば、「若年層の車離れ」に伴い、SSは若年層にとって利用頻度の低い存在になっています。そのことから、「どのような企業であるのか」、「どのような仕事があるのか」、働く際のイメージが求職者に伝わりにくくなっている。

### ■今後、SSに求められる求人活動





- 今後の採用活動にあたっては給与や労働条件の提示だけでなく、日常の職場の雰囲気や仕事内容のイメージをインターネット上で具体的に伝えていくことが有効です。
- このような情報を発信することに役立つのがSNSです。
- FacebookやInstagram、LINEに代表されるSNSは、情報公開とコミュニケーションの機能を備えたオンラインサービスです。文章だけでなく写真や動画などを掲載できるため、言葉では伝えにくい社内の環境や風土をしっかりしたイメージとして伝えることができます。また、利用に際して料金がかからないことも大きなメリットです。
- このことから、近年では多くの小売業でSNSを活用した採用・募集活動が行われるようになってきました。

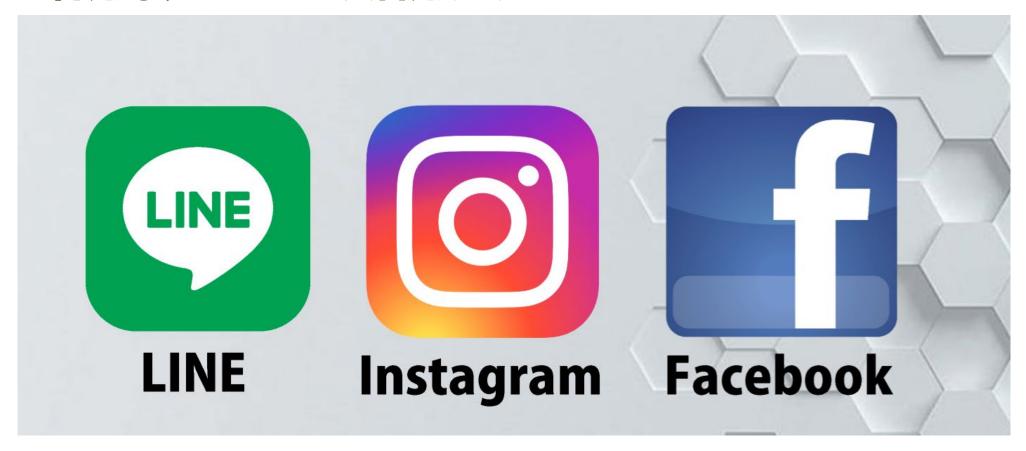
### ■今後SSに求められる求人活動 ネット利用





- ・企業がインターネット上で人材募集を行うには、3つの視点が必要。
- 1に自社のホームページを持っていること。これは、最低限の信頼確保のため必要です。
- 2にLINEで集めた身近な地域の会員に出来るだけ広く求人を告知すること。
- 3にInstagramやFacebookなどでリアルな会社の活動を配信すること。

### ■利用したいSNSの活用方法



SNSを活用する場合に重要なのは、対象層とその使い方です。企業で情報配信する場合は、SNSそれぞれの特性を生かして運用することが成果を生みます。

#### 表 5-1-1-1 平成 28 年主なソーシャルメディアの利用率(全年代・年代別)

	全年代(N=1500)	10代(N=140)	20代(N=217)	30代(N=267)	40代(N=313)	50代(N=260)	60代(N=303)
LINE	67.0%	79.3%	96.3%	90.3%	74.1%	53.8%	23.8%
Facebook	32.3%	18.6%	54.8%	51.7%	34.5%	23.5%	10.6%
Twitter	27.5%	61.4%	59.9%	30.0%	20.8%	14.2%	4.6%
mixi	6.8%	2.9%	13.4%	9.4%	8.3%	5.8%	1.0%
Mobage	5.6%	6.4%	9.2%	9.7%	4.8%	4.2%	1.0%
GREE	3.5%	3.6%	6.9%	4.5%	3.2%	2.7%	1.0%
Google+	26.3%	28.6%	29.5%	37.5%	30.0%	25.4%	10.2%
YouTube	68.7%	84.3%	92.2%	88.4%	77.3%	55.4%	29.7%
二コ二コ動画	17.5%	27.9%	36.4%	19.5%	15.3%	9.2%	6.6%
Vine	2.9%	5.7%	7.4%	3.7%	1.6%	1.2%	0.3%
Instagram	20.5%	30.7%	45.2%	30.3%	16.0%	12.3%	1.3%
7つのいずれか利用	73.5%	82.9%	97.7%	94.0%	80.5%	65.0%	33.7%
6つのいずれか利用 (Google+除く)	71.2%	81.4%	97.7%	92.1%	78.3%	60.8%	30.7%
11のいずれか利用 (動画系の4つ含む)	79.4%	90.7%	98.2%	97.4%	87.5%	71.5%	43.2%

<sup>・</sup> 総務省 平成 28 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

### ■LINEの特性





- LINEは個人、企業に関わらず幅広い年齢層に最も利用されているSNSです。日本の人口の70%以上、8,800万人の個人ユーザーがいると言われています。 LINEは「ともだち」として登録した特定の個人に情報を発信できることが特徴です。
- 一回登録をしてもらえれば、こちらから情報を発信することができ、また高確率でメッセージを見てもらえるのでリピーターの獲得には威力を発揮します。この機能を利用し企業や店舗が積極的に販売促進活動に役立てています。
- 近年では多くの小売業でSNSを活用した採用・募集活動が行われるようになってきました。

## ■Instagramの特性





- 写真や動画をメインとするSNSで、視覚的にメッセージを伝えられることが強みです。ユーザーは年々増加しており10~20代が半数以上を占めます。
- 世界観やおしゃれさが重視され、有益な情報系コンテンツであっても、写真のきれいさや見栄えの良さが必要です。情報検索が多く行われていることが特徴で、ハッシュタグによる検索が盛んに行われていいます。

### ■Facebookの特性





- テキスト、リンク、画像、動画など、どのようなフォーマットにも対応。
- Facebookの特徴は実名制。
- ユーザーの年齢層は30代中盤~50代が多いとされています。仕事上の繋がりに活用しているユーザーも多く、企業利用では会社案内などに利用されています。

### ■LINEの特性を生かす告知





• LINEだとプッシュ通知が使えるため、メッセージを配信してから相手に気づいてもらえるスピードが早いという特徴もあります。



トーク画面では、写真・動画・クーポン配信ができ、開封した場合、 既読かどうかの判断がつくので告知状況が一目でわかります。



LINEのトーク画面下部に表示されるリッチメニューという機能があります。トーク画面の下部に大きく表示されるメニューで、画面を大きく占有するためユーザーの注意を引きやすいほか、リンクを設定することで見てもらいたいサイトにユーザーを誘導することができます。

### ■ LINEは、広く告知するツール



- 自社で集めたLINE登録会員は、皆様のお店ごとの会員のため、 地域に根差した身近な人たちです。
- ・皆様のお店に対して身近なイメージがあるのでアルバイト募集や 社員募集にとても有効に活用できます。



- ・企業でLINEを利用し、人材募集にも活用するためには、まずは 登録者を増やしてできるだけ多くの地域のお客様に配信できるよ うに整備することが必要です。
- LINE会員は比較的集めやすい

### ■店舗利用ユーザーのLINE会員化手法



#### 特典を用意

お客さんが「登録した方がいい!」「登録しないと損だ!」と思わせるような「特典(オファー)」をあらかじめ考えて登録を促すことがポイントです。



#### 油外商品購入客

• 最も集めやすいのが、油外商品を購入していただいたお客様へのおすすめです。購入後のフォローのために「次回の点検のためにLINE登録をお願いします」「交換時期のご連絡のためLINE登録をお願いします」とご案内します。また、「当店でお買い上げいただいた方だけの特典もお送りしますので、よろしくお願いします」と案内するのも効果的です。

### ■LINEでの求人掲載



- 常に求人を行っているSSなら、先にご紹介したLINEの機能「リッチメニュー」を利用してもよいでしょう。
- ・常時表示されるため求職者の目にとまりやすく、動画やリンクなどの人材募集の情報をすっきりとまとめて表示することができます。

• 「リッチメニュー」の中に求人情報を常時掲載

### ■LINEでの求人情報配信

LINEトーク で多くの会員に求人情報を配信





求人情報を配信画面に 求人内容のリンク先を 用意



求職者は、出来るだけスムーズで整理され た求人情報を求めます。

LINEで送る求人募集の告知に求人条件をリンクさせると、求職者にとって見やすく理解しやすい求人募集になります。

- トークの文章は、まずは募集をしているということを知ってもらうため簡単なものを配信します。
- この告知には、必ず詳しい求人条件を案内するリンク先を用意します。

### 全石連が提供する無料の求人情報サイト「SS求人ドットコム」https://ssq-jin.com/



- ・全石連で提供する、求人に役立つ無料の求人情報サイト「SS求人 ドットコム」での求人内容掲載をお勧めします。
- ・LINEのリンク先としてご利用ください。

#### 「石油販売業(SS・サービスステーション)リクルートガイドブック」



60秒のショート動画が3本ダウンロード ができます。

SSの仕事をわかりやすく説明しています。 配信の際にご利用ください。

### ■立体的なSNS活用 人材募集



Instagram



会社の活動動画や写真



Facebook



会社の活動動画や写真

- 求職者は、InstagramやFacebookで生の会社の情報を確認してから応募します。
- ・リアリティの付加された生の情報の配信で、求職者に「安心」「信頼」の企業として告知・認知され事が大切

### ■ InstagramやFacebook活用 人材募集





- 社員となる人材は、自分が入社する企業を自分で調べます。 会社のホームページだけでは、信頼を勝ち取ることはできません。
- InstagramやFacebookで企業イベントや研修風景を配信。
- アクセス数を気にしない。(本当にこの情報が欲しい人だけなので少なくても有効)
- これこそが応募者にとっての欲しい情報なのです。



# これからのSSの求人







地域密着で未来を作るサービスステーションは、人材募集も近隣周辺地域からの採用が重要です。

自社のアルバイト・パート・社員の採用をSNSを利用し地元から採用することは、将来のサービスステーションの担い手確保に様々な面で必ず寄与します。

### 理解度確認テスト

動画およびテキストの内容をふまえ、以下の設問に回答ください。

#### 問1 文章中のA~Dの空欄に当てはまるものは?

『求職者は企業の(A) を閲覧してどのような企業なのか調べてから応募・入社の判断をしている』

A ①新聞求人広告 ②求人情報サイト ③ホームページやSNS

『今後の採用活動では給与や労働条件の提示だけでなく(B)や仕事内容のイメージを(C)上で具体的に伝えていくことが有効』

- B ①日常の職場の雰囲気 ②会社の歴史 ③販売商品
- C ●ハローワークの求人票 ②求人情報誌 ③インターネット

『SNSは文章だけでなく(D)などを掲載できるため社内の環境や風土を具体的に伝えることが可能』

D ①音楽やイラスト ②写真や動画 ③グラフや表

#### 問2 日本で普及しているSNSのうち、幅広い年齢層に最も利用されているものは?

**1**LINE **2**Instagram **3**Facebook

### 理解度確認テスト

- 問3 日本で普及しているSNSのうち、利用の多い年齢層が10~20代であるものは?
  - **1** LINE **2** Instagram **3** Facebook
- 問4 日本で普及しているSNSのうち、利用の多い年齢層が30~50代であるものは?
  - **1** LINE **2** Instagram **3** Facebook
- 問5 人材募集に関してそれぞれのSNSを利用するうえで意識するべきことは?
- 問6 LINEで求人情報を配信するうえで用意するべきことは?
  - ●自社CM ②求人詳細のリンク先 ③興味をひく話題
- 問7 求人を目的としてInstagramやFacebookを利用する際に投稿すべき内容は?
  - ●会社の会議や研修・イベントなどの写真・動画 ②商品の割引情報 ③動物の写真

「理解度確認テスト・解答」をダウンロードして自己採点していただき、結果をアンケートにて お知らせください。

## SNSは、将来のサービスステーションの担い手確保に 様々な面で必ず寄与します。 どうぞ、ご検討をよろしくお願いします。



全石連

全国石油商業組合連合会

全国石油業共済協同組合連合会