

「ad plus～広告の視点～」では、日本経済新聞に掲載された注目の広告を、その狙いや制作上の工夫、反響などとともに紹介しています。

企業ブランディング広告事例

## 新卒採用の危機に、 私たちができること。

採用担当者の皆さまへ

コロナ禍により世界中が混乱を極めており  
企業の採用活動や学生の就職活動にも大きな影響を与えています。

就職氷河期の再来を防ぎたい  
更には従来から課題となっているミスマッチ採用を防ぎたい。

OpenWorkではそんな想いから  
22年度の新卒採用における全サービスを無料で提供することにしました。

会社情報・求人掲載、スカウト送信、候補者管理は勿論、  
通年採用や職種別採用にも対応しており、ワンストップでお使い頂けます。

OpenWorkは就活生の2人に1人が利用する転職・就職のための情報プラットフォームです。  
多くの優秀学生が会社選びに活用しています。

1社でも多くの「働きがい」に自信のある企業様にご活用頂き  
学生一人ひとりにとっての良い企業に出会える場を提供することが  
私たちにできることだと思っております。

慣例にとらわれない、ミスマッチのない新卒採用と一緒に。

当社の想いに共感いただける企業・人事の皆さまの  
ご利用を心よりお待ちしております。

オープンワーク株式会社  
代表取締役社長 大澤 陽樹



## ブラック企業には おすすりめできない サービスです。

私たち openwork リクルーティングは、  
クチコミをベースにしたあたらしい採用プラットフォーム。  
企業の魅力はもちろん、改善点や欠点までも、  
中で働く社員のクチコミとして公開しています。

だから私たちのサービスは、万人向けではありません。  
社員の評判があまり良くない企業様には  
扱いづらいことでしょう。

それでも、私たちがクチコミにこだわる理由。  
それは、いい面も悪い面も、  
企業のことをよく知った上で入社した人は、  
生き生きと働いていけることを知っているから。

情報格差のない、オープンな就職市場をつくる。  
企業も求職者もミスマッチなく、  
お互いに幸せになれる世界を目指して。

openwork リクルーティングは、  
2022年卒の新卒採用向け機能を、  
すべての企業に **無料** で開放します。

職種別採用、通年採用も可能  
無料申込・情報登録・求人・スカウトの3ステップ



すべての人に、納得のいく就職を。  
openwork



右) 2020年12月2日 日本経済新聞 朝刊 全15段・カラー  
左) 2020年12月16日 日本経済新聞 朝刊 全15段・モノクロ



代表取締役社長  
大澤 陽樹 氏

社員クチコミサイトを運営するオープンワーク。同社は昨年12月、独自の採用プラットフォームの認知度向上を目的に、2本の広告を日本経済新聞に掲載した。普段接点の少ない地方の優良企業、および、口コミ採用になじみの薄い熟年層が大半を占める首都圏企業のトップや人事担当役員がターゲットだ。

「コロナ禍の今、当社のサービスが企業の役に立つことを、信頼できるメディアで真摯に伝えたい」と大澤氏は掲載の背景を語る。

1本目の広告(右)は、ドキュメントのようなヘッドコピーとカラフルなビジュアルで目を引き、「働きがいは企業それぞれ違っていい。黒以外の多様な色・個性があっていい」という、同社の思いを表現した。

続けて2週後には、モノクロでガッツと印象の違う2本目を掲載。サービスの機能や「ミスマッチのない新卒採用を一緒に」という企業姿勢を社長名で語りかけるように伝えている。

2本掲載後、全国の優良企業からの問い合わせ数が飛躍的に増え、広告の手応えを実感したという。同社は今後もさらなる認知度向上を目指し、サービスをより一層磨いていく考えだ。