

全国求人情報協会が発表した2013年8月度(3月~8月の6か月集計)の求人広告件数が伸びを示している。景況感の回復で、企業の採用意欲が持ち直しつつある。求人情報ビジネスもまた、活気を取り戻している。特にネット媒体にその傾向が顕著だ。紙媒体は掲載件数で首位(約35万件)の座を保ったが、前年比伸び率は14.5%増にとどまった。一方、求人サイトの伸び率は前年比35.1%増。掲載件数でも約30万件超で首位に肉薄している。

この求人メディア界で存在感を高めているのがディップである。同社は主力のアルバイト情報サイト「バイトルドットコム」を中心に成長。ネットを活用した事業戦略が特徴だ。携帯サイトへのシフトも最も早くから取り組んでおり、傾注度も高い。ここへ来て事業環境改善の恩恵をその帆いっぱい受けている。

10月10日発表の2014年2月期の中間決算は、

求人情報界に刺激を与え続ける男

「景気回復の波に乗って 業界ナンバーワンになりたい」

景気回復によって企業活動が活発さを取り戻せば、必然的に賑わうのが「求人」だ。そんな求人情報媒体産業で注目したいのがディップ(2379)だ。旬なタレントをイメージキャラクターに起用したテレビCMで「バイトル」のブランドを浸透させている。同社は、紙媒体を中心に発展してきた他社と異なり、インターネットや携帯・スマートフォンなどの「パーソナルメディア」の活用にはいち早く取り組んできた企業。ここへ来て収益も好調に推移しており、10月には株価も高値更新している。そこで今回は同社を率いる富田英揮社長に迫る。

期初予想を上回る増収増益で着地している。そんなディップは創業当時は「ワントゥワンサテイスファクシオン」を理念に掲げ、対一の関係性を重視し、クライアントとユーザーに価値を提供することを目指していた。(現在の企業理念は「夢とアイデアと情熱で社会を改善する存在となる」へと変更している)実に求人メディアらしくない。求人媒体は、

紙媒体であれば配布部数、ネット媒体ならばアクセス数を競うのが常だからだ。マス媒体に対するアンチテーゼなのか?との問いに富田英揮社長は答える。

「広告のロスというのは、興味のない人に向けて情報を送ることに起因します。確実に興味のある人に向けて発信することがマーケティング活動の効率化につながると確信しています」

シフトが急加速する。まさにこれからですよ」

起業のきっかけは 英会話学校の生徒募集

富田社長は愛知県生まれ。父が経営していた英会話スクールの運営を任されたことが起業のきっかけになった。カギは生徒募集にあった。折り込みチラシや地域紙に広告を掲載して生徒募集を行っていたが、ひとりの生徒を獲得する費用が年間授業料を上回るということも少なくなかった。

「もつと効率の良い方法はないものか」

思索していた同氏が気



profile・富田 英揮 社長

1990年3月愛知学院大学商学部卒業、同4月、株式会社地産に入社。1991年11月、愛知ゴルフサービス株式会社入社。1992年5月、株式会社フォーラム入社。1997年3月、ディップ株式会社を設立し代表取締役社長に就任。2004年10月、株式会社イー・エンジンの代表取締役会長に就任。2005年6月、株式会社なでしこキャリアの取締役に就任、2006年3月、同社代表取締役兼 CEO（最高経営責任者）就任、株式会社ブックデザイン代表取締役会長に就任。同6月、ディップエージェンツ株式会社の代表取締役会長に就任。現在に至る。

付いたのが、名古屋某所にあるビルの中に設置された英会話スクールのパンフレットコーナーだった。様々な英会話教室の案内がまとめて設置してあった。実はココからの入学申し込み・問い合わせがダントツに多かった。検討している人にとっては、多くの中から比較して選べる利点がそこにあったのだ。

「これを量産しようと考えたが、ラックを設置するには場所確保が問題でした。ならばバーチャルでと考えましたが、当時はインターネットの普及率が20%を切るような状況。将来的に普及することは予想されていましたが、現状には見合っていないだったので

す。思いついたのが、専用の情報端末を利用する方法です。インターネットを自宅で利用できない人に向けて、英会話学校はもちろん、ブライダルや自動車購入など様々なカタログを取り寄せることのできる端末を作ろうというものです。そこにアクセスしてきた利用者にカタログを無料で送付する代わりに、入手した顧客データを見込み客情報として企業に売りマーケティングに活用してもらう事業を始めようと考えました」

夢とアイデアと情熱はあったが、金もコネもなかった。会社を作るための資金もなかった。借金をしな

がら生活費を立立てつつ、起業の金策に走り回る日々が2年も続いた。しかし、このベンチャー魂を拾い上げたのがベンチャーの雄だった。人材派遣大手パソナの南部靖之氏とソフトバンクの孫正義氏が作ったジャパン・インキュベーション・キャピタル（JIC）が、富田氏の事業計画を採用したのだ。これを機にパソナのオフィスに机を間借りさせてもらうことになった。JICとパソナの支援によって東京都の保証協会から融資を受け、ようやく会社を設立できたのだという。金策で東奔西走する日々は、まるでITベンチャーさながら。求人媒体業界は

フリーパーパーなどからの発展を遂げた企業が多く、同氏のような危険とも言える綱渡りをしてメディアをスタートさせたという企業は皆無だ。事業を成す根幹がITベンチャーなのだ。

会社登記は出来たものの、課題は山積。問題は何百台と情報端末を設置する必要がある点だった。チェーン店に設置協力を取り付けるのが早い、と同氏はマクドナルドに話を持ち掛けた。何とかこぎ着けたプレゼンで、話は意外な展開へと進んでいった。実はマクドナルドには、同種の報端末の設置を日本IBMからも提案されているというのだ。そこで今度はIBMへと交渉に向かった。

「コチラがやりたいのはコンテンツ事業です。端末をIBMが売って、そのコンテンツをコチラでやらせてもらいたい」

この提案が新規事業を推進していたIBMで通り、現実のものとなった。首都圏約1000店舗のローソンやサンクス、ミニ

ストップなどのコンビニエンスストアで情報端末が設置され「無料カタログ送付サービス」が始まったのだ。翌年にはトヨタ自動車、本田技研工業など全116社が参加し売上高で約1億円を計上するまでになった。

派遣情報配信でヒット ヤフーとの提携も

カタログ請求のコンテンツのひとつに「派遣」もあった。派遣での仕事を探している求職者が、登録する派遣会社を探していたのだ。アウトソーシングビジネスが活況で多くの派遣会社が競うようにスタッフ募集をしていた時期でもある。大手派遣会社でこんなことを言われた。

「求職者は職を求めているのであって、派遣会社を探しているわけではない。カタログよりも仕事情報の方が需要はある」

これを聞いた富田氏はすぐに「派遣会社カタログ」を「お仕事情報サービス」に変更。求人情報メディアが生まれた瞬間だっ

た。

富田社長は同時にインターネットでの求人情報配信を考えた。問題はまたしても「資金」だった。シリコンバレーに渡り投資家捜しまでしたという。そんな折に、ソフトバンクの孫氏が中心となってナスダックを日本に誘致し新たなベンチャーを育成しようと、ナスダックジャパンが誕生した。ココでプレゼンの機会を得て、富田社長の下に「投資したい」と約4億円が集まった。これを元手にスタートしたのが求人広告業界初となる派遣情報ポータルサイト「はたらこねっと」だった。「ネットを使っている求職者はまだ20%。コンビニ端末で情報を出せば、残り80%も網羅できる。両方を当社は持つており、100%カバーできる」

この営業トークは見事に相手に突き刺さり、契約は次々と増えていった。派遣情報で圧倒的な情報量を手に、ポータルサイト最大手のヤフーと提携した。2001年11月からアルバイト・請負情報を、2

002年1月から派遣情報を提供。中でも派遣情報は独占だった。この提携で「はたらこねっと」へのアクセスは一気に増えた。この効果で新たなクライアントも急増。右肩上がりの角度が高まった。

猛スピードで成長を続けた。「2003年の12月に株式上場」の承認も受けた。

だが、上場3日前。ヤフーの事業部長から提携解消を告げる連絡が届いた。主幹事証券との相談で、あえなく上場を辞退すること。富田社長は上場記念パーティーをするはずだった船の上で、社員に向けて言ったという「今日はヤフーからの卒業パーティーだ！」と。提携がなくなっても大丈夫、その準備は既にしていると、今後の展開計画をきちんと説明した。この日をきっかけに従業員の士気も高まったと同氏は振り返る。

「実を言うと、ヤフーと提携して急速にアクセスが上がった時に、怖いなど感じていました。ヤフーに依存したビジネスモデル

になってしまいう危機感でした。脱ヤフーには、当社のブランドイメージを高める必要があると感じていましたから、女優の広末涼子さんをイメージキャラクターに起用するなどしてきました」

企業ブランドディングに注力するだけでなく、サイトを見た求職者がそのまま連絡できるように「電話ボタン」機能を付加するなど、よりユーザビリティを追求した。これらの施策により、ヤフーとの提携解消後も同社の躍進は続いた。上場辞退から5か月で、晴れてマザーズに株式上場。しかも、1回目の公募価格80万円を上回る100万円の公募価格が付いたのだった。そして初値は200万円を付け、時価総額で約800億円の評価となった。

リーマンショック後に 取り組んだ施策が成果となる

上場後は100名超規模で新卒社員を採用し3年がかりで教育してきた。まさにこれからというタ

イミングで、リーマンショックの波に飲まれた。業界の経済規模は3分の1まで縮小したという。求人ビジネスは市況産業だ。

しかし、この苦しい時期に取り組んできたことが芽を出している。

2009年から同社がスタートさせているのが「ナースではたらこ」だ。医療関連人材に焦点を絞った看護師専門の人材紹介サービスだ。

「景気に左右されにくい事業を構築せねばならなりませんでした。高齢化社会に対する求人として医療人材に目を付けました」「ナースではたらこ」の

売上高は、2014年2月期第2四半期で12億9100万円(前年同期比130・5%増)と急成長を遂げている。営業利益も前期までは赤字だったが、この中間決算では1億8700万円の黒字を達成した。

アルバイト情報サイト「バイトルドットコム」では、月1度だったバイト情報更新を週1回にした「週刊化」をはじめとし、職場の雰囲気動画を掲載し

たり、応募状況が一目でわかるバロメーターを設置したりとリニューアルに次ぐリニューアルを実施した。

また、PCだけでなく、携帯電話やスマートフォンへの取り組みも同業他社に先駆けて強化している。

更には継続的なブランド強化として、CM放送やネット広告を積極的に展開している。成果は求人の応募者数を見れば一目瞭然。今年5月は前年同月日で63%増、6月も同63%増、7月は同53%増、8月は同51%増と、前年実績を大きく上回っている。

富田社長は言う。

「上場来最高の時価総額800億円を超えることが、今の目標です。まだまだ紙媒体が強いアルバイト求人マーケットは今、スマートフォンで急激に変化しています。我々には強い追い風だと感じていますし、アベノミクスや東京五輪という追い風にも乗って業界ワンバードン企業になりたいですね」