



自社に合うエンジニアに「会う」ための

テックブログ立ち上げノウハウBook

Part1. 採用広報とは

採用広報の役割

コンテンツを通して候補者のフェーズを進めること(スクリーニングも含む)

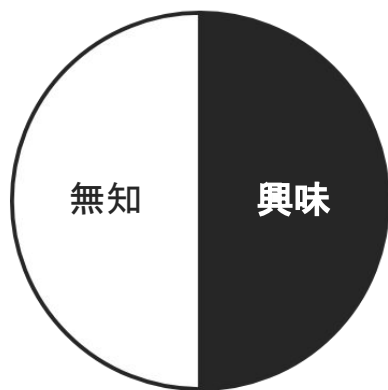


採用広報の役割(フェーズ別)

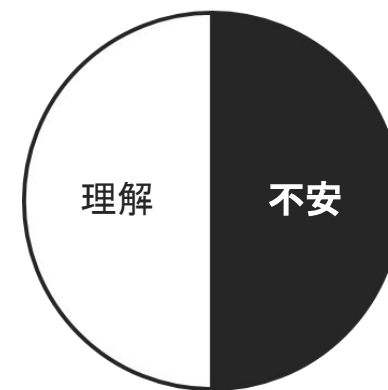
初期は意欲を上げることに注力、後半は不安を取り除くことに注力



候補者の意欲を上げる



候補者の不安を取り除く



転職＝候補者のキャリア課題の解決

自社に入社することで候補者のキャリア課題が解決されることをアピールしなければなりません

候補者のキャリア課題をすべて解決できていないケース



候補者のキャリア課題をすべて解決しているケース

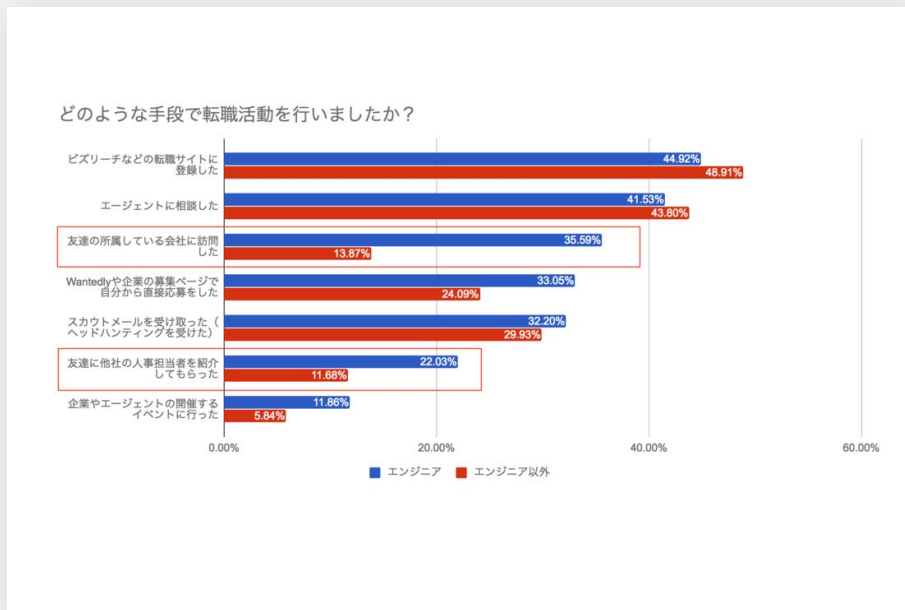


Part2エンジニアの転職市場

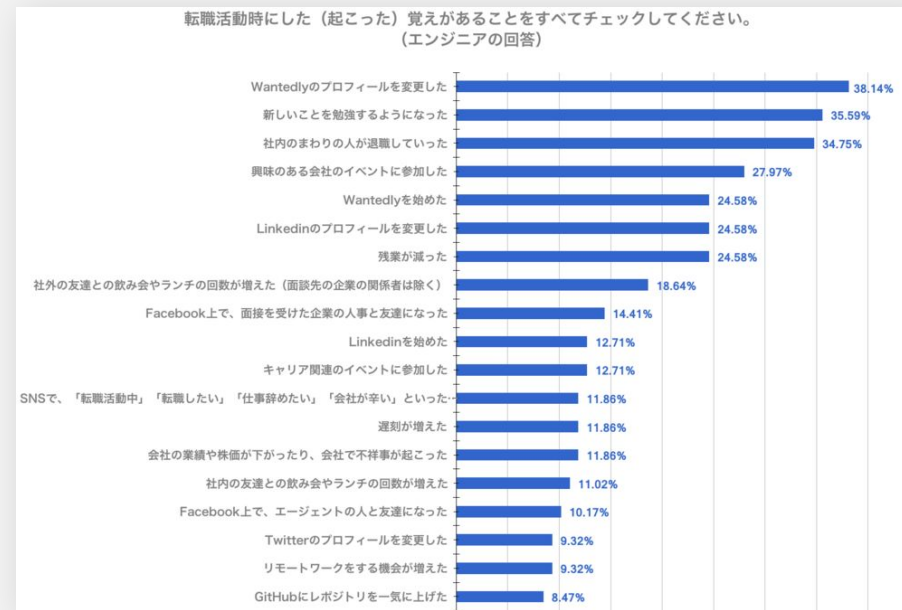
エンジニアが見ているプラットフォームランキング

エンジニアはリファラルやSNSを活用した転職活動を行う傾向にあります。

エンジニアはエンジニア以外の職種と比べて、圧倒的に“友達のつて”で転職活動する



WantedlyやLinkedIn、GitHubやQiita、Twitterといった媒体での活動量が増加傾向

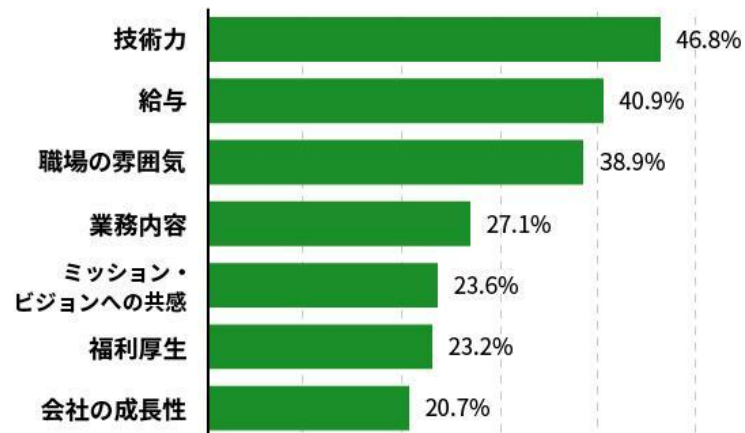


エンジニアが採用広報に求める情報一覧

エンジニアはリファラルやSNSを活用した転職活動を行う傾向にあります。

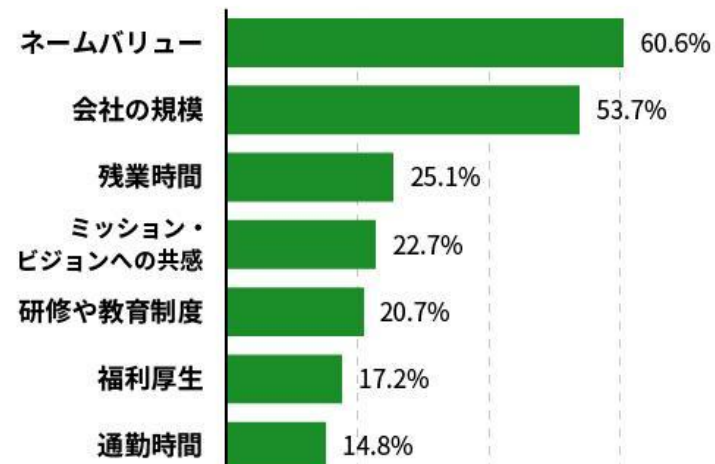
エンジニアは「技術力」「給与」「職場の雰囲気」を重視する傾向

もう一度就職活動をやり直すなら、
何を判断軸に企業選びするか
※複数回答



一方、「ネームバリュー」や「会社の規模」などはそこまで重視されない傾向にあり。

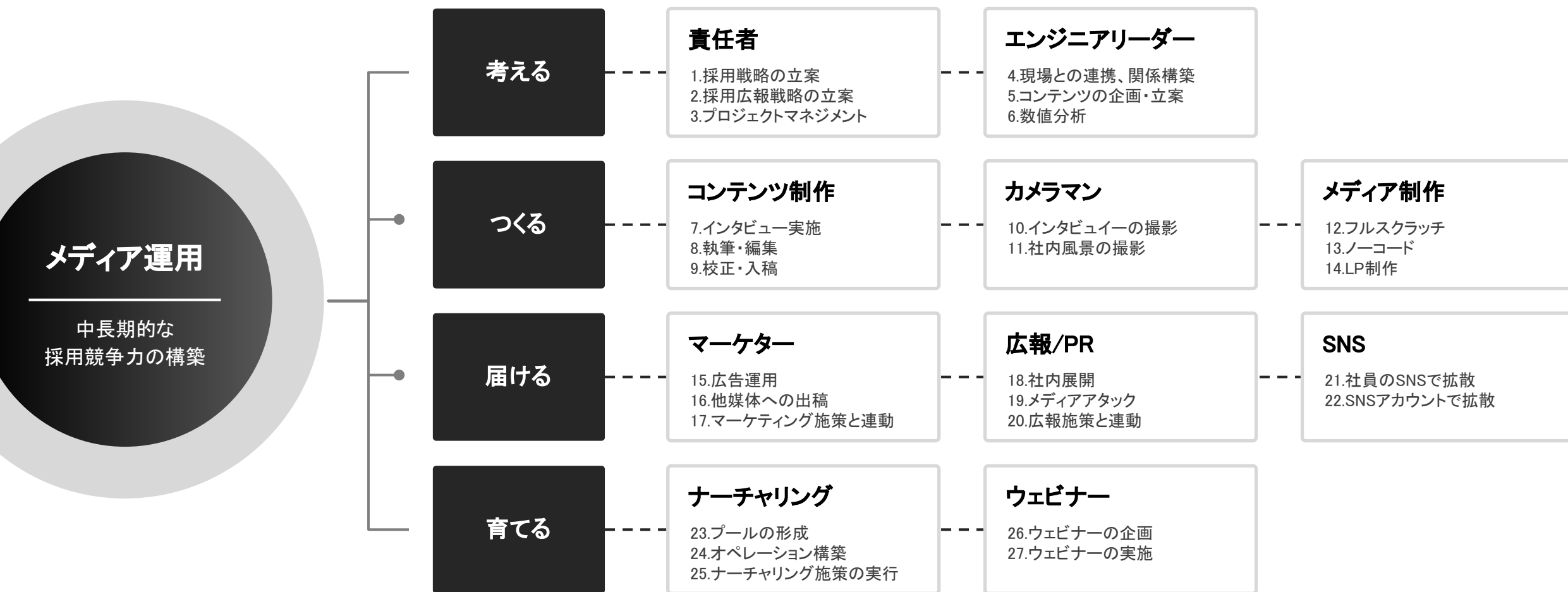
企業選びで妥協できる条件
※複数回答



Part3. テックブログを始める前に設計すべきこと

理想の推進体制

継続的にテックブログを運用するためには必要な人材を社内・社外から選定し、推進体制を作りましょう(兼務可)



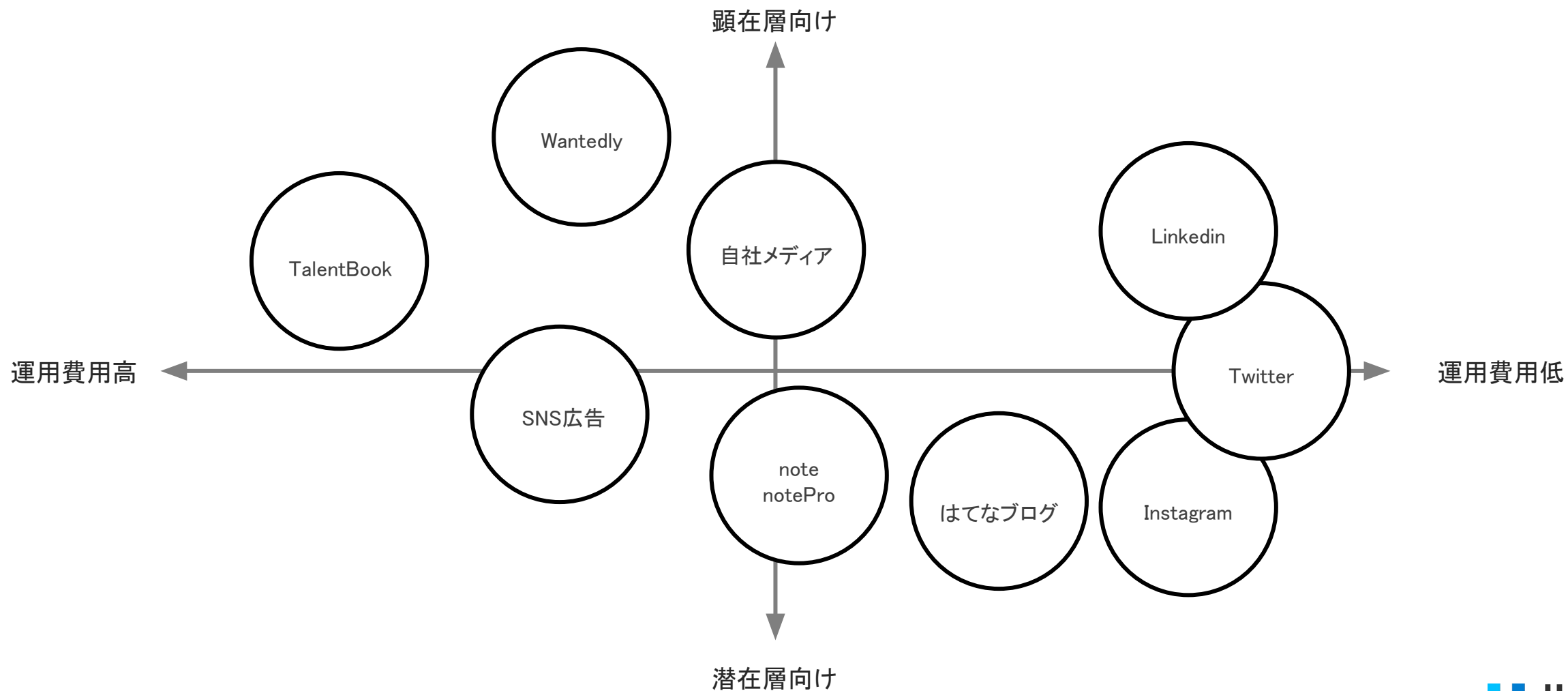
テックブログを推進するための準備を行う

目的を共有し、運用チームの中で認識の擦り合わせを行いましょう

- 01** オウンドメディアの運用チームを構成する
社内から必要な人材を集め、十分な運用体制を構築しましょう
- 02** 必要な予算の確保をする
外部媒体を活用する際はもちろん、自社でサイトを構築する場合は予算の確保をした上で取り組みましょう
- 03** メディアの目的とゴールを認識合わせする
自社の採用戦略におけるオウンドメディアの位置づけを明確にし、効果的な運用を推進しましょう
- 04** 運用ルールとオペレーションをしっかり定めておく
更新頻度や各々の役割、外部に依頼する範囲など運用ルールとオペレーションを設計した上で推進していきましょう
- 05** 拡散経路も並行して用意する
作って終わりではなく、コンテンツを読んでもらう・見てもらうための施策も同時並行で進めましょう

発信媒体の設計

自社の目的に合致する発信媒体を設定しましょう



Part4. テックブログ継続ルーティン10選

テックブログを続けるルーティン10選

継続的に運用するために10項目を意識しましょう。次ページ以降で詳細をご説明します。

1. KPIをがちがちに決めないでください
2. 採用における現状と目的地を整理して伝えましょう
3. 企画会議は人事と現場一緒にやりましょう
4. 他社のテックブログを守破離しましょう
5. テックブログのネタになる社内イベントを開催しましょう
6. リリースされた記事は全力で拡散しましょう
7. ライターアワードで讃える文化を作りましょう
8. 書くのが楽しい面白コンテンツを織り交ぜましょう
9. 振り返りと効果改善を怠らずに
10. 何よりも継続するのが重要です

1. KPIをがちがちに決めないでください

まずは続けることを大事に楽しんで更新しましょう！

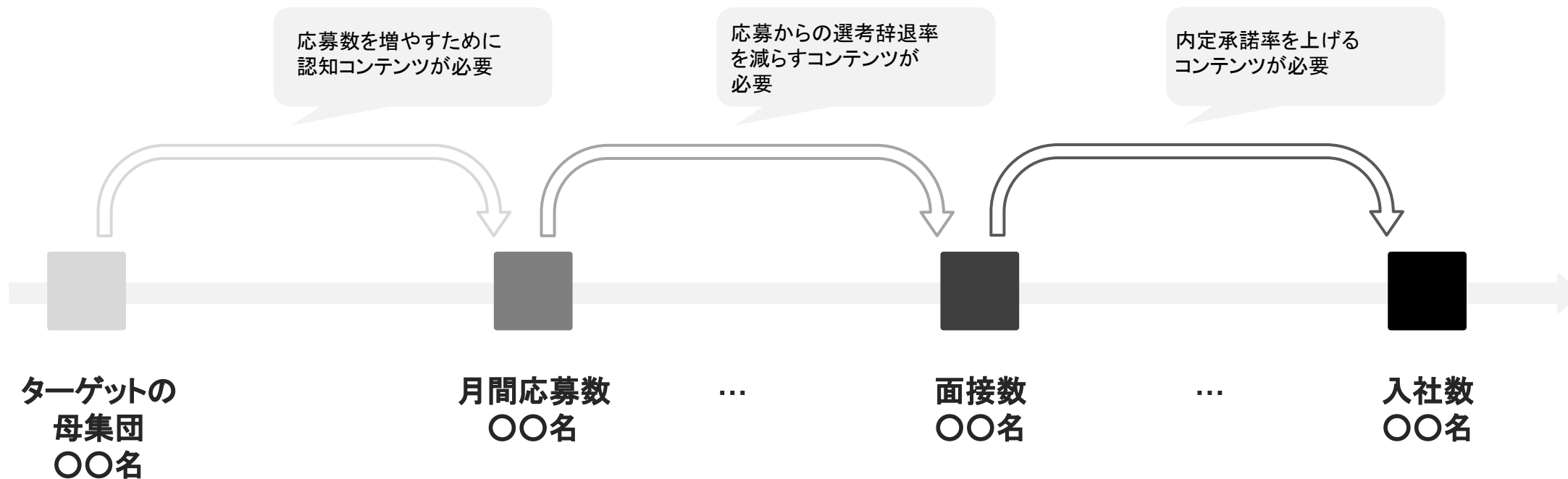
まずは更新頻度を高める
ことを大事にする

エンジニアが書きたい
トピックから書いてみる

一記事辺りのPV数に
一喜一憂しない

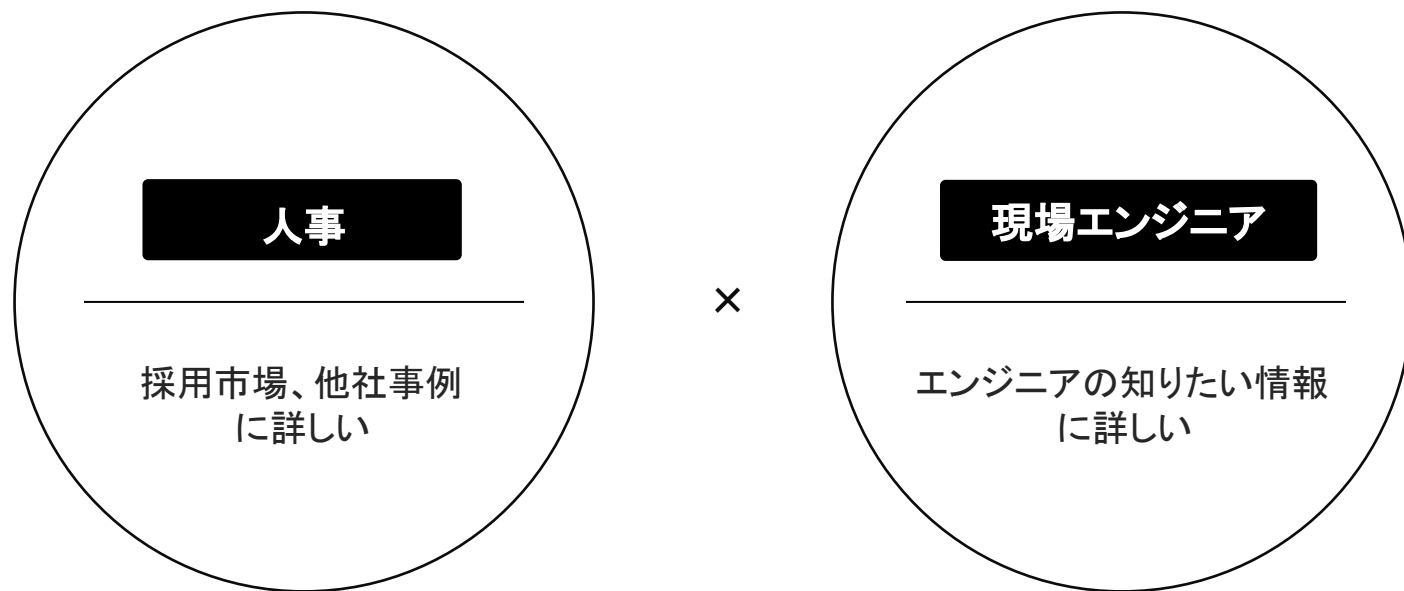
2. 現状と目的地を共有しましょう

採用状況を理解いただいた上で各フェーズごとに必要なコンテンツをディレクションしましょう



3. 企画会議は人事と現場一緒にやりましょう

採用市場を理解している人事とエンジニア市場を理解している現場が一緒に企画を作り上げいきましょう



4. 他社のテックブログを守破離しましょう

他社のテックブログを参考にして、自社なりにアレンジしましょう

カテゴリー	企画案	企画例
組織・働き方	開発チームのミーティング風景を伝える	部署異動してKPTのファシリテーターをやってみた話
組織・働き方	エンジニアチームの作業環境を特集する	実験場の作業環境
エンジニアノウハウ	CEOとCTOの連携	CEO×CTOでビジネスとエンジニア組織の連携について徹底対談してみた
エンジニアノウハウ	技術負債の歴史をフィーチャーする	技術負債の歴史を振り返ってみた
エンジニアノウハウ	新卒入社社員の軌跡を振り返る	新卒入社社のフロントエンドエンジニアが4年経てきたこと
イベントレポート	エンジニアカンファレンスの参加レポート	外部のエンジニアカンファレンスに参加してきました
エンジニアノウハウ	システム移行前後の変化を伝える	システム移行で作業が圧倒的に効率化した話
エンジニアノウハウ	言語アップデートに踏み切った背景を伝えていく	言語アップデートになぜ踏み切ったのか
エンジニアノウハウ	プログラミングを通して社内の数値処理を効率化した話	使用言語で高速演算に向き合う
エンジニアノウハウ	サブルーチンの活用Tips	EVALの活用Tips
エンジニアノウハウ	オープンソースの導入事例	Terraformを自社に導入してみた
エンジニアノウハウ	コンテナサービスの導入事例	Amazon EKSを実際使ってみた
エンジニアノウハウ	アプリのクロスプラットフォームフレームワークの導入事例	管理画面にFlutter Webを採用したら、こう変わった
組織・働き方	リモートワーク環境をエンジニア視点で最高の環境に変えた事例	エンジニアが考える最強のリモートワーク環境をご紹介します
エンジニアノウハウ	技術アップデートのストーリー	10年経たず変わらなくなった技術アップデートします
エンジニアノウハウ	機能改善フローを徹底公開	自社プロダクトの機能改善フローを特別に公開します
採用	サマーインターンの紹介	新卒エンジニア向けサマーインターンイベントを実施します
エンジニアノウハウ	レコメンドエンジンの開発事例	機械学習を活用した当社プロダクトへのレコメンドエンジンにおける開発の裏側
エンジニアノウハウ	自社の開発フローを刷新した話	開発チームにアジャイル開発の要素を取り入れてみたら大変になった話
その他	Techブログのコンセプトを公開	Techブログのコンセプトはasです。メディアに込められた思い
エンジニアノウハウ	社内で開発したツール紹介	Goでアクセスログを分析するツールを作ってみた
エンジニアノウハウ	社内の何気ない部分をエンジニアで効率化してみる話	社内のトイレ利用状況を可視化するプログラムを組んでみました
エンジニアノウハウ	書籍レビュー（例：オブジェクト指向設計実践ガイド）	『オブジェクト指向設計実践ガイド』の内容を実践してみたら作業が変わった
エンジニアノウハウ	エンジニアリング視点で社内利用ツール（例：Slack）を改良してみた	自社の類似サービスをSlackで通知できるようにしてみた
組織・働き方	エンジニア目線での他社紹介	エンジニアのプロダクトマネージャーと非エンジニアのプロダクトマネージャーの違い
組織・働き方	エンジニアマネージャーのシゴト術	エンジニアマネージャーがオススメする時間術とは
エンジニアノウハウ	使い勝手の良いダッシュボードの開発手法	使い勝手の良いダッシュボードの開発手法
書籍レビュー	海外論文から読み取った開発Tips	海外論文を読み解いてみたら、自社の開発に生かせる内容がわかりました
エンジニアノウハウ	フレームワークの比較記事	AWS LambdaにおけるJava実装時のSpringとMicronautの比較
エンジニアノウハウ	エンジニアがノーコードツールを触ってみた感想	エンジニアがノーコードツールを触ってみた感想
組織・働き方	1on1の様子を特集	本音を話す1on1の裏面に向き合ってみた
組織・働き方	リモートワーク下の組織施策	困くならない！リモートワーク環境での組織開発方法
エンジニアノウハウ	業界動向・未来がどう変わっていくかの考察	広義（とDSP）にのってのプログラマティック広告の未来
イベントレポート	オンラインイベントの工夫	オンラインイベントを参加型にするために工夫したやり方

資料ダウンロード者全員に配布

テックブログ企画案100選

年間50記事以上更新しているテックブログ1000件から企画案100選を作成。是非ご参考ください！

5. テックブログのネタになる社内イベントを開催しましょう



ミートアップ

■ 採用とテックブログのネタで一石二鳥

ターゲットとなるエンジニア候補者にとって「この人の話を聞いてみたい」と思われるようなトピックにすることで採用に繋げることができ、イベントレポートにすればそのままテックブログのネタにもなります。

■ 技術寄りの内容にするほど効果的

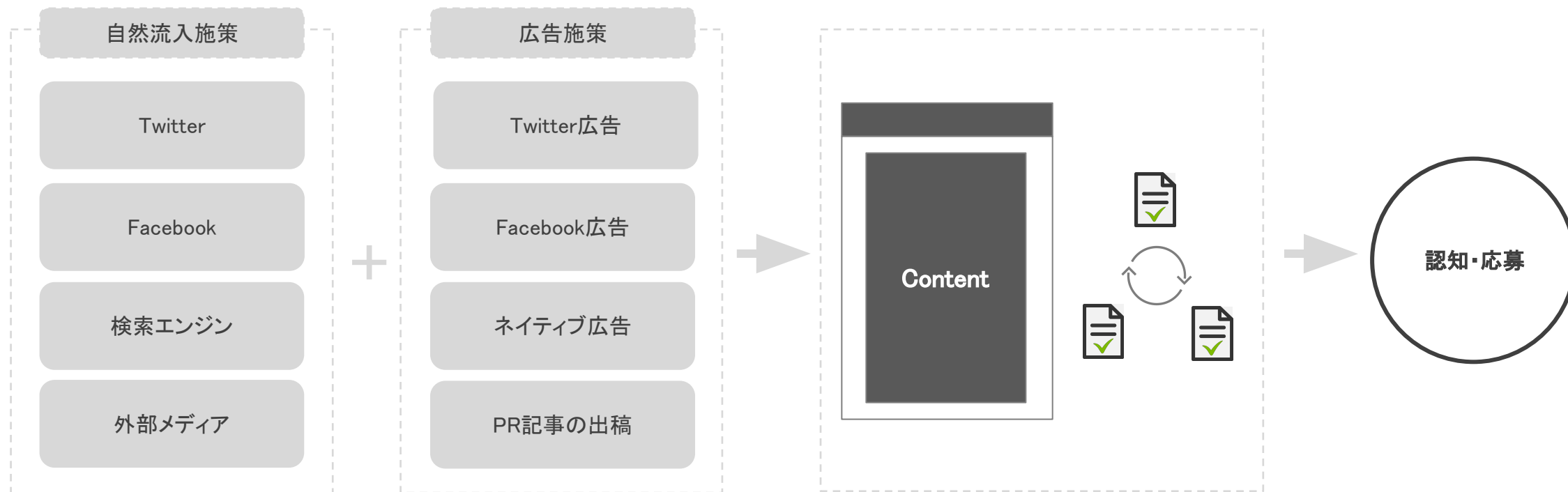
開発の裏話や今後の展望、リアルな組織状況など技術寄りのコアなトピックであるほど濃い記事になります。

■ 他社とのコラボ企画も時には効果的

自社のリソースにはいつか限界がくるもの。そんな時は他社とコラボすることでミートアップの毛色を新鮮にすることができます。

6. リリースされた記事は全力で拡散しましょう

コンテンツを読んでもらう・見てもらうための施策も同時並行で進めましょう！社員のSNS拡散も効果的な手法です。



7. ライターアワードで読える文化を作りましょう

ライターアワードを実施する際のポイントをご紹介します

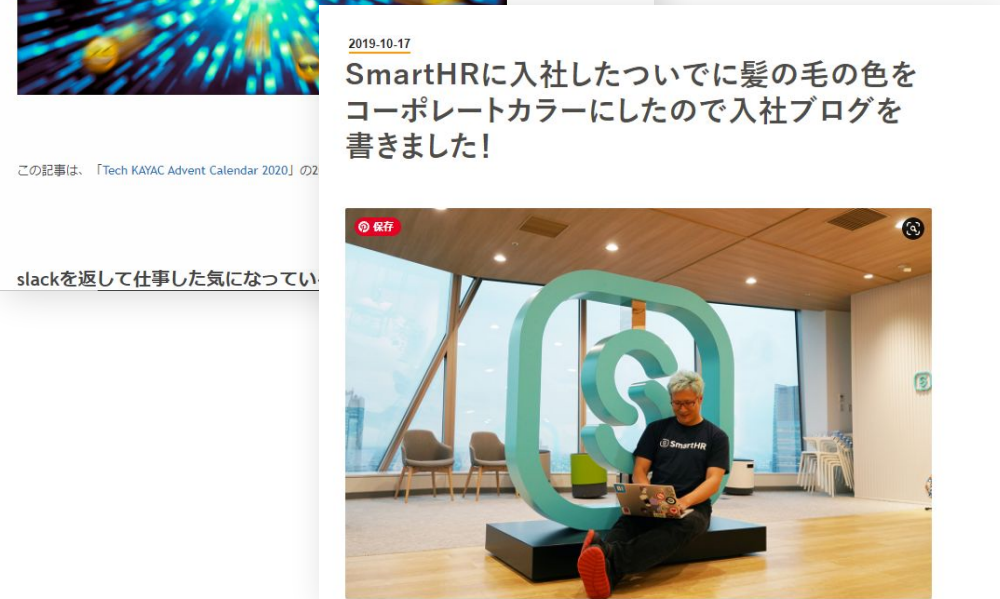
ブログ執筆者の
モチベーションを
上げましょう

PVだけではない
定性的な評価も踏まえて
アワードに

社内の他部署も含めて
テックブログの実績
を周知する

8. 書くのが楽しい面白コンテンツを織り交ぜましょう

記事執筆をするエンジニア目線でも書いていて楽しいコンテンツを発信しましょう



✓ **アイデアはできるだけ自由に**
会社のマイナスブランディングにならない限りはエンジニアの自由なアイデアを許容し、発信しやすい文化を作りましょう

✓ **「見られるコンテンツ」**
面白いコンテンツは多くの人に認知されます。会社に興味がなくとも、記事に興味を湧いて訪れる方が増えるので、結果的に認知度が向上します

✓ **Twitterと連動させる**
ネタ系コンテンツはTwitterの拡散と相性が良いです。自社を知っていただけようSNSも上手く組み合わせて運用しましょう

9. 振り返りと効果改善を忘れずに

選考フェーズ別に見るべき指標をご紹介します。記事の目的に合わせた効果測定を行いましょう。

見るべき指標/選考フェーズ	無関心	認知・応募	選考	内定-入社
アクセス数(PV)	●			
いいね数 (noteのスキ、 SNSのいいね、)	●	●		
読了率		●	●	●
選考へのインパクト (選考体験アンケート で回収)			●	●

10. 何よりも続けるのが大切です

必ず「続けること」を大切にしましょう。続けることのメリットを4つご紹介します。

01. メディアの価値が上がる

記事が蓄積され、PV数も上がるため、
メディアとしての価値が上がります。

02. 自社の認知度が向上する

技術視点の記事を質高く発信することで
技術力のある会社という印象で
エンジニアからの認知度が向上します

03. エンジニア採用力が向上する

転職潜在層からの認知度が高まる
エンジニアの採用に対しての関心が高まる
などの効果で採用力が向上します

04. 社内の習慣になる

毎週更新、毎日更新の文化ができると
社内のアウトプット習慣になります。

Part5. 採用広報コンテンツの企画

コンテンツシート例

5W2Hや読後感などを事前に整理しておきましょう

大項目	中項目	小項目	記入欄
タイトル			
	案1		
	案2		
	案3		
5W2H			
	Why		
	What		
	Where		
	When		
	Who		
	How to		
	How much		
読後感 構成			
	段落1		
		概要	
		読後感	
		想定質問1	
		想定回答1	
		想定質問2	
		想定回答2	
		想定質問3	
		想定回答3	

- Why: 企画の目的を定める
その記事でどのような態度変容を起こしたいのかを決める
- What: 記事の主張を決める
記事で伝えたいことを一言で表せるくらいシンプルに落とし込む
- Where: どこに出すか
プラットフォームによってコンテンツのテイストが変わってきます
- When: いつごろ公開するのか
時期性・時事性を加味した企画案を作ることが可能です
- Who: 誰がその記事に出るのか
担当者なのか役員なのかによってコンテンツのテイストが変わる
- How to: どんな切り口で伝えるか
後述
- How much: いくらで実施できるのか
1本あたりにかけられるコストを事前に把握しておきましょう

コンテンツ企画案の考え方その1

切り口	詳細	企画例
秘密を公開する	袋とじを見ってしまうようなイメージ。「これはちょっとイケナイものを見ちゃっているのでは」と感じるものはどうしても読みたくなる。	マネージャーがチームメンバーの信頼を得るために、コソソリやっていることは？
手に入れにくい情報や、手に入れる手間を代行するような情報	ランキング記事やデータ系の記事など。「これ知りたいかも」と思っても、自分で手に入れるのが困難な情報	日米、最先端の企業のミッション100個と自社のミッションをポジショニングしてみた
逆張りをしてみる	世の中の主義や主張、トレンドと逆のことを伝える切り口。情動を伝えやすく、右倣えのコンテンツとも一線を画す。あとは意外と同じことを思っている人がいたりして、共感によるシェアが生まれやすい。	働きやすさを強みにしている企業はカッコ悪い。ただひたすらミッションへのコミットを求めた採用活動/早期採用とかツライだけじゃない？ かかった工数を分析してみた
関係を逆さまにしてみる	主述を逆転させたり、ステークホルダーの視点に立つ。今までなかった観点になることで、新鮮さがあるし、同じことを伝えるのでも説得力が変わる。	学生のつもりで、REの新卒採用を受けてみた話/人材エージェントになぜREを紹介するのかインタビューしてみた
リアルやデータ、記録にこだわる	採用広報って良いことを言いやすいから、胡散臭くなる。データや記録を出すことで疑う余地のない情報を出す。そこが差別化になり得る。	満足度がもっとも高いペアの1on1、全て公開します。
歴史を遡る	みんな歴史ものが大好き。三国志とか。いくらでもコンテンツがあるので、困ったらコレ。	新規事業がどう困難を乗り越えていったのか。PMの日記からみる課題解決の方法
テレビの企画から考えてみる	テレビのウケている企画は切り口とか表現がおもしろいのでパクれます。水曜日のダウンタウンとか、クイズ系とか、ちこちゃんとか	ちこちゃんになりきって、社長に360度フィードバックをしてみる/REで格付けチェックをしたら、泥臭い雑草魂の人間しかいなかった

※参照: 差がつく採用広報の「7つの切り口」!

コンテンツ企画案の考え方その2

要素	概要	例
唯一性	ナンバーワン・オンリーワン	日本初の〇〇・弊社独自の〇〇・業界No.1の〇〇 など
社会性	社会的に影響が大きいネタ・社会課題	コロナウイルス・SDGs・少子高齢化・仕事満足度 など
時事性	季節性・今話題の現象	GW・入社式・DX・リモートワーク など
意外性	「へえ」と感心させたり、「え？」と驚くインパクトがあること	〇〇なのに△△(渋谷のお弁当屋)・麻雀採用 など
人間性	サービスに関わった人の想いを伝える・「物語」をアピールする	〇〇の事業責任者に聞く・〇〇の運営苦悩 など
影響性	影響力のある人とコラボ	〇〇氏とコラボ企画・〇〇氏に利用いただきました など

タイトルの付け方

まず「ベース」を考え、そのあと「フック」を足していく流れが考えやすいです

タイトル

=

ベース

+

フック

「この記事は何について書いているのか」
をシンプルに表現しているパート

「タイトルにヒキをつくる」パート

タイトルのフック要素一覧

以下のいずれかを意識してタイトルづくりを行いましょう(組み合わせも可)

	内容	タイトル例
1. 自分ごと化	読み手のターゲットを絞る	人見知り必見！自己紹介を成功させる事前準備とポイント
2. 自分の周りごと化	読み手の「周りの人」にターゲットを絞る	話が長いあの人に教えてあげたい！ロジカルシンキングのトレーニング法まとめ
3. 話者の意外性	話者の意外性を訴求する	現役ニートが教える東大合格勉強法
4. 情報の意外性	情報の意外性を訴求する(常識を覆す・今まで知らなかったこと)	羊を数えても眠くならない理由が判明！不眠症を防ぐ快眠の極意
5. 数字の魔力	数字を入れる	10ヶ月で月間1,000万PVを集めるメディアに成長させたSEOノウハウ
6. 網羅性	この記事さえ読めば大丈夫だと印象付ける	【保存版】コンテンツマーケティングを成功させるためのSEO全知識
7. 即効性	「すぐに」「簡単に」効果が出ると印象付ける	今日から使える！記事の滞在時間が10%向上するリライトのコツ
8. 代弁	ユーザーの心の中にある「言いたくても言えない気持ち」を代弁する	男性にこそ読んでほしい！つらい生理痛の原因と症状まとめ
9. 結果	そのノウハウを試して、どんな結果が生まれたのかを書く	3ヶ月で20万PV達成！ブログ初心者でも簡単に結果を出す3つのコツ
10. 注意喚起	そのノウハウを知らないと、どんなデメリットがあるのかを書く	知らないと恥をかく！入院時の「お見舞い品」選びの新常識
11. 行動提案	そのページの活用法を提案する	【今すぐシェア】見ているだけで幸せになるモフモフ猫画像10選

転職市場に現れるエンジニアタイプ別4選

転職市場に動きが活発なエンジニアのタイプ4選をご紹介します。(弊社調べ)

A

事業開発系候補者

レイヤー: 中途ミドル～ハイクラス
志向: 開発を進めつつ、事業開発、事業作りがしたい
欲しい情報: ビズ×開発サイドの連携

B

技術極めたい系候補者

レイヤー: 中途ベテランメンバークラス
志向: 最新技術を深く扱いたい
欲しい情報: 開発環境、技術スタック

C

ものづくり好き系候補者

レイヤー: 中途若手メンバークラス
志向: 世に価値あるプロダクトをリリースしたい
欲しい情報: プロダクトの現状、ビジョン

D

解決志向系候補者

レイヤー: 中途ミドル～ハイクラス
志向: 課題解決にやりがいを感じる。
PL脳
欲しい情報: 開発組織の課題

エンジニアタイプ×フェーズ別採用広報記事企画案例

エンジニアの志向性に応じてフェーズごとの採用広報記事を作しましょう

タイプ/フェーズ	無関心	認知-応募	選考-入社
事業開発系 候補者	・社外横断のLTを実施しました ・エンジニア視点で面白いSaaS企業7選 ・資金調達リリース:〇〇億円の資金調達を実施しました	・ビジネスサイドで上がった一次情報を開発に反映させた事例 ・〇〇億円何に使うのか、資金調達の使い道をエンジニア視点で聞いてみた	・開発だけではない。エンジニアに期待したいビジネス視点 ・CEO×CTOでビジネスとエンジニア組織の連携について徹底対談してみた
技術極めたい系 候補者	・レコメンドエンジンの裏側を支えるバックエンド技術をご紹介します ・Go cloudを使ってみたレビュー ・GoLand の便利機能/ショートカットをご紹介します	・なぜPHPに拘り続けるのか ・駆動設計でマイクロサービスを分割してみた ・〇〇の管理画面を維持するRails技術	・開発における設計レビューの中身を公開します ・サーバーサイドエンジニアとして1年を振り返ってみた ・社内のエンジニア組織におけるモチベーション向上のためにPM視点で取り組んでいること
ものづくり好き系 候補者	・自社プロダクトの機能改修フローを特別に公開します ・Typescriptの知られざる事実5選 ・Vue.jsのカスタムディレクティブを使ってみた	・プロダクト〇〇に込められた思い、実現したい世界 ・プロジェクトマネージャーは毎日業務でどこをウォッチしているのか	・アジャイル式のプロダクト開発を推進していく中で上手くいったこと、いかなかったこと ・フロントエンドエンジニアとして入社して1ヶ月が経ったので機能回収したことを振り返ってみた
解決志向系 候補者	・PMMとPdMの役割 ・最高に快適なリモートワーク環境を作るための作業環境	・リモートワーク下で開発組織の心理的安全性を設計するために今取り組んでいること ・3ヶ月前にCTOとして入社した私がアップデートした全て	・フロントエンドチームで現状の課題点を洗い出すワークショップを開催しました ・社内初のSREとして開発を進めてきて、今まで成功したこと、今後改善したいこと

テックブログ企画案100選プレゼント

カテゴリー	企画案	企画例
組織・働き方	開発チームのミーティング風景を伝える	部署異動してKPTのファシリテーターをやってみた話
組織・働き方	エンジニアチームの作業環境を特集する	突撃臨場作業環境
エンジニアノウハウ	CxOとCTOの連携	CEO×CTOでビジネスとエンジニア組織の連携について徹底対談してみた
エンジニアノウハウ	技術負債の歴史をワイヤーする	技術負債の歴史を振り返ってみた
エンジニアノウハウ	新卒入社社員の軌跡を振り返る	新卒入社時のフロントエンドエンジニアが4年経ってきただこと
イベントレポート	エンジニアカンファレンスの参加レポート	外部のエンジニアカンファレンスに参加してみました
エンジニアノウハウ	システム移行前後の変化を伝える	システム移行で作業が圧倒的に効率化した話
エンジニアノウハウ	言語アップデートに踏み切った背景を伝える	言語アップデートになぜ踏み切ったのか
エンジニアノウハウ	プログラミングを通して社内の数値処理を効率化した話	使用言語で高速演算に向き合う
エンジニアノウハウ	サブルーチンの活用Tips	EVALの活用Tips
エンジニアノウハウ	オープンソースの導入事例	Terraformを自社に導入してみた
エンジニアノウハウ	コンテナサービスの導入事例	Amazon EKSを実際使ってみた
エンジニアノウハウ	アプリのクロスプラットフォームフレームワークの導入事例	管理画面にFlutter Webを採用したら、こう変わった
組織・働き方	リモートワーク環境をエンジニア視点で最高の環境に変えた事例	エンジニアが考える最強のリモートワーク環境をご紹介します
エンジニアノウハウ	技術アップデートのストーリー	10年経たず変わらなくなったレガシー環境をアップデートします
エンジニアノウハウ	機能改善フローを徹底公開	自社プロダクトの機能改善フローを特別に公開します
採用	サマーインターンの紹介	新卒エンジニア向けサマーインターンイベントを実施します
エンジニアノウハウ	レコメンドエンジンの開発事例	機械学習を活用した当社プロダクトへのレコメンドエンジンにおける開発の裏側
エンジニアノウハウ	自社の開発フローを刷新した話	開発チームにアジャイル開発の要素を取り入れてみたら大変になった話
その他	Techブログのコンセプトを公開	Techブログのコンセプトはasです。メディアに込められた思い
エンジニアノウハウ	社内で開発したツール紹介	Goでアクセスログを分析するツールを作ってみた
エンジニアノウハウ	社内の何気ない部分をエンジニアで効率化してみる話	社内のトイレ利用状況を可視化するプログラムを組んでみました
エンジニアノウハウ	書籍レビュー（例：オブジェクト指向設計実践ガイド）	『オブジェクト指向設計実践ガイド』の内容を実践してみたら作業が変わった
エンジニアノウハウ	エンジニアリング視点で社内利用ツール（例：Slack）を改良してみた	自社の類似サービスをSlackで通知できるようにしてみた
組織・働き方	エンジニア目線での他職種紹介	エンジニアのプロダクトマネージャーと非エンジニアのプロダクトマネージャーの違い
組織・働き方	エンジニアマネージャーのシゴト術	エンジニアマネージャーがオススメする時間術とは
エンジニアノウハウ	使い勝手の良いダッシュボードの開発手法	使い勝手の良いダッシュボードの開発手法
書籍レビュー	海外論文から読み取った開発Tips	海外論文を読み解いてみたら、自社の開発に生かせる内容がわかりました
エンジニアノウハウ	フレームワークの比較記事	AWS LambdaにおけるJava実装時のSpringとMicronautの比較
エンジニアノウハウ	エンジニアがノーコードツールを触ってみた感想	エンジニアがノーコードツールを触ってみた感想
組織・働き方	1on1の様子を特集	本音を話す1on1の裏面に向き合ってみた
組織・働き方	リモートワーク下の組織施策	困らないうえにリモートワーク環境での組織開発方法
エンジニアノウハウ	業界動向・未来がどう変わっていくかの考察	応答主（とDSP）にのってのプログラマティック広告の未来
イベントレポート	オンラインイベントの工夫	オンラインイベントに参加型にするために工夫したやり方

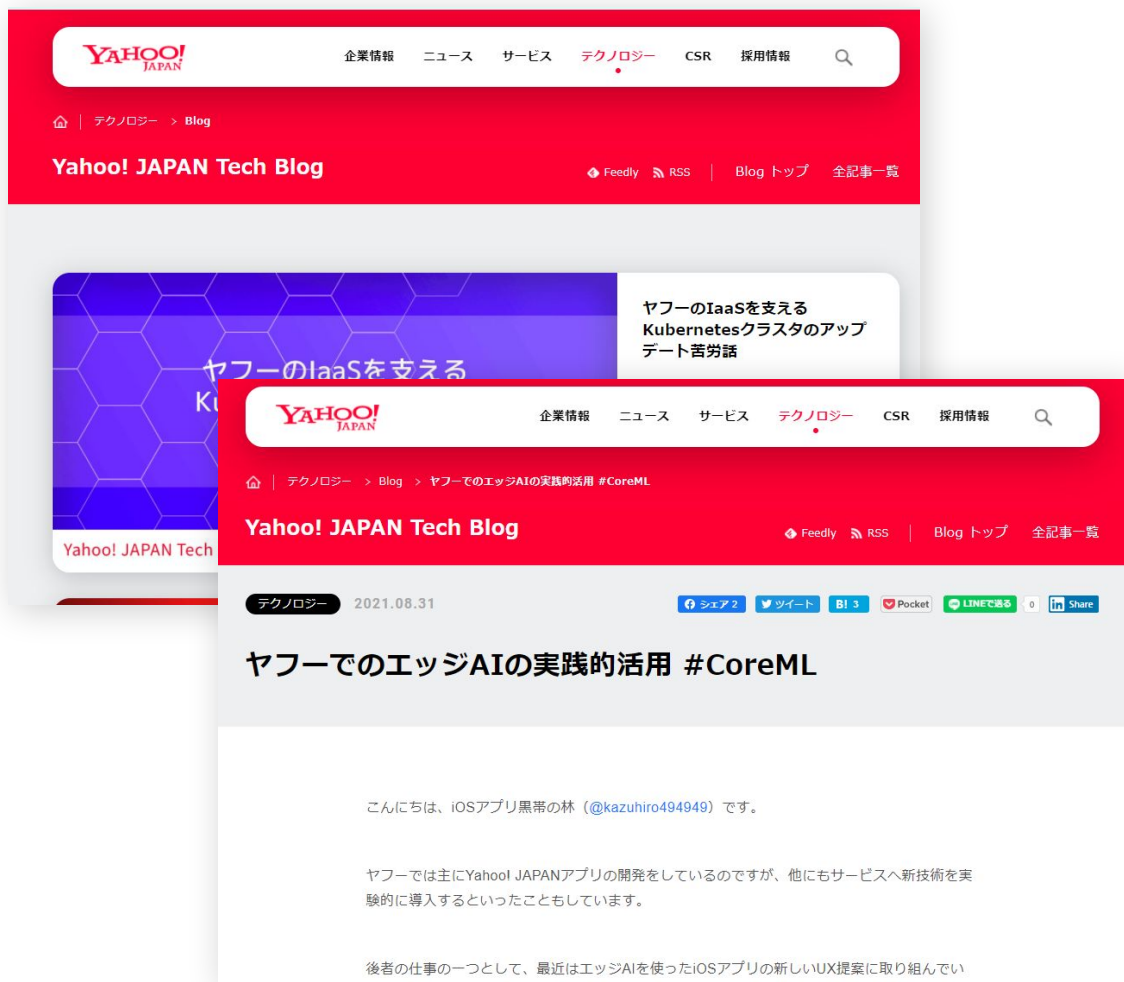
資料ダウンロード者全員に配布

テックブログ企画案100選

年間50記事以上更新しているテックブログ1000タイトルから
テックブログの企画案100選を作成しました。

Part6.テックブログの運用事例

大手企業事例①Yahoo社



会社紹介

- ・検索エンジンYahoo!などを運営するヤフー社
- ・企業HPにテックブログの導線を設計
- ・Twitterも運用されており、5,000フォロワーを超えている。
(2021年09月現在)



施策内容

- ・デザインからエンジニアリング、セキュリティ領域やリモートの働き方Tipsまで幅広い領域をカバー
- ・超PayPay祭における成功事例も失敗事例も共有している



転用するなら

- ・エンジニア外の領域も含めて幅広くトピックを扱う
- ・成功事例も失敗事例も共有するコンテンツにしてい

大手企業事例②DeNA社



会社紹介

- ・多角的に事業展開を行うDeNA社
- ・自社オウンドメディアフルスイングも同時に運営



施策内容

- ・テックブログとオウンドメディアを連動させる
- ・インフラエンジニアの勤務状態を可視化してみました
などクレイジーなコンテンツも発信していく



転用するなら

- ・オウンドメディアとテックブログを棲み分けて運用
- ・目を魅くようなクレイジーコンテンツを発信していく

大手企業事例③NTTデータ社

DATA INSIGHT

NTT DATA
Trusted Global Innovator

事例 & 対談

特集

イベント & レポート

検索/ブログ INSIGHT TECH

Q. 絞り込み検索

人気キーワード

ブロックチェーン

セキュリティ・認証

医療・ヘルスケア

AI（人工知能）

官公庁・自治体

金融

デジタル化・DX

クラウド

製造

ビッグデータ・BI

2021.9.16 事例 & 対談

金融業界 データ活用最前線

金融業界では既存ビジネス社会におけるデータは顧客

当サイトで知り、お知らせし、分析する権利が、二を確証し

2021.9.15 特集

AIが思い通りに動かない？ AI利用をサポートする技術とは

2021.9.13 事例 & 対談

#3 “サービスの連鎖”で生活者に寄りそう街をつくる

2021.9.10 特集

ランサムウェアから自社を守れ～事例から学ぶ企業のセキュリティトレンド～

DATA INSIGHT

事例 & 対談

特集

イベント & レポート

検索/ブログ INSIGHT TECH

Q. 絞り込み検索

Re-Design対談 #3

2021.9.13 事例 & 対談

#3 “サービスの連鎖”で生活者に寄りそう街をつくる
～スマートシティで予測できない未来をきりひらく～

2年前、私たちの暮らしがここまで一変するとは誰も想像をしていなかった。今後も、私たちを取り巻く環境

私たちが暮らす環境は、ますます変化を遂げ、多岐にわたるサービスが提供されるようになる。その中で、私たちは、

集まっている。その中で、私たちは、

慶應義塾大学の「SocietyOS™」

る。

Profile

リユース事業
ルコミュニティ事
シティ推進室

領域のシステム開
を経て、公共・社
会基盤分野の事業戦略策定に従事。その後、現



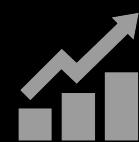
会社紹介

- ・データ通信やシステム構築事業を行うシステムインテグレーターとして国内トップクラス
- ・就活ランキングにて常に上位を誇る企業



施策内容

- ・オウンドメディアと連携した新卒採用コンテンツ
- ・プロジェクト事例を通じてイメージのわきやすい内容で訴求



転用するなら

- ・新卒採用向けのオウンドメディアを設計
- ・自社のプロジェクト事例を掲載

ベンチャー企業事例①メルカリ社



会社紹介

- ・フリマアプリ「メルカリ」を運営するメルカリ社
- ・テックブログも定期更新している



施策内容

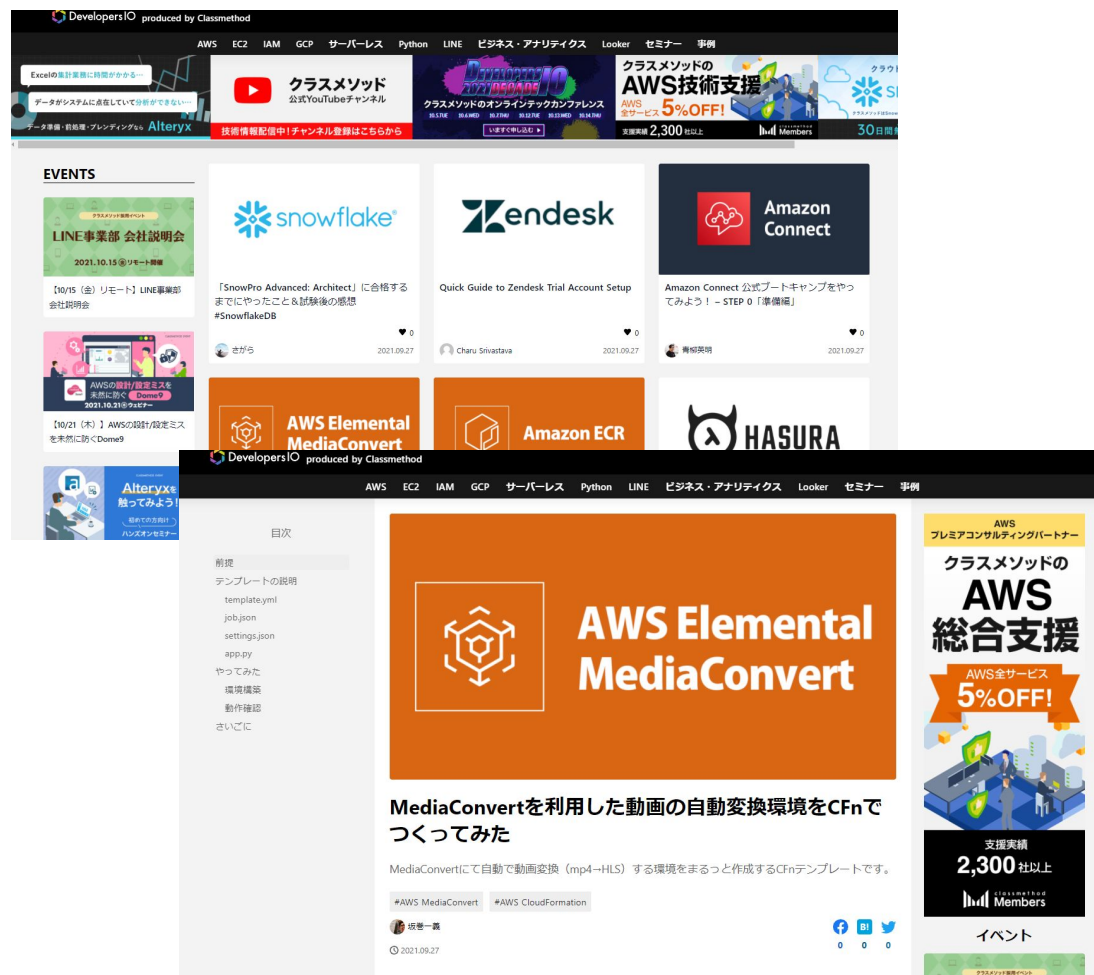
- ・企業HP内のカルチャー紹介や組織紹介、技術スタックの中にテックブログが入っている
- ・ブログは更新頻度が高いのが特徴



転用するなら

- ・テックブログの運用が軌道に乗ってきたタイミングで企業HPに反映
- ・更新頻度を上げることで認知を拡大していく

ベンチャー企業事例②クラスメソッド社



会社紹介

- ・AWSの導入支援などを行うクラスメソッド社
- ・テックブログの知名度が最も高い会社のうちのひとつ



施策内容

- ・採用評価にテックブログの更新を反映することで圧倒的な更新頻度の高さを誇る
- ・Youtubeやオンラインイベントなどの導線も設計



転用するなら

- ・テックブログの更新頻度を上げるために人事評価に組み込む
- ・テックブログ後の導線を設計する

受託開発企業事例 タンバリン社

タンバリン開発ブログ

2020-12-07

最強のライフハック!? みんなで行こうよワーケーション!!

どうも、タンバリンキャンプ部の木山です。(大阪CI部です)

先日参加した社内ワークショップが、ただ楽しく過ごせただけでなく仕事の中身まで充実し、とてもよく感じたので紹介したいと思います。今回は先日参加した結果気づいたことや、次行く際に注意すべきことにフォーカスしていこうと思います。

そもそもワーケーションとは？

ワーケーションとは、「ワーク（労働）」と「バケーション（休暇）」を組み合わせ
た造語（かばん語）
活用しながら、働き
テレワークとは区別
「新しい日常」の姿

Ref: <https://ja.wikipedia.org/wiki/%BC%E3%82%B7>

[このブログについて](#)



Hack the Future!

株式会社タンバリンのメンバーによる開発ブログです。
技術はもちろん、組織・チーム、ツール、プロジェクトなど幅広いテーマで更新中。

+ 読者になる 7

[このブログについて](#)



タンバリン広報

株式会社タンパリン (<https://www.tam-porin.co.jp/>) 広報担当アカウントです。タンパリンの各メディアはこちらから
contact@tam-porin.co.jp | [lar's DARTY](http://lar'sDARTY.com) | 最前線のチーホにお知らせ。

28 フォロー 99 フォロワー

[ホーム](#) [マガジン](#) [スキ](#) [プロフィール](#) [月別](#)



会社紹介

- ・Salesforceの導入などデジタルシフトを支援している受託開発会社
- ・採用広報コンテンツの企画に注力している



施策内容

- ・社員の紹介や会社データ紹介、社員夫婦の対談など、新しい切り口での採用広報を打ち出している
- ・note Wantedly はてなブログなどターゲットに合わせてブログメディアを変えている



転用するなら

- ・会社の中で統計データなどを集め、一風変わった切り口のコンテンツを発信してみる
- ・ターゲットに合わせて打ち出すべきメディアを適切に選定していく

Part7. サービス紹介

コンテンツを通して 採用競争力を高める

オウンドメディアリクルーティング



Powered by HeaR Inc.



候補者に選ばれるために必要なこと

「候補者を選ぶ時代」から「候補者から選ばれる時代」への変化に合わせた採用活動が求められます



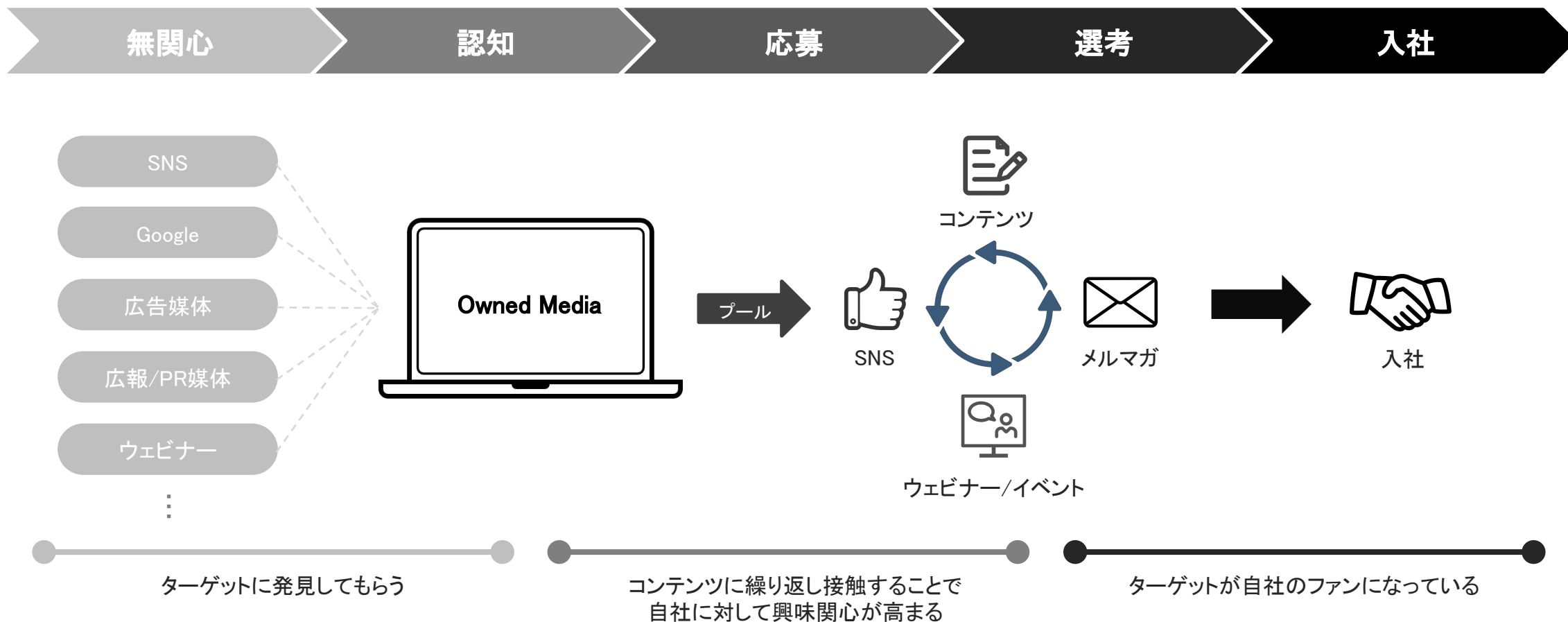
コンテンツで出会う、コンテンツで選ばれる。

オウンドメディアリクルーティング

記事、動画、SNS。メールやウェビナー、ホワイトペーパー。
あらゆるコンテンツを通して、候補者との関係構築を進めます。

オウンドメディアリクルーティングの概要

コンテンツを通して短期～中期的に求職者の選考フェーズを進めていきます



HeaRで実現できること

短期/中期/長期の3フェーズに分け、採用競争力を高めていきます



オウンドメディア
リクルーティングの推進

3ヶ月～

応募数の増加

これまで出会えなかった顕在層に接触できる

6ヶ月～

潜在層のプール形成

接触→育成→行動のサイクルをつくる

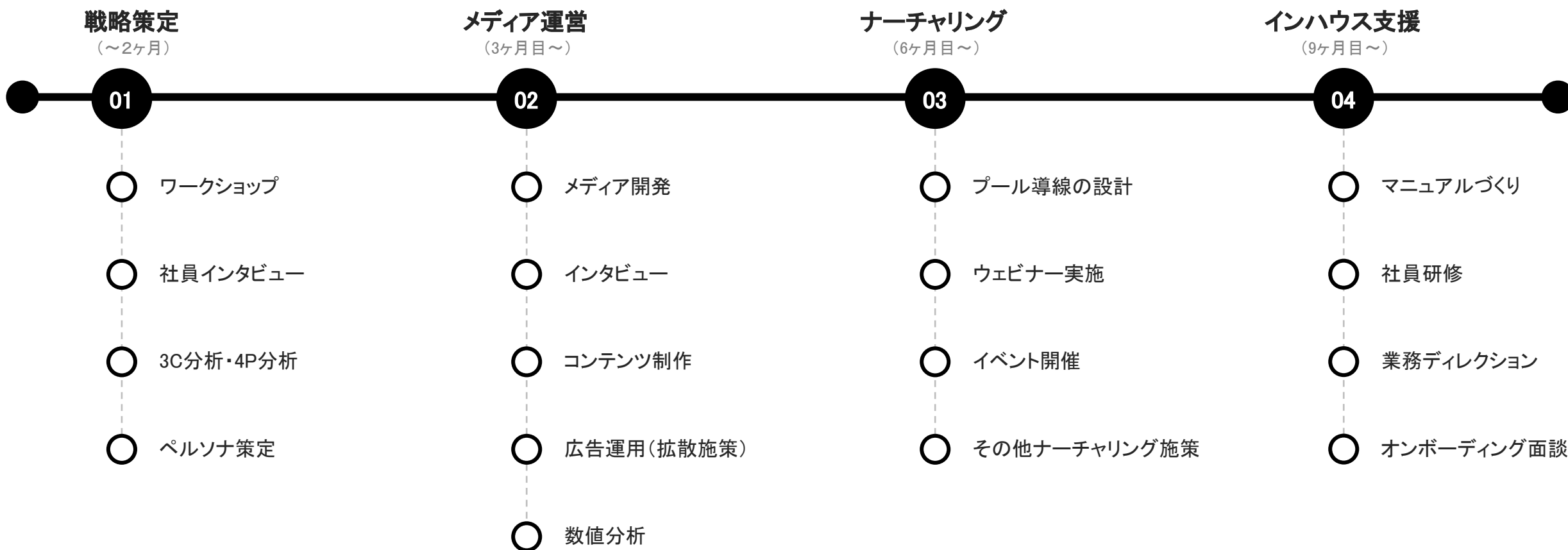
12ヶ月～

内製化を実現

インハウス支援(社員育成)を実施

支援の流れ

短期/中期/長期の3フェーズに分け、採用競争力を高めていきます



青春の大人を増やす

日本人の仕事満足度は世界最下位です。

日本の社会課題(労働意欲の低さ)を解決するため、華金の愚痴をなくすため、HeaRはHR領域での事業成長を目指します。

会社概要

「青春の大人を増やす」をミッションに複数のHRサービスを展開

社名	HeaR(ひあ)
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用DX支援事業 2. キャリアトレーニング「シゴトレ」 3. 副業エージェント「タメスワーク」
代表取締役	大上 諒
住所	品川区西五反田1-32-2 3F

2019年4月 採用コンサルティング事業を開始

2020年1月 ご支援企業数50社を突破

2020年8月 パーソナルキャリアトレーニング「シゴトレ」をリリース

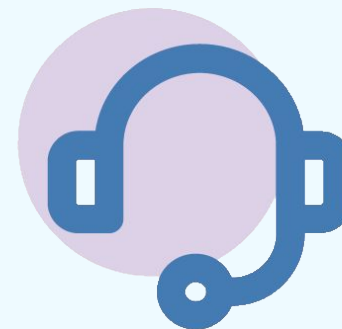
2020年12月 ご支援企業数100社を突破

2021年5月 副業エージェント「タメスワーク」をリリース

採用でのお困り事がございましたら、
是非、お気軽にご相談ください。



お問い合わせ



無料相談予約