

2025年11月19日

あおもり人材育成・県内定着促進協議会

「企業の未来を拓くSNS戦略」～集客・採用にたしかな発信力を～



Resource Creation Inc.









ABOUT US

# 会社紹介



Resource Creation Inc.





Resource Creation Inc.

会 社 名 株式会社リソースクリエイション

---

代 表 者 代表取締役 高田 桂太郎

---

所 在 地 東京都港区南麻布2-8-21 SNUG MINAMI-AZABU 1階、3階、4階、5階

---

従 業 員 数 120名（平均年齢25歳）

---

設 立 2015年4月（10期目）





Resource Creation Inc.

代表取締役

高田 桂太郎 KEITARO  
TAKADA

大手広告代理店、4社あるのうちの1社にて  
取締役就任。その後、起業。

直接1,000社を担当。

業界でも最も経験のある営業の一人  
採用の知識・実績に絶対の自信を持つ

設立10年目の当社は、2026年新卒エントリー  
4,000人を超える企業へと成長しました。









BUSINESS DETAIL

# 事業内容



Resource Creation Inc.





Resource Creation Inc.

## BUSINESS DETAIL

# 採用活動を通じた 企業ブランディング

COMPANY  
BRANDING

一瞬で分かる違いはそれだけで価値になる。

売上を拡大したい、採用力を高めたい。

すべての業界でまとめサイトが増えたことにより、

競合との比較は激しさを増しています。

他社との「圧倒的な違い」を創ることが、

結論だと思っています。









DIVISION

# 事業部紹介



Resource Creation Inc.




HUMAN RESOURCE SOLUTION

## 人材ソリューション事業

採用に関するあらゆるサービスを手掛けています。  
社内には業界経験10年を超える営業が複数名在籍  
しており、蓄積したノウハウをもとに、企業力の  
源である人材採用を本質から見直す提案とともに  
支援いたします。

新卒・中途・アルバイト  
主要求人媒体の取り扱い  
MEDIA HANDLED

 マイナビ 転職

 イーキャリア

 doda

 type

 en エン転職

 女の転職 type

ドライバー求人サイト  
 ドレバー

 RE就活

【RPO（採用アウトソーシング）】  
・面接の代行、日程調整etc...







CREATIVE

# クリエイティブ事業

様々なクリエイティブを一括で手掛けられます。  
自社内に各専任のスタッフが在籍しているため、  
スピード&クオリティに絶対の自信を持っています。  
ブランディングにも採用にも圧倒的に  
“違う”デザインを創る事が得意な会社です。

- コーポレートサイト
- 採用サイト
- 動画
- ランディングページ
- オウンドメディア
- パンフレット
- ポスター
- LINEスタンプ
- PRマンガ



BE THE  
COMPANY  
INSPIRES  
SOCIETY

SAMPLE

# 自社パンフレット

目指される存在になる





# BE THE COMPANY INSPIRES SOCIETY

目指される存在になる







# 企業ブランディング

一瞬で分かる違いはそれだけで価値になる。  
売上を拡大したい、採用力を高めたい。  
すべての業界でまとめサイトが増えたことにより、  
競合との比較は激しさを増しています。  
他社との「圧倒的な違い」を創ることが、  
結論だと思っています。



# すべてが武器

コーポレートサイト、採用サイト、LP、SNS etc...

クオリティが高ければすべてのツールが武器になる。

「普通」それに何の意味があるのか。

「普通じゃない」それだけに価値がある。

プライドをもって私たちにしかできない、  
私たちだからできることをお伝えします。










## MARKETING

# マーケティング事業

ネット広告・戦略的な集客を実現させる  
コンテンツマーケティングなど、戦略を  
絞った訴求で大きな成果をもたらします。  
すべての企業が売上を上げたいと思っている中、  
本当に上げるために必要な取り組みを大胆に  
実行していきます。

- 
- ・インターネット広告
  - ・コンテンツマーケティング
  - ・SEO・MEO対策
  - ・大型ビジョン広告







SOCIAL NETWORK SERVICE

## SNS事業

主要SNSの運用代行を手掛けています。  
流行りのショートムービーを撮影から編集まで、  
サードパーティー製のシステムを使わず、  
すべて弊社スタッフが手作業で行います。

SNS採用マーケティング



# エアリク

A i r R e q u e s t

全社120名のうち **70** 名がSNS事業部在籍

全員直接雇用、フル出社！

事業部の平均年齢23歳、

若い人材が最新の流行をキャッチ！



SNS採用マーケティング



エアリク

A i r R e q u e s t

2026年新卒エントリーでは

4,000名以上の応募を獲得しています！





## 自社アカウント運用実績

総フォロワー数  
**150**万人以上

動画総再生回数  
**10**億回突破

1万フォロワーを超えている

自社アカウントが**35**個存在しています







青森県弘前市

---

# 株式会社丸祐運送様の実績



# 丸祐運送様アカウント運用実績

@maruyu\_unso



運用開始1年で**1万フォロワー**を達成！

アカウント運用開始日

2024年3月11日



1万フォロワー達成日

2025年4月25日



最も再生された動画は

◀◀ **239**万回再生

アカウントの総再生数

**1,000**万回突破



# 丸祐運送様アカウント運用実績

@maruyu\_unso



導入から3ヶ月ほど経った頃には、  
応募数に目に見える変化がありました。

これまでは月20～30件だった応募が、  
今では安定して**40～50件**ほどに増加。  
応募者の多くがSNSを見てくださり  
「Instagramで会社の雰囲気を見て  
応募しました」「しゅんさんの動画で  
興味を持ちました」など、  
具体的な声が届くようになりました。





# 丸祐運送様アカウント運用実績

@maruyu\_unso



**YAHOO! JAPAN** ニュース など、様々なメディアにも掲載されました！



SNSを利用した成功事例として  
弊社広報より東奥日報社さまへ  
ご連絡したところ、  
新聞に掲載していただきました。  
その新聞をみて、  
青森放送社から取材→明日テレビ放映予定  
また朝日新聞社から取材の依頼が入る  
新聞に掲載されたことがきっかけで  
多くのお問い合わせをいただいています。



# アカウント運用実績①



有限会社愛和工芸様 @sarubobo.shop



運用開始から1年2ヶ月で採用効果を実感

採用人数 **6名** ▶ SNSをみて応募に踏み切った方が多数

内職さんの人数60名 ▶ **84名** 増加 ※目標120名

地元メディアにも取材されました！



## アカウント運用実績②



### 親力海運グループ @oyariki\_hiroshima



1年5ヶ月でTikTok1万フォロワー達成

2024年度新卒・中途採用の応募者数は5名



2025年度は**35名**!運用開始後**7倍**に増加

Instagram、TikTokともにDM,コメント等で問い合わせ多数!

採用にかかる費用は**-100万円のコストダウン**。

新卒採用が課題だったがSNSをきっかけに1名が内定。

採用だけではなく、自社や業界の**認知度も向上**!



## アカウント運用実績③

株式会社ワールドビズ @us\_and\_bittu06



初回投稿16万再生!開始6ヶ月で4,000フォロワー

SNSからengage経由でほぼ毎月応募あり

2ヶ月目▶**9**応募

3ヶ月目▶**10**応募

新聞掲載もされました!!





# アカウント運用実績③

## 運転手、看板犬が呼び込むワン

運送会社のワールドビズ（大阪市）の看板犬、ラブラドル・レトリバーのビツくん（7）がドライバーの採用に二役買っている。慢性的な人手不足に悩んでいたが、7月からビツくんをSNSで押し出したところ応募が急増。イヌの手も借りたい師走に向けて人材獲得に動く。

SNS運用支援のリンクスクリエーション（東京・文京）の助言で、7月から会社の顔として画像共有アプリ「インスタグラム」などで採用活動を始めた。これまでは応募がゼロの月もあった

看板犬のビツくん和西垣社長



が、ビツくんが活動を始めると9月には9人、10月には10人から応募があった。西垣真一社長は「すごい効果」と喜ぶ。ビツくんがやってきたのは7年前のクリスマス。ペットショップに通っていた西垣社長を、左上のケージから見

つめ続けていたのがビツくんだった。最初は「おもい顔してるな」と思っていた（西垣社長）。けだったが、ビツくんの姿が頭から離れず、会社を迎えることにした。しつけのためドッグスクールに預けるとめきめきと頭角を現し、災害救助犬の認定も獲得。SNSでは社長や社員と協力して社風を伝えるが「ビツくんだけの投稿のほうが実は閲覧数は多い」（リンクスクリエーション）。名実ともに会社の看板犬になったビツくんの活躍は続きそうだ。（岸本まりみ）

2024年 令和6年 7月22日(月) 13版 18

### フォロワーを社員に SNSで会社動画

**看板犬が人気**

「初出勤の犬が可愛かった」。ドッグを飼っているという人から、犬を飼いたいという人まで、SNSで会社動画を観た人から、犬を飼いたいという人が続々と応募してきた。西垣社長は「犬を飼いたいという人が続々と応募してきた。犬を飼いたいという人が続々と応募してきた。犬を飼いたいという人が続々と応募してきた。」

**若手採用の手段 仕事や職場を面白く**

「足場」を紹介

「楽しそう」

「積み立て型」の求人 関心を保つ

「登れる壁」社員が拡散 転職者も



# SNSの必要性

- アンケート結果と実績 -

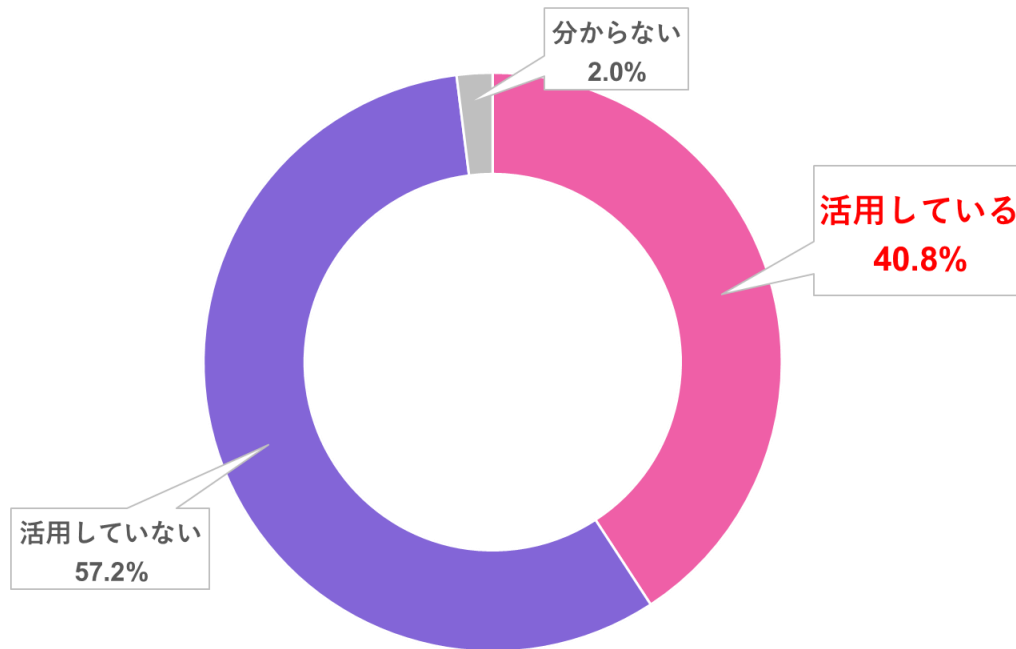




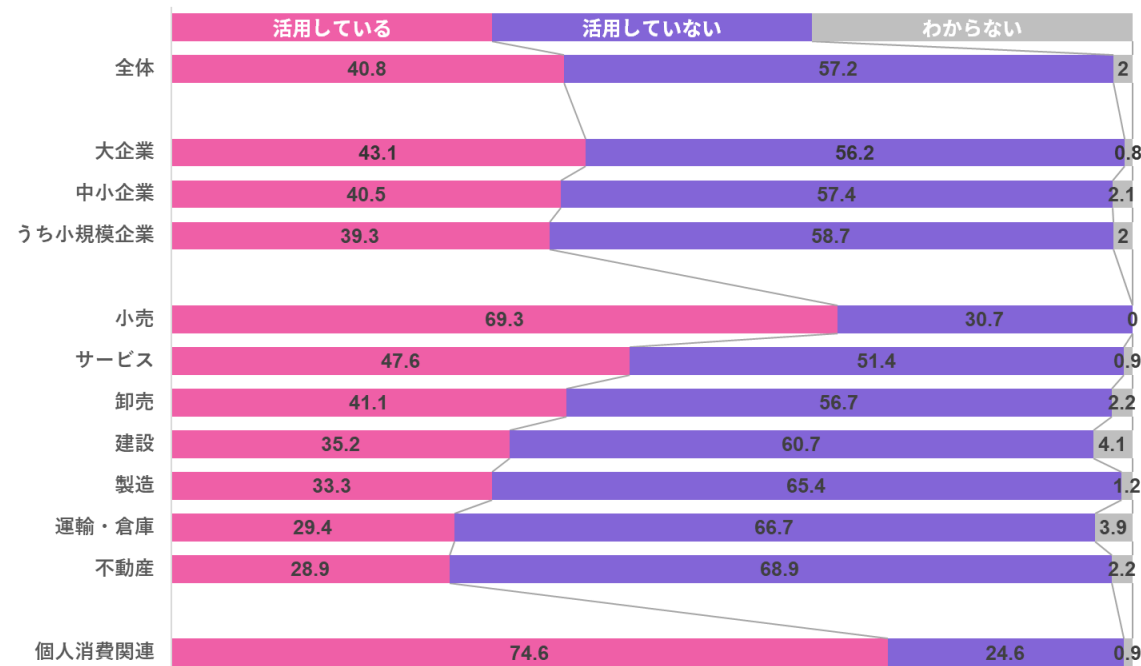
# 企業におけるSNSのビジネス活用動向①

アンケート期間は2023年9月8日～13日、有効回答企業数は1,022社（帝国データバンク調査）

社外に向けたSNSの活用



社外に向けたSNSの活用状況



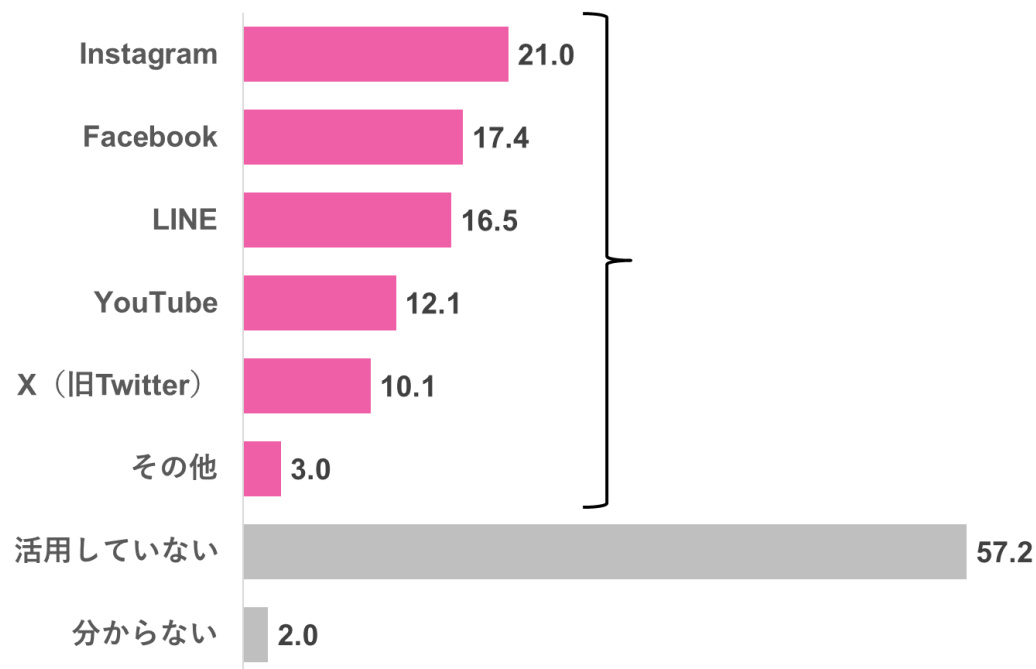
社外に向けた情報発信（広報・販促）ツールとして、SNS 上に企業のアカウントを持ち、活用しているか尋ねたところ、「活用している」企業の割合は40.8%となった。一方で、「活用していない」企業は57.2%だった。「活用している」企業を規模別にみると「大企業」は43.1%、「中小企業」は40.5%、うち「小規模企業」は39.3%と、規模が大きいほど活用割合が高い傾向にある



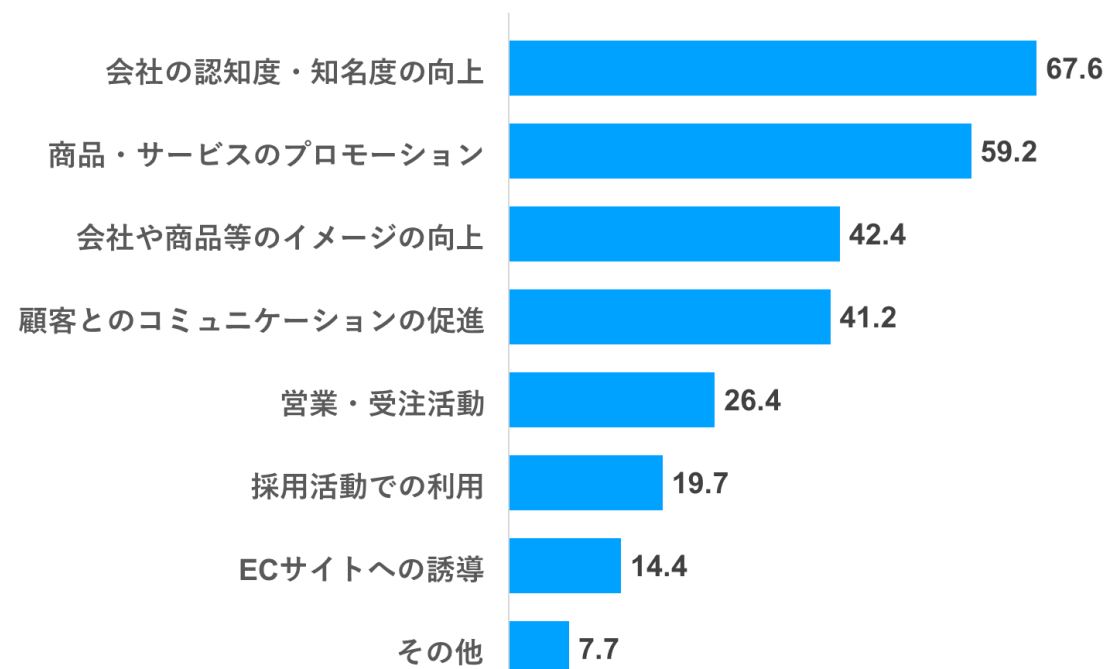
# 企業におけるSNSのビジネス活用動向②

アンケート期間は2023年9月8日～13日、有効回答企業数は1,022社（帝国データバンク調査）

活用しているSNS媒体（複数回答）



社外に向けたSNS活用の目的（複数回答）



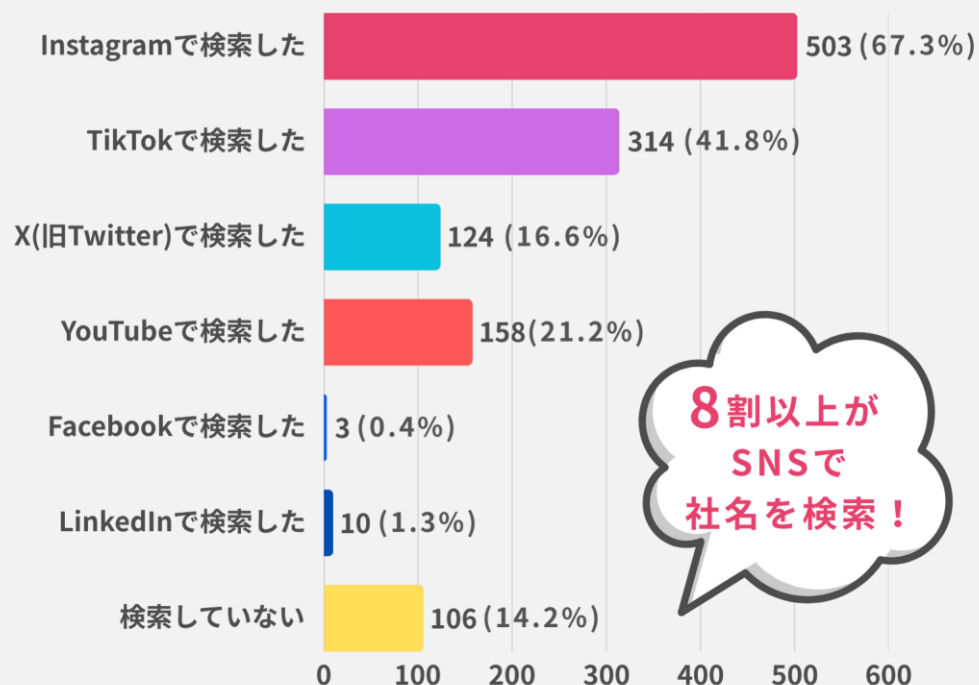
活用しているSNS媒体を尋ねたところ、「Instagram」が21.0%でトップ、企業にその目的を尋ねたところ、「会社認知度・知名度の向上」が67.6%でトップとなった。次いで、「商品・サービスのプロモーション」(59.2%)、「会社や商品等のイメージの向上」(42.4%)、「顧客とのコミュニケーションの促進」(41.2%)が続いた。



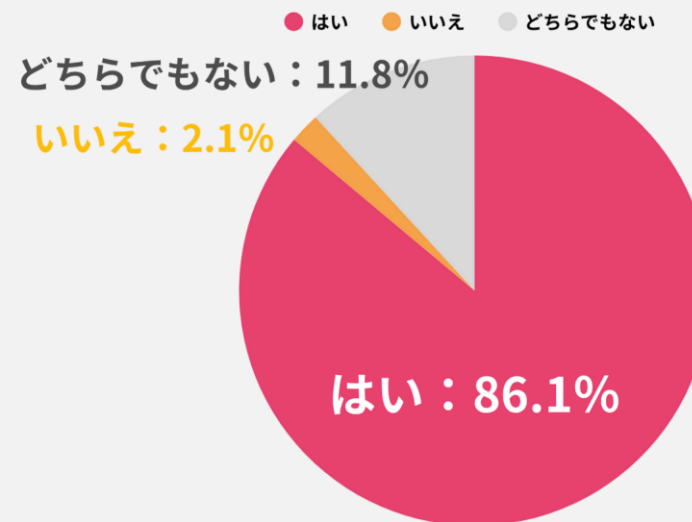
# アンケート結果①

採用にInstagram(SNS)を活用しているか？「747名」の20代男女から取得したアンケートデータです。

SNSで社名を検索しましたか？  
(※複数選択可)



企業のSNSアカウントは必要だと思いますか？  
(※1つのみ選択)



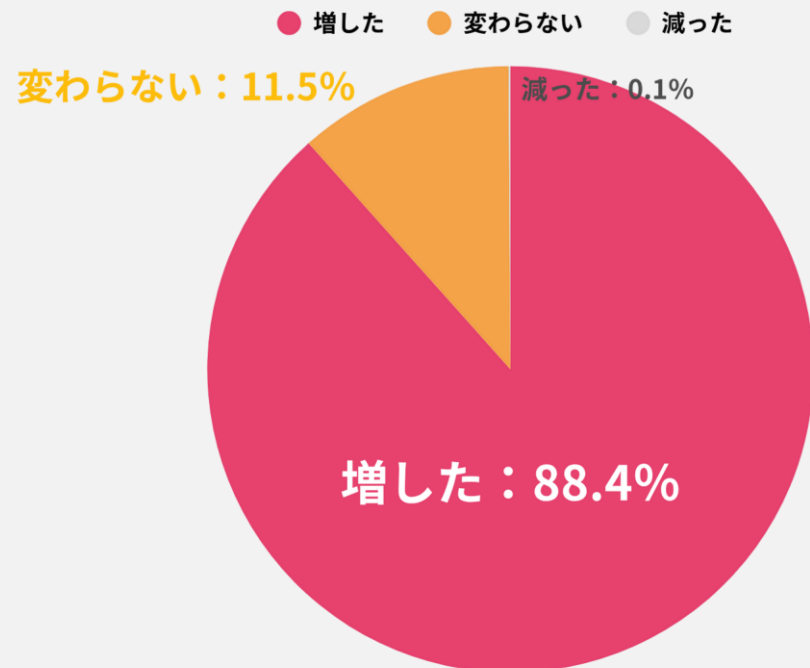
⇒ SNSが必要な理由として下記の声が上がりました。

- ナビサイトやホームページだけでは、固い雰囲気を抱いてしまう
- 求人サイトや新卒サイト以外に気軽に会社について知ることができるツールの1つだから
- 限られた情報の中で企業を選ぶ際に精査するツールは多い方が会社の魅力をより知ることができるから

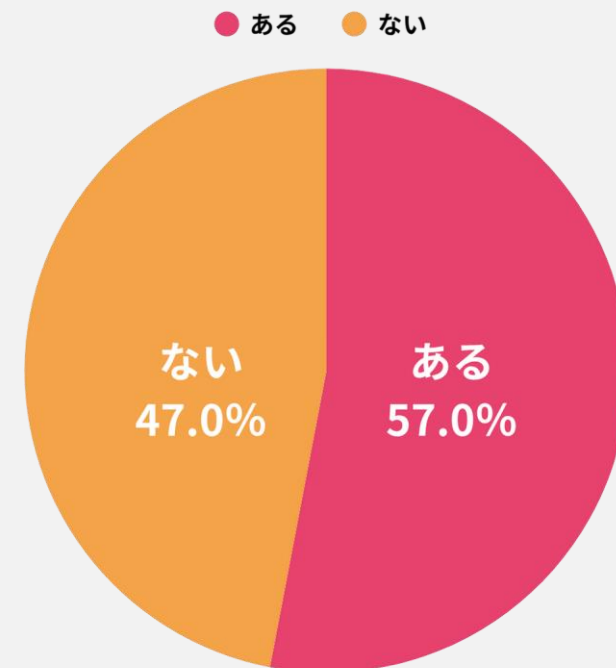
## アンケート結果②

採用にInstagram(SNS)を活用しているか？「747名」の20代男女から取得したアンケートデータです。

就職活動中、企業アカウントを見て  
入社意欲はどのように変化しましたか？



SNSがきっかけで企業の選考を  
受けたことがありますか？





# 入社後のギャップ改善

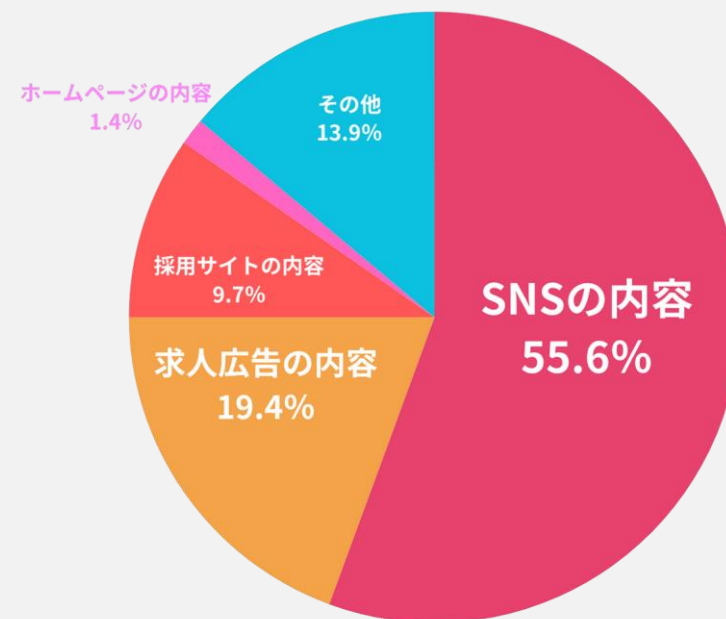
SNSに注力している当社に、在籍している社員「72名」の男女から取得したアンケートデータです。

入社前後でマイナスなギャップはありましたか？

はい：5.6%

いいえ：94.4%

就職活動中（転職活動中）、  
何を見て入社（転職）の決め手となりましたか？



100

@rc.group0401



エアリク

A i r   R e q u e s t

## 8.6万フォロワー突破!ストーリーズの閲覧数は1日で2.5万人以上!





# 自社TikTokアカウント

@yuika.hiroshi



12万フォロワー突破!1動画／最大400万回以上再生、100万回超再生も多数



# インサイトデータ①(Instagram)

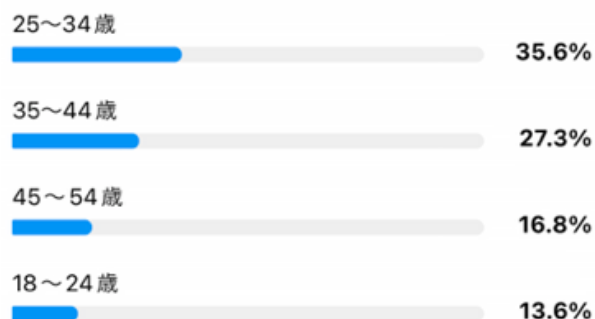


リソースクリエイション  
企業アカウント  
rc.group0401

フォロワー **8.6** 万人

リーチしたアカウント数 **4,017,675**

## リーチしたオーディエンス



## コンテンツのリーチ

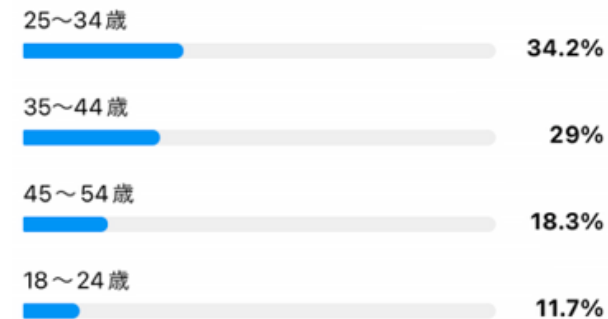


高田 桂太郎  
keitaro1985

フォロワー **5.9** 万人

リーチしたアカウント数 **3,481,514**

## リーチしたオーディエンス



## コンテンツのリーチ





# インサイトデータ②(Instagram)

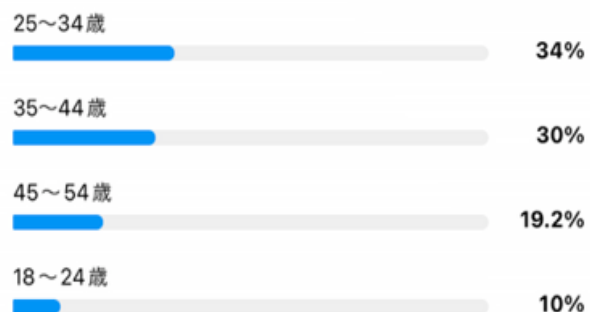


小笠原 寛  
rchiroshi1986

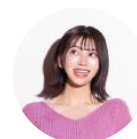
フォロワー **2.5** 万人

リーチしたアカウント数 **1,295,768**

## リーチしたオーディエンス



## コンテンツのリーチ

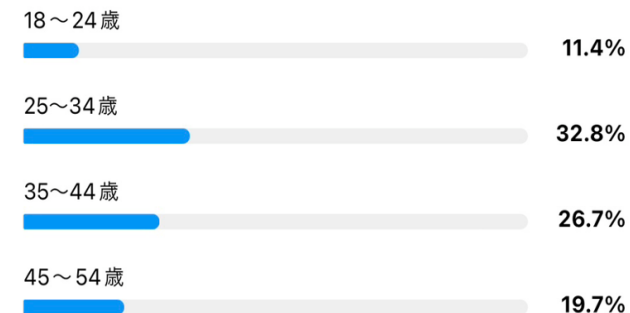


さかみか  
rc.mika.18

フォロワー **2.2** 万人

リーチしたアカウント数 **2,173,215**

## リーチしたオーディエンス



## コンテンツのリーチ



# インサイトデータ③ (Instagram)



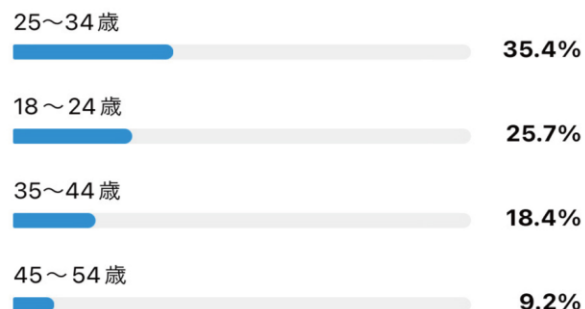
変身ベルト

henshin.belt

フォロワー **3.0** 万人

リーチしたアカウント数 **2,588,034**

リーチしたオーディエンス



コンテンツのリーチ



弊社には確固たる  
実績があります！





# 総再生回数



ユイカとヒロシ

Instagram : 222,458,000  
TikTok : 153,179,000  
YouTube : 140,000,000  
Facebook : 26,010,000

Total ▶ 541,647,000



けいたろう社長

Instagram : 158,651,000  
TikTok : 55,964,000  
YouTube : 46,350,000  
Facebook : 14,850,000

Total ▶ 275,815,000



ヒロシ

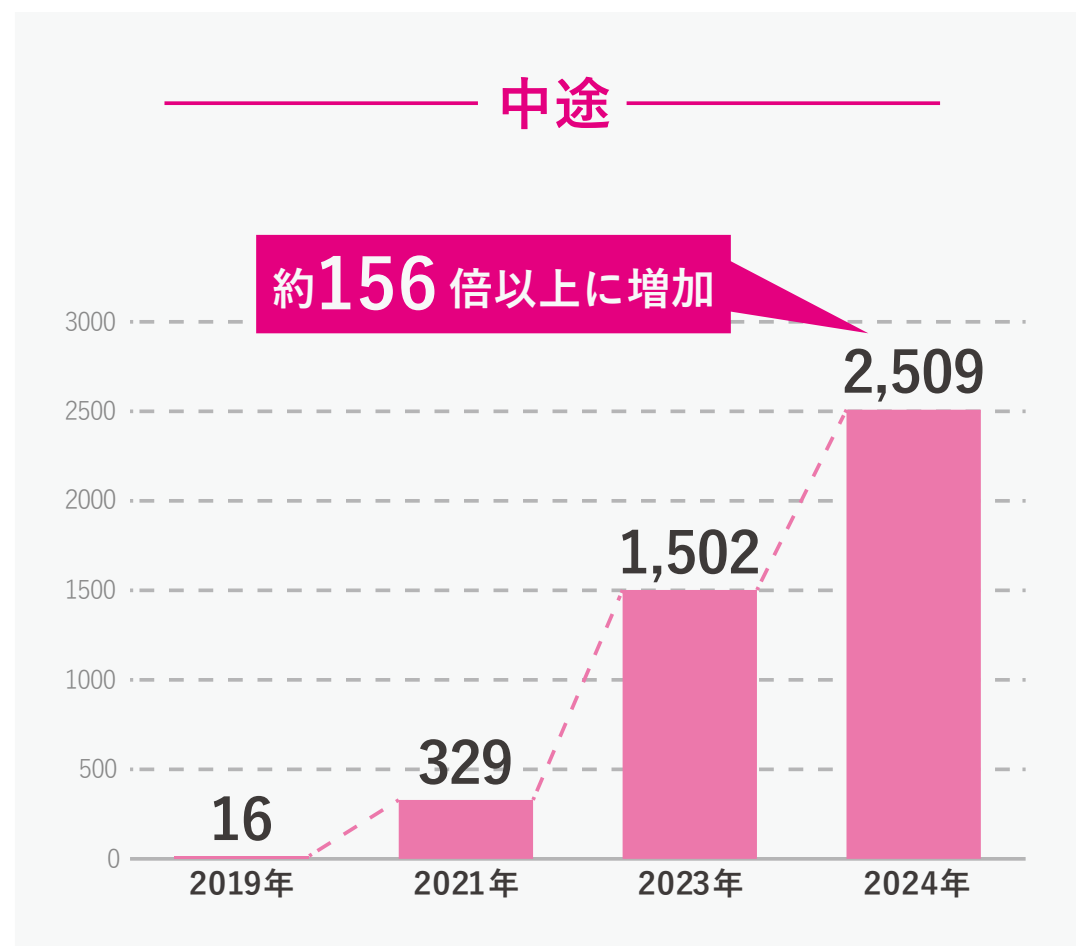
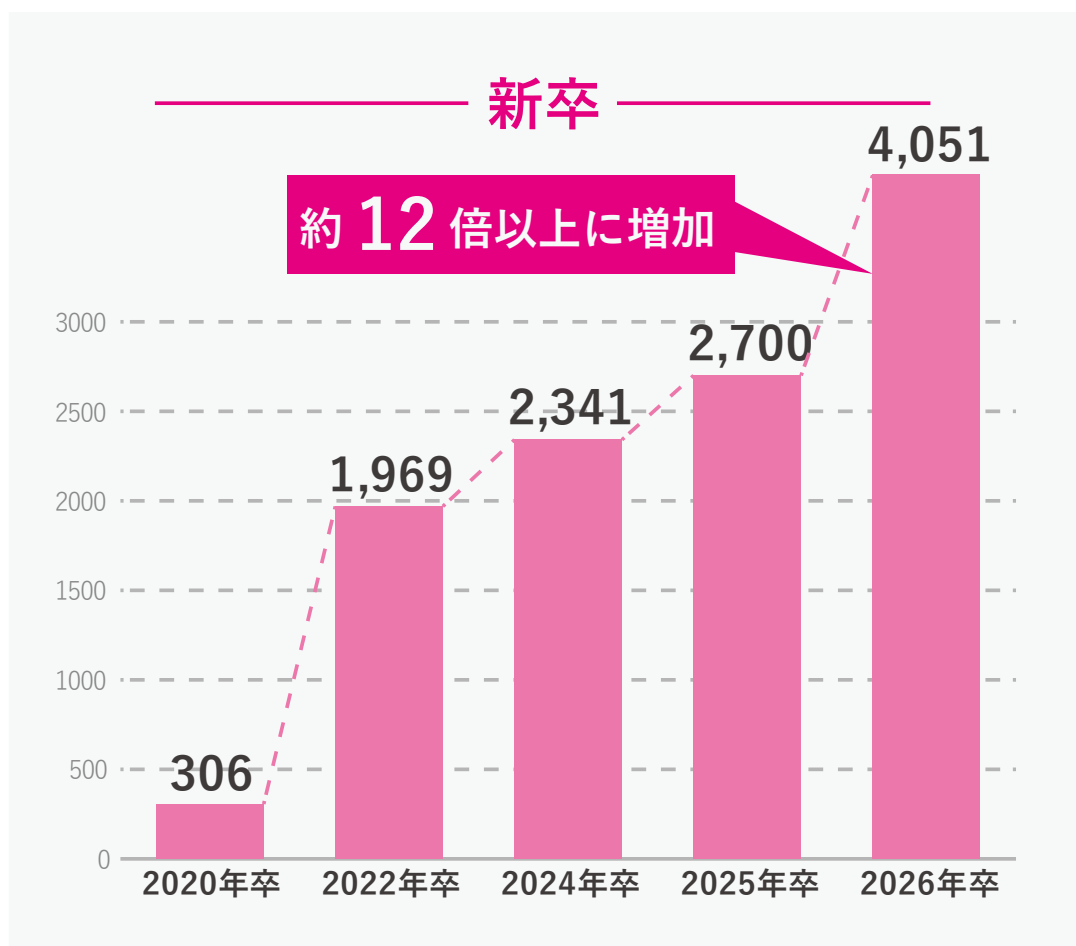
Instagram : 56,481,000  
TikTok : 20,782,000

Total ▶ 77,263,000



# 当社アカウント運用実績

Instagram、TikTok、X、YouTubeを活用することでエンタリー数が大幅に向上しています。







## 総 評

採用において、SNSは有効なツールであり、内容の有無も、選考に影響するものである  
入社後の、ギャップを減らすことが可能であり、リアルを伝えることで早期離職を防ぐ効果もある



だからこそ…

いま、SNS運用を始めるべきです！

でも、やり方がわからない





# SNS採用の 新基準











POINT 01

# 他社との差別化

# 他社との差別化



他の会社とどこが違うのか



自分たちにしかできないこと

企業の魅力を洗い出し、明確に伝えることが重要です。企業のビジョンや価値観、働く環境、人材育成の方針などを具体的に示すことで、求職者は企業に対する理解を深めやすくなります。企業の魅力を洗い出すことで情報発信のコンセプトも確立でき、継続的かつ一貫性のある情報発信が可能になります。









POINT 02

ペルソナを徹底的に洗い出す



POINT 02

# ペルソナを徹底的に洗い出す

ペルソナの  
設計を怠る





企業と  
求職者に  
ギャップ

採用への  
遠回り

また一貫性のない内容は、閲覧数を増やしても求職者が離脱する可能性が高まります。

誰に向けて発信するかがとても重要になります！

# 当社のペルソナ設計

| 会社名       |                | 株式会社リソースクリエイション   | 株式会社立井商事   | 株式会社スクエア  | 株式会社スターリボン  |
|-----------|----------------|---|--|---|---|
| キャッチコピー   |                | オンオフしっかり。プライベート充実系独身女子  | 何事にも素直！思いやりある優しい男子   | 決めたことはやり遂げる。エネルギッシュボーイ  | 理想のインドアボーイ  |
| 氏名        |                | 山田 紗季(ヤマダ サキ)   | 海原 勇気  | 大原 健斗   | 中野 航大   |
| 写真        |                |   |             |                        |      |
| 地理的変数     | 居住地            | 浦和  | 亀戸(実家は埼玉)  | 板橋区   | 船橋  |
|           | 勤務地            | 大宮  | 丸の内  | 池袋  | 船橋  |
|           | 性別             | 女性  | 男性   | 男性  | 男性  |
| 人口動向変数    | 職業             | 保険の営業   | 不動産営業  | フレンチレストラン(ホテルスタッフ)正社員   | エンジニア   |
|           | 年齢             | 25歳   | 25歳  | 25歳   | 29歳   |
|           | 最終学歴           | 青山女子短期大学  | 成城大学   | 中央大学  | 学習院大学   |
|           | 家族構成           | 父、母、妹   | 父、母、姉  | 父、母、弟   | 父、母   |
|           | 結婚orパートナー      | パートナーがいる。付き合ってから1年未満。   | パートナーがいる。付き合ってから半年。  | パートナーがいる。3年交際   | いない。  |
|           | 貯蓄             | 70万円  | 60万  | 30万円  | 200万円   |
|           | 所得             | 300万円   | 320万   | 300万円   | 380万円   |
|           | 家賃             | 6万円   | 7万   | 7.5万円   | 7.5万円(家にお金入れている)  |
| 心理変数      | 生活への不満         | ・ブランドの服やバッグが好きで、お金をかけたいが貯蓄が出来なくなってしまう。<br>・将来のこと考え、貯蓄をしないといけない。アパレルを仕事にしたいが不安。<br>・飲み会やイベントが好きだが、コロナ禍により自宅でひとり大人しくしているのが嫌しい。                                    | ・不動産営業の仕事が忙しく、家には家に帰るだけになってしまっている。<br>・休みが火・水で土日休みのパートナーと会う時間がなかなか作れない。<br>・夜が長い。              | ・給与が上がりにくい。コロナ禍で休業もあり、給与がなくなっているのも、給与が上がりにくい原因の一つ。<br>・土日の休みがなく、パートナーと共有できる時間が少ない。<br>・夜が長いから、友人と飲みに行けない。 | ・実家に住んでいて、恋愛に関して親に干渉されるのが面倒。<br>・今の会社は残業が多く、日を超えて働いている時もある。                             |
|           | 趣味へのコスト配下のハードル | 低い。   | 低い。  | 低い。   | 低い。   |
| 行動変数      | 自由に使えるお金       | 6万円/月   | 6万円/月  | 6万円/月   | 10万円/月  |
|           | 遊び場            | 西麻布や穴本木   | 池袋、新宿  | 池袋、渋谷   | あまり遊びに行かない  |
|           | 趣味             | ショッピング、グルメ巡り  | フットサル  | サッカー、面白い番組  | ゲーム、映画、漫画   |
|           | 趣味に関する専門度      | 高い。イベントや飲み会に行く機会が多いから、毎回異なる服装で行きたいがブランド品ばかりでは金銭的に厳しいため、安価で購入できる韓国製の服やバッグを趣味会でのウェイトイン、ファッションのウェイトインしている。   | 小学生〜高校生まででサッカー部に所属し、大学でフットサルサークルに所属している。今でも趣味程度に月1回程度、休みの日に会社の仲間とフットサルをしている。                   | 高い。今もサッカーをやっている。日常的に好きな芸人が出てくる番組を見ている。  | 高い。ゲームはやればやるほどレベルアップしていく楽しみがあり、やり始めたまま止まらない。  |
|           | 趣味情報の取得方法      | ・InstagramやTikTokでオシャレ女子と模倣し、興味のあるアカウントをフォローする。<br>・TikTokのいいインスタグラマーの情報を基に、服やバッグを参考している。<br>・TikTokで、YouTubeやMerryを見てトレンドの情報を得ている。                             | ・フットサルの動画など、InstagramのリアルやYouTubeを使って確認している。<br>・フットサルに行った際大会が開催される情報を仕入れたら、参加することもある。         | ネットでの情報収集   | ・好きなユーチューバーのゲーム実況配信をよく見ている。そこでおもしろそうなゲームがあると、とりあえず買ってみる。<br>・Twitterでゲームに関する最新情報を得ている。  |
|           | 趣味に関する優先度      | 高い  | やや高い   | 非常に高い   | 高い  |
|           | 友人の意見を参考にする    | 参考にしない  | 参考にしない   | 参考にしない  | 参考にしない  |
|           | ロコミを参考にする      | ・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。<br>・ネットリテラシーが高い。SNSやブログを上手に活用して情報の詳細まで調べている。   | ・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。<br>・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。                           | ・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。<br>・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。                                      | ・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。<br>・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。                    |
|           | 好きな雑誌          | MEETなどの、トレンド系のネットメディアは見ると、雑誌は購入しない。   | ロコミでTrendyのファッション誌を見る。サッカーマガジン、紙雑誌は購入しない。  | サッカーマガジン 立ち見する程度で購入はしない   | 基本的な雑誌は読まない   |
|           | 好きなTV番組        | ・バラエティ番組(ロンドンハーツ、マツコ会議)<br>・音楽系(フジテレビ、あいつ)<br>・アニメ(新世紀エヴァンゲリオン、アキラ、アリエルなど)  | ・バラエティ番組(ロンドンハーツ、マツコ会議)<br>・スポーツニュース(サッカー)<br>・Netflix(イカゲーム)                                  | ・お笑い系、月曜から夜更かし、相席食堂、アトーク、ロコミ(ロコミ)<br>・Netflix(イカゲーム)  | ・ワールドビジネスサテライト、ロコミ(ロコミ)<br>・Netflix(イカゲーム)  |
|           | 好きな本           | 自己啓発系、商業に関する本(仕事のため)  | 紙一冊の雑誌(仕事のため)  | レシビア  | ワンピース、マンガが好き  |
|           | 憧れの芸能人         | 新垣結衣、北川景子   | 堀北真実   | 本田美奈子   | ヒカキ、まいげん(ゲーム系YouTuber)  |
| 行動変数      | 好きなブランド        | ・FENDIや、DIOR、CHANELが好き<br>・インスタグラマーが持っているハイブランドに憧れるが、日常的にはSNIDEL、ZARA、ユニクロなどを着ている。  | ユニクロ、GUなど無難な服を着て遊ぶ。  | ナイキ   | ・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。<br>・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。                    |
|           | 外出             | ・お洒落なカフェや、イロリ、サウナなどがあるレストランが好き。<br>・Instagramで、お洒落なお店を見つけたら、食べログで評価を見ている。基本SNS更新のために、行っているから、料理は目当てで選んでいる。<br>・飲食店が大好き。   | ・仕事終わりに同僚と居酒屋に行く。<br>・休みの日はドライブなど、近所の公園に行く。インスタグラマーなどはあまり興味がない。                                | 外食で様々なジャンルの店に食べに行き、料理の研究をしている。  | ・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。<br>・「ロコミ」に参加する。低評価、高評価の両方とも参考にしている。                    |
|           | よく聞く音楽         | ・洋楽(特にEDMのアップテンポの音楽が好き)<br>DJ Snake, Avicii, JonasBlue, DJ Khaled   | ラップ  | JPOP、後援、Official髭男dism など流行の音楽を聴く。  | 特にこだわりはなく、流行りの音楽をapple musicで流して聞く程度。   |
|           | よく見るサイト        | ・日経新聞、NewsPicks、スポーツニュース(仕事のため)<br>・Instagram、TikTokでトレンドのファッションを見ている。<br>・食べログ、一休.comでレビューを見ている。<br>・YouTubeで最新のファッションの動画を見ている。<br>・Netflix、Disney+            | ・LINEニュース、Yahoo!ニュースをチェック(仕事のため)<br>・Twitterのトレンドを見て、何が流行っているのが情報収集。<br>・Netflixでランニング動画を観ている。 | ・食べログ、一休.com、Rettaiグルメ<br>・YouTubeで最新のファッションの動画を見ている。<br>・LINEニュース、一休.comなど、幅広く見ている。                      | ・ゲームサイト<br>・Twitter、TikTokで最新のファッションを見ている。<br>・LINEニュース<br>・YouTubeでゲーム実況をチェック、FPS系が好き。 |
|           | 人生観            | ・仕事5割、遊び4割、恋愛1割<br>・平日仕事に集中して、週末は飲み会に行きたい。<br>・イベントや、飲み会に参加するのが好きで、恋愛は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。 | ・仕事が好きで、将来がある。結婚したいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。          | ・仕事が好きで、将来がある。結婚したいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。                     | ・仕事が好きで、将来がある。結婚したいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。<br>・将来、結婚して子供が欲しいが、結婚は2の次だ。   |
|           | ネットリテラシー       | 高い。日常的にスマホを使用している。ネットリテラシーが高い。  | 高い。日常的にSNSを見ている。   | 高い。情報系は、ほとんどスマホを介して得ている。  | 仕事でPCを使用していることもあり、ネットリテラシーは高い。  |
|           | 利用SNS          | Instagram中心。TikTokはスマホ時間に見ている。Twitterはビジネス系に限定している。   | InstagramやTwitterをメインで使っている。   | スマホ時間Instagram、後者は常にYouTubeやTVerで面白いを見ている。  | Twitter中心。Instagramも、情報収集程度に確認。TikTokはスマホ時間1時間程度見ている。                                   |
|           | インターネットの利用頻度   | 起床後、通勤時間、休憩時間30分程度チェック頻度は、ずっと高頻度で利用している。  | 通勤時間、休憩時の時、休日に主に利用している。  | 通勤時間、休憩時の時、休日に主に利用している。   | 起床後、通勤時間の合間時間、仕事終わった後はゲームをしているので、その合間で利用している。   |
| 1日の流れ(平日) |                | 7:00 起床   | 6:00 起床  | 8:00 起床   | 7:00 起床   |
|           |                | 9:00 出勤   | 10:00 出勤   | 11:00 会社ランチ営業の準備  | 9:00 出勤   |
|           |                | 13:00 持参したお弁当か、同僚とランチに行く。   | 13:00 休憩   | 13:30 休憩 雨の日がある   | 13:00 母のお弁当を食べるか、コンビニ   |
|           |                | 13:30 会社に戻り、仕事開始  | 14:00 仕事開始   | 16:00 夜の仕込み開始   | 14:00 仕事開始  |
|           |                | 19:00 退社  | 21:00 退社   | 22:00 風呂→お風呂作業後、退社  | 21:00 退社  |
|           |                | 23:00 早く帰ってきた日は自炊をする。次の日に備えて早めに就寝   | 24:00 就寝   | 26:00 就寝  | 25:00 就寝  |



|         |                |   |   |
|---------|----------------|---|---|
| 会社名     |                | 株式会社リソースクリエイション   | 株式会社笠井商事  |
| キャッチコピー |                | オンオフしっかり。プライベート充実系独身女子  | 何事にも素直！思いやりある優しい男子  |
| 氏名      |                | 山田 紗季(ヤマダ サキ)   | 海藤 勇気   |
| 写真      |                |   |  |
| 地理的変数   | 居住地            | 浦和  | 亀戸(実家は埼玉)   |
|         | 勤務地            | 大宮  | 丸の内   |
| 人口動態変数  | 性別             | 女性  | 男性  |
|         | 職業             | 保険の営業   | 不動産営業   |
|         | 年齢             | 25歳   | 25歳   |
|         | 最終学歴           | 青山女子短期大学  | 成城大学  |
|         | 家族構成           | 父、母、妹   | 父、母、姉   |
|         | 結婚orパートナー      | パートナーがいる。付き合ってまだ1年未満。   | パートナーがいる。付き合って半年。   |
|         | 貯蓄             | 70万円  | 50万   |
|         | 所得             | 300万円   | 320万  |
|         | 家賃             | 6万円   | 7万  |
| 心理変数    | 生活への不満         | ・ブランドの服やバッグが好きで、お金をかけたいが貯金が出来なくなってしまう。<br>将来のことも考え、貯金をしていきたいが、ブランドを我慢することが不満。<br>・飲み会やイベントが好きだが、コロナ禍により自粛で家でひとり大人しくするのが寂しい。 | ・不動産営業の仕事が忙しく、家には寝に帰るだけになってしまった。<br>・休みが火・水で土日休みのパートナーと会う時間がなかなか作れない。               |
|         | 趣味へのコスト投下のハードル | 低い。   | 低い。   |
|         | 自由に使えるお金       | 5万円／月   | 5万円／月   |
|         | 遊び場            | 西麻布や六本木   | 池袋、新宿   |
|         | 趣味             | ショッピング、グルメ巡り  | フットサル   |
|         | 趣味に関する専門度      | 高い。イベントや飲み会に行く機会が多いから、毎回異なる服装で行きたいがブランド品ばかりでは金銭的に厳しいため、安価で購入できる韓国の服やバッグを組   | 小学生～高校生までサッカー部に所属し、大学でフットサルサークル   |

|        |                |  |   |
|--------|----------------|--|---|
| 人口動態変数 | 家族構成           | 父、母、妹  | 父、母、姉   |
|        | 結婚orパートナー      | パートナーがいる。付き合ってからまだ1年未満。  | パートナーがいる。付き合ってから半年。   |
|        | 貯蓄             | 70万円   | 50万   |
|        | 所得             | 300万円  | 320万  |
|        | 家賃             | 6万円  | 7万  |
| 心理変数   | 生活への不満         | ・ブランドの服やバッグが好きで、お金をかけたいが貯金が出来なくなってしまう。<br>将来のことも考え、貯金をしていきたいが、ブランドを我慢することが不満。<br>・飲み会やイベントが好きだが、コロナ禍により自粛で家でひとり大人しくするのが寂しい。    | ・不動産営業の仕事が忙しく、家には寝に帰るだけになってしまった。<br>・休みが火・水で土日休みのパートナーと会う時間がなかなか作れない。         |
|        | 趣味へのコスト投下のハードル | 低い。  | 低い。   |
|        | 自由に使えるお金       | 5万円／月  | 5万円／月   |
| 行動変数   | 遊び場            | 西麻布や六本木  | 池袋、新宿   |
|        | 趣味             | ショッピング、グルメ巡り   | フットサル   |
|        | 趣味に関する専門度      | 高い。イベントや飲み会に行く機会が多いから、毎回異なる服装で行きたいがブランド品ばかりでは金銭的に厳しいため、安価で購入できる韓国の服やバッグを組み合わせている。<br>飲み会のウェイト5割、ファッションのウェイト5割くらい。              | 小学生～高校生までサッカー部に所属し、大学でフットサルサークルも趣味程度に月1回程度、休みの日に会社の仲間とフットサルをする。               |
|        | 趣味情報の取得方法      | ・InstagramやTikTokで「オシャレ女子」と検索し、興味のあるアカウントをフォローする。<br>・センスのいいインスタグラマーの情報を基に、服やバッグを参考にしている。<br>・たまに、YouTubeやMeryを見てトレンドの情報を得ている。 | ・フットサルの動画など、InstagramのリールやYouTubeを使って確認。<br>・フットサルに行った際大会が開催される情報を仕入れたら、参加する。 |
|        | 趣味に関する優先度      | 高い   | やや高い  |
|        | 友人の意見を参考にする    | 参考にする  | 参考にする   |
|        | 口コミを参考にする      | ・非常に参考にする。低評価、高評価の口コミどちらも踏まえて参考にしている。<br>・ネットリテラシーが高く、SNSやまとめサイトを介して情報の詳細まで調べている。  | ・食事に行く際、お店選びなど参考にする程度。<br>・旅行に行く際は、色んなサイトで口コミを調べてから行く。いいところを選んでから行く。          |
|        | 好きな雑誌          | MERYなどの、トレンド系のネットメディアは見るが、雑誌は購入しない。  | dマガジンでメンズのファッション誌を見る、サッカーマガジン。紙媒体は読まない。                                       |
|        | 好きなTV番組        | ・バラエティ系：ロンドンハーツ、マツコ会議<br>・恋愛系：パチエラー、あいのり<br>・ディズニー：実写版美女と野獣、アラジン、アリエルなど  | ・バラエティ系 アメトーク、ロンハー<br>・スポーツニュース(サッカー)<br>・Netflix イカゲーム                       |
|        | 好きな本           | 自己啓発系：営業に関する本(仕事のため)   | 超一流の雑談力(仕事のため)  |
|        | 憧れの芸能人         | 石原さとみ、北川景子   | 坂口健太郎   |
|        | 好きなブランド        | ・FENDIや、DIOR、CHANELが好き。<br>インスタグラマーが持っているハイブランドに憧れるが、日常的にはSNIDEL、ZARA、ナノユニバースなどを着ている。  | ユニクロ、GUなど無難な服装を好んで着る。   |
|        | 外食             | ・お洒落なカフェや、イタリアン、テラス席があるレストランが好き。<br>Instagramで、おしゃれなお店を見つけたら、食べログで評価を見ている。基本SNS更新のために行っているから、料理は見た目重視で選んでいる。<br>検索能力が高い。       | ・仕事終わりに同僚と居酒屋に行く。<br>・休みの日はドトールなど、近所のカフェに行く。インスタ映えなどは気にしない。                   |
|        | よく聞く音楽         | ・洋楽(特にEDMのアップテンポの音楽が好き)<br>DJ Snake、Avicii、JonasBlue、DJ Khaled   | ラップ   |
|        | よく見るニュース       | ・日経新聞、NewsPics、スマートニュース(仕事のため)<br>・Instagram、TikTokでトレンドのファッションを見ている。  | ・LINEニュース、Yahoo!ニュースをチェック(仕事のため)<br>・Twitterでトレンドのファッションを見ている。                |



|      |              |  |  |
|------|--------------|--|--|
| 行動変数 | 好きなブランド      | ・FENDIや、DIOR、CHANELが好き。<br>インスタグラマーが持っているハイブランドに憧れるが、日常的にはSNIDEL、ZARA、ナノユニバースなどを着ている。  | ユニクロ、GUなど無難な服装を好んで着る。  |
|      | 外食           | ・お洒落なカフェや、イタリアン、テラス席があるレストランが好き。<br>Instagramで、おしゃれなお店を見つけたら、食べログで評価を見ている。基本SNS更新のためにやっているから、料理は見た目重視で選んでいる。<br>検索能力が高い。   | ・仕事終わりに同僚と居酒屋に行く。<br>・休みの日はドトールなど、近所のカフェに行く。インスタ映えなどは気にしない。  |
|      | よく聞く音楽       | ・洋楽(特にEDMのアップテンポの音楽が好き)<br>DJ Snake、Avicii、JonasBlue、DJ Khaled   | ラップ  |
|      | よく見るサイト      | ・日経新聞、NewsPics、スマートニュース(仕事のため)<br>・Instagram、TikTokでトレンドのファッションを見ている。<br>・食べログ、一休.comでレビューを見ている。<br>・YouTubeで簡単な引き締め効果のあるトレーニングをしている。<br>・Netflix、Disney+  | ・LINEニュース、Yahoo!ニュースをチェック(仕事のため)<br>・Twitterのトレンドを見て、何が流行っているか情報収集。<br>・Netflixでランキング順にみている。   |
|      | 人生観          | 仕事5割、遊び4割、恋愛1割<br>平日仕事に力を注ぐ分、週末は飲み会に行きたい。<br>イベントや、飲み会に参加するのが好きで、恋愛は二の次だった。週末、仲の良い女友達とコリドー街などに繰り出すが、恋愛に発展することはなかった。<br>今までは、それで十分楽しめていたので良かったが、コロナ禍になり、家で過ごす時間が増えた事で彼氏が欲しいと思い始める。<br>最近では、Instagramで友人が立て続けに結婚していくのを見て、このままでは自分だけ取り残されてしまうのではないかと不安を感じている。<br><br>友人の勧めでタップルに登録。緊急事態宣言もあけ、数人の男性とデートに行き始めたが、なかなかいい人と巡り合えず苦戦している。<br>タップルで見る男の条件は<br>・アクティブな趣味。休日は、ショッピングやカフェ巡りなど活動的であるため、出不精な人より行動的な人が良い。<br>・年上で包容力のある男性が良い。<br>・趣味にお金を使いたいので、結婚後もキャリアを築くために、仕事を続けていきたいので、理解のある人が良い。<br>・イケメンでなくても良いが、ある程度、高収入の男性が良い。<br>・飲み会が好きで、様々なコミュニティがあるので、社交性のある人が良い。 | 自然が好きで、素直さがある。7歳離れた姉がいるため、甘え上手。<br>小さい頃から、何でも出来る姉の姿に憧れて、不得意な事は努力で克服してきた。<br><br>学生時代のサッカー部時代は、末っ子キャラで回りから愛されていた。<br>コーチが厳しく、当時は何度もやめたいと思ったが、サッカーを続ける仲間がいる。<br>笑顔がチャームポイントで、誰からも好かれて憎めないタイプ。<br><br>友人の紹介でお付き合いしたパートナーと、なかなか会う時間が作れない。<br>少し空き時間があると、電話をしたり、連絡をまめに取っている。<br><br>パートナーも自分も、温厚なタイプなので、ゆるくお付き合いを続けている。 |
|      | ネットリテラシー     | 高い。日常的にスマホを使用しているため、ネットリテラシーが高い。   | 高い。空き時間でSNSを見ている。  |
|      | 利用SNS        | Instagram中心、TikTokはスキマ時間にみている。Twitterはビジネス系で閲覧のみ。  | InstagramやTwitterをメインで使っている。   |
|      | インターネットの利用頻度 | 起床後、通勤時間、休憩時間に30分程度チェック<br>帰宅後は、ずっと携帯を多用している。  | 移動時間、昼休憩の時、休日に主に利用している。  |
|      | 1日の流れ(平日)    | 7:00 起床<br>9:00 出社<br>13:00 持参したお弁当か、同僚とランチに行くか。<br>13:30 会社に戻り、仕事開始<br>19:00 退社<br>23:00 早く帰ってきた日は自炊をする。次の日に備えて早めに就寝  | 6:00 起床<br>10:00 出社<br>13:00 休憩<br>14:00 仕事開始<br>21:00 退社<br>24:00 就寝  |







A grayscale photograph of three people (two men and one woman) standing together and smiling. The woman is in the center, with her arms around the shoulders of the two men on either side. They are in a dimly lit room with a textured wall in the background.

POINT 03

# 「ファンづくり」を意識する

POINT 03

# 「ファンづくり」を意識する

強みだけではなく  
弱みも**全て曝け出す**ことで  
親近感を与える

**全て曝け出すとは？**







取締役のお菓子  
勝手に食べてみた



A woman with long, straight dark hair and light-colored eyes is lying down, looking towards the camera. She is wearing a teal-colored long-sleeved top with a colorful, abstract pattern on the sleeves. Her hands are raised above her head, with her fingers spread. The background is a light-colored surface with a faint grid pattern. The text "THANK YOU" is overlaid on the right side of the image.

# THANK YOU



Resource Creation Inc.