

実習企業	株式会社ギルド
実習生	(3年) 安宅心, 三浦蒼司
指導責任者	菅沼 宏光
担当教員	鈴木 源吾

テーマ

データ分析実践と分析および集客施策基盤構築

実習先の概要

事業内容：転職活動から入社後の活躍までをトータルサポートする伴走支援型の人材紹介事業
特徴：データサイエンスカンパニーから発足し、マーケティング領域でのデータ利活用やAIを用いたマッチングシステムの開発なども実施

背景と目的

背景：事業拡大フェーズのため、集客を増加させることが喫緊の課題という状況
目的：①転職サイト内に掲載した求人からの問い合わせを増やすこと
②新規顧客獲得のために集客力が向上する施策・開発等を行うこと

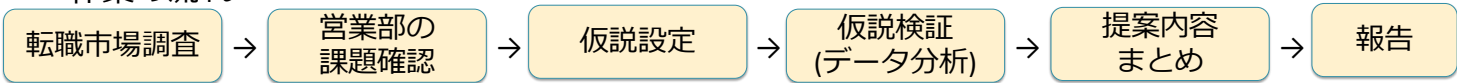
実習内容

実習全体での共通業務

<日次>：実習計画作成、定例ミーティング参加、実習日誌作成
<週次>：振り返りドキュメント作成 <プロジェクト毎>：WBS作成

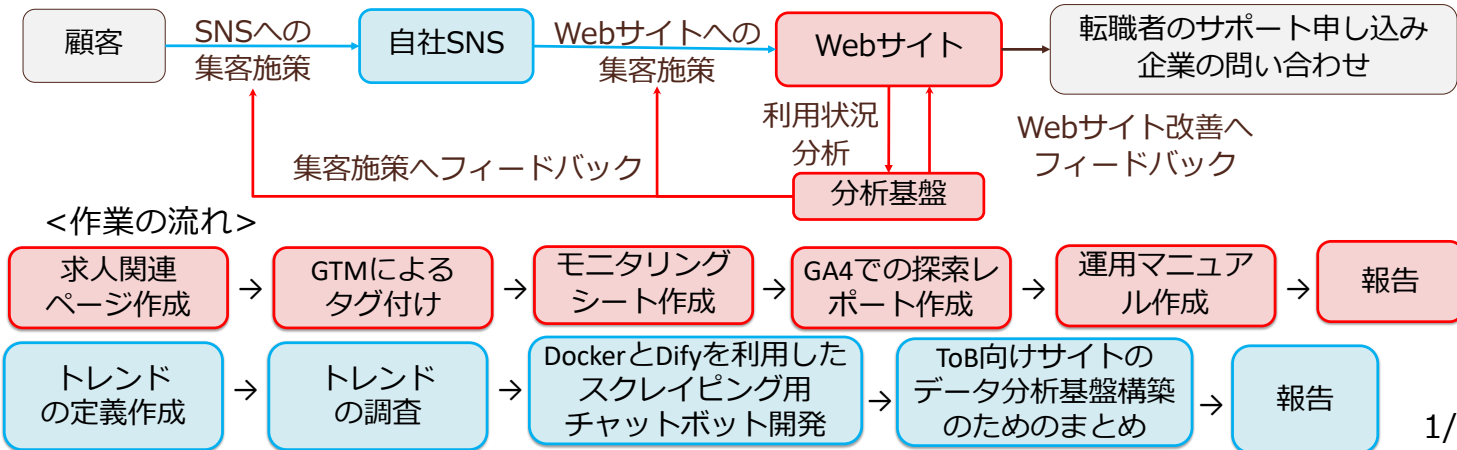
実習前半：PROJECT01 リード獲得改善 (データ分析実践等)

<依頼内容>：①提供データ等を活用して、PV数等の各指標における実績の良い求人の特徴分析
②特徴分析の結果を踏まえた改善のためのアイデアの提案
<作業の流れ>



実習後半：PROJECT02 集客力向上のための施策・開発等

<依頼内容>：①企業のWebサイトのコンテンツを強化、Webサイトの分析基盤の構築
②SNSを活用した集客施策およびそのためのシステム開発

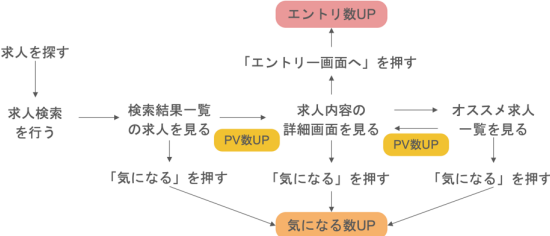


実習で得た成果（課題と解決策）

実習前半：人材業界におけるデータ分析実践+施策提案

<成果1>PV数やエントリー数等の指標の整理 <成果2>職種名内キーワード分類MAPの作成

収集されるデータの過程を整理することで、限られたデータ数の中で、キーワードによる分類を行うことができるように、提供データに形態素解析を活用した前処理を行うことで、データ数を維持したまま、視点を変えた分析を可能とした。



<成果3>分析結果を基にした良い求人を探す際の特徴を提案

提供データ等のEDAや企業としての方針などを考慮して、営業活動に活かしやすい内容をピックアップして提案した。

No.	提案内容	影響度 (エントリー数)	影響度 (PV数)	信頼度	スライド内 参考ページ	詳細参考ファイル
1	エントリー数を増やすなら、営業系(営業マネージャー・営業)の職種を増やすと良い	◎	○	○	p.19	就職先分析・作業用シート・レポート(派遣系)
2	職種名に業種(業界・事業等)関係の用語が含まれているものを選ぶ。または、意のままに追加する	◎	▲	◎	p.22	エントリー数等の特徴分析資料・提案2
3	職種が営業系・勤務地が東京のみ・年収下限が600万以上の求人を選ぶ	◎	○	○	p.26	エントリー数等の特徴分析資料・提案3
4	職種が管理部門系・勤務地が東京のみ・職種名に企業規模関係の用語が含まれている求人を選ぶ(または、職種名に関しては、追加する)	◎	◎	▲	p.28	エントリー数等の特徴分析資料・提案4

実習後半：Webサイトコンテンツ強化+分析基盤構築

<成果1>Webサイト内での求人関連ページ等の作成

Studioを用いて、求人掲載ページ等やCMSモデルの構築等を実施。標準では実装できない箇所のカスタムコードを用いた実装やレスポンシブデザインも意識して作成。



<成果2>GTMやGA4等を駆使した分析基盤の構築

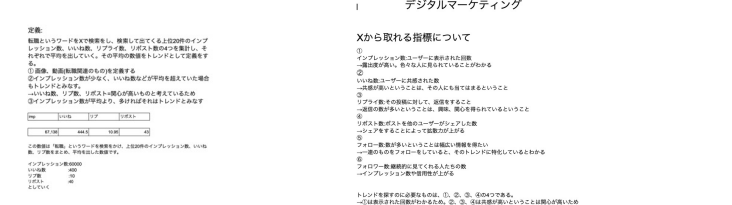
GTMによるタグ付け等の実施、継続分析用のモニタリングシートの作成、GA4の探索レポート作成などの実施。

No.	項目	進捗状況	担当者	完了日
1	Webサイトモニタリングシート	完了	佐藤	11月10日
2	ファイル編集	完了	佐藤	11月10日
3	表示形式	完了	佐藤	11月10日
4	データ	完了	佐藤	11月10日
5	ツール	完了	佐藤	11月10日
6	拡張機能	完了	佐藤	11月10日
7	ヘルプ	完了	佐藤	11月10日
8	ユーザー補助機能	完了	佐藤	11月10日
9	検索	完了	佐藤	11月10日
10	メニュー	完了	佐藤	11月10日
11	ページ	完了	佐藤	11月10日
12	タグ	完了	佐藤	11月10日
13	トラッキング	完了	佐藤	11月10日
14	レポート	完了	佐藤	11月10日
15	設定	完了	佐藤	11月10日
16	ヘルプ	完了	佐藤	11月10日

実習後半：SNS活用等

<成果1>Xを用いたトレンドを活用した投稿設計の整理

Xを用いたトレンド調査を通して、「体験談」「共感」といった反応が集まりやすい要素を抽出し、SNSの投稿の整理を行なった。



<成果2>SNS流入からLPまでの導線設計

トレンドに沿った投稿からLPへ誘導を行い、その後のユーザー行動をGA4で分析をする流れを想定し、作成。スクロール率、クリック率などのGTMやGA4の設定の設計を行なった。

項目	取得する具体的なデータ	取得したデータの活用	GTM/GA4設定の対応
参加/リピーター	Google検索・オーガニック・SNS	流入が多メディアを集計できれば、効果が見えるメディアに絞って施策が打てる	GA4の基本設定で分析可能
新規/リピーター	初回訪問/再訪問ユーザー	そのユーザーがサイトを見たのが初めてなのか、それとも過去一度訪問し、リピーターなのかを知ることで施策を打てる	初回訪問ユーザーと再訪問ユーザーの区別が可能
閲覧/閲覧	閲覧/閲覧	企業担当者や営業にサイトを見た回数と閲覧した回数を把握することによってアクションをかけることができる	GA4のレポート機能で分析可能
スクロール率	スクロール率(%)	スクロール率を数値として出すことでどこで離脱しているかがわかるようになる	GA4の管理画面でスクロール率を確認可能
ページ別行動	サイト内各ページへの経路について	同じSNSからの流入からどのページまで閲覧しているのかを把握することによって、どのページからどのページまで閲覧しているかを把握することができる	GA4の経路分析レポートで確認可能
UTMパラメータ	X投稿経由、LinkedIn経由など	どのSNSからの流入からどのページまで閲覧しているかを把握することによって、どのページからどのページまで閲覧しているかを把握することができる	GTMを使用し、GA4の重要項目を設定可能
クリック	お問い合わせ、ご質問、話を聞いてみるのクリック	企業担当者や営業に、問い合わせ、ご質問、話を聞いてみるのクリックがどれくらいあるかを把握することによって、どのページからどのページまで閲覧しているかを把握することができる	GTMを使用し、GA4の重要項目を設定可能
フォーム閲覧	会社名入力前の閲覧	フォームのどの部分でユーザーが手を止めてページを閉じたかを特定していくことによって、どの部分でユーザーが手を止めてページを閉じたかを特定していくことができる	GTMを使用し、GA4の重要項目を設定可能
フォームエラー	必須項目未入力によるエラー	必須項目未入力によるエラーを特定することによって、どの部分でユーザーが手を止めてページを閉じたかを特定していくことができる	GTMを使用し、GA4の重要項目を設定可能
企業属性データ	業界・IT・製造業	企業属性データを特定することによって、どの部分でユーザーが手を止めてページを閉じたかを特定していくことができる	GTMを使用し、GA4の重要項目を設定可能

実習で得た学びや気づき、獲得したスキル

(安宅)：1点目は、データサイエンスにおけるドキュメント等の重要性である。成果が目に見える実体とは限らないことから、根拠資料やプロセスなどをまとめるのが重要だと感じた。2点目は、ベンチャー企業のスピード感である。実務に関わる中で、実習期間中だけでも様々な進展があった。進展が早い分、対応力が求められるが、企業の進展を感じやすいという面白さがある環境を体感できた。その他ビジネスの進展のさせ方、各ツールの利用方法などの学びや経験を得ることができた。

謝辞

株式会社ギルドの皆様には、4ヶ月間現場でのデータサイエンス実践の機会および助言をいただき、誠にありがとうございました。今回学んだ内容を踏まえ、それぞれの目標に活かしていきたいと思います。

(三浦)：実習を通して、設計や検討に時間をかけてしまったことで結果として実装まで到達することができなかったという反省点があった。特に、全体の作業量と難易度を把握できず進めてしまったことが原因と考える。調査や設計に時間を取られ過ぎてしまい、実装することができませんでした。その一方で、どれくらい時間を割くべきかを事前に考え、設計、検討、実装を効率よく進めていくための時間配分とスケジュール管理の重要性を実感しました。計画段階での優先順位づけが大事だと学びました。