

2015年3月2日

株式会社リクルートホールディングス

## リクルート、「Twitter Ads API」を活用した 独自の『Twitterプロモ商品』の販売を開始

株式会社リクルートホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 兼 CEO：峰岸真澄、以下リクルート）は、Twitter社が提供する「Twitter Ads API」の機能を活用し、リクルートが提供するサービスをご利用いただくクライアント企業向けに、独自の『Twitterプロモ商品』の販売・運用を開始いたしました。

### ■ 独自のTwitterプロモ商品の概要

Twitter社はプロモ商品として、任意のツイート进行宣传する「プロモツイート」、自社のアカウントのフォロワー獲得を目的とした「プロモアカウント」、大規模に認知を獲得する純広告である「プロモトレンド」の3種類のプロモ商品を展開しています。今回、リクルートがクライアント企業向けに提供するのは「プロモツイート」と「プロモアカウント」を利用した独自のプロモ商品になります。

▼『Twitterプロモ商品』の詳細はこちら  
<https://biz.twitter.com/ja/ad-products>

### ■ 本件の目的と効果

この度、リクルートは中核事業会社である株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（本社：東京都千代田区 代表取締役社長 富塚 優）が運営する『リクナビ進学』の顧客大学・専門学校向けに、「プロモツイート」および「プロモアカウント」を利用した独自の『Twitterプロモ商品』の販売を開始いたしました。なお、プロモ商品の運用はリクルートグループの機能会社である株式会社リクルートコミュニケーションズ（本社：東京都中央区 代表取締役社長 清水 淳）が実施いたします。

本サービスにより大学・専門学校は、リクルートが運営するメディアのみならず、高校生が日常生活で触れる機会が多いTwitterを通じて認知獲得・集客をすることが可能になります。あわせて、高校生ユーザーは大学や専門学校のTwitter公式アカウントから発信される最新情報をタイムライン上でも確認することができるようになります。

### ■ 本件の背景

リクルートはTwitter社が定める広告APIパートナーに認定されており、「Twitter Ads API」の提供を受けることができます。これによりプロモ商品とリクルート独自システムとの連携が可能になり、人手では実現が難しい細かな広告運用および機械学習による自動最適、リクルートのサイトを訪れるユーザーデータを活用した独自ターゲティングなど、より精度の高いPDCAを実現します。

### ■ 今後の展開について

リクルートはリクルートグループの他サービスにおいても独自の『Twitterプロモ商品』の販売・運用を展開していく予定です。

リクルートホールディングスではこれからも、働く、学ぶ、住む、結婚、育児、旅、車、趣味や暮らし情報など、さまざまな場面でユーザーが新しい発見・機会創出できるサービスを提供し、一人ひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】  
<https://www.recruit.jp/support/form/>