

■リクルーター実践ゼミ アピール編「自社のファンを作る」1日目

7/23 千葉クラス 会場：千葉商工会議所

参加状況

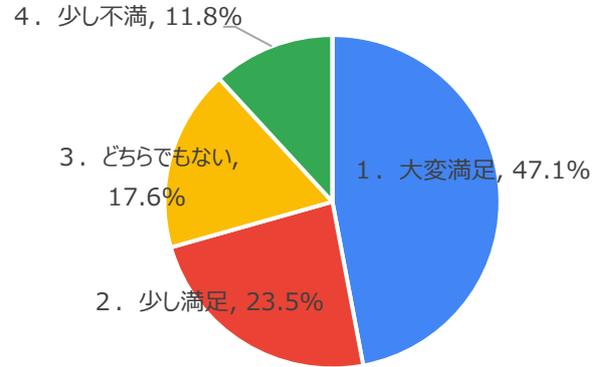
| | | | |
|----------|-----|-----|-------|
| 参加者数 | 20社 | 20名 | |
| アンケート回収数 | 17社 | 17名 | 85.0% |

～セミナープログラムについて～

Q1. 今回のセミナー全体はいかがでしたか？

| | | |
|------------|---|-------|
| 1. 大変満足 | 8 | 47.1% |
| 2. 少し満足 | 4 | 23.5% |
| 3. どちらでもない | 3 | 17.6% |
| 4. 少し不満 | 2 | 11.8% |
| 5. 大いに不満 | 0 | 0.0% |

17



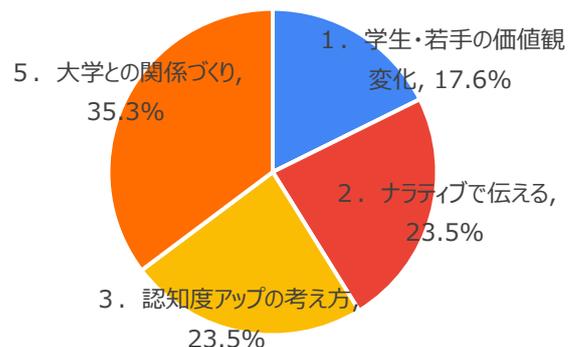
その理由をご記入ください。

- ・ 企業倫理についてアピールが有効的であることに気づけた
- ・ 説明が明確でグループワークの時間配分も適切であったため
- ・ 難しいと感じることもありましたが、深く考えるきっかけになりました。
- ・ 企業理念の重要性や弊社の位置づけ、浸透状況を考えさせられた為。
- ・ 今回から初めて参加させていただきました。知見が広がるきっかけとなりました
- ・ すごく興味のある内容だったので、改めて会社の魅力を整理するきっかけになったのがよかったと思っています。
- ・ 新たな気付きがあったため
- ・ 久しぶりにリクルーター実践ゼミに参加させていただき、今の学生さんの採用の変化に今後の採用活動に活かしていきたいと思いました。
- ・ 最後に振り返りの時間があり、他社の振り返りも聞けて、更なる学びがありとても良かったです。また、これまでのまとめということもあり、ワークはこれまでの研修を振り返りながらスラスラと書くことができました。
- ・ 全体的に先生の説明が多く、少しわかりにくい表現が多かった
- ・ セミナーで話している内容は大事な事を感じましたが、ワークの意図が掴みづらかったです。
- ・ 理念のお話やグループディスカッションにていろいろ理解を深めることができたが知識の吸収がぼんやりとしている為
- ・ 説明に分かりにくい部分が多かった(グループワークや、自身で会社の事を考える課題) 魅せる編、整える編の内容と同じ部分が多くこれは復習でしょうか。チャンネル整理とかもっと他のグループの内容・情報も聞きたかった
- ・ ワークの課題があいまいで考えるのに苦労した。チーム内で発表するときも、課題の意図が伝わってないので、バラバラな回答だった。その後、先生がフィードバックすることもないので、チーム内でのバラバラなままの完結となってしまう。
- ・ 理念浸透の大切さを感じた
- ・ 採用の目的を見直すきっかけになった為
- ・ テーマが良かった

Q2. 今回のコンテンツの中で、特に印象に残ったものを1つ選択してください。

| | | |
|----------------|---|-------|
| 1. 学生・若手の価値観変化 | 3 | 17.6% |
| 2. ナラティブで伝える | 4 | 23.5% |
| 3. 認知度アップの考え方 | 4 | 23.5% |
| 4. 採用チャンネルの整理 | 0 | 0.0% |
| 5. 大学との関係づくり | 6 | 35.3% |
| その他: | 0 | 0.0% |

17



その理由をご記入ください。

- ・ 最新の価値観を知れた
- ・ 採用で理念を浸透させる必要があると考えたことがなかったから

- ・ 企業の給与や条件ではなく、理念・価値観への共感が採用力・定着力を左右するかと、学ばせていただきました。
- ・ 求職者の共感を生むためにナラティブが重要であることを認識できたため
- ・ こちら側はあまり重要視していなかったことが他者から見たら魅力があったことを知れた
- ・ 抱えている課題として、求職者に伝える会社の魅力がとても断片的だと感じていたので、ナラティブで伝える練習ができれば説得力が持たせられると感じました。
- ・ ストーリーテリングよりさらに上の段階ということで、アツい思いを書くことができました！数パターン用意して、この求職者にはこれ！といった形で用意したいと思います。（はじめて耳にした言葉ということも印象に残った一つの理由です。）
- ・ 社員が語ることが大切と改めてわかった
- ・ この中なら一番そう思ったから
- ・ 選ばれる発信・誰に知ってもらうために誰に語ってもらうか・社員発信の方法
- ・ 共感を増やすことで学生とつながりそれを採用アップの糧とするのは納得がいったため
- ・ 共に学生を育てるなんて考えたこともありませんでした。
- ・ 大学との共生が理解できた
- ・ 大学訪問の目的をはき違えていたことに気付いたため
- ・ 他社とのディスカッションで実際に行っている手法を知る事ができたため。
- ・ 学生と一緒に育てるパートナーであることを意識して学校との関係を構築していきたいと思った為。
- ・ 大学だけでなく高校にも活かそうだと感じた。また、他社参加者が積極的アプローチできていない現状も把握できた。

Q3. 今回のコンテンツの中で、自社ですぐに活用できる、活用したいと思ったものがあれば入力してください。

- ・ ワーク⑥ 大学連携アイデア
- ・ 採用チャネルの整理
- ・ 全部
- ・ 理念をアピールするという手法そのもの
- ・ 理念をしっかりと伝える
- ・ ナラティブ
- ・ 認知度アップや採用チャネルの整理など
- ・ ナラティブで伝えること
- ・ 採用チャネルの整理
- ・ ナラティブで伝えること
- ・ 理念浸透
- ・ 採用チャネルの整理
- ・ 社内の認知度を高める
- ・ カルチャーフィット
- ・ 大学連携の目的を「採用」から「育成・共育」に置く
- ・ 新卒活動が落ち着いたので、中途採用チャネルの改善を行いたい。
- ・ 自社の若手社員に聞き込みする事(なぜ南信重機なのか、なぜクレーンに乗ろうとおもったか)
- ・ 学生さんの価値観の変化に、弊社も人材の価値観の多様性の整理をしていきたいと思いました。
- ・ ナラティブ採用ストーリーと発信設計をそれぞれ3パターン作成し、会社説明会や面接で氏よしたり、採用インスタに掲載する

その理由をご記入ください。

- ・ 求人票の応募条件の見直し。
- ・ 現状浸透してないから
- ・ 採用コスト削減と効果改善のため
- ・ 理解がしやすかったため。
- ・ 共感を生みやすいと感じたからです。
- ・ すぐにでもスタート出来る
- ・ 共感してもらうのが難しいと思いつつ頑張りたい
- ・ 定着率の向上につながるため
- ・ ある程度まとまっており、すぐ行動に写せると思ったから
- ・ 求職者へ魅力をうまく伝えるための近道になると思ったからです。
- ・ ここを知る事で、プレゼン発表の時のターゲットが広がると思ったから
- ・ ピックアップするところを変えることでより魅力的に繋げることができる事を知れた
- ・ 入社後のギャップをなくすために理念を伝えるというのは理にかなっていると感じたから
- ・ 今まで会社を「売る」ことを目的としていたので、一緒に育てていくという視点は盲点でした。
- ・ 人事と社員の理念の認知度が違うため、外と中での同一化を図る必要があると感じたため
- ・ 企業理念と人事理念 = 学生さんに共感される採用を再度、見直しをしていきたいと思えます。
- ・ 大学への配慮のある関わりの大切さを考えさせられた。・企業として学生支援の役にたてること(マナーなどの授業や育成の支援)・メールだけでなくFAXや手書きの手紙でのPR・就職課の方の話をきく・・・など

Q4. 本日のセミナーの中で印象に残った言葉を、できるだけ多く箇条書きで書いてください。

- ・ 理念、共感 認知度
- ・ ナラティブ
- ・ 企業ナラティブ採用ストーリー
- ・ 理念浸透 共感の場
- ・ 他社さんの採用方法が参考になった
- ・ 認知度アップの考え方
- ・ 共感創造、理念浸透、ナラティブ、大学（学校）との共生
- ・ ナラティブ採用はリレー 自社ファンを増やす どう選んでもらうか

- ・共感、ナラティブ、体現力、具体的なターゲット層、コアなファンをつくること
- ・学生は働きたい、理念、共感、ナラティブ、誰に届けるのか、大学との関係づくりは育てたい姿勢
- ・採用は理念を伝える活動、採用の失敗は育成・教育ではカバーできない、社員発信が最も信頼を生む
- ・学生は“条件”よりも“価値観”で就活をしているということ ナラティブで伝える 会社の文化を伝える 当たり前の中の価値
- ・理念と文化はマストで伝える・理念、価値観への共感が定着力を左右する・ストーリーで伝える・発信設計・大学との関係づくり
- ・採用は共感創造 理念・魅力・文化の観点で共感を得る ナラティブで伝える 社員発信が最も信頼を生む 大学とはキャリア支援を共創する
- ・採用のミスは育成ではカバーできない＝採用が重要・「知られる」ではなく「選ばれる」へ・全員に好かれるよりコアなファンを！（・ペルソナ ほしい人材像…）・1000人応募→1. 2人採用よりも、15人応募で10人取る！・大学との関係づくりは「共に学生を育てるパートナー」としての関係構築が鍵・動画は文章の600倍の情報量
- ・共感される採用・企業理念の浸透・理念や価値観への共感と体現力が採用力や定着力を左右する・理念が一貫している企業は信頼される・理念とずれた採用は早期離職をふせぐ・入る前と入った後のギャップ＝擦り合わせの大切さ・ターゲティング・マーケティング・試用期間の活用(事前にしっかり試用期間の意味を伝え、毎月面談・3カ月目で意思確認する等お互いマッチングしているか誤解はないかの確認)・認知されたい姿とは・共感してもらいたいポイント・企業ナラティブづくり・共感を生む言葉とは・選ばれる発信・誰に知ってもらうために誰に語ってもらうか・社員発信の方法・採用チャネルの整理、どんな目的でどう活かすか・storyと文化を見せるのは代表が書く方がささるといわれている・学生の重視『社風・人間関係』・大学との関係づくりなど

その理由をご記入ください。

- ・すぐに実践につながる気づきとなったため
- ・いままで意識が薄かったものばかりだったため
- ・ナラティブは今まで聞いたことのないワードだったので。
- ・既に取り入れている部分もあるが、より深いものにしていきたい
- ・社員の発信が最も信頼を生むのは動画ツールの活用だと知れた
- ・インターンシップの方法やビジネスマナー研修の実施など教えていただいた
- ・万人受けするより、熱狂的なファンをつくる事が採用への近道となるまさにその通りだと感じた
- ・どれも聞いたことがある単語だが、採用のアピールの場としては大事なことだと再認識できたため
- ・グサグサと来た言葉だから。これまで、「とにかく認知」と思っていた時もあったので、変えていきたい。
- ・ナラティブに自社の理念を基に学生さんに認知してもらうような、ストーリー作りができたと思いました。
- ・Q2.の理由と同様、採用がそれだけ重要だと思ったから、先輩社員の動画やSNSを活性化させた方がよいと感じられたから
- ・私が就職をしていた時の価値観と似ていると思ったから。最後にダイニッセイと悩んだ一社がありましたが、どこか淡々としていて会社の温かさが感じられずに内定を辞退した経験があります。
- ・新しい視点だった
- ・響くものがあつたため
- ・重要だなと感じました
- ・聞いたことない言葉だったから
- ・あまり聞きなれない言葉だったため。

Q5.ご意見ありがとうございました。最後に、このセミナー全般に関して、上記に書ききれないご意見・ご感想などがあれば、お気軽にご記入くださいませ。

- ・ありがとうございました。
- ・分かりにくさがとても気になった
- ・次回もよろしくお願いいたします。
- ・この様な機会を設けてくださりありがとうございました。次回も楽しみにしております
- ・改めて採用活動の原点を再認識した大変内容の濃いゼミでした。ありがとうございました。
- ・いつも採用に役に立つセミナーの設定、ご案内をしていただき、ありがとうございます。今後とも宜しくお願い致します。
- ・内容が難しくすぐに理解できることが出来ず、理解力の低さを痛感しました。。また2日目も楽しみにしております。よろしくお願いいたします。
- ・他社の方とも情報交換や採用の悩みの共感があり一緒に対策もできて、充実した時間でした！次回も楽しみにしております！いつもありがとうございます。
- ・講師の先生が、資料をかいつまんで話をしてほしい（全部話そうとするから、早口にもなるし、分かりづらくもなる）各テーブルのワークはもう少し短くし、発表させる時間もあつた方がよい（短くて構わない）