

職サークル協賛企業限定勉強会 実施レポート

第一回 ~広報のプロが語る!「自社らしさの追求」~

2019年10月10日(木)
株式会社パフ

実施概要

職サークルでは、協賛企業が集まり、ウソのない採用活動や学生と向き合う方法を学び合う
勉強会・懇親会を定期開催します。今回は、その第1回目の模様をレポートします。

◆ テーマ：広報のプロが語る！「自社らしさの追求」

◆ 講師：

伊藤秀一（いとう・しゅういち） 株式会社ジオコス 代表取締役社長

1964年愛知県生まれ。1987年株式会社リクルート入社。

1994年株式会社ジオコスを設立、代表取締役就任。

東海エリアの中小企業を中心に、組織の採用広報ツールの制作・魅力抽出・理念浸透・キャリア教育のための支援事業などを運営。

著書「いい会社はどこにある？いい人材はどこにいる？」（PHP研究所）

▼株式会社ジオコス 代表メッセージ：<https://www.jyocos.co.jp/message/>

◆ プログラム：

オープニング

-職サークル勉強会の目的

講師による特別講演

-欲しいターゲットに振り向いてもらうには

-採用広報のターゲット設定と魅力の切り出しが大事

-採用広報の失敗事例・成功事例を紹介

参加企業によりワークショップ

-自社の広報で伝えるべき要素抽出ワーク

-グループ内共有＆アドバイス

-講師に突撃質問！こんな悩みには、どうやって対応しますか？

【当日の模様 -特別講演-】

自社らしさの追求がテーマの基調講演。

まずは広報においてやりがちな、ダメな事例のご紹介からスタート。

「こんな「求める人物像」だしてませんか？」

学生に「こんな“あなた”に来てほしい！」という個人に向けたメッセージになっていません！

説明会や人材要件で言ってませんか？

- ◎ 自ら判断し、率先行動ができる
- ◎ 人に指摘されなくとも問題発見できる
- ◎ 世代を超えたコミュニケーション能力がある
- ◎ ストレス耐性が強くへこたれない
- ◎ チャレンジ精神旺盛な積極派

どの会社でも当てはまるイメージ重視な採用メッセージ、それって、学生に響いていますか？

学生の気持ちが動くのは「あ、それ私かも？」「あ、そんな感じなら好きかも？」と思うこと。

きれいごとでなく、自社の日常を恥ずかしがらずに公開することが自社に本当に合うターゲットを見つける近道。カッコつけず、恥ずかしがらずに自社を伝えよう！

【当日の模様 -特別講演-】

たとえば、ジオコスの求める人物像。

「様々な人にインタビューして仕事の魅力を見出す仕事」に必要な力は、
まず『人の話を面白がって聞ける＆自己開示ができる』こと。

そんな人を表すとこんな感じ。

人事理念に共感できる人で且つ

パンクな一面を持ち

自分のサエない恋バナを世代の違う相手に

酔ってグダグダ語れる人

または聞ける人

【当日の模様 -特別講演-】

こんなメッセージの方がよっぽど、「私かも？受けようかな？と思う」

企業がよくやってしまいがちなアピール手法の落とし穴。

アピールしたいことと、学生の知りたいこととは違っていることが多いのです。

アピールしたいこと ≠ 知りたいこと

- ①スルーされる慣用句
- ②現場の見えない業界と仕事
- ③ウェブ見りやわかる話
- ④すごいと思えない自慢
- ⑤ヘタなブラック隠し
- ⑥レンタル写真まるわかり

リアルさと、
愛と、熱の高さが、
ヒトの心を
動かします。

【当日の模様 -特別講演-】

企業が、つい自慢する4大テーマ

- ◎直近で投資したモノ
- ◎新しい制度や取り組み
- ◎雰囲気のいい風土
- ◎……と、



でも、考えてみてください

他社では言えない情報か？
曖昧なことを自慢していないか？
印象に残る情報のは
他社では言えない情報発信とは
日常風景にあります

大事なのは組織のキャラが見える日常

いつも何気なくしている

- ◎仲間たちの日常のやりとり
- ◎現場で起きることへの覚悟
- ◎ほんの少しの自虐

大手と戦えるのは制度でなく風土

【当日の模様 -特別講演-】

やりたいようにやらせてくれる環境があります
企画設計から組立までトータル的に携われます
上下関係の隔たりなく和気あいあいとした社風



ありがちなアピールは
情報として認知されずスルーされます

上記の言葉を変えるならば、例えばこんな感じです。

やりたいようにやらせてくれる環境があります



やりたくて挑戦したのに失敗経験から学んだ成長

企画設計から組立までトータル的に携われます



ムチャブリの命令に心折れつつ挑んだ試作のドラマ

上下関係の隔たりなく和気あいあいとした社風



圧倒的な差を見せた先輩の神対応に感動

【当日の模様 -特別講演-】

考え方のレクチャー終了後は、ジオコスが支援を行った結果、採用がとてもうまくいった事例もご紹介いただきました。

事例企業A：社員数50名の建設会社（職種は建設現場の職人）

自社の将来を担う人材として、職人の大卒者採用をスタート。全社員一丸となって採用活動を行い、大成功！

- ・合同説明会で、アームレスリングをやって、腕っぷしの強い学生の個人情報をゲット！
- ・現場社員が「今度こんな自社勉強会があるから来てみなよ！」
「こんな本を読んだけど勉強になったから読んでみて。もし興味があったら
その読書会を自社でやるから来てみて」と個別メール&LINEでお誘い。
- ・選考で合格した人には、社長と現場社員が応募者の家庭訪問。
「この男のように立派に育てるので安心して任せください！」
と、社長が現場社員を見せながら宣言。
- ・入社式には、全社員から一言メッセージ。
そして、最後には、入社者の親御さんから「入社一日目のあなたへ」という手紙を読み上げる。
その時新人はもちろん、受入れた社員も号泣でメッセージを聴いている。
- ・そして、半年研修では「入社半年経った自分」というテーマで、親御さん向けのお手紙を書かせる。
「大卒で理系の学部に行って、なんで現場仕事やるの？」と言っていた親御さんが
「うちは本当に良い会社に入った」と言い出す。
- ・こんな採用を数年続けてきて、今は、20代の優秀で前向きな現場社員のいる会社として
同業他社と圧倒的な差をつけ、急成長中。社員が増えたことで、ブラックな働き方をしていた会社が、
年間休日が100日を超えるホワイト企業に進化。
- ・現場を巻込み、良い採用をやろう！と徹底的に行う会社は絶対に良い採用ができ、良い会社になっていく。



こんな具体的な取組事例を10社程度、軽快なテンポでたくさんご紹介いただきました。

具体的なお話だっただけに、参加企業の皆さんも

「あ、このダメな事例。ウチでもやっちゃってる！」と多くの気づきを得たようです。

【協賛企業によるワーク】

伊藤さんの講演を受け、自社広報で伝えていくべきことの見直しワークを実施。
自社の強みを証明するエピソード。それをどんな場面でどんなツールを使って、誰が伝えるのが有効か。
チームメンバーからアドバイスをいただきました。

職サークル協賛企業勉強会 ワークシート 【御社名】 【御名前】			
自社の強みはナニ？	具体的には？	それを語れるこんな社員がいる。 こんなエピソードがある	それをどの場面でどんなツールをつかって、どう伝えれば、 学生に伝わるか

ワークでは様々な意見が出て、大いに盛り上りました。

当事者だとどうしても制約条件が先に立ち、「ムリ！」と思ってしまいがち。

それが、他社の方からのアイデアや、実例を交えたアドバイスにより

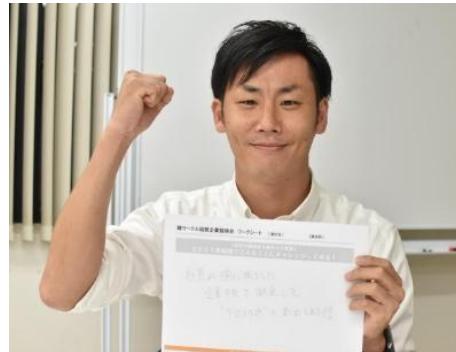
「実施できるかも？！やってみたい！」という風に変わっていきました。

チーム内でどうしても解決できない項目は、講師の伊藤さんにその場で相談。

即興にもかかわらず、すぐに使える解決策を提示いただき、会場からは「お～！」という声があがりました。

「2021年採用、こんなチャレンジをしていく！」宣言

本日の勉強会を踏まえ、参加者の皆さんに「自社の採用で、こんなチャレンジをしていきます！」という宣言をしてもらいました。大きなことでなくてOK。自社にとっての第一歩を踏みだす宣言。各チームのベスト宣言は、全員の前で発表してもらいました。



- ・自分に不足していたスキル…etc.が浮き彫りになってこれから目標を立てやすくなったり
- ・学んだことの部署内共有をしっかりやって今後につなげていきます！
- ・具体的な事例で分かりやすかったです
- ・業種、規模感が違うながらも、同じグループで”採用”について意見を交わせた。
どこも課題や悩みがあるのだと共感できた
- ・講演の内容がとても分かりやすく、また自分にとっての学生との向き合い方…
広報などが一番の課題であったので大変勉強になりました
- ・具体的に自社のことを伝えていく大切さ(良いところも悪いところも)を教えていただき、本当にありがとうございました
- ・他社との差別化を図るための「ワード、PRポイント」が分かりました
- ・強みから話すのではなく、個人のエピソードを支点に強みを”結果的”に伝えていくというお話を参考になりました

皆さん、ご参加ありがとうございました。

次回の開催は12月です。より考えが深まる講義とコミュニケーションをしていきますので、お楽しみに！