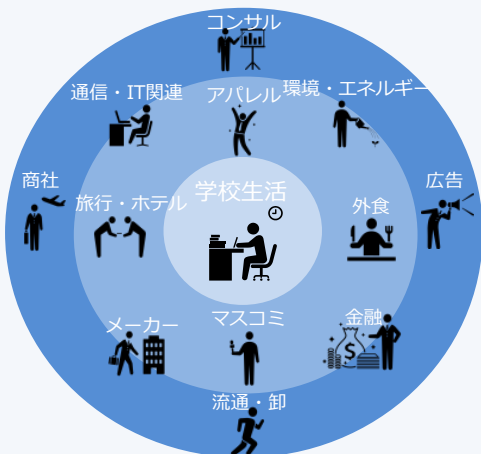


# ハタチのトビラご紹介資料

RJPをベースとした、事業・仕事の魅力を訴求する広報映像サービス

## 就活まで知る機会が少ない 将来の選択肢



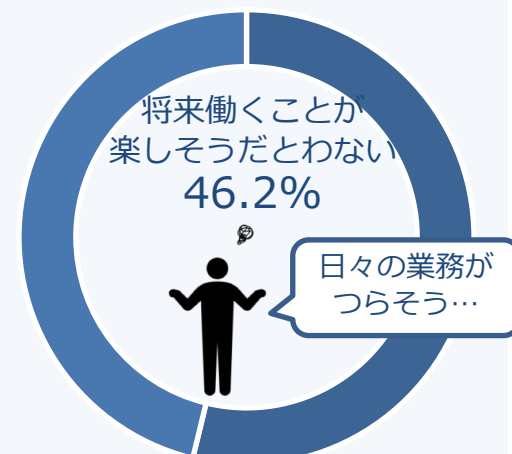
## 知りたいことが 知れない就活

学生が重視 ← → 企業が訴求

58%	仕事の面白さ	36%
18%	スキルアップ	19%
7%	若手から活躍	40%
3%	海外勤務	1%
14%	希望職種への配属	4%

(出所)HR総研「2017年採用動向調査」

## 将来への漠然とした 不安感



(出所)Original Point「学生意識調査2016」

将来の選択肢を知る機会に恵まれず、漠然と不安を感じている学生が多い中で  
学生が社会のトビラを開くきっかけを提供したい、それがワタシたちの想いです

# 就活前の早期の段階から 企業のリアルな魅力を

## 「映像」で訴求するサービスです



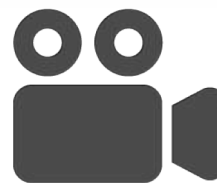
採用ターゲット像を選定

採用ターゲット像の学生をアサインし、弊社にてレクチャー



ジョブシャドウの実施

キャリア開発手法である学生が社会人の仕事を1日観察するジョブシャドウを実施



映像化

ジョブシャドウの様子を観察した学生の声を交えて映像化



拡散

映像をターゲット学生周辺で発信

ジョブシャドウイングとは、学生が社会人の仕事の様子を1日観察、質問することでキャリア観を育むキャリア形成の手法です

ジョブ  
(仕事) + シャドウイング  
(影になる)

MEMO



1994年に米国で、職業教育とアカデミック教育の融合を目的として制定された School-to-Work Opportunities Act(学校から職業 への移行機会法) にて、job shadowingが記載されていたことから、認知がより広まる。米国の高等教育では、職業教育の一貫として取り入れられていた。

## インターンシップ

仕事を**体験**することが目的

現場は、**任せる仕事**を準備する

人事は、母集団形成や  
採用選考の見極めに活用する

## ジョブシャドウイング

仕事に密着し、質問を通じて**仕事や  
必要なマインド**を理解することが目的

現場は、**いつも通り仕事**をする

人事は、採用広報以外に  
社内ブランディングや育成に活用する

## 「将来の選択肢」の一つとして、社員の1日のリアルを5分動画×3本にして発信致します

〔オープニング〕  
ハタチのトビラの  
趣旨説明



※将来の選択肢を知る  
仕組みを訴求する

〔学生参加動機〕  
学生自己紹介  
&参加動機



※現状の会社へのイメージを  
1日の期待感を語る

〔仕事概要説明〕  
社員の自己紹介と  
企業or仕事概要説明



※誰にどんな価値を  
提供してるのか魅力を語る

〔午前中仕事〕  
個人タスクや  
打ち合わせの仕事風景



※仕事に取り組む様子を切り取り  
職種・仕事の魅力を訴求する

〔学生と社員の対話〕  
ランチにて、入社動機や  
仕事への想いを質問



※働く人個人の魅力やキャリア  
選択のポイントを訴求する

〔午後仕事〕  
個人タスクや  
打ち合わせの仕事風景



※仕事に取り組む様子を切り取り  
職種・仕事の魅力を訴求する

〔まとめ〕  
キャリアへの考えや  
仕事選びのアドバイス



※今後のキャリアイメージ・  
学生へのアドバイスを語る

〔学生感想〕  
ジョブシャドウに  
取り組んだ感想共有



※1日の感想や会社・仕事への  
イメージの変化を語る

# 撮影日のスケジュール（例）

時間	仕事概要	テーマ	訴求したいポイント	場所	学生からのインタビュー例	
8:30	学生自己紹介		学生が参加理由を語る	オフィス近辺	・参加してみようと思ったきっかけ／知りたいこと	
9:00	会社/仕事紹介	(例) 会社を知る	・会社の理念、ビジョン、ミッション ・今回密着する社員が担当している仕事やその事業の特徴	オフィス	「そもそも、〇〇(株)ってどんな会社なんですか？何を目指している会社？」 「××のようなイメージが強いですが、実際はどのような事業、仕事があるのですか？」	
9:30						
10:00	(例)個人タスク	(例) 仕事を知る	・仕事の進め方 ・仕事の全体像		「主な1日のスケジュールを教えてください」 「今やっていたタスクは何ですか？」	
10:30						
11:00	(例)社内MTG	(例) 仕事を知る	・プロジェクトの進め方 ・社内メンバーとの関わり方		「プロジェクトを進めるにあたって大変なところは何か？」 「部署をこえて連携することはありますか？」	
11:30						
12:00	ランチ	キャリア を知る	・入社理由やこれまでのようなキャリアを歩んできたのか学生に理解してもら う(後輩、複数社員いてもOK。例えば新卒社員) ・自社でどんなキャリアが歩めるのか(キャリアの幅の広さ)		「キャリア入社だからこそ気付いた、自社の面白みって何ですか？」 「入社理由や、これまで歩まれてきたキャリアについて教えてください。」 「どんなところにやりがいを感じますか？逆に、しんどいことは何ですか？」	
12:30						
13:00	(例)移動					
13:30						
14:00	(例)顧客打ち合わせ	(例) 仕事を知る	・顧客との打ち合わせ／提案、案件の進め方 ※案件内容どこまで開示OKか、要確認	訪問先	・顧客との打ち合わせシーン 「この案件は、どういう経緯で始まったのですか？」※開示範囲にあわせて	
14:30						
15:00	(例)移動					
15:30						
16:00	(例)社内MTG	(例) 仕事を知る	・プロジェクトの進め方 ・社内メンバーとの関わり方	オフィス	「このプロジェクトを牽引しているのは何年目の社員？」 「メンバーとの関わりの中で気をつけていることはありますか？」	
16:30						
17:00	(例)個人タスク	(例) 仕事を知る	・仕事の進め方 ・仕事の全体像		「タスク管理はどのようにされているのですか？」 「新人の頃、苦戦した仕事は何ですか？」	
17:30						
18:00	1日のまとめ		・今後の目標 ・学生に伝えたいこと		「今後チャレンジしていきたいことは何ですか？」 「学生へのアドバイスがあったら教えてください」	
18:30						
19:00	終了					

## 採用・広報

- ・ 自社の魅力を訴求する動画ツールを得られる
- ・ ターゲット学生に直接的にリーチができる
- ・ インナーブランディングとして、学生の質問や感想を通じて、自社の魅力を客観的に捉えらえ直す機会になる

## 育成

- ・ リアリティギャップ是正、自社のコミットを高める内定者施策ができる
- ・ 新人～中堅社員職研修における「個の内省」を促す施策として活用できる

## 学生・大学

- ・ 自分のキャリアと向き合う機会になる（学生）
- ・ 学生のキャリア自律的行動を促すことができる（大学）



## 定性的な効果

「仕事って楽しめるものなんだ」「営業のイメージが変わった」等、いい意味で固定観念が変化している



明治大学女性

長期インターン先では、そもそもじっくり社員の方と話す機会もないため、ありがたい機会でした。社会人の方がどんな想いや背景で働いているのか？現場もみながら話を聞けたので納得感もありました。



大手エンタメ  
内定者男性

内定者期間に実際の仕事現場に密着することができ、新たな仕事の1面を知ることができた。密着したAさんのように、拘りをもった仕事を自分もしたいと感じました。

## 定量的な効果 ※大学キャリア教育の一貫で実施した場合

「キャリアに対する関心度合いが増す傾向にある。Visionの項目では、「将来のことを調べて考えたい」「将来,具体的 に何をやりたいかを見つけたい」が向上し、Actionの項目では、「様々な人に出会い人脈を広げたい」「尊敬する人に会える場に積極的に参加したい」という項目が向上している。

表3 キャリア意識の発達に関する効果測定テスト(CAVT)のVision項目の事前事後変化 (5件法)

	差(事後-事前)		事前		事後	
	平均	標準偏差	平均	標準偏差	平均	標準偏差
将来のことを調べて考えたい	0.64	0.77	4.00	0.63	4.70	0.46
将来,具体的 に何をやりたいかを見つけたい	0.55	1.67	4.33	0.82	4.50	1.20
将来に備えて準備したい	0.27	0.45	4.40	0.49	4.70	0.46
自分が本当にやりたいことを見つけたい	0.27	0.45	4.60	0.49	4.90	0.30
将来のビジョンを明確にしたい	0.18	0.83	4.20	0.6	4.40	1.02
将来の夢をはっきりさせ目標を立てたい	-0.09	0.51	4.70	0.46	4.60	0.49

注：差(事後-事前)の平均値で降順ソート。斜字は差の絶対値が0.5以上の項目。  
差(事後-事前)の平均値は、一人ひとりの(事後-事前)の値の平均値。

表2 キャリア意識の発達に関する効果測定テスト(CAVT)のAction項目の事前事後変化 (5件法)

	差(事後-事前)		事前		事後	
	平均	標準偏差	平均	標準偏差	平均	標準偏差
学外の様々な活動に熱心に取り組みたい	1.55	1.37	3.00	1.10	4.70	0.64
様々な人に出会い人脈を広げたい	0.73	0.86	3.80	1.17	4.60	0.66
尊敬する人に会える場に積極的に参加したい	0.64	0.98	3.60	0.92	4.30	0.78
人生に役立つスキルを身につけたい	0.27	0.62	4.10	0.94	4.40	0.66
何ごとにも積極的に取り組みたい	0.18	1.59	4.00	0.89	4.67	0.67
様々な視点から物事を見られる人間になりたい	-0.27	1.54	4.70	0.64	4.89	0.31

注：差(事後-事前)の平均値で降順ソート。斜字は差の絶対値が0.5以上の項目。  
差(事後-事前)の平均値は、一人ひとりの(事後-事前)の値の平均値。

## 事前準備



## ジョブシャドウ



## 映像制作



## 映像展開



貴社

### ➤ 対象社員選定

ジョブシャドウの対象社員と撮影日の設定

### ➤ 対象社員調整

対象社員の方による当日朝の業務説明とランチ

### ➤ 映像確認

作成した映像内容の確認

### ➤ 映像活用

広報や人材育成にて活用

弊社

### ➤ 学生選定&育成

貴社希望の学生像を基に学生を選定し育成

### ➤ 撮影同行

撮影スタッフ2~3名の1日同行

### ➤ 映像制作

ジョブシャドウの様子を映像化

### ➤ 映像拡散

弊社学生メディアでの発信  
大学授業での活用

学生

### ➤ 事前準備

マナー習得  
&企業理解と質問準備

### ➤ ジョブシャドウ実施

ジョブシャドウへの参加

—

### ➤ 映像拡散

SNS等で映像を拡散

## 活用事例

### 採用広報における活用

NPOという職種の選択肢を  
動画により発信

### 長期インターンシップ採用

ペルソナ像となる学生が  
ジョブシャドウイングに参加後  
インターンシップ生として採用

### ダイレクトリクルーティング

ダイレクトメッセージに  
動画URLを添付し  
返信率50%強を達成

### ダイレクトリクルーティング-2

専門職にリーチするために  
専門職の学生をジョブシャドウに  
アサインし周辺学生にリーチ

## 過去実績例



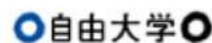
株式会社フロレンス  
認定NPO法人フロレンス



greenz.jp



Huber.



自由大学



shake inc.



雲南市  
UNNAN

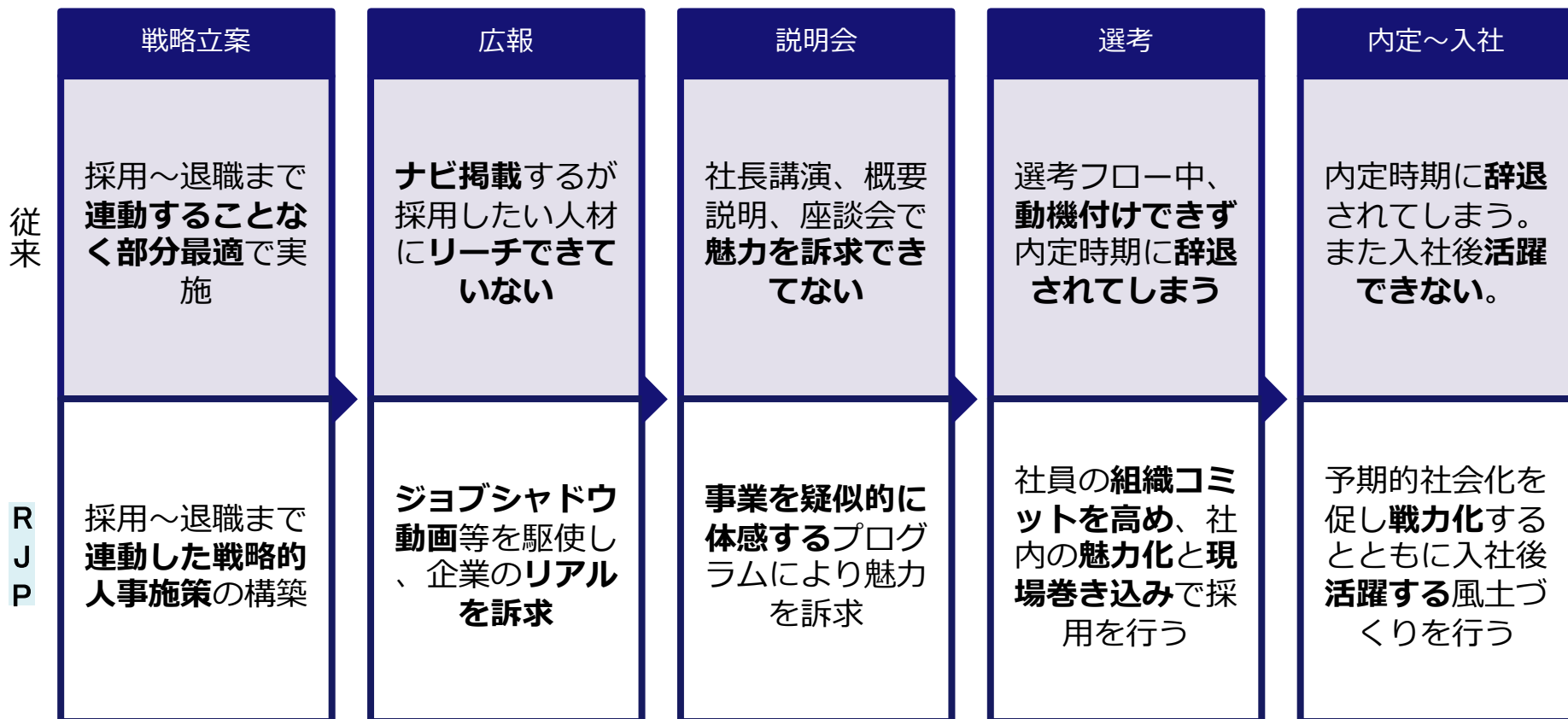


KOKUYO

## RJP理論とは

RJP理論は組織の良い面・悪い面の両面を求職者に伝えることによりミスマッチを是正し、人材の定着化を促す理論です。

事業コミットの高い新卒社員の厳選と採用後のパフォーマンス最大化を目指します。



## Mission

やりたいをカタチにできる社会へ

## Vision

大学生のやりたいをカタチに 新しいチカラを活かす社会に

### < 大学キャリア・採用～育成領域における取り組み >

企業の人材育成で培ったノウハウを活かして「やりたい」という意志を持った人材の輩出を目指します

#### 産学連携型キャリア教育

企業と連携した単発～年間の  
キャリア支援プログラム

#### 学生向けビジネスシミュレーション

新人研修でも実施される  
仕事疑似体験プログラム

#### 効果測定/共同研究

プログラムの効果測定や  
キャリア教育領域の産学連携研究

#### RJPをベースとした採用戦略・広報支援

大学生のジョブシャドウイング  
の設計-実行-映像化

#### RJPをベースとしたインターン支援

事業or仕事体感型の  
インターンシップコンテンツ設計

#### 内製化支援による即戦力化

内定者-新卒-OJT領域での  
育成計画・研修内製化支援

#### 会社概要

オフィス：〒102-0074 東京都千代田区九段南1-5-6 りそな九段下ビル5F

代表取締役：高橋政成 取締役：犬尾裕史（現（株）シェイク取締役） 問い合わせ：03-6403-3299 / info@originalpoint.co.jp

取引実績：エイベックス株式会社、コクヨ株式会社、三幸グループ、進和テック株式会社、島根大学、成城大学、東京経済大学 他