

We are
CHANGE
PROMOTER.

競合に“勝つ”ための学生の口説き方

～志望度とは何か？どうすれば志望度はあがるのか？～



稲本 太郎 / Taro Inamoto

株式会社ジェイック 新卒事業本部シニアマネージャー

入社から15年間、一貫して企業の採用支援に携わり、採用コンサルタント、キャリアカウンセリング、マネジメントを歴任。支援実績は多業界に渡り、累計約1,000社。経営幹部、ミドル層から若手・既卒層、新卒層まで、累計約6,000人の支援に携わる。



会社概要

会社名	株式会社ジェイック
所在地	【東京本社・受付】 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-101 神保町101ビル6F 【横浜支店】〒221-0052 神奈川県横浜市神奈川区栄町1-1 KDX横浜ビル3F 【東北支店】〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町2-5-1 大一野村ビル5F 【大阪支店】〒541-0043 大阪府大阪市中央区高麗橋4-2-16 大阪朝日生命ビル4F 【名古屋支店】〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄2-3-6 NBF名古屋広小路ビル9F 【広島支店】〒730-0031 広島県広島市中区紙屋町2-2-2 紙屋町ビル4F 【九州支店】〒812-0038 福岡県福岡市博多区祇園町2-35 プレスト博多祇園ビル 6F 【熊本オフィス】〒869-0606 熊本県宇城市小川町河江1007-1
事業内容	社員研修、組織開発 各種研修「七つの習慣」「デールカーネギー」「原田メソッド」 採用支援、就職支援 若手採用「就職カレッジ」 既卒採用「セカンドカレッジ」 女性採用「女子カレッジ」 新卒採用「新卒カレッジ」「Future Finder」 大学の就職支援
設立	1991年3月
上場区分	東京証券取引所グロース市場（証券コード：7073）
資本金	2億5,994万円（2022年7月末現在）
社員数	212名（パート・アルバイト等除く）（2022年1月末現在）
グループ会社	株式会社キャンパスサポート 株式会社アワード 株式会社Kakedas 上海ジェイックマイツ企業管理有限公司（上海杰意可邁伊茲企業管理咨询有限公司）

目次

1

志望度とは何か？

2

競合に勝つための3ステップ

3

意思決定

志望度とは何か？

志望度とは何か？

「志望度」とは何かを定義しないと、
「志望度をあげる」アプローチはできない

■ 志望度とは何か？

志望度とは？



学生が、自分の「望む未来」を
この会社で「叶えられそうだと思う度合い」

■ 志望度とは何か？

では、「内定承諾」とは？

■ 志望度とは何か？

内定承諾とは？



学生が、自分の「望む未来」をこの会社で
「叶えられそうだとワクワクして確信している」状態

志望度とは何か？

「志望度をあげる」とは・・・



- ①「望む未来」を明確にする（共に創る）
- ②自分の「望む未来が叶えられる」と思わせる

志望度とは何か？

感情的（右脳）・合理的（左脳）に
アプローチすることで理性とワクワク度に働きかける

志望度とは何か？

志望度を上げるアプローチは4パターンに分類できる



	合理的（左脳）	感情的（右脳）
望む未来の明確化		
叶えられる確信		

志望度とは何か？

志望度を上げるアプローチは4パターンに分類できる



アプローチを「相手の状況」に応じて選考内に組み込む

Ex) 選社基準の共創、キャリアプラン、ライフプラン、ビジョン化
感情の想起、人事制度、共感・応援、フィードバック、
ロールモデル（仕事・ライフ）、活用イメージ・・・etc

志望度とは何か？～現状の整理～

今説明会～選考ステップ内で、学生の志望度をあげるために、どんな取り組みを行っていますか？

いつ、誰が、どんな働きかけ、という視点で整理してください。

① 「望む未来」を明確するためのアプローチは？

「叶えられそう」と思わせるためのアプローチは？

② 整理して不足しているアプローチはどこですか？

③ 不足しているアプローチをどこに入れますか？

競合に勝つための3ステップ

競合に勝つための3ステップ

1

情報収集（本人、自社評価、競合評価）

2

勝つためのプラン設計

3

実行

競合に勝つための3ステップ

1

情報収集

“勝てる”プラン設計をするためには情報が必須



前提は「本音を教えてもらえる信頼関係」の構築

競合に勝つための3ステップ

1

情報収集（本人）

1. これまでの経験・これからの生き方

これまでどんな人生を歩んできたか？
何を大切に人生を過ごしていきたいか？
人生で叶えたい夢・志はなにか？

2. 選社基準

入社する会社を選ぶ基準
基準に優先順位をつけるとどうなるか？
その基準を優先したい理由

3. 影響がある人の反応

親、友人、先輩、教授、競合の採用担当
その人の就職に対する考えは？
就活のこと、自社への応募を相談しているか？
どんな影響を受けているのか？

4. 就活の終了条件

就職活動はいつ終わるのか？
どうなったら終わるつもりなのか？
⇒「終わり方」も学生と共創する
ずるずると「〇月末まで」となることは防ぐ

競合に勝つための3ステップ

1

情報収集（自社評価）

1. 自社に魅力を感じているポイント

魅力を感じたポイントとエピソード
衛生要因と動機づけ要因

3. 影響がある人の反応

働くにあたって不安や懸念に感じていることは？
アドバイスされていることは？

2. 入社後の未来

入社したらどんなことを実現させたいか？
具体的にどんな風にキャリアアップをしたいか？
どんなライフビジョンを持っているか？

4. 就活の終了条件

「絶対に入社する」が100点だとしたら今何点か？
その点数をつけた理由は？
⇒相対的な順位よりも「スコアリング」してもらう

競合に勝つための3ステップ

1

情報収集（競合評価）

1. 社名
2. 事業内容
3. 募集職種
4. 選考状況、スケジュール
5. 志望度

「絶対に入社する」が100点だとしたら今何点か？
その点数をつけた理由は？
⇒ 自社と同じくスコアリングしてもらう

競合に勝つための3ステップ～現状の整理～

承諾に導くための情報収集

- ① 紹介した13項目を、計画的に「取得」⇒「蓄積」⇒「活用」していますか？
アンケート、面接シート、採用管理ツールの項目をチェックしてみてください

- ② 承諾に導くための情報の「取得」⇒「蓄積」⇒「活用」で、
改善できるポイントはどこですか？

競合に勝つための3ステップ

2

勝つためのプラン設計

勝つための口説きプランは「商談設計」と同じ

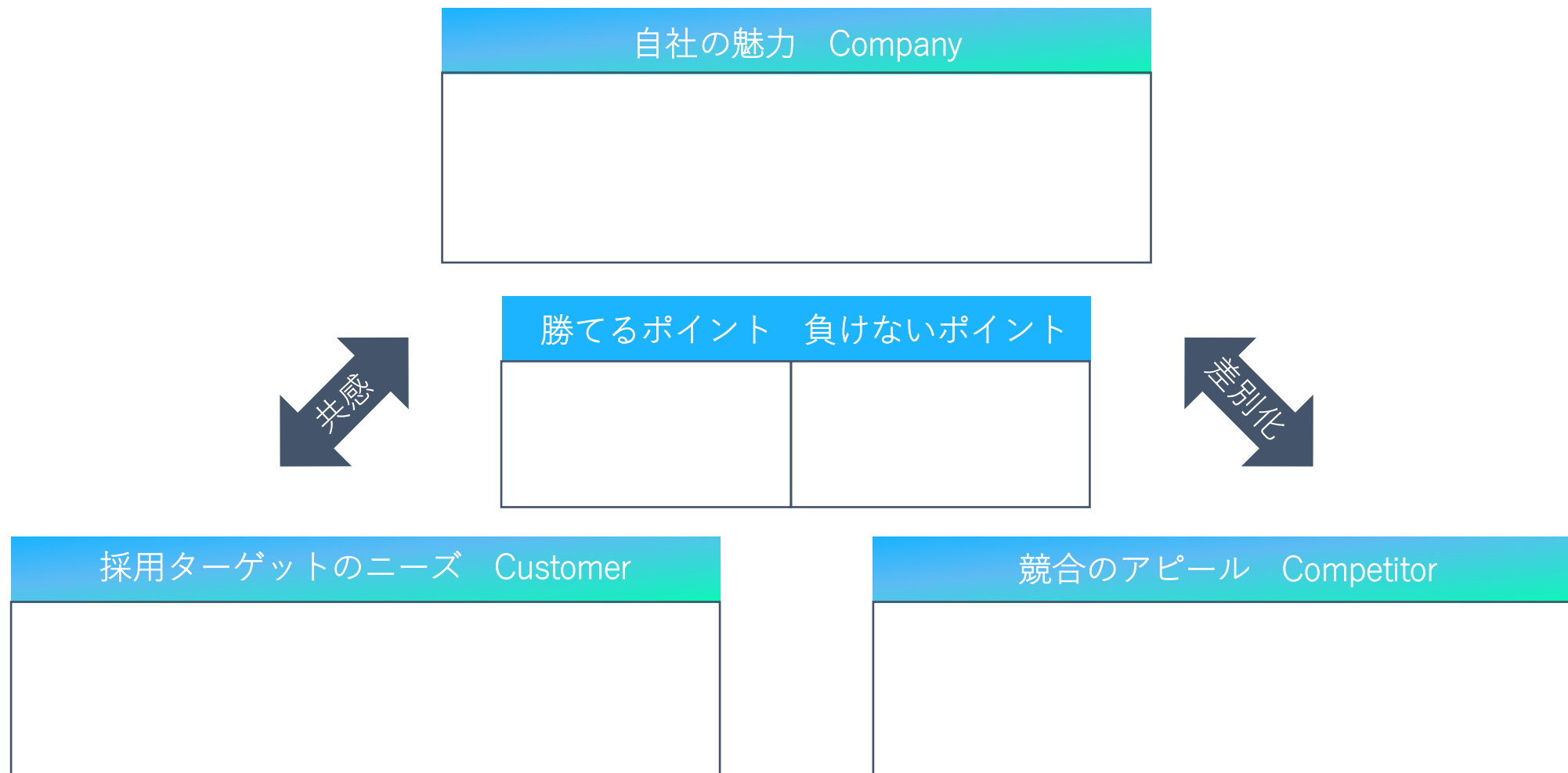


「3C」のフレームワークで整理する

競合に勝つための3ステップ

2

勝つためのプラン設計



競合に勝つための3ステップ

2

勝つためのプラン設計

始めに「採用ターゲットのニーズ」を設計する
次に「自社の魅力」の順番で考える



商談と同じ！

始めに来るべきは「顧客のニーズ、課題、解決したいこと」

競合に勝つための3ステップ

2

勝つためのプラン設計

競合のアピールをチェックする



学生からのヒアリングはもちろんですが、
採用競合の“採用ページ”や“媒体”は確認していますか？

競争に勝つための3ステップ

2

勝つためのプラン設計

ターゲットのニーズを満たしており、
かつ、競争より自社が優れている“勝てる”ポイントは？

競合に勝つための3ステップ

2

勝つためのプラン設計

競合のアピールに対して、 自社も「同じ」だと打ち出せる“負けない”ポイントは？

Ex)

競合は業界トップのポジションを目指している

⇒ 自社も目指しているし、トップシェアの事業もある

競合は新規事業など新たなチャレンジを続けている

⇒ 現在並行して3つの新規事業を手掛けているし、これからも創る予定だ

競合では、若いうちから大きな仕事にチャレンジできる

⇒ 20代の支店長や役員がいるし、これからも若手を抜擢する予定だ

競合では、新しい商品・サービスを生み出す仕事ができる

⇒ オンリーワンのサービスをいくつも出しているし、これからも出す予定だ

競合では、早く成長して力をつけることができる

⇒ 独自商品を世に出す方向なので、企画も営業も難易度が高いが、その分成長出来る

競合に勝つための3ステップ～現状の整理～

勝つためのプラン設計

- ① 採用ターゲットのニーズを把握していますか？ どんなニーズですか？
- ② 採用ターゲットは自社のどこに魅力を感じているのですか？
（内定者に「自社に入社した理由」を訊くだけでは、ターゲットのニーズ把握にならないのでご注意ください）
- ③ 採用競合はどこですか？ 採用媒体、説明会等でどんなアピールをしていますか？
- ④ 自社の“勝てる”ポイント、“負けない”ポイントはどこですか？
「ポイント+具体的な数字やエピソード」まで落とし込まれていますか？

競合に勝つための3ステップ

3

実行

実行の基本的なアプローチは
「望む未来」の明確化と「自社で叶えられる」ことの共有



端的には「入社すると“幸せ”になれる」ことの合意

競合に勝つための3ステップ

3

実行

どうしたら“幸せ”になれるか？ = “成長”すること



成長すると活躍して評価される

評価されると給料が上がり、経済的に豊かになれる

評価されると権限が増えるからチャンスが回ってくる

権限が増えると人や組織への影響力を高めることが出来る

成長すると視野が広がり、やりたいことが増える

競合に勝つための3ステップ

3

実行

いまの学生は“成長”したがつている

(ただし、「成長するために何を犠牲にしてもいいと思うか?」「成長して手に入りたいもの」は昔と大きく違う)

Q. 就職先を確定する際に、決め手になった項目をすべて教えてください。(複数選択) n=978



(株式会社リクルートキャリア「2019年就活生、入社予定企業の決め手は?」より抜粋)

競合に勝つための3ステップ

3

実行

“成長”できることを明確にイメージさせる



- ① 経験が生かせることを伝える
⇒面接で聞いてきたエピソードとともに適性検査の結果なども使うと効果的
- ② 一緒にライフ・キャリアビジョンを創る
⇒キャリアと共に、ライフも重要！（人事や先輩社員の事例をうまく使う）
- ③ “成長”によって得られるものを伝える
⇒相手の“共感”を得られることが最重要＝相手によって違う

競合に勝つための3ステップ～現状の整理～

“成長” できることのイメージ

- ① 学生時代の経験、学生の特性が自社でどう生きるか、伝えていますか？ どのように伝えていますか？
- ② 自社どんなキャリア／ライフビジョンが描けるか、学生がイメージできる形で伝えていますか？
（「人事や福利厚生を伝えること」は、キャリア／ライフビジョンを描くことにはなりません）
- ③ 自社で成長するとどんなものが手に入りますか？ 待遇、やりがい、顧客や社会への影響・・・

意思決定

意思決定に関する 3つのポイント

1

人事は「味方」であり「応援者」になる

2

“口説く人”を社内で用意する

3

決断を促す

■ 人事は「味方」であり「応援者」になる

私はあなたと働きたい。

だから、内定に向けて応援するし、
納得して意思決定できるように支援する



学生に伝えていますか？

“口説く人”を準備する

学生に合わせて効果性の高い人との面談を組む

- | | |
|-------------|-----------------|
| 1) 採用担当者 | …学生と人間関係のある人 |
| 2) 幹部 | …会社の未来を語れる人 |
| 3) 親和性の高い若手 | …出身、部活など共通項のある人 |
| 4) 中途入社 | …他社との比較を語れる人 |
| 5) 内定者 | …ロイヤリティの高い内定者 |



決断を促す

「オワハラ」は絶対NGですが、
“意思決定をする”ことは促す必要があります

決断を促す



決断を促す

1. 時間の長さで選択の質は比例しない事実を伝える
2. 成功者は決断が速いこと、決断を正解に変える力を持っていることを伝える
3. 物事を横に並べるのではなく、縦に並べ、優先順位をつけて実行することの大切さを説く
4. 親や人の目を見て意思決定するのではなく、自分で意思決定することの大切さを伝える
5. 入社出来る人数が決まっているので承諾してくれる方を優先で内定を出すことを伝える
6. 入社した後、一番ワクワクする未来が描けるのはどの会社か想像してもらう
7. 今受けている会社しか選択出来なかったらどの会社に入るのか意思決定してもらう

決断を促す～現状の整理～

意思決定

- ① 内定を出したい学生に対して、「私はあなたと一緒に働きたい。応援するよ」と本気で伝えていますか？
- ② 口説くための人員は確保できていますか？ 育成は十分ですか？
- ③ 面接官は「見極めの面接」ではなく、「見極め＋志望度をあげる面接」をしていますか？
- ④ 適切なタイミングで学生に決断を促していますか？ 学生の言動に流されてはいませんか？

競合に勝つこと以外にも、

母集団をもっと増やしたい…

ターゲット学生を集めたい…

もっと**効率よい採用活動**を行いたい…

⇒ と考えたことのある企業様のための採用ツールをご紹介します！

“ターゲット学生”だけを集められる 新卒採用メディア



活躍する学生を“特定”できる

組織診断をもとに自社の活躍人材モデルを策定。自社にマッチした学生を明確化

- 組織の価値観や仕事内容について、約160問の専用分析シートに回答（所要時間：15～20分）

アンケート

モデル分析

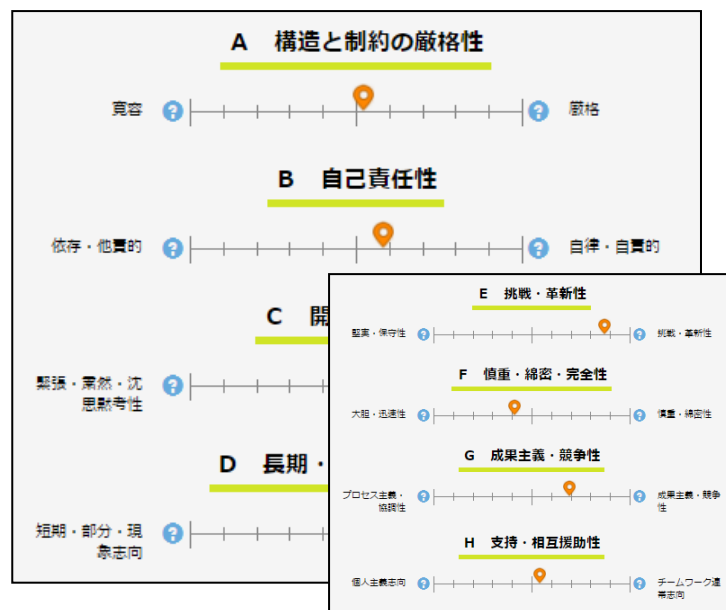
言語化

明確化



組織風土

言語化されていなかった「うちらしさ」が、全8分野で分析されて数値として見える化。



職質（必要能力）

曖昧になりがちな「仕事に必要な能力」を明確化。自社にとっての有能な人材を表現することができる。

全7項目から分析する職質

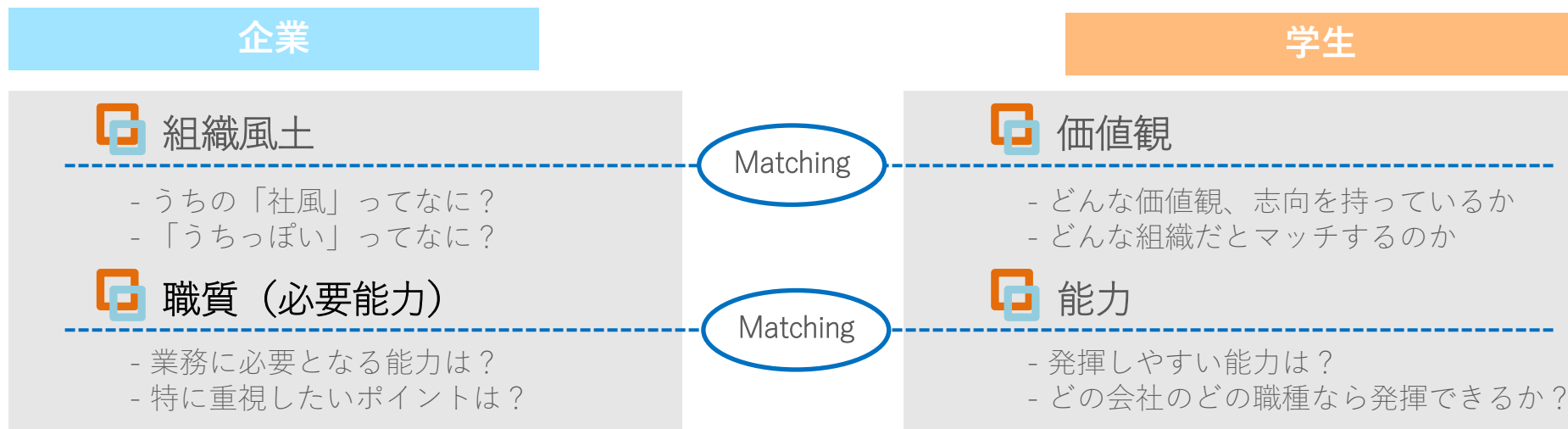
- A.仕事の要素
- B.仕事に必要とされる「能力や特性」
- C.仕事のやり方・進め方（ワークスタイル）
- D.幹部候補に期待する要素
- E.必要とする特性
- F.適合しやすい仕事の動機
- G.求める組織行動



“自社のモデル”で学生の特Ⓕ性検査データを検索

自社の活躍人財モデル × 全学生の特Ⓕ性検査データをAIが比較分析

組織風土・職質の2軸で“適合性”を計測し、学生の“自社での活躍可能性”を算出



$$\begin{array}{|c|} \hline \text{総 合} \\ \hline 74 \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{組織風土} \\ \hline 81 \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{仕事内容} \\ \hline 65 \\ \hline \end{array}$$

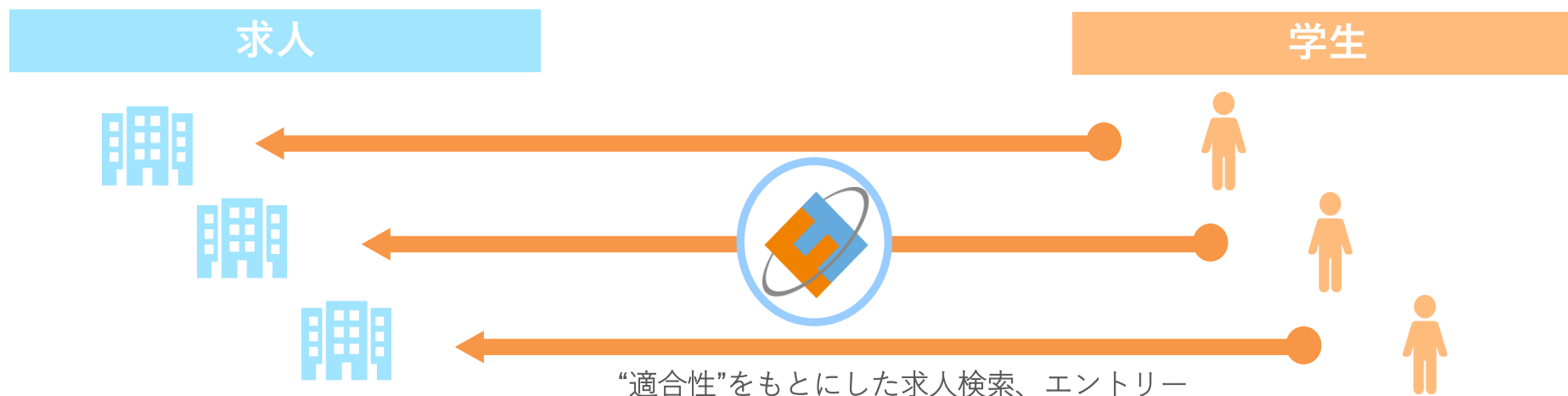
偏差値と同じく、“50点（A）”以上が適合性が高い



CHANGE PROMOTER.
JAIC 人と組織のチェンジ・プロモーター
ジェイック

活躍可能性が高い学生に自社求人を優先表示

適合性が高い学生にだけ自社の求人／説明会情報を自動で優先表示
“活躍可能性”を軸に求人表示するので、規模や知名度を超えて動員できる

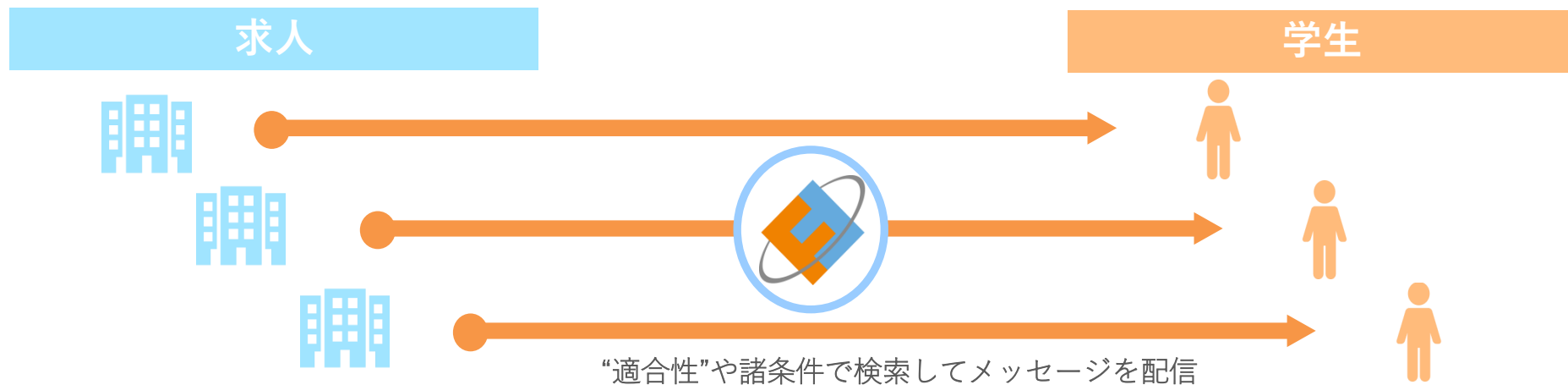


求人検索



ダイレクトリクルーティングも可能

分野最大級！ 「1学年15万人」の学生データベースを、
活躍可能性とプロフィール（大学・専攻・エリア等）で検索してスカウト送信可能
スカウト送信は無料！ しかも、事務局で原稿作成・配信までを完全代行！



こんにちは。ジェイックの岡田です。
就活を成功させる「7つの習慣 (®)」インターンシップで
講師をしていた人間なのですが覚えてますか？
【子供たちが未来に夢や希望を持てる豊かな社会を実現する】
というビジョンを熱く語っていた人間です！
（何となく思い出してましたか？）
この前のインターンシップでも最悪しく語っていたのですが、
参加学生の1人から、ゼミの教授をご紹介いただきました。
新しい面白いビジョンを持っていらっしゃる方なので、
忙しい方ですが、近いうちに会ってこようと思います。
ミッションを形骸化（作って掲げただけの状態）しないためには、
やっぱり「語る」という行為は大事ですよ。
これから説明会が増えてくると必然と語る機会が増えるので、
身体はきつい反面、精神的にはますます充実する予定です。
のっけから脱落してしまいましたが、今回メールをお送りしたのは、
どうしても見てほしいお知らせがあったから。
引っ張っても仕方がないので結論から言いますね。
【ジェイックの説明会に来てみませんか？】
なぜ今このタイミングで私が案内をしているかというと、
先日インターンで学生からこんなことを言われたからです。

CHANGE PROMOTER.
JAIC 人と組織のチェンジ・プロモーター
ジェイック

「とりあえず詳細資料を確認したい」方は
いますぐ下記よりダウンロードできます



手間をかけずに、自社での活躍可能性が高い学生と会える
新卒ダイレクトリクルーティング「FutureFinder」
資料をダウンロードする

「うちの業界での成功事例」や「料金プラン」
「ウチならどれぐらい動員できるか？」を知りたい方は
下記へお問い合わせください



株式会社ジェイック ( 7073)

FutureFinderメディア事業部

Mail : ff@jaic-g.com

TEL : 03-5282-7600