

インナー大会プレゼン部門 2018 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ センシュウダイガク	フリガナ ケイザイガク	フリガナ モチヅキ ヒロシ
専修大学	経済学部	望月 宏ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 内動画 （有・無）	動画使用 スライドページ
フリガナ エイチエムラボ	フリガナ ツカダ タイキ	6	無	
HM ラボ	塚田 泰生			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物（例：商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート）
調査時に使用したアンケート

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

研究テーマ（発表タイトル）
就活革命 ～ミスマッチのない世界を目指して～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究の目的は早期離職の是正である。

早期離職をすると学生側は戦後から続く日本型雇用慣行の流れから再就職が難しく、企業側は 3 年以内での早期離職による機会損失は 1 人当たり約 820 万円と双方にデメリットを生じることになる。そんな早期離職者は近年、約 3 人に 1 人という割合で存在していて社会問題として世の中に存在している。

この問題の要因の一つとしては、就職活動の中で学生側の情報不足が挙げられる。そして、そこには学生側が本当に欲しい情報を企業や就活情報サイトが提供出来ていない現状がある。そこで、我々はこれを補える情報を持つ学生から情報を共有することで就職のマッチング率の向上を実現したいと考えた。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

まず、現在の就活は戦後から新卒一括採用という制度を採用している。この制度は明治時代からはじまって、現在の就活モデルと同じ形になったのは 1968 年の大学紛争がきっかけである。それまで一般的であった大学が企業に学生を推す推薦制度は

紛争解決に時間を取られたために崩壊し、学生たちは自分たちで就職先を探し回るようになったのである。就職斡旋企業等の情報産業が発達してきたことも学生の自由な就職活動を後押しするきっかけとなったと言える。

このようなことから、就活は「情報戦」としばしば言われている。学生は大学 3 年生の夏ごろからインターンに参加、また企業のサイトを見るなどして自発的に情報を探さなければならない。そして、そこで探し出せた情報と自己分析の結果から自分の行きたい企業を選定するのだ。このことから学生は自ら情報を収集して取捨選択しなければならない。

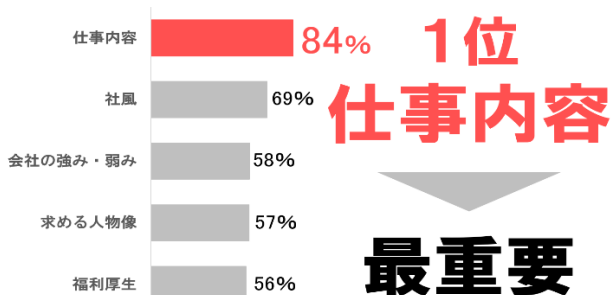
この、情報を収集する段階において一番有益な情報を収集できる手段が OB 訪問である。OB 訪問というのは自分の大学の先輩に直接会い、仕事の内容等を聞けるものだ。なぜ OB 訪問が良いのかというと、やはり一番のメリットは現場のリアルな声が聞けるという事だ。またその企業で働いている人の雰囲気や自発的に情報が引き出せるので本当に行きたい企業の人に訪問するのは内定に大きく近づく手法であると言える。近年では自分の大学に行きたい企業の OB がいない人や、OB がいるかどうか分からない人の為に、学生と企業をマッチングさせる OB 訪問の斡旋アプリが誕生し、以前よりも OB 訪問しやすい環境が整っているのではないだろうか。

しかし、あるアンケート調査によると、就活において OB 訪問をした人の数は全体のわずか 20%ほどでしかないという。しなかった理由としては様々な理由があった。このことから、学生は有力な情報を得る事が出来ていないのではないかと我々は結論付けた。

3. 研究テーマの課題

職業におけるミスマッチ問題の課題は「学生の情報不足」である。中でもどのような情報が不足しているのかというと、それはアンケート調査の結果から「具体的な業務内容」であることが分かった。この情報は学生が企業研究をする上で最も欲している情報であり実際に企業を決める上で重要な指針となる。しかし、学生が就活において一番参考にする就活サイトには具体的な業務内容というのは掲載されておらず、本当に知りたい情報を知れずに就活を行っている事が分かった。そこで我々はこの問題を解決することが就職におけるミスマッチングの是正に繋がると考えた。

アンケート調査：企業研究を行う上で知りたい情報



出所：働きがい研究所「新入社員の入社後ギャップ」(N=1,322) 2017年卒

リクナビ/マイナビの記載情報



4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

そこで今回我々は大学生による企業への認識と企業内部の実情の乖離を改善するために既存にはない新しいサービスとして「OBOG 訪問掲示板」を提案する。サービス概要としては OBOG 訪問を行った学生が、掲示板に得た情報を学生のみに公開し OBOG 訪問を行っていない学生にも情報の共有を可能とするものである。これを提案したポイントとしては下記の 2 点が存在する。

①OBOG 訪問による課題解決に直結したメリット

メリットとして本音の情報が聞ける・働く雰囲気の把握・業界/仕事内容の把握など業務内容に直結した密な情報の獲得などが存在する。

②OBOG 訪問の実施率

OBOG 訪問は多大なメリットが存在するが 7 割に達する学生が様々な障害により実施をすることができていない。

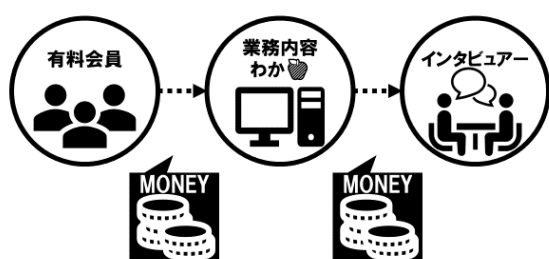
OBOG 訪問のメリットを我々のサービスで共有することにより実施率のカバーを図る。またサービス内に OBOG 訪問のガイダンス、OBOG 訪問をした後掲示板に投稿することによるインセンティブを内包する予定であるため実施率の向上も図ることができる。

しかし、ここでこの課題解決策に対して言及しておく問題点が2つある。

1つ目の問題点が OBOG 訪問を実際に行うユーザー(以下、インタビュアーと呼称)に情報共有をするインセンティブが存在しないという点である。彼らが情報共有をするようなインセンティブを提示できなければ継続可能なビジネスモデルとは言えない。そのため、私たちの提言にマネタイズを組み込むことによる解決策を提示する。具体的にはインタビュアーの投稿する記事のユーザー評価数が 50 を超えるたびに報酬としてリアルマネーを与えるというものである。そして、その資金源を確保するために記事閲覧する一般ユーザーから高評価記事の閲覧に際し課金してもらう形式をとることを提案する。これを行うことでユーザーが OBOG 訪問の代行を行ったユーザーに対し間接的報酬を与える形式が成立するのである。このようにマネーフローが確立しており個々のメリットを満たすことが可能なので、本サービスが継続可能なビジネスモデルであると言える。

2つ目の問題点として競合サービスとの差別化という問題点が存在する。この点に関してまず競合サービスとして考えられる既存の口コミ系就職サイト（VORKERS・就活会議・Rakuten みんな就）のそれぞれの特徴をしてみる。VORKERS という口コミ系就職サイトは現職・退職社員による会社評価機能に特化している。この評価対象は多岐に渡るが、具体的な業務内容に関する記述が希薄であることもこのサービスの特徴である。次に就活会議の特徴について言及する。就活会議は主に現職・退職社員による会社評価と就活生による選考体験・ES 等の情報共有機能が特徴として挙げられる。就活会議に関しても具体的な業務内容に関する記述が希薄なことが挙げられる。最後に Rakuten みんな就のサービスについて言及する。Rakuten みんな就の大きな特徴としては就活生が主となるサービスであるということである。具体的なサービスとしては就活生の選考体験・ES 等の情報共有機能に特化している。Rakuten みんな就は就活生が主となるサービスであるため業務内容の記述は皆無である。このように既存の口コミ系就職サイトには具体的な業務内容が記述されているものは無く本サービス「OBOG 訪問掲示板」は競合サービスと差別化は可能であり、独自性のあるサービスであると私たちは考える。

本サービスのマネーフロー



既存口コミ系就職サイト



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

2020 年卒の学生 100 人に OBOG 訪問に関する質問や私たちのサービスに対する評価等のアンケート調査を実施した。私たちのサービスについては回答者の 88.5%が「利用してみたい」と答えていた。このことから私たちのサービスには課題解決の有効性が高いことがうかがえる。

サービスの開発に関しては 2018 年 10 月の実装を目指している。コンテンツとしては「OBOG 訪問の内容を掲載する掲示板」の他、「質疑応答」、「OBOG 訪問の記事の書き方（チュートリアル）」、「評価機能」、「課金機能」等を実装する予定だ。

アンケート調査：OBOG訪問掲示板の利用意向



OBOG訪問掲示板
を利用したい

約9割

出所：大学3年生以上にアンケート調査(N=100)

6. 結果や今後の取り組み

こうした現状とその現状に対する提案へのニーズというのも多数存在することが確かめられ、私たちは今年の10月中旬にもサービスを本格的にローンチすることを目指している。現在は「初期」（ローンチ時）のサービス機能やマネタイズシステムを実装するためにサービス開発を進行している。また長期的な視点として「成長期」（サイト会員数拡大後）・成熟期（会員数が飽和）におけるサービス機能・マネタイズも構想を練っている。

なお、本サービスの概要・製作背景は以下の方々にご好評、並びにサポートを頂き、現在プロジェクトを進行している。
株式会社リブセンス・株式会社UZABASE・株式会社アマゾンジャパン・株式会社富士通の各事業部の方々

7. 参考文献

- ・『無敵の面接』監修：三田則房 発行所：TAC 株式会社 発行者：斎藤博明 発行年月：2016年9月15日
- ・厚生労働省 新規学卒者の離職状況より「学歴別卒業後3年以内離職率の推移」2018年7月14日
<https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11650000-Shokugyouanteikyokuhakenyukiroudoutaisakubu/0000140596.pdf>
- ・日本経済団体連合会 2015年3月卒「新規学卒者決定初認集調査結果」2018年7月14日
<http://www.keidanren.or.jp/policy/2015/090.pdf>
- ・ADECCO GROUP 2018年【アンケート調査】新卒3年以内離職の理由に関する調査 2018年7月14日
<https://www.adecco.co.jp/power-of-work/061.html>
- ・働きがい研究所「新入社員の入社後ギャップ」2018年7月20日
https://www.vorkers.com/hatarakigai/vol_36
- ・マイナビ学生の窓口フレッシューズ「就活の情報収集は？「就職サイト」が圧倒的支持。」2018年7月20日
<http://news.livedoor.com/article/detail/8444959/>
- ・レピュ研「【2019年新卒調査】就活生がよく検索するキーワードランキング」2018年7月14日
<https://repyuken.com/chousa/3053>
- ・マイナビ「2019年卒 マイナビ学生就職モニター調査」2018年7月14日
https://www.mynavi.jp/news/2018/07/post_17605.html

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員（ビジネスパーソン・大学教員）の方々に事前にお渡しいたします。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様（株式会社日経BPマーケティング）に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会（プレゼン局）にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・株式会社日経BPマーケティングは一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
- ※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。
- ※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを4ページ以内におさめて、ご提出ください