

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) メイジダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) ｶﾞﾏゼﾐﾅｰﾙ
明治大学	商学部	風間ゼミナール

※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) フィンデス	フリガナ) ヨシダケイジロウ	7人	無	×
Findes	吉田恵二朗			

※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)

特になし。

※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)

Findes～就職活動で自分の目的地を見つける SNS～

※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)

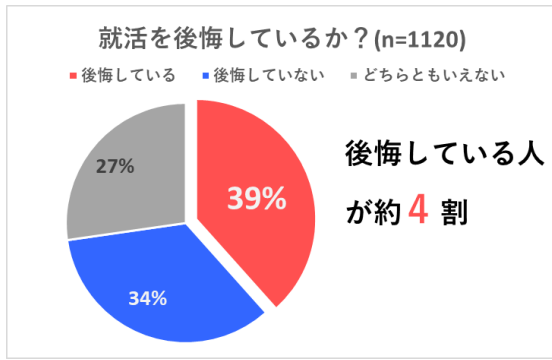
毎年、日本では大学3年生～大学4年生の学生が就職活動を行う。私たちが今年の春にその就活生の中に加わった。就職活動を行っている中で感じる不安や疑問などから就活の課題を認識するに至った。その課題とは多くの就活生が「幅広い業界・企業に触れずに就活に臨み、後悔してしまうこと」である。この課題はありきたりなようであるが、原因が一般的には明確でない上に、この課題に向き合うことが当事者である就活生の個人個人に任せられている。自分で自分が幅広い業界に触れられていないと気付ける人は多くはない。そのため、多くの就活生にとって解決が難しい課題であると考えられる。そこで、当事者でもある私たち自身がこの課題の発信と解決策を行うことで、就活生一人ひとりの後悔のない就活とその後の希望のキャリア設計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)

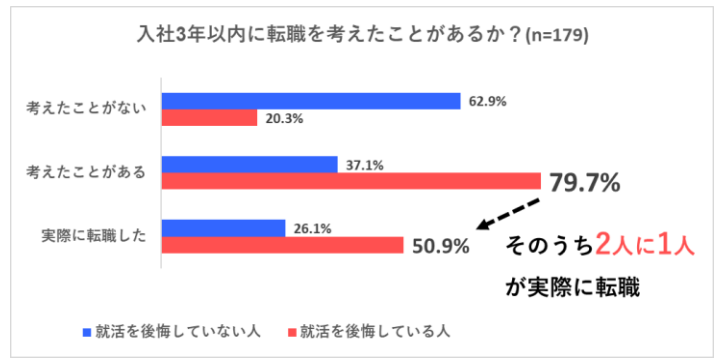
そもそも、就活生は後悔しているのかを調べてみると、図1のように約4割の人が後悔していることが分かる。さらに図2で示しているように就活を後悔した人の約8割が転職を考え、実際に2人に1人が転職をしたというデータも存在する。このように就活を後悔する人が一定数存在し、さらにその後の離職率の高さに就活の後悔が影響していることが分かる。

では、どんな点が就活で後悔してしまうポイントなのかを考察すると、図3で示しているように、業界を深く分析することよりも、むしろ多くの業界に触れることができなかつたことに後悔していることが分かる。このことから、就活生が視野の狭い状態で就活に臨んでいるがゆえに、就活で後悔し、その後の離職に繋がっていると考えられる。

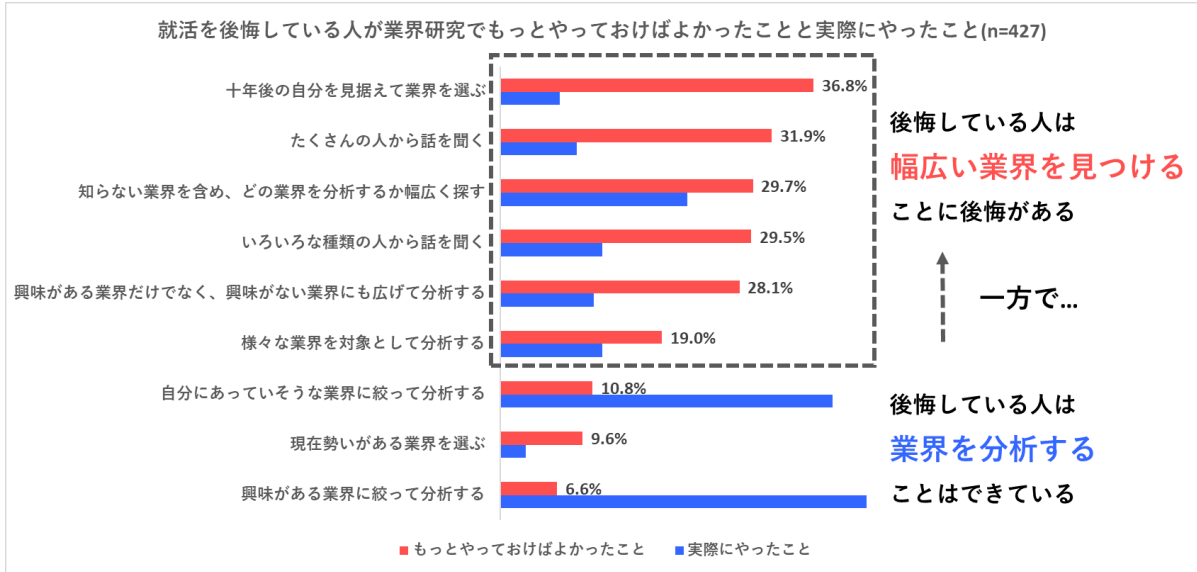
(図 1：就活を後悔しているか?)



(図 2：入社3年以内に転職を考えたことがあるか?)



(図 3：就活で後悔している人がもっとやっておけばよかったことと実際にやったこと)



では、なぜ多くの就活生が幅広い業界に触れることが難しい状態になってしまうのかを考察する。**就活生の情報収集方法は主に①友人・知人と②就活サイト**である。

友人・知人は同じコミュニティに属する人々である。人が同じコミュニティの人々に影響を受けるのは至極当然で、就活という1イベントであっても同様である。コミュニティは同一志向性や共同性を有した人々の集団であるがゆえに、コミュニティ内では興味や関心が収斂しやすいと言える。これを就活に具体化すれば、**近しい業界や職種に興味を持ったり、実際にその業界や職種に就職したOB/OGがいたりする状態**である。このことから、友人・知人を通じた情報収集では幅広い業界に触れることが難しく、**むしろ特定の業界に絞られていくように作用する**と考えられる。

就活サイトは現在、多種多様となっている。中でも就活生が使うものを対象とすると、**i.ナビ型 ii.スカウト型 iii.口コミ型**に分類することが出来る。

ナビ型の代表格は「リクナビ」や「マイナビ」である。ナビ型の就活サイトは情報が網羅的であり、自身の興味がある業界や企業について知るには使い勝手のいいものとなっていて、就活生の必需品となっている。しかし、ナビ型のサイトは**まさに「ナビ」らしく、就活の目的地があることが前提であり、目的地を見つけるまでの工程をサポート対象としているわけではない**。さらに人気企業やおススメ企業、所属学部による人気企業ランキングなど就活生の選択を助けるような内容があるが、逆にこの施策が就活生の視野を狭め、幅広い業界に触れる機会を阻害していると考えられる。実際にリクナビやマイナビに人気企業と掲載されたり、露出が多かったりするのは採用倍率が1万倍に達する企業も存在する。このように、**ナビ型の就活サイトは特定の業界に絞っていく際には有効であるが、幅広い業界に触れることが難しい。**

スカウト型の例としては「ニクリーチ」が挙げられる。スカウト型は就活生がプロフィールを記載し、企業の目に留まればスカウトが来て、就活生と企業の接点を作ることができるというものが一般的である。就活生は自

分で企業を探す手間が省け、企業も直接、就活生と関係を築けるため、両者にメリットがある。しかし、**スカウト型の就活サイトに登録している企業はどのような企業であるかを調べてみると、やはり限定的だと言わざるを得ないであろう。**例えば簡単な傾向として、大企業はほとんどなく、ベンチャーはとても多い。このようにそもそも、出会える企業が限定されているのであれば、**スカウト型で幅広い業界に触れることは難しい。**

ロコミ型の例としては「みんなの就職活動日記」が挙げられる。ロコミ型の特徴は投稿者の体験などを記載することで、閲覧者に情報を共有できることである。中にはエントリーシートの書き方や面接の雰囲気などの内容が書かれたものがあり、記載されている企業を受ける就活生にとってはとても助かるサイトである。しかし、ナビ型と同様に自身に目的となる企業があるときに有用であるのがロコミ型である。企業ごとに分かりやすくまとめられたサイトも目的の企業がない人にとっては迷う意外に道はない。このように、**ロコミ型は目的地を見つけるまでの工程をサポート対象としているわけではない**ため、特定の企業をより詳しく分析することには有効であるが、**幅広い業界に触れることが難しい。**

以上から、就活生の主な情報取得方法では幅広い業界に触れることが難しいと言える。したがって、現状の情報収集方法では**どの方法を取っても幅広い業界に触れる機会が少なく**、就活に後悔が残り、その後の離職に繋がっていると考えられる。

3. 研究テーマの課題

就活生の主な情報取得方法では、幅広い業界に触れることが難しい。特に、就活生自身の興味が向く先、つまり**就活の目的地を見つけるまでに幅広い業界に触れられるようにサポートするような方法**が現状存在しない。

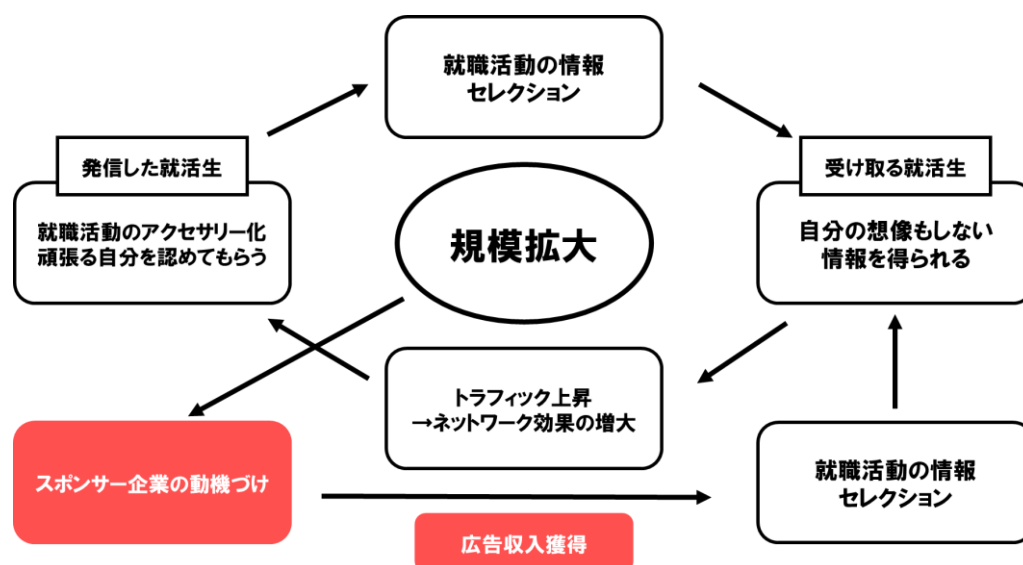
4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

就活で自分の目的地を見つける SNS「Findes(Find your destination)」を提案する。

2. 現状分析の通り、友人・知人では同じ志向性を持った人が多いために幅広い業界に触れることは難しかった。そこで、**志向性が異なる就活生同士が交流する SNS**を創ることで本来交わることのない就活生たちを繋ぐ。

ただこれだけでは、ロコミ型に近いものになってしまう。ロコミ型は企業ごとにまとまっていることが問題であったため、SNSらしく**タイムラインで表示**し、すべてのユーザーの投稿を見て、**自分の興味がないと感じるユーザーを削除**していき、自分で情報を整理していく。この過程で就活生は自分の目的地を見つけていく。

(図 5 : Findes ビジネスモデル)



ただまだこれだけでは Twitter などに近いものとなり、差別化できないものになってしまう。そこで、なぜ Twitter で上記のようなモデルが生まれなかったかを考えてみる。端的に言ってしまえば、Twitter では自分の就活のことを発信することは憚られるし、非難の対象にすらなるからである。SNS と言っても、一般的にはリアルな人間関係と深く結びついており、同じく就活をしている友達も多くいる。その中で、内定獲得や合格が難しいインターンシップでの自分の成果を発信できるだろうか。まず、難しいだろう。このような自分の頑張りが認められ

にくい性質を持つ就活だからこそ、図5で示したように、頑張りが認められることが発信する就活生のメリットとして存在するのである。さらに、バラバラに情報が発信されることに意味があるわけではなく、一人ひとりの就活生の発信が集積されることに意味がある。なぜなら、受け取る側が受け取りづらからである。

以上から、既存の媒体とは差別化された、自分の目的地を見つける新しいSNSとして「Findes」を提案する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

上記の現状分析と提案を社会人の方々、企業の人事担当者、人材系企業の方、インターンなどで出会った学生たちなど多くの方々にプレゼンを行って、提案への賛同や改善のためのフィードバックをいただいた。

また、アプリの制作や運営の面で協働してくれる企業を探した。

6. 結果や今後の取り組み

アプリの制作や運営の面で協働してくれる企業は現在のところ見つからない。今後も引き続きパートナー企業を探していく。さらに最初のユーザーとして私たち自身が学生という利点を活かして、大学への協賛アプローチや友人を通じた囲い込みを行う。

7. 参考文献

【最終閲覧日 2018年9月19日】

- It media ビジネス 新卒で就職した会社に、約4割が「後悔」(2015.9)
➢ <http://www.itmedia.co.jp/business/articles/1509/04/news099.html>
- PRTIMES 社会人10年目までの約4割が「就活を後悔している」ことが判明！(2017.7)
➢ [https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000023.000022215.html](https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000023.000022215.html)
- Indeed What makes us happy at work?(2016)
➢ <http://blog.indeed.com/hiring-lab/indeed-job-happiness-index-2016/>
- Excite.ニュース 1,000人に聞いた！就活時に参考にする情報源は「就活サイト」「友人の話」「就活仲間の話」
➢ https://www.excite.co.jp/News/photo_news/p-2488509/
- 『ネットワークコミュニティにおける関心の類似性に基づいた知識共有』(倉林則之,山崎達也,湯浅太一,蓮池和夫・情報処理学会論文誌・2002年12月)
- 東洋経済オンライン 内定競争倍率「高い50社、低い50社」はどこか(2015.2)
➢ <https://toyokeizai.net/articles/-/61377>
- 内定の森「ニクリーチの評判・感想・参加企業・費用・服装など気になる情報総まとめ！」(2018.3)
➢ https://naiteinomori.com/2018/03/25/post-517/#outline__3

<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)ものに限ります。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