

愛着採用伴走プログラム 概要資料

-新卒採用の歩留まり・内定承諾率を改善するサービス-

株式会社アスナロ

事業の更なる飛躍に向けて、貴社の採用を共に支える会社です。

Asnalo’s Philosophy
「**Surprise value**」

屋号	株式会社アスナロ
設立	2018年11月15日
従業員数	20名（業務委託含む）
代表者	代表取締役社長 中川 皓之
事業内容	人事・採用コンサルティング事業 RPO事業（採用プロセス代行） BPO事業（業務プロセス代行）
本社	大阪府大阪市中央区南本町2-3-12EDGE本町403
Webサイト	https://asnalo.com/



3つの「やたら」で【街の電気屋さん】のような採用支援会社を目指しています



方針：お客様を徹底的に知り、能動的なサービス提供ができる体制やインプットの充実、そして素早い対応を行う

やたらサービスする

かゆいところに手が届く
痒くないけどかいてくれる

やたら詳しい

人事・採用領域において
なんでも教えてくれる

やたら近い

言ったらすぐ対応してくれる
距離感が近く相談しやすい

支援実績と評価

採用代行、コンサルティング支援は累計約250社！スカウト運用ではi-plugin社（OfferBox運営会社）からの評価を獲得！



これまでのオファー代行における一定の実績及び、ご利用企業様からの評価から、株式会社アスナロはOffer Boxを運営する株式会社i-pluginより「運用代行パートナー」としてお取り組みをさせていただいております。

※その他、キミスカ、ビズリーチキャンパス、dodaキャンパス、irootsなどのスカウトツールの代行も実施しております。

サービス概要

コンサルティングから業務のアウトソーシングまで幅広く柔軟に対応いたします

採用方針の決定



特徴分析と戦略設計

- ペルソナ策定
- 採用活動の条件整理
- コンセプト設定
- 候補者体験マップ作成
- KPIの設計
- など

業務準備



コンテンツ準備

- 会社説明資料制作
- インターンシップ設計
- 社員インタビュー実施
- 媒体原稿の作成
- SNSの企画・運用
- など

母集団形成の実施



適切な手法で実行

- 合同説明会運営
- 採用イベント参画
- スカウトメール送信
- 候補者スクリーニング
- エージェント対応
- など

応募者管理



スピーディーな対応

- ATSへ候補者情報入力
- 候補者への架電業務
- 選考等の日程調整
- 予約者へのリマインド
- 改善策のご提案
- など

選考対応



丁寧な候補者対応

- 説明会運営
- 面接、面談の実施
- 合格者基準の策定
- 目標KPIの進捗管理
- 内定者フォロー
- など

外部に貴社の採用チームを作るイメージです

私たちの提供価値

中小企業を取り巻く環境

激化する人材獲得競争と、計画通りに進まない新卒採用の現実

8.98倍



従業員数300人未満の中小企業における大卒新卒**求人倍率は8.98倍**

(※2026年卒実績 / リクルートワークス研究所調べ)

69.7%



2026年卒の**採用充足率は69.7%**で過去最低。4年連続の減少

(※マイナビ2026年卒 企業新卒内定状況調査調べ)

多様化と誠実さ



情報・チャネルの多様化で、学生は一連の選考体験で企業を比較。企業の「**誠実さ**」が試される。

ただ母集団（応募数）を集めるだけの採用手法では、限界を迎えているのが現状です。

中小企業のこれからの採用

量の確保から、選考体験を通じた質の転換へ

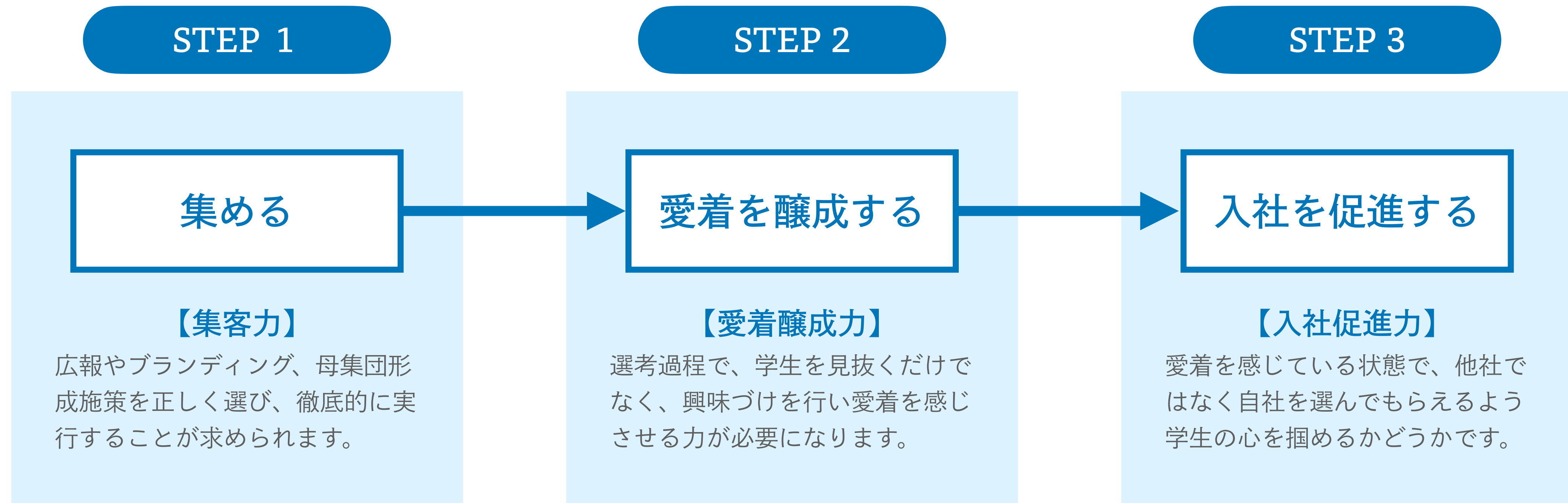
従来	これからの採用
母集団『数』	選考体験の『質』
認知及び、集客重視	1人ひとりとの関係構築・誠実に向き合うこと
採用予定数の強引な確保	自社への愛着醸成と納得感のあるクロージング



知名度や条件による比較競争から脱却し、「この会社に入りたい」という感情（愛情）を育てる
採用へのアップデートが不可欠です。

採用活動の構造と採用活動で求められる力

中小企業・地方企業の採用活動は、3つのステップに分けられます。
『採用力』は『集客力×愛着醸成力×入社促進力』で構成されています。



これら3つの力を高めることができれば、採用課題が解決し、見違えるほど採用できるようになります。

採用活動の構造と採用活動で求められる力

本サービスは、貴社の『愛着醸成力』と『入社促進力』を向上するためのプログラムであり、貴社が「人が採れる組織」を構築するために必要な考え方や技術を整える取り組みです。



本サービスにて取り扱いは
ございませんが、他サービス
『フルサポ採用』 『人事AX』
で強化することが可能です。

『愛着採用：愛着醸成の型』
の習得と実践で強化します。
歩留まりが改善します。

『愛着採用：入社促進の型』
の習得と実践で強化します。
内定承諾率が改善します。

愛着採用伴走プログラム

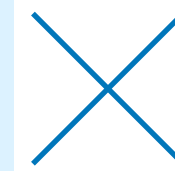
インプットして終了！という研修サービスではなく、実務課題の解決に伴走し、歩留まりの改善や内定承諾率の向上を「愛着」という観点で実現する採用支援サービス

愛着採用の型

属人化したり、偶発化しがちな採用業務を実務で使える技術として、言語化・型化
※仮に、今後担当の変更があっても残せます。

定期セッション

複数の企業で採用支援及び、成果を出したトレーナーが共に課題を特定。型を活用しセッションを通してアドバイスを実施

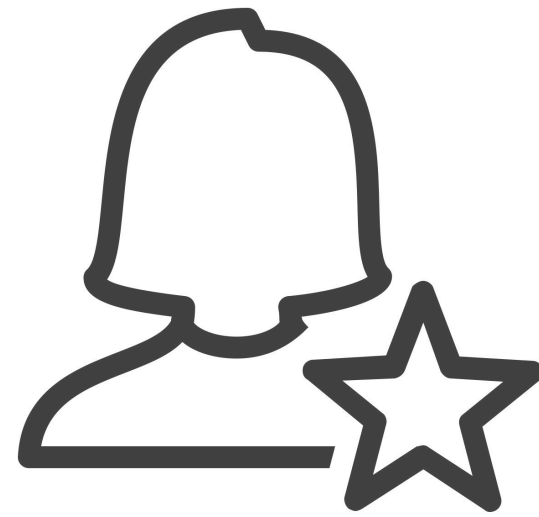


課題を言語化し、解決アクションの実行支援と振り返りを通じて、採用活動のレベルアップを促進

『愛着採用伴走プログラム』が実現する3つの観点

思考・実践・技術定着の3つの観点で、採用担当者の役割と影響力を強化します。

思考



愛着採用の基本理論と 視座の強化

知名度や条件の競争を抜け出し
学生の感情を起点とした向き合い方
(基本スタンス)をインストール。

実践



50の型を用いた 課題解決力の強化

成功事例から抽出した具体的な
アクションを、トレーナーとの隔
週セッションで実務へ即時反映。

技術定着



属人化脱却と 組織採用力の強化

一過性の研修で終わらず、セッ
ションを通じて採用活動を「社内
資産（技術）」へと昇華。

採用活動の構造と採用活動で求められる力

愛着醸成、入社促進には、それぞれ3つ（計6つ）の動作の切り口があります。

愛着を醸成する

採用活動における愛着とは『会社との間に自分だけのストーリーがあるという感覚を作る』ことです。

そのためには「自分ごと」としての関与を引き出すための以下、3つの切り口でアクションする必要があります。

①真摯に向き合う

学生を理解しようと誠実に努めるとともに採用や会社、仕事に対して正しく正面から向き合うこと。

②本音を引き出す

正しく学生に向き合うとともに、ヒアリングテクニックを活用し本来の姿（素）を引き出すこと。

③視点を拡張する

選考を通して、学生に情報や問いを提供し、物の見方や考え方が変わる体験を起こすこと。

入社を促進する

学生が、自社に愛着を感じているという土台（言わば、会社との信頼関係）の上で、入社を促す動きを取ります。

最終的な意思決定・覚悟を迫るには時に合理的に、時に情理的に以下3つの切り口でアプローチを行います。

①解像度を上げる

事業や仕事の具体的な情報提供や、学生が抱えている懸念や不安を払拭するなど、自社に対して正しく深く理解を促すこと。

②認知を動かす

学生自身が気づいていない価値観・優先順位に働きかけ、入社への意思決定に必要な気づきや判断材料を提供すること。

③想いを伝える

会社や現場社員が学生に対して抱く期待や本気の想いを、言葉と熱量を持って伝え、感情面から入社への後押しをすること。

当社のナレッジ

愛着醸成、入社促進に採用設計の型を加え、計8つのカテゴリーで50の型を構成しています。

採用設計の型

採用 デザイン	1	ターゲット設定
	2	目線合わせ（採用要件の設定）
	3	会社の魅力因子=提供できるコトをまとめる
	4	採用活動の軸（コンセプト）を通す
	5	体験の流れを演出する
	6	コンテンツづくりのキホン
	7	5つの役割でアサインを考える
	8	座談会・現場社員面談での注意点
	9	リフレインによる一貫性

愛着醸成の型

真摯に 向き合う	10	採用できる会社
	11	4つの愛情を持つ
	12	コミュニケーションの留意点
本音を引き出す	13	対話の場をつくる自己紹介
	14	自己開示=感情開示
	15	無条件の受容
	16	本質的な共感
	17	話の内容以上に背景に関心を持つ
	18	スマホの絵文字に倣う表情づくり
	19	見立て・見抜き・見極め
	20	本質的理解を助ける掘り下げ
	21	エピソードを具体化するための4つの「か」
	22	時系列ヒアリング
視点を拡張する	23	すごい会社<すごい問い
	24	考え方・定義を変換させるフィードバック
	25	合格通知に意図を持たせる
	26	前のめりスイッチ
	27	ファクトをベネフィットに変換する
	28	ロールモデル社員の紹介
	29	ビジョンと課題とヘルプ
	30	プレゼンテーションを磨く

入社促進の型

解像度を上げる	31	鍛え上げと志望度上げ
	32	仕事の魅力を伝える
	33	不安と懸念に対する3つのカード
	34	比較優位を明確にする
	35	個別シナリオを描く
	36	志望度×意向度で優先順位づけ
認知を動かす	37	会社の変化を伝える
	38	リフレーミング
	39	情報の非対称性を解消する
	40	軸の優先順位を確認する
	41	軸を変える
	42	軸の定義を見直す
	43	判断基準を提示する（軸を共に作る）
想いを伝える	44	期待を表明する
	45	学生の変化を伝える
	46	内定の出し方に拘る
	47	自身の入社理由を話す
内定者 フォロー	48	内定辞退が生まれる4つの理由
	49	他社に競り勝つ内定フェーズ
	50	内定承諾者フォロー

当社のナレッジ

計8つのカテゴリーで50の型を構成しています。採用課題に対してこの型の中から打ち手を設定していきます。

本音を引き出す

愛着採用の型

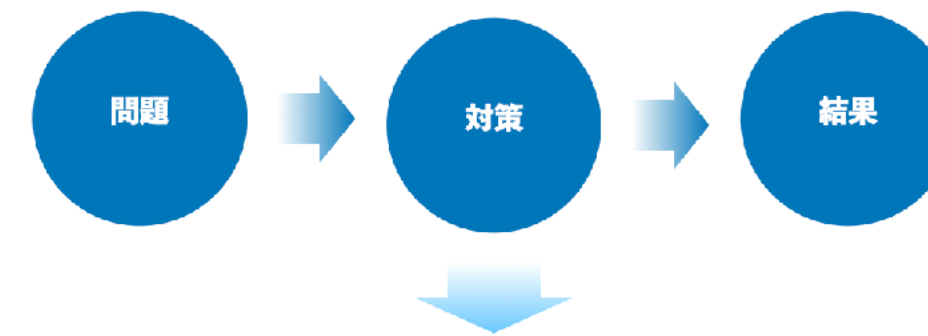
21

エピソードを具体化する
ための4つの「か」

Asnalō

エピソードを具体化するための4つの「か」

学生が話すエピソードは、問題・課題に対して、そのような対策・行動をとったのか。そして、そのような結果に繋がったのか。という構成が基本になっています。



かんけい (関係)

周囲との人間関係など。誘った施策を実行に移すにあたってのサポートはあったのか？



かんきょう (環境)

在籍期間や規模などの場面の具体化。また、問題が起きた組織環境（組織背景など）。



かだい (課題)

施策を実行していく中での苦労やトラブル、想定外の出来事が生じたのかどうかなど。



かんがえ (考え)

誘った施策の背景や取り組みのきっかけ、他に考えたことなど、当時の本人の思考。

この一連の流れを聞いた上で「素晴らしい人材」というように評価するのではなくエピソードの背景やシーンを具体的に確認した上で判断することがお互いのためになります。

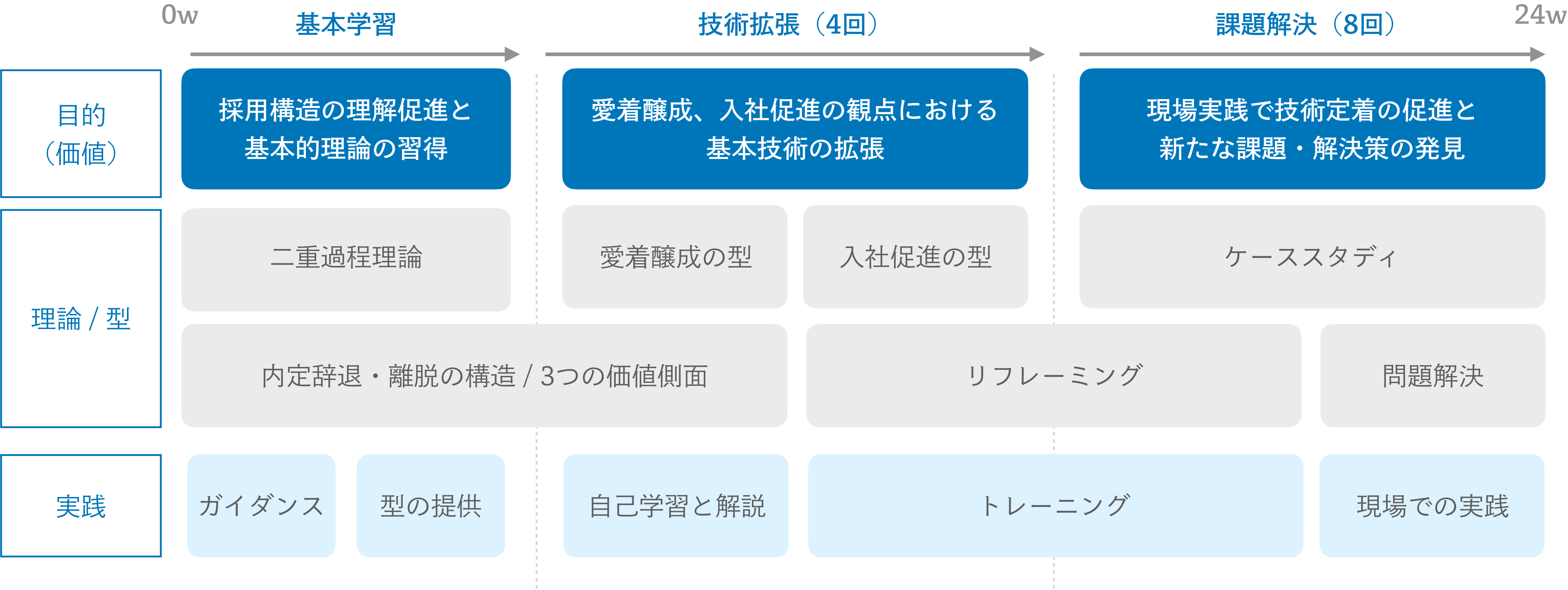
AsnaloCO., LTD. All Rights Reserved.



愛着採用伴走プログラム

採用技術の拡張と、採用現場での課題発見・解決を繰り返す実践的なプログラムです。

理論や型を理解して終わりではなく、活用できる状態を目指し、歩留まり・内定承諾率を高め、入社数を増やすことがゴールです。



プログラム全体像

ガイダンスで基本のナレッジを学習し、その後はセッションを実施。

	1w	2w	3w	4w	5w	6w	7w	8w	9w	10w	11w	12w	13w	14w	15w	16w	17w	18w	19w	20w	21w	22w	23w	24w
基本学習ガイダンス	ガイダンス	ガイダンス						ガイダンス																
技術拡張セッション			拡張	拡張	拡張	拡張																		
課題解決セッション										解決		解決		解決		解決		解決		解決		解決		解決

基本学習ガイダンス 120分×2回 @Zoom/貴社本社

●ジャイアントキリングに向かう鉄則とマインドセット

- ・採用活動に必要な心得と目標設定
- ・3つの価値側面から考える採用の勝ち筋

●愛着採用の実践と歩留りの改善

- ・他社事例を活用しながら課題に対する打ち手を検討
- ・講義だけでなく、ワークショップも実施

※カリキュラム及び、スケジュール変更する場合がございます。

技術拡張セッション 60分×4回（毎週）@Zoom

●愛着採用の型の実践を目的としたセッション

型を技術として実践できるよう習得をサポートします。

課題解決セッション 60分×8回（隔週）@Zoom

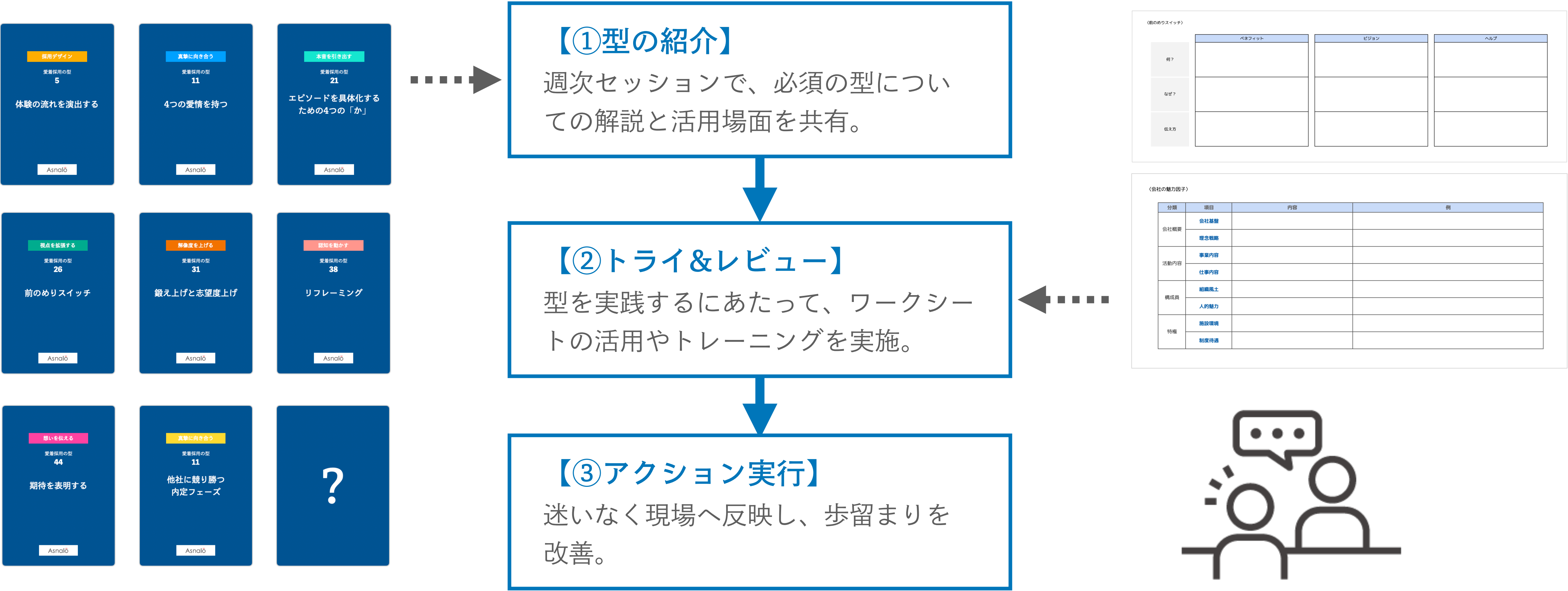
●採用課題の解決を目的としたセッション

採用課題に対し、適切な解決策の選択と実践をサポート。

その他 上記期間中、メールやチャットツールでのご相談や壁打ちはいつでも、何度でも対応させていただきます。

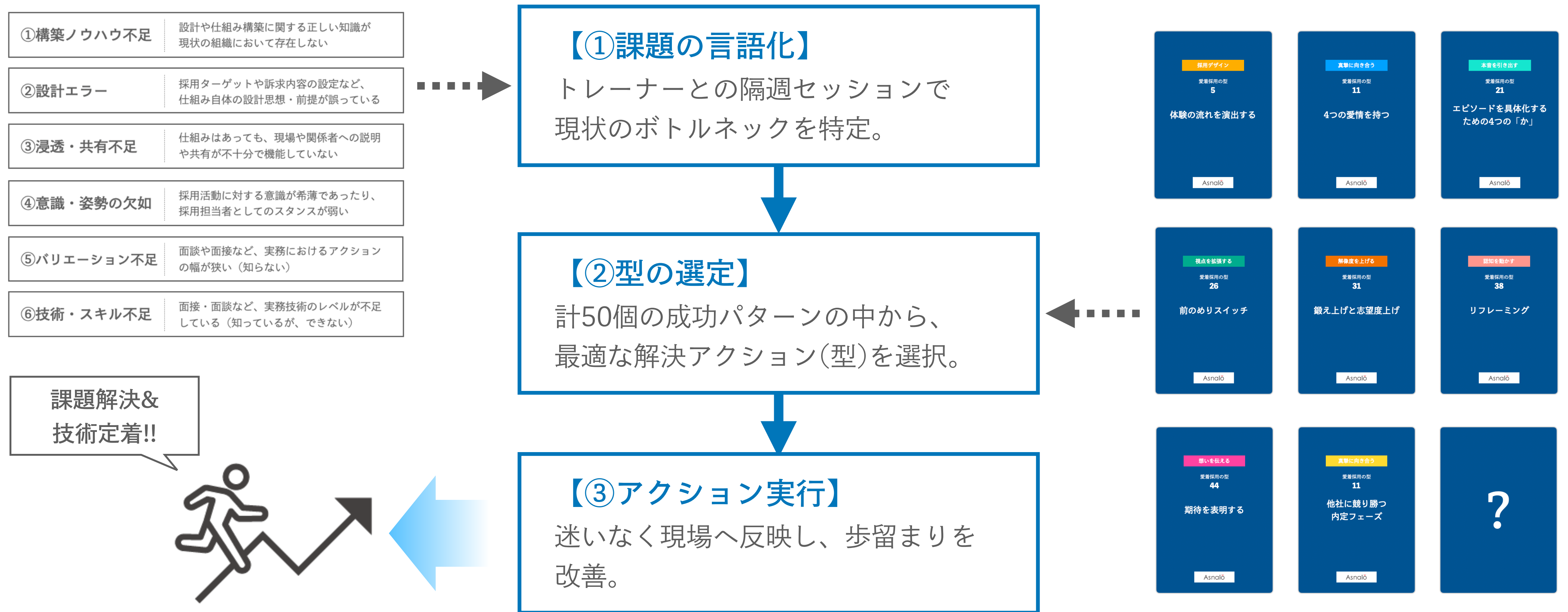
技術拡張セッション

優先順位の高い型については、先んじて解説とレビューを繰り返しながら実践に備えます。



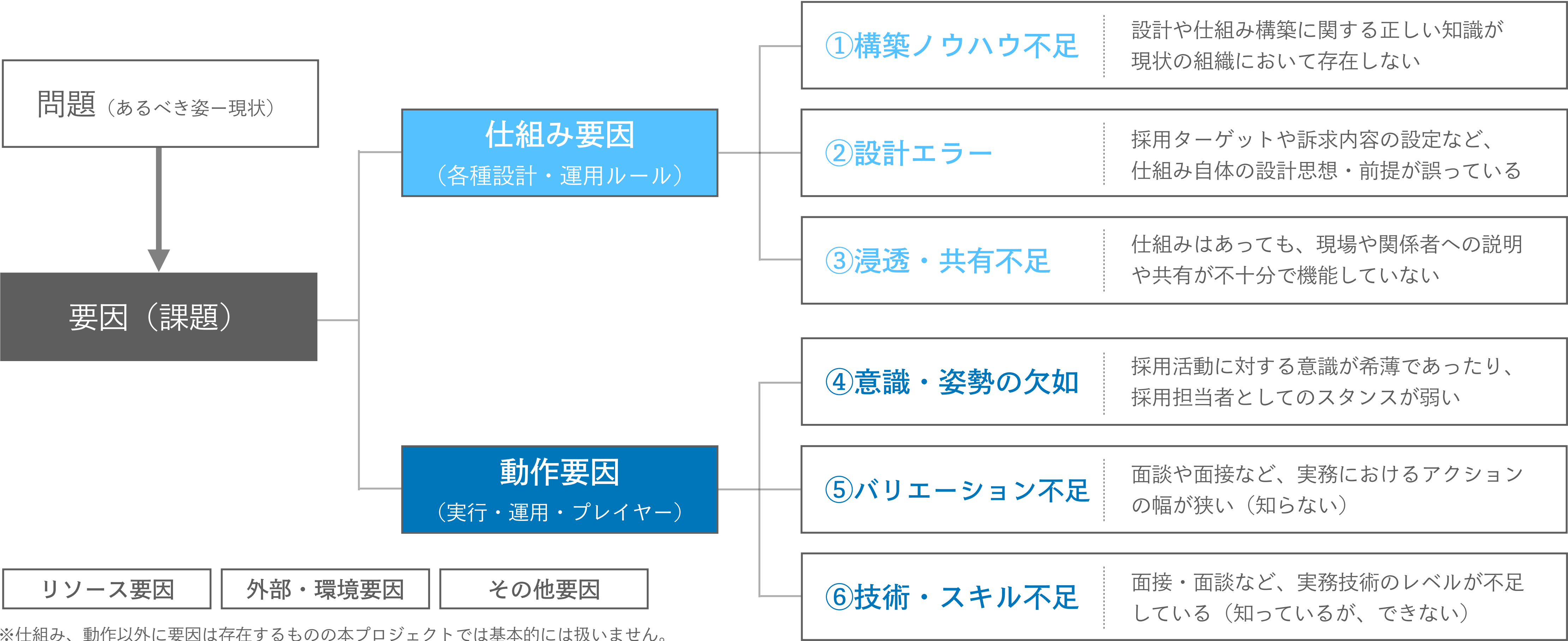
課題解決セッション

課題を起点に、精度の高いアクションを推進してもらえよう型を用いてサポートします。



採用課題の言語化

発生した問題（ギャップ）に対する要因は、大きく分けると仕組みと動作に分解されます。
その上で、①～⑥の6つの要因に振り分けを行い、対策を講じていく流れになります。



ご担当させていただくトレーナー

採用文脈での支援実績は50社を超える経験豊富なメンバーが貴社の採用活動に伴走いたします。



中川 皓之（36）
Hiroyuki Nakagawa

ネオキャリア時代は採用部長として
年間500名採用を実現し組織拡大。



田附 未叶（27）
Mito Tazuke

2,000名超の学生と面談実績。学生
起点のコンサルティングが得意。



川崎 祐輝（41）
Yuki Kawasaki

様々なサイズの企業で人事・採用に
従事。人事コンサルの実績多数。



高木 智史（35）
Satoshi Takaki

採用戦略や動機づけのメカニズムを
言語化し愛着採用の型を作成。

事例

選考過程での動機形成に注力！人が採れる組織が構築され、採用目標人数を増加！

25卒・26卒	業種	IT	規模	250名	エリア	東京	職種	SE
---------	----	----	----	------	-----	----	----	----

●実績（※2025年卒より弊社がコンサルテーションを提供。2024年卒以前は別の会社が提供しておられました）

	母集団数（人）	内定数（人）	内定承諾数（人）	母集団対比承諾率	内定承諾率 （内定数対比）
2024年卒	1,337	42	18	1.3%	42.9%
2025年卒	871	33	18	2.1%	54.5%
2026年卒	1072	30	23	2.1%	76.7%

●課題

- 年々母集団数が減少してきていることや、マクロ観点でも今後母集団がさらに少なくなることが想定される中で、動機形成ができている実感が無い。
- 選考過程における「離脱」が散見されており、歩留まりの発生が目立っている。

●導入理由

- 組織拡大に向けて新たなフェーズへ進めたいという考えがあり『候補者体験』というフレームの導入と実行の必要性をお感じになられていた。
- 他社と比較し本質的なアウトプットが多いことと、「仮にうまくいかない瞬間があったとしても、一緒に泥をかぶって頑張ってくれそう」という理由で弊社をお選びいただいた。

●2025年卒時の具体的取り組み

- 候補者体験の設計と採用担当者及び、面接官のスキル強化。
- 採用戦略における基本設計を実施。具体的な施策は以下。
ペルソナ設計 / 採用コンセプト設定 / ジャーニーマップ作成 / 説明会設計 / 各種選考設計 / 面接官・リクルーター向けガイダンス・ロールプレイ・フィードバック / 採用要件及び、採用基準の設計 / ヨミ確認会にてアクションの整理と施策の設計

●2026年卒時の具体的取り組み

- 25年卒の活動において、一定の成果が見えたものの、学生による一層の会社理解の必要性が見えてきた。そこで、選考フローの変更を実施。また、座談会、社員面談、面接で何をどのように伝えるのかを共有し接触時の質を上げる施策を実施。効果的な情報提供、フィードバックの質がより高まった。
27年卒への持ち越し課題は茨城エリアの採用で現在取り組み中。

コンサルティングと代行事例（株式会社井ゲタ竹内様）

コンサル+代行

新卒採用の成功は7年ぶり（複数名採用は20年ぶり）！選考体験の過程における「愛着形成」に再現性！

26卒

業種

メーカー

規模

150名
(うち社員90名)

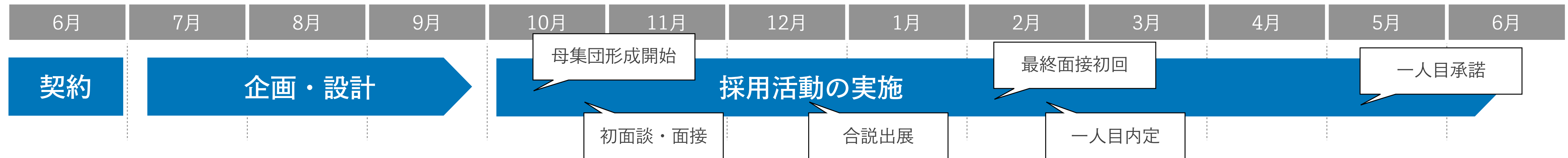
エリア

鳥取県
(境港市)

職種

総合職

●スケジュール



●課題

- 2019年から新卒での採用ができておらず、そもそもこれまでも偶発的な採用が基本であった。
 - 応募者が1~3名で最終選考にも到達しない状態が慢性的に続いた。
 - 2023年に組織変革を目指し、採用を重点方針としたもののノウハウがない状態
- ※25卒よりお取り組みを開始。10名との面談、9名との面接、5名の最終面接、3名の内定者が実績。

●導入理由

- 次世代への投資。後継ぎという論点もあり、事業面だけでなく組織面での抜本的な改革が必要であったことが主な理由。
- 提案段階で弊社に対する理解が深かった。提案内容を聞いて、信頼を持てた。自社でもできそうという感覚を得たこと。

●具体的取り組み

- 理念、価値観を全面に押し出し。
- 採用戦略として「愛着」の向上を主眼においた候補者体験の構築。
- 候補者体験をベースに面談（説明会）、面接のアジェンダを設計。
- 面接官へのトレーニングを行うことで、基本的な対応手法をお伝え。
- 母集団形成はOfferBoxとマイナビ、合説を活用。
- 複数の面談と座談会の司会は弊社にて実行し、志望度上げを実施。

●効果

- 3名（鳥取大学 / 早稲田大学 / 安田女子大学）の入社承諾。
- 本年は、東京など他県からの応募数が大幅に増加しており、承諾者の1名はIターン就職。
- 会社の価値観に対する一貫性を学生たちから評価されている状態。
- 実際に新卒で受け入れを目の前にする中で新たな組織課題が発見され具体的な改善点が明確になっている。採用以外の観点でも貢献。

お客様からのコメント



株式会社井ゲタ竹内 取締役 鈴木 剛 氏
〈鳥取県 / 製造業 / 従業員数150名〉

当社の理念や想いを深く汲み取り、応募者が『この会社で働きたい』と心から思える関係性を、選考から入社後のフォローまで一貫して築いていただきました。その結果、当社の目指す姿に共感してくれる優秀な人材を迎え入れることができ、来期も順調に内定が決まるなど確かな手応えを感じています。条件の比較ではなく、社風や価値観の共感を軸にした、今の時代に不可欠な採用支援です。



株式会社日能研関西 採用責任者 亀岡 洋一 氏
〈兵庫県 / 教育業 / 従業員数250名〉

「採用がうまくいかない」という言葉をよく聞きますが、会社のネームバリューや業界人気の問題でしょうか？私は違うと思います。自社に興味を持ってくれた大切な一人を、どのように接すれば好感を持ってくれるか…その想像ができなければ良い採用はできないと思います。そのようなマインドセットとスキルセットを共に伴走してくれるのがアスナロのサービスです。会社の強みにフォーカスしながら、会社の魅力を最大化するための採用力強化に一所懸命に取り組んでくれます。

採用支援企業様のコメント



株式会社PASET
代表取締役 磯本 昇汰 氏

採用は入社がゴールではなく、その後に本人が活躍して初めて成果になります。私たちは人材紹介と研修の両方に関わる中で、入社前に会社への理解と納得が足りないまま入った方が、早い段階で力を出せずに終わる場面を見てきました。愛着採用が扱う「選考過程での関係づくり」は、内定承諾率だけでなく、入社後の立ち上がりにも効いてくる領域だと考えています。採用の入口と、その先の定着までを一本の線で捉えた取り組みとして、期待しています。



株式会社アンドブルー
創業者兼代表取締役社長 新居 和 氏

地方企業の採用は、都市部以上に厳しい環境が続いています。私たちも徳島で企業様の採用をご支援する中で、「応募が来ない」という課題だけでなく、「せっかく出会えた候補者とのご縁が選考途中で途切れてしまう」という悩みを数多く見てきました。だからこそ、応募数だけでなく、候補者との関係性づくりや入社への納得感に着目したアスナロ社の取り組みは、多くの地方企業にとって新しい選択肢になると感じています。地域企業が採用力を高めるための大きな後押しになると感じています！

愛着採用の型の導入

採用活動を『技術』として習得していただくよう支援いたします。

採用活動における悩み

条件面や認知度が劣るが故に
大手企業や競合他社に競り負
けてしまうのが現状。

母集団が昨年の数を下回ると
目標の採用人数に到達させる
ことができない。

属人的且つ、偶発的な採用が
行われてきたこともあり、
再現性がない状態。

愛着採用伴走プログラムを導入することで…

機能面の価値、社会面の価値に目を向け過ぎず、
感情面の価値の訴求を最大化することで、簡単に
負けない企業となります。

人が集まらなくとも、採用ができる組織に。
人口減少に伴い、年々減少する母集団を気にする
ことなく、採用する力を高めていただけます。

弊社で準備している愛着採用の型は、実践的ですぐ
に活用していただけます。基本の型を納品させてい
ただくため、採用活動の動作が標準化されます。

再現性のある
採用活動へ

そして、採用に
強い組織へ



サービス比較

業務支援を通して、採用力の向上、そして組織の変容を促進します

	愛着採用伴走プログラム	研修サービス	コンサルティングサービス
目的	歩留まり・内定承諾率の向上に向けた課題の言語化と解決策の実行支援	知識・スキルの体系的な習得（考え方・型のインプットが中心）	採用における課題の特定と解決策の提言（戦略・仕組みの立案が中心）
アプローチ	伴走型の採用支援で、現場の課題を特定し、型を用いて進行	座学・ワークショップ型。カリキュラムに沿って知識・スキルを一括で伝達	伴走型の採用支援で、分析・提言を行い進行
支援期間	スタンダードプラン：6ヶ月間 ※1ヶ月から支援も可能	単発～数回（1日～数日間で完結することが多い）	プロジェクト単位（年度毎、数ヶ月）
ポイント	採用活動を『技術』として習得し、実践できる状態にする。	スキル獲得や標準化、底上げに有効。個別課題への対応や実践への落とし込みは受講者任せになりやすい。	専門的知見に基づく提言を得られる。実行・定着までは伴走せず、成果は自社の実行力に依存しやすい。

料金プラン

業務支援を通して、採用力の向上、そして組織の変容を促進します

プラン名	スタータープラン	スタンダードプラン	アドバンスプラン
支援目的	愛着採用の型の習得	愛着採用の型の実践	愛着採用の型の実践と独自の型の構築
ご支援期間	1ヶ月	6ヶ月	7ヶ月~12ヶ月
費用/人	30万円	120万円	240万円~
ご提供内容	・インストールガイダンス（120分×2回） ・技術拡張セッションor課題解決セッション（2回） ・愛着採用の型データ ※愛着採用の型カードのお渡しはございません。	・インストールガイダンス（120分×2回） ・技術拡張セッション（4回） ・課題解決セッション（8回） ・愛着採用の型カード、データ ・トレーナーへの壁打ち、チャット相談 ・その他、適宜発生した事案の納品物	・インストールガイダンス（120分×2回） ・課題解決セッション（要相談） ・愛着採用の型カード、データ ・トレーナーへの壁打ち、チャット相談 ・貴社独自の採用における型の構築 ※ご要望

料金プラン

業務支援を通して、採用力の向上、そして組織の変容を促進します

プラン名	スタータープラン	スタンダードプラン	アドバンスプラン
支援目的	愛着採用の型の習得	愛着採用の型の実践	愛着採用の型の実践と独自の型の構築
ご支援期間	1ヶ月	6ヶ月	7ヶ月~12ヶ月
費用	無料 (通常価格：30万円)	120万円	240万円~
ご提供内容	先着 5社様 ・インストールガイダンス（120分×2回） ・技術拡張セッションor課題解決セッション（2回） ・愛着採用の型データ ※愛着採用の型カードのお渡しはございません。	・インストールガイダンス（120分×2回） ・技術拡張セッション（4回） ・課題解決セッション（8回） ・愛着採用の型カード、データ ・トレーナーへの壁打ち、チャット相談 ・その他、適宜発生した事案の納品物	・インストールガイダンス（120分×2回） ・課題解決セッション（要相談） ・愛着採用の型カード、データ ・トレーナーへの壁打ち、チャット相談 ・貴社独自の採用における型の構築 ※ご要望

歩留まり向上に向けた方向性

歩留まり改善に向けた考え方

新しいものを購入するかどうか、新たな挑戦をするかどうかを決める判断の際に入っている3つの価値側面

機能面の価値

実用的・合理的に「役に立つか」。コスト・時間・効率・品質など、客観的に測れる効用のこと。

社会面の価値

他者から「どう見られるか」。属するコミュニティや肩書きなど、外側からの評価・所属感のこと。

感情面の価値

内側で「どう感じるか」。安心・誇り・ワクワクなど、自分の内側にある感覚・気持ちのこと。

歩留まり改善に向けた考え方



(例) 新しい冬物のジャケットを購入する際の意思決定について



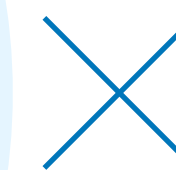
機能面の価値

暖かさや通気性、デザイン
または、金額



社会面の価値

スタイルやブランドが
周囲の人に与える影響

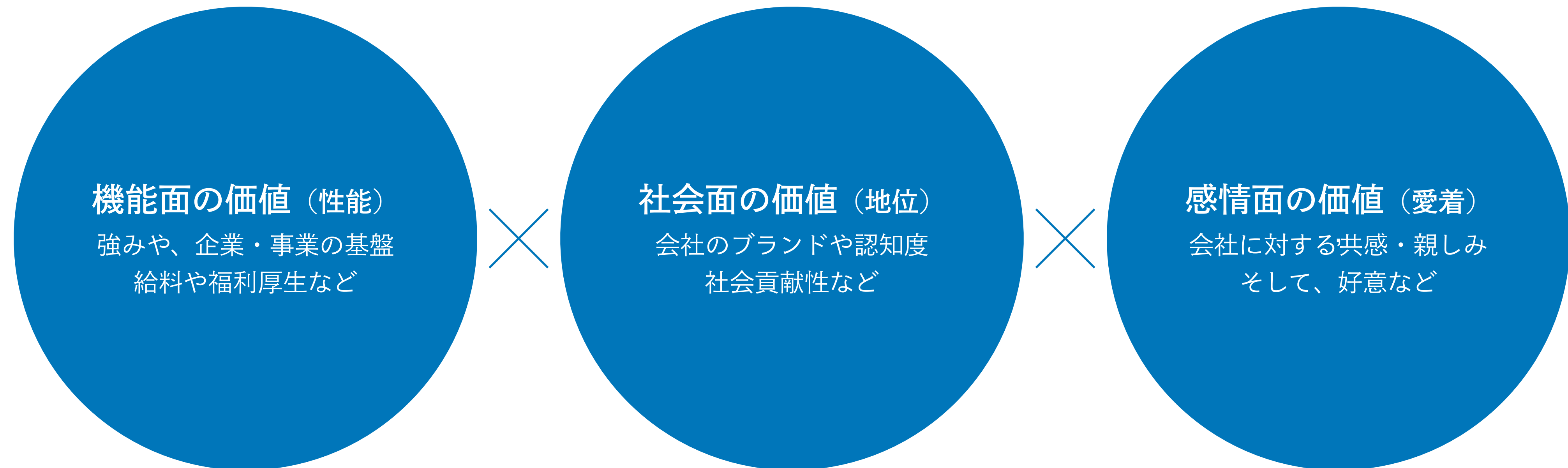


感情面の価値

身につけている時に
自分自身が抱く感情

歩留まり改善に向けた考え方

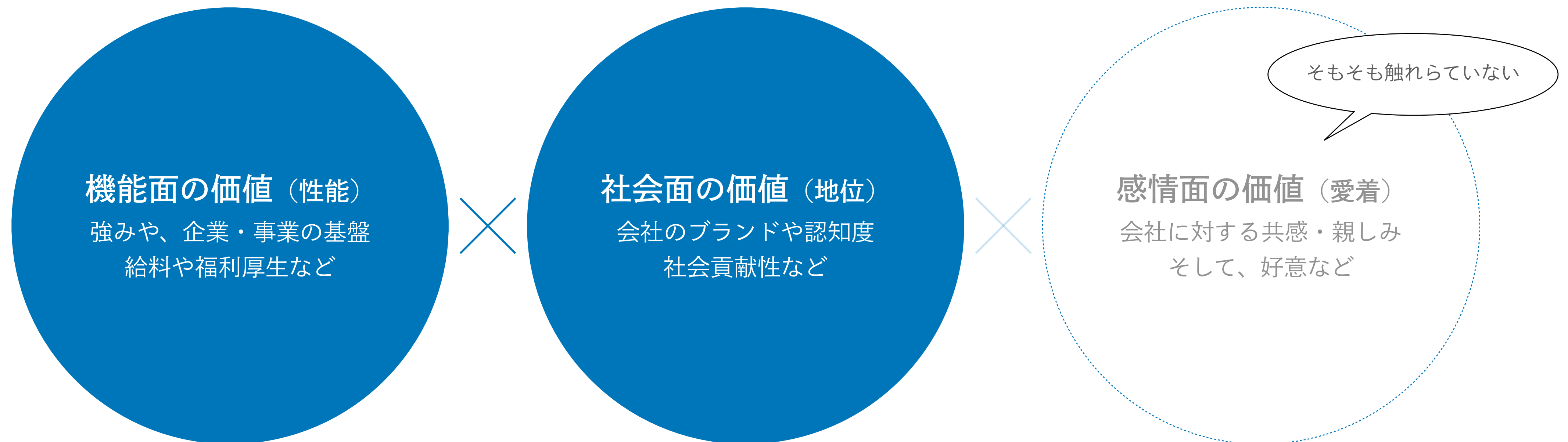
採用活動においても、これら3つの価値側面は大いに機能していると考えられます



歩留まり改善に向けた考え方

多くの企業で見られるのは、機能面の価値、社会面の価値の訴求に終始しているという事実であり
感情面の価値の訴求が、あまり見られないというのが現象として起こっています

「大手と比べて給与が低い」「うちは認知度が低い」などの機能面、社会面の価値を前提とした言葉をよく聞きます



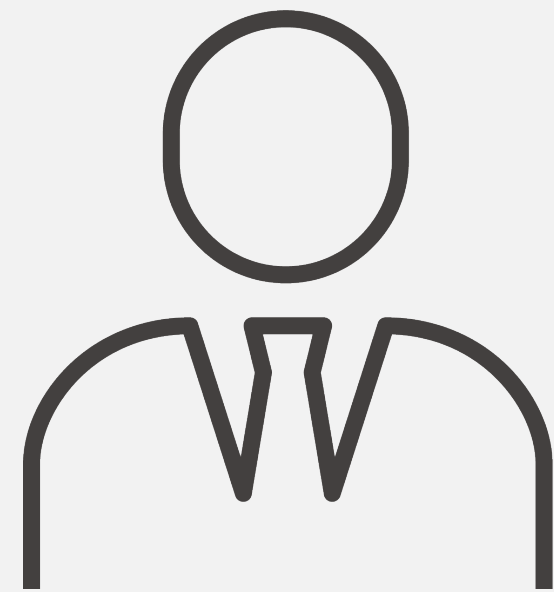
また、学生自身も企業を見る観点は機能面の価値、社会面の価値が前提であることも事実です

歩留まり改善に向けた考え方

感情面の価値が訴求できていないと…

大手と比べて給与も認知度も低いが
うちに来てくれないだろうか？

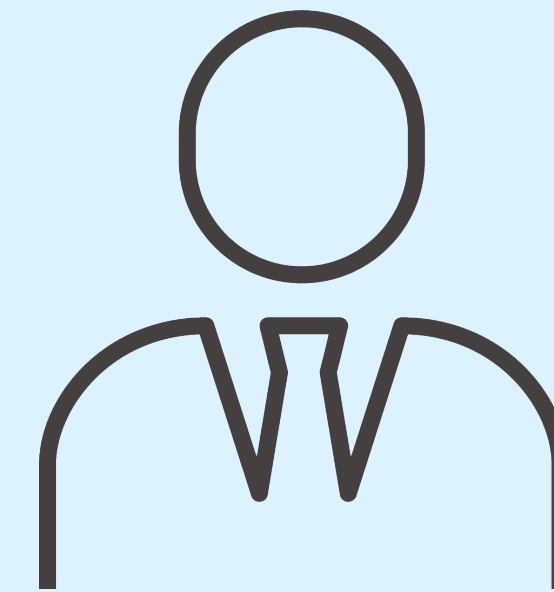
いやあ…



感情面の価値が訴求できていると…

他社に劣る部分はあるが、私たちは
あなたに力を貸して欲しいんだ！

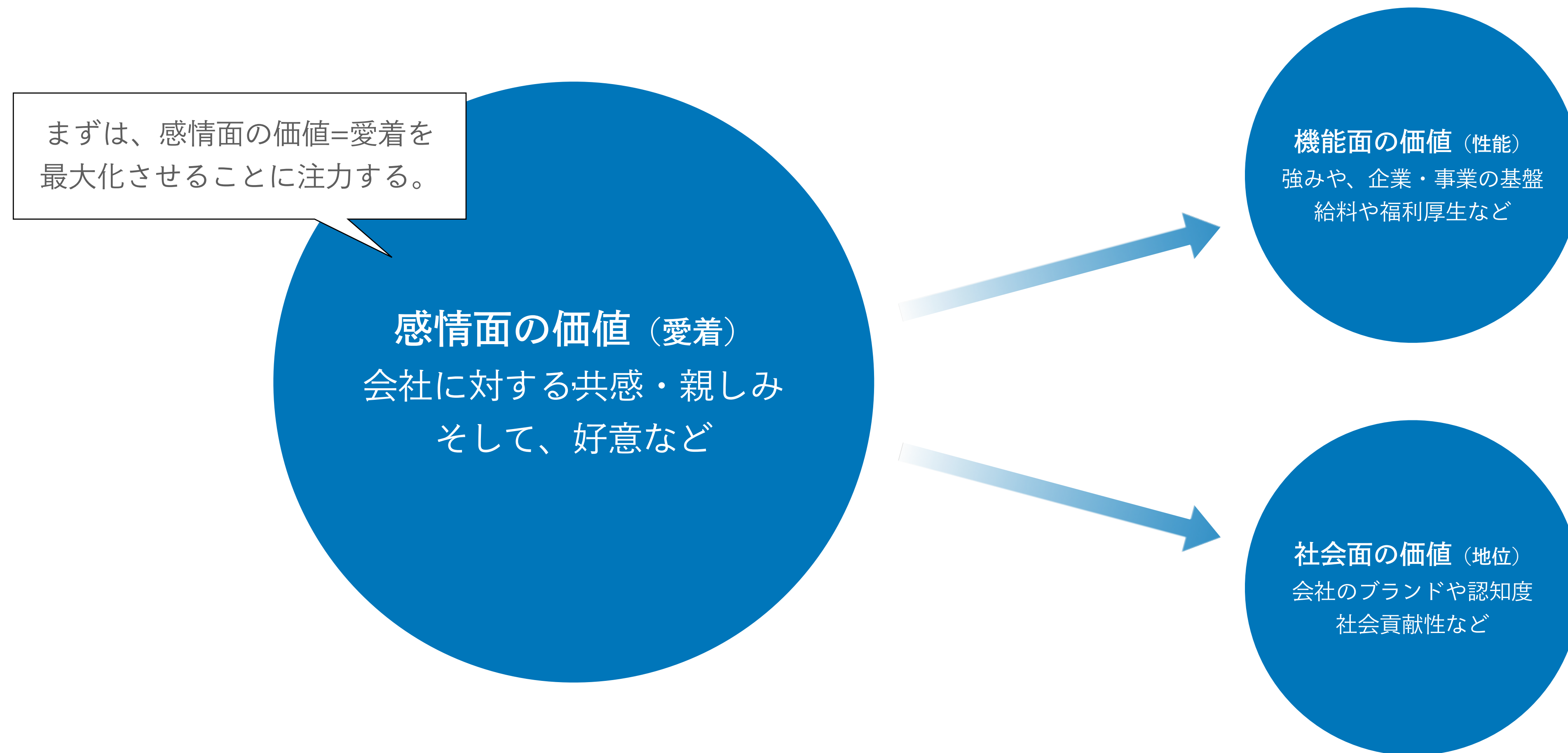
見劣りするが
良い会社だし！



機能面の価値、社会面の価値だけで天秤に比べると、競合他社に競り負けますが
感情面の価値の訴求を続けることで、多少の見劣りがあっても、簡単には捨てられない存在になります。

歩留まり改善に向けた考え方

機能面の価値、社会面の価値に自信がない場合、まずは感情面の価値=愛着を徹底的に訴求した上で
機能面の価値、社会面の価値の伝え方を考え、相手が求める要素を的確に伝えていきます



愛着のアーキテクチャ

愛着とは「特別だ！」という他に変えがたいという感情を指します。
私たちが愛着を感じる要素には何があるのか？

〈場所〉



〈物〉



〈人〉



背景には、必ず何らかのストーリーやドラマが存在している。
つまり、ストーリーやドラマを纏うことが愛着につながります。

ご支援させていただく企業様

弊社のご支援の対象企業様は下段の企業様です。

