

学生目線で採用パンフ作り

企業の魅力を就活生に伝える採用パンフレット。これに学生の発想を盛り込んでみようと、県立大と尚絅大の学生が企業の協力を受けて作成にチャレンジした。企業は就活生の目線を理解でき、学生は企業、業界の中身を知るという「ウィンウィン（相互利益）」の関係の中で、学生たちは本格的なパンフに仕上げた。

県立大、尚絅大が挑戦

企業4社 インタビューなど掲載

パンフ作りは、実践型インターンシップ事業を展開する一般社団法人「フミダス」（熊本市東区）が、県立大の丸山泰教授（マーケティング）と尚絅大の所吉彦教授（経営学）に提案。今後の本格的な就活への動機づけになるとして、県立

大総合管理学部2年と尚絅大文化言語学部1、2年の計29人が2015年10月から2カ月掛かりで取り組んだ。

企業の概要を学び、仕事内容を体験するインターンシップは「受け身」になりがちだ。しかし、「企業と一緒に取り組

むパンフ作成は、学生が能動的に動かなければならないので難易度は高い」と丸山教授。「他大学と競争することも刺激になる」と期待した。

協力したのは健康福祉系ベンチャー「くまもと健康支援研究所」（熊本市東区）、住宅建築・不動産「コーエイ」（菊池市）、ウェブサイト・映像制作「TAS ART」（菊陽町）、インターネット通販「利他フーズ」（熊本市北区）の4社。県立大、尚絅大の双方が各社のパンフを作り、企業側が優れた作品を選ぶというコンペスタイルを想定。学生は1社につき3、4人のチームに分かれ、企業への取材も試みた。

例えば「TAS ART」のパンフを担当した尚絅大チームは、全社員5人のインタビューを掲載。県立劇場や企業のホームページなどを手掛ける業務内容を

採用パンフレットの作成報告会で、手掛けたパンフの特徴などを説明する県立大の学生たち＝昨年12月25日、熊本市東区の県立大



踏まえ、「普段はライフスタイルに合わせて自宅で仕事をしている」「ネットサーフィンをよくする人はこの仕事に向いている」といった社員の言葉を引き出した。学生が入社後の姿をイメージしやすいようにしたという。

一方、県立大チームはチャート式の性格診断を載せ、楽しみながら職種選びができるように工夫。「TAS ART」がホームページを作っている整骨院にも取材し、「私たちの整骨院のコンセプトを、ホームページを通して伝えやすくなった」という顧客の声に注目した。

パンフはいずれもカラーでA4判、4頁。昨年12月下旬に県立大であった報告会では、見事な仕上がりに各社の担当者が拍手を送った。

県立大チームに軍配を挙げた「TAS ART」の田崎新二社長(38)は、「どちらの大学も、そのまま本物の採用パンフとして使いたいほどの出来栄」と絶賛。顧客インタビューなどを捉え、「私たちが作るパンフは、どうしても企業としての技術や成果を強調しがちになるが、幅広い観点で伝える大切さに気付かされた」と評価した。

同社のパンフを作った県立大の坂本未来さん(20)は「企業の良いところを紹介するだけの採用パンフにとどまらず、『学生がほしい情報は何か』を意識した」と語った。(西島宏美)

作成したパンフレットを持つ尚絅大の中島真依さん(左)と県立大の坂本未来さん



学生たちが手掛けた企業採用パンフレット