

# はじめに

大手人気企業に入社できる学生は、毎年、ほんのひと握りです。

上位大学の学生に限っても、十数パーセント。

つまり、ほとんどの大学生は”憧れの企業“に入社することができません。

にもかかわらず、多くの大学生が憧れと淡い期待に流されて、

本当の意味での志望動機がないままに、

受かる可能性が極めて低い大手人気企業に行列を成しています。

「今の自分では大手人気企業からは内定が出ない」

と気付くのが遅ければ、事態は深刻です。

就職サイトの隆盛は、情報の氾濫と自由応募という名の混乱を招き、

学生にイメージと思い込みによる就職活動を強いる環境づくりを推し進めてきました。

そして、企業に莫大な手間と広告費の捻出を強いる環境づくりを推し進めてきました。

この現状を打破し、日本の就職環境に変革を起こすべく、

新たな仕組みの構築を目指します。

## 【学生にとってのメリット】

○自分の偏差値(現在地)を測定することで、  
マッチする確立が高い企業への応募を可能にする。

※マッチする可能性が高い企業の紹介

※“あなた”にマッチするキャリアカウンセラーとの面談

※就職成功の確立を高めるための勉強会・各施策を案内

## 【企業にとってのメリット】

○自社の採用基準や求める人物像にマッチした  
学生を効率的に採用することができる。

※マッチする可能性が高い学生からエントリー増

※マッチする可能性が高い学生をピンポイントで紹介

※採用成功の確立を高めるための施策を案内(=コンサル・ツール制作等)

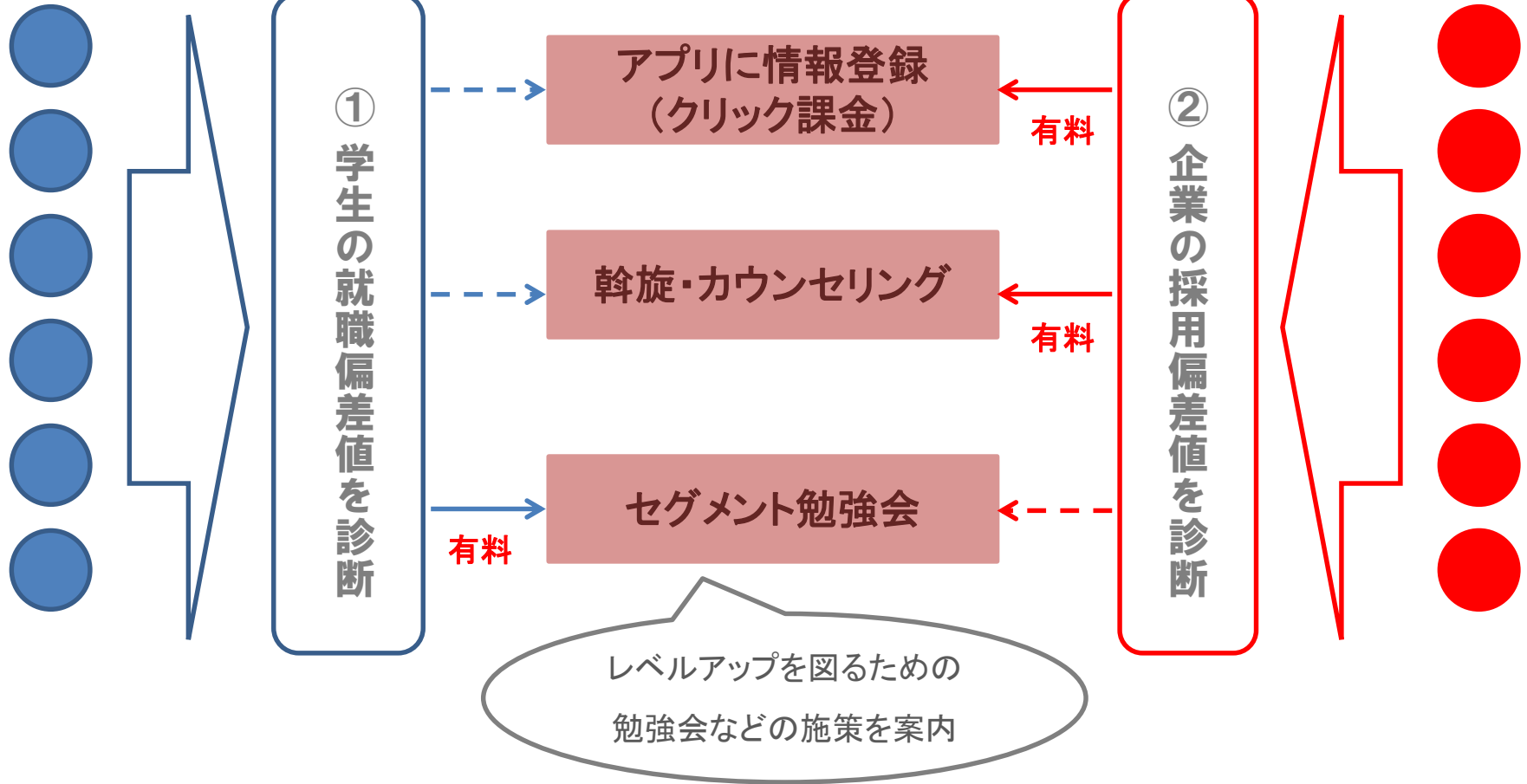
歪なアピール合戦はやめて、事実と希望を正直に伝える。

# 事業フレーム

大学生

セグメント&マッチング

企業



学生へのメリット提示 → 学生の登録拡大 → 企業の有料登録拡大

# 【内定が出るかどうかに関係する項目】

スペック

×

能力

×

志望内容

×

見た目

×

行動量

- ・学歴(大学・高校)
- ・資格
- ・年齢
- ・性別

- ・コミュニケーション能力
- ・論理的思考力
- ・リーダーシップ
- など

- ・業界
- ・職種
- ・企業規模
- ・知名度
- ・選択肢の幅
- など

- ・身長
- ・体重
- ・自覚
- など

- ・就活行動
- ・生活行動
- ・経験値
- など

## 【就職活動の成功には2パターンしかない】

- 初期志望企業に合格するラインに自分のレベルが到達していた。
- 初期志望企業ではなかったが、内定をもらって心から喜ぶことができた。

# 展望

○登録学生数 3年で5万人、5年で25万人。

○企業向けアプリの確立

○就職サイトからの就活デファクトスタンダードの奪取

○中途採用市場への応用（年収査定に変わるキラーコンテンツへ）

※2017年9月現在、新卒よりも中途の方が向いてると感じました。