

# 就活支援学生団体について

---

2011年12月1日

松木 利憲

# 前提

---

- 今回のプレゼン内容には多大なバイアスが存在します
  - ひとつのケースとして御認識ください
-

# 私、松木利憲について

---

- ヘッドハンター、キャリアカウンセラー、講師
  - これまでの職歴
    - 外資系コンサルティング会社でコンサルタント
    - 外資系メーカーでIT関連
    - ベンチャー立ち上げ(有料職業紹介事業)
    - ベンチャー企業で人事・採用
  - 早稲田大学教育学部出身
-

# バイアス

---

## 私の学生団体に関するバイアス

- 学生団体の支援は大したものではない
  - 内定者のアドバイスは役に立たない
  - 告知の仕方が嫌らしい
    - ノウハウを売りにしている
    - 『難関企業』『有名企業』内定者を売りにしている
    - 内定率を売りにしている
-

# ヒアリングに関して

---

- 中堅私立大学出身の社会人(3年目)
  - 学生時代にインカレ就活支援団体の運営を行っていた
  - 学生時代に私の会社でインターンしていたため、突っ込んだ話もできる
-

# 立ち上げ段階

---

- とある、学生起業コンテストのメンバーを中心に設立
  - 立ち上げ主催者は起業志向であった
  - 就活支援事業については、身近なテーマであり、即事業化につながるという判断であった
-

# 活動のモチベーション

---

- 基本的に、学生は社会人を信用していないことから、学生から情報発信を行いたい
    - 学生は食べ物にされる
      - インターンなど
    - 自分のことを考えてくれない
    - リクナビ・マイナビの情報は修飾されたもの
  - 学生が行う、学生のための支援という思い
-

# 活動内容

---

## □ 就活SNS

- 起業コンテスト以来の事業内容

## □ イベント開催

- 自団体のイベント
  - 集客イベント
-

# コミュニケーション手段

---

- インターネットが主
  - 当時はSNS (mixi, gree)
    - 現在はFacebook、Twitterなどだそうだ
-

# イベント

---

- 集客規模
    - 20～30人クラスから300人まで
    - 平均で100人
  - 企業からの開催受託による売上
  - メールアドレス収集によるSNSへの導線
-

# 運営

---

- 運営の中心は10名程度
  - この団体についてはインカレ(早稲田、慶應、東大など主体)
  - 主催者より優秀な人材は入ってこない
  - 運営メンバーの大学卒業とともに活動も収束することが他団体でも見られる
-

## 問題点 学生の側から

---

- 学生団体の宣伝・広報があざといのは、学生自身が求めている情報が、ノウハウ、テクニックに寄っている
  - 学生がイベントに魅力を感じる部分は、参加する内定者の内定先、社会人の所属
-

## 問題点 団体の側から

---

- お金は稼げた
  - 団体を運営していることによる優越感
  - 学生を下に見る者が多い(上から目線)
-

# メリット

---

- 他大、理文、学部を超えて知り合うことができるため、広い視点を得られた
-

# 学生団体について まとめ

---

- 顧客が学生となるため、学生のためというの  
目的が、上っ面なものになりがち
  - 組織としての継続性が薄い
  - 本質的な支援は行えていない
  - 社会人に対して排他的な面あり
-

# 学生団体をどう生かすか

---

- マーケティング(告知)は大学(キャリアセンター)よりも力を持つ
    - 学内を意識せず集客ができる
    - 学生が求めるキーワードを使える
  - 学生が行っているというとっつきやすさ
-