



# 企画の100本メニュー

## B to Bマーケティング企画

企画の100本メニュー

# 055

# 1

提起する  
問題・課題

# 新しい人材募集の 方法はないか？

「仕事の現場」「仕事の状況」を正確に訴求する人材募集

# 人材募集 ドラマ・パンフレット

仕事の専門性、価値観、仕事の感性を“楽しいドラマ”で分かりやすく

仕事の専門性や価値観や感性が重要になり、キャリアをアップする離職が拡大して、  
適正な人材の確保が難しい時代になりました。最大の経営資源である人材の確保の新しい方式が必要です。

仕事の専門性や価値観や感性のコミュニケーションは、表面的な話しより本音で通じ合うことが  
求職する側も会社側も内容のある話になります。

本企画は「人材募集ドラマ・パンフレット」を活用して、価値観を共有し、一緒に未来を開発する人材募集の企画です。

**ING**  
CORPORATION

商品に”心の価値“を加えて、ビジネスの”新しい価値“を開拓する

本企画のメニューは、激変する社会に対応するために、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する企画です。

商品の“新しい価値”とは、商品の「モノの価値」に対する”心の価値“の開拓です。

”心の価値“とは「商品を使う喜びや幸福感」であり、それはお客様が永遠に求め続けるものです。

貴社の課題解決ソリューションとしてのオリジナルの企画をご提案させていただきますので、お気軽にお問合せ、ご相談ください。

# 新しい人材募集の方法はないか?

「仕事の現場」「仕事の状況」を正確に訴求する人材募集  
**人材募集  
ドラマ・パンフレット**  
仕事の専門性、価値観、仕事の感性を“楽しいドラマ”で分かりやすく

2

## 新しい価値の開拓

激変する社会状況で求職者が「どのような職業に就きたいか？」を考えるのは非常に難しいです。企業理念やミッションや社会貢献やビジネスの特異性を、求職者の立場から理解するのは難しいです。「人材募集ドラマ・パンフレット」は、企業理念やミッションや社会貢献やビジネスの特異性を、ストーリーで分かりやすく伝えます。重要なことは“きれいごと”のドラマは見破られてしまうことです。リアルに問題・課題を露出する方が共鳴や共感を得られることです。「人材募集ドラマ」を観て、「なにを感じたか？」を感想文や本音で話してもらいます。そして、職業に対する求職者の「共鳴・共感」で「資質・個性・価値観」を見分けるシステムです。次に「専門性のドラマ」や「現場のドラマ」を観てもらい、具体的な仕事に対して「なにを感じたか？」を話し合います。仕事の専門性や価値観や仕事の感性のコミュニケーションは、表面的な話しより本音が必要であり、価値観を共有して一緒に未来を開発する人材募集の土台をつくります。

3

## 3分ドラマコンテンツの活用

「人材募集ドラマ・パンフレット」は、「会社のドラマ」「専門性のドラマ」「現場のドラマ」で問題・課題を露出します。どこの会社にも時代の変化と共に問題・課題が発生するので、その問題・課題を克服する人材を求めます。(お互いのミスマッチを未然に防ぐ必要があります)。人生の職業は資質と個性と才能を磨く場です。その職業人生を“夢と冒険と笑顔”のドラマにして、共鳴と共感と感動をつくります。

4

## 企画の目的と効果性

企画の目的は、求める企業と求められる人材との幸福なエンゲージメントを叶えることにあります。企画の効果性は「仕事の真実をストーリーにしたドラマを観てもらい」、求職者の価値観や美意識や感性をコミュニケーションすることです。価値観や美意識や感性で、これからのビジネスの核となる素質を磨いて素晴らしい人生の開拓に寄与できることを願います。

