

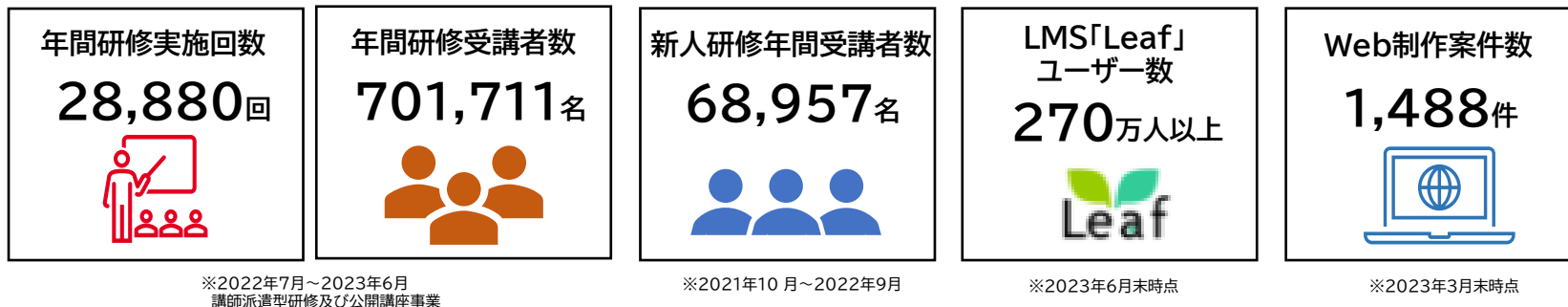
【無料セミナー】  
アフターコロナの採用戦略  
～Webと教育で採用ブランドを高める

---

2023年  
株式会社インソース  
株式会社インソースマーケティングデザイン

# インソースでは若く多様なメンバーが活躍中

株式会社インソースは、創業から20年間、約4万組織の人事課題を解決してまいりました。



20代の社員27%、30代の社員34%

毎年平均20名の新入社員が入社し、若く多様なメンバーが活躍中！

従業員のうち女性比率は56.6%、管理職のうち女性比率は38.5%

	合計	うち女性	インソースのダイバーシティ	平均年齢
従業員数	643人	364人 (56.6%)	<p>外国出身:4人 シニア(60歳以上):42人 LGBT:5人 障がいのある方:11人</p>	<p><b>35.9</b>歳 ※2</p>
管理職	208人	80人 (38.5%)	<p>過去3年間の新卒採用者数</p> <p>2022年:22名 2021年:30名 2020年:13名</p>	<p>過去3年間の新卒離職者数</p> <p>2022年:0名 2021年:2名 2020年:2名</p>

※1

※1 23年6月末時点 ※2 2022年8月末時点

# 母集団の形成と人材の定着が課題

## よくあるお悩み① 応募が来ない、人が集まらない

- ・人数が少ない若手（新卒）を計画通りに確保できない
- ・即戦力人材やDX人材を求めているが、各社取り合いになっている中、自社に応募が来ない
- ・マンパワーで認知を高めることに限界を感じている

## よくあるお悩み② 人材が定着しない

- ・内定を出しても辞退されてしまう
- ・転職しやすい時代となり、離職率が高い

# 採用ブランディングとは自社「らしさ」を発信すること

## ■ 「かっこいい」 自社採用サイトで魅力を発信する

- ・ 就職活動時に採用サイトを確認することが当たり前の時代
- ・ かっこいいデザインと写真で、自社のブランドイメージを高める

## ■ “働く場” としての魅力を高める

- ・ 自社ならではの魅力をアピールすることで、「働く場所」としての企業イメージを向上させる
- ・ 商品・サービスだけでなく、企業理念やカルチャーなどを発信し、企業全体をブランディングする

## ■ 採用ブランドを構築する2つの価値

### ① 感覚的な価値

- ・ なぜ、この事業を営んでいるのか？
- ・ どのような理念・ビジョンを持っているのか？
- ・ どのような仕事ができるのか？
- ・ どのようなやりがいがあるのか？
- ・ どのような人と、どのような環境で働くことになるのか？

→ これらの情報は、求職者に熱く訴えかける必要がある（文字だけでは伝わらない）  
→ 価値観がフィットすれば、エンゲージメントの向上につながるため、転職しにくい

### ② 機能的な価値

- ・ 企業規模は？
- ・ 業種は？
- ・ 給与・福利厚生は？
- ・ 研修制度は？
- ・ どのような商品・サービスを扱うことになるのか？

→ これらの情報は就職サイトなどの文字情報で十分に伝わる  
→ より良い条件の他社が見つければ、転職の可能性もある

# 人材の定着と採用コストの削減も期待できる

## ■ 転職理由の上位に「人間関係に関するもの」がランクイン

- ・転職理由として、「給与が低い」「昇進が見込めない」などの待遇面に次ぎ、人間関係や社内の雰囲気に関するものが上位
- ・機能的な価値(給与・福利厚生)はもちろん、感覚的価値(どんな人が、どんな環境で働いているのか)を選考段階・採用時にしっかり伝えることで、採用後のミスマッチを防げる

## 転職理由ランキングTOP10

トップ10には、

- ・3位(前回4位)に「社内の雰囲気が悪い」
- ・4位(前回10位)に「尊敬できる人がいない」
- ・7位(前回12位)に「人間関係が悪い／うまくいかない」

人間関係に関する理由がランクインし、いずれも前回から順位を上げている

転職理由ランキング(総合)【1位～10位】			
順位	前回順位	転職理由	割合
1位	1位	給与が低い・昇給が見込めない	32.8%
2位	2位	昇進・キャリアアップが望めない	25.2%
3位	4位	社内の雰囲気が悪い	23.4%
4位	10位	尊敬できる人がいない	22.9%
5位	7位	業界・会社の先行きが不安	22.4%
6位	6位	スキルアップしたい	22.2%
7位	12位	人間関係が悪い／うまくいかない	20.9%
8位	3位	会社の評価方法に不満があった	20.7%
9位	5位	肉体的または、精神的につらい	20.3%
10位	9位	労働時間に不満(残業が多い/休日出勤がある)	18.7%

出典: 転職サービス「doda(デュード)」転職理由ランキング2022

- ・対象者: 20歳～59歳の男女
- ・雇用形態: 正社員
- ・調査方法: ネットリサーチ会社を利用したインターネット調査
- ・実施期間: 2022年8月22日～2022年8月30日
- ・有効回答数: 789件

# 採用ブランディングは根気強く、継続的に取り組む

## ■全社で取り組む必要がある

- ・採用ブランディングで発信する情報と実際の現場と相違が無いように全社で認識と価値観を統一する

## ■効果が出るまでに時間を要する

- ・認知度向上や企業イメージの浸透、応募者の増加など、効果が出るまでに数年はかかる
- ・長期的な計画を立てる必要がある

## ■継続的な取り組みが必要

- ・自社の採用ブランドイメージを定着させていくために、情報とメッセージの発信を継続的に行う必要がある
- ・また、発信する情報はこまめに更新する

# 採用ブランディングと人材の定着に向けた施策

## ■実施手順

- ①求める人物像を具体化し、発信する情報を整理する
- ②採用サイトで魅力を発信する
- ③面接の質を高め、求める人材を採用する
- ④定着に向けた継続的なフォロー（教育の実施・活躍する場の提供）
- ⑤上記①～④について、PDCAを回しながら運用を継続する

## ステップ①

求める人物像を具体化し、発信する情報を整理する  
～自社の魅力を採用コンセプトに込める



# 自社について分析し、魅力を明確にする

## ■ 自社の立ち位置を客観的に把握する

- ・業界全体や採用市場を見渡して、自社のポジションを分析
- ・どんな魅力を発信できるのか、どんな理念やビジョンを持っているのかを明確化

### 【インソースの例】

#### インソースはグローバルに評価される社会課題解決企業

- ・スピード、挑戦、多様性を重視。自ら変化し続ける組織
- ・業績拡大中の成長企業。営業利益率も高く、今後も成長余地が大きい
- ・事業目的は、働く人に関わる社会課題解決の支援。ESGへの取組みにも注力



# 組織の5年後、10年後を考える

## ■求める人物像を考える際の観点

### ①既存事業をさらに成長させるためにどんな人材が必要かを考える

- ・自組織で活躍している人材とは、何ができ、どんな要素を持ち合わせている人物か
  - ・社内には実際に、どんな人材が所属しているのか／いないのか
- この2つを明確にし、自組織の人材ポートフォリオを策定する

### ②「今」必要な人材だけでなく、「将来」必要となる人材を推定する

- ・組織は民間企業も官公庁・自治体も成長しなければいけない
- ・組織の成長した将来の像を描き、逆算して、どんな人材が必要かを考える

### ③誰になら新規事業を任せることができるのか

- ・例えば新卒入社において、今までと同じような人材ばかりを採用していても、今までと異なる新規事業はできない



# 採用コンセプトを決める～発信する情報の整理

## ■魅力的なキャッチフレーズで求職者を掴む

- ・求職者に伝えるべきメッセージや自社の特徴、採用方針を一言で表現
- ・会社説明会や採用サイト、選考・面談など、採用活動におけるあらゆる接点で、一貫したメッセージを伝える

### 【インソースの例】

## インソースの採用コンセプト ～**SPEED&CHALLENGE** に込める思い

### ①インソースの3つのSPEED

- ・外部環境の変化に対し、迅速かつ適切に対応する
- ・即判断し即行動する
- ・お客さまの課題を解決するサービス、流行の一步先を行くコンテンツを迅速に開発・提供する

### ②インソースの3つのCHALLENGE

- ・社会課題解決への挑戦 例:生理の貧困対策支援プロジェクト  
mon champ(障がい者福祉のオンラインショップ)
- ・経営体制刷新への挑戦 例:企業規模の概念導入によるマーケット開拓、コンテンツ拡充
- ・システム開発への挑戦 例:「Leaf人的資本管理」の開発

# ターゲットに合わせて発信する情報を決める

## ■ 社会貢献活動に関する自社独自の取り組み（新卒）

- ・ネットやSNSを通して、世界中のあらゆる社会問題や環境問題に触れる機会が多いことなどから、Z世代はサステナビリティやエシカル意識が高い

### 【インソースの例】

#### 生理の貧困対策支援プロジェクト



- ・インソースの2023年度新規採用では、会社説明会やHPで活動をアピール。応募者の約30%が本プロジェクトに興味があると回答。

## ■ 即戦力人材としての活躍イメージを持てる内容（中途）

- ・高度な知識やスキルをもった即戦力として自分の力をどのように発揮できるか、自分と同じ年齢層やバックグラウンドを持つ人がどんな風に活躍しているのかのイメージを持ってもらう

### 【インソースの例】

- ・部内の雰囲気や、キャリアパスイメージをWebに詳細に記載
- ・面接は、同じ業界出身の中途社員も同席するなどして、社員から活かせる強みや、会社の魅力を語って（発信して）もらう

# ステップ②

## 採用サイトで魅力を発信する ～採用ブランドを構築する

## ■採用サイトは必須！興味・関心を深めエントリーにつなげる

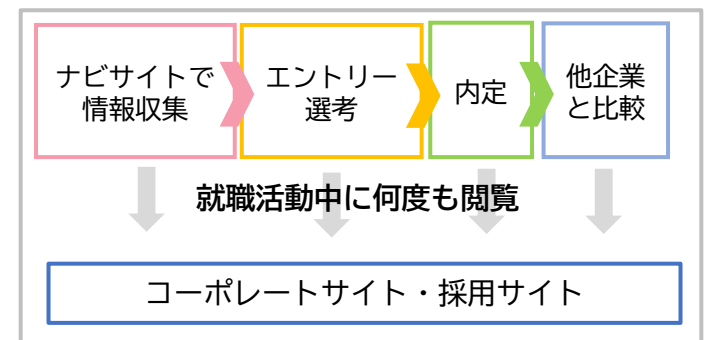
- ・就職白書2022によると82.7%の就活生が情報収集手段として、**コーポレートサイト・採用サイト**を利用
- ・決まったフォーマットで情報を載せる求人サイトでは企業独自の色を出しにくいいため、採用サイトで会社の個性を出すことが重要

## ■採用サイトのポイント

### ①十分な情報量と更新頻度の高さ

- ・就職活動のフェーズごとに求職者が見る内容は異なるのでどのページもしっかりと作りこむ  
～必要な情報を分かりやすく整理する（**機能的な価値**）
- ・社員のインタビューを写真付きで複数載せ、社内の雰囲気伝える  
～社員自らが「自社の魅力」を語る（**感覚的な価値**）
- ・また、情報は頻繁に更新し、採用に対する熱意を見せる

採用サイトは何かあれば帰ってくる！



### ②ギャップを解消するリアルさ

- ・採用サイトは常に「企業と就活生の接点」  
「カッコつけすぎた会社紹介」や「リアルさがない社員紹介」ではなく「リアル」なコンテンツを掲載  
結果として採用のミスマッチ防止にも繋がる

## ■採用コンセプトと「かっこいい」写真

- ・自社「らしさ」を表した採用のキーコンセプトを、TOPに表示する
- ・採用サイトに使用する写真は、自社の社員やオフィスなど、オリジナルを使用

⇒特に新卒・第二新卒採用は、イメージが重要

▼インソースの例「新卒採用サイトトップページ」 <https://www.insource.co.jp/recruit/freshers.html>

- ・2023年の採用コンセプトである「**SPEED&CHALLENGE**」を大きく表示
- ・写っている人物はほとんどインソース社員で、写真好きな社員が撮影



## ▼インソースの例 <https://www.insource.co.jp/recruit/freshers.html>

- ・社員の写真を複数掲載
- ・どんな社員が働いているのかの雰囲気も伝わる

**市場のニーズ顧客の課題解決**

トータルソリューション  
最適な手段・コスト

品質  
ノウハウ

**DX推進企業として～自社の育成ノウハウを提供**

自社で開発した研修管理システムLeafは、仕事の負担を軽減し、業務効率化や生産性向上に大きく貢献しています。また自社内のエンジニアの育成はもちろん、DX人材育成にも力を入れています。例えば、全社員を対象にPython研修を受講する、といった取り組みを実施いたしました。DX人材であるインソース社員が自ら、これらのシステムやDX人材育成の取り組み事例をお客様に提供することで、オンライン研修の導入サポートやAI・RPA担当者の育成など、お客さまのDX推進を支援しています。

**3つの強み**

コンテンツ開発力  
コンテンツ開発（教育WEBサービス）を内製

IT力

## ▼ 松井証券様の例

**会社説明**

人事 松井証券 2024年卒採用 会社説明動画

MISSION  
お客様の豊かな人生をサポートする。

お客様にとっての「豊かな人生」とは何か？  
経済的に豊かな人生、社会と様々なつながりがある人生、学び地獄し続ける人生など、価値観はお客様一人ひとり異なります。  
松井証券は100年を超える歴史の中で、お取引先からオンライン等最先端証券へ変遷するなど、変わりの先に進化してきました。  
し、時代がかわらうとも、「豊かな人生」を築くためのサポートに変わっていく、この思いは今も変わらぬ思いです。  
お客様一人ひとりの人生が豊かになるため、全力でサポートすることが私たちの使命です。

松井証券の会社説明動画です。選考に応募いただく方は、事前にこの動画を視聴のうえ、応募をお願いします。

マーケティング部  
2015年度 新卒入社

財務部  
2019年度 新卒入社

一覧を見る



## ■社員インタビュー

- ・クロストーク(社長×社員など)
- ・先輩社員紹介(直近3年以内)  
1日のスケジュール、プロジェクトストーリーなど

### ▼インソースの例「先輩社員の声」

<https://www.insource.co.jp/recruit/freshers-interview.html>



#### 学生のみなさんへメッセージ

どこの会社に行っても、目標は課せられます。そしてその目標を達成することを求められます。しかし、インソースには目標達成に至るまでの道のりに、インソースならではの楽しさがあると考えています。当社の選考を通じ、少しでも「営業って楽しそう」と思ってもらえれば良いと思っています。



### ▼松井証券様の例「社員インタビュー」

<https://www.matsui.co.jp/company/recruit/freshman/interview/>



#### 4. 入社後に感じたギャップ



若手社員の意見を聞いてもらいやすいという点で、webサイトアップロードの作業は、作業が完了したため、改善案として別の方法を提案する、今ではその方法がチームで採用されています。提案から拒絶されることはまずありませんし、提案風土があります。だからこそ、日常の小さな気くるとも感じています。

⇒ 「自分ごと化」できるエピソードで求職者を引き付ける

## ■社長メッセージ

・どんな人を募集しているのか、どんなカルチャーの企業なのかをトップ自らが語る

### ▼松井証券様の例「社長メッセージ」

<https://www.matsui.co.jp/company/recruit/freshman/companyinfo/message/>

The screenshot shows the Matsui Securities website's recruitment page for fresh graduates. The header includes the company logo 'MATSUI 松井証券' and navigation links such as '会社を知る', 'Pick Up', '働く環境', '社員インタビュー', '採用情報', and 'よくあるご質問'. A green 'Entry' button is visible on the right. The main content area has a teal background and features the title 'Message 社長メッセージ'. The text describes the company's history, its transition to a digital model, and its commitment to customer support. A photograph of the CEO is shown on the right side of the message.

投資をまじめに、おもしろく。  
MATSUI 松井証券 新卒採用サイト 2024

会社を知る Pick Up 働く環境 社員インタビュー 採用情報 よくあるご質問 Entry

Message  
社長メッセージ

松井証券は、1917年創業の、もともとは中小の伝統的対面型証券会社でした。

そんな当社が飛躍する大きな転機は、1990年代の後半に遡ります。当時、金融自由化という制度変更と、インターネット革命という技術革新が、同時に発生しました。当社は、その二つの変化が、ビジネスの前提を大きく変えると判断し、事業モデルのデジタル・トランスフォーメーション(DX)を20年前に実行し、オンライン専業の証券会社に生まれ変わりました。その後「お客様の豊かな人生をサポートする。」という変わらぬ理念の下、自己変革を繰り返しながら成長を続けています。

2022年12月にはブランドリニューアルを行い、コーポレートスローガンを「投資をまじめに、おもしろく」と決めました。これまで続けてきた、投資に「まじめに」向き合う姿勢は決して忘れずに、投資体験を通じたワクワク感・楽しさを伝えながら、投資を「おもしろく」するアイデアを生み出していくという決意を込めています。

⇒ 「誰からのメッセージか」で、求職者の受け取り方も変わる

## ■数字でみる我が社

- ・会社の様々なデータを掲載  
社員数(男女別、年代別、職種別など)、平均勤続年数、売上高推移、年間休日日数、有給取得率、月間平均残業時間、育休取得率、女性管理職比率 など
- ・一目でわかる**インフォグラフィック**の活用が効果的

### ▼ ASKUL LOGIST様の例「3分でわかるASKUL LOGIST」 <https://www.askullogist.co.jp/recruit/feature/>



⇒会社の雰囲気がイメージできる情報を意識して作成

## 働く環境

・制度、業務ツール紹介(slack、Teamsなど)、労働環境(勤務時間、休日、給与など)、福利厚生、教育体系(研修内容)

・「自身が成長できる環境か」を重視する求職者が多いため、**教育体系**の掲載は重要

### ASKUL LOGIST様の例「教育・研修制度」

<https://www.askullogist.co.jp/recruit/training/>

#### 研修制度

入社時は以下のプログラムにより、一から学んでいただける研修制度が整っています。その他にも、卒次研修や社内大学講座など、社員の成長をサポートする研修制度が充実しています。

##### 1 導入研修

- ・ビジネス研修
- ・物流・配送基礎研修
- ・グループワーク研修

##### 2 物流センター研修

センター内業務全て  
(入荷～出荷まで)

##### 3 配送営業所研修

- ・業務体験研修
- ・配送マネー研修

##### 4 OJT研修

立ち立ちに向けて  
各配属先拠点で、より実践的な  
実務研修に入っていきます

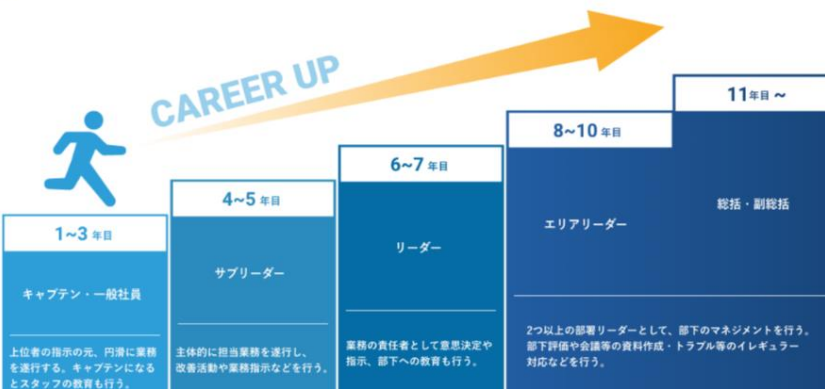
#### 研修スケジュール

3月	4~8月	9月	10~11月	2月	3月
ビジネスマネー研修 入社前3月末	入社式 4月 入社時研修 4月~8月	OJT(所属拠点・所属部署) 9月~			
		育成支援ツールでの回答および面談 9月~翌年9月			
		大卒内定式 10月	1年次 フォローアップ研修 2月	2年次研修 入社翌年 2月	3年次研修 入社翌々年 3月
		人事定期面談 10月~11月			

#### キャリアプラン

新卒社員として入社される皆さんには、将来「管理職」を目指して頂きたいと思っています。人事制度において、各役割に求められる成果・行動・マインドを「役割定義書」にて明文化しています。キャリアステップに必要な知識やスキルなどは、社内大学講座及びOJT研修にてバックアップしますので安心ください！

- 例 高卒/大卒社員 物流事業部でのキャリアアップ



**CAREER UP**

1~3年目	4~5年目	6~7年目	8~10年目	11年目~
キャプテン・一般社員	サブリーダー	リーダー	エリアリーダー	総括・副総括
上位者の指示の元、円滑に業務 を遂行する。キャプテンになると スタッフの教育も行う。	主体的に担当業務を遂行し、 改善活動や業務指示などを行う。	業務の責任者として意思決定や 指示、部下への教育も行う。	2つ以上の部署リーダーとして、 部下のマネジメントを行う。 部下評価や会議等の資料作成・トラブル等のイレギュラー 対応などを行う。	

⇒ 「成長できる環境かどうか」は、求職者の関心度が高い

## ■就活生へのお役立ち情報

- ・人事(採用)担当者コラム  
就活の進め方、ESの書き方、人事目線で見ているポイント
- ・内定者インタビュー(内定者の声)  
就活を始めたタイミング、興味を持ったきっかけ、入社を決めた理由

## ▼インソースの例「内定者プロジェクトに参加した内定者の声」

<https://www.insource.co.jp/recruit/freshers-naiteisya-pj.html>

### 内定者プロジェクトについて内定者が語ってみた

■内定者プロフィール



**T.R**  
心理学専攻。嘘に関することを研究中。趣味は読書。最近読んだ本は「本当の自由を手に入れるお金の大学」



**S.S**  
経済学部で行動経済学を専攻。趣味はお笑い鑑賞と料理。得意料理はカレー。



**T.Y**  
教育学部で小学校の教員免許と中学校の数学教員免許取得に向けて勉強中。趣味は早野球。

### 内定者プロジェクトに対する気持ち >>>>>



今回は内定者プロジェクトについて私含め23卒の内定者3人で語っていききたいと思います！



よろしくお願いします！



では、まずお二人は内定者プロジェクトについてどういう気持ちをもっていましたか？



私は、率直にやってみたいなと思っていました。

### 各業務に参加した内定者の声

商談同席

- 先輩社員の方に事前情報を頂いていたおかげで、社会人の疑似体験ができたように感じました。
- 内定者という立場で意見を求められ、自分の意見を伝える難しさを感じたため至らない点を改善しようと思いました。
- 実際の商談の場でお話の内容を聞けること、雰囲気を感じられることがとても貴重な体験だと感じました。
- 自分もお客様と話す時間を頂けたので、他の学生がおそらくしていない経験ができ、とてもためになりました。
- お客様に合った最適な研修をご提案できるようになるか不安も生まれましたが、学生のうちから貴重な経験ができ、社会人に向けて気が引き締まりました。

⇒何度もサイトを訪れてもらうことで関係構築にも貢献

## ■その他取り組みについて

- ・女性活躍推進
- ・DX
- ・人的資本経営
- ・社会貢献活動
- ・最近の人事の動き(Note・SNS)

## ▼インソースの例「サステナビリティページ」 [https://www.insource.co.jp/ir/ir\\_sustainable\\_index.html](https://www.insource.co.jp/ir/ir_sustainable_index.html)

**生理の貧困への対策支援**  
Efforts to eliminate period poverty

生理の貧困への対策支援 (5)

会社概要 拠点一覧 企業理念 事業内容 沿革

**生理の貧困対策支援プロジェクトを開始**

当社は荒川区の「生理の貧困」に対する取り組みに深く共感し、2021年11月に協定を締結しました。  
そして、日本全体の「生理の貧困」に対して、より包括かつ持続的な支援がし、本プロジェクトを開始しました。

**福祉団体の売上促進**  
Sales promotion for welfare organizations

福祉団体の売上促進 (5)

会社概要 拠点一覧 企業理念 事業内容 沿革 IR情報

**障がいのある方が働く福祉団体の売上向上を目指す mon champ**

当社はかねてから障がいのある方の待遇や雇用の環境に対して課題意識を持っており、福祉団体の売上向上を模索してまいりました。そしてより多くの企業・人々が商品を購入できる仕組みとして、2021年10月に福祉団体の商品を集めたECサイト「mon champ (モンシャン)」を開設しました。「mon champ (モンシャン)」で発生した収益は、製造元の福祉団体へ還元し、工賃向上や環境整備にお役立ていただいています。2022年3月現在、3団体の商品を販売しています。持続的な売上を確保するためには、購入者さまから信頼される商品でなくてはなりません。そのため、企業の贈り物としても活用できるパッケージデザインや品質改善を共に実施しています。今後は福祉団体の商品が売れるための支援も検討しており、商品のラインナップ拡充を目指します。

**ダイバーシティについて**

多様な人材が共に働く

当社グループでは女性が半分以上を占めており、外国出身者や60才以上のシニア、LGBT、障がいのある方など、多様な人材と共に働く「現代の組織」です。  
また世の中のダイバーシティ推進にも力を注ぎ、関連するサービスを各種取り扱っています。これらのサービスを提供する組織として、社内にも多様な人材が在籍し、多様な働き方を実現しています。

	男性	女性	
全社員数	279人 43.4%	364人 56.6%	
管理職	128人 61.5%	80人 38.5%	
常勤役員	9人 75.0%	3人 25.0%	
外国出身	シニア(60才以上) 42人	LGBT 5人	障がいのある方 11人

管理職職歴に従事者に占める女性の割合12.9%※令和5年/出典：内閣府男女共同参画局(「管理職職歴従事者」は、就業者のうち、会社役員、企業の課長相当職以上、管理職公務員等)

⇒企業を選ぶ際に、社会貢献・地域貢献を意識する求職者も多い

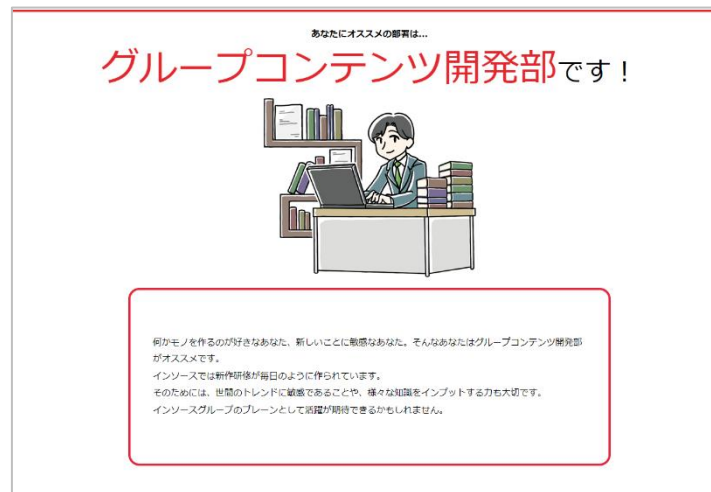
## ■ 自社オリジナルの適職診断コンテンツで他社と差別化

- ・自分がどんな職種に向いているかを診断してくれる「適職診断」を採用サイトに掲載
- ・サイトを訪れた求職者に“遊び”感覚で診断を楽しんでもらい、自社に興味を持ってもらう

### Web診断コンテンツ制作サービス

	料金	内容
パッケージデザイン	220,000円(税込)	「質問に答えていくことで、診断結果が出る」という診断コンテンツに必要な機能が備わっています。
オリジナルデザイン	440,000円～(税込)	貴社オリジナルデザインにて制作いたします。

### ▼インソースの例「適職診断」 [https://www.insource.co.jp/recruit/suitable\\_jobs/index.php](https://www.insource.co.jp/recruit/suitable_jobs/index.php)



## ■ まかせてウェブ

<https://www.insource.co.jp/web/custom-made-web.html>

- ・低コスト×短納期でWebサイト制作ができるパッケージ型Webサイト制作サービス
- ・全プランでお知らせ更新機能が付いているため、自社で文言の修正などを対応可能

※価格は全て税込

プラン	ライトプラン	スタンダードプラン	プレミアムプラン
価格	220,000円 + 維持費用 5,500円/月	440,000円 + 維持費用 5,500円/月	880,000円 + 維持費用 5,500円/月
制作ページ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・TOP(テンプレートから選択)</li> <li>・制作ページから<b>2</b>ページ</li> <li>・お知らせ一覧/詳細</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・TOP(テンプレートから選択)</li> <li>・制作ページから<b>3</b>ページ</li> <li>・お知らせ一覧/詳細</li> <li>・お問合せ入力/確認/完了</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・TOP(<b>オリジナルデザイン</b>)</li> <li>・制作ページから<b>3</b>ページ</li> <li>・お知らせ一覧/詳細</li> <li>・お問合せ入力/確認/完了</li> </ul>

**制作ページ例**    会社紹介・サービス紹介・社員紹介・製品紹介・SDGs・サイトマップ など

### 特徴

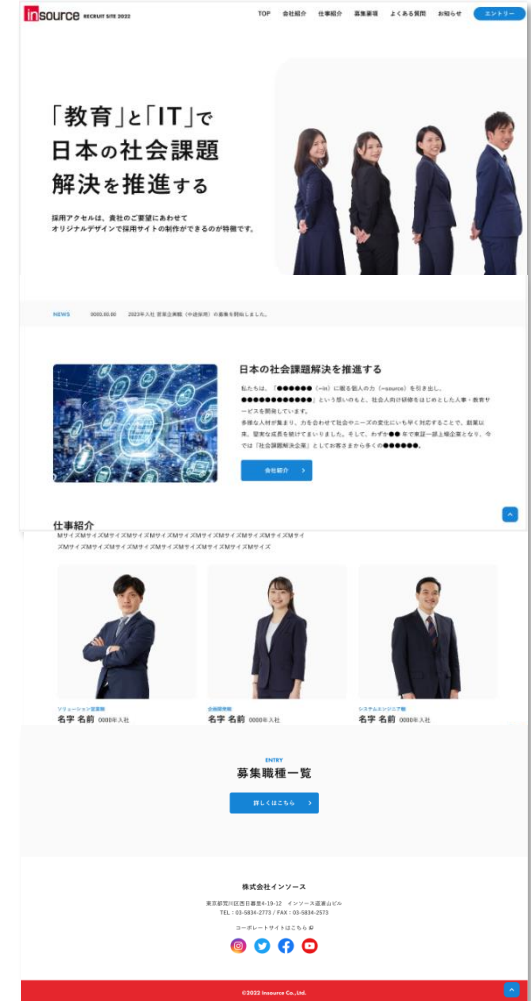
- ・制作後にページ追加可能
- ・ご発注から1か月程度で制作
- ・標準装備でスマートフォン対応
- ・アクセス解析レポート、広告運用など充実のオプション

その他のご要望にも柔軟に対応します

- ・フルオーダーメイド型採用サイト制作:1,750,000円～
- ・インタビュー・記事制作代行:66,000円/本～



## ■デザインイメージ



## 下層ページイメージ



## ■ 仕事紹介ページイメージ

その一人を掘り下げるかたちで、これを1名、2名、3名とどんどん自社で作って増やしていくことが可能

WORK 02



**山田 花子** 0000年入社

お客様の人材育成を中心とした課題・悩みに対して、インソースグループの社会人向け研修やシステム等のソリューションを提案する仕事です。

**現在行っている業務**

私たちは、民間・官公庁問わず、日本全国の●●●●●●店舗（2021年●月末時点）とお取引があります。また、お会いする方は、研修を担当されている人事・総務部門の方が多いのですが、営業・システム技術部門など部署独自の研修をおこなっている方とお話しすることもあります。さらには、教育体系などをご提案することなどもあります。社員に直接提案することもあります。

提供するソリューションは社会人向け研修がメインですが、最近では人事総務業務を効率化するシステムやeラーニングなど研修にとどまらない様々な提案の機会が増えています。

また、●●●●●●にまだない商品・サービスを企画開発部門やITサービス部門と一体になって、ゼロから開発することもあります。●●●●●●における、お客様とのすべてのスタートとゴールを担うのがソリューション営業職です。

**一般的な1日のスケジュール**

8:30	<b>チーム朝礼で情報共有</b> <ul style="list-style-type: none"><li>顧客リストをもとに、電話・メールでのアポイント取得訪問時の提案資料準備</li><li>自社のデータベースから適切な資料をピックアップ</li></ul>
12:00	<b>昼食</b> <p>お弁当を持参して社内で食べた後、営業の合間に外で食べる人など様々です。</p>
13:00	<b>アポイント先や未取引先へ訪問（1日あたり3〜4件ほど）</b> <ul style="list-style-type: none"><li>弊社後、訪問内容等整理し、顧客管理システムに登録</li><li>本日の訪問先にお礼メールを送付</li><li>研修実施が決まった顧客のテキスト作成依頼を社内システムに入力</li><li>翌日実施する研修に登壇する講師への申し込み</li><li>社内システムで日報入力</li></ul>
18:30	<b>退社</b>

**仕事における達成感・充実感**

1日の業務をつがなく終えることができた、という時に達成感を感じます。これだけ聞くと、「それって何かを達成しているの？」と思いますよね。公開講座の仕事は、1人だけではなくチームや他部署と連携して進めていく仕事ばかりです。また、受講者さまという一般の方をお迎えしていますので、大なり小なりインフルエンサーが日々発生します。「お申込みのない受講者さまが当日お越しになる」「講師が急遽登壇できなくなったり」など、これらのトラブルをチーム一丸となって解決し、「さあ今日も終わりだ！」と通勤する瞬間に今日も一日頑張ったなという達成感がじんわりと湧いてきます。



**社内の雰囲気**

**「人への熱意」がある**

一人ひとりの個性が際立つ会社だと感じています。それぞれが自分の持ち味を活かして様々な仕事をしていますが、一緒に「人への熱意」があるので、不思議な一体感があるように思います。「困っている人は助ける」「うまくいったら一緒に喜ぶ」「いい情報を聞いたら共有する」という暖かいコミュニケーションがある環境です。

**就職先に株式会社●●●●●●を選んだ理由**

**人の学び・成長の機会を与える力があると感じたから**

社会人教育には、人の学び・成長の機会を与える力があると感じました。学生の頃は、たとえ本人が嫌がっても半ば強制的に教育を受ける機会がありますが大人になると自分で学ぶことが求められます。もともと教育分野には目を向けていませんでしたが、自分の仕事が人の成長を一生支えられる点が魅力的でした。また、学生時代に多文化共生学を専攻しており、社内の人や文化の多様性が担保されていることが重要だと感じていたので、●●●●●●が「ダイバーシティ」を推進していたことも決め手の1つです。

**学生の皆さんへメッセージ**

就職活動では、ぜひ「楽しんでやる！」という気持ちを忘れずにほしいと思います。企業側は自社のことを知ってほしい一心で、インターンや説明会など門戸を大きく広げて皆さんを待っています。私は学生時代、業界を絞らずに活動していましたがそうして多くの企業を見比べることで、●●●●●●にたどり着きました。今の皆さんは、いろいろな企業の内情を堂々と覗ける機会を得ています！社会見学をするような気持ちで、気軽に様々な企業と出会い、自分の選択肢を広げてみてください。



## 【松井証券株式会社 様】 <https://www.matsui.co.jp/company/recruit/freshman/>



### 【背景・課題】

- ・CI（コーポレートアイデンティティ）刷新に伴い、リニューアルを検討
- ・より知ってもらえるように採用コンテンツを充実させたい
- ・100年もの歴史がある証券会社のため、固いイメージを持たれてしまうことが多い

### 【制作ポイント】

いち早くオンライン専門証券へ舵を切るなど新しい事にチャレンジするベンチャーのような社風や自由度の高い働き方、カジュアルな服装、キレイなオフィスなどといった実際のイメージを出すため、明るく楽しいデザインで制作

### 【成果・評価】（採用ご担当者さまよりサイト公開直後のコメント）

社内で大好評です。別のサイト制作もお願いしたいです。

## 求める人物像



## 証券業界を知る



## よくあるご質問



⇒ 求職者（新卒生）向けに様々な角度からコンテンツを作成  
伝えたい情報を機能的・感覚的の両面で理解してもらう

## ■現代就活生の情報収集

### SNSからの情報収集

- ・普段の情報収集手段もGoogle検索だけでなく、X(旧:Twitter)やInstagram、Threads等を利用して情報収集するのが特徴的
- ・主なコミュニケーションもLINEやInstagramなどSNSで行い、生活の中心にデジタルが存在

## ■どんなに素晴らしいメッセージも届かなければ伝わらない

- ・Web広告で応募意欲の高いユーザーを直接採用サイトへ誘導  
採用情報の発見率が高まると同時に、他の施策との相乗効果が期待できる

## ■対象となる求職者へWeb広告でアプローチ

- ・Google、Yahoo、Facebook、Instagramから媒体を選定しWeb広告を配信  
採用サイトへ新たな求職者を集客することで、これまで接点の持てなかった求職者からの応募獲得を目指す

⇒インソースグループは、採用ブランドの設計～発信までトータルに支援可能

## ステップ③

# 面接の質を高め、求める人材を採用する ～個人の特性を把握する

# 面接力の強化～見極めと魅力付けを同時に行う

## ■見極め

### ・面接のマニュアルを作成する

面接の手順や質問する順番、NG事項などをまとめておくと進行がスムーズになる

### ・深掘りするための質問を用意しておく

聞き逃さないように、あらかじめいくつか想定して質問を記載しておく

### 【ご参考】中途採用時の履歴書の見方

#### ・短期での転職を繰り返している人材は避ける

#### ・成果を出しているかどうか、数字で成果を表現できているかを、その業界出身者にヒアリングして評価する

## ■魅力付け

### ・面接官に良い印象を持ってもらう

「企業の顔」として、服装や身だしなみ、話し方など、最低限のマナーを意識する

### ・質疑応答で自社の魅力に気付いてもらう

自社のことを質問して求職者に語ってもらい、魅力を再確認してもらう

例:当社で働く意義はどのような点にあると考えていますか？

# 面接スキルのレベルアップ～研修受講で基礎スキル拡充

## ■おすすめ研修

【見極め】良い人材を見抜くための採用面接研修（1日）	【魅力付け】採用面接研修 ～受験者の特性を見抜き、自社の魅力を伝える（1日）
<p><b>1. 面接の心構えと面接者としての役割再認識</b>            (1) 人材採用とは (2) 募集から採用に至るプロセス            (3) 採用面接者に求められる「心構え」            (4) 採用面接者の条件</p> <p><b>2. 採用面接のポイント</b>            (1) 採用面接の準備 (2) 採用面接の基本的な流れ            (3) 面接のフロー</p> <p><b>3. その人らしさをつかむ</b>            (1) 客観的な事実から特性を読み解く            (2) 情報収集のポイント</p> <p><b>4. 応募者を見抜く力 ～評価の仕方</b>            (1) 組織が求める「その人らしさ」とは            (2) 評価レベル設定にもとづくコンピテンシー評価</p> <p><b>5. 面接における質問について</b>            (1) コンピテンシー面接における質問の流れ            (2) 相手に反応するきき方            (3) 面接者の主観を排除して、客観的な評価をする            (4) 応募者の心理と本音 (5) 面接時に注意すべきこと</p> <p><b>6. 採用面接でやってはいけないことの再確認</b></p> <p><b>7. 面接ロールプレイ</b></p>	<p><b>1. 事前課題から見える受講者の姿</b></p> <p><b>2. 面接官としての役割認識</b>  <b>【ワーク】</b> 面接官に求められる役割を考える            (1) まずは面接の目的を理解する            (2) 面接官に求められる役割</p> <p><b>3. 選ばれる面接テクニック</b>            (1) 第一印象を良くする            (2) 相手が求めるニーズに応える            (3) こんな面接官は避けられる</p> <p><b>4. 被面接者の真の姿を引き出すスキル</b>            (1) 面接における質問の進め方            (2) 被面接者の心理と本音            (3) 客観的な事実から特性を読み解く～コンピテンシー面接  <b>【ワーク】</b> 被面接者の見極めたい特性を引き出す質問を考える</p> <p><b>5. 自社の魅力を伝えるスキル</b>            (1) わかりやすく話すための2つのポイント            (2) <b>【ワーク】</b> 自社の魅力を伝える訓練を行う</p> <p><b>6. 面接のロールプレイング</b>            面接官、受験者、評価者の3名一組に分かれ、1人15分程度の模擬面接を行い、お互いにフィードバックする</p>



# 採用の工夫～一人ひとりに丁寧にアプローチ

## ■選考時は一人ひとりに合わせた個別対応を

候補者に対して一律の対応はしない

- ・インターンシップ参加時の様子や履歴書の情報をもとに、一人ひとりに最適な選考フローや面接官をセッティングする

例:同じ母校出身の社員との面談を設定する

興味を持ちそうなインターンシップ企画に案内する

## ■丁寧にアプローチする

採用活動は、お客様への営業活動と同じ

- ・定期接触を怠らず、頻繁にコミュニケーションをとる機会をつくる
- ・求職者からの質問や問い合わせにはスピード対応する

## ■ペーパーテストの結果と特性を重視

### 論理力試験

文書を読ませ、他者視点で重要な点がどこかつかむ力をチェック

### 適性検査「giraffe(ジラフ)」による特性把握

・エネルギーの有無、完遂力(責任感)、曖昧性への耐性をチェック

⇒他社が興味を示さない優秀人材の確保も可能

## ■適性検査「giraffe(ジラフ)」

・114問の設問から、一人ひとりの特性や個性が見える化するアセスメントツール

・組織の成長に必要な「エネルギー」と「曖昧性への耐性」という項目があることが特徴

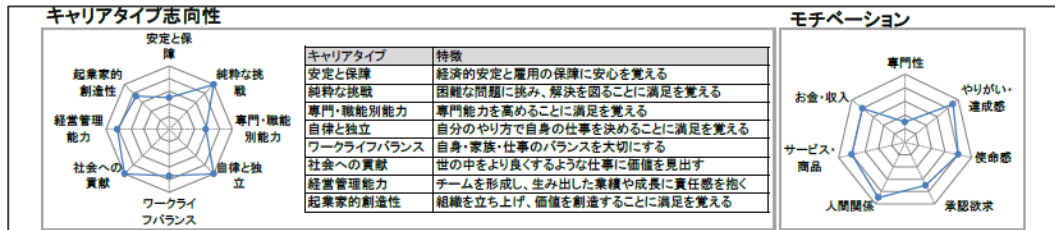
エネルギー : 強い意志を持ち、困難があっても活動し続けることに価値を見出す

曖昧性への耐性 : 曖昧なものをそのまま受け入れ、その中で活動していく

⇒成長企業では、組織・指示・命令が日々変化する。

そうした中でも一つのこと(仕事)だけでなく、あらゆることをまずはやってみるというチャレンジ精神や、それを諦めずにやり遂げる力がある人材が必要

## 結果画面イメージ



## 価格(税込)

<利用し放題プラン>

1,584,000円/年

<回数プラン>

19,800円 /10回

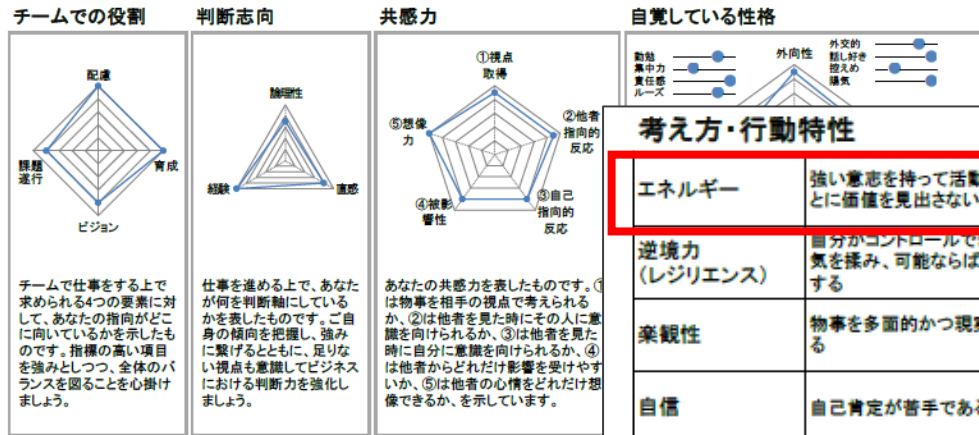
【5%割引き】 188,810円/100回

【10%割引き】 534,600円/300回

【20%割引き】1,584,000円/1,000回

### 解説

上記2つのグラフは、あなたのキャリアタイプ指向と仕事に対するモチベーションをそれぞれ見える化したものです。左のグラフは、あなたがキャリアを考える時(仕事をする時に)、大切にしたい価値観や欲求の度合いを表しています。「自分らしく働く上で犠牲にしたいくないもの」と言い換えることもできます。右のグラフは、あなたのモチベーションを上下させる要素と、その度合いを表しています。指標が高い項目・キーワードは、「あなたの仕事に対する意欲を上げるもの」かつ「奪われてしまうと、意欲が下がる恐れのあるもの」と言い換えることもできます。



## 考え方・行動特性

エネルギー	強い意志を持って活動し続けることに価値を見出さない	強い意志を持ち、困難があっても活動し続けることに価値を見出す
逆境力 (レジリエンス)	自分がコントロールできないことに気を探み、可能ならば避けようとする	自分がコントロールできないことに向き合い、はねのける強さを持つ
楽観性	物事を多面的かつ現実的に捉える	物事を良い側面から前向きに捉える
自信	自己肯定が苦手である	自己肯定が得意である
完遂力	興味・関心が都度変わり、それに伴い行動も変わっていく	興味・関心を維持し、一度やると決めたら最後までやり遂げる
主体性	物事や出来事に対して、受動的なスタンスを選ぶ	物事や出来事に対して、能動的に関わっていく
曖昧性への耐性	曖昧なものに対し抵抗感や不安を抱き、避けようとする	曖昧なものをそのまま受け入れ、その中で活動していく
他者に対する許容力	自分と価値観が合う人とのチームにおいて、より力を発揮できる	自分と価値観が合わない人がいるチームにおいても、力を発揮できる

## 【ご参考】

インソースでは、giraffe(ジラフ)を面接前に実施。結果に基づいた面接により、面接官が求職者の経験や適性について深堀することが可能。

# 多様な人材を採用する

## ■ダイバーシティは成長企業の味方～業績向上の切り札

### ①チャンスの平等

- ・性別(性自認)、年齢、学歴、国籍、関係ない採用～成長企業に人はこない

### ②組織に対する高いロイヤルティを持つのは「多様な人材」

- ・現在の日本においては、「多様な人材」が評価され活躍できる場所は  
まだ限られる傾向にある

### ③多様な人材の生産性は高い

- ・例えば、子育て経験のある女性は限られた時間で成果を出すのが得意

## ステップ④

### 定着に向けた継続的なフォロー ～教育の実施と活躍する場の提供

# 内定者研修で内定者の不安を取り除く

## ■内定者が抱える不安や悩み

- ・会社、組織に上手く馴染めるだろうか…
- ・本当にこの会社に入社を決めてよかったのだろうか…
- ・実際にどのような業務を行うのか、イメージできておらず先が見えない…

## ■内定者研修で不安を解消し、入社・定着をスムーズにする

- ・内定辞退や早期離職防止のために手厚くフォローすることが大切
- ・会社や内定者同士の交流を通して内定者のモチベーションを高める

## ■内定者研修の目的・ゴール

- ・学生から社会人への意識転換
- ・社会人スキルの習得
- ・社会人に必要なチームワークの醸成

## ■ご要望・ニーズごとのおすすめ研修

○内定者同士の絆を深めたい（対面・オンラインいずれも対応可能）

### 「ビジネスゲーム研修」

ドミノを使い、内定者の横のつながりを強化しながら、協力して一つのものを作り上げることで、チームワーク意識の醸成を図ります

### 「自分のトリセツワークショップ」

自分の人生グラフやトリセツシートを共有することで、入社前から信頼関係や連帯感を醸成します

自分のトリセツ（内）		氏名（ ）
<small>このシートは、一人一人が違う存在である人間が、互いの違いを上手に理解し合い、尊重し合いながら、より良い仕事を表現するヒントとするためのものです。</small>		
①私の性質 私の性格（例のんびり、せっかち、大雑把、几帳面）	②私の得手、不得手 私の得意なこと	
大事にしている事や物（例犬、晩酌の時間、阪神）	私が苦手なこと	

○入社前に社会人スキルの基礎を身につけさせ、即戦力化を急ぎたい

### 「内定者オンラインセミナー」

通常価格（税込）：1 講座 8,140円/1 名様

リアルなマナーや社会人の常識を学んでいただくことをコンセプトに、内定者の期間におさえておきたいポイントを学ぶ“オンライン形式の120分セミナー”です

○各内定者が自分の都合に合わせて学べるようにしたい

### 「動画/eラーニング」

レンタルプラン価格（税込）：1,870円～3,960円/1 名様

インプット型のテーマは動画教育で実施し、新たな気づきを得る・アウトプットをさせることが目的のテーマは対面やオンライン形式で実施するなどの組み合わせも有効です

# 入社後も手厚くフォローし、定着を図る

## ■入社後も、教育でしっかりと成長をフォロー

- ・企業選びの際に「自身が成長できる環境か」を重視している求職者も多い
- ・教育制度の充実により、「社員のことを大切にしている会社」「ただ業務をこなすだけでなく、成長できる魅力的な職場」というイメージを持ってもらえる
- ・企業が社員の成長を支援することにより、エンゲージメント向上や離職防止が期待できる

## ■新入社員におすすめの研修テーマ

- ・ビジネス基礎
- ・ビジネス文書
- ・コミュニケーション
- ・ロジカルシンキング
- ・Microsoft Office(ExcelとPowerpoint)
- ・DX など

⇒DX人材はなかなか採れない。  
未来のポテンシャルをみて採用し、  
自社で育成する

### インソースは新入社員全員にDX教育を実施

- ・新卒社員(多くがプログラミング未経験の文系社員)に、約2週間のPython研修を実施
  - ・配属先に関係なくPythonを使いこなせるようになることで、社内のDX化を推し進めるDX中核人材としての活躍を期待
  - ・その後、新入社員主導で業務効率化プロジェクトを実施  
単純作業をPythonで自動化するプログラムを開発！
- ⇒デジタルが身近な世代の新入社員にDX教育を行うことでプログラミング未経験でも、1年目からDX人材の「即戦力」に！



# 中途社員に即戦力として活躍してもらうために

## ■ 中途社員が抱える不安や悩み

- ・即戦力として活躍できるだろうか…
- ・周囲のレベルについていけるだろうか…
- ・職場の慣習や雰囲気になじめないだろうか…
- ・人間関係はうまくいけるだろうか…

## ■ 上司や人事部のサポートで不安を解消する

- ・上司は入社初期に中途社員とコミュニケーションをとり、強み、経験、価値観、キャリア観を把握し、求める役割期待をしっかりと伝え、目標設定し、一緒にやりきる
- ・人事担当者は定期的な面談を実施し、直属の上司には言えない本音や不安を引き出し、フォローを行う

### 【ご参考】中途社員が活躍するための3つのステップ

#### ① 職場に慣れる

上司やメンバーの性格や特徴、明文化されていない暗黙知(業務を進めるうえで重要な考え方、非マニュアル化業務)の把握

#### ② 職場内外での人間関係を構築する

上司やメンバーと積極的にコミュニケーションをとり、自分とメンバーの「リレーション」を築く

#### ③ 組織や上司の役割期待を踏まえ、自分の強み・こだわりを活かし成果を出す

## ■ おすすめ研修

通常価格（税込）：26,400円/1名様～

<b>【上司向けオンボーディング研修】</b> <b>面談で離職防止のために部下と話す5つのこと（1日）</b>	<b>【中途社員向けオンボーディング研修】</b> <b>まず上司と話し合う5つのこと（1日）</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中途社員のオンボーディング                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 「オンボーディング」 (onboarding) とは</li> <li>(2) 中途社員のオンボーディングが導入される背景 など</li> </ol> </li> <li>2. オンボーディングに必要なのは1対1面談                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 中途社員にもOJTが必要 (2) 1対1面談が中途社員の活躍の鍵</li> </ol> </li> <li>3. 面談で中途社員と話す5つのこと                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 相手の強みと保有するスキル・経験を把握する</li> <li>(2) 相手の価値観、こだわりを再確認する など</li> </ol> </li> <li>4. 1対1面談のプロセス</li> <li>5. フレームワーク①～強みと保有技能・経験の洗い出し                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 強み、経験の棚卸しのフレーム</li> <li>(2) トランスファラブルスキル～持ち運びできる汎用的なスキル</li> </ol> </li> <li>6. フレームワーク②～キャリアアンカー・キャリア志向                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) キャリアアンカーとは ～こだわり・やりがいと行動指針</li> <li>(2) モチベーションの動因を確かめるフレーム など</li> </ol> </li> <li>7. フレームワーク③～今後の活躍の方向性                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 会社のミッションや部署の方針を伝える</li> <li>(2) 意義の共有 (3) 熱く語る (4) 分解する</li> </ol> </li> <li>8. 中途社員をチームの一員とする                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 職場のメンバーの特徴を伝える</li> <li>(2) 自分のマネジメント方針を伝える</li> </ol> </li> <li>9. まとめ 明日から実践したいことについて整理</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自分の「これまで」を振り返る</li> <li>2. 中途採用社員として求められること                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 自分の強みを活かして活躍する</li> <li>(2) 活躍するための3ステップ</li> </ol> </li> <li>3. 上司と1対1面談で話しあう5つの事を整理する                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 自分の強みと保有するスキル・経験を整理する</li> <li>(2) 自分の価値観、こだわりを再確認する</li> <li>(3) 今後のキャリア志向について整理する</li> <li>(4) 職場の人間関係の留意点を確認</li> <li>(5) 上司の「役割期待」と自分の「役割認識」をすり合わせる</li> </ol> </li> <li>4. 自分の強みを分析する                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) トランスファラブルスキル～持ち運びできる汎用的なスキル</li> <li>(2) トランスファラブル・ナレッジを整理する</li> </ol> </li> <li>5. 自らの強み・こだわりを考える～キャリア・アンカー                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) キャリア・アンカーとは ～こだわり・やりがいと行動指針</li> <li>(2) モチベーションの動因を確かめるフレーム</li> <li>(3) 自分の重要視する行動指針を考える</li> <li>(4) キャリア志向（キャリアオプション）を確認する</li> </ol> </li> <li>6. タイプ別の相手との接し方                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) ソーシャルスタイル理論とは</li> <li>(2) 2つの尺度による4つのソーシャルスタイル分類と特徴</li> <li>(3) 相手の特徴を踏まえた対応</li> </ol> </li> <li>7. まとめ</li> </ol>

## さらに活躍してもらうために

### ■異動の徹底～異動により多くの人材に経験の機会を作る

#### 2年以内での異動、早い昇進が望ましい

- ・多くの社員が多様な部署を経験することで、無意識に協調行動がとれるようになる  
また、情報探索時間の削減が可能になる
- ・多様な経験が管理職としての判断の源泉となり、早期に管理職を養成できる

⇒現場で経験を積み、多様な部署を経験し、その上で経営者になっていく流れ  
本社管理部門や外部人材だけが経営者に昇格する組織は勝てない  
(現場や顧客、仕事を知らないため)

#### ゲリラ戦を戦える人材づくり～一人で異なる環境に飛び込む経験

- ・コロナ禍の様な環境変化の中、たった一人でも、チームでも戦える人材育成が理想
- ・たえず新しい仕事に就く事が変化対応の訓練になる

⇒面談や適性検査で特性スキルを見極めていることが前提  
個人にあった環境で成長を支援する

ご不明な点は、お気軽にお問い合わせください



<https://secure.insource.co.jp/contact/inquiry/?ctg=s99>

インソースマーケティングデザイン（IMD）のHPはこちら



<https://insource-mkd.co.jp/>