



30代で部長に昇進！理系院卒の先輩が語る理想のキャリアとは!?

植田和真、角口友菜、小椿裕也、村田理紗

**【いただいたテーマ】
JMPの社外普及**



**“社外普及”
= 理系院生に対して、JMPの認知度をアップさせること**

Table of Contents



01. 提案



02. 詳細



03. メリット



05. まとめ



04. デメリット

01. 提案

ボッシュ社と理系大学院生の課題

Bosch社の悩み

**Bosch社並びにJMP制度の普及・知名度に課題がある
JMPに応募してくる学生を増やしたい
(ヒアリングより)**

理系大学院生の悩み

**研究室の研究が忙しく就活に時間をさけられない
(東洋経済オンライン)**

提案する施策

1) 従来のリクルートイベント同様のJMP制度の説明会

理由：ボッシュにすでに興味がある学生にアプローチできる

2) JMP生によるキャリア講演及び少人数座談会

理由：ボッシュを知っていない理系院生にもアプローチできる

3) Youtube liveでキャリア相談会（定期的に配信）

理由：イベントの制限なしで興味を持つ学生にアプローチできる

提案する施策

1) 従来のリクルートイベント同様のJMP制度の説明会

運用コスト

小

効果

小

2) JMP生によるキャリア講演及び少人数座談会

運用コスト

中

効果

中

3) Youtube liveでキャリア相談会（定期的に配信）

運用コスト

大

効果

大

提案する施策

1) 従来のリクルートイベント同様のJMP制度の説明会

運用コスト **小** 効果 **小**

2) JMP生によるキャリア講演及び少人数座談会

運用コスト **中** 効果 **中**

3) Youtube liveでキャリア相談会（定期的に配信）

運用コスト **大** 効果 **大**

なぜキャリア講演+座談会なのか

Bosch社の悩み

Bosch社並びにJMP制度の普及・知名度に課題がある
JMPに応募してくる学生を増やしたい
(ヒアリングより)

理系大学院生の悩み

研究室の研究が忙しく就活に時間をさけられない
(東洋経済オンライン)

なぜキャリア講演なのか？

・ Boschを知っていますか？

はい 4%

・ 自分が知らない企業の企業説明会があったら参加したいと思いますか？

はい 43%

・ 自分が知らない企業で同じような経歴を持つ人（同じ出身大学など）によるキャリア講演があったら参加したいと思いますか？

はい 61%

（就活生アンケート n=93）

なぜキャリア講演なのか？

・ Boschを知っていますか？

はい 4% (就活生アンケート n=90)

・ 自分が知らない企業の企業説明会があったら参加したいと思いますか？

はい 43% 課題： Boschを知っている人が少ない

キャリア講演： 企業を知らなくても行ってみよう

JMPアルムナイという素晴らしい素質をもつ“人”にフォーカス

・ 自分が知らない企業で同じような経歴を持つ人（同じ出身大学など）によるキャリア講演があったら参加したいと思いますか？

はい 61%

(就活生アンケート n=90)

なぜキャリア講演+座談会なのか

Bosch社の悩み

Bosch社並びにJMP制度の普及・知名度に課題がある
JMPに応募してくる学生を増やしたい
(ヒアリングより)

⇒講演に参加した学生にボッシュ/JMPを知ってもらえる

理系大学院生の悩み

研究室の研究が忙しく就活に時間をさけられない
(東洋経済オンライン)

⇒短時間で就活のノウハウを知ることが出来る

なぜキャリア講演+座談会なのか

Bosch社の悩み

Bosch社並びにJMP制度の普及・知名度に課題がある
JMPに応募してくる学生を増やしたい
(ヒアリングより)

⇒講演に参加した学生にボッシュ/JMPを知ってもらえる

Boschと理系大学院生の間でWin-Winの関係を築くことができる

理系大学院生の悩み

研究室の研究が忙しく就活に時間をさけられない
(東洋経済オンライン)

⇒短時間で就活のノウハウを知ることができる

02. 詳細



30代で部長に昇進！理系院卒の先輩が語る理想のキャリアとは!?

業界世界大手メーカー

8年で部長昇進

働きがいランキング1位

Bosch × キャリア

BoschのJMPアルムナイによる
理系院生のための
キャリア講演 + 座談会

主催

Bosch（JMPアルムナイ）

対象

理系院生（留学経験は問わず）

場所

オンライン

目的

- ①理系院生の就活、キャリアの情報収集
- ②理系院生のBosch、JMPの認知度をアップさせる

主催

Bosch (JMPアルムナイ)

他社との合同ではなく Bosch だけ
→ Bosch、JMP にフォーカスさせる

対象

理系院生 (留学経験は問わず)

対象となりうる人を早期に絞り込まない
→ Bosch、JMP について知る人を増やす

場所

オンライン

世界中、全国各地の院生が対象

目的

- ① 理系院生の就活、キャリアの情報収集
- ② 理系院生の Bosch、JMP の認知度をアップさせる

募集人数

30人（1回あたり）

日程

複数回予定

タイムスケジュール

【前半 45分】 JMPアルムナイによるキャリア講演

JMPアルムナイがプレゼン

【後半 45分】 JMPアルムナイと現役理系院生の座談会

JMPアルムナイ 1人に対し 6人の院生のグループのブレイクアウトルームに別れ、Q&Aなど



JMPアルムナイ

- ・ 理系院生のキャリア
- ・ JMPを選んだ理由
- ・ 就活生へのアドバイス など



理系院生

- ・ 自分と同じ理系院生のキャリアについて情報収集

Bosch側

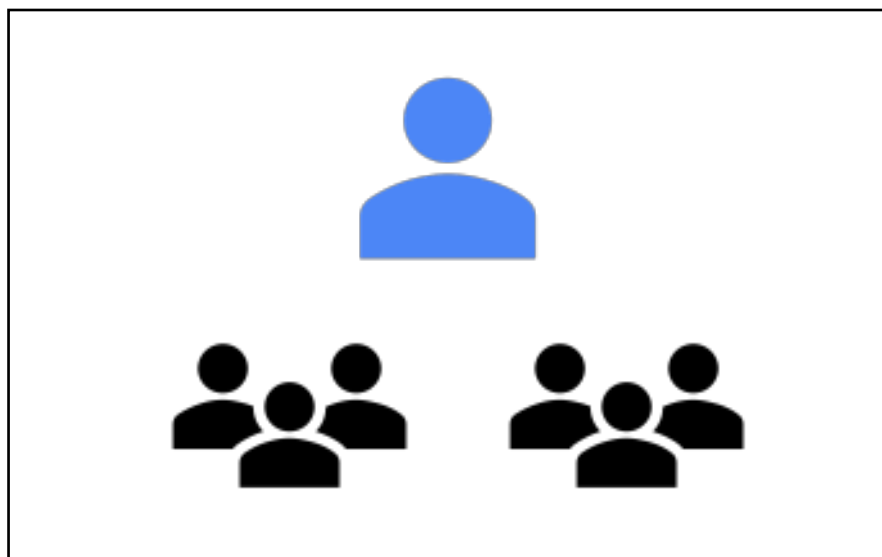
ファシリテーター+5人



理学院生側

30人





× 5

ブレイクアウトルーム
Bosch1人 理学院生 6人

費用面

オンライン開催のため、費用0円

知識面

JMPと自分のキャリアを交えた体験談、BORで話す内容などを用意

SNS広告

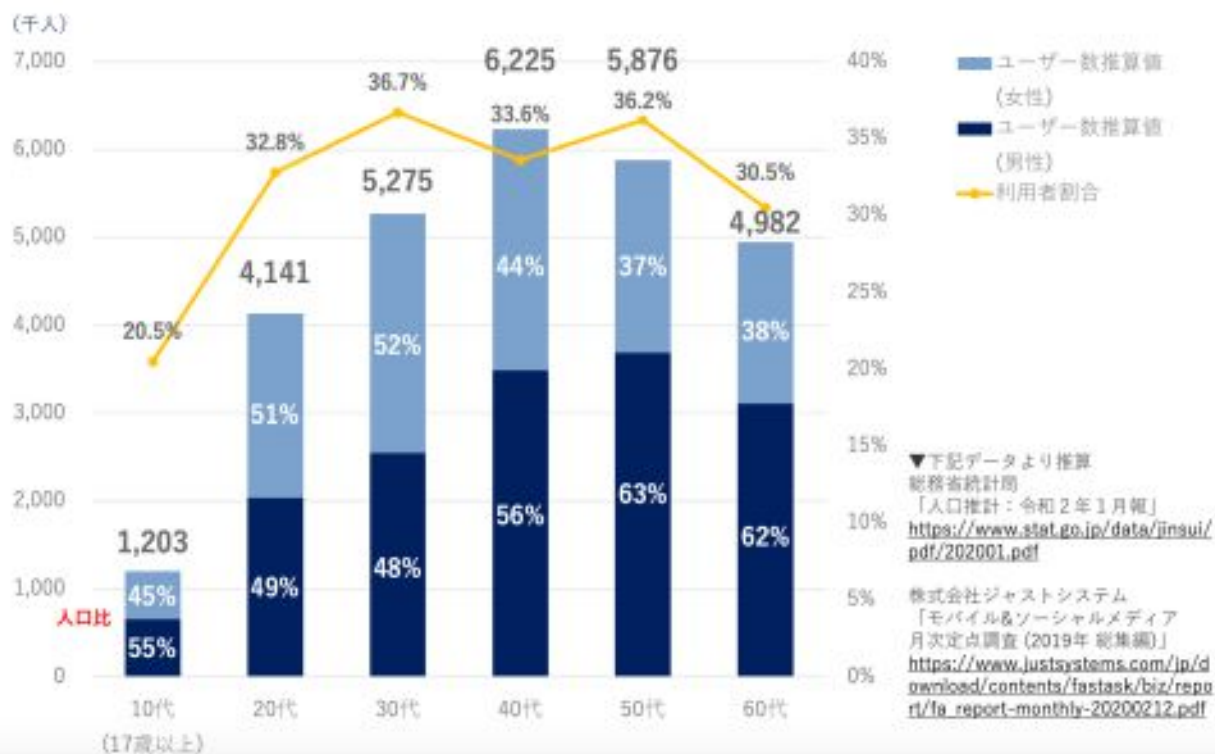
研究室訪問

理系院生対象の講演の集客・宣伝方法

SNS広告

現在ボッシュ社はフェイスブック、ツイッターを用いてPR活動
→しかし、フェイスブックは若者利用者が少ないためあまり効果的でない

Facebookの年齢別ユーザー数 男女別（国内）

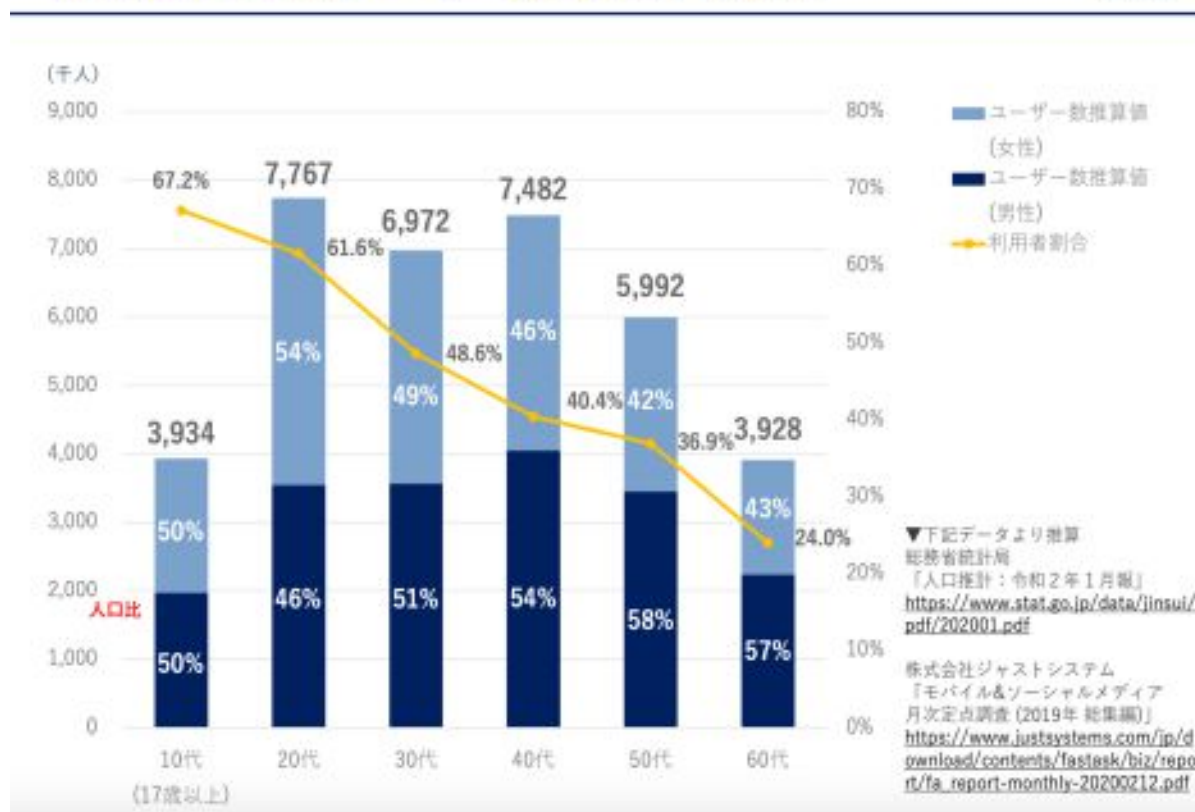


理系院生対象の講演の集客・宣伝方法

SNS広告

一方でツイッターは学生にポピュラー
→ツイッターでの発信力を強化すべき
EX. プロフ欄に理系院生と記載のある学生
をボッシュ社側からフォロー

Twitterの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



主要SNSユーザー数データ資料 株式会社ガイアックス

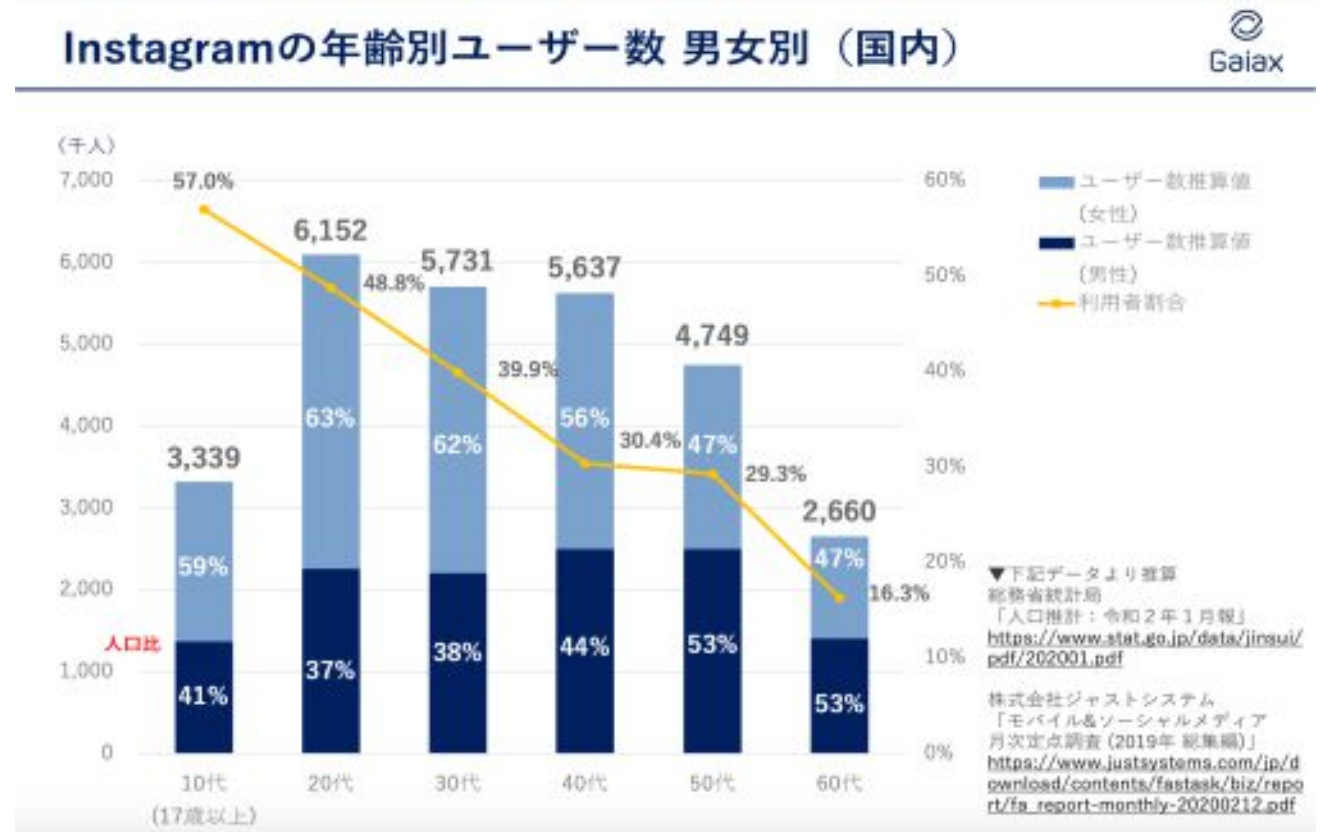
https://www.fantastics.me/documents/service/SNS_user_20

20.pdf

理系院生対象の講演の集客・宣伝方法

SNS広告

ボッシュジャパンのインスタグラムアカウントを開設
 →インスタグラムは若者の利用率が高いため学生にアプローチしやすい
 →講演時にアカウントを参加学生にフォローしてもらうことで定期的な情報発信が可能、さらなるボッシュ社、JMPに対する認識の向上



研究室に直接宣伝

ボッシュ社はいくつかの研究室との繋がりがある（ヒアリングより）

→直接宣伝することで集客する

→直接働きか言えることで学生によりアプローチできる

→キャリアセンターへの情報提供と併用することでより多くの学生に講演を知ってもらうことができる

03. メリット

講演におけるメリット（ボッシュ社側）

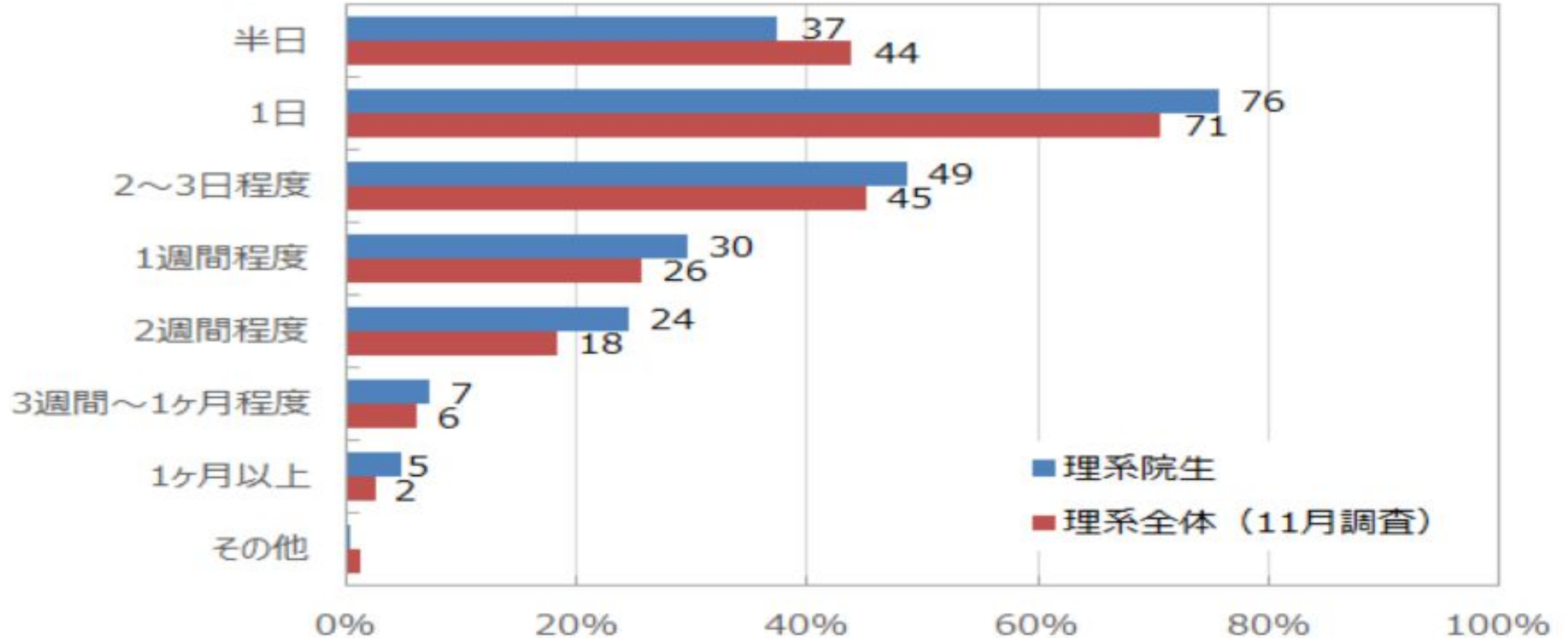
1. キャリア講演と位置付けることで誰もが気軽に参加できる
2. ボッシュ社についての知識がなくても参加しやすい
→JMP生のスペック、キャリアによる集客・相談会なのでボッシュ社の既存セミナーとの差別化
3. キャリア遍歴にJMPを絡めることでセミナー参加者へのJMP認知度も上昇

セミナーにおけるメリット（学生側）

1. 社会の一線で活躍するJMP生にキャリア相談ができる
2. 理系院生の就活の実態が知れる
3. 就活に関するノウハウを学べる

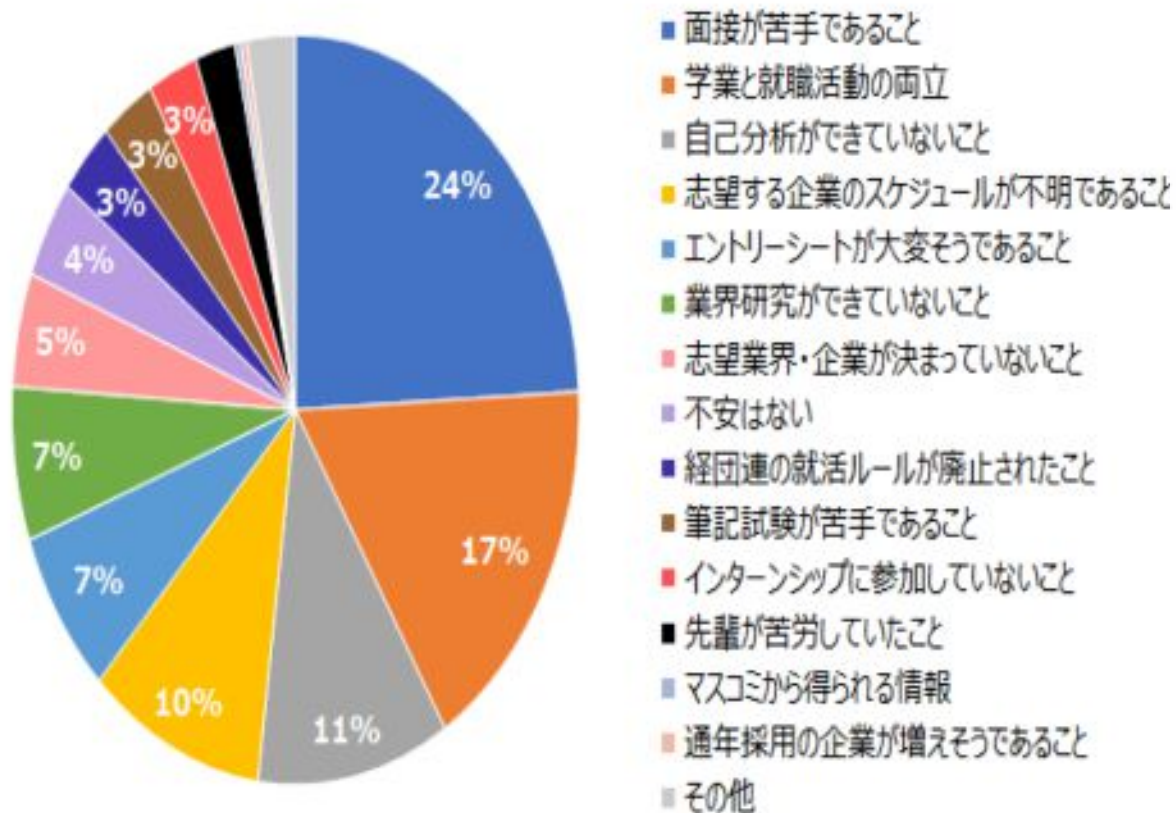
セミナーにおけるメリット（学生側）

参加したインターンのタイプ

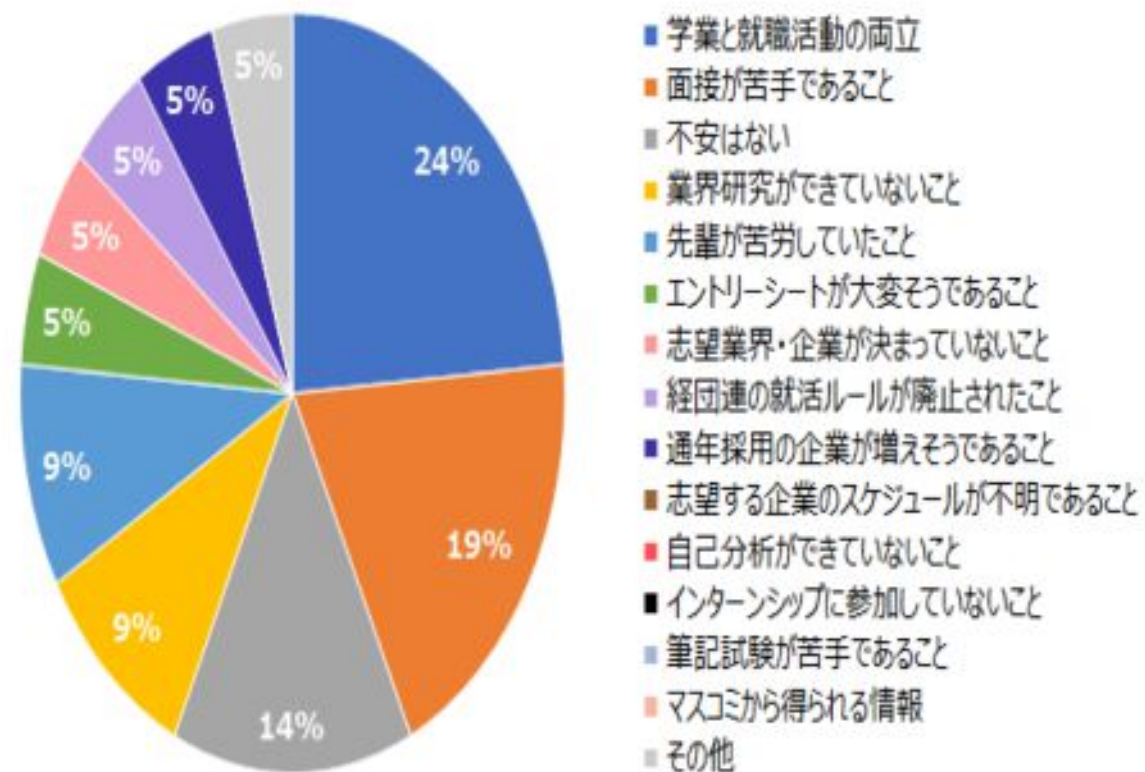


セミナーにおけるメリット（学生側）

修士1年生 就活において不安なこと



修士2年生 就活において不安なこと



04. デメリット

デメリット（ボツシュ社側）

1. 参加学生がJMPの採用基準に満たしているとは限らない
2. キャリア相談会と位置付けるためJMPを前面には出せない
3. リクルート活動に直結的ではない

05. まとめ

【社外普及定義】

理系院生に対して、JMPの認知度をアップさせる

【内容】

Bosch × キャリア

BoschのJMPアルムナイによる理系院生のためのキャリア講演＋座談会

短時間でBosch、JMPについて知ってもらえることができる

SNSや研究室訪問によって集客・宣伝

参考資料

岩下広武（2020）『次世代経営人材の選抜・育成策』労政時報3988号

主要SNSユーザー数データ資料 株式会社ガイアックス

https://www.fantastics.me/documents/service/SNS_user_2020.pdf

東洋経済オンライン『就活と院試が両立できない理系学生のジレンマ』

<https://toyokeizai.net/articles/-/316143?page=3>

日本経済新聞（2015）『ボッシュ日本法人、渋谷の本社にカフェ 知名度向上狙う』

https://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ09HQZ_Z00C15A9TI5000/

HR総研×LabBase:理系学生（院生）の実態調査 結果報告

<https://hr-souken.jp/research/925/>

Randstad 『【ランスタッドアワード2016】日本人が働きたい企業1位はサントリー！』

<https://www.randstad.co.jp/about/newsrelease/20160127.html>