

経営情報

大人のビジネスアイテム
シーリングワックス

経営ワンポイント
2015年度税制改正と
中小企業への影響

新発想企業探訪
株式会社アスリートプランニング(東京都 新宿区)

こんどどこいこ
本みりん(岐阜県 加茂郡 川辺町)

駅弁見聞録
醤油めし(松山駅/愛媛県 松山市)

Special interview スペシャルインタビュー
[作家]

阿刀田 高

まちの書店を守ることが
この国全体の文化を守り育てる。



KEIEI JOHO
vol.515
April, 2015

4 月号

企業探訪

株式会社アスリートプランニング

東京都 新宿区

優秀な人材確保にしのぎを削る企業の人事担当者の間でもニーズが高い、体育会出身の学生に特化した採用支援を手がけている株式会社アスリートプランニング。求人企業、求職学生の双方から支持を得ている同社のビジネスモデルとその優位性の秘密に迫った。

床が陸上のレーンの模様になっている同社のエントランス。



体育会学生に特化した採用支援 張り巡らせたネットワークが強み

ニーズ高い体育会学生

「ひとつの目標に全力で立ち向かうマインド、組織の中でもまれた経験、タフな精神力など、大学で体育会の部活を経験してきた学生には企業社会と親和性の高い要素が多い。このため、企業側のニーズも高いのです」

そう話すのは、株式会社アスリートプランニングの創業者で、代表取締役の山崎秀人氏。自身も高校時代はバスケットボール部、大学時代はヨット部で鳴らし、そうした体育会

学生の特質を熟知している。

一方で「将来は起業したい」と考えていた山崎氏は、学生時代から就職事業にかかわりを持ち、卒業後、人材会社に入社してノウハウを学び、1997年に仲間と独立、起業した。しかし、最初から順風満帆だったわけではなく、経営が行き詰まったこともあった。

だが、「体育会学生の採用支援を成功させ、学生たちの役に立ちたい」と2000年代に入って事実上の「第二創業」をし、今の事業につながるビジネスモデルを構築した。

「先生と生徒の関係」を築く

そんな同社のビジネス上の最大の強みは、関東・関西を中心に、北は北海道から南は九州まで張り巡らせた大学の体育会ネットワークだ。山崎氏とともに事業を手がけてきた執行役員、加藤進氏が解説する。

「ポスターやチラシを使った広報戦略、大学の就職支援部門との連携、インターネットの体育会学生専門就職サイトの開設などに加え、規模の大きい主要大学には担当の社員を置いて、部室にまで入っていきけるほどの関係を築いています」

年間に面談する体育会学生は約1万人に上るといい、単に名前が登録されているだけのデータとは違う、



合同企業説明会には体育会学生が多数参加する。

個々の学生の資質や性格まで熟知した情報を得ることによって、企業側との最適なマッチングにつなげるこ
とができていくのだという。
その関係は、学生が3年生の秋、冬を迎えたころに同社が独自にスタートする各種の就職イベントでさらに深まる。業界研究や自己分析などを行う就活トレーニングで就職に向けた意識を高めていくのだ。
加藤氏は「イベントや個別の相談などを通じて弊社社員と学生たちが『先生と生徒の関係』を築いています」と強調する。

きめ細かな企業サポート

学生を求める企業側に対するサポートも万全だ。いわゆる合同企業

今月のポイント

「見えない不安や不満」をつかむ

「体育会の学生」の就職サポートに特化する。本当にビジネスとして成立するのだろうかという違和感も覚えるが、実はここに中小企業経営者の学ぶべき「ヒント」がある。

あるお酒のディスカウント店を思い出した。一時隆盛を極めたディスカウント店は規制緩和でスーパーやコンビニでもお酒が売られるようになると、売り上げが激減、倒産や撤退が相次いだ。このディスカウント店は問屋業への転換を試みた。まずは、飲食店などに「お困りごと」アンケートを実施。すると、「夜9時以降も営業してほしい」という声が多いことが分かり、「深夜も営業するユニークな問屋」として、問屋業への新規参入を果たしたのである。

体育会学生の就職市場は安泰であるかのように見える。しかし、そ

んな市場にも見えない不安や不満がある。「早く就職活動を終えて練習に参加したい」と焦る気持ちから、十分企業を選択できていない学生たち。体育会のOB・OGを社内を持たないために学生とのルートを持たない企業。山崎氏は、こうした「不満」をビジネスチャンスととらえた。

安定的に見えるマーケットにも、隠れた不満や不安がある。それを掘り起こして、ビジネスに仕立て上げる。これこそ成熟の時代に求められるビジネスかもしれない。

立教大学経済学部教授

やまぐち よしゆき
山口 義行

専門は金融論で、中小企業の視点に立った金融的な視点でのマクロ経済分析が得意。NHKの「クローズアップ現代」(不定期)やBS 11の「山口義行の中小企業新聞」(第4水曜日午後11時〜)などに出演中。

説明会は漫然と学生を集めるのではなく、「九州プレミア就職リーグ」、「東海プレミア就職リーグ」、「東京六大学就職リーグ」などと銘打って、地域ごと、大学グループごとの説明会を開催。希望に合った学生を探しやすいよう配慮している。
イベントだけでなく、企業側の希望を聞いてそれに合致する体育会学生を絞り込んで紹介する成功報酬型の人材紹介事業も展開。学生たちと深い関係を築き、情報を得ていることがそうした事業を成り立たせる要因となっているといえる。



「人から人に直接情報を伝える“ヒトメディア”を重視しています」と語る山崎氏。

4年生の途中まで部活に打ち込み、十分な就職活動がしにくい環境にある体育会学生により幅広い就職先の門戸を開き、また、そうした学生を求める企業側にも「出合いの場」を広げた同社の事業。双方のニーズをがっちりつかんで新しい市場を切り開いた。