

個人と組織のより良い関係に向けて

■氏名：栗田 貴祥（くりた たかよし）

■プロフィール

1992年、株式会社リクルート入社。

以来、30年にわたりHR事業領域に従事。

新卒採用・中途採用・教育研修等の提案営業を経験の後、

新卒メディア・中途メディア事業の営業部門や人事・組織

開発、広報等のスタッフ部門の部門長などを経て、

2021年4月からリクナビ編集長を務めた後、2022年4月に就職みらい研究所 所長に着任



1992年	4月	株式会社リクルート入社
2000年	4月	人材総合営業部 営業マネジャー
2008年	4月	新卒メディア営業部 部長
2012年	4月	中途メディア営業部 部長
2021年	4月	リクナビ編集長
2022年	4月	就職みらい研究所 所長

何が正解なのか、誰にもわからないVUCAの時代

V

Volatility
(変動性)

U

Uncertainty
(不確実性)

C

Complexity
(複雑性)

A

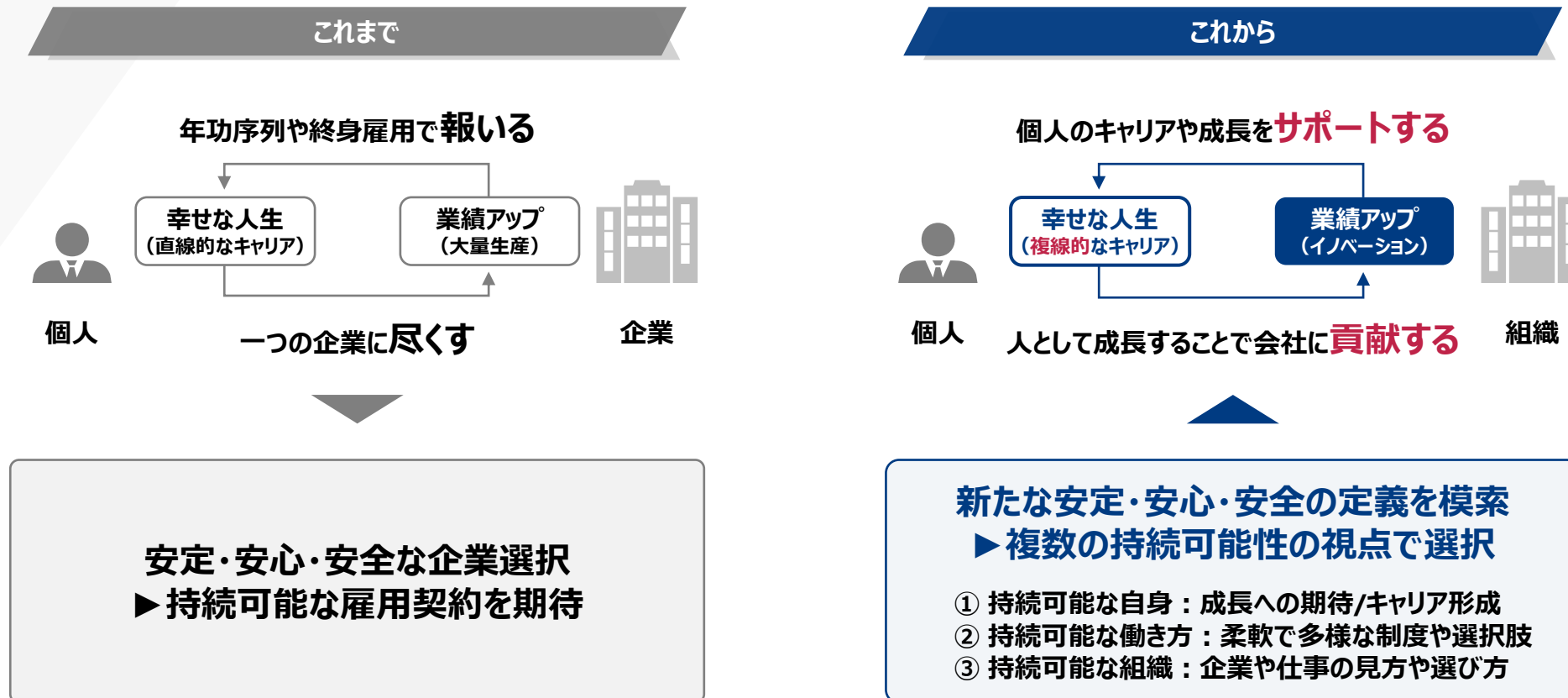
Ambiguity
(曖昧性)

未知かつ予測困難 (= 正解がない)

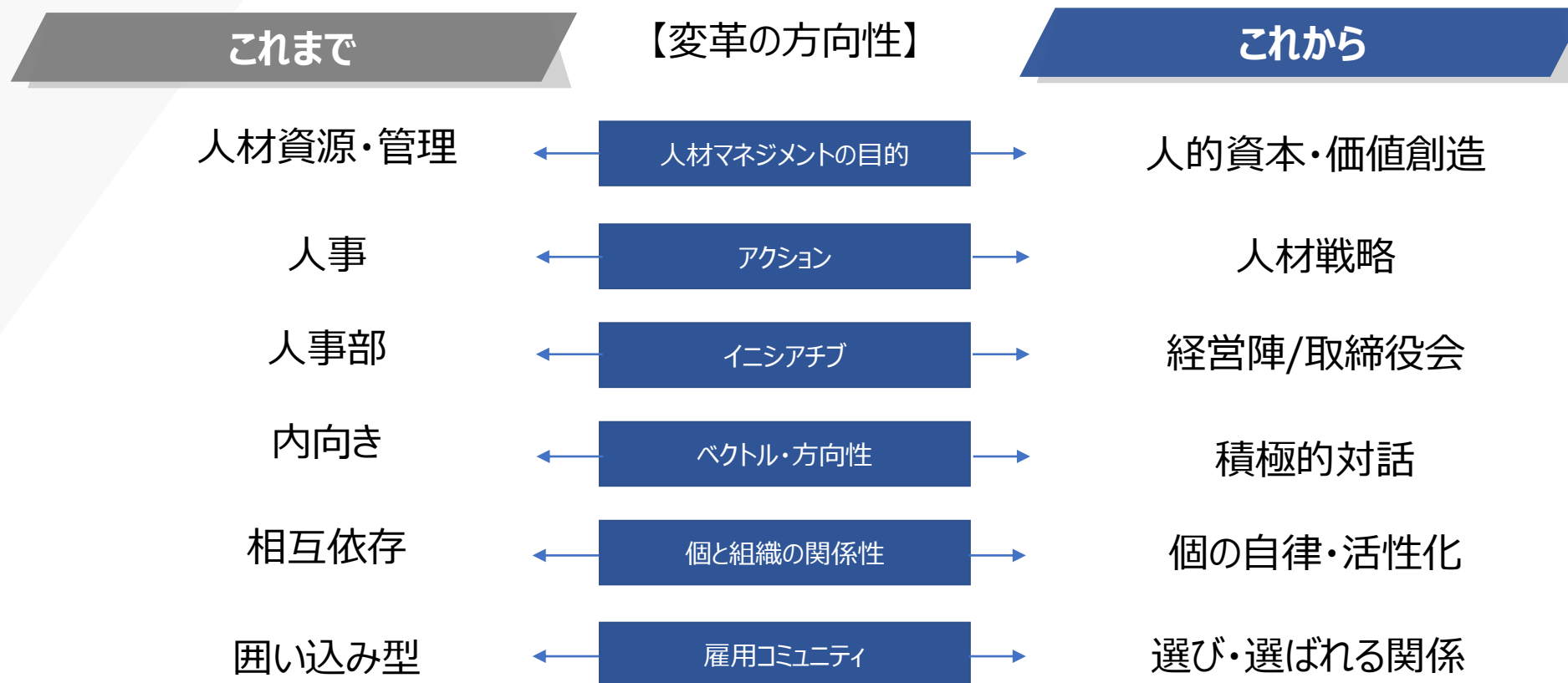


これまでのつながり方ではなく、新たな判断基準で組織を選ぶ傾向の高まり

【個人と企業のWin-Winな関わり方】



～人的資本経営の潮流～
 継続性を是とした「困り込み」から、人材流動化を前提とした「選び・選ばれる」関係へ



出典:持続的な企業価値の向上と人的資本に関する研究会 報告書 ～人材版伊藤レポート～)

具体的な「従業員体験価値」の情報提供が重要 入社後にどんな人と働き、どんな成長ができるかが入社後しかわからないでは時代遅れに

【従業員体験価値を構成する6つの要素】

パーパス (Purpose)

何のためにこの会社で働くのか

インスパイア (Inspire)

企業のバリュー（価値規範）が社員の成長にどう生きるのか

ピープル (People)

どういう人と働いてどんな刺激が受けられるか

ワーク (Work)

どのような仕事を任されるのか、経験できるのか

トータルリワーズ
(Total Rewards)

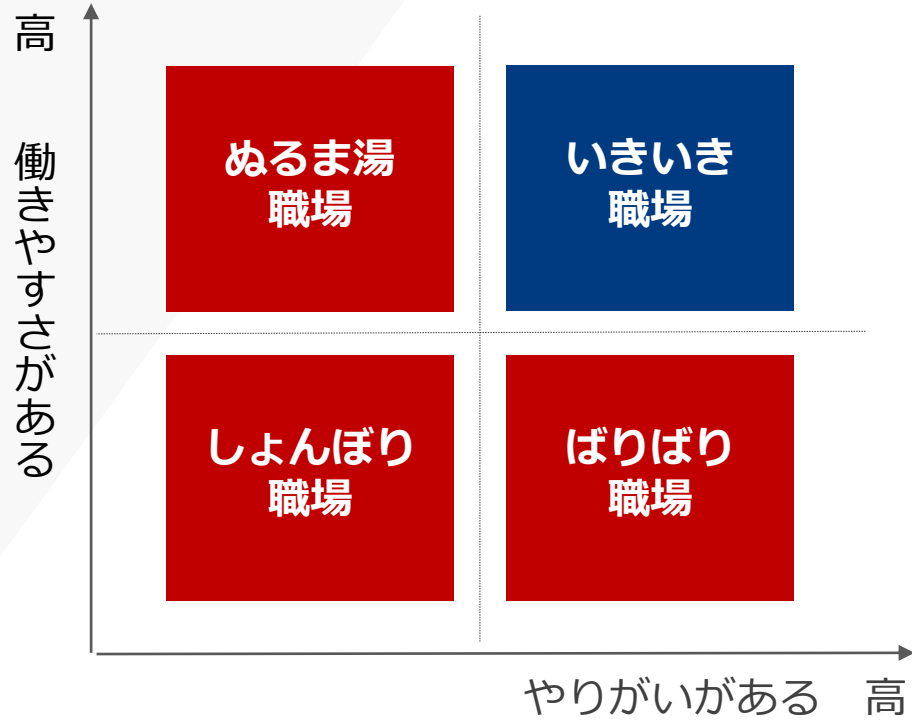
自己成長と自己実現の機会がどれくらいあるか

トラスト (Trust)

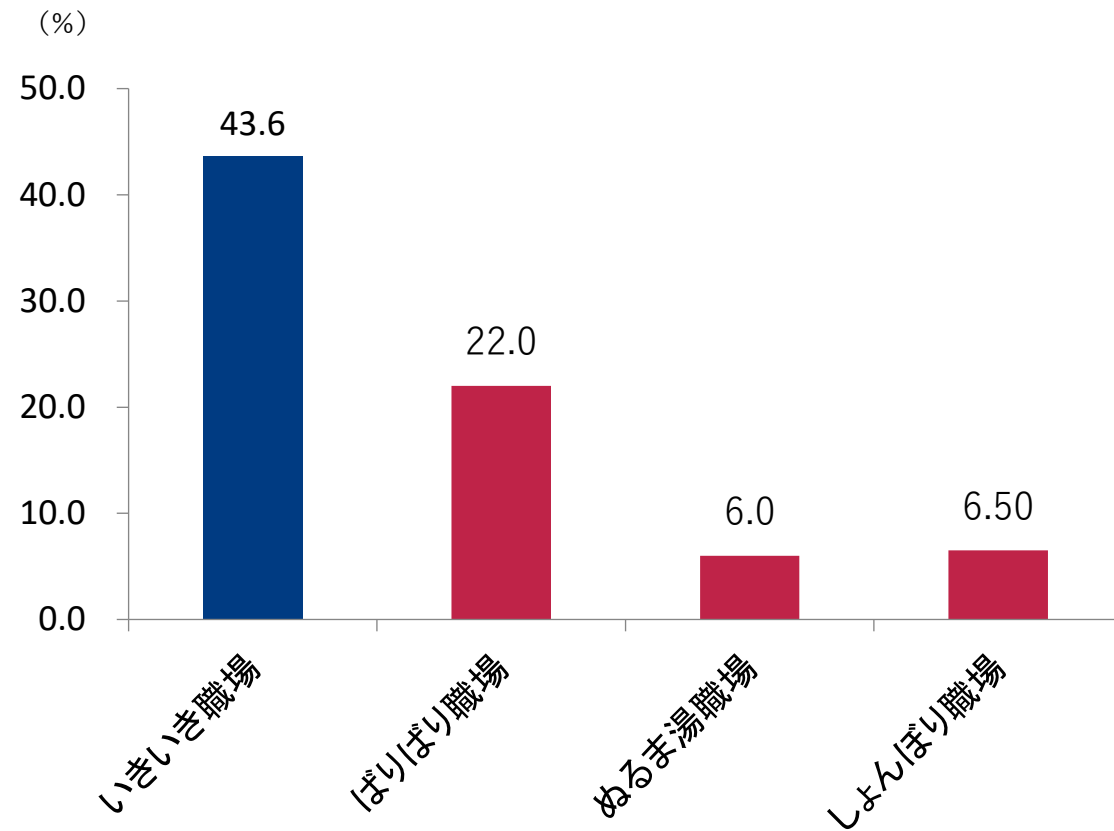
経営陣と従業員間の相互信頼関係はどれくらい築けているのか

出典：経産省・伊藤レポート

「働きやすさ」「やりがい」の2軸で企業を4分類した場合、最も売り上げの伸び率が大きかったのは、両方が高い「いきいき職場」



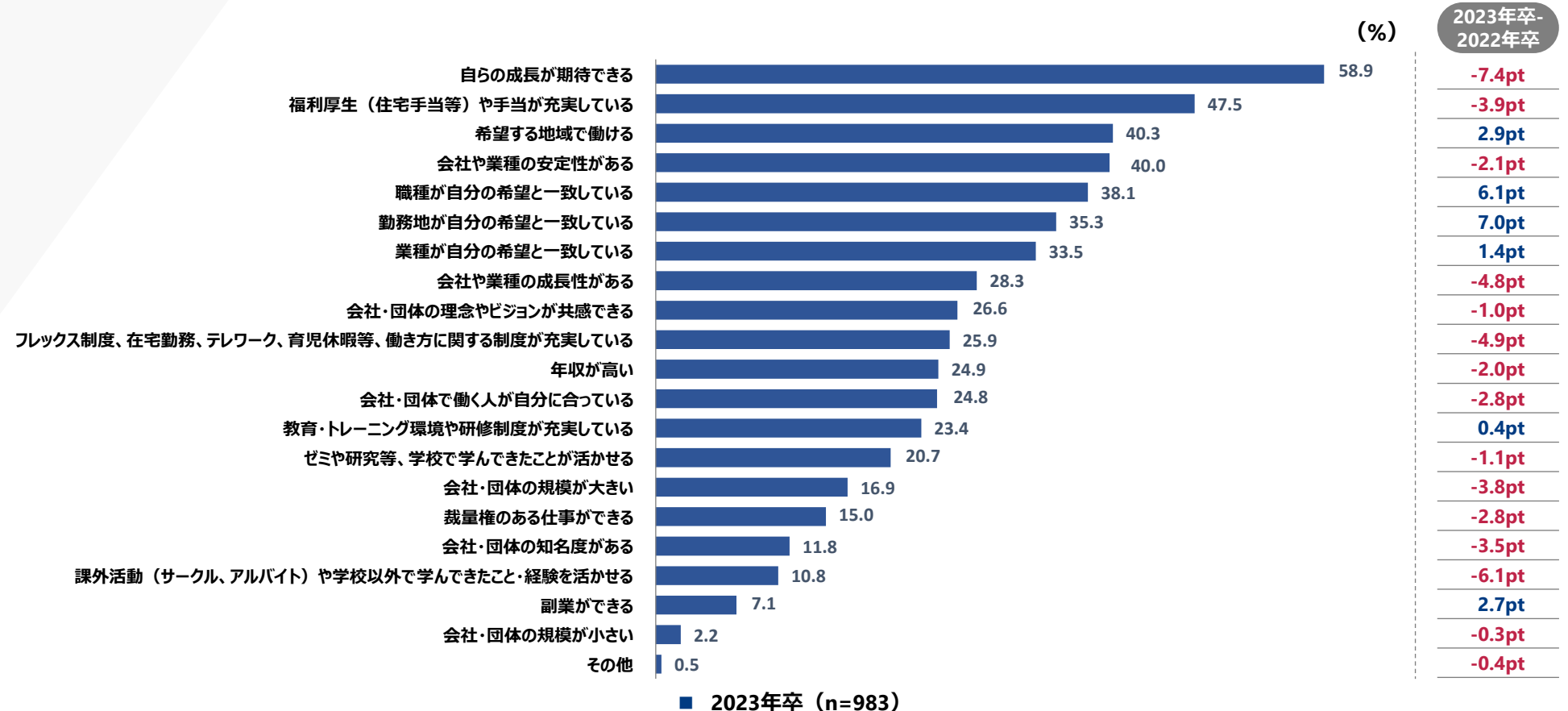
【職場タイプ別の売り上げ対前年伸び率】



(2018年版日本における「働きがいのある会社」ランキング参加企業への回答結果よりGPTWジャパン作成)

学生が企業に応募する基準として「自らの成長が期待できる」が最も高い。 「職種が自分の希望と一致している」「勤務地が自分の希望と一致している」が前年より増加

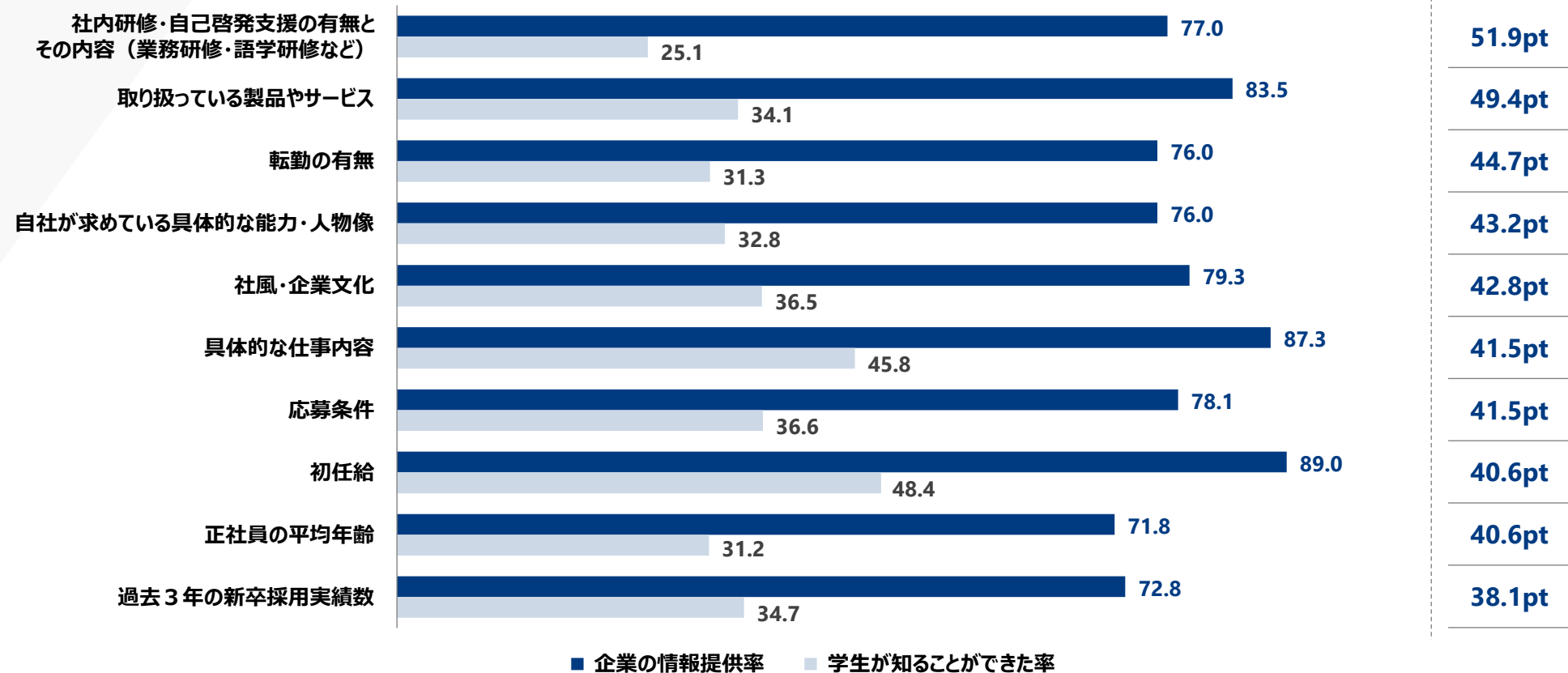
【採用選考の応募基準（あてはまるもの）】



情報の取得はより効率化されているものの、情報の非対称性は依然として高い。 良いマッチングのためには深い相互理解が必要

【企業が提供した情報と学生が知ることができた情報】

※39項目のうち、上位10項目を抜粋（%）



企業の自組織への深い理解を起点とする情報開示が、学生の自己理解を促進させる

【自組織への理解を起点とした相互理解を深めるコミュニケーション】

十分なコミュニケーションと相互理解

