

グルメキャリア
gourmet career
主催

飲食・レストラン^{業界} 合同企業説明会

出展オペレーションガイド

出展準備～開催後のフォローまで

初めてご出展されるお客様、
ご出展をお考えのお客様に

「飲食・レストラン業界合同企業説明会」は

2007年5月の初開催より約20年。

東京・大阪にて60回以上開催する

飲食業界最大級の転職イベントです。

本資料は過去の開催実例をもとに

有意義にご参加いただくための

出展オペレーションガイドです。



来場者の特性を把握する



01

飲食業界での転職をお考えの 業界経験者が9割以上

一般の合同企業説明会では、あらゆる業種の企業が出展する中、飲食企業の出展は少なく、飲食業界の求職者は足が向きません。また、異業種の求職者に飲食業界への現実的な意欲を持たせるのは容易ではありません。本イベントは飲食企業のみが出展する業界最大級の合同企業説明会であり、新しい企業との出会いを求め、毎回数百名の業界経験者(求職者)が来場します。

02

「多くの会社のお話を聞きたい・ 比較検討したい」

飲食業界でのキャリアを活かせる会社、新しい事にチャレンジできる会社を求め、1日で多くの企業と出会い、話せるのが求職者最大のメリットです。求人サイトでは応募に至らない会社、見過ごしている会社のお話を聞いてみたら自分とマッチングする事がわかり入社へ。偶然の出会いから意外な採用が生まれるのもイベントならではの。企業様は応募前の求職者とたくさんの出会いがあります。

03

ネット世代だからこそ リアルな出会いが新鮮な若者

サイト・SNS上に求人情報が溢れ、売手市場である事を理解している若者は会社を「選べるからこそ選べない世代」と言えるでしょう。また、彼らはコロナの経験から転職には慎重な世代です。逆に言えば会場内でのお声がけ、気さくな会話など、ネット上にはないリアルな企業様の導き次第で、当初の希望ジャンルを超えた採用が生まれるのも若者の特徴です。

04

「今よりいい会社があれば 転職したい」

転職がリアルな人はもちろん、昨今の来場者には「転職を決意できる会社があれば働きたい」という焦りのない方も見受けられます。また、「自分のキャリアは他社ではどう評価されるのか?」と自己の市場価値を確かめる為に来場し、企業からの想像以上の評価にそのまま転職というケースも多く見受けられます。現在、管理職クラスの人材との直接交渉ができるのも本イベントのメリットです。



POINT

情報過多の若者、今の職場で頭打ち状態のキャリア層

「飲食が好き」だからこそ迷い・悩み・不安を抱える

現代の飲食人材の心理を読み取り、「偶然の出会い」を「必然の出会い」へ。

当日までに準備しておきたいこと

01

企業ブースの装飾

何十社もの同業他社がブースを連ねる合同企業説明会である為、**自社のカラーを打ち出すブースの装飾は重要なポイントですが、大掛かりな準備は必要ありません。**会場内を回遊する来場者がブースを目にした際、**業態・社風・特筆すべき雇用条件などが一目で伝わる装飾がポイントです。**PC・タブレットで会社紹介映像を流すことも可能です。(音声が出る場合は周りのブースへのご配慮をお願いします)合同企業説明会初出展のお客様は営業担当にご相談ください。

ブース装飾例

■企業のカラーを簡素に伝え印象的に



目を引く単色ポスターに企業キャッチコピー、採用ポリシーを大きく書く。

■カラフルで大きな画像を使用する



食材料理写真を大きくプリント。調理希望者には特に効果的です。

■ユニフォームも装飾の一つです



コックコートなどのユニフォームは遠くからでも目立つアイテムです。

■楽しく働くスタッフの画像を



採用したい世代のスタッフを並べることで働く姿にリアリティを持たす。

■テーブルを除きフリースペースに



ブース全面にポスターを張り解放感ある自由な雰囲気を出す。

■プロジェクターの利用も可能



5分程度の会社説明映像を流しながらビジュアルで魅了する。

POINT



派手過ぎるブースには萎縮し、シンプル過ぎるブースには不安になる。
来場者がブース前を通る1~2秒の間に思わず足が止まるようなイメージでデザインをお考えください。

当日までに準備しておきたいこと

02

配布物・資料

会社説明を受ける求職者への「会社パンフレット」や、企業ブース前を通る来場者にサンプリングする「求人チラシ」等の配布資料をご用意ください(新卒者を採用される場合、専用の資料をご用意ください)。
会場内を歩きながらの資料配布は禁止行為となっております。自社店舗で利用できるクーポンや、ノベルティをご用意される例もございます。

資料例

■会社パンフレット

会社パンフレットは当日ブースでの会社説明時に使用するだけでなく、来場者が持ち帰り、他社と比較検討する求人ツールです。採用条件だけでなく、社風・制度・スタッフインタビュー・キャリアプラン・応募方法など、貴社の採用情報を盛り込んだ内容にしましょう。当日のブース訪問は無く、パンフレットのみ受け取った求職者から後日ご応募がある場合もございます。※会場内に「会社パンフレットコーナー」の設置はございません。



自社の雰囲気にマッチした人材に向けてダイレクトに訴求しています。明快なキャッチフレーズに加え、写真を多数盛り込むことで、店舗やスタッフの情報をわかりやすく伝えています。



自社独自の研修制度を詳細に記載することで「近い将来」をイメージしやすく。併せて給与システムや福利厚生制度を示すことで「長く」「安定した」環境で働きたいと考える求職者とのマッチングが高まります。

POINT

配布物は来場者が持ち帰る事を前提とし
会社説明だけにとどまらず「採用」に関する情報を盛り込む。
当日は接点がなくとも、後日面接希望の連絡がある場合があります。

当日までに準備しておきたいこと

03

メンバーキャスティング

当日参加する企業側のキャスティングは最も重要なポイントです。合同企業説明会に参加する求職者のメリットは実際に企業で働く方々と直接話し、会社の雰囲気を感じ取れる事です。「声掛けする」「仕事内容を説明する」「選考や採用を決定する」など、効率良くチームワークを活かせるキャスティングでご参加ください。近年、各社ともに選考のスピードが早くなっている為、採用決定権を持つ方のご参加をお勧めします。

キャスティングモデル例



- やわらかな印象の気さくに話せる方
※女性スタッフの参加は特に
安心感を生みます
- 調理希望者、サービス希望者と
誠実に話せる現場社員
※ユニフォームの着用でイメージUP
- 店舗の魅力をダイレクトに語れる方
- 採用決定権を持つ方

キャスティングNG例



- 第一印象が強面の職人気質タイプの方
※「上から目線」は避けられます
- 緊張で硬くなってしまいうタイプの方
※来場者に緊張が移り会話が弾みません



POINT

たった一言の声掛けから採用が生まれるのが、本イベントの醍醐味です。キャスティングメンバーの皆様で事前にシミュレーションミーティングされることをお勧めします。※当日の服装も企業イメージに合わせてお選びください。（会場内に更衣室はございません）

04

イベント後の接点準備

説明会開催日以降、採用候補者との「接点」をどのように持つのかを準備しておくことが大切です。印象の良かった候補者には当日「社内面接会」「店舗見学会」「食事会」等への参加を促せるよう、説明会当日までに各会の開催日の日程を複数用意しておくこともポイントです。

来場者は自社だけの説明を聞きに来ているわけではない

共通認識として…



自社が「イイな」と思った来場者は
他社もそう思っている

印象に残る会話で他社との差別化を。
(来場者のブース着席は過去平均データで約7社です。)



来場者は自社にだけ
会いに来ているわけではない

来場者は「自分に合う会社」「自分を求めてくれる会社」を
探しに来ています。

01

ブースへの誘導

重要

来場者は会場受付にて「出展企業ガイド」、「希望職種シール」を受け取り入場します。「出展企業ガイド」で気になる企業ブースに訪問される方もおられますが、大半は会場内を回遊しながら気になる企業ブースを探します。貴社のブース前を通る求職者の「希望職種シール」を見ながら、気になる方に対しスムーズにブースへ勧誘することが必要です。その際に重要なのが「声の掛け方」です。緊張気味の来場者に安心感と興味を与える気さくでスマートな声掛け次第で着席率は大きく変わります。飲食のお仕事で身に付けられたコミュニケーション能力を大いに発揮してください。

「着席してもらいやすい」声の掛け方



■ 希望お仕事カードを見て

「どんな和食店を希望されてますか？」

■ 希望お仕事カードを見て

「ホール希望なんですね！

どんな業態で探してますか？」

■ 新卒者に対して

「大卒ですか？専門卒ですか？」

■ 「どのエリアで探してますか？」

「着席してもらいにくい」声の掛け方



■ 「どうぞ、お座りください」

■ 「よろしければどうぞ」

■ 「お話だけでもいかがですか」

NG! 避けられやすい行動

- 品定めするような目線
- 歩行を塞いで話しかける
- いきなり馴れ馴れしく話しかける
- ブース前を離れ、来場者に付いて歩きながら話す(禁止行為です)

■ 希望職種シールは9種類！

和食
調理

和食系調理
(日本料理／寿司／蕎麦
／居酒屋 etc.)

洋食
調理

洋食系調理
(イタリアン／フレンチ
／カフェ etc.)

製菓
製パン

製菓・製パン調理

その他
調理

その他調理系
(中華／焼肉／ラーメン
／エスニック etc.)

ホール
店長

ホール・店長系
(和食／居酒屋
／チェーン店 etc.)

サービス
マネジメント

サービス・マネジメント系
(ソムリエ／バーテンダー
／パリスト etc.)

本部

本部

栄養士

栄養士

新卒

新卒者

POINT

「質問形式」にするとその場で会話が生まれ、誘導しやすくなります。また、「いま席が空いているうちにどうぞ！」や「すぐに始まりますのでどうぞ！」などの一押しも効果的です。

開催当日のオペレーションについて

02

会社説明・会話の内容

着席後、来場者より「エントリーカード(プロフィールや簡単な職歴)」を受け取ることから始まります。本説明会では1対1での対話形式になることが多く「**個人転職相談+会社説明**」のイメージで会話を進めていくケースが一般的です。先述したように来場者は“面接を受けに来ている”意識はありません。逆に、“企業を選ぶ・見つける”という意識です。「エントリーシート」をきっかけに**お互いの接点を見つけながら打ち解けていくことが大切です**。企業説明会ではありますが、来場者に「話させる」ことが大切で、後の印象にも残りやすくなります。

会話例①



来場者

〇〇さんは和食店に5年お勤めですね、高級店なんですか？



企業

ホテルに入っているお店なので、どちらかといえばそうですね。

ということは〇〇さんは本格志向なんですね。



企業



来場者

いえ、調理師学校を出て、学校の紹介で今の会社に就職したんですが、料理長が厳しい方でなかなか調理をさせてもらえなくて。それで、今はもっと大衆的なお店で働きたいと思っています。

それならウチはピッタリですよ。ウチは魚料理がメインの“落ち着いた雰囲気の居酒屋”という感じのお店を都内で10店舗展開しているんですが、まず魚料理への興味はありますか？



企業



来場者

はい。私はいろいろな魚の勉強をしたいと思っています。

なるほど！当社は全国3か所の漁場と契約していて、お店には毎日直送でいろんな魚が届くんです。それでお店ごとにその日のメニューを決めていくので勉強にはなと思いますよ。料理人には早くスキルが上がるように、どんどん魚を触ってもらいますので今のようなストレスはないと思いますよ



企業

会話例②



来場者

〇〇さんはサービス職希望ということですが、ウチのイタリアンはカジュアルを売りにしていて、マニュアルが無くそれぞれのスタイルに任せているんですよ。



企業

今のお店もイタリアンでサービスも個人に任せてもらっていて、仕事自体は楽しくやらせてもらっているんですが、実は結婚を考えてまして。今のお店は個人経営なので条件的にちょっとキツイなと感じてきまして…

あーなるほどですね。ウチは結婚しているメンバーも結構多くて、既婚者には家族手当も支給しているんです。で、今、新店のオープン計画が3つ進んでいまして、店長候補として入社いただいて能力次第でオープニング店長のポストもあるんですね。店長には役職手当だけでなく売り上げインセンティブ制度もあるのでやりがいもありますよ。



企業

NG!

印象の悪い会話

■「なんでウチに興味あるの?」「なんで今の会社辞めたいの?」

「ウチ忙しいけど大丈夫?」など上から目線で話す

■企業側が一方向的に話し続ける

■会話が盛り上がらないまま30分以上話し続ける ※対話を始めて早々に、来場者との接点がないと判断した場合、お互いにとって時間の無駄ですので、丁寧に話を切り上げてください。

開催当日のオペレーションについて

03

対話の着地

大まかな分類は以下の4つです。

- ① 翌日以降、企業側から面接打診の連絡をする。(連絡方法の確認をする)
- ② 翌日以降、面接希望者からの連絡を待つ。(連絡方法を伝える)
- ③ 社内面接、食事会、店舗見学会などへの打診・日程を決める。
- ④ 即面接／採用

※会場内「個人面談コーナー」の利用が可能です。来場者の意思確認もできます。

①②は他社とのバッティングが予想されます

採用の可能性のある方には③に着地することが理想です

お互いの接点が多く相思相愛である場合

採用決定権者がいれば④のケースも十分に想定できます

説明会後の求職者へのアプローチ

01

後追いはお早めに

採用選考を進めたい来場者には早め(会話の記憶があるうちに)の後追いが重要となります。

※後追いをしやすくするため、当日エントリーシートに印象や会話の内容をメモしておく与管理しやすくなります。**メールで後追いする場合、返信率を高める工夫も大切です。**

返信してもらいやすいメールの内容

- 「〇〇様との会話の中で得意な料理の話が印象に残っており、是非一度…」
- 「〇〇様が気にされていた勤務地についてですが…」

※上記のように、会話した内容を記載すると思出しやすく好印象です。

返信してもらいにくいメールの内容

- 「一度面接させて頂きたいのでご連絡お待ちしております」
- 「興味がありましたらご連絡ください」

※一斉メールのような内容は業務的な印象で返信率が下がります。

POINT

選考に進むか否かを求職者にすべて委ねてしまうと返信率が下がります。
「〇月〇日に会社説明会を行いますので、是非お越しくださいませか」
「面接の日程について〇月〇日または△日、□日のご都合はいかがでしょうか」
など、具体的な日時を設定して意思確認することをお勧めします。

おわりに

以上、出展企業各社様の成功実例をまとめました。

合同企業説明会に参加されたことのない企業様の中には
「準備が大変だな」「ブースに誰も来てくれないんじゃないか」
「何故こちらからキャッチしなければいけないのか」
と思われる方もおられると思います。

しかし、今後人材採用がますます難化する飲食業界において
不特定多数の飲食業界希望者と「直接出会い、話せる機会」は貴重であり、
自社の採用ツールとして定番化すれば大きな「採用の入り口」となると思います。

事実、初出展される企業様も多く、
「今まで求人媒体では来なかった人材に多く出会えた」
「意外な人材と話す中で接点を見出すことができた」
「新卒学生と初めて話し、採用の可能性を感じた」
と、説明会ならではの人材との出会いに評価いただくだけではなく
「飲食業界求人市場の縮図を垣間見て学びが多かった」
「同業他社の採用手法を見て勉強になった」
「飲食業界転職者の本音(悩み・希望)を知ることができた」
と、説明会ならではの新たな発見にも評価いただいております。

また、複数回出展された企業様におかれましては
「出展回数を重ねるほどにノウハウが身に付き、採用人数も増えている」
と、自社の採用スキルの向上も実感されておられます。

初めてご出展を検討されている企業様も、
これまでに出席頂いたことのある企業様も本書を参考に今一度、
合同企業説明会出展をご検討いただければ幸いです。



お申込み・お問合せ

☎ 0120-880-074

☎ 03-5524-2239

株式会社 **ジェイオフィス** 東京

東京都中央区銀座1-8-21 第21中央ビル 3F

<https://www.joffice-tokyo.co.jp>