



# 住宅新報

“逆求人”で自分を売り込め!

## 企業側が学生を“訪問”

地域プランニング研究・都市学部の学生を対象に所(吉田博詞社長)はこの「逆求人フェスティバル」ほど、17年卒業予定の建築を東京と大阪で開催した。



学生たちはパソコンデータや製作模型を使って企業担当者に自分自身をアピールする

## 建築・都市学部生対象に

13日の大阪会場には学生22人、企業9社が参加し、19日の東京会場には学生34人と16社の企業が集まった。建築を学びたい、街づくりがしたい、不動産を手掛けたといった意欲旺盛な学生が集まるのが特徴だという。同イベントへの参加希望が学生からあった場合、地域プランニング研究所がまずは面談し学生の本気度や意気込み度合いを聞き、その上で同研究所が参加の許可を出す。34人の参加があった東京会場だが、実際面談したのは50人程度に上ったという。企業側にとっても、意欲の高い優秀な学生と早い段階で様々な接点を持つるメリットがある。

学生サイドが自身を“売り込む”ための模型やパース、プレゼン資料などを用意し、学生のものを企業側の担当者が回って話を聞くといったスタイルだ。通常の求人とは逆のパターンであることから「逆求人」とネーミングしている。12月と大阪で開催予定だ。