



グルメキャリア
gourmet career
主催

飲食×レストラン業界 転職・就職 合同説明会

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

はじめに

「飲食・レストラン業界合同企業説明会」は
業界唯一の転・就職イベントとして
2007年より20回を超える開催実績があり、
これまでに多数の採用成功事例を蓄積しています。

本書は出展をご検討されている企業様、
初めて出展される企業様、
また過去に出展いただいた企業様にも
本イベントを有効にご活用いただく為に、
過去の成功事例をまとめた
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

飲食業界経験者が8割以上

大手求人企業が開催する合同企業説明会は、あらゆるジャンルの企業と来場者が集まりスケール感に溢れ賑わいがありますが、飲食企業の出展は少なく業界希望者は足が向きません。加えて未経験者に飲食業界への現実的な興味と意欲を持たせるのは容易ではありません。本イベントは唯一、飲食業界に特化した合同企業説明会であり“飲食業界に興味を持った人材のみ”が来場します。事実、来場者の8割以上が飲食業界経験者(社員・アルバイト含む)です。※過去の来場者データは別紙をご参照ください。

02

色んな会社のお話を聞きたい・ 比べたい・自分の評価を聞きたい

来場者は“飲食業界で働きたい”ことは決まっていますが、働きたいお店・会社を決め兼ねています。一日で多くの企業と出会え、直接話が聞けるのが来場者にとっての最大のメリットです。本イベントがきっかけで「和食料理人がイタリアンへ転身」などという事例は多々あり、偶然の出会いから生まれる“意外な採用”も本イベントならではの。また、「自分の経験は他社でどのような評価なのか聞いてみたい」というステップアップ希望の実力者も多く、本イベントをきっかけに即就職採用を果たした例も多数あります。

03

「選べるからこそ選べない」 20代・30代が最も多い

会場には20代～30代が最も多く来場します。求人マーケットが過去最大の「売手市場」である現在、彼らは自らを「企業を選べる世代」として認識しており、転職に焦りはありませんが、同時に彼らは、情報に埋もれた「選べない世代」でもあります。企業側の導き次第で経験ジャンルを超えた採用チャンスが多いのも本イベントの特徴です。

04

“初めて知る企業”との 出会いを求めている

本イベント開催告知には、来場前に先入観を抱かせないように、出展企業名は直前まで開示していません。来場者は開催当日「初めて知る企業」との出会いに期待しています。



POINT

「飲食業が好き」だからこそ、仕事に迷い・悩み・不安を抱える来場者。

来場者の心理状態を読み取りながら「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

ブース装飾の準備

飲食企業約60社が出展する合同説明会である為、**自社のカラーを打ち出すブース装飾は大切**です。とはいえ、**奇をてらった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、**自社の特徴(業態・スタイル・ビジョン等)を一目でシンプルに伝える**のがポイントです。また、中途転職者だけでなく新卒者も来場する為、両者を採用希望する場合は装飾内容が一方に片寄りすぎない事も大切です。※ブース内では希望によりプロジェクターやPC・タブレットで映像を流すことも可能です。(音声が出る場合、周りのブースにご配慮をお願いします)

ブース装飾例

■簡潔なコピーで印象的に



単色の幕に企業コピーを大きくプリントすることで、来場者に印象を残します。

■写真を効果的に使用する



宣材用の美しい写真を大判ポスターに。業態や企業イメージを効果的に伝えることができます

■ユニフォームを着用する



会場でもひとときわ目を引いた“憧れ”のシェフコート。説得力があるので装飾はシンプルに。

■説明会用ポスターを作成



来場者は、職場の風土やメンバーの情報も求めています。ポスターでより効果的に伝えましょう！

■膝を突き合わせてフランクに



あえてテーブルを除くことで心理的な垣根も低くなります。大きなビジュアルも視線を集めます。

■プロジェクターを使用する



映像は説明を補足する意味だけでなく、来場者の足を止めるアイキャッチ効果も狙えます。

POINT

自社の特徴(業態・スタイル・ビジョン等)がわかりやすい装飾を
“ド派手”“説明過多”なデザインは来場者が委縮してしまい、逆に装飾が
“スカスカ”のブースは不信感を生み、着席を避ける傾向にあります。

当日までに準備しておきたいこと

02

配布物・資料の準備

当日配布するための「会社パンフレット」や「募集案内」等の資料をご用意いただきます。

資料はブース前でのサンプリングが可能です。

他、自店で使えるクーポン券やノベルティグッズを用意する例もあります。

また、中途者・新卒者双方の配布物をお持ちであれば、それぞれご用意ください。

資料例

■求人用パンフレット

求人用パンフレットは、来場者が持ち帰ってじっくり検討できる何よりのツール。企業情報の詳細を伝えるのにも有効です。

求職者が基本求人情報以外に求めるのは、ワークライフバランスや将来をイメージするための情報です。実際の勤務時間や休日、昇給や昇格について明確に記載しておくことで、採用後に「イメージと違った」などのミスマッチを防げます。また「応募方法」など来場者の次のアクションに繋がる情報は必ず記載しておきましょう。



自社の雰囲気や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。

※パンフレット作成は別途ご相談を承ります。（8万円～）

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

キャストイングの準備

当日のキャストイングは、最も重要なポイントと言えます。

「企業イメージ」の本質はブース装飾ではなく「人」です。転職理由に「人間関係の悪化」を挙げる来場者が多く、会場では出展企業の皆様を通じて企業の雰囲気を感じ取ります。参加可能人数は最大3名、「ブース前で声掛けする」「求職者と話す」「選考や採用の決定を下す」など、チームワークが生かせるキャストイングをご決定ください。近年、各社ともに選考スピードが速くなっている為、採用決定権を持つ方のキャストイングをお勧めします。

キャストイングモデル例

- 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

キャストイング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。キャストイ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。

開催当日のオペレーションについて

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。)



来場者は自社だけの面接に
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

来場者には受付にて「出展企業パンフレット」、希望業態・職種に合わせた「希望お仕事カード」を配布します。出展企業パンフレットを見て、興味あるブースに直接向かう方もおられますが、大半は会場内を回遊しながら気になるブースを探します。ブースの前を通る来場者の「希望お仕事カード」を見て、第一印象が採用イメージに合えば、スムーズにブース誘導する事が必要です。その際の大切なポイントは「声の掛け方」です。もちろん、声掛けはきっかけにすぎませんが、来場者に興味と安心感を与える大切なファーストコンタクトです。声掛けのスキルが上がれば着席率は大幅に上がりますので、お仕事で身につけられた接客・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」

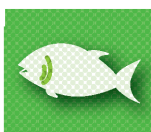
■ 「よろしければどうぞ」

■ 「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)

■ 希望お仕事カードは9種類！



和食系調理
(日本料理／寿司／蕎麦／居酒屋 etc.)



洋食系調理
(イタリアン／フレンチ／カフェ etc.)



製菓・製パン調理



その他調理系
(中華／焼肉／ラーメン／エスニック etc.)



ホール・店長系
(和食／居酒屋／チェーン店 etc.)



サービス・マネジメント系
(ソムリエ／バーテンダー／パスタ etc.)



本部



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事が大切です。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。〇〇さんはどんなスタイルに興味がありますか？



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。それで、ご結婚はいつをご予定されているんですか？



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い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、毎回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。