

人材採用の総合ソリューションパートナー



Company Profile

社 名：株式会社文化放送キャリアパートナーズ

設 立：2001年7月3日

代 表 者：平田真人

資 本 金：9500万円

法人株主：株式会社文化放送 株式会社読売新聞東京本社 トランスコスモス株式会社

東京本社：〒105-0022 東京都港区海岸1-11-1 ニューピア竹芝ノースタワー16F

関西支社：〒550-0004 大阪市西区靱本町1-11-7 信濃橋三井ビルディング11F

会社概要はこちらから <https://www.careerpartners.co.jp>

BUNKAHOSO Career Partners Recruit Guide

このカタチ、
私たちのカタチ。

はじめまして。

人材採用の 総合ソリューション パートナー

文化放送キャリアパートナーズです。

私たちは、オリジナリティ高いビジネススタンスで
求人者と求職者をつなぎ、
人材採用をお手伝いしている会社です。

そのためよく頂戴するのが、
「つまり何の会社ですか？」というご質問。

就職活動中の皆さんの中にも、
私たちのビジネスについて、
わかりにくさを感じている方が
いらっしゃるかもしれません。
そんな方に読んでいただきたいのが、
このパンフレットです。



採用担当談

国や自治体の業種登録では「その他サービス」にあたる私たちの事業。企業概要の事業掲載欄に何と書けば正しく伝わるか、自分たちでも迷うほどです。

派遣・請負の
会社かな？

わかった！
人材教育の会社でしょ？

採用系広告代理店？
いや、広告制作の会社では？

ホントにそう？

正しい
カタチを
見てみよう

アメーバのような
ちょっと変わったこのカタチは、
私たちのビジネスの価値や
スタイルを表現した当社のロゴマークです。
当社の業務を正しく理解できたら、
カタチの意味にもきっと納得！

なかなか全体像がわからない私たちのビジネス。でも、

つかめると、このカタチはおもしろい。

求人者（企業・病院）の採用課題を
ともに考えること、
それが私たちの価値だから。

求人者それぞれが抱える採用の悩みを共有し、
その改善策を提案することが私たちのビジネスです。
派遣・請負は、依頼したい業務をすぐに実行できるという点では優れていますが、
私たちが見ているのは求人者の採用活動の全体であり、
もっと抜本的な部分です。

派遣・請負の
会社かな？

正しいカタチ その

1

求人者である皆様から「人材系の会社なのに？」と聞かれますが、

派遣・請負は していません！ それが私たちのカタチ。



私たちの提案で大切にしているのは、
「求人者のブランディング」

どんなに魅力的な会社や組織であっても、
そのことが人々に認知されていなければ、
きっと求職者は見向きもしないでしょう。
逆に、会社や組織が求める人材層へ、確実かつ魅力的に、
企業のことと求人内容が伝われば、たくさんの求職者が応募してきてくれます。
目指した層が振り向くような求人者の魅力を提示し、
効果的にその事実を伝えて価値を高めていく手法をブランディングといいます。
これが私たちの事業のキーワードであり、
ビジネスにおいて一番重要と考えていることです。

欲しい人材像は、
独創性のある学生

毎年、理系学生の
採用に苦戦していて

実は社内の採用担当は
私一人で…

現在お持ちの課題を
分析後、
最適な採用プランを
ご提案しますね。

企業の新卒採用担当者に向けて

Key Word

幸せなマッチングを生む
採用プロモーションの提案

P06 企業マーケティング部の仕事

求人者に向けたビジネスは2種

欲しい人材に届く
PRを分析して、
採用プランを
ご提案しますね。

今後、地域医療に力を
入れていきたいんです

新しい診療科を設置
することになりました

認定看護師が
辞めることになり…

病院や施設の看護師採用担当者に向けて

Key Word

求める人材と確実に会うための
採用プロモーションの提案

P08 病院マーケティング部の仕事

企業マーケティング部の 仕事のカタチ

企業ブランディングを念頭に、アイデア力と商品ソリューションで
クライアントのための採用プロモーションを創出

企業と新卒学生の幸せな 出会いの機会をつくる！

企業マーケティング部のクライアントは、新卒学生の採用
を考えている企業の人事部門。ヒアリングを通して、クライ
アントが抱える採用課題の本質を見極め、求める人材層と
の確実なマッチングを目指します。

目指すのは相思相愛を 実現する「採用プロモーション」

企業マーケティング部の仕事は単なる商品やサービスの
販売ではなく、これらを組み合わせて1年～数年にわたる
採用プロモーションを提案することです。企業の要望と企
業が求める学生の視点や動向を分析し、双方が確実に出
会える施策を企画、実施します。

戦略的な企業ブランディングと 学生に響く企画性が大事

採用プロモーションを成功させるためには、クライアント
企業の正しいブランディングがカギを握っています。クライ
アントとクライアントが求める学生層をきちんと分析し、
与えたい企業の印象、そして求める学生層の動向に合った
接触機会やメディアを的確に選定する必要があります。

クライアントである
企業それぞれの
採用課題を分析し、
解決に結びつく
ソリューションを
創出します。

企業価値を実証 企業ランキング



「就職」を重視する学生は「企業イメージ(企
業価値)」よりも「仕事イメージ(仕事価値)」に
重点を置くとの仮説の下、総得票数×就職者
誘引度＝就職ブランド力として算出したラン
キングを創業2001年より継続して発表。

新卒学生への認知度を高める 文化放送グループ・メディア



グループ会社の文化放送、業務提携先である読売新聞、東洋経済新報社
との連携により、各社がもつ信頼のおけるメディアから広く伝達すること
でブランディングを成功につなげます。

認知度アップの決定版 ラジオ番組



採用担当者が就活中の学生に向け
て話す15分番組。多くのリスナーに
しっかりとPRすることができます。

企業と新卒学生の 出会いをサポート 就職サイト



求人情報の掲載に加え、特集コンテ
ンツへの出稿により、認知度アップ
を図ることができます。

企業と新卒学生の 出会いをサポート 合同企業説明会



Presented by 読売新聞 就活ON！
ブンナビ就職LIVE

密度の濃いコミュニケーションを目的
とした就活イベント。業界別、職種別
など様々なテーマで開催しています。

新卒学生に向けて 魅力的に企業PRを行う 新卒採用サイト/ パンフレット制作



学生の企業理解促進と志望度アップ
を目的に、各種PRツールの制作
を行っています。

採用プロモーションを構成する様々な商品・サービス

企業の採用 ブランド力向上

採用課題

- ・応募者数の伸び悩み
- ・学生との接触機会の少なさ
- ・理系学生の採用に苦戦
- ・間違った企業イメージ
- ・選考活動の人材不足

求める人材にリーチし、
採用課題を解決する
採用プロモーションを
ご提案

提案内容例

- ・人材募集時期の見直し
- ・効果的なメディアの選定
- ・求める人材との接触機会の創出
- ・会社案内や採用サイトの改善施策

クライアント(企業の新卒採用担当)

企業マーケティング部

企業マーケティング部のビジネススキーム

病院マーケティング部の仕事のカタチ

大切な命を預かる現場に対して、ヒアリング力と出会いの場を駆使して、病院と看護学生・看護師の的確な人材マッチングを図る

病院と看護学生・看護師の確かな出会いの場をつくる！

病院マーケティング部のクライアントは、病院の採用担当部門。看護体制の強化を目的に経験豊かな看護師を求めたり、後進の育成を目的に新卒看護師を求めたりとニーズは様々です。その要望に応じて、求める看護師と病院が早く確実に出会える場を提供することが、私たちのミッションです。

成功のカギは、豊富なチャネルを駆使した「採用プロモーション」

病院マーケティング部では、各種商品・サービスを組み合わせて、病院と看護学生・看護師が出会う様々な場面を提案しています。求める人材に合わせてプロモーションを展開することで、単に「人材を募集する」「紹介する」以上の価値ある出会いを実現しています。

大切なのは、病院と看護学生・看護師の双方の目線に立てる柔軟な思考

病院に課される使命を理解し、その一方で、働き手である看護学生や看護師の気持ちも想像する。柔軟な視点でつくられた採用プロモーションにより、病院とまだ見ぬ看護師の距離はぐっと近づきます。目指すのは血の通った採用プロモーション、それが私たちにしかできない提案のカタチです。

的確な人材マッチング



クライアント（病院の採用担当者）

病院マーケティング部

病院マーケティング部のビジネススキーム

採用プロモーションを構成する様々な商品・サービス

看護学生と病院の出会いの場
就職サイト



看護学生に向けた就職サイト。病院紹介だけでなく説明会や見学会などの申込機能も備え、病院と看護学生を確実につなげます。時期に合わせた特集コンテンツの発信やオンラインイベントも開催しています。

有資格者と病院の確かな出会いをサポート
看護師紹介



専門性が多岐にわたる看護師に対して、求めるスキルをもつ看護師と病院が確実に会う方法の一つとして、看護師の紹介を行っています。

実際の出会いの場をつくる
病院合同説明会



多くの看護学生と直接コミュニケーションできる場を全国で提供しています。また、オンラインやWEBでの説明会も開催しています。

認知度アップの決定版
ラジオ番組



採用担当者が就活中の学生に向けて話す15分番組。病院の特色、教育制度、働く環境などを、しっかりとPRすることができます。

看護学生に向けて魅力的に病院PRを行う
入職案内サイト/
パンフレット制作



看護理念や教育制度、院内の雰囲気などをわかりやすく掲載した病院オリジナルの採用PRツールを作成しています。

求職者を送り出す大学などから、「人材教育の会社？」と聞かれますが、

教育・研修の会社 でもありません。

これも私たちのカタチ。

教育機関へのサポートを通して、
学生全体の就活力を高める！

教育機関のキャリアセンターと信頼関係を築き、より良い学生支援のために何が
必要かを考え提案する。
それがキャリア支援部のミッションです。

トータルプランで学生の
育成を長期的にサポート

社会で活躍する学生を育成するには、商品
やサービス単体の提供では足りません。
長期的かつ包括的なキャリア支援プラン
を提案して、学生にとって大きなライフ
イベントをサポートします。

学生を育てる
愛情あふれる視点が大事

キャリア支援部の仕事は、就活経験者な
らわかる「事前にこんなことを知っておき
たかった」「こんな準備をしておけばよ
かった」といった気づきを存分に活かせる
仕事といえます。大事なのは、後輩たちの
より良い就職活動を願う優しさあふれる
視点です。

キャリア支援部 の仕事のカタチ

求職者が納得できる進路選択を
大学とともにサポートする



評価ありきではなく、
優れた人材を育む環境づくりがまずは大切

私たちのビジネスは、人材採用のもつ根本的な課題と向き合うことを念頭においています。
その考え方にもとづけば、優れた評価ツールを開発・販売することよりも、
点数評価では計れない魅力的な求職者を育てること、
これにより、求人者、求職者双方にとって幸せな採用が完成すると考えています。
そこで展開しているのが、キャリア支援部による大学をはじめとした教育機関への働きかけです。
キャリアセンターと相談しながら、在学生たちの長期的なキャリアプランを提案するのがその仕事。
もちろん、人材アセスメント商品も取り扱っていますが、それは提案の一つのツールと考えています。



選考対策ツール

- ・コンピテンシー診断
- ・筆記試験対策テスト



直接支援

- ・講座
- ・ガイダンス
- ・授業



セミナー運営支援

- ・学内セミナー企画 / 運営



支援ツール

- ・低学年向けキャリアガイド
- ・就職手帳
- ・保護者向けリーフレットなど



キャリア支援部が活用する商品・サービス

就職支援の充実
納得のいく就活



学生



クライアント
(大学などのキャリアセンター)

大学のキャリアサポート力、
学生の就活力、双方から
アプローチした
キャリア支援プランを
ご提案



キャリア支援

提案内容例

- ・就活生向けセミナー
- ・低学年向け啓蒙ツール制作
- ・学内企業合同説明会の運営
- ・低学年向けキャリア講座

キャリア支援部のビジネススキーム

「でも、広告を取り扱っていますよね？」とも聞かれますが、

広告代理店でもなければ、広告制作会社とも違います！ それも私たちのカタチ。



メディア・システム部の仕事のカタチ

広告代理業とはちょっと違う私たち

当社では、確かに自社展開のメディアからグループ会社の媒体まで幾多の広告商品を扱っていますが、ビジネスの目的は、商品自体の販売ではありません。効果的な採用プロモーションやキャリア教育プランを成功させるために、広告商品を巧みに組み込むこと、これがスタイルです。ですから、私たちは自分たちのことを広告代理店とは捉えていません。でも、取り扱う商品を管理する人は必要ですね。それを一手に引き受けているのがメディア・システム部です。

前面には出ないけれど、一目置かれる中枢機能

メディア・システム部には、日々、企業マーケティング部、病院マーケティング部、キャリア支援部の3部門から商品に関する相談や、商品を紹介する企画書の作成、受注後の制作・管理依頼などが舞い込みます。全ビジネスがメディア・システム部を通過するといっても過言ではありません。広範な商品知識を活かして、的確にスピーディーに対応する姿はまさに当社の中核機能。前線部隊が安心して提案できる理由がここにあります。

クリエイティブ室の仕事のカタチ

クライアントに向けたプロモーションに 最大のインパクトを与える、それがミッション

企業マーケティング部、病院マーケティング部、キャリア支援部では、それぞれのクライアントに向けたプロモーションプランの一部として、オリジナルのウェブサイトやパンフレットの制作もご提案しています。この制作を担当しているのがクリエイティブ室です。魅力的なオリジナルツールで各部門が展開するプロモーションにインパクトを添え、受注に結びつけるのがクリエイティブ室の役割です。

求められるのは、コミュニケーション力と発想力

クリエイティブ室の社員たちは自分たちでデザインや原稿執筆をすることはありません。その代わり、外部のブレン各社に向けて制作を指揮し、その完成までをリードします。これが広告制作会社と異なる点です。企業や大学といったクライアントが抱える採用や就活支援に関する課題を理解し、それを解消する表現コンセプトを作れるクリエイティブ力と、大勢の関係者をリードできるコミュニケーション力で世界に一つだけの広告物を生み出していきます。

メディア・システム部の仕事の流れ



メディア・システム部が担当する業務

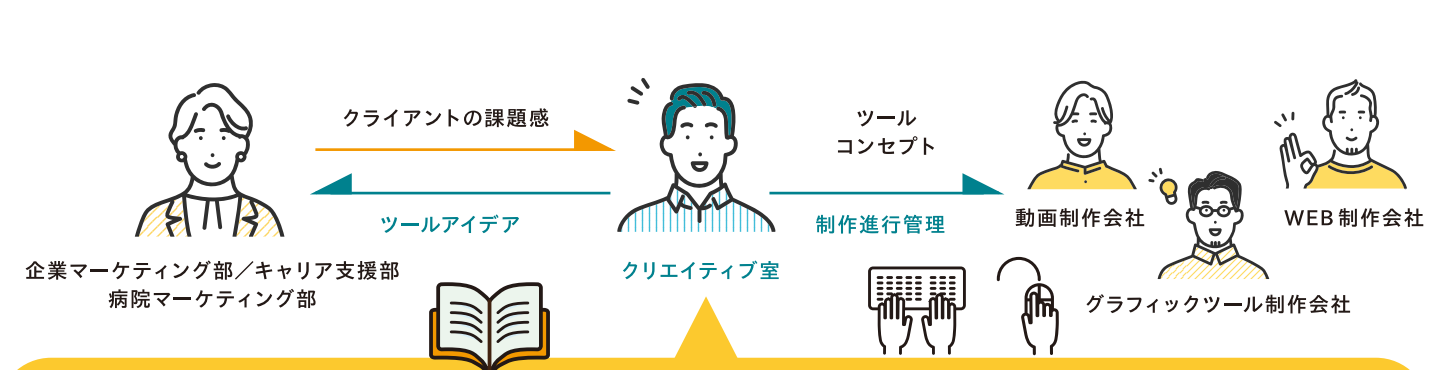
自社サイト運用

データベース管理

プレスリリース

集客プロモーション

クリエイティブ室の仕事の流れ



クリエイティブ室が担当する商品

PR動画

WEBサイト

グラフィックツール

イベントツール

つまり、 求人者と求職者のあいだで、 採用シーンを プロモーション。

BUNKAHOSO
Career
Partners

アメーバのような
ちょっと変わったこのカタチは、
当社のロゴマークです。
求職者・求人者・当社の3者が
より良い採用活動を目指した
パートナーシップで結ばれ、
変化・進化していきたい。
そんな気持ちを表しています。

Promotion

求職者

- ・新卒学生
- ・看護学生
- ・看護師
- 求職者を送り出す機関
- ・大学
- ・専門学校

つまり、プロモーションを軸に、
採用を考えるちょっと珍しい採用ビジネス

私たちのビジネスは、より良い人材を求める求人者とより
良い職場を求める求職者を結ぶために存在しています。
特長的なのは、求人者(企業・病院)や、求職者側(就活生
や就活生を送り出す教育機関)が感じている採用にまつわ
る課題や悩みに対して、最適なサービスや商品を組み合わ
せたプロモーションという手法で、解決策を提供している
点です。

クライアントが抱える本当の課題を見つけ、その解決のた
めに最も効果的な商品・サービスを選び、結果を生み出す
——私たちは、自分たちの役目を採用シーンにおける「コン
サルタント」であり、「ソリューションパートナー」であると
考えています。これは人材業界広しと言えど、ちょっと珍し
いビジネススタイル。多種多様な採用関連サービスがある
今、柔軟な発想でクライアントそれぞれにオリジナルの解
決策を提案するこのカタチが支持されています。

だから提供できる、
クライアントそれぞれにとっての最適解

向き合うクライアントそれぞれの課題に対して、最適な商品
やサービスを組み合わせることで解決を目指す私たちです
から、取り扱う商品やサービスは多種多様です。多くの採用
関連企業が展開している事業が無かったり、反対に、一見
すると採用関連企業とは思えない部門が充実していたり。
でも、この柔軟なスタイルがあることで、採用という世界を
俯瞰して見つめ、戦略的かつ柔軟に「その手があったか!」
という解決策、つまり最適な採用プロモーションをクライ
アントへ提案することができるのです。

求人者

- ・企業
- ・病院

ソリューションパートナーとして、
幸せな人材マッチングを想うコンサルティングカンパニー

これが私たちのホントのカタチ。

中の人に聞いてみた！

BCPの職場のカタチ

文化放送キャリアパートナーズ

男性社員 女性社員

5:5

男女比率

女性社員の1/3が産休・育休からの復職者、
男性の育休取得者もいます。子育てに優しい会社です。

A M 09:30

業務開始時間

朝の30分のメリットは大きく、
通勤ラッシュのピークを避けて出勤できます。
テレワークも週2日利用できます。

15.5時間/月

平均残業時間

月間15.5時間、一日だと40～50分です。
平均的にはみなし残業時間内に終業しています。

eco

環境への取り組み

社内で使用する消耗品をFSC認証・PEFC認証・
再生紙・再生PP製品に切り替えています。

10.4日/年

平均有給消化日数

消化しきれなかった有休は、病気などに備えて
100日まで積み立てることができますが、
もっと消化して欲しいと考えています。

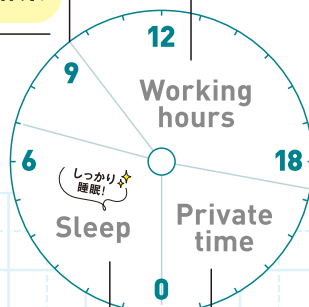
BCP ON

のカタチ

2日/1週間
リモートワークの割合

09:30 始業

ゆっくり出社



7.8時間
平均睡眠時間

国民の平均睡眠時間＝7時間12分

12%

立地良し

- ・東京本社が浜松町で、アクセス抜群
- ・関西支社は駅チカ徒歩1分！
- ・東京オフィスは目の前が海で眺望抜群
- ・浜松町駅から東京オフィスまでの道のりは、あの俳優がドラマの中でいつも歩いていた道！

16%

ずばり、やりがい

- ・立案から実施が早い
- ・仕事を任せてもらえる
- ・日々勉強になる
- ・社会的意義のある仕事に携われる

18:40
退社平均時間

「終業しない」と
高らかに宣言する
仕事好き社員も!!

ちゃんと退社
いただいています!
by人事

82%

「趣味あり」の人

お家タイム、
よく見るテレビ番組といえば？

1位 NHK朝ドラ

2位 報道ステーション
などニュース

3位 NHK大河ドラマ

4位 ドラマ

5位 関ジャム・
水曜日のダウンタウン

番外編

- プラタモリ
- スパイ×ファミリー
- ノンフィクション
- カンブリア宮殿
- ゴッドタン
- ぼつんと一軒家
- 家、ついて行ってイイですか？
- 世界の果てまでイッテQ
- マツコ&有吉 かりそめ天国
- 題名のない音楽会
- BSイレブン競馬中継
- 月曜から夜更かし
- 岩谷光昭の世界ネコ歩き
- 有吉のお金発見 突撃!カネオくん etc...

北海道・東北・北陸に
やたら詳しい社員

休日は子どもサッカーの
コーチになる先輩

脚本家やライターに
なれるくらいの
文章が上手な人がいる

まさか同僚に
講談ができる人がいたとは!

となりの社員の
すごい特技を
タレコミ

BCPのちょっと 自慢したいところ といえば？

8%

お茶！

- ・ペットボトルのお茶や
お水が飲み放題
- ・創立記念日には
お菓子をもらえる

37%

働きやすい
人間関係

- ・優しい人が多い
- ・意見を言いやすく、
耳を傾けてくれる先輩/上司多数
- ・部署の垣根が無く話しやすい
- ・社長との距離が近い(席も!!)

27%

プライベートを
大切にできる

- ・休みたいときに休める
- ・上司を気にせず早く帰れる
- ・時短勤務や在宅勤務など多様な働き方ができるようになってきた
- ・勤続5年ごとに取れる長期リフレッシュ休暇は魅力

突然ですが、
YouTubeの履歴を見せてください！

13Pt 音楽

6Pt お笑い

5Pt 推しの
アイドルチャンネル

3Pt スポーツ

3Pt ゲーム実況

3Pt vlog系

3Pt 料理 etc...

番外編

- 大食い系 ■筋トレ ■自己啓発系 ■リフォーム ■アイドルから教養系まで幅広く ■子供関連
- 日経テレ東大学 ■ひろゆきとかの切り抜き ■赤ちゃんの爆笑動画 ■UFOキャッチャーもの
- 生物・科学系 ■ラジオ番組切り抜き(神回・面白トーク限定!)

マイケル・ジャクソンを踊らせたら
完璧な女性先輩

アウトドア好きで、いろんなものを
スモークする人がいる

日帰りして全国を旅する上司

ドライブ好きな社員。そんな
距離走ってきたの？と毎回思う

漫画の蔵書数千冊！引退後
古本屋開業をもうろむ上司

BCP OFF

のカタチ

創立20年

文化放送キャリアパートナーズは、

2021年に創立20周年を迎えました。

- | | |
|----------|---|
| 2001年 7月 | 資本金1,400万円、
7名で株式会社キャリアパートナーズを設立
(御茶ノ水) |
| 2001年 9月 | 資本金6,100万円に増資
就職情報を総合的に研究する社内シンクタンク
「就職情報研究所」設立 |
| 2001年12月 | 大学生向け就職サイトをリリース |
| 2001年12月 | 資本金を7,000万円に増資、
社名を文化放送キャリアパートナーズへ変更 |
| 2002年 2月 | 東洋経済新報社と共同で
年2回「就職ブランドランキング調査」を開始 |
| 2002年 4月 | 富士ゼロックス総合教育研究所と共同で
コンピテンシー診断テストを開発 |
| 2002年 6月 | プライバシーマークを取得 |
| 2003年 7月 | 日本就職情報出版懇話会へ加盟 |
| 2003年 9月 | 資本金を9,500万円に増資 |
| 2005年10月 | 就職サイトを
「文化放送就職ナビ」として全面リニューアル |
| 2006年 7月 | 本社移転(浜松町)
関西支社を開設(淀屋橋) |
| 2008年 4月 | 看護師採用支援事業を開始
サイト、情報誌、合同説明会をスタート |
| 2010年11月 | 病院向けブランドを
「文化放送ナースナビ」として全面リニューアル |
| 2013年 4月 | 公益社団法人全国求人情報協会へ加盟 |
| 2013年 6月 | 本社移転(ニューピア竹芝ノースタワー) |
| 2016年 6月 | 関西支社移転(梅田) |
| 2017年12月 | 読売新聞東京本社と資本・業務提携 |
| 2018年 2月 | 有料職業紹介事業の許可を受ける |
| 2021年 3月 | 日本経営協会総合研究所と業務提携
公務員就職のためのコンテンツ
「ブンナビ公務員」をスタート |
| 2021年 4月 | 関西支社移転(信濃橋三井ビル) |
| 2021年 7月 | 創立20周年に伴い周年ロゴ作成 |

おかげ様で20周年
20 years

BCPってどんなカタチ？

挑戦に際し、協力しあえる会社です

一般的に挑戦というと、1人で挑むと思いがちですが、ビジネスの世界では、他者の協力なしに挑戦は成しえないものです。

BCPは挑戦に際し、筋道が通っていれば部署を越えて協力を仰げますし、協力してもらうための説得材料も豊富にあります。膨大な調査データを保有し、部署の垣根を超えて必要な情報を得ることもできるので、挑戦に際しての下地作りや、協力を得やすいという点は、当社の大きな魅力です。



2017年入社 社会学部卒
メディア・システム部

林 大智

MESSAGE

「根拠への意識」が 今と未来に役立ちます

自分の考えの「根拠」を、今のうちから意識しておきましょう。ロジックに破綻がないかを振り返る習慣は、就活のみならず、社会人になってからも役立ちます。

例えば会議で意見を出す際、根拠が「勘」や「何となく」では通用しませんよね。常に「なぜそう考えたのか」「そう考えた理由」を意識しておきましょう。

BCPってどんなカタチ？

自己管理ができれば、自由さを楽しめますよ！

BCPはとっても自由。「やってみたい」「一緒にやろう」と、気兼ねなく発信でき、周囲も柔軟に受け止めてくれます。

でもその反面、自分をしっかりと管理しなければいけないのも事実。私もまだまだ指摘をいただく身ですが、悪いところは悪い、良いところは良いと教えてくれるのもBCPの良さだと思います。



2018年入社 人文学部卒
キャリア支援部

櫻井 美穂

BCPってどんなカタチ？

温かく自由で 親しみやすい人ばかり

BCPは大きな会社ではないため、社員一人が担当するお客様の数も多く、ジャンルも多岐にわたります。つまり、様々な案件やご相談と向き合うということ。当然、学ばなければいけない事も多くあります。ですが、わからないことがあっても、先輩・後輩関係なくさらに部署を越えても気軽に質問や相談ができる、そんな雰囲気にあふれた会社です。

中の人に
話してもらった！

BCPの

文化放送キャリアパートナーズ



2017年入社
社会学部 メディア表現学科卒
病院マーケティング部

鯉木 杏

MESSAGE

様々な企業をたくさん見比べた上で、 ぜひ、納得のできる会社を選んで！

この業界は自分の就活経験が仕事に活きる良さがありますが、トレンドの移り変わりも早く、立ち止まれないという厳しさもあります。ですがその分、自分で吸収したことから提案内容が広げられる楽しさもあり、常にアンテナを張ることが好きな方には向いていると思います。一緒にトレンドをカタチにしませんか？

BCPってどんなカタチ？

一人ではない 温かさがBCP

仲間と一緒に考え、「こうしたい!」という自分の意見を伝えやすい職場だと思います。上司や先輩も話しやすい人が多く、困った時にサポートやフォローしてくれたり相談に乗ってくれたりと皆さん温かい！

イベント運営に伴う土日出勤が多い仕事ですが、休日を取りやすく仕事とプライベートが両立できる働きやすさも魅力です。



2021年入社 心理学部卒
関西支社 病院マーケティング部

林 華穂

MESSAGE

納得するまで、 就活をやり切ろう！

就活は辛いし大変ですよ、よくわかります。でも、簡単にあきらめず、いろいろな会社を見て、ぜひ自分に合う会社を見つけてください。入社してみないとわからないことも多くありますが、自分がどう成長したいのか、どうなりたいのかという視点を決して忘れず、ぜひ、後悔のない就活にしてくださいね。

BCPってどんなカタチ？

声を大にして伝えたい 人間関係の良い会社です

人間関係の良さは日々実感しています。今年で6年目になりますが、尊敬できる先輩、頼もしい後輩、他部署の力強いバックアップと、心から働きやすい環境だと感じています。働く上で、職場環境はとても重要な要素になってくると思いますので、ぜひ説明会等でBCPの雰囲気を感じてみてください。

「自分がやってみたいこと」の 本質を突き詰めて！

正直なところ、職場環境や実際の仕事内容は、働いてみないとわからないものです。それでも、より自分に合う会社に出会うヒントは「なぜその仕事をしたいのか」という問いに隠されています。その仕事に価値を感じ、成長を実感できてこそ人はやりがいを感じます。就職活動を通して、そんな職場をぜひ見つけてみてください！



2017年入社 経済学部卒
企業マーケティング部

藤井 諒

MESSAGE

中の人に教えてもらった！

BCPのキャリアのカタチ

企業マーケティング部
2011年入社 社会学部卒

松田 穂波

就職活動に関連した、自分にとって身近な商品・サービスに携われる仕事に興味を持ったこと。そして、無形商材に興味があり、商品力ではない部分でしてみたいと思ったこと。この2つの理由が重なりBCPに入社。

企業マーケティング部
2009年入社 藝術学部卒

神志名 潤

自分を世間知らずな人間だと自覚していたので、多種多様な企業の人事と仕事することで、“社会人のスタンダード”を体感できると感じBCPを志望。

企業マーケティング部への
配属を前提に入社

1年目

1年目

営業職希望。
自分のアイデアを形にする仕事がしたい！

新入社員研修/OJT

予想通りというか、予定通り
企業マーケティング部へ配属（笑）

大量の引継ぎ案件にあたふた

先輩から実績企業を大量に引継ぎ、当初は慌てるばかり。同じチームの上司や先輩にだいた助けてもらいました。

2年目

3年目以降、仕事の要領はつかめたものの
結果がなかなか出ない日々にもやきもき...

子ども誕生

初めての子育てに奮闘。保育園の関係で育休が長引き、仕事復帰できるか少し不安に思った部分もありました。

職場復帰！

元の部署に無事復帰。育休前と変わらぬ雰囲気でも迎えられ、ホッとした記憶があります。

過去一の利益目標達成、
社長賞を受賞！

時短の私にも大きなクライアントを任せていただいたこと、テレワークで効率的に稼働できたことで、うまく波に乗ることができました！

6年目

8年目

11年目

Future

ゆくゆくは管理職として、部下のマネジメントにも挑戦したい。営業活動と部下のマネジメントをうまく両立できるマネージャーが理想です。私の上司がまさにそうした方なので、見よう見まねで学んでいきたいです！

病院マーケティング部へ配属。

病院や看護師についての知識はゼロ。先輩のフォローのもと、はじめて知ることが多く貴重な経験の連続でした。

3年目

部門賞を獲得！

営業成績を評価いただき、部門賞を獲得しました。自分の力というよりも、社内外の一緒に仕事をする人たちと協力できる力が身につけてきたと感じ、これからの仕事へ向けた手ごたえを感じました。

入社4年目に結婚。後に二人の息子にも恵まれ、
仕事へのモチベーションが上がりました！

6年目

異動希望願い制度を
活用して企業マーケティング部へ

9年目

マネージャーに昇進

自身の仕事だけでなく、部下やチームの全体最適を意識する視点を持つように。

12年目

部長に昇進

会社全体の利益に貢献するにはどうしたらいいかと考えるようになり、事業を推進していくためにすべきことを考える日々。

Future

社内、社外の人たちと力を合わせて、BCPの新たな核となるビジネスモデルを創出したい。テクノロジーの発展や社会情勢の変化により、採用活動も目まぐるしく変わっています。その中で、求人側、求職側のニーズを捉えた企画を実現させたいと考えています。

管理職研修

中の人
撮ってみた！

BCPでの私のカタチ

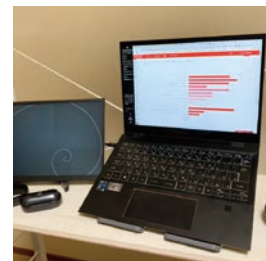
仕事がアツい

14時の様子を
一緒に
撮影してみたら...



大学への提案内容について
相談中

2021年入社 / キャリア支援部



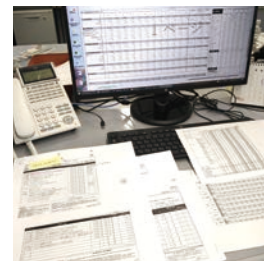
咳をしてもシゴト
(体調が気になる際は
柔軟にテレワーク対応できます)

2007年入社 / メディア・システム部



みんな揃った！
(普段テレワークがちだからこそ、
揃うとうれしいですね)

2017年入社 / メディア・システム部



営業状況の取りまとめ。
ひたすら数字との格闘です...

2010年入社 / 営業推進室



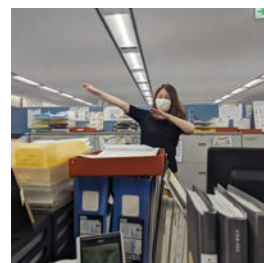
竹芝ベイエリアで
遅いランチ＆コーヒー

専務



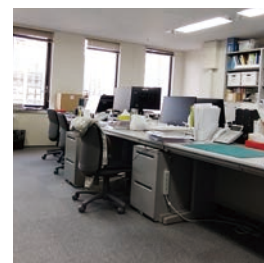
7月上旬の年に1回の表彰式。
管理部で表彰の準備中です。支社
の社員も集まり、皆でお祝いをします。

2001年入社 / 管理部



デスクワークで固まった
体をほぐす、ダンスの時間。

2002年入社 / 管理部



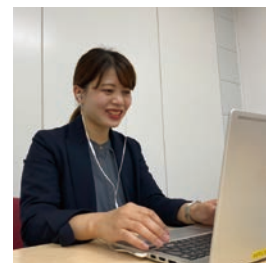
提案真っ盛り。
営業・制作全員外出。
一人お留守番。

2015年入社 / 関西支社



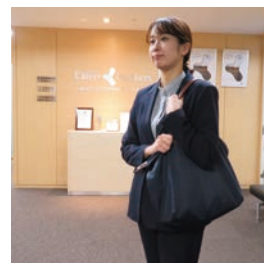
明日のパンフレット提案のため、
デザインカンパ作成中！

2021年入社 / 関西クリエイティブ室



オンラインで総合提案！
結果はいかに？
果報は寝て待て...ですかね（汗）

2017年入社 / 企業マーケティング部



夕方からの打ち合わせに向けて
会社を出発～
よし、行ってきます！

2021年入社 / 病院マーケティング部



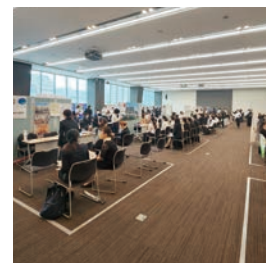
社長デスクも同フロアにあるので、
いつでも相談ができます。
(右/社長)

2022年入社 / 企業マーケティング部



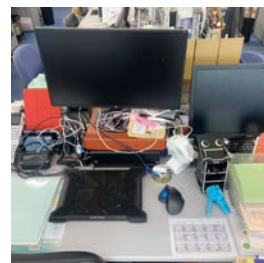
講座開催中！キャリア形成や
就活の講座を実施するのも
キャリア支援部の仕事の一つです。

2001年入社 / キャリア支援部



病院合同説明会開催中。
学生と病院のより良い出会いの場
となりますように。

2010年入社 / 病院マーケティング部



5年に1度の
リフレッシュ休暇で沖縄満喫中！

2007年入社 / メディア・システム部



遅めのお昼。
ご飯、味噌汁、海苔、卵が食べ放題！
これぞ食い倒れの街大阪ランチ!!

2021年入社 / 関西支社

いかがでしたか？ 私たちの ビジネスのカタチ。

派遣・請負はしないし、
教育ビジネスでもない。
そして、広告会社でもない、
けれども、一生懸命、
採用のことを考えている、
ちょっと変わった
ビジネス。



求人者、求職者の間に私たち。

採用における根本的な課題を見抜いて、
商品やサービスを多いに活用し、
採用活動・就職活動が、
唯一無二の結果になるように。

そのために必要なアイテム（商品・サービス）は
揃っています。
必要なのは、就職活動を経たあなたの経験、
アイデア力、洞察力——。

ちょっと変わったカタチの当社で、
あなただけのカタチを追求してみませんか？

BCP Way

創業20年を超えた私たち。
これからも人材採用のための
ベストコンサルティングカンパニーとして
豊かな未来社会の実現に
貢献していきます！

MANAGEMENT PHILOSOPHY

信頼されるパートナーとして、人材採用の支援を通じ、
豊かな未来社会の実現と社員の幸福を追求する

VISION

人材採用のためのベストコンサルティングカンパニーになる
・採用支援のFirst Brand Groupになる
・情報発信を活用し、影響力のある会社になる

ACTION GUIDELINES

スピードをもって挑戦的に取り組む
自己学習と自己研鑽を通じてプロフェッショナルを目指す