

コシカラ 会 議

島 雄輝

リクルート 経営コンピタンス研究所

theme

学校と職場が変わる、「オンライン行動学」のコレカラ



A: オンライン教育普及に伴い、先生の”伴走者”としての役割変化は加速へ

ースタディサプリ教育AI研究所 小宮山利恵子

B: 派遣テレワークの成功例から見えてきた

「小さい」「見える」「双方向な」職場環境のマネジメントとは

ースマートワーク推進室 平田 朗子

C: with/after コロナ時代に求められる

「自律」行動と促進のためのコーチ型マネジメント

ー組織行動研究所 古野 庸一

keyword

教師・上司の役割は「共師・共司」へ

本日のテーマ

theme

人生の岐路の決め方が変わる、「〇〇活動」のコレカラ

「本当に会って見ないとわからない？」

「対面一発勝負？」

本当にそうなのか？

コロナ禍の影響でどんな変化があったのか？

桜井 まり恵

リクルートマーケティングパートナーズ
ゼクシィ縁結び 恋愛・婚活アドバイザー

藤井 薫

リクルートキャリア
HR統括編集長

小林 浩

リクルートマーケティングパートナーズ
リクルート進学総研 所長

theme

人生の岐路の決め方が変わる、「〇〇活動」のコレカラ

agenda

1. ミニ講演(5min.*3)

A:恋愛・婚活のオンライン化から見えてきた「お見せ合い婚」

～お試し期間の発生による行動様式変化～

ーゼクシィ縁結び 恋愛・婚活アドバイザー 桜井 まり恵

B: “場リアル” から“場ーチャリアル”へ・超リアルでディープな出会いへ
コロナ禍のWEB面接で深化するバーチャリアル転職

ーHR統括編集長 藤井 薫

C:高校生の進路選びはDX化によって体験機会が増加

「オープンキャンパス（OC）オンライン化」により納得度の高い進路選びへ

ーリクルート進学総研所長 小林 浩

2. トークセッション

3. 質疑応答

4. まとめ

恋愛・婚活のオンライン化から見えてきた「お見せ合い婚」 ～お試し期間の発生による行動様式変化～

リクルートマーケティングパートナーズ
ゼクシィ縁結び 恋愛・婚活アドバイザー
桜井まり恵

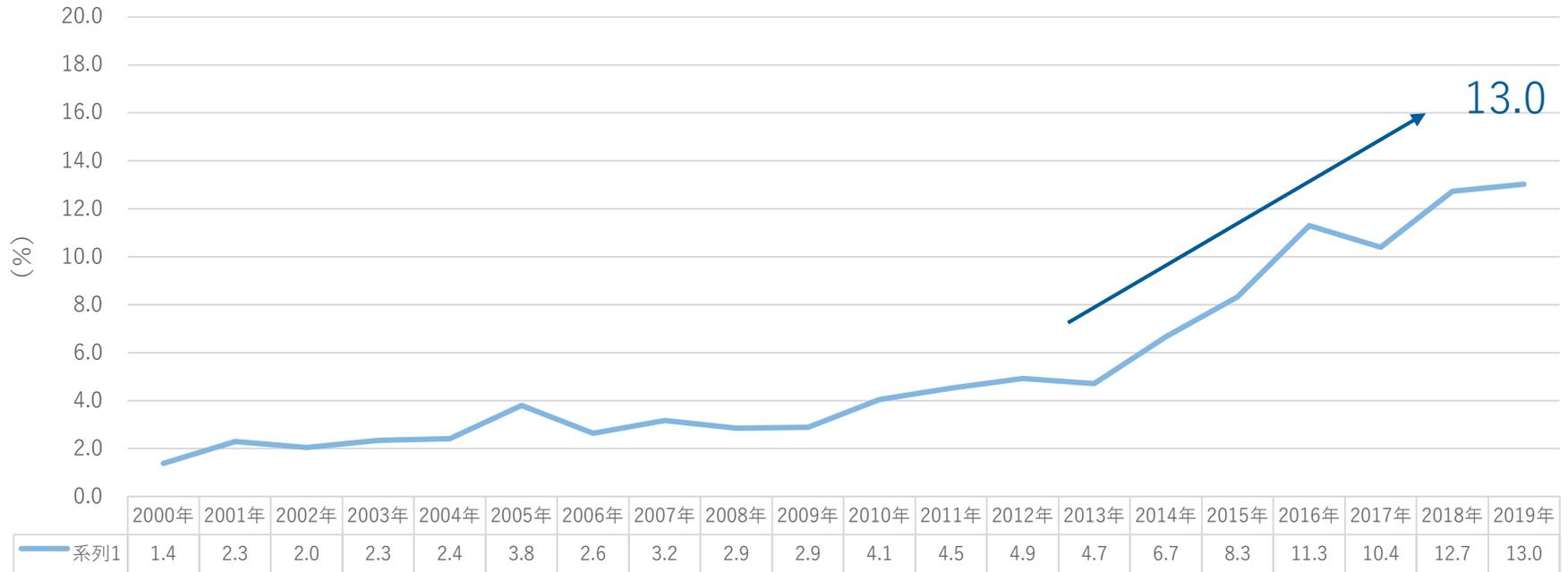
ゼクシィ縁結び

婚活サービスを通じて結婚した人の割合は過去最高に

2019年婚姻者のうち、婚活サービスを通じて結婚した人は13.0%で2年連続過去最高を更新。
特にネット系婚活サービスを通じて結婚した割合が高い。

<婚活サービスを通じて結婚した人の割合（各年に結婚した人／単一回答）>

※婚活サービス：結婚相談所、ネット系婚活サービス、婚活パーティ・イベントの3サービス
※婚活サービス（3サービス）のいずれかを利用し、そのサービスで「結婚できた」と回答した人の割合
※既婚者、初婚者および再婚者も含む



【婚姻年】

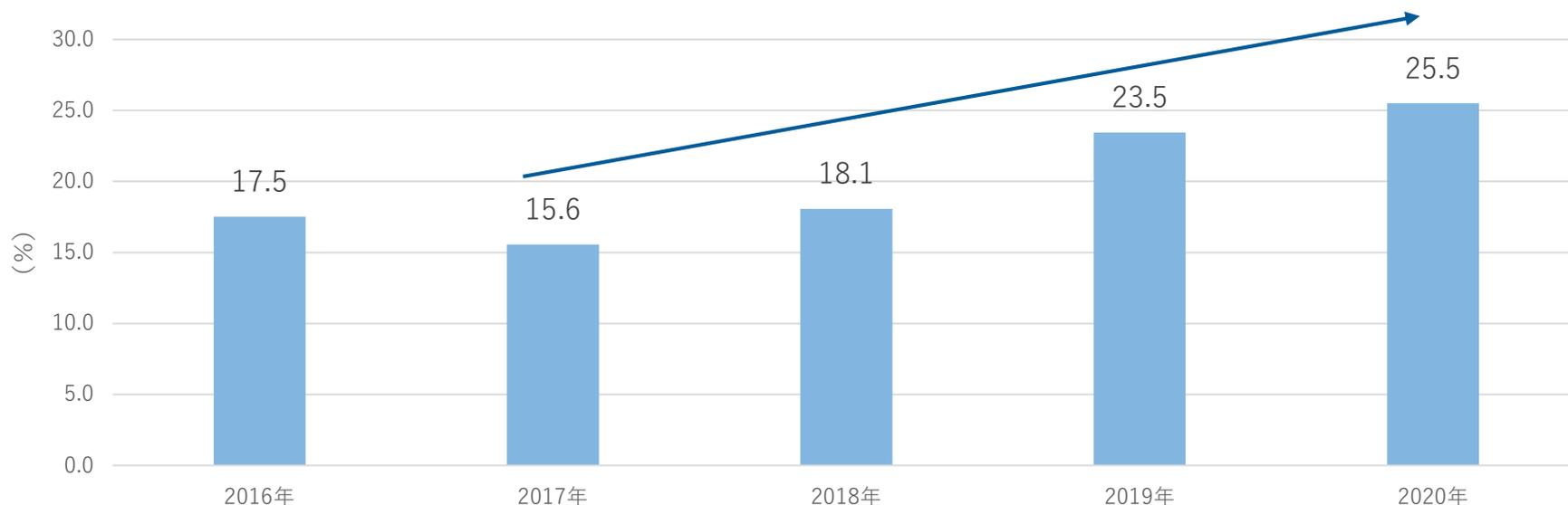
※婚姻年2015年以前は「婚活実態調査2016」より
2016年以降は、隔年調査の結果をもとに作成

婚活サービスの利用経験者も年々増加

恋愛もしくは結婚意向がある恋人のいない独身者において、婚活サービス利用経験者は25.5%と約4人に1人が婚活サービスの利用経験があり、3年連続で増加。いずれの性年代においても利用経験割合が増加している。

<婚活サービスの利用経験者割合【全体・性年代別】> (恋愛もしくは結婚意向がある恋人のいない独身者/単一回答)

※独身者：結婚経験のない未婚者および結婚経験のある（死別・離別の）現在独身者



【婚姻年】

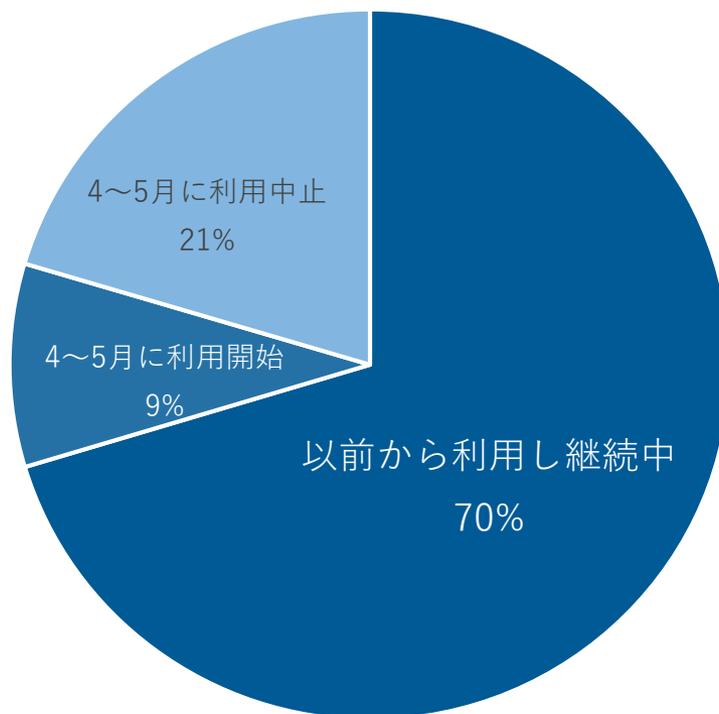
※婚姻年2015年以前は「婚活実態調査2016」より
2016年以降は、隔年調査の結果をもとに作成

コロナ禍においても活動を継続していた人が7割

2020年4月から5月までに婚活サービスを利用していた人の約7割は、以前から利用し継続中。
利用を中止した割合は2割にとどまる

<2020年4～5月における婚活サービス利用状況>
(4～5月まで婚活サービスを利用していた恋愛・結婚意向のある独身者/単一回答)

※婚活サービス：結婚相談所、ネット系婚活サービス、婚活パーティ・イベントの3サービス



【オンライン】オンラインデート機能（ビデオチャット機能）が登場。

マッチング→リアルの流れが、マッチング→**オンライン**→リアルに変化。
結果、リアルデートへのハードルを下げるSTEPとして認識され始めた。

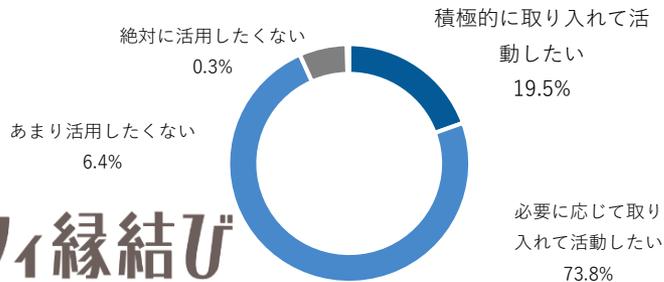


利用満足度 90%
再利用意向度 91%
※『ゼクシィ縁結び』
ユーザーアンケートより

< オンラインデートの利用意向 >

オンラインデート（ビデオ通話）機能を、新型コロナウイルスが収束した後でも活用していきたいと思いませんか？

（オンラインデートを使用してみたいと回答した人、N = 754）

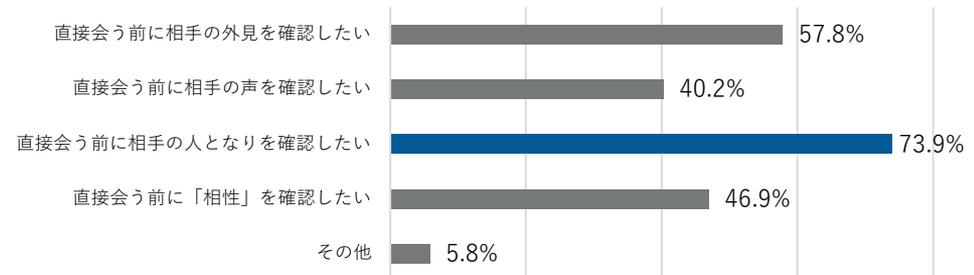


ゼクシィ縁結び

< オンラインデートを使いたい理由 >

オンラインデート（ビデオ通話）機能では、お相手の何に着目しますか？

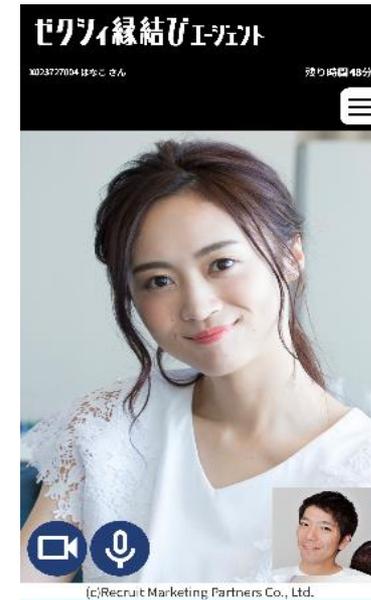
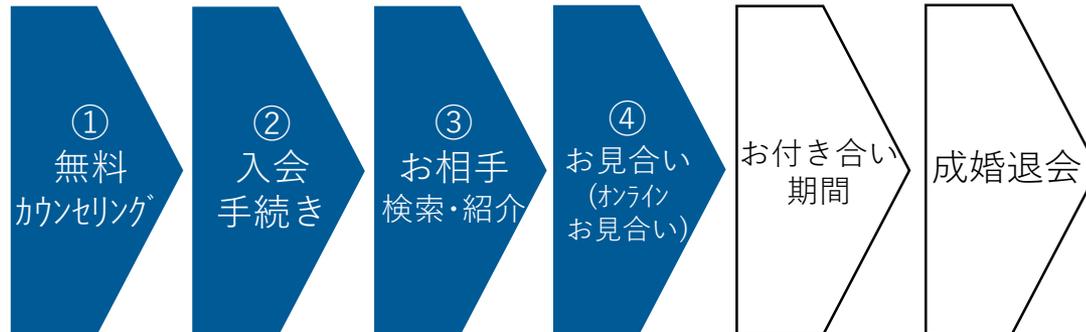
（オンラインデートを使用してみたいと回答した人、N = 754）



【オフライン（結婚相談所）】オンラインお見合い機能が登場

これまではリアル実施していた最初の顔合わせで、オンラインが選択できるように。通常、対面での手続きが必要であった入会手続きをはじめ、無料カウンセリングなどもオンライン化。

コロナ禍をきっかけにオンライン化されたSTEP



◎実際にご利用いただいた会員様のエピソード

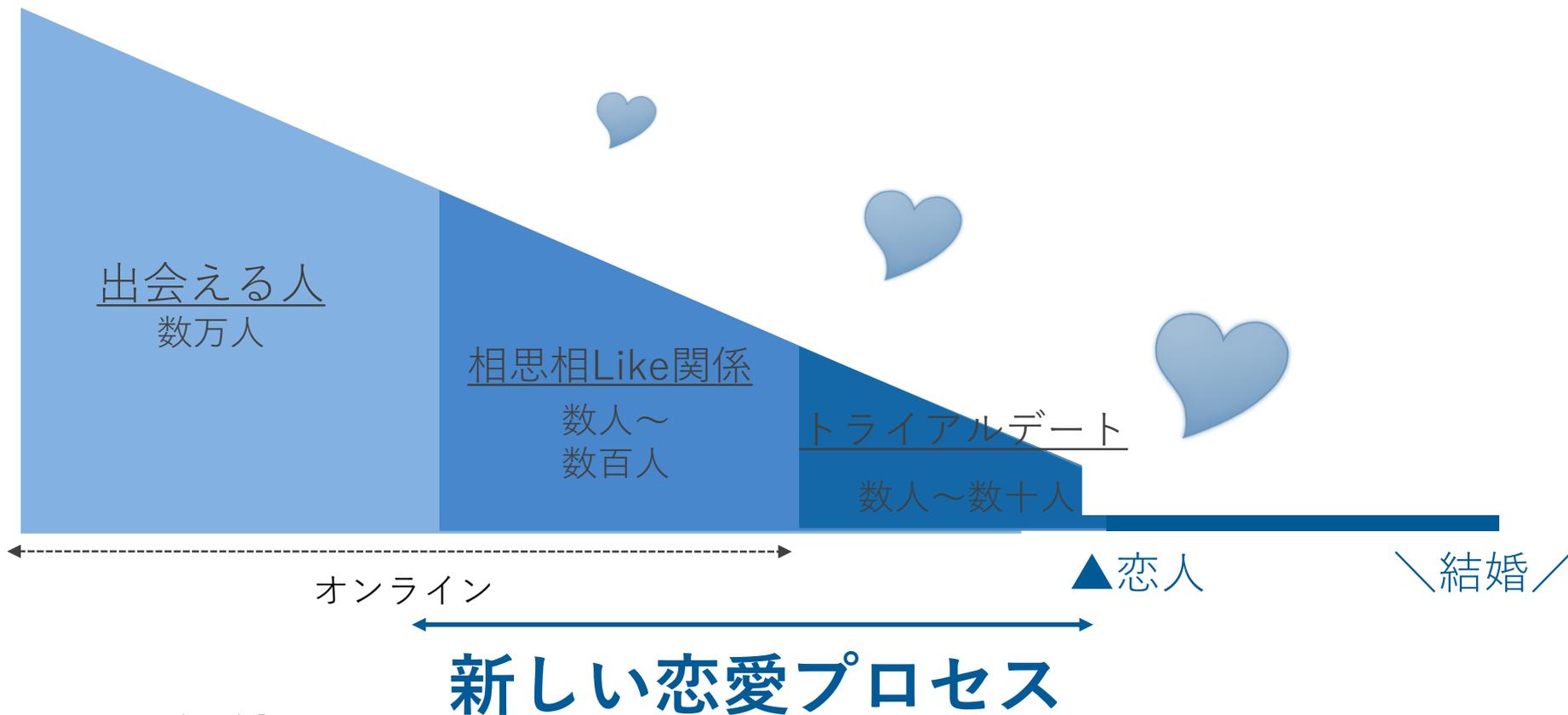
これまで奥手だった男性が、オンラインお見合いでは少し積極的になれたエピソード。

「コロナが落ち着いたら何がしたいですか？」という問いかけに対して、「あなたに会いたいです。」とお答え…！

オンライン化が進み見えてきたこと～フィッティングを重視した出会いへ～

“お見せ合い”で多くの人と出会い、自分に合う人を探せる

オンラインでは恋愛プロセスが変化。出会える人数がケタ違いに増えた分、“お見せ合い”によってマッチングした「相思相Like」な関係の中から、数人～数十人との「トライアルデート」を通して、相手をさらによく知った上で交際に至る。



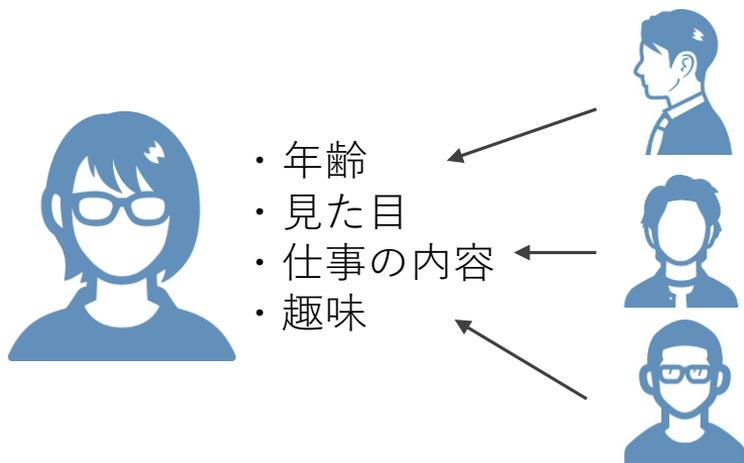
ゼクシィ縁結び

オンライン化が進み見えてきたこと～フィッシングを重視した出会いへ～

オンラインでは自分の色を余すことなく“お見せ合い”できる

オンラインだからこそ、「多面的な自己開示によるマッチング」が可能に。
つまり、“お見せ合い”の量が、マッチングの数に繋がる。

リアルな出会いの世界
例：合コン



限られた時間の中で
限定的な情報しか伝えられない

ゼクシィ縁結び

オンラインの出会いの世界



自分の情報を余すことなく伝えられ、
誰が自分のどんなところを
「いいね！」と思うか分からない！

**今後は、オンラインとオフラインの共存により、
よりリアルの場の大切さがキーに**

リアルだからしたい事・できる事の選定・絞られ方が
シャープになっていくことで、
相手と過ごす時間の充実度が増していく

“場リアル” から“場ーチャリアル”へ・超リアルでディープな出会いへ コロナ禍のWEB面接で深化するバーチャリアル転職

リクルートキャリア
HR統括編集長
藤井 薫



リクルートキャリア

“場リアル” から“場ーチャリアル”へ・超リアルでディープな出会いへ コロナ禍のWEB面接で深化するバーチャリアル転職



新型コロナウイルス感染症拡大を受け、中途採用市場では、**新たな転職プロセス、採用プロセスの深化**が始まっています。

これまでリアルな対面を前提としてきた採用の意思決定プロセスは、半ば強制的に始まったWeb面接の中で、**これまで気づかなかった新たな効用**を見出し始めています。**時間や場所の制約からの解放、多様な参加者との早期対話、入社前からの企業文化や職場の共有…。**

超リアルでディープな出会いを加速する #バーチャリアル転職は、**求職者・採用企業の双方の出会いの質を高めるカギ**となります。

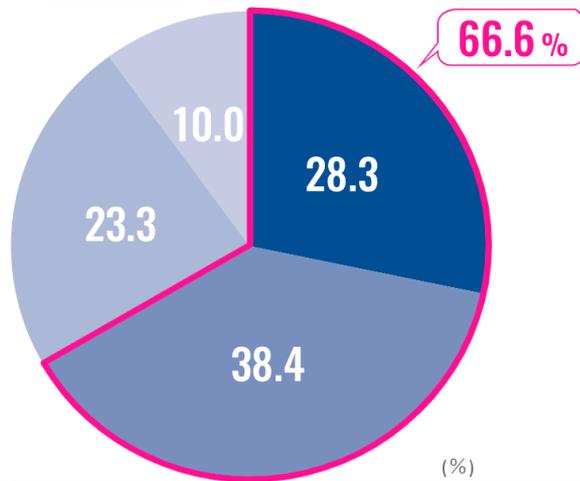
緊急事態宣言下はWeb面接66.6%、解除後も 88.8%が継続

緊急事態宣言下に採用活動していた企業のうち、選考にWeb面接を取り入れていたのは66.6%。うち、Web面接だけで内定まで出す「Web完結型」の企業は28.3%だった。

Q 緊急事態宣言下の「面接の手法」

※単一回答 n=1,136

※「緊急事態宣言以前から変わらず、採用活動を続けている」と回答した企業

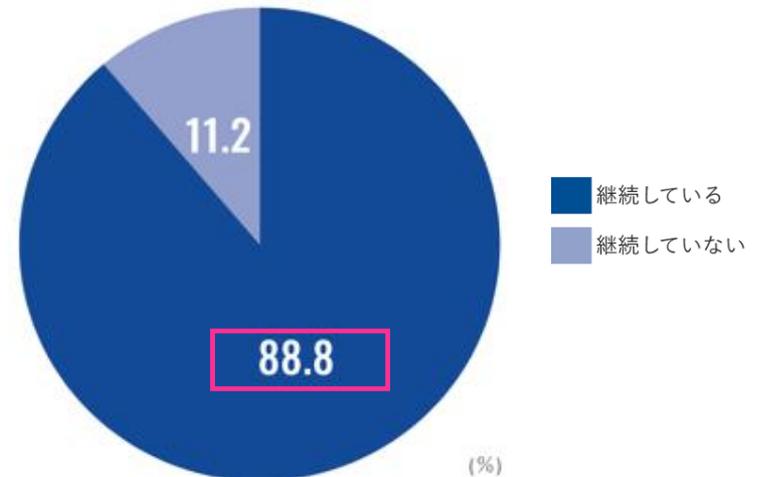


Q 緊急事態宣言解除後もWeb面接

(または電話面接)を継続しているか

※単一回答 n=757

※緊急事態宣言下にWeb面接を実施していた企業



- 全て、Web面接（または電話面接）で選考を完結していた
- 一部、Web面接（または電話面接）で選考していた
- 対面での面接のみ実施していた
- その他

リクルートキャリア 新型コロナウイルス禍での中途採用 活動の実態について
実施期間：2020年6月19日（金）～2020年6月25日（木）
対象：『リクルートエージェント』を利用している企業 回答数：2,013社

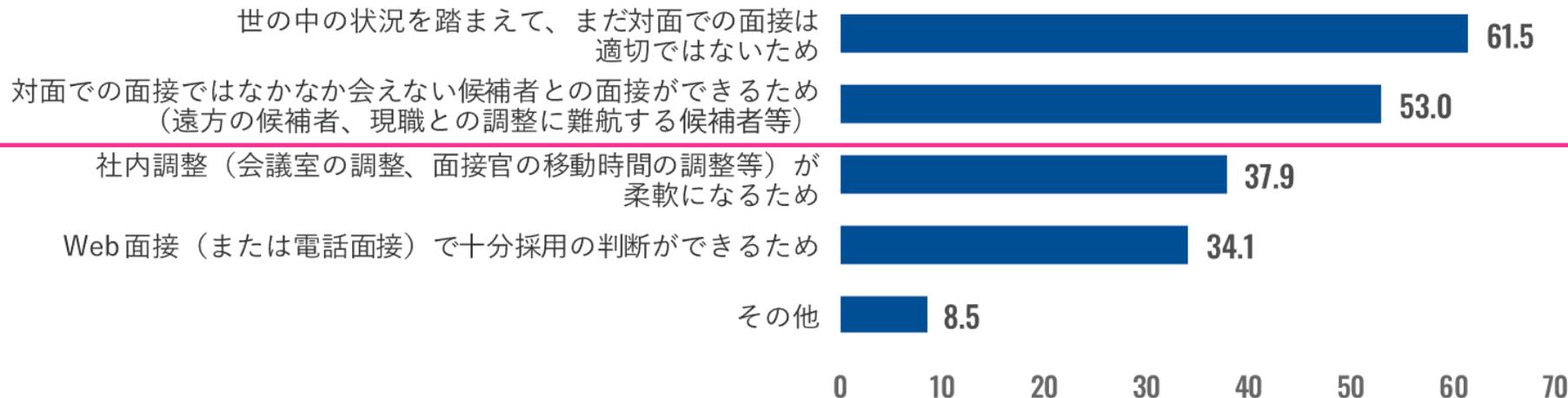
Web面接の継続理由は、当初は対面回避への安全行動から

Web面接の継続理由は、「世の中の状況を踏まえて、まだ対面での面接は適切ではないため」61.5%、「対面での面接ではなかなか会えない候補者との面接ができるため（遠方の候補者、現職との調整に難航する候補者等）」53.0%、の順が多かった。

Q Web面接の継続理由

※複数回答 n=672

※緊急事態宣言解除後もWeb面接を継続していると回答した企業



リクルートキャリア 新型コロナウイルス禍での中途採用 活動の実態について
実施期間：2020年6月19日（金）～2020年6月25日（木）
対象：『リクルートエージェント』を利用している企業 回答数：2,013社

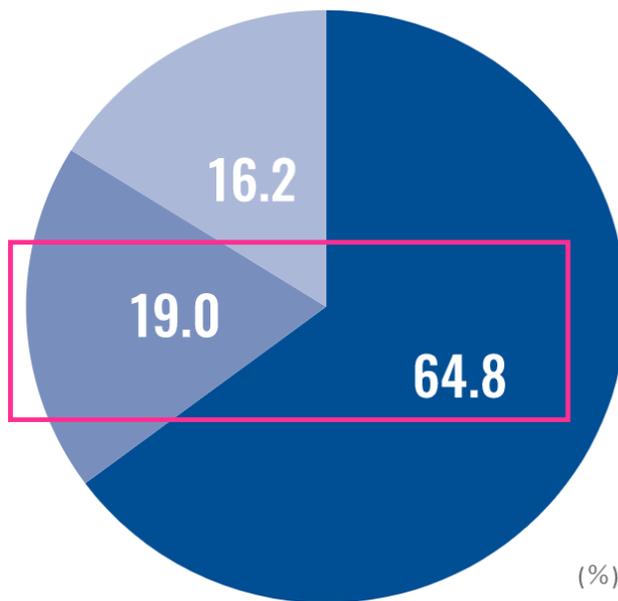
コロナ禍でも戦略的人材採用は止められない

「緊急事態宣言以前から変わらず、採用活動を続けている」64.8%、「緊急事態宣言により一度採用活動を停止したが、緊急事態宣言解除後に採用活動を再開している」19.0%、緊急事態宣言解除後は83.8%の企業が採用活動を継続している。

Q 現在の採用活動について

※単一回答 n=1,752

※緊急事態宣言以前から採用活動をしていなかった企業を除く



(%)



- 緊急事態宣言以前から変わらず、採用活動を続けている
- 緊急事態宣言により一度採用活動を停止したが、緊急事態宣言解除後に採用活動を再開している
- 緊急事態宣言以降、採用活動を停止している

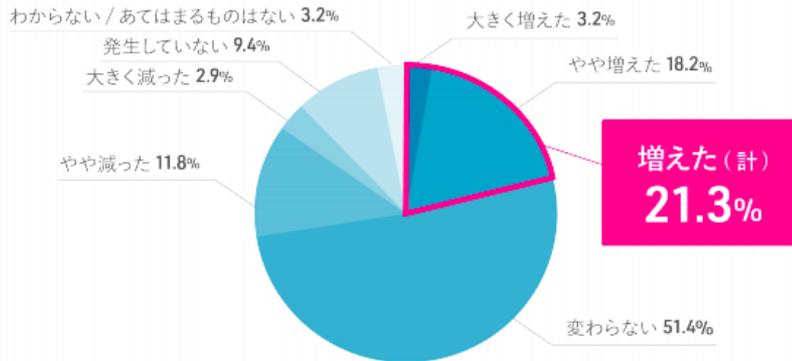
リクルートキャリア
新型コロナウイルス禍での中途採用 活動の実態について
実施期間：2020年6月19日（金）～2020年6月25日（木）
対象：『リクルートエージェント』を利用している企業 回答数：2,013社

入社後辞めない採用プロセスの深化は不可避

深刻な人材不足、人材獲得競争の激化を背景に、従来の採用手法では、優秀な人材の獲得や、早期活躍・定着を実現することが難しくなっている。人事が孤軍奮闘するのではなく、配属先の職場長や同僚が採用活動を主導し入社後のリアルをすり合わせる採用プロセスの深化が近年進展している。

入社半年以内で辞めてしまう人事課題

過去3年と比較して入社半年以内に離職した社員数



職場の上司・同僚が入社前からさらけ出す

職場スカウト採用とは？



Web面接の継続で新たな効用を実感し出した企業たち

中途採用計画を上回った企業と下回った企業では 導入率に16ポイントの差。
当初は「Web面接だけでは見極めがしづらいのでは」「自社の魅力が伝わりにくい
のでは」という声もあったものの、始めてみると新たな効用を見出す企業が多出。

● 中途採用充足状況とオンライン面接導入率



リクルートキャリア 採用担当者に聞いたオンライン面接導入の現状 3月末時点

● オンライン面接導入での企業・個人のメリット

企業側

- ・面接の日程調整がしやすい
- ・選考のリードタイムが短縮
- ・面接担当が移動オペが省力

個人側

- ・リラックスした状態で対話
- ・安心による、応募者が増加
- ・忙しい方にも面接が可能に



大手銀行 新規事業部署採用 一次面接から入社後配属までオールWeb

■三菱UFJ銀行 ●銀行業 ●設立：1919年8月 ●資本金：17,119億円（単体）●従業員数：32,186人（20年3末、単体）



▶概要：オールバンクで推進するキャッシュレスサービスBank Payの本格展開に向けて、営業、開発、WEBデザイン等、多彩な人材を中途採用。コロナ禍中での採用であり選考はオンラインで完結。内定後に活用して入社後の雰囲気をつめるような取り組みも。入行後は定期的にはWEB面談を効果的に対面/WEBを併用して上司や人事との面談を行うなど、ハイブリッド型オンボーディングを実施している。



空間の効用

これまで出逢えなかった
遠隔地の候補者と面接



時間の効用

これまであり得なかった
隙間時間で多頻度で面接



人間の効用

これまであり得なかった
人事・上長・同僚多面的フォロー

- ▶北海道在住者 ⇔ 東京
- ▶京都採用 ⇔ 東京

役職者（東京）とのWeb選考化
によりリードタイムが短縮

- ▶選考時間の短縮
（従来の1/3のリードタイム）

Web面接化を推進した事、求職者側の在宅勤務が進んだ事で、トータル選考期間が大幅短縮。

- ▶入行前後のフォローを強化
階層逐次型ではない面接に加え、入行前後フォローもオンラインで手厚く実施（Web化で現場接点がとりやすくなった）。特に役員との対談によるフォローなども可能に。

介護施設 施設職員採用 Webカメラ施設案内など業務体感

■社会福祉法人 若竹大寿会 ●高齢者向けの介護福祉事業 ●設立：1989年3月 ●従業員数：約1,430名（2020年7月現在）



▶概要：介護の現場をICTの活用で『ご利用者』が生活しやすい、『スタッフ』が働きやすい環境作りを掲げ、介護支援システムの開発や業務の一部オンライン化を推進。コロナ後も、採用活動も説明会、施設見学、面接ともにオンラインへシフト。法人説明会は職種ごとに少人数制で開催。職員がWEBカメラ片手に施設内を案内し生配信するリアルタイム施設見学会も同時に実施している。



空間の効用

これまでで会えなかった
遠隔地の人材との共有



時間の効用

これまであり得なかった
多頻度な回数での対話



人間の効用

これまであり得なかった
人事・上長・同僚同時対話

▶リアルタイム施設見学会

職員がWEBカメラ片手に施設内を案内し生配信。
職場の雰囲気[※]をよりリアルな視点で共有できた。

▶2次選考までWeb面接化

施設見学も週1～2回開催移動時間や費用などの求職者負担が軽減
前年よりもエントリー数増

▶施設内の日常をSNSで発信

・マスク配布されました
・感染症の研修やりました
・WEB選考やっています
利用者・家族、職員、求職者のフォロワーファン増加



HR tech/スタートアップ企業の中途採用 面接から入社後活躍まで一貫したWeb化

■株式会社overflow ●ITサービス・メディア・人材サービス・Webマーケ事業 ●設立：2017年6月 ●従業員数：副業含め270名以上



▶概要：従業員270名を超える中フルリモートで仕事を完結する「リモート組織2.0」に移行していた当社は、コロナ禍でオフィスを完全に手放す。脱・属人化のためにチェックリストを用いて情報の透明性を担保。採用～オンボーディング、入社後業務まで一貫してオンラインでの実施。入社1か月前から社内のイントラ情報共有や、動画でのシステムHOWTOの理解促進、会議参加で入社後のGapをなくすためにインプットを充実化するなど、徹底したリモート組織づくりを実施し、オフライン以上の事業成長と強固なカルチャーを実現。



空間の効用

入社前は実感できなかった
業務の流れ場面への参加

▶入社前からの擬似体感

- ・ 1ヶ月前からSlack参加
- ・ 事業計画Dashboard共有
- ・ 月次ミーティング参加



時間の効用

これまであり得なかった
入社後の丁寧な活躍支援

▶入社後の進め方の理解

- ・ オンボーディング動画
- ・ ロープレ録音データ
- ・ ツールの使い方説明動画



人間の効用

入社前では知り得なかった
人・組織・風土の理解

▶入社前のヒト文化の共有

- ・ 創業時の思い記事
- ・ 経営層発信note/twitter
- ・ メンバー自己紹介

1. 空間に束縛されない**安心・安全な対話場**の出現
2. 時間の小口化により、**隙間での対話**の実現
3. 人間の参加体系変容：人事→上長→同僚→役員の**段階型**の面談から人事+上長+同僚→役員**同時並行型**面談へ
4. **カジュアル**（自然体）**オープン**（開放）**フラット**（対等）
5. 面談・**入社後の生活**・働き方の**フィッティング機会**が増える
6. 働き方・貢献の仕方への**自己編集**・**相互編集意識**が高まる
7. 対面プロセス偏重が取りこぼしていた**意思決定の納得解**へ

リアルでディープな出会いへ

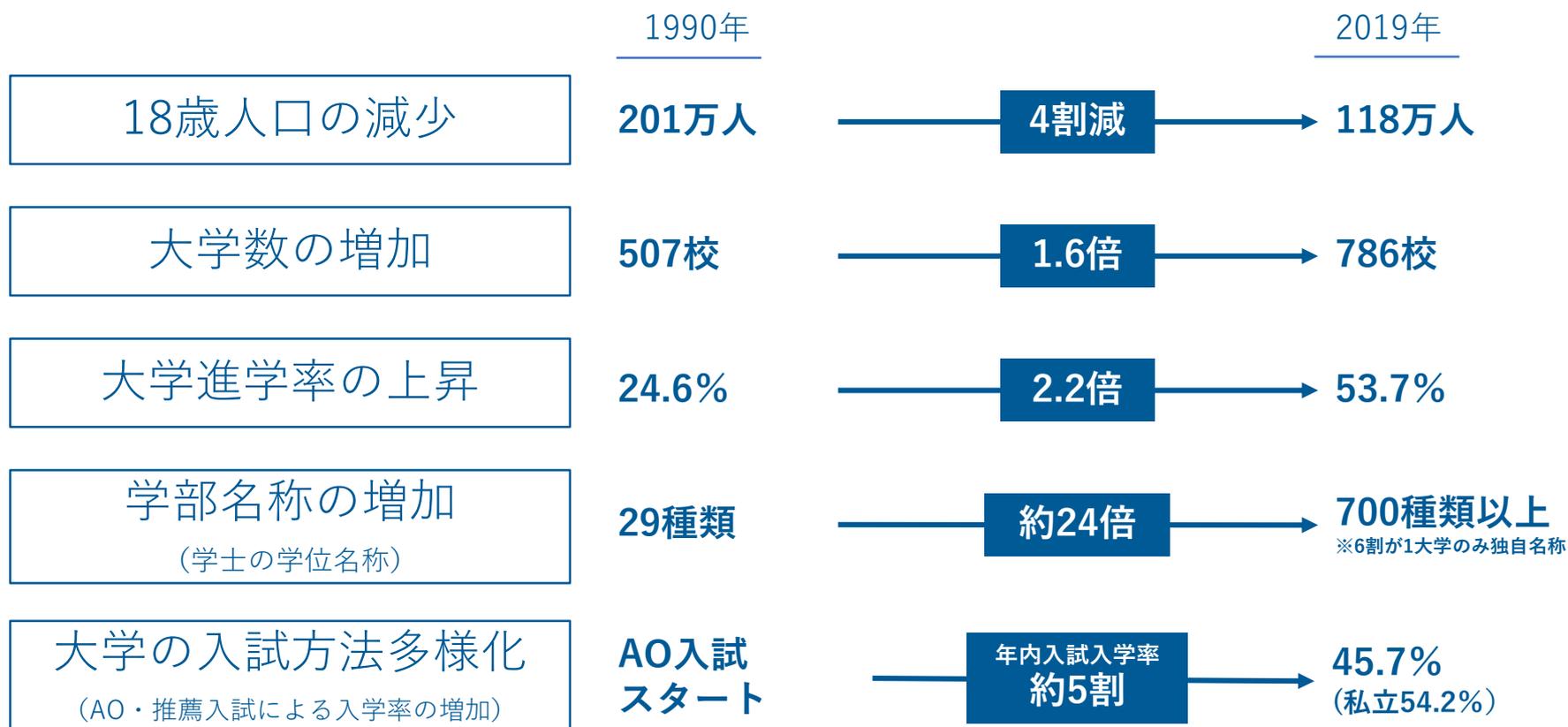
“場リアル” から“場ーチャリアル”へ
WEB面接で進化する「バーチャリアル転職」

高校生の進路選びはDX化によって体験機会が増加 「オープンキャンパス（OC）オンライン化」により 納得度の高い進路選びへ

リクルートマーケティングパートナーズ
リクルート進学総研 所長
小林 浩

進路選択における課題

高等教育の量的拡大が進む中で、
入学後のミスマッチ（中途退学者）が増加
（2019年 7万人超）

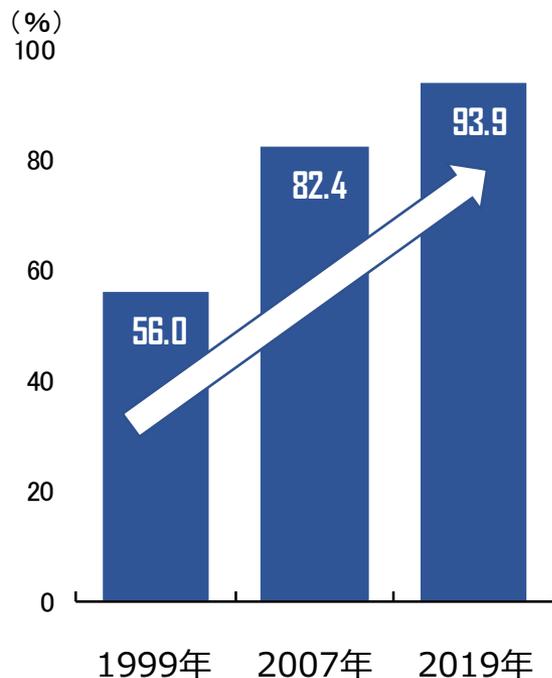


※2014.7日本学術会議「学士の学位に付記する専攻分野の名称の在り方について」より

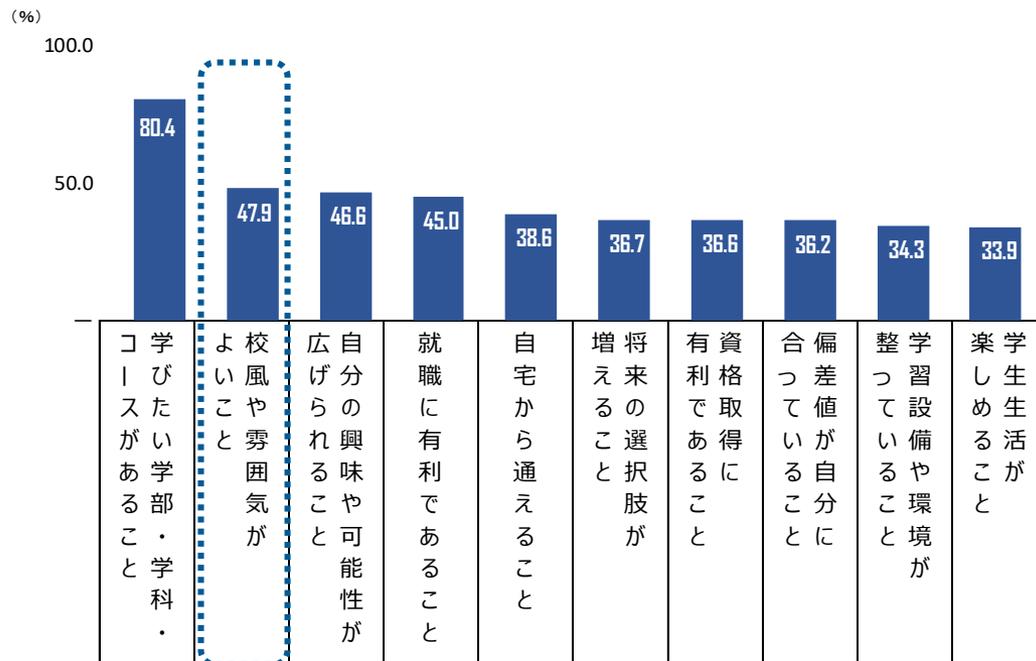
オープンキャンパス（OC）の参加率変遷と重要性

オープンキャンパス参加率は93.9%、重要な進路選択検討の場となったが、
“キャンパスへ行く”「時間・距離・お金」に課題があった

<大学のOC参加率経年推移>



<進路検討時の重視項目 トップ10>

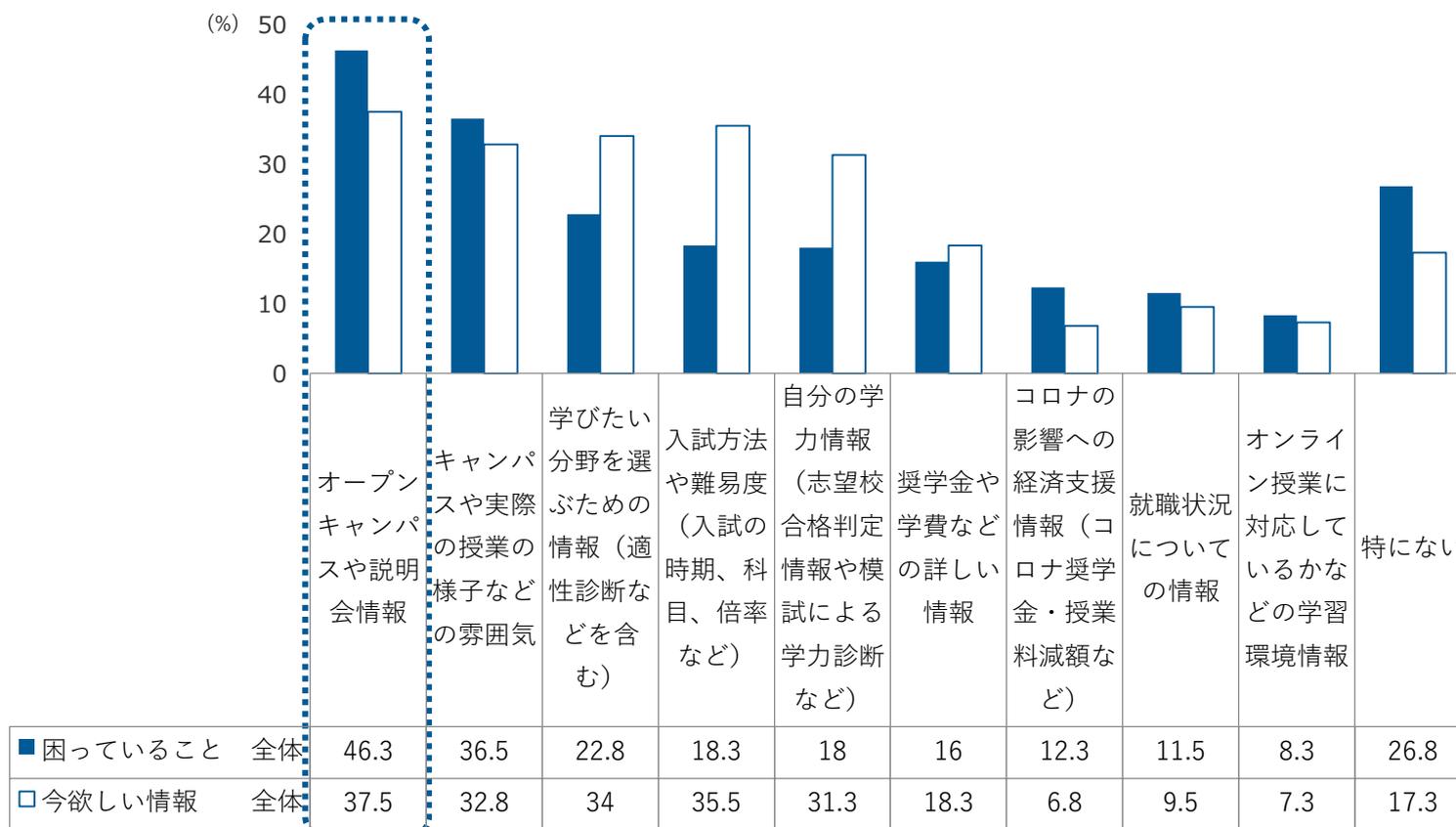


「校風や雰囲気」は何から感じるか
1位 オープンキャンパス 79%
2位 学校案内 44%
3位 学校ホームページ 36%

「コロナ影響を受けた進路選択環境」 高校生の変化①（高2）

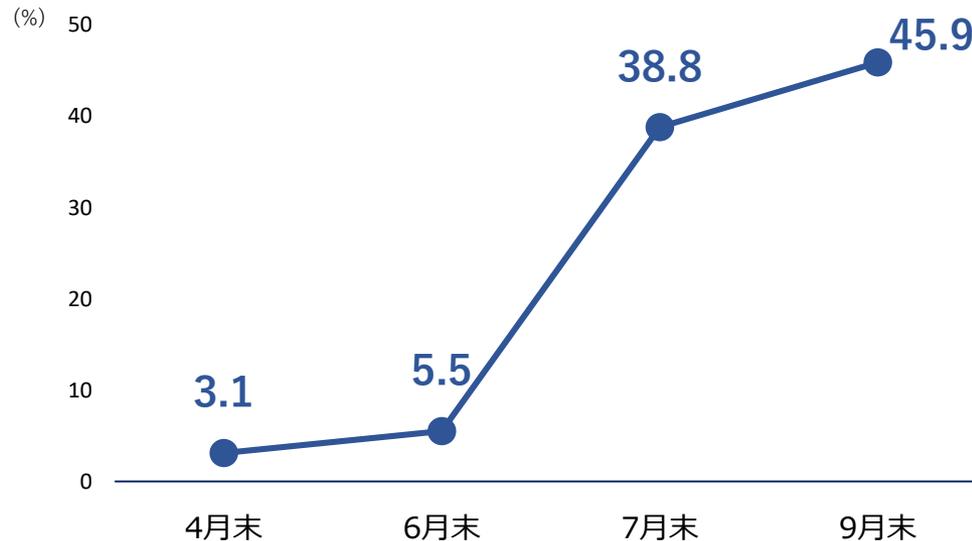
コロナウイルス感染拡大下において、
『困っていること』と『今欲しい情報』は
共に「オープンキャンパスや説明会情報」がトップ

<コロナウイルス流行による影響で『困っていること』と『今欲しい情報』>



大学のWEBオープンキャンパス開催率は
コロナウイルス感染拡大が始まった4月末はわずか3%だったが
約半年後の9月末には46%と急拡大

<大学のWEBオープンキャンパス開催校率>



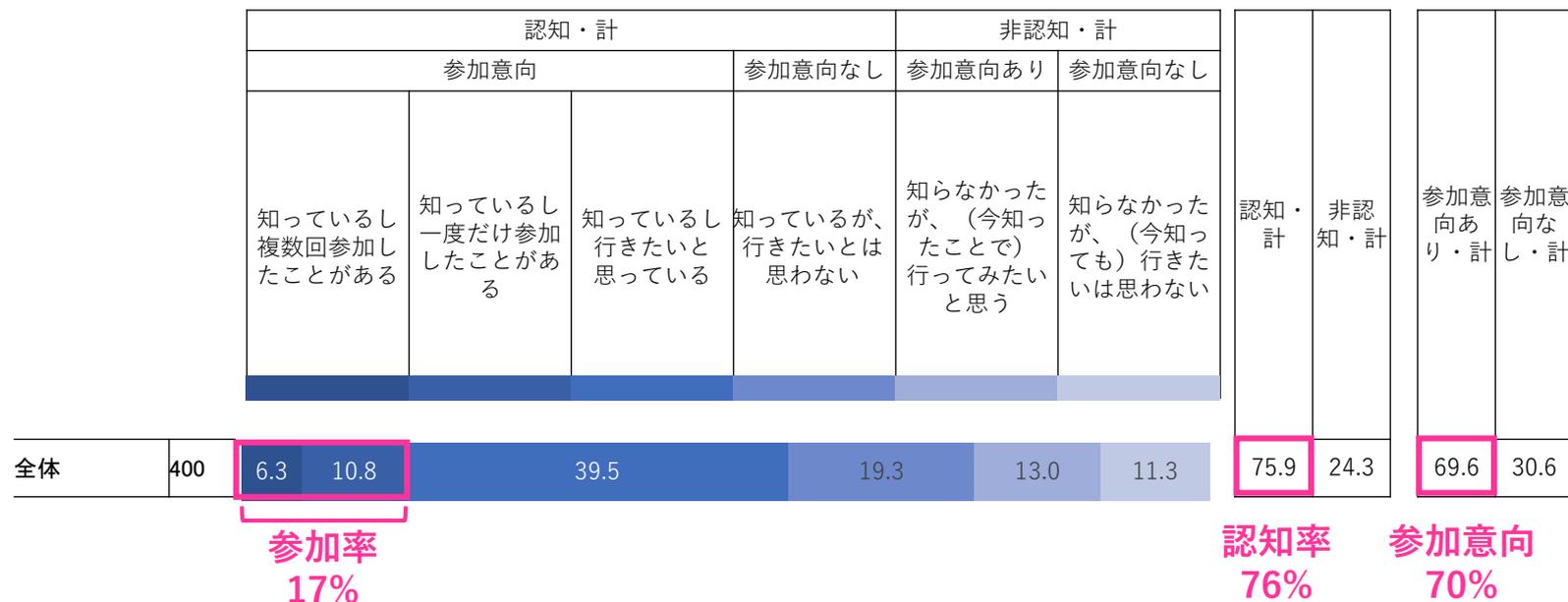
WEB
オープンキャンパス
元年

出典：スタディサプリ進路 オープンキャンパス情報掲載校中WEBOC開催校 8/18時点

「コロナ影響を受けた進路選択環境」 高校生の変化②（高2）

WEBオープンキャンパスの認知率は76%で開催形式として市民権を得た
 WEB オープンキャンパス参加率は17%と低い、参加意向は70%
 「知らない」から「行ってみたい」へ状況は変わってきている

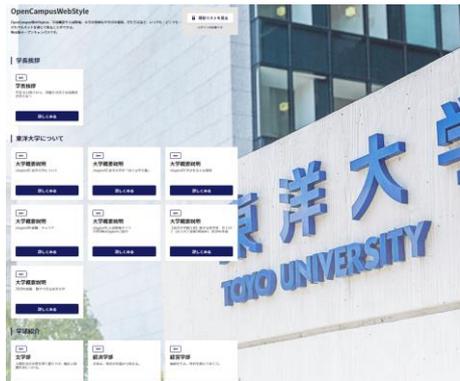
<WEBオープンキャンパスの参加率・認知度と参加意向>



※高校2年生時における、オープンキャンパス参加率は72%（進学センサス2019）

オンデマンド体験型
Open Campus Web Style

「リアルでできないことを
バーチャルに完全移行」



臨場感ある大学の活動動画

学長挨拶、大学・学部紹介、キャンパスツアー、学生生活、入試概要等、多岐にわたる大学の活動が動画で紹介されているサイト

640本以上の『Web体験授業』

2015年から高校生対象に20分程度の『Web体験授業』公開を始め、その本数は640本超え。1カ月で4万人が視聴する

情報に接する機会の公平化

Webの特性を利用して、大学情報、入試情報、オープンキャンパス情報、受験情報等の情報に接する機会の公平化を図る

リアルタイム体験型

Ryukoku 27 hours Live



「オンリーワンイベントで接点を最大化し
アプリでコミュニケーション深化」



Ryukoku 27h Live プログラム		
8 / 1 日 目 目	PM	開会+アドサポチャレンジ開始
		学部紹介 (国際/農/文学部) <著名人×教員×学生>
	Night	音楽企画 (応援ソング) (インディーズバンド×FM放送局)
		収録コンテンツ① (キャンパスメイク編)
1 日 目 目		収録コンテンツ② (ぶらりキャンパス紹介編)
	Mid-Night	カリスマ講師による受験対策講座
8 / 2 日 目 目		大学紹介の動画
	AM	2日目会 (各種個別企画)
		収録コンテンツ③ (学食グルメ編)
		学部紹介 (政策/先端理工学部) <著名人×教員×学生>
2 日 目 目	PM	収録コンテンツ④ (スポーツ (課外) 活動編)
		閉会+アドサポチャレンジ報告

接触者数の最大化&アプリ活用

27hLive視聴者数：5万2900、
大学アプリDL数：約5000
昨年同期間のOC来場者4倍以上 &
アプリDL数2.5倍の反響を得た
大学への接触者数の最大化に成功

学生視点での魅力発信

有志の在校生スタッフサポート
チーム「アド☆サポ」による、
大学生らしい魅力発信企画を
組み込んだイベント設計

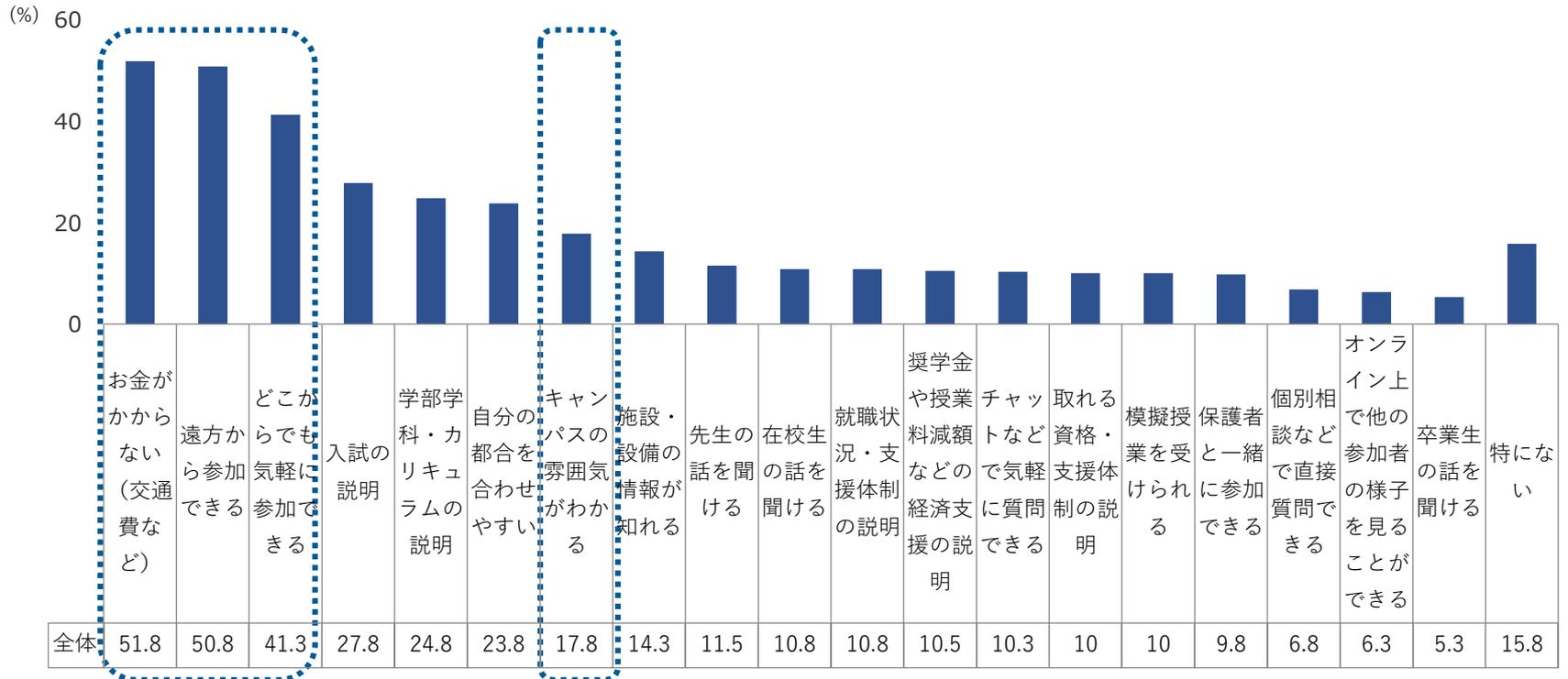
27時間“ならでは”の工夫

夜にはYouTube感覚で見られる
「キャンパスメイク」「ぶらり
キャンパス」などの気軽に閲覧で
きて、雰囲気伝わるコンテンツ

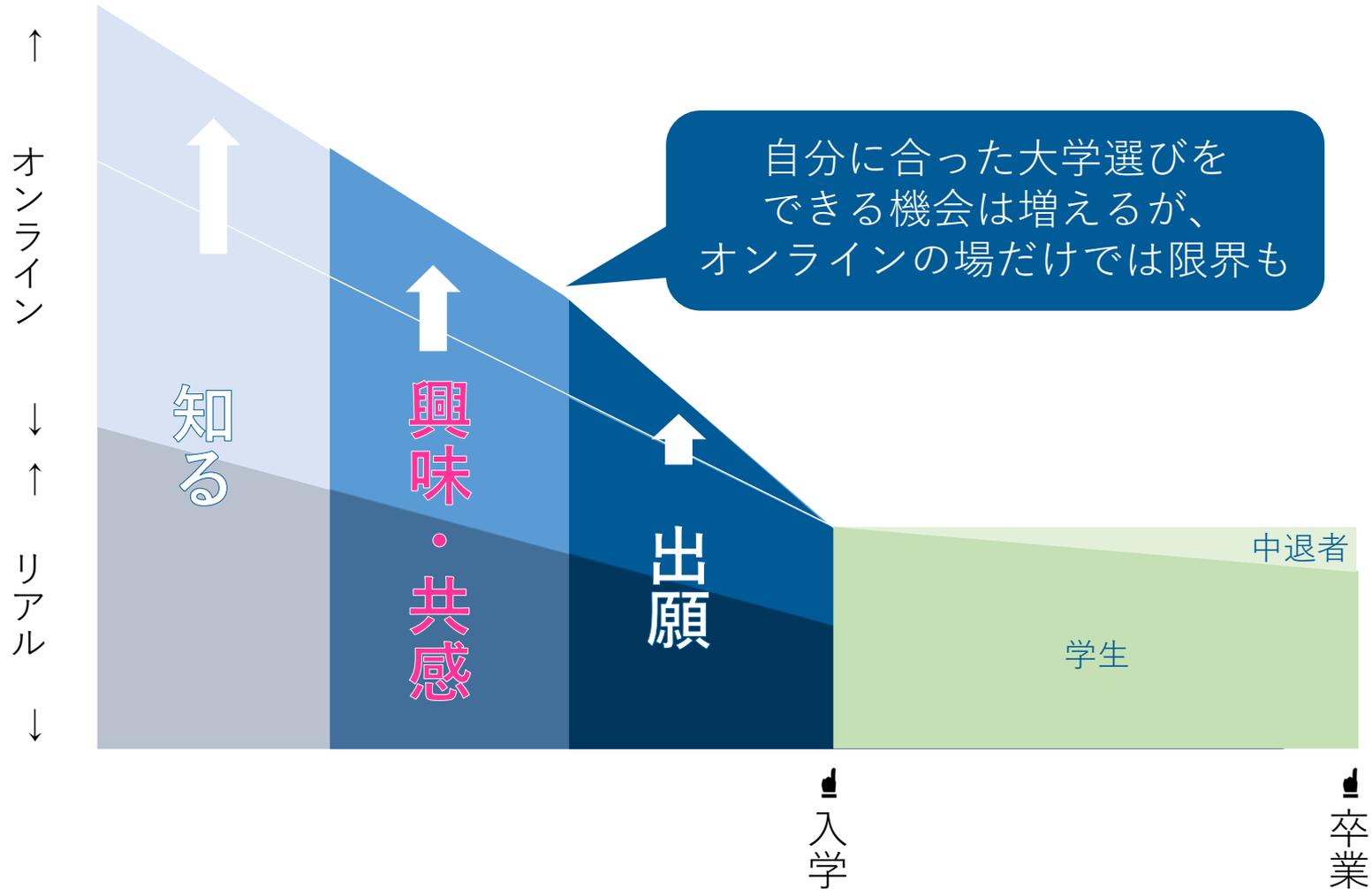
進路選択のコレカラ

WEB オープンキャンパスはどこからでも、いつでも、
 お金がかからないのがメリット。「距離と時間」を超え、
 高校生×大学の新しいマッチングが広がりつつある。
 一方、「キャンパスの雰囲気」への期待値は従来のOCより低い

<WEB オープンキャンパスに期待していること>



オンライン化で、気軽に多くの大学を知る機会が増えており、
出願前の**興味・共感が高まる**機会も増えてくる



「WEB オープンキャンパス元年」となった2020年

「偏差値・グルーピングによる」大学選びから、
「より自分の志向に合致した」大学選びへ

- 「時間・距離・お金」3つのハードルが下がり、
気軽にWEB オープンキャンパスに参加する機会が増える
- 大学を体験する機会が増え、
校風や雰囲気を知った上で、自分に合った大学との出会いが増える



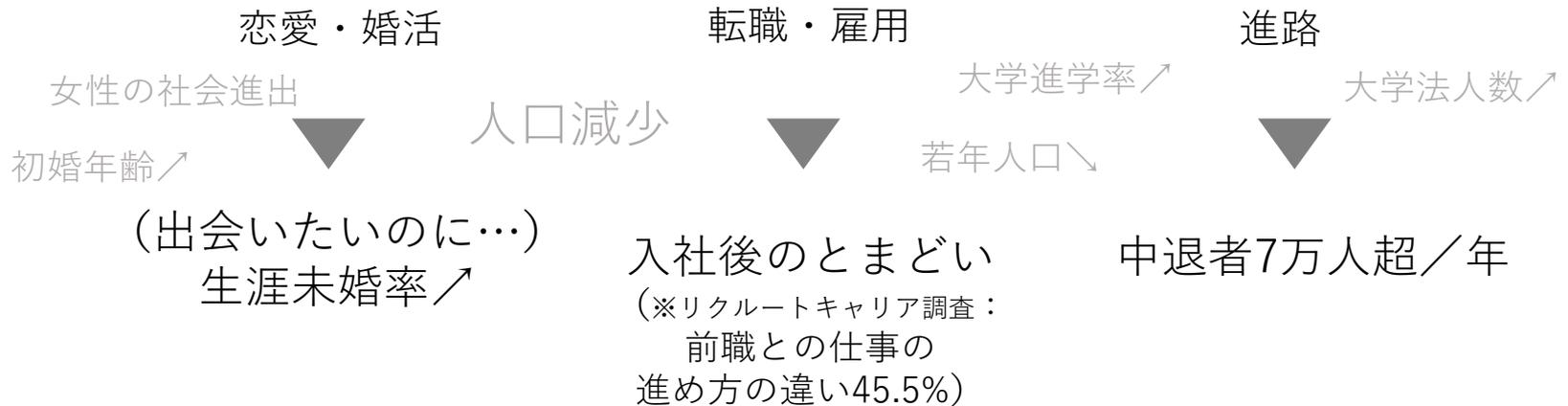
入学後のミスマッチ（中途退学者）減少にも期待

人生の岐路における〇活・〇〇活動の構造的な「不」の変化

個人側と法人側の情報の非対称性



個人側と法人側の意思決定後のミスマッチ

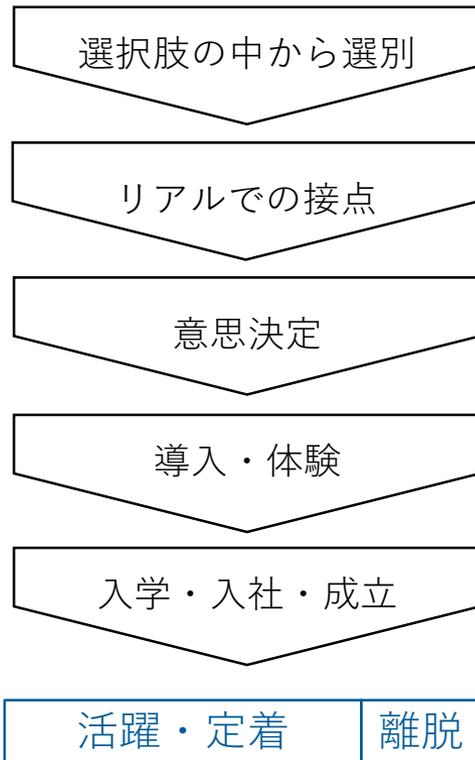


(それぞれポジティブなものも内包しているが)

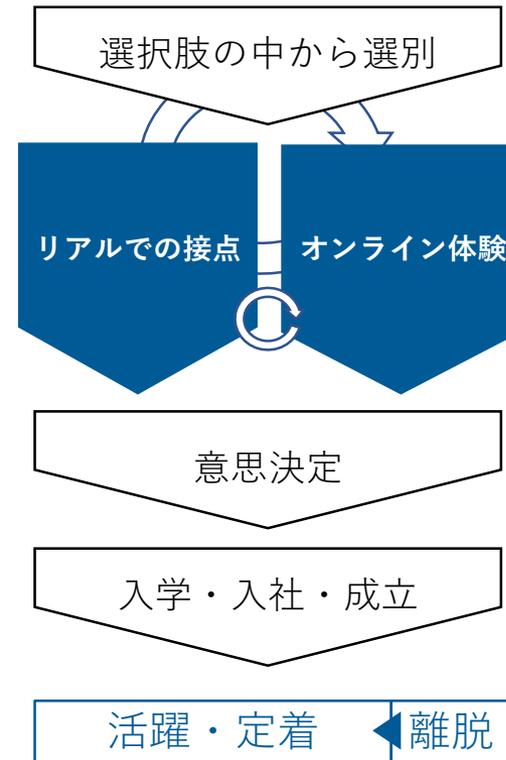
より「定着」のために、意思決定時の「納得」が注目されつつある

「納得」の意思決定のために受け入れサイドを中心に オンラインをうまく併用した「体験」の前工程化が発生

イママデの人生の岐路の意思決定フロー



コレカラの人生の岐路の意思決定フロー



オンラインでの事前体験

- ・（時間・場所・金額）のコスト制約が減少する
- ・体験の小口化により、手軽に選択肢の疑似体験を享受できる
- ・受け入れサイド現場の参加により「リアリティ」も増す

受け入れサイド

- ・一定の組織、人間だけでなく現場も含めた受け入れ参加
- ・カジュアル（自然体）オープン（開放）フラット（対等）へ

**より選択先、意思決定への「納得」が生まれ、
定着、活躍の早期化などの「フィットマッチング」に**

人生の岐路における〇〇活・〇〇活動

	イママデ	コレカラ
「ライフイベント」 の 環境・与件		中長期的な変化 コロナ禍による加速
生徒・学生 求職者・婚活者		行動の変化
両者の関係 コミュニケーション		関係の変化
先生・教師 雇用主・婚活者		役割の変化

人生の岐路における〇〇活・〇〇活動

	イママデ	コレカラ
「ライフイベント」 の 環境・与件	対面（リアル）が前提で、 選択肢→意思決定→納得 の「比較解」	リアルとデジタル併用で、 選択肢→体験→意思決定 の「納得解」
生徒・学生 求職者・婚活者	クローズ・ベター	オープン・フィット
両者の関係 コミュニケーション	ヒエラルキー スコア階層型	フラット 多様なつながり
雇用主・事業者	管理型 抽象的・説得力	現場型 具体的・共感力

theme

人生の岐路の決め方が変わる、「〇〇活動」のコレカラ

keyword

フィットマッチング

「比較・最適解」の意思決定を、事前のお試し体験を重視し「納得解」の意思決定へ

recipe

- | | | |
|---------|------|-------------------|
| Step 1. | 環境整備 | オンラインを併用し、体験の小口化 |
| Step 2. | 開示 | 双方の自己開示・多様性の容認 |
| Step 3. | 現場実践 | 事前の体験で納得の意思決定・定着へ |

keyword

フィットマッピング

「比較・最適解」の意思決定を、事前のお試し体験を重視し「納得解」の意思決定へ

コレカラ会議

本日はありがとうございました
アンケートにご協力ください

「コレカラ会議」今後の開催予定

第3回目

Afterコロナの“働く”と“住む”の関係性
12月2日（水）開催予定



SUUMO編集長
池本 洋一



HR統括編集長
藤井 薫

第4回目

Afterコロナの“余暇”の変化
開催時期 調整中



じゃらん
リサーチセンター長
沢登 次彦



リクルート自動車総研所長
カーセンサー編集長
西村 泰宏

5回目以降のテーマや時期は順次ご案内させていただきます。