

一人でも多くの人が少しでも

幸せに働ける社会を、共に創る

「最高の事業パートナー」となるために。



顧客以上に顧客を思う「アドバブランド」の確立へ。



お客様から選ばれる存在になるために必要な力。それは、お客様の文化や風土、事業を深く理解する力です。そこで私たちは、「顧客以上に顧客を思う」という共通言語のもと、お客様のことを誰よりも分かろうとする「アドバブランド」の確立を目指す取り組みをスタート。採用成功や事業発展に欠かせない存在となるために、一人ひとりが強みを伸ばし、アドバに関わるすべての皆様に貢献します。目標は「アドバのあなたに任せたい」と全社員が指名される会社となること。実現に向けて、一人ひとりが努力を続けます。

お客様の事業発展に貢献する
「オンリーワン」のビジネスを生み出す。

お客様の組織課題が多様化するいま、私たちも新しいソリューションやサービスを生み出す企業にならなくてはなりません。例えば人材の活用度や定着度を向上させるなど、多くの課題を解決する事業で、理念である「一人でも多くの方が少しでも幸せに働ける社会を、共に創る」を具現化します。お客様にとって採用は手段であり、目的ではありません。採用成功でナンバーワンを目指すと同時に、お客様の事業発展に貢献できるオンリーワンのビジネスを創造する。この実現を目指し、私たちは改革を進めています。



必要なのは、強い当事者意識と主体性。
挑戦し続ける「仲間」を待っています。

これからのアドバに必要なのは、「主体性」を持った仲間です。これまでの常識にとらわれる必要はありません。深くお客様を理解しようとする姿勢を大切に、自ら企画を生み出し、アグレッシブに実行する。ひたすらお客様を思い、食欲に挑戦していく。そんな仲間と働くことを、私は強く望みます。大変な経験をするところもあるでしょう。それでも失敗を恐れず、困難すら楽しみながらお客様にまっすぐ向き合った先にあるものが、成長です。アドバは全力でその挑戦を応援します。



取締役社長 織田 章裕



- 1985年 リクルート入社 名古屋配属
- 1991年 首都圏ガーデン事業部立ち上げに伴い
営業マネージャーとして横浜拠点へ異動
- 1994年 リクルート首都圏再編に伴い
マネージャーとして横浜リクルート立ち上げ
- 2001年 首都圏採用総合企画部 部長
- 2004年 首都圏営業統括部 部長
- 2008年 名古屋支社長 兼 HRM東海社長
- 2011年 首都圏営業統括部 兼
キャリアデザイン開発室 室長
- 2014年 リクルート退職
アドバ取締役副社長
- 2020年 アドバ取締役社長



お客様の声が パワーの源。 頼られるって、 幸せなんだ。

2021年4月入社

WEB戦略実現事業部 営業 桶谷 優美香



職種・役割

飛び込んだのは、
正解もゴールもない求人広告の世界。

誰かの人生に影響を与えられる仕事をしたいという想いから、アドバに入社しました。タウンワークやリクナビネクストなどの求人媒体を使って、さまざまな企業の採用活動をお手伝いするのが私の仕事。1年目は、社会人マナーから商品知識、アポイントの取り方、原稿発注、掲載、効果測定まで、求人広告の営業としてひと通りの流れを身につけました。しかし、どんなに優れた広告でも「絶対に採用できる」という保証はありません。すべての仕事が、お客様との信頼関係の上に成り立っています。



やりがい・価値

「もし採用できなくても後悔しない」
お客様の信頼が、プライドになった。

私が担当したお客様の中で特に印象に残っているのが、施設の清掃事業などを手がけている企業。支店長様と毎日のように電話でお話するうちに、求人のお悩みだけでなく現場の困りごとや社内フローの相談もしていただけるようになりました。求人ニーズのある現場から私に直接ご依頼いただくフローを提案してからは、支店長様の負担も軽減。「もし採用できなくても優美香さんの思うベストプランなら後悔しない」と言ってもらえたことは忘れられません。どうしても結果を出したいと強く思わせてくれたお客様の1人です。



目標・展望

届けたい人に、メッセージを伝える。
どんな世界でも必要とされるノウハウ。

入社2年目にホームページや採用サイトの制作を行うWEB戦略実現事業部へ異動。またゼロからのスタートだと思い正直最初は戸惑いました。しかしいざやってみると「誰に何を伝えどう行動させるか」が常に仕事の根底にあり、扱う媒体は変わっても、課題解決のプロセスは同じなんだと実感。もちろんまだまだ勉強すべきことはあります。実際に先輩の商談を見ていると、かゆい所に手が届く提案、鋭い観察眼、細かい気配りなど、自分に足りないことばかり。今は憧れの存在だけど、いつかは肩を並べて仕事したいです。



ある1日のスケジュール

※お客様対応で退社が遅くなることもあります

9:00
始業～
資料準備

10:00
商談
(効果の振り返り)

12:00
ランチ

13:00
商談
(先輩同行)

15:00
商談
(新案件のヒアリング)

16:00
定例MTG

17:00
原稿発注～
翌日の準備

19:00
退社



職種・役割

目まぐるしく変化する環境下で、
自分の可能性が広がっていく。

前職は家具の販売員。より高度な提案力を身につけるためアドバに転職しました。自分の足でニーズをつかんで最適なプランを提案し、採用成功、その先の事業成長まで寄りそうのが営業の仕事です。3年目にリーダーを任されてからは、自分のノウハウを後輩に伝えつつ、チームの目標を達成するため数字を追いかけたり、Indeed拡販推進という明確なミッションのもと戦略立案も経験しました。30歳目前でマネージャーになり、今はメンバーの相談に乗ったり営業同行しながら担当グループの業績に貢献しています。



やりがい・価値

1人では得られない、
影響力というやりがい。

マネージャーになって、メンバーから相談を受けることも増えました。お客様の目標採用数に届かず、悩んでいたあるメンバー。目先の数字にとらわれず、募集店舗ごとに採用の緊急度を見える化し、適性な目標数値を再設定して
みようとアドバイスした上で、離職率という人手不足の根本課題についても一緒に考えてみたくんです。すると数日後「新しい提案用の資料作ってきました！」とふっきた表情で報告にきてくれて。その変化が嬉しかった

目標・展望

人材採用の枠にとらわれず、
企業の未来とともに描ける存在に。

企業が求めている人材を採用することは、私たちにとってゴールではありません。お客様の事業が軌道に乗り、さらに発展していくために、今できることは？と毎日メンバーと一緒に考えています。「アドバのあなたと仕事をしたい」「あなたの提案ならやってみたい」そんな風にお客様から求められる営業・組織を育てることが、マネージャーとしての今のミッション。

1人ひとりが自分の強みを最大限に発揮しながら、お客様への価値提供を



入社後のキャリアマップ

2017年7月
中途入社(前職:家具の販売)
東海リクルーティング
営業部配属

2020年4月
チームリーダー
就任

2021年1月
Indeed推進へ
異動

2021年10月
関西リクルーティング
営業部へ異動
グループマネージャー就任

2022年4月
総合企画営業部
東海グループへ異動

夢が膨らみ、
仲間が笑顔に
なる瞬間が
好き。

2017年7月 入社

総合企画営業部東海グループマネージャー 加藤 光



経験とスキルを 武器に、 第一線で あり続ける。

2012年入社
営業企画部 運用マネージャー 富田 萌

職種・役割

営業とともに運用企画を練り、
メンバーとともに採用成功へと導く。

Indeed（インディード）を運用する部署でマネージャーを務めています。運用とは戦略に基づき予算配分や原稿改善などを行い、採用成功に導くアプローチ。実行するメンバーをマネジメントしつつ、営業とともに運用企画を練ることも私の仕事です。運用は採用がうまくいくか否かを決める、大きな決め手。だからこそ、掲載前に進捗確認や振り返りタイミングの計画を立て、運用中は他社よりも的確な改善を図ります。「アドバならではの運用」でお客様に貢献できることは、大きなやりがいのひとつです。



やりがい・価値

いわば社内ベンチャー！ゼロから勉強して
営業した、WEBチームの立ち上げ。

関東におけるWEBチームの立ち上げに関わったことは、特に忘れられません。現在は着実にノウハウも積み上げ、人員も増えつつありますが、当時は私を含めて3名のみ。まさに社内ベンチャーでした。苦労したことは、WEBならではの知識。企画やデザイン、システムといったこともゼロから勉強しつつ営業を行うので、毎日があっという間。ただ、こうした日々が本当に刺激的でした。媒体にとらわれず、お客様のプラスになることは何でも提案できる。私の発想力や顧客理解力まで大きく広げてくれた、成長体験です。



目標・展望

この先も成長していくために、
新規事業にも挑戦したい。

リクルーティングの営業からキャリアをスタートし、WEB事業の立ち上げ、運用のマネージャーと、これまでいろいろな経験をしました。だからこそ、この先も身につけてきたすべてのスキルを活かし、第一線で働きたいです。そして私事ですが、これから産休に入ります。復帰する頃、アドバはきっと新規事業を次々に生み出し、躍進していることでしょう。そんなパワーアップしたアドバで新しい事業に挑戦したいです。新しいことに挑むと、人は必ず成長する。いろんな部署を経験してきた私は人一倍知っています。



入社後のキャリアマップ

2012年4月
新卒入社
東海リクルーティング
営業部配属

2014年4月
関東リクルーティング
営業部へ異動

2016年4月
チームリーダー
就任

2018年10月
WEB戦略実現
事業部へ異動

2021年1月
営業企画部へ異動
運用マネージャーへ
就任



先輩社員一問一答「入社理由は？」

先輩たちはどんな理由でアドバに入社したのか。アドバを知ったきっかけや、惹かれた点など、就活だった当時を振り返りながら答えてもらいました！

内定前の同行が決め手でした！

選考の際、人事の方に「実際どんな風に仕事をするのか知りたい」と伝えたら、内定をいただく前にもかかわらず営業同行させてもらえることに！私はその場に居ただけでしたが、先輩がお客様と話す様子を見て「私はこういう仕事をするんだ」とはっきりイメージすることができ、それが入社を決め手となりました。



2018年入社/わか

面白い！と思ったインターンシップ

「人を幸せにできる仕事」を探していた時にインターンシップでアドバと出会い、人材業界って面白い！と感じたんです。そしてさらに多くの人楽しく働ける機会を届けられる「求人広告」という世界にも魅力を感じました。面接でそんな想いを大切にしてもらえたことも決め手のひとつです！



2023年入社/ゆうか



2024年入社/あゆみ

自己成長して将来への選択肢を広げよう

大学時代アルバイトをしていた居酒屋に、アドバの先輩社員がお客様として来店。それから就活の相談をさせていただくような間柄になったんです。そして気づけば、僕も先輩みたいな社会人になりたい、と憧れるように。目標としたい人がいることが、一番の志望動機です。



2023年入社/りん

変化を恐れず楽しめば成長していく！

「目先の利益に囚われず、人のため、社会のためになることをしなさい」そう幼い頃から父に教わってきた私。就活時期を迎え、あらためて、未来が見えづらい時代だからこそ、挑戦しながら成長できる環境で働きたいと考えようになりました。年次に関係なく、裁量権を持って挑戦できるアドバに出会えてよかったです。



2015年入社/ばばちゃん

働く＝人生を支えたい

さまざまなアルバイトを経験して、「人に関わりながら“生きる”ことを支える仕事に携わりたい」と考えるようになりました。また、“生きる”の中には“働く”があると思い至り、働くことをサポートする求人業界にたどり着いたんです。説明会で新規事業や若手の成長について期待感を持ち、入社を決めました！



2025年入社/あやこ

成長していく自分をリアルに想像できた

求人広告業界は、入社後すぐにいろんな業界の経営者へ、事業を成長させるための提案ができる。いつか独立したいと思っていた自分には、他の会社よりも早く成長できると思ったんです。特に、アドバは「攻め」の姿勢で事業を拡大していることも知り、そのカッコよさに惹かれていきました。

先輩社員一問一答「成長できた？」

得意なことが増えたり、自分の意外な面を発見できたり…。アドバには成長できる機会が盛りだくさん。あなたもきっと、ひと回りもふた回りも進化した自分に出会えますよ！

余裕をもって行動ができる大人に。

以前は予定を詰めすぎて、お客様をお待たせしてしまったことも…。「もうお客様にご迷惑をおかけしたくない」「落ち着いて良い提案をしたい」そう思い、前日までに資料を作成し、アポイントの間は1時間以上の余裕を持たせる意識をするように。今ではスケジューリングが得意になりました。



2021年入社/まりこ

お客様と良い関係性を生み出す「共感力」。

お客様との良い関係性を作れるようになって、評価をいただけるようになりました。きっと、お客様の話し方や温度感、性格など踏まえ、言葉遣いや関わり方まで考えられる「共感力」が身についたからなんだと思います。後輩も増えてきたので、共感力を活かしてサポートできるようになりたいです。



2020年入社/そら



2022年入社/みゆう

自分に向き合い1年半で表舞台へ

入社当初は、お客様からのご指示に対して反射的に「承知しました!」と反応していたのですが、指示を出された理由がわからず、勘違いしたりモヤモヤしたことも多々…。今では「なぜ人手が必要なのか」「採用すると誰が助かるのか」など疑問点はすぐヒアリングして、最善の判断ができるようになりました。



2020年入社/ほのか

獲められようまでに成長した私の言語化力。

身についたのは、「言葉にする力」。入社したときは、先輩に「言いたいことを整理しよう」なんて言われたこともあったけど、最近では「話すのが上手だね」と言われるまでに!結論から話すことをいつも意識して、話す場を自分から作っていくうちに、伝える力がついてきたんだと思います。

アタリマエの基準をアップデート。

お客様を主語にして考えられるようになったのは、私の大きな成長です。少し前は、アポが取れない、受注ができない、と自分の目線で考えるのが当たり前。でも、「本当にこの提案がお客様の事業成長につながるか」と、相手の目線で考えるようになってから、営業成績もアップしました！



2021年入社/しーちゃん

困難な状況を突破するマネジメント力

高い目標を突破するには、チームで目標を共有して、気持ちを一つにするのが大事だと、マネージャーになって知りました。嫌われることを恐れず、良くないことはちゃんと叱る。同時に誰よりもメンバーのことを理解する。こうして達成できたときは、涙が出そうになるほど嬉しかったです。



2013年入社/さく

