

Geminiでスライド資料の「構成」から「書き出し」まで

Back office team efforts
井上 陽菜

今回は、日々の業務で多くの時間を取られがちな「資料作成」を効率化する、Geminiの活用法をご紹介します。

「スライドを作らなきゃいけないけど、構成がまとまらない…」 そんな「産みの苦しみ」を解決するのが、Geminiの「Canvas（キャンバス）」機能です。
テキストやWebサイトのURLなどの情報を渡すだけで、AIがスライドの構成案を作成。さらに、それをGoogle スライドへ直接エクスポート（書き出し）することができます。

具体的な3ステップ

1. 情報を渡す

Geminiで「Canvas」を選択。テキストや参考URLを貼り付け、「例：この内容を基に会社紹介スライドの構成を作って」のように指示します。

2. 構成の生成

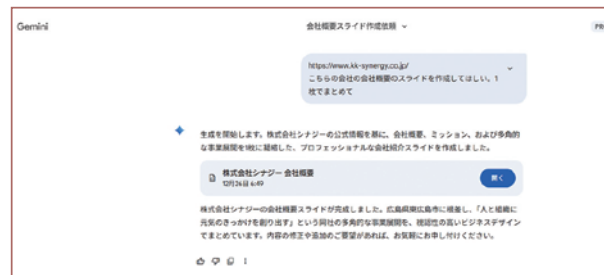
AIが情報を読み取り、スライドごとのタイトルや要点を自動で生成します。

3. Google スライドへ書き出し

ここが最大のポイントです。生成された内容をワンクリックでスライド形式に変換できます。

これだけで、編集可能な「資料の土台」が一瞬で完成します。ゼロから作るストレスから解放され、皆様の専門知識を活かした「内容のブラッシュアップ」に集中できるようになります。ぜひ業務の中で活用して、このスピード感を体験してみてください。

実際に弊社の会社HPのURLから作成したスライドはこちらです！



若手社員

奮闘記 06

入社をしてから清掃業務に携わっており、日々の清掃作業を通じて多くのことを学んでいます。

先輩スタッフの方々から指導していただきながら、少しずつ業務に慣れてきました。

その中で一番の課題と感じているのは、現場それぞれによって清掃作業の仕方が異なっていることです。現場でスタッフさんから教えてもらうことがあるのですが、その際に自分の中で他の現場とやり方が混ざってしまったりして違うやり方になってしまうことがありました。

今月の担当は 新入社員 首藤 葵 です

このミスが無くなるように、現場で教えてもらったことはメモを取ったり、マニュアルの再確認をするようにしています。
そして、清掃作業をする際には、まず手順から覚えるように心がけました。
まだ社員としての自分の課題がたくさんありますが、一つ一つ丁寧にクリアしていき、出来るだけ早く自分の課題が解決するように努力していきます。

これからも現場の皆さんに信頼していただけるよう、日々勉強していきたいと思っています。

Go for it!



安芸西条郵便局

料金後納

ゆうメール

採用の専門家がお届けする経営マガジン

@シナレージ

for EXECUTIVE

若者が働きたい 会社づくりを目指して

昨年末に広島県の転出超過が5年連続1位ということでニュースになっていました。広島県に入ってくる人と広島県を出ていく人の差が約1万人程度いるという数字です。広島県としては「人口の移動実態を表していない。転出超過が全国最多という報道のせいで県のネガティブなイメージが広がっている」と反論していましたね。
外国人実習生のデータが反映されていないというのが大きな主張だったように思えます。いづれにしても、若者が広島県外に行っていることは事実で、大きな課題だと思います。
なかなか難しい課題ではありますが、イチ地方の会社として若い人が働きたいぐっとくる会社になっていかなければなりません。
地方だから難しいという言葉で終わらすのは簡単ですが、恐らく地方でもディズニーランドがあれば人は増えると思います。現に2年前に東広島市でディズニーのパレードがあったときに6万人が訪れたそうです。(笑)
私たち中小企業一社一社が若い人にとってのディズニーになれるように日々努力していかなければなりませんね。一瞬でなれるわけではありませんので、少しずつ積み重ねることでブランドは構築されていくのだと思います。
当社がパーパス（存在価値）として掲げている「ぐっとくるを、もっと。」増やしていき、働きたいと思う会社づくりをしていかなければなりません。
今年もそういうお手伝いも行っていきたいと思います！

執行役員 小濱 亮介

今月のLINEUP!

- 採用のお悩み相談室
人事まるとお任せ!? 中小企業のための“まるっと人事”という選択肢 執行役員 小濱 亮介
- 派遣営業の裏側 Vol.6
シニア人材の「頑固さ」の先にあるもの 徳永 裕斗
- シナジー×採用Project
【社長の決断】採用を「磁力」に変えるのは、社長が語る「未来の景色」である 榎野 竜乃介
- バックオフィスチームの取り組み
Geminiでスライド資料の「構成」から「書き出し」まで 井上 陽菜
- 若手社員奮闘記 06** 首藤 葵

「採用が思うように進まない」「人事担当がいらないため、経営者が片手間で対応している」
こうした悩みを抱える中小企業は非常に多くあります。求人広告に頼っても成果が出ず、何が正解なのかわからなくなっている方も少なくありません。人の問題は重要だと分かっている、日々の業務に追われ後回しになりがちです。

そこで、株式会社シナジーが提供しているのが、人事業務を一括で支援する「**まるっと人事**」です。採用だけでなく、定着支援や教育、人事まわりを実務レベルで担うのが特長です。中小企業に特化してきた経験を活かし、会社の強みやターゲット人材を深く理解したうえで施策を設計します。単なるコンサルではなく、成果に向き合う“伴走型”の支援だからこそ、現場に合った人事の仕組みづくりが可能になります。

具体的には、求人票の作成から面接の設計、入社後のフォロー体制の構築まで、採用プロセス全体をサポートします。さらに、社員が長く働ける環境づくりや、育成計画の立案なども含め、トータルで人事機能を補完します。経営者が本業に集中できるよう、人事のプロが実務を担い、成果につながる仕組みを一緒に作り上げていきます。

人事の悩みを一人で抱える必要はありません。まずは壁打ち感覚で相談することが、採用改善の第一歩になります。自社に合った人事の形を、一緒に考えてみませんか。



この内容についてさらに詳しく知りたい方は、こちらの **QRコード** から動画に飛んでみてください。YouTube での動画発信を始めました。
毎週水曜 19 時 30 分に投稿を予定していますので、ぜひご覧ください。



派遣コーディネーターとして現場を歩いていると、お客様から「シニア世代のスタッフが、過去の経験に固執して現場のルールに従ってくれない」という切実なご相談をいただくことがあります。かつて責任ある立場で活躍された方ほど、無意識に「前職のやり方」を正解として持ち込んでしまい、若手リーダーとの間に摩擦を生んでしまう――。これは、経験豊富だからこそ陥りやすい、シニア派遣における一つの大きな課題です。

しかし、この仕事に携わって感じるのは、「頑固さ」の裏側にあるのは決して悪意ではないということです。

それは、新しい環境で「役に立ちたい」という焦りや、自分の価値を証明したいという一生懸命さの裏返しであることも少なくありません。

一方で、最近の現場では確かな変化も感じています。

シニア世代の就業環境が年々厳しさを増す中で、「自分をアップデートしなければ生き残れない」という強い覚悟を持って現場に臨む方が確実に増えているのです。



かつての肩書きを捨て、一から新しいITツールを学び、年下の指示を素直に仰ぐ。そんな「柔軟な強さ」を兼ね備えたシニアスタッフが、その豊富な人生経験からくる安定感で、組織のバランスサーとして活躍する姿も数多く目にしてきました。

「一概にシニアだから頑固である」と決めつけるのではなく、一人ひとりの変化しようとする姿勢を見極め、適切にバックアップすること。

それが、私たちコーディネーターの役割です。



「なかなか良い人材が集まらない」「求人広告を出しても反応が薄い」
中小企業の経営者様から伺う最も多い悩みの一つです。
しかし、採用活動を単なる「欠員補充」や「人事に任せる定型業務」と捉えているうちは、この壁を突破することはできません。

中小企業の採用成功のためには、社長自らが採用の最前線で「舵（カジ）」を取り、誰よりも熱く「未来」を語る必要があります。なぜなら、採用とは「条件の提示」ではなく、会社の未来への「招待」だからです。

1. 採用は「磁力」。人は「今」ではなく「未来」に集まる

求職者は、自分の「命（時間）」という貴重なリソースをどこに投資するかを見定めています。投資家が将来性のない株を買わないのと同様に、優秀な人材もまた、過去の実績や現状の維持にしか触れない会社に魅力を感じることはありません。

- **実績より「意志」**：どんなに立派な沿革よりも、社長が語る「どんな社会を創りたいか」言葉に、人は強く惹きつけられます。
- **ギャップこそが「やりがい」**：「うちはまだこれができるしていない。だから、君の力が必要なんだ」という不完全さは、挑戦を求める人材にとって最大の「ぐっとくる」ポイントになります。

シナジーが大切にする「仕事に情熱を」という価値観。
本気で仕事に取り組める環境を創り出すのは、他でもない社長が描く「未来の組織図」なのです。

2. 求人原稿を「未来の招待状」に変える発信術

求人原稿や面接の場で、自社の「今」や「過去」の説明に終始していませんか？
採用活動の発信において、未来に特化した発信をすることです。

条件面（給与や休日）で勝負するのではなく、その会社で働くことで得られる「成長のきっかけ」と「自己実現の可能性」を可視化することが、他社との決定的な差別化につながります。

発信のポイント	具体的なアクション例
存在意義(Why)を語る	「何をするか」の前に「なぜこの事業で誰を幸せにしたいのか」を社長の言葉で綴る。
5年後の組織図を公開する	「5年後にはこの部署を立ち上げ、君にはそこを任せたい」という具体的な期待を伝える。

3. 【実践】未来志向の採用カジ取りチェックリスト

社長が採用にどう関わり、何を発信すべきか。今すぐ確認できるチェックリストです。

- ☐ 求人原稿のトップメッセージは、社長自身の「手触り感のある言葉」になっているか？
- ☐ 「今の身の丈」に合う人ではなく、「未来の理想」を共に創れる人を口説いているか？
- ☐ 面接で、応募者の「ドリームマップ（将来の夢）」と自社のビジョンの重なりを議論しているか？
- ☐ 「条件」の質問を「ビジョン」の対話に昇華させられているか？
- ☐ 不合格者に対しても、その人の未来を応援するような「きっかけ」を残せているか？

ぜひ、今後の採用活動の改善や見直しの参考になれば幸いです。

