

就活の全体像をつかもう!

スケジュール

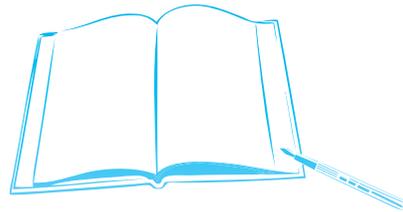


就職活動の流れを知っておこう

就職活動における「初めの一歩」はいつなのか?どのように行動を起こすのか?ここでは、多くの学生や企業が動き始める一般的な就職活動のスケジュール例を紹介します。どの時期に何をすべきかをしっかり把握し、自分なりのスケジュールを立て、後悔しない就活をスタートさせましょう!

➡ 「就活ノート」を用意しよう!

説明会の日程やエントリーシートの締め切り日などを書き込んでスケジュールを把握するだけでなく、企業ごとの志望動機をまとめたり、自己PRで話したことも整理すれば、いざという時にさっと調べることができて便利です。手帳やパンフレットなどの書類にメモをすると、紛失したり、見直した時に分かりづらくなります。企業ごとにページを分けて、面接で何を聞かれ、どう答えたかをメモしておけば、次の選考でもきっと役立つでしょう。



➡ 早めの計画を心がけよう

9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
自己分析													
業界研究・企業研究・職種研究													
OB・OG訪問													
エントリー													
セミナー・企業説明会													
エントリーシート提出													
筆記試験													
面接													
内々定													
													内定

まずは、自分のことを知ろう!

自己分析



「自己分析」って何?

自己分析とは「自分を知ること」。「自分に向いているものは何か」「何がやりたいのか」「なぜそう思うのか」を納得いくまで考え抜くことです。相手に自分のことを伝えるためには、事前に自分について深く考える必要がありますので、詳しい自己分析をするには早めのスタートが肝心です。

➡ なぜ自己分析が必要なのか?

□ 説得力のある自己PRができる

客観的に自分をとらえることで、性格や行動パターンをはっきりさせ、面接やエントリーシートなどで人事・採用担当者に対し、説得力のある自己PRをすることができます。

□ 自分に合う企業を探せる

「どのような仕事に向いているのか」「どのような仕事がしたいのか」を把握することで、自分の軸がはっきりし、主体的に就職活動を進めることができます。

➡ 4段階で自己分析しよう!

① 過去から現在までの出来事を書き出してみよう

物心ついた頃から現在までの印象に残っている事柄を、思い出せる限り書き出して自分史を作成してみましょう。それらに対し、「なぜそのような行動をとったのか?」「何を成ることができたのか?」など、「なぜ?」を繰り返せば、自分がどのような性格や行動パターンを持っているかを知ることができます。頭の中で考えるだけでなく書き出すことで、いつでも確認することのできる面接対策資料になります。

② 自分の長所や短所を探ってみよう

ある程度自己分析が進んできたら、次は自分の長所・短所を書き出してみましょう。それぞれについて、過去の行動パターンと照らし合わせて具体例を見つけ出しましょう。長所を活かしてこれから自分は何ができるか、短所をどのように改善していくかなどを考えましょう。

③ 第三者に自分を分析してもらおう

家族や親友、先輩、後輩、先生など、身近な人に協力してもらって自分に対する率直な意見を聞いてみましょう。自分が思っている「自分」と、他人が思っている「自分」のイメージは意外と違ったりします。自分を客観的に見ることによって、気づかなかった自分を見つけ出せるきっかけにもなります。

④ すべての分析をもとに “仕事選びの軸”を見つける

これまでの分析を整理し、もう一度自分自身について見直してみましょう。そうすれば自分はどんな人間で、これから何をしていきたいかが自ずと見えてくるはずです。また、そうすることで、自分にとっての理想や働く上で必要な条件など、就活をしていく上での“仕事選びの軸”を見つけることができます。



世の中にはどんな業界があるのか？

業界研究



「業界研究」って何？

業界研究は、自分の方向性を探る第一歩。自分のやりたい仕事やどの企業へ行けばできるのかを知るためにも、まずは業界について知る必要があります。企業のイメージだけで就職先を考える前に、現時点で興味のある企業について、業界全体の中での位置づけや業務内容などにも注目しながら、自分の方向性を絞っていくと良いでしょう。

➤ 業界の一例をご紹介します

ここでは企業を大きく7つの業界に分け、それぞれの特徴をご紹介します。本当にやりたい仕事を見つけるためにもできるだけ多くの業種を知っておきましょう。

① メーカー

あらゆるモノを世に送り出す！

機械や自動車、衣料品など、製造するモノによってさまざまな業種に分けられる。身の回りにあるモノや、産業の発展に不可欠な素材などを生み出しているのもメーカーであり、技術革新に伴いさまざまな新商品が登場する。まさに「開発力」が求められる業界。

② 商社

世界を舞台に活躍！

国内外から仕入れたモノを、消費者や企業に販売するのが商社の主な仕事。国内だけにとどまらず、海外との取引も積極的に行われる、まさにグローバルなビジネスである。商社は大きく分けて、幅広い商品を扱う総合商社と、特定の商品のみを扱う専門商社に分かれる。

③ 百貨店・ストア・専門店

世の流れを最前線で実感！

商品を効率的に仕入れて消費者に販売。最近では自社の企画・開発によるプライベートブランド(PB)を強化するなど、時代に沿った営業形態や販売方法を模索しながら、常に新たな市場の開拓に進出している。

④ 金融

人や企業の経済活動に深く関わる！

銀行や証券、生命保険など、お金を貸し付けたり株取引の仲介を務めたりして、企業や個人の資産を運用する。お金を流通させることで社会に貢献するという役割が期待される。

⑤ 通信・マスコミ

最先端の情報をいち早く伝える！

新聞やテレビ、インターネットなどに分類され、電波や印刷物といった伝達手段で、一般大衆にいち早く情報を伝える。また近年、スマートフォンやタブレット端末など情報コミュニケーションツールの多様化に合わせた新しいコンテンツも増えており、業界のビジネスモデルも変化してきている。

⑥ ソフトウェア・情報処理

IT社会の大きな役割を担う！

コンピュータに機能を持たせたり新しいシステムを開発したりと、急激に成長してきたIT業界の牽引役を担う。最近では、他の企業へ技術提供するというコンサルティング業務に力を入れる企業も増えており、今後ますます発展が期待される業界である。

⑦ サービス

目に見えない満足や喜びを提供！

旅行やアミューズメント、外食産業など、私たちの生活を豊かにしてくれるさまざまなサービスを提供。お客さまのことを第一に考え、あらゆるニーズに応えるために最善を尽くしてお客さまの満足度や利便性を追求する。また、余暇の増加があると、市場が拡大するのも特徴。



➤ 業界情報はここから入手しよう

□ 就職サイト

企業名や業種、勤務地など、あらゆる条件で企業が検索できます。企業にエントリーすることもでき、エントリーすると選考や説明会などについて企業から連絡してくれます。

□ 新聞・雑誌

新聞では最新の企業の経営動向などを得ることができます。毎日読むことを心掛けましょう。雑誌は経済誌やビジネス誌がおすすめ。業界内のリーディングカンパニーや、企業が社会的責任を果たすためにどのような取り組みを行っているかなど、業界の全体像をつかむことができます。

□ キャリア支援センター

キャリア支援センターは就職活動に役立つ参考資料が数多く用意されています。また、卒業生名簿や先輩の就活レポートなどから、自分が興味を持った企業に内定した先輩の活動記録を見ることができます。また、職員や就職相談員が相談に乗ります。

□ 会社四季報(就職四季報)

企業の特徴や基本情報をはじめ、利益水準、将来性を知りたいのであれば、企業の経営状況がわかる会社四季報が良いでしょう。業界内のライバル会社が簡単に比較できるのも、この本の魅力です。

□ 会社案内&ホームページ

理念やビジョンなどについて知ることができるほか、どんな企業と取引しているのかなどの情報も掲載されています。また、採用情報ページでは「従業員メッセージ」が掲載されていることも多く、その会社の雰囲気をつかむことができます。

□ 企業セミナー(説明会)

セミナーには複数の企業が参画して開催される合同セミナーと、個別に開催されるセミナーがあります。ともに、会社概要の説明、社員による仕事や職場の説明、座談会など、業務内容を詳しく知ることができたり、直接企業の方とコミュニケーションがとれます。

□ OB・OG訪問

社風や企業の雰囲気、社員のモチベーションをはじめ、希望する企業について率直に質問ができるチャンスです。漠然としていた業界や企業へのイメージがより具体的になり、希望業界内の企業について実態を比較できます。

□ インターンシップ

インターンシップでは実際の職業を体験することができます。実際に体験することにより、思い描いていたこととのギャップを発見できるかもしれません。サイトや雑誌で

情報を得ることも大切ですが、自分の肌で現場を感じることも大切です。

➤ 実際に仕事現場に行ってみよう

“百聞は一見に如かず”ということで、ホテルやデパート、銀行、レストラン、旅行やアミューズメント施設などを、自分自身が客として利用してみるのも一つの方法です。サービスを提供される側から客観的に分析することで、日頃気付かないものが見えてくるでしょう。

➤ 業界研究のチェックポイント

① 最初から一つの業界に絞らずに、幅広く情報を集めよう

初めから一つの業界に絞って就職活動をするのは、考えものです。活動を進める中で、やむなく志望業界を変更することがあったり、多角化している企業が多い今日、どの業界に自分の専攻を活かせる企業があるかも分かりません。そのため、さまざまな業界について知っておくことをお勧めします。

② 業界の動向を知ろう

産業界は常に変化しているので、現在の業界動向からだけでは先が見えません。市場規模や業界内のトップ企業の動きなど、その業界の過去数年間の動きを調べ、将来的に成長が期待できる業界を探ってみましょう。

③ 情報をきちんと整理しよう

業界研究を始めると、情報が増えていきます。後で見直しやすいように、自分なりに整理し、まとめておくことをお勧めします。例えば、一冊のノートにメモしたり、新聞の切り抜きを貼ったり、パソコンでフォルダごとにまとめたり、さまざまな方法で整理しましょう。



総合的な判断をしよう!

企業研究



「企業研究」って何?

企業研究は、興味のある企業について理解を深めるための重要なプロセス。業績やイメージも重要ですが、本当にやりたいことが実現できるのかも大切です。また、給与や福利厚生などを含めて総合的な判断をすることが、誤りのない就活につながります。自分なりのチェックポイントを定めて、必要な情報を読み取りましょう。

➤ 基本データをチェックしよう!

□理念

経営者が企業経営に対して抱く、経営哲学や価値観のこと。何のために経営するのか、その目的の実現のために会社がどのように存在するのかなどを明確にします。

□創業／設立

「創業」は事業を開始した時期、「設立」は会社として商法上の登記を行った時期をいいます。企業から独立したのか、新規企業なのかという背景も調べておきましょう。

□事業内容

その企業がどのような事業を行って利益を得ているのかを把握しましょう。大手企業は事業分野も広いので、入社後の選択肢の広さを知っておくことも必要です。

□従業員数

企業によってさまざまですが、男女比率や平均年齢、年齢構成まで記載されている場合もあります。興味のある企業の社員の年齢層などをチェックしましょう。

□売上高

一年間にどれだけの売上があったのかを示し、企業規模や経営成果を見る判断材料にもなります。過去数年間の売上を比較することで、成長性も分かります。

□給与

初任給はもちろん、記載されていれば入社数年後の賃金例も確認しておくのがおすすめです。また、賞与(ボーナス)の基準となる基本給はチェックしておくのがベター。

□休日・休暇

年間休日総数などをチェックしましょう。「完全週休2日制」とは毎週2日休日があること、「週休2日制」とは月に1回以上週休2日の週があることを指します。

□福利厚生

仕事によって得られる給与や賞与(ボーナス)以外のサービスのこと。厚生年金や健康保険、労働保険など。国や地方公共団体が法律に基づいて行うものと、企業独自の制度のものがあります。例えば、社員寮や住宅手当、さらには社員旅行やクラブ活動、社員割引などが挙げられます。

□教育制度

新人社員研修や社員のキャリアを磨くために実施される研修など、教育制度が充実している企業は、社員一人ひとりの知識や経験も豊富になり、企業力の成長にも繋がります。

➤ 企業を探す3つのポイント

①成長分野の企業に注目する

成長分野に目を向けるのも必要。なぜなら、積極的な採用を行っているうえ、優れた雇用条件を提示する企業が多いからです。ただし、長期的な視点で見ることをお忘れなく。

②業界専門誌をチェック

目指している業界がはっきりしているのであれば、業界専門誌で探してみるのも一つの方法。馴染みがなくても、優れた企業が大々的に掲載されている場合もあります。

③理念をチェック

理念とは企業側が持つ価値観を明確にしたものです。理念に共感できるかということは、企業選択を行う上で大きなポイント。本誌などを利用し確認しておきましょう。

➤ 基本用語を知っておこう!

□フレックスタイム制

勤務時間を固定せず、自由に始業・終業時刻を決めることができる制度。あらかじめ1カ月間の総労働時間が定められているので、従業員はその時間さえ満たしていれば良いことになります。ただ一般的には1日のうち勤務が義務づけられている所定の時間帯(=コアタイム)が設けられています。

□OJT

On the Job Trainingの略称。実際の仕事を通じて必要とされる知識や技術などを習得させる研修制度のこと。仕事から離れた一般的な研修とは違って、先輩や直属の上司が指導するため、習得スピードも速く効果的です。

□グループ募集・グループ採用

同じグループに属する複数の会社が、募集や採用をグループ単位で一括して行うこと。エントリー受付などの採用窓口が1つになり、選考段階でどの企業を志望するかを聞かれることが一般的です。

□営業利益／経常利益

営業利益とは、売上から売上原価や、販売費用、仕入コストなどを差し引いて計算したものです。経常利益とは、営業利益から、企業が本業以外に行っている事業活動で生じる損益を差し引いたもの。企業の経営状態を知るには、経常利益をチェックするのが良いでしょう。

□年俸制

月々に給料が支払われる月給制に対し、社員の能力や勤務成績など個人の業績に応じて1年単位で賃金総額を決定し、それを月々に分割して支払われるのが年俸制。一般的には前年の業績が反映され、会社との交渉の上で年間給与が決定されます。

□コンプライアンス

「法令遵守」という欧米の企業を中心に発達した概念で、法律や社会的な倫理、規範を守って行動することを指します。日本でも相次ぐ企業不祥事などにより、社内ルールの確立や業務マニュアルの整備など、多くの企業で重視されるようになりました。

□社内公募制度

会社が業務上に必要とする人材を、社外からではなく、社内から公募して集める制度のこと。新規事業を立ち上げる時や、プロジェクトチームを作る時などによく使われます。この制度を導入することによって、社員自らが職場や仕事を選択できる環境が生まれ、社員のモチベーションアップにも繋がります。

➤ この点も注意しよう!

ここで紹介した企業データ以外にも、企業を判断するポイントはまだまだあります。あらゆる企業を評価する目安となるキーワードを定め、自分にあった会社かどうかをじっくりと見極めていくことが大切です。

ex.1 独自性

厳しい競争社会の中で勝ち残るため、他社には真似できない技術力や商品があるかどうかを見ることで、今後の成長性が判断できます。

ex.2 人材力

さまざまな商品やサービス、技術力を生み出すのは人材であり、充実した教育制度や人事制度を用意している企業には、それだけ優秀な人材が育つ可能性も高いということです。



同じ職種名でも、中身は企業によってさまざま

職種研究



「職種研究」って何？

就職活動を始めるにあたって、業界研究と同様に「自分は何がしたいのか」をしっかりと考えて職種を理解し、把握しておくことが大切です。企業ごとに、同じ職種名でも仕事内容が違う場合があります。各企業の職種内容をしっかりと把握し、自分に合った職種を見つけましょう。

➡ たとえばこんな職種が…

□営業系

相手が求めるものを引き出し提案する

商品やサービスを売る仕事。提案、見積もり、納品、アフターフォローなど全ての窓口になります。完成品を提供する販売型の営業や、顧客の求めるものを提供する問題解決型の営業など、業界・企業により種類はさまざまです。相手の話をよく聞き、ニーズに合った提案をすることが重要です。

【個人向け営業・法人向け営業】

一般のお客さまにセールスを行う「個人向け営業」に対し、「法人向け営業」は企業に対する営業。

【MR(医薬情報担当者)】

製薬会社などの営業担当者として、医師や薬剤師に自社の医薬品に関する情報を提供します。

【他にもこんな職種があります!】

海外営業／セールスエンジニア(技術営業)
／カウンターセールス／店舗販売など

□事務系

働きやすい環境作りに努める

財務や経理は金銭面の管理、総務は事務の統括や運営のサポートを行います。総務や経理・会計、人事など、事務の仕事はどの部署とも関わりが深く、多方面にわたって気を配ることが重要です。業務によっては、簿記や法律関係といった専門知識が必須になります。

【財務・経理】

資金の調達やお金の管理などを行います。経営状況を把握し、経営戦略のアドバイスをすることもあります。

【人事・労務】

人事は社員の採用や、教育、評価などを担当し、労務は勤務状況や福利厚生などを担当します。

【他にもこんな職種があります!】

法務／購買／総務／庶務／一般事務／秘書／受付など

□企画系

新たなアイデアで商品を改良・開発

新規の商品やサービスを生み出すことが主な仕事。営業、技術、販売など他職種との連携も不可欠です。新しいアイデアを生み出すための広い視野を持っているかどうか問われます。マーケティングで市場の動向を予想し、商品をいかに販売していくのかも重要なポイントとなります。

【マーケティングプランナー】

市場調査を行い、自社業界の動向を分析。販売促進ツールなどを作成し、営業をサポートします。

【企画担当】

自社製品の企画を行います。営業へのフィードバックと製作部署の仲介役にもなります。

【他にもこんな職種があります!】

経営企画／商品開発／広報など

□販売・サービス系

提案力、経営力など幅広い能力が求められる

旅行やブライダル、販売スタッフなど、接客業が中心。豊富な知識と提案力が求められます。一般のお客さまと話すことが多いので、商品に関する知識や、話しかける積極性などが必要です。店舗を運営する職種は、業者とやり取りする機会も多く、交渉能力も重要になります。

【バイヤー】

商品の仕入れを担当。需要と供給のバランスに見合った量を仕入れ、効率よく売れる仕組みを提案します。

【店舗スタッフ】

店舗のスタッフとして、自社製品や商品を消費者に販売。店舗の在庫管理も担当します。

【他にもこんな職種があります!】

キッチンスタッフ／介護福祉関連職／美容・エステ関連職／宿泊施設関連職など

ここで紹介する職種の系統

営業系
事務系
企画系
販売・サービス系
クリエイティブ系
技術系
専門職系

□クリエイティブ系

感性を活かした独創的なアイデアを

広告、出版、映像、音楽、ファッションなど、多くのジャンルで活躍。商品のクオリティを高めるだけでなく、時代を読み取る感性や斬新な切り口など、オリジナリティが求められる仕事でもあります。他のクリエイターとの連携も多く、調整能力も重要になります。

【WEBデザイナー】

ホームページを作成するデザイナー。レイアウトや運営システムの構築なども含まれます。

【編集】

企画立案からクリエイターの手配、予算管理までを行い、出版物・広告物の紙面を作ります。

【他にもこんな職種があります!】

記者／ライター／ゲームクリエイター／ファッションデザイナー／番組制作スタッフなど

□技術系

コンピュータや機械を使った特殊技術が必要

製品設計・開発や品質管理など、実際にモノを作るための基盤となるメーカーやハード関連を扱う会社と、社内・顧客のコンピュータシステムを立案し、設計・開発・管理を行うソフトウェア関連を扱う会社があります。日々進展のある分野なので、研究熱心であることが重要です。

【プログラマ】

システムの構築・改善に必要なプログラムを開発するプログラミングのスペシャリストです。

【品質管理・生産管理】

製造過程でのトラブルを防ぐためのチェックを行ったり、生産ラインの稼働や人員計画などの管理をします。

【他にもこんな職種があります!】

施工管理／システムエンジニア／カスタマーサポート／技術開発／生産技術／設計／測量など

□専門職系

資格やスキルを活かし、その道のエキスパートに

それぞれの業界内における専門的な知識・能力を活かす仕事。あらかじめ免許や資格の取得が前提とされている仕事や、入社後に研修や経験を積みながら能力を高めていく仕事など、さまざまなものがあります。仕事によっては、経験を積んで独立できるものもあります。

【ファイナンシャルアドバイザー】

預貯金や保険、株式など個人顧客の資産運用や相続問題、それに関わる財務一般の相談を受けアドバイスをを行う。

【公認会計士】

監査・会計・財務の専門家として、会計業務全般、経営コンサルティング業務などを担当します。

【他にもこんな職種があります!】

アナウンサー／インストラクター／経営コンサルタント／行政書士／税理士／弁理士など

➡ 総合職と一般職とは？

総合職とはさまざまな職種を経験し、将来は管理職として会社を支えることが期待されている存在。全国展開している企業なら転勤も考えられます。一方、一般職の多くは転勤や異動がなく、採用や待遇などの面で、総合職とは区別されていることがあります。最近では「事務職」「エリア別採用社員」などの呼称も使われています。ただ、これはあくまでも一般論であり、総合職と一般職の定義は企業によりさまざま。自己分析や企業・職種研究を通して、自分に合う働き方を探しましょう。



自分の強み・魅力を積極的にアピールしよう

自己PR



自己PRって何？

自己PRとは、自己分析で明らかになった「自分の強み・魅力」を伝えること。どんな表現で伝えるかが大きなポイントになります。面接やエントリーシートで最もよく聞かれる質問のひとつなので、多くの学生の中から採用されるためにも、効果的な表現を見つけ、誰にも負けないような「自分の強み・魅力」を積極的にアピールしましょう。

➤ 表現のポイントは？

① 結論を最初に！

「私の長所は〇〇なところですよ」と、質問に対する結論となる文を最初にもってくることで、印象強くすることができます。理由やエピソードはその後に伝えるようにしましょう。

② 最も自信のあることに絞ろう

伝えたい強みや長所が多くあったとしても、あれこれ盛り込んでしまえば「結局何が言いたいのか？」となってしまいます。最も自信のあることに絞って伝えましょう。

③ 長所を仕事にどう活かすかをアピールしよう

長所は、仕事での活かす方も含めてアピールしないと意味がありません。どんな長所でも、仕事で活かせる部分があるもの。それを伝えることで、効果は大きく増します。

④ 抽象的な表現は避けよう

「さまざまな努力をしました」「〇〇の能力ができました」など、抽象的な表現だけでは説得力がありません。それを裏付ける具体的なエピソードや経験があって初めて「本当にその能力がある」と思ってもらえるのです。

基本的には「こう言わなければならない」といったものはありません。ですが、自分の性格をただ分析しただけの自己PRになってしまうと説得力がありません。学生生活や日常生活などのエピソードを使いながら、「どんな人物であるのか」「何を経験し、何を学んだか」などを伝えると、印象にも残りやすくなります。

➤ どんな質問があるのか？

自己PRは、必ずしも「自己PRをしてください」と質問されるわけではありません。「長所は何ですか？」や「学生時代に力を入れたことは何ですか？」など、聞かれ方はさまざま。ただし、どんな質問であっても、企業が知りたいのは「どんな人物で、どんな能力があるのか？」ということなのです。

➤ こんな自己PRはNG！

以下は、特に面接で気をつけるべきNG例です。面接時は自分が決めた文章通り話すことばかり気をとられますが、常に相手はどう感じるかを考えながら話すことが大切です。

- 「明るさが魅力です」と言いながら、話し方に元気がない
- 時間を気にせず、長々と話し続ける
- 事前に提出した資料と、話す内容とで矛盾がある
- 自分を良く見せようと、エピソードを過剰に脚色
- 根拠のない自信過剰
- グループ面接で「先ほどの〇〇さんと似ていますが」などという言葉から始める

➤ 自己PRの表現例

例)「あなたの長所は？」に対する自己PR

① 私の長所は、困難に負けないところです。大学の学園祭実行委員として、地元の飲食店やアルバイト情報サイト運営企業などを訪問し、学園祭のパンフレットに広告掲載をお願いする活動を行ってきました。最初はなかなか広告をいただけませんでした。そこで先輩の意見を参考に、話を聞いてもらえるように2つの具体案を考えました。② 1つは何度も訪問し、広告を掲載してほしいという熱意を伝えること。もう1つは事前に広告サンプルを作りお見せすることです。結果、訪問した8割以上に掲載してもらうことができ、目標にしていた数を達成しました。この経験を通して、相手の立場から物事を考える大切さを学ぶことができました。③ 社会に出ると、このような困難は数多くあると思います。私はこの経験を活かし、困難に対し自ら考え行動し、乗り越えていきたいと思っています。

- ① 結論を最初に伝えており、アピールポイントが1つに絞られている。
- ② 具体的なエピソードを伝えている。
- ③ 長所を仕事にどう活かしたいかを伝えている。

入社への強い意志を伝えよう

志望動機



志望動機って何？

志望動機とは、言葉の通り「なぜこの会社を志望しているのか」を伝えることです。その会社や業界をどのくらい研究しているのか、どのくらいの意欲を持っているのかなどが判断されます。どんな会社でも、入社意欲の高い学生をできるだけ採用したいもの。「この会社で働きたい」という強い気持ちを伝えましょう。

➤ 志望動機のポイント

志望動機としてよく聞かれる質問は以下の3つです。

- なぜ他の業界ではなくこの業界なのか？
- なぜこの業界の中でこの会社を志望するのか？
- この会社でどんな仕事がしたいのか？

志望動機を考える際、重要なのは「業界研究・企業研究・職種研究・自己分析をどれだけ深く行っているか」ということです。最初にその業界や企業に興味を持ったきっかけも大切ですが、それだけでは説得力のある志望動機にはなりません。その業界や企業をさまざまな方法で研究し、感じたことを分析してみましょう。さらには、自己分析で明らかになった自分の長所や短所、考え方などから「自分に合う業界・企業か」「自分のやりたい仕事か」「自分が入りたい会社か」を分析すると、より良い志望動機をつくることができるでしょう。

➤ こんな志望動機はNG！

説得力のある志望動機が簡単に思いつかないからといって、ただ単にその会社の魅力を並べるだけでは志望動機とは言えません。研究不足と判断され、マイナスの印象になってしまいます。かといって会社案内やホームページに書かれている文章を完全に引用してしまうのも良くありません。



➤ 入社への熱意を伝えるには

徹底的に企業研究を行い、そのプロセスや成果を志望動機に盛り込むことで、「入社したい」という熱意は伝わります。ただひとつ気をつけなければならないのは、業界に対する熱意だけでは不十分だということ。「同業種だったら他の会社でも良いのではないかと」思われてしまいます。「その会社のどこに魅力を感じるのか」「なぜ同業他社ではなくその会社に入社したいのか」を明確にし、しっかりとアピールしましょう。

➤ 志望動機の表現例

例)「なぜ当社を志望したのですか？」に対する志望動機

私は、「食」を通じて世の中のためになるような企業で働きたいと思っています。私は大学でのゼミを通して食品というものに興味を持ち、また家族の病気などを通して食による健康の改善や生活習慣病予防に興味を持ちました。① 貴社は、安全な食品の提供において積極的な事業展開と研究を実施するなど、私のチャレンジ精神を実現できる企業であると感じました。「食べもの」「飲みもの」から人の健康を守りたいと考えている私は、② 貴社のような「食」を通じて安全と健康を支えることを事業の中心としている企業に、とても大きな魅力を感じます。私も貴社の一員となり、お客さま第一の理念の下、③ 安全な「食」を通じて人々の健康に貢献していきたいと考えています。

- ① 企業研究ができていることが伝わる。
- ② なぜこの会社を志望するのかを伝えている。
- ③ この会社でどんな仕事がしたいのかを伝えている。