配布用

ダイヤモンド就活ナビ2024

自己PRブラッシュアップ講座

・業界別 選考通過率を高めるためのブラッシュアップポイント
・自己PR作成について
・ケーススステディ　伝え方の工夫
・QA

2023/1/19
村上 豪
㈱ダイヤモンド・ヒューマンリソース

業界別ブラッシュアップポイント(商社)

※学生、各社担当者等へのヒヤリング、アンケートを基に作成
※正解ではありませんので意見としてとらえてください。

商社パーソンとの接点の中で、入社後やってみたいことも考えてみる

商社は接待をする側でされる側ではない。相手に選ばれるために仕事において泥臭く何をどう熱をもって取り組んでいるのかを、ヒトを介して理解しても良い。

専門商社はカラーがわかりやすい。ヒトが最大であり唯一の資産なのでマッチングを意識してみる。

総合と専門の異なり

- 取扱品目、事業幅(専門はトレードが主流)
- ビジネス規模
- 顧客との距離、ネットワーク
- 専門知識
- 年収(いずれも高水準だが)

コメント	コメント元
変わるものと変わらないものがある。変わらないものを見ると良いかも。	総合商社採用担当
会社がやっていることと個人がやっていることは違う。	総合商社採用担当
仕事のやり方や進め方はカラーに置き換わるかも知れない。	総合商社採用担当
志望動機はなんでもあり。イメージ(仮説)があって、コミットできるかどうか。	総合商社採用担当
内定者は会社を使い倒してやるというマインドを持った学生が多い。	総合商社採用担当
1人では何もできない。周囲を巻き込みながらビジネスを創り上げていく。人間力と熱量は必要。	総合商社採用担当
面接では会話のキャッチボールができているか、真摯に回答しているかを個人的には見ている。	専門商社採用担当
「他の商社ではなくなぜ当社か？」はよく聞かれた。	総合内定
私見だが、総合商社はインテリジェンス、専門商社は熱さが必要かなと感じた。	総合、専門内定
商社を志望する理由と総合職ではなく一般職を志望する理由を語れる必要がある。それにあたりOBOGや先輩訪問はした方が良い。	総合(一般)内定

業界別ブラッシュアップポイント(メーカー)

※学生、各社担当者等へのヒヤリング、アンケートを基に作成
※正解ではありませんので意見としてとらえてください。

・商品への理解に留まらず、取引先を知り、働く社員のカラーも感じてみる。
・会社のカラーに合う人材採用の傾向もあるため、社員や先輩内定者で確認することも有効。企業価値観に合うか合わないか、活躍できるか等を見極める。
・仕事の実際とイメージとのギャップがある。各手段を通じた仕事理解や求める人物像把握も大事。
・文系学生の場合は、志望動機における相手の「納得感」をどう作っていくかも大事。

コメント	コメント元
企業研究をしっかり行うことも重要。「自社商品に誇りを持っている社員が多いので商品や取引先を勉強することも大事。(HP上、スーパー等)」	食品採用担当
その方がどういう人生を歩まれてきたのか。価値観の部分はしっかり見ている。そこと当社が合うかどうか。	食品採用担当
食品メーカーは性格マッチング試験が多かった。合う合わないがあると思うので広く受験をすすめたい。	食品内定
薄っぺらい志望動機を語るのではなく、あくまでも自分の言葉で伝えてほしい。	外資系消費財採用担当
変化していく部分ではなく変化しがたい部分にも目を向ける。	エレクトロニクス採用担当
3C分析は良いと思う。非財務諸表を理解することもお勧めしたい。	外資系日用品採用担当
文理問わず、つくりたい想いを持った方が多く働いている。こういう製品をつくりたいと。	日用品採用担当
ものづくりへのこだわりを理解しているかどうかは重要だと感じた。	自動車内定
価値観への共感が大事だと思った。	自動車内定
未来が変わる中で自社の今後についてどう思う？と面接の中で聞かれ、未来への理解は大事だと感じた。	タイヤ内定
・端的に話せていた　・明るく受け答えできていた　・頑張り切れるイメージが持てた という内定後のフィードバックを頂いた。	電機内定
今取り組んでいることではなく、これから力を入れると話していた分野で志望動機を作った。	日用品内定

業界別ブラッシュアップポイント(金融)

※学生、各社担当者等へのヒヤリング、アンケートを基に作成
※正解ではありませんので意見としてとらえてください。

・扱うものや仕事内容が相対的に似ている業界なので如何に比較し、志望動機をつくるか。
・志望動機/志望意欲(なぜ金融か？なぜ当社か？)をしっかり伝えること。特に最後は第一志望でないと進めない可能性が高い。質問会や座談会、模擬面接など、各種催しについても同様に意欲を伝える場とするのが好ましい。
・面談や面接はオーソドックスな質問が多い。(ガクチカ、強み弱み　等)
・政府系やシンクタンクは論理性をしっかり持たせ、伝えることも大事。　面接質問例）日本にある問題点は？

コメント	コメント元
学生からの質問で比較の仕方をよく聞かれるが一番わかりやすい比較は“ヒト”	銀行採用担当
その業界や企業が3年後5年後、10年後に何を目指しているかを知ること	損保採用担当
面接の回答に聞きなれてしまっているので耳に残るワードで伝えるのも良いかも。	カード採用担当
金融の仕事がしたい、利益にとらわれず人を支える仕事がしたいのならこの選択肢も良い。使命感を持った方が多い。	政府系金融機関 採用担当
金融機関の面談や面接は業界理解に関する質問が多かった。「何したいの？」「うちじゃないとできない？」	政府系内定
・なぜ金融か　・なぜこの業界か　・なぜ当社か　は大体どこでも聞かれた	生保内定
「なんでうちの銀行なの？」は毎回すごく聞かれた。各行が力を入れていることと自分のやりたい事を結び付けていた。	銀行内定
面談・面接にあたって、質問項目は多く考えていった方が良い。NGとなった回で先方からもっと質問してほしかったとリクエストがあった。	シンクタンク内定
志望動機は社員とのマッチングや今後の将来性を語ることで差別化をしていた。	損保内定
金融は差別化が難しいので人柄にフォーカスをしたら納得頂けた。面接質問はオーソドックス。チャレンジできる人や好奇心旺盛な人を採用したいのかなと感じた。	銀行内定
自分はどのタイプで期待されているのかを周囲の学生と比べ、そことぶれないようにアピールした。（集団面接で理解）	銀行内定

業界別ブラッシュアップポイント(コンサル)

経営を学び起業したい/優秀な仲間とともに働き成長したい/社会の問題解決に貢献したい/給料高い・・・

業界・仕事理解	選考対策
・上場企業も少なく、外部に出る情報も少ない業界。OB・OGが少ない場合がある。どういった会社かを知るには、採用担当者/リクルーター/内定者/関係者/関連書籍(業界本)等、活用してみる。 ・働くヒト、関わるヒトから業界や企業についての評価や評判を聞いてみる。	・ケース対策はしっかりと。 ・各コンサルティングファームのレポート →業界分析やドキュメント作成の参考になる。 ・コミュニケーションと論理的思考力

ケース(答えの無い問いに答える)問題について

出題について	出題例	ポイント
・商社やコンサル業界、また外資系で多く登場 ＝問題解決をビジネスとする企業や問題解決する力(資質)や論理的思考力を特に求める企業 ・個人 or グループ ・前提条件、事前資料有無はそれぞれ ※課題検討(3分)→アウトプット(1分) ※課題検討(20分)→アウトプット(3分)→質疑(7分) ※テーマはビジネスの問題解決系が多い	「車の所有者数を増やすには」(コンサル) 「自動車の全自動運転化はすべきか？」(コンサル) 「都心の駅前にあるカフェの売上を3倍にするにはどうしたらよいでしょうか」(コンサル) 「地方都市を再生するには?」(コンサル) 「日本のスカッシュ人口を増やすには？」(コンサル) 「無料のものを有料化してください。理由と値段設定の根拠を教えてください。」(商社) 「ラッシュの解決策」(商社) 「チーズの売り上げを伸ばすための戦略」(商社)	・how(解決策)に飛びつかない ＜　why(原因) ＜　where ・メリット、デメリット ・情報収集とGWのメリハリ(GD) ・設計図を描き、周囲を巻き込めるか(GD) ・発表はロジックやプロセスが知りたい(「なぜならば」) ・ドキュメンテーション力 ・縦の論理と横の論理 ・合理的な取捨選択

業界別ブラッシュアップポイント(マスコミ)

生き残りをかけ、新たなビジネスやビジネスモデルを模索中。見方によってはこれから面白い業界。

業種	トレンド
放送	キー局を中心に広告費は2021年度は持ち直すも減少トレンド。定額課金型動画配信サービスやネット広告を取り込む広告型動画配信サービスなど、新しいビジネスを展開中。また放送外事業も拡大を目指す。
広告	ネット広告、中でもユーチューブやインスタグラムといった動画広告の市場規模拡大中。大手各社はネット広告の地盤強化へと動き始めており、データマーケティング企業との業界再編や業務提携を加速。また海外進出も加速。
出版	1996年が売り上げピークで右肩下がりのトレンドでピーク比で約63%。雑誌販売は1/3に。ただ近年電子出版の影響で持ち直し。定額課金型サービスやWebのマネタイズ化、通販拡充など、新しい分野を推進中。
新聞	新聞の発行部数減少はとまらず右肩下がり。デジタル版は日本経済新聞社のみ成功するも部数減少の穴埋めには至らず。新聞配達網の維持も課題に。不動産収入やその他事業で補填も。 2000年約5,370万部→2021年約3,300万部

業界別ブラッシュアップポイント(マスコミ)

ダイヤモンド・ヒューマンリソース
企業アンケート(2022/7)
「採用選考にあたって重視している点」

働き方、誰とどういう仕事をするか、を考えると求める人物も具体化してくる

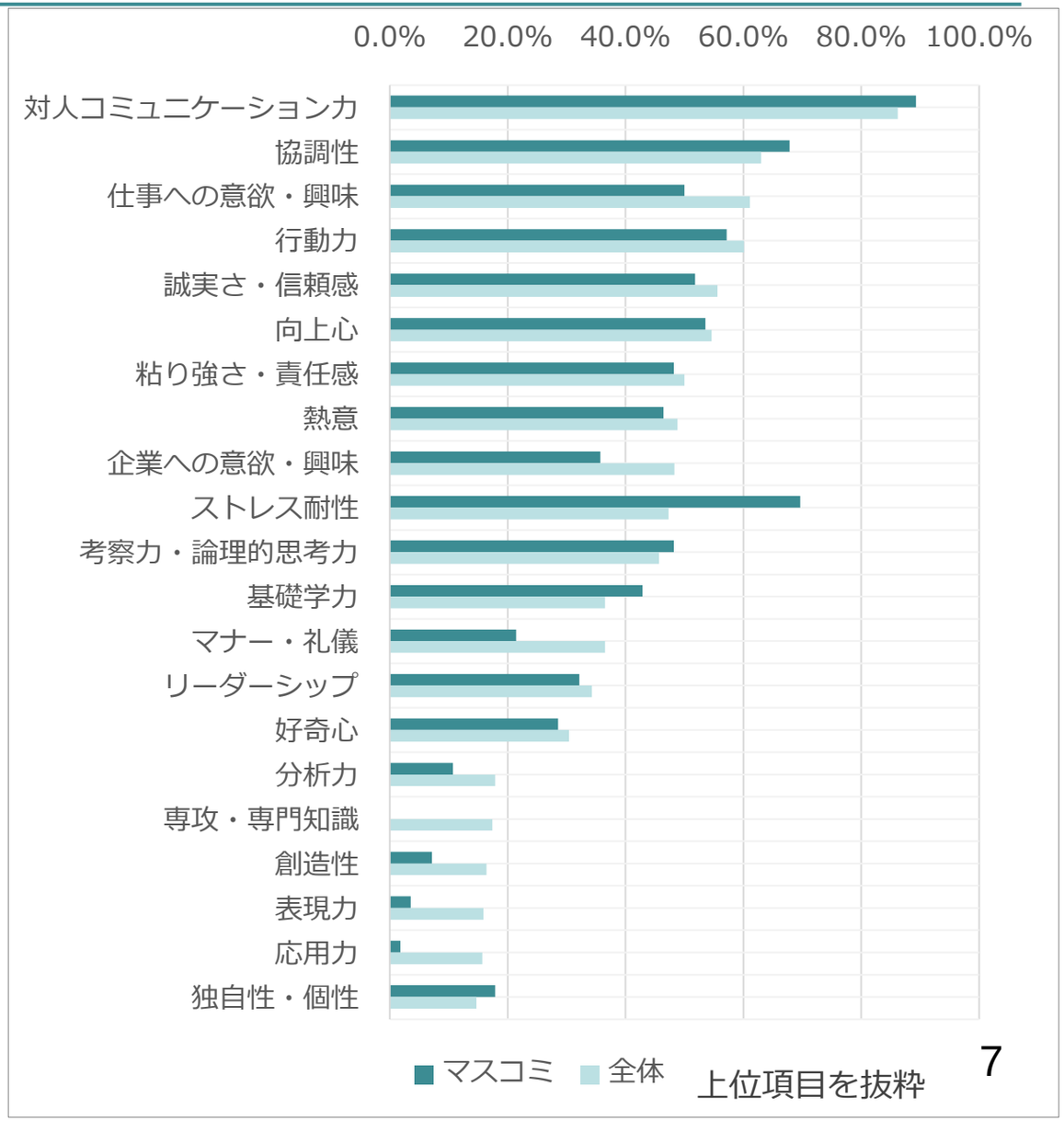
・「人と向き合うビジネス。相手の気持ちや状況がくみとれるかというコミュニケーションは見ている。」
(広告会社採用担当)

・「働き方改革に取り組んでいるが、時期にもよるが忙しいのは事実。アフターファイブを楽しむことの優先順位が高いのであれば向かないかもしれない。」
(広告会社採用担当)

・「営業はクライアントとプロダクションの板挟みにあうこともざら。調整力や胆力が必要。」
(広告会社採用担当)

・「多くの人を巻き込んでいける力を必要としている。」
(出版社採用担当)

・「マンガ編集者はいろんな面白いものに幅広く触れている、好奇心のある方が向いているかも。」
(出版社採用担当)



業界別ブラッシュアップポイント(IT)

※学生、各社担当者等へのヒヤリング、アンケートを基に作成
※正解ではありませんので意見としてとらえてください。

・文理問わず大歓迎。ただ現在の活動や活動予定は気になる。
・普段見えにくい仕事。業界や企業理解、仕事理解、志望動機(キャリアビジョン)は特に求められる。
・論理的かどうかはよくみられるポイント。体系的に話す癖もつける。

採用意欲は高いものの求める基準に達しない学生も多い。準備をしておくこと。
＜主な選考NG理由＞
「適性があわない」「意欲や意思が感じられない」「業務理解ができていない」「働くイメージがついていない」

コメント	コメント元
今、仕事が業界垣根を超えている。周囲を巻き込んでいくことが出来る方が良い。	大手Sier採用担当
将来どんなSEになりたいのか、をイメージしながら企業理解をしてほしい。	大手IT採用担当
IT業界でどんなスキルやプログラミング言語を身に着けたいのか、どういった立ち位置で仕事をしたいのか、どういったシステムと関わりたいのか、そういったことも考えてみると良い。	大手Sier採用担当
会社の強みにあわせて自分がやりたいことを論理的に伝えた。	大手Sier内定
働く覚悟ができているか、働くイメージがついているか、はよく聞かれた。	シンクタンク(IT職)内定
IT企業は回答の矛盾点があれば深堀をしてくる所が多かった。	大手Sier内定
・論理的かどうか　・何やりたいか？　その2点は評価されているポイントだと思った。	大手Sier内定
チームで作り上げる達成感のある仕事だからこそ主体的な方や論理的な方が良いと感じた。	大手Sier内定
チームでの経験を良く聞かれた。リーダーになったときどうする？とか。	大手Sier内定
なぜITなのか？プログラミング経験や知識ある？は良く聞かれた。	大手Sier内定
文系のため、なんでITに興味を持ったかは必ず聞かれた。	大手IT内定
エンジニアは「技術への好奇心」が大事かと思った。好きかどうか。	大手IT内定

業界別ブラッシュアップポイント(不動産)

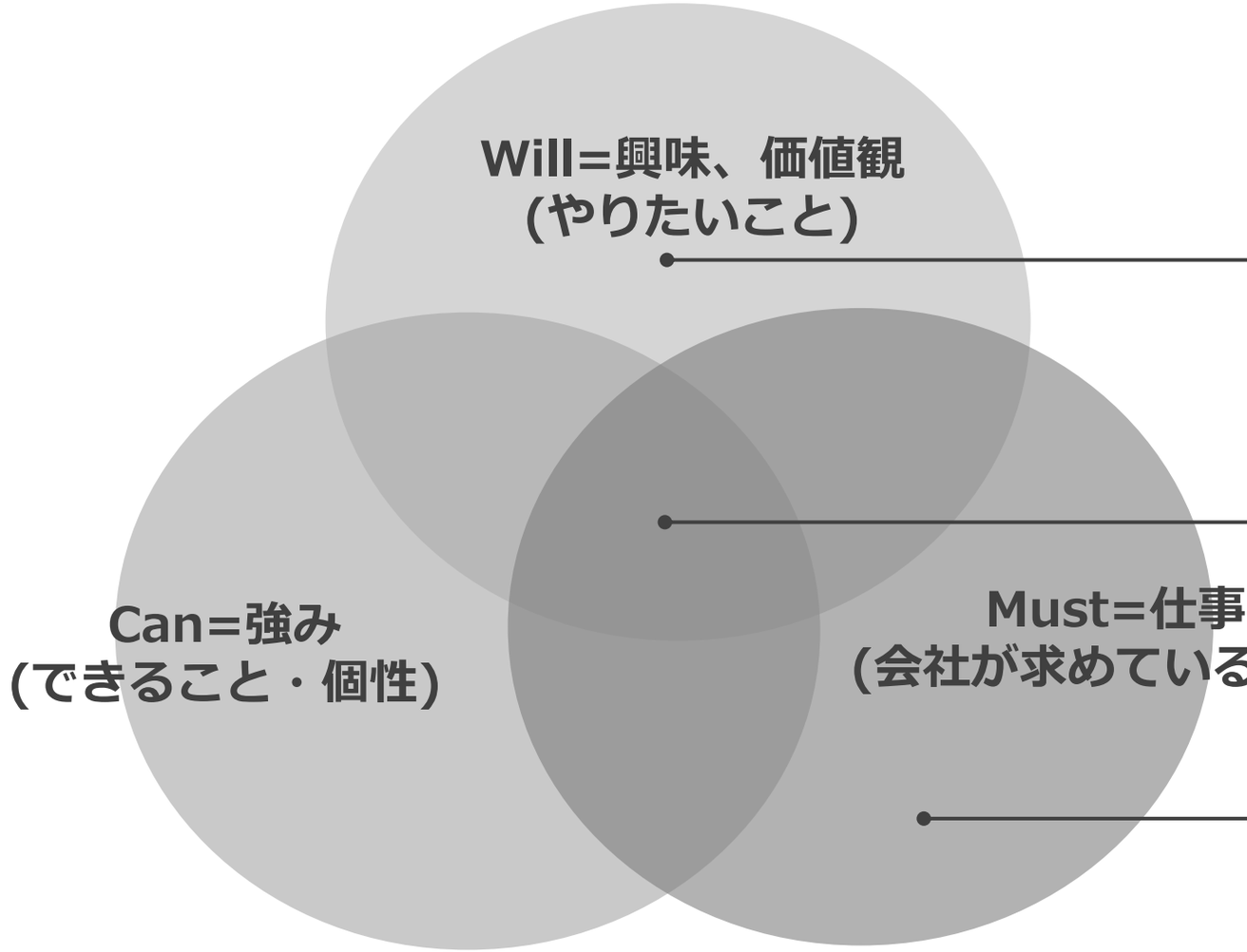
※学生、各社担当者等へのヒヤリング、アンケートを基に作成
※正解ではありませんので意見としてとらえてください。

・ディベロッパーにより社風が異なり、求められるタイプが異なる。どこをアピールするかを意識。
・人気業種だけに「何をやりたいのか？」がだいぶ問われる傾向。志望順位と理由も明確な回答を用意すること。
・本選考やIS、いずれも動画選考は多い。準備対策はしっかりとしておく。
・面接時間は個人面接だと最大でも30分程度。15分程度の会社もざら。長くはないので、限られた時間の中で何を残すか。
・一次面接はオンラインが多いが以降は対面で実施する企業も増加傾向。
・ディベロッパーは募集人数と応募人数にギャップのある業界。広く業界の企業を研究することをおススメ。
・ディベロッパーは志望度「なぜ当社か？」がとても問われる業界。物件見学と社員訪問は強くおすすめしたい手法。
・物件(完成、建築中)に足を運び、何を感じたか。

コメント	コメント元
周囲を巻き込み、惹きつけ、関わり合いながら進めていく仕事。リーダーシップやグループコミュニケーションはよく見ている。	デベ採用担当
“社会貢献”への意識・意欲の高い内定者が多い。	デベ採用担当
論理的な説得力がないとバッサリと切られる	デベ内定
街づくりがやりたかったので不動産だけでなく、コンサル、インフラ、金融、メーカーと広く見てみた。	デベ内定
物件を見学し、「何を思ったか」「どう改善したらよいか」まで考えておくこと良い。	デベ内定
ディベロッパーはOB・OGを見つけにくかったのでメンターや社員からの紹介で数多く話を聞いていた。	デベ内定
「入社後活躍できるかを見られていた。コミュニケーション力やリーダーシップ力を見ていたのでは？」	デベ内定
人に話を聞きにいかないと薄っぺらい志望動機になってしまうので絶対通らないと思う。	デベ内定
不動産会社ではなく、なぜ当社なのか？はしっかりと聞かれた。	電鉄内定

自己PR作成について～マッチング志向で考えてみよう

“マッチ”するかどうかは相手の方がよくわかる！？



やりがい視点でもOK

重なる部分＝一番活躍できる要素がある

例）意欲・態度/思考・発想/人間関係/行動/知識・技能

多角的な情報収集の必要性
選考フェーズで見えてくる部分もある

MOVEとTHINKのバランス

自己PR作成について①

伝え方の構造

話す内容
何を伝えれば良いか

×

話し方
どう伝えれば良いか

▼ **(相手に)わかりやすく伝えるには？**

①話の地図が描ける事　＝＞**結論（目的）先行**型

②**具体的**に伝える事　＝＞エピソード、事例、数字、データ

③**絞り込む**事

▼ **具体的になるポイント**

①【質問】「大学時代に取り組んでいたこと」

② 7割の学生が陥っているポイント

私は**様々な**環境の中、**多くの**人達と接する事をしてきたことで**あらゆる**能力を身につけました。

自己PR作成について②

<次のような自己PRどう思いますか？>

①「毎年100冊以上本を読んできました。継続力には自信があります。」
②「通学で片道2時間かけて通い続けてきました。やり抜く力があります。」
③「資格取得をめざし半年間毎日10時間勉強してきました。
目標を達成する意欲、そして実現する力があります。」
④「私のセールスポイントは笑顔です。笑顔でしっかりと
挨拶をすることができます。」
⑤「水泳25mプールを泳ぎきることができます。
目標を達成するために努力をしてきました。」
⑥「ゼミでは自分から話しかけることで誰とでも仲良くすることができます。」

<よくある質問>

- 他の人と異なるような、アピールできるようなことは何もしてこなかったのですが。
- ゼミ(研究)の話の伝え方がよくわかりません。どうやって伝えれば良いですか？

伝え方の工夫　ケース①　30秒バージョン

<PREP>

例：学業で力を入れた事
「テニスサークルの活動に力を注ぎました。約100名が所属する大規模サークルで副代表を務め、新歓活動や夏合宿、大会準備などこなしてきました。多くのメンバーをまとめていくことはとても大変でしたが、他の幹部と協力し困難だった課題を乗り越えてきました。」

伝え方の工夫　ケース②　30秒バージョン

<STAR>

例：強みは何ですか？
「私は行動力のある人間です。カラオケボックスのアルバイトでは時間帯によってお客様の入り状況が変わってくるので、ボックスの埋まりが悪い時間帯では自ら路上に出て割引チケット付きのティッシュを配布していました。また、キッチンにおいてはレシピ通りにつくると時間がかかるメニューを自ら考案した順序で提供までですることで混雑緩和を行ってきました。」

伝え方の工夫　ケース③　30秒バージョン

<目標と差別化>

私の強みは目標に向かってコツコツと努力できる点です。

新型コロナウイルスが蔓延し、活動が制限される中で自分が取り組めることは学業であると判断し取り組むことを決めました。

1つに授業毎のリアクションペーパーの記入量を3倍にして提出することを意識しました。記入するにあたり、講義の内容踏まえ自分の意見を必ず書くことを意識し提出しました。

このことを2年間継続して取り組んだ結果、学科300名中3名しか選出されない成績優秀者として表彰されました。

伝え方の工夫　ケース④　60秒バージョン

＜目標と成果の視点の修正＞

私の強みは周囲を巻き込み、良い変化をさせることができる力です。

この強みは個別指導塾でのアルバイトで独自の企画をした際に発揮しました。6名の講師仲間の授業にはそれぞれ長所短所があり全員が生徒それぞれにあわせた授業を実施できていないことが課題だと感じました。

自分以外の授業のやり方をしらないことが原因だと考え、それぞれの授業を見学して意見を言い合える場を企画しました。実施するために企画書を作成し、講師仲間と学校長にプレゼンし、課題解決の必要性と見学の有効性を訴えました。そこで関わる全員の賛同を得て正式な研修という形で実施となりました。

実施後、講師たちからは新たな気づきがあり自身の教え方の向上への意識高まりの声があがりました。

私は周りの意識を変える働きかけという点で貢献できます。

行動目標設定

気づき、学び、再確認	
これから取り組みたい事	いつまでにやるか