

Goodfind  
magazine vol.38



Goodfind  
2025



Goodfind  
2026

# Goodfind

未来を創る知的トレーニング誌

magazine  
vol.38

25卒

26卒

最初に知るべき、就活の全体像

おすすめサマリーインタビュー

厳選企業 独占インタビュー

最終面接・内定後のハウツー

勇敢なる  
人生の  
1ページを。

take  
free  
¥0

保存版 最初に知るべき、就職活動の全体像 6

26卒必見! 25卒に聞いたおすすめサマーインターン 10

特集 Goodfind 厳選 未来を担う成長企業 15

1 大量採用の会社の新卒は成長できるのか? 経営者2人に聞いてみた 22  
レバレジーズ株式会社

2 社長が新卒に「新規事業をゼロから全て任せます」と言ったらどうなった? 26  
株式会社アウローラ

3 成長の鍵は“身の丈を超えた挑戦”。「新卒からスタートアップ」の選択肢 30  
株式会社LayerX

4 文学部出身者が「文系の強み」を活かしてIT企業で活躍できている理由 34  
株式会社SHIFT

5 「元戦略コンサルタント×NRI次期社長」の視点から紐解く、コンサルタントに求められる価値とは 38  
株式会社野村総合研究所(NRI)

6 日本企業の海外進出にキャリアを捧げるパートナーに聞く、BCGの強みとは 42  
ボストン コンサルティング グループ(BCG)

面接官はココを見る! 最終面接の突破口 46

内定はゴールじゃない? 入社後活躍するためにやるべきこと 50

就活の Tips

選考直前、たった5分で見返す選考対策 54  
Tips1 面接官の心をつかむ4つの方法  
Tips2 グループディスカッションですぐに使えるフレームワーク&数字集  
Tips3 普通の業界研究・企業分析では分からない、志望動機の磨き方

編集 デザイン 撮影  
石川 麻友 天尾 彩芽 河邊 依莉乃 迫水 ヒサ(原案) 藤田 慎一郎 野村 亜沙子

制作協力  
織田 一彰 柿沼 尚吾 鹿嶋 亮佑 川西 幸紀 川村 直道 菊池 菜々子 小泉 誠 菅原 チカ 関 郁子 土屋 拓貴 土屋 一倫  
中島 織文 仁平 理斗 藤井 希有子 松尾 賢人 世取山 駿 江藤 ひかり 近藤 真由 篠原 美夏 原田 奈津子 宮本 莉子

スローガン株式会社 Slogan, Inc.  
設立年月日:2005年10月24日 事業内容:新産業領域への人材支援を中心とする各種サービス提供 本社:〒107-0062 東京都港区南青山2-11-17 第一法規本社ビル3階

Goodfind magazine vol.38

Goodfind Magazineは、スローガン株式会社が企画・制作・発行する大学生・若手社会人向けのフリーマガジンです。次世代の産業領域における成長企業の経営者やビジネスパーソンへのインタビュー、知っておくべきビジネストピックや就活スキルなどを取り上げ、ハイポテンシャルな学生や社会人のたくましいキャリア観の形成を支援しています。

本誌の記事及びコンテンツは、一部を除いて有料広告であり、編集部による取材において企業から提供された資料、情報に基づいて掲載しております。本誌を利用される際には、自己の責任においてご利用ください。第38号 初版発行:令和6年2月29日 第二版発行:令和6年3月7日 ©Slogan, Inc. All Rights Reserved 本誌掲載の写真・図版・記事等の無断複写・転載を禁じます。



新時代を担う、  
未来の  
トップランナー  
たちへ

## Goodfind

Goodfindは「真に社会で求められる知恵の共有」をテーマに掲げ、新産業・新事業に挑戦する企業と個人を応援する「もう一つの大学」でありたいと考えています。社会で活躍している先輩経営者・事業家・プロフェッショナルから、これからの時代をたくましく生き抜くために必要な知恵を学ぶ機会を提供します。また、これからの新産業・新事業を創造するであろう有望な成長企業との出会いを支援し、同世代の志ある刺激的な人たちと出会える場をご用意します。

流されるな。  
その選択には  
全力をかける  
価値がある。

大変恥ずかしながら、学生時代の私は「就活は茶番だ」と思っていました。面接で困らないくらいには学業もリーダー経験もこなしてきた。あとは仕事ができそうな話し方で、質問の意図に沿う回答ができれば、名の知れた企業のどこかには受かるはず。社風？カルチャー？そんなの気にしてもしなくても一緒にでしょ。そんな気持ちで、とりあえずネームバリューがあって、事業内容にそこそこ興味があり、年収も高めの企業にESを出してみても、一番最初に内定をくれた会社に即日即決しました。

既にGoodfind Magazineをお読みになった皆さんは気づきでしょうが、私の就活は本誌でGoodfind講師やビジネスパーソンの方々が散々「それじゃあ上手くいかないよ」と忠告してくれていることのオンパレードなんです。その結果どうなったか？過程はご想像にお任せしますが、新卒入社後3年半で転職の決意を固めることになりました。

過去の私のように「就活は茶番」と考える方は、きっと企業に「選ばれる側」の視点しか持っていません。あなたのこれまでの人生や考え方を誰かに評価され、選ばれるのは嬉しいでしょう。でも、あなたのこれからの人生をどうかたちつくるのかは、あなた自身が「選ぶ」べきではないでしょうか。

何かを本気で選ぶのは怖いし、労力がかかるものです。特にこれまで勉学やスポーツなどで努力を重ねてきた皆さんにとって、偏差値や順位などの確固とした基準がない中で人生を左右する選択をするのは、初めてのこともかもしれません。そんな大海原に一隻放り出され、どちらに進めば良いのか分からない状況で、周りの人が「こっちが最善だ」と言う方向に舵を切りたくなる気持ちはとてもよく分かります。しかし、思考停止に陥ることなく自分自身で考え抜き、勇気を持って自分だけの選択をすることで初めて「私の人生は私のものだ」と胸を張って言える自信が生まれるものだと思うのです。

自分らしい選択をするための出発点は、幅広く良質な情報をインプットすることです。本誌には、きっと皆さんがこれまで持っていなかった視点と、新たな選択肢がたくさん詰まっています。このGoodfind Magazineが、あなたの勇敢なる人生の1ページとなりますように。

**Goodfind Magazine 編集長 石川麻友**

2018年に早稲田大学を卒業後、大手新聞社に記者職で入社。2021年にスローガン株式会社に入社し、現在はGoodfindの記事制作部門の部門長を務める。

保存版

## 最初に知るべき、就職活動の全体像

本記事では、  
就活の全体像が把握できる年表から、  
有名企業の内定を得た先輩からのアドバイスまで、  
最高のスタートダッシュを切るための  
ヒントをお届け。  
サマーインターン選考対策から  
内定後の動きまで、全体の流れを、  
Goodfindセミナー講師がお伝えします。  
節目節目に見返しながら、  
納得いく内定獲得を目指しましょう。



世取山 駿

スローガン株式会社 Goodfind セミナー講師  
2019年に早稲田大学教育学部を卒業後、デロイト・トーマツに入社。新卒2年目でチームマネージャーを務める。  
2021年にスローガン株式会社に入社し、Goodfind  
でセミナー講師と企画・マーケティングに従事。



### Section 1 「就活」ってなんだろう

世取山 そもそも就職活動とは何でしょうか。就職活動とは一般的に内定獲得にむけてのプロセスを指しますが、多くの学生にとって自分のキャリアと初めて向き合うという点で、貴重な内省の機会でもあります。充実した社会人生活を送るためにも、就活では内定獲得だけをゴールにせず「自分と社会との接点の発見」を目指すことをおすすめします。

自分がやりがいを感じて取り組める仕事は、自分の「やりたいこと (Will)」、「できること (Can)」と、「社会に求められていること (Must)」の重なりの中にあります。(図1) そのため、自分と社会との接点にある仕事を見つけるには、

自己分析と社会理解が不可欠です。  
特に、「自分が社会にどのような価値を提供したいのか」については初めて考える方が多いのではないのでしょうか。まずは社会を多様な視点から学

び、知見を広げ好奇心のアンテナを高く張りましょう。他者との交流を通じて、新しく自分の強みや興味関心に気付くこともありますし、未知の業界や職種についても知識を深めることで思

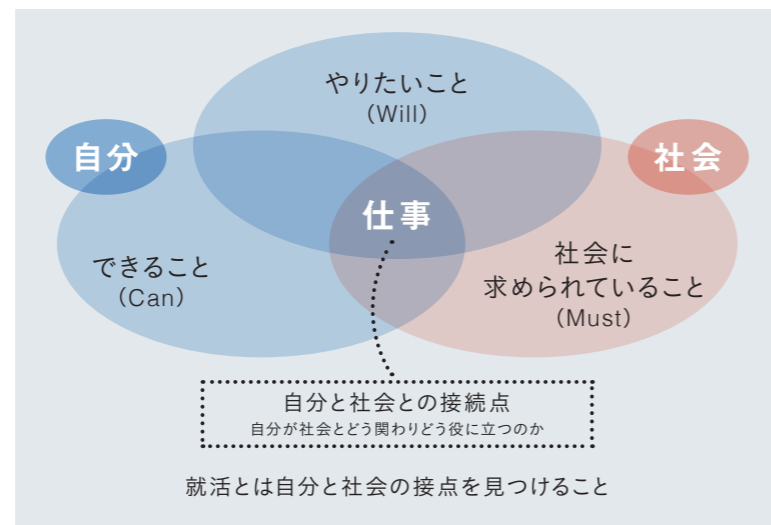


図1 自分・仕事・社会の関係性

わぬ企業との出会いがあるかもしれません。

### Section 2 サマー準備期 2 広い視野で就活を始めよう

世取山 ここからは就活全体のスケジュールと、それぞれの時期に取り組むべきことをお伝えします。もちろん就活の進め方に決まりはないので、志望業界・企業に合わせて柔軟に考えてください。(図2)

#### ～5月 サマーインターン選考前期

就活初期のこの時期には、企業探しとサマーインターン選考対策を行いましょう。

#### 企業探し

ポイントは、視野を広く長く持つことです。業界や企業規模を絞りすぎると選択肢が狭まる上に、本命企業への志望動機の説得力が弱くなる可能性があります。社会のトレンドを学び、入社後の業界・会社の姿に自分なりの仮説を立てながら、幅広く業界を見るようにしましょう。

#### サマーインターン選考対策

3～4月頃からサマーインターン選考が始まります。サマーインターンに参加すると同世代の中で自分の実力を把握でき、サマー参加者限定選考フローで内定が獲得できる可能性もあるため、積極的に挑戦しましょう。

この時期の選考では、エントリーシートやWebテストはもちろん、ケース面接、グループディスカッションなど様々な課題が与えられます。Goodfindの選考対策セミナーを積極的に受けると良いでしょう。念入りに対策したいなら、面接練習を通じて他者からフィードバックを受けることをおすすめします。

#### 6～7月 サマーインターン選考後期

この時期には、サマーインターン選考前期から進めてきた企業探しと選考対策に加え、業界・企業研究にも着手し始められるとインターンで学びを得る準備に繋がります。

効率良く業界・企業研究をするためのコツは、目標を設定することです。

「面接官に質の高い質問ができるようにする」「志望業界と他業界の共通点・相違点を言えるようにする」など、目標を定めることで情報収集の基準を持てるため、業界・企業研究が進めやすくなります。

外資系コンサルティングファームを志望する方は、インターンシップ本番への準備も始めましょう。期間が4～5日間と長く、本選考に直結するものも多いため、実務的な形で議論する能力が求められます。フレームワークやロジカルシンキングを学んでおきましょう。

### Section 3 サマーインターン本番 3 準備・振り返りも入念に

#### 8～9月 サマーインターン本番

いよいよサマーインターンの本番を迎えるこの時期。忙しい期間ではありますが、インターンの経験を学びに変えるために、自己分析と業界研究を行いましょう。

#### 自己分析

インターンでのインプットを下地に、

### 就活モデルスケジュール

	3～6月	7～9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
サマーインターンプロセス	エントリー 説明会 選考	インターン本番	オファー面談	OB訪問	最終面接 内定			本選考開始
秋冬インターンプロセス			説明会	エントリー 選考		インターン本番		
やるべきこと	企業研究	自己分析						
	インターン選考対策		本選考対策 軸の検討・面接対策	ES・Webテスト対策				

図2 就活モデルスケジュール

自己分析に着手しましょう。インターン中に感じたことは逐一メモを取り、振り返る準備を。この際に気を付けたいのが、ただ感想を記録するだけにしてはいけないこと。「難しい課題を解決できて嬉しい」だけでなく、具体的にどこに喜びを感じたのかなどを考え、内省を進めましょう。

### 業界研究

幅広い業界の情報収集を行いましょう。自分が参加しなかった業界のインターンに行った人と交流するなどして知らなかった業界について情報収集することは、視野を広げられるだけでなく、志望している会社と他社を比較し就活軸を磨くヒントにもなります。

## Section 4 本選考期 能力を問われる夏、軸を問われる秋以降

### 10～12月 本選考対策期

サマーインターンが終了し、ひと休みしたい気持ちになりがちですが、秋に振り返りを行ってこそサマーインターンでの経験が活きてきます。

自己分析と企業分析を対策の軸にし、「内定・承諾に必要な土台づくり」を進めましょう。本選考期には、それまでとは異なるアプローチで対策を進める必要があるため注意が必要です。サマーインターンではポテンシャルを見られていた一方、本選考では実際に入社後活躍できそうかという点が重視されます。自分と会社の実現したい

ことが合致しているのかを考えながら、積極的にOB・OG訪問や説明会に参加して情報収集を進めることが効果的です。

### 1月～ 本選考期

年明けからは、いよいよ本選考が本格化します。秋に深めた自己分析や企業理解をもとに、意思決定の軸を磨きながら、面接対策をしましょう。

自己分析で言語化した内容は、あくまで仮説のため、選考を通じて外部からのフィードバックや意見を取り入れ、検証を重ねましょう。仮説立てと検証を繰り返すことで、就活軸が洗練され、選考官にも入社への熱意を伝えられるようになります。

力も借りましょう。

## Section 6 あなたの可能性を広げる、企業選びの視点

**世取山** 就活において時期を問わず重要なのは、幅広い視点を持って企業選びをすることです。

まずは、自分自身の知見を広げることに取り組むのが良いでしょう。その一歩目として最適なのは、様々な視点から社会や、社会で働く人について学ぶこと。Goodfind Magazineでは、様々な企業の社会人のインタビューを紹介しています。自分の興味に合いそうなものから、読み進めてみてください。

最後にお伝えしたいのは、「就活を楽しんでほしい」ということです。就活は、自分の人生にとことん向き合えるまたと

ないチャンスです。義務感だけで取り組むのは、もったいないと思います。

就活を通して得られるのは内定だけではありません。選考対策でインプット・アウトプットを繰り返して身につけたスキルや自己理解は、社会に出た後も大きな武器になります。さらに、多くの社会人と対話を重ね、多様な生き方について知ることによって皆さんの選択肢が広がるでしょう。

もし納得の行くキャリアが描けなさそうなら、ギャップイヤーを取って留学をしたり、長期インターンに取り組んだりすることも選択肢の一つです。皆さんが就活という機会を最大限に活用し、実りある人生の一歩目を踏み出せるよう、Goodfindは全力で応援しています。

## Section 5 内定をもらえたらどうする？

### 内定獲得後

晴れて内定が獲得できたとしても、それがゴールではありません。内定先とのミスマッチを防ぎ、入社後の活躍に繋げるために意思決定の軸を再確認しておきましょう。あなたにとって就活軸の中でも特に優先度が高く、自分の根源的な価値観が反映された軸は何でしょうか。

意思決定の軸を再確認すると、自分の将来ビジョンが明確になり入社先を選ぶ基準が言語化できるはず。軸の確認を効率良く進めるには、自問自答するだけでなく、友人や先輩の

## こうしておけばよかった！先輩からのアドバイス

### サマーインターン編

#### 就活仲間を作り、切磋琢磨すべし

「早い時期から、就活仲間を作っておけばよかったです。一緒に頑張る仲間がいない状態でサマー選考に挑戦しましたが、モチベーションが保てず納得いく結果が出ませんでした」

#### 業界を狭めすぎて後悔。いろいろな企業・業界を見ておこう

「春、夏にもっといろんな業界・企業を見ておきたかった。本選考期に大手企業の最終面接に落ち、選考中企業がゼロに。早くから幅広く企業を見ておけば、他の選択肢を持てたと思います」

#### SNSで仲間を作ろう

「X (Twitter) などを活用して他の就活生と繋がってほしいと思います！自分が志望していない業界などの情報を得られます」

#### 自分は自分、人は人

「SNS上で選考の合格報告を多く見かけ、落ち込んでしまいました。私はサマー期は上手くいかなかったものの、本選考期では挽回できたので、気にしすぎないように自分のペースで就活を進めると良いと思います」

### 本選考編

#### 自己プロデュース力を高めよう

「面接で覇気がないとフィードバックされ、選考で自分の魅力を最大限伝える意識の重要性に気がきました。選考対策に追われて見落としていた部分でした」

#### 自己分析は記録を残しておこう

「選考過程で自分の価値観が変わることもあります。なぜ、どのように変わったのか、変遷の記録を残しておくこと社会人になった後も役立ちます」

#### 入社先の決め手は不変的なものに

「入社先を決めるときは、社風など比較的不変な要素で決めると良いと思います。誰かと働きたいと思って入社しても、その人と必ずしも働けるわけではないためです」

#### 内定承諾前に入社後のキャリアイメージを持っておこう

「新規事業がやりたくて入社しても、残念ながら必ずしも望み通りになるわけではありません。入社後に何を任されて、どんなキャリアを歩めるのかは、内定承諾前に確認しておきたいですね」

## 時期別 おすすめコラム

### サマーインターン準備

戦コン・外銀内定のトップ学生に聞いた、夏を制する就活虎の巻



26卒向けセミナー



### サマーインターン本番

『企業研究、楽しめてますか?』入社後も役立つ情報収集との向き合い方



漠然とインターンを終えないために 夏を制する就活虎の巻 2



### 本選考対策

秋に動いた者が本選考を制す。Goodfind 直伝、秋にやること虎の巻



【就活 自己分析のやり方】納得できる内定獲得のためのポイント



面接で差がつく! 相手を納得させるコミュニケーション術



### 内定獲得後

内定はゴールじゃない? 入社後活躍するためにやるべきこと



26卒必見!

## 25卒に聞いた おすすめサマーインターン

Goodfindでは、25卒会員を対象にサマーインターンに関するアンケートを実施しました。ワークの難易度の高さや、良さ社員との出会いなど、独自の観点で口コミを募集。  
「成長につながった」との感想が多かった7社のインターンシップを紹介します。



### 調査概要

調査実施日 2023/12/1 ~ 12/10  
調査対象 Goodfind2025会員  
有効回答数 115人

右記1~5の質問への回答を総合評価し、7社を選定しました。

- 1 あなたが一番おすすめしたいサマーインターンは?
- 2 ワークや業務体験の難易度が高く、リアルなビジネスを体感できたインターンは?
- 3 多くの学びが得られるメンターや、ロールモデルにしたいと思える社員に出会えたインターンは?
- 4 自己理解や人間的成長につながる経験ができたインターンは?
- 5 キャリアや就職活動を考える上で新しい気付きがあったインターンは?



## 成長に本気で向き合う社員と 事業課題を考える

株式会社サイバーエージェント

サイバーエージェントの3daysインターンシップでは、現場の第一線で活躍する社員が各チームにメンターとしてつきながら、広い事業領域を網羅的に体感できるワークを実施しました。初日にはチームビルディングを行い、「チームで成果を出す」ための目標を設定。一日の最後には必ずメンター社員との1on1を設け、チームとしての振り返りとは別に個人のアクションに対しても徹底的にフィードバックを行い、社員が参加者の成長に本気で向き合いました。

### 25卒スケジュール サイバーエージェントBOX

- 1日目 チームビルド(ミッションステートメント決め)
- 2日目 ワーク、中間プレゼン、メンターとの1on1面談
- 3日目 ワーク、最終プレゼン、1on1面談、懇親会

### 25卒生参加者コメント

**東京大院生**  
各班員の特徴を見極めた適切なフィードバックをいただいた。初日と3日目を比べてチームが明確に変化したのが面白かった。

**北海道大院生**  
実際にとても能力や視座が高い魅力的な社員の方々と出会うことができ、メンターの方も本気で一緒に取り組んでくれた。

**同志社大生**  
ワーク内容が凝っていて、参加する社員の方の本気さが伝わってくるインターンだった。併せて、自己分析もできた。



## ユーザー目線に立った 事業・企画立案で課題解決に挑む

株式会社リクルート

リクルートでは選考直結型インターンシップとして「BUSINESS PITCH」と、「BUSINESS CAMP」の2種類を開催。1チーム4人程度の少数精鋭で、リクルートならではのナレッジとリソースを武器に徹底的にユーザー目線に立った課題設定・課題解決のための事業・企画立案を行います。最終日には執行役員にビジネスプランを発表し、経営目線でのフィードバックを実施。参加者全員に6万円、最優秀チームに10万円の報酬があるほか、インターン期間中、事業部社員がメンターとしてチームに伴走し個人の能力開発にも向き合うのも特徴です。

### 25卒スケジュール

- 1日目 チーム・領域テーマ発表  
2日目までにユーザーヒアリング、個人・チームで事業立案ワーク(7日間)
- 2日目 チームでビジネスプランをまとめ、メンターへ壁打ち、フィードバック
- 3日目 最終発表、結果発表、振り返りワーク

### 25卒生参加者コメント

**東京工業大生**  
実際に事業開発している社員からのフィードバックを受けながら、チーム・個人として成長することができた。

**一橋大院生**  
毎日「よもやま」というリクルート独自の文化で社員と雑談する時間があり、自己理解を深めることができた。

**東京大院生**  
事業開発の面白さと難しさを体感。行っている業務や社員が目指しているものに関して解像度がとても上がった。

## Leverages

## 机上の空論で終わらない 「実行力」を徹底的に磨く

レバレッジズ株式会社

レバレッジズでは、学生5人前後のチームに、事業責任者・マーケティング責任者クラスの社員2人がメンターとして入ります。レバレッジズが構想している複数のビジネスアイデアの中から1つを選び、事業実現に向けて、市場・業界分析からペルソナ設計、プロモーション、サービスデザイン、組織設計といった、事業の全体戦略を策定するプログラム。アイデアを机上の空論で終わらせない「実行力」を磨くことができる3日間です。

### 25卒スケジュール

- 1日目 チーム発表、事業テーマ設定、市場・業界分析
- 2日目 中間報告後、事業設計進める
- 3日目 メンターによるフィードバック、収支報告書とスライド作成・発表

### 25卒生参加者コメント

**東京大院生**  
高難易度のワークに取り組み自分の強みや弱みを知り、社会課題解決を仕事にすることについて学ぶことができる最高の機会。

**お茶の水女子大生**  
メンターの方が常時付き、一緒にワークに取り組んだため、社員の方の考え方を非常に近い距離で身につけることができた。

**名古屋大院生**  
他のインターンは事業アイデアを考えるだけだったが、レバレッジズはPL作成まで行い、実際のビジネスのグロースを体験できた。



## 価値ある事業を 自分たちの手で作りあげる

株式会社 Speee

Speeeでは、事業成長を支える組織づくりに取り組む「ENJIN」、そして招待者限定で事業創出に挑む「BizCam」という2つのプログラムを開催。価値あるミッションに日々向き合う社員と共に取り組みます。「ENJIN」では「新しい価値を生み出すべく楽しみながら難題に挑む組織をどう作り上げるか?」という問いに、「BizCam」では「その業界の本質的な課題は何か?」「その事業は業界の本質的な課題に切り込めているのか?」といった問いに徹底的に向き合い、事業づくりに没頭することができます。

25卒スケジュール		BizCam
1日目	対象ドメイン選定、業界課題・背景構造の見極め	
2日目	中間発表、業界の理想像の検討と事業アイデアの立案	
3日目	事業成長のための実行プラン検討、最終発表、懇親会	

### 25卒生参加者コメント

**東京大生**  
表層にある課題の裏側の真因の難しさに対して様々な角度から深掘り、突破口を見つけ出すことが事業開発だと知った。

**早稲田大生**  
自身の力不足を感じ悔しく思うこともあったが、この難易度だからこそ高みを目指して励んでいくことの楽しさを感じられた。

**海外大生**  
未来を引きよせるというテーマにより、一事業作りではなく業界全体を見た変革という視点でプログラムに臨めた。



## 活躍社員がコミットし、リアルを体感できる5日間

株式会社野村総合研究所 (NRI)

野村総合研究所 (NRI) では、経営戦略コンサルティングとITソリューションそれぞれでコースを選べるインターンシップを設けました。経営戦略コンサルティングコースでは、チームに分かれて実際のクライアントの事業分析や戦略立案など、限りなくリアルなコンサルティング業務に取り組み、第一線で活躍するコンサルタントが個別にフィードバックを行いました。自らのキャリアや適性を考えていく上でも役立つ、充実した5日間のプログラムで、全コース、日当10,000円が給与として支払われるのも大きな特長です。

25卒スケジュール		経営戦略コンサルティングコース
1日目	オリエンテーション、チーム・テーマ発表、1on1フィードバック	
2日目	グループワーク	
3日目	グループワーク、中間発表、1on1フィードバック	
4日目	グループワーク、プレゼン資料作成	
5日目	最終プレゼン、1on1フィードバック、懇親会	

### 25卒生参加者コメント

**東京大院生**  
実際にクライアントに発表するくらいアウトプットのクオリティを求められた。社員の方から鋭いフィードバックをもらえた。

**東京工業大生**  
5日間という期間の長さ、テーマの複雑さから一番リアルなビジネスの実態を捉えることができたインターンだった。

**京都大院生**  
社員の方との交流機会が圧倒的に多かった。密度の濃いフィードバックにより、自身の適性やバリューの出し方がわかった。



## 通過率0.14% 最高難度の社会変革に挑む

エッグフォワード株式会社

エッグフォワードのインターンでは、少数精鋭の参加者のみで、実際のケースに基づいた「最高難度の経営テーマ」に取り組みます。最終的には、いち企業の変革だけでなく、社会変革を見据えた提案にまで昇華します。元戦略コンサルパートナーや、連続起業家をはじめとした経営陣総出でフィードバック。濃密なメンタリングを通じて、社会変革を主導する「経営人材」になるために克服すべき自身の成長課題にも徹底的に向き合います。「この2日間で人生が変わった」と話す参加者も多く、飛躍的に成長できる点が特徴です。

25卒スケジュール	
1日目	課題発表、経営陣へ中間報告、相互FB・メンターとの1on1
2日目	最終報告、相互FB、メンター+徳谷代表との1on1、懇親会

### 25卒生参加者コメント

**名古屋大生**  
難易度の高いテーマを扱いながらピッチは本番さながらで緊張感溢れるあつという間の2日間。振り返りも丁寧で成長を実感。

**東北大生**  
実務のかつ高難易度なテーマにハイレベルな学生とコミット。経営陣やメンターの方の気合いとMVVに対する熱意を感じた。

**京都大生**  
今まで取り組んだワークの中で最も難易度が高かった。本質が何かを掴もうとする姿勢が求められ、学べるものが多くあった。



## 職員・参加学生のレベルの高さが成長の刺激に

PwCコンサルティング合同会社ストラテジーコンサルティング (Strategy&)

PwCコンサルティングの戦略コンサルティングサービスを担うStrategy&では、戦略コンサルタント業務を体感できる3日間のワークを実施しました。店舗の経営戦略策定や企業の数年後の利益最大化など、実際のクライアントの経営課題に関連したテーマを扱い、参加者は講義やグループワークを経て、チームで提案をまとめて、プレゼンを実施。最後に職員からチームと参加者個人に対してそれぞれフィードバックも行いました。

25卒スケジュール	
1日目	スキルトレーニング、事例紹介、メンターとのランチ、ワーク
2日目	オフィスリーダー挨拶、パネルトーク、職員とのランチ、ワーク
3日目	ワーク、パートナーに向けての発表、フィードバック、懇親会

### 25卒生参加者コメント

**京都大生**  
論理的思考力やプレゼン力などが身につく、自身の成長につながった。職員の方のフィードバックが的確で尊敬できた。

**慶應大生**  
参加学生のレベルが高く、刺激をたくさん受けて成長できた。職員の方との交流の機会が多く、企業理解に最適だった。

**北海道大院生**  
職員の方が個性的かつ優秀でキャリアを見直す機会をもらった。レベルの高い仲間と会い、就活軸を見直すきっかけとなった。

### やっています良かったこと

#### 東京大院生

研究ややりたいことをやり切ったこと。企業が求めるのは小  
手先の対策をした学生ではなく、本当にやりたいことを突き  
詰めた人だという話を多くの人事の方から聞いた。

#### 法政大生

レベル・難易度に関係なく、多くの企業にエントリーし、志望  
業界を絞らなかったこと。また、多くの学生に会うことを心  
がけた。面接やGDの数を増やした。

#### 中央大生

「あまり興味がないな」と思っても幅広い業界にエントリーし、  
面接の場数を踏んだ。学生時代に頑張ったことや大事にし  
ている価値観について文字数ごとにテンプレを作成。

#### 名古屋大院生

参加する前に同じ会社のインターンに行った先輩に話を聞  
いたり、GoodfindのセミナーやYouTubeなどで、どのよ  
うな観点が評価されるのかを調べたりした。

#### 成城大生

「なんのためにこの会社のサマーインターンシップに参加す  
るのか」「そのインターンシップを通じて自分はどんな変化を  
遂げたいのか」を明確にして参加した。

#### 東京大生

多くの企業の選考に参加し、面接を多く経験したこと。面接  
において自ずと自分の考えや価値観を壁打ちする状況になり、  
自己理解が深まった。他人と話すことにも慣れた。

#### 早稲田大生

選考時、人事の方に生きがいや働きがい、その人にしか答え  
られない質問をした。会社の雰囲気や求められる像を知り、  
そのインターンが自分にプラスになるのか判断できた。

#### 慶應大院生

迷ったらESを出す。ESを書くには慣れと蓄積が必要で経験  
を積むと秋以降の通過率が変わってくる。インターンでは優  
遇も多いが、嬉しいのではなく全力で取り組む。

#### 一橋大院生

先入観を取っ払ってとりあえず応募。意外なところに自分の  
適性があったり、あるいはその逆に興味のある業界も思ってい  
たほど蓄積色ではないことがわかったりする。

#### 京都大生

「その企業にできること」を調べておく。グループワークでは、  
ニーズや課題特定に注力することが多いが、会社がそれに対  
応できる業態や資源を有していないケースも。

### やっておけばよかった後悔

#### 東京大院生

Webテストの対策をしっかりとやれば良かった。あまり対策  
に力を入れていなかったため、コンサル業界の企業はWeb  
テストでほとんど落とされてしまった。

#### 名古屋大院生

インターンに参加する中で優秀な学生や社員の方がいると  
怖気付いて自信を無くしてしまい、ワークで自分自身の力が  
発揮できなかった。自信を持って取り組みよかったです。

#### 学習大院生

初めての面接が怖すぎてなかなか申し込みなかった。慣れ  
るには場数が大事と捉え、もう少し積極的にエントリーして  
おけば良かった。挑戦しなかったのはもったいなかった。

#### 京都大生

GDの練習において、もっと役割などを意識しながら行えば  
よかった。また、大企業ばかりでなくベンチャー企業にも申  
し込めよかったです。

#### 名古屋市立大生

コンサル就活。コンサル就活勢はサマー期強かった印象。  
Goodfindではそれらが対策出来るので、3～5月にセミ  
ナーでハウツーを学んでおけばよかったという後悔。

#### 東京大生

ESを提出後にテストセンターの予約ができる場合、直前に  
ESを提出すると予約が埋まっていて試験を受けられないこ  
とがあった。

#### 九州大院生

しっかり対策をせずに安易にWebテストを受けて失敗した。  
夏以降の選考においても、そのWebテストの結果が使いま  
わされていたこと。

#### 京都大院生

論理的思考力を使った仕事がしたいという理由でコンサル  
志望なら、マーケティング職のインターンにも参加するなど  
しておけば良かった。面接で対比すれば説得力が出そう。

#### 京都大生

同じグループの人達がなぜその企業を志望したか、もっと深  
く聞いておけば良かった。自分の企業認識の変化や、関連  
企業の発見につながったかもしれない。

#### 慶應大院生

自己分析が不十分だったため、面接での志望動機の深掘り  
に耐えられなかった。併せて、テスト対策。面接に行き着け  
ないと得られる経験値が減ってしまう。やるしかない。

インターンに関する  
さらなる情報はこちら

サマーインターンへの  
エントリー



選考対策  
スキルアップセミナー



## Goodfind 厳選 未来を担う成長企業

やりたいことが見つからないとき、進むべき道に迷ったとき、それまで興味がなかったこと  
にあえて視野を広げてみることで、自分なりの答えが見つかることがあります。  
本特集では、あなたの視野を広げ、可能性を引き出してくれるであろう様々な領域の未来を  
担う成長企業をピックアップしました。  
各領域トップランナーへのインタビューからは、新たな視点・新たな世界を学ぶことができ  
るはずです。次代を創っていくみなさんのキャリア選択の一助になれば幸いです。



## 株式会社アウローラ



新卒全員が「新規事業」配属確約  
入社直後から事業を創出する経験を！

女性が抱える社会課題の解決を通じ、男性も女性もフラット・フェアな世界の実現を目指すアウローラ。ひとりひとりが「自分らしく」輝くことができるよう、女性向けの人材・教育・保育など、新たな事業を幅広く立ち上げている。新卒社員には「新規事業開発職」への配属を確約し、入社数か月の新卒が立ち上げた事業が、今や同社の主軸として年商2桁億円を目指すまでに成長している事例も。社会への新たな価値創出へ、社員の挑戦を後押ししている。

▼エントリー詳細



INTERVIEW

代表取締役 古瀬 一臣

社長が新卒に「新規事業をゼロから全て任せます」と言ったらどうなった？

p.26

## エキサイト株式会社



デジタルネイティブの感性を活かして  
新規事業を創出し続けるアントレプレナー集団

「デジタルネイティブ発想で心躍る未来を創る」というミッションのもと、SaaS・DX、プラットフォーム、M&A、ブロードバンドなど多角的に事業を展開。その背景には、社員一人ひとりが好奇心を持って、世の中の課題を発見し、解決のために新規事業立ち上げや既存事業の変革に挑戦するというスタンスがある。新卒1～2年目から事業マネージャーや新規事業責任者として活躍するメンバーがいるなど、年次関係なく抜擢されるカルチャーがある。

▼会社HP



## AnyMind Group 株式会社



創業8年で15カ国22拠点に展開  
若手からクロスボーダーに活躍できる環境

創業8年にして世界15カ国・地域に22拠点を構える急成長中のテクノロジーカンパニー。ブランドの生産・EC構築・マーケティング・物流をワンストップで支援するプラットフォームを提供し、「ビジネスモデルはグローバルで統一、セールスマーケティングは各国の事情に合わせて」という手法によって、規模を拡大させてきた。30近い国籍のメンバーが在籍する環境のもと、20代で大手企業担当や海外勤務、執行役員就任を目指すことができる。

▼エントリー詳細



## GO株式会社



「移動で人を幸せに。」をミッションに掲げ、  
モビリティ領域を軸に日本の社会課題の  
解決を目指すユニコーン企業

移動・交通をテーマに、タクシーアプリ「GO」などを通じてモビリティ体験をアップデートするユニコーン企業。エネルギーや都市・地域課題などにも事業領域を拡げる同社には、社会課題の解決に燃える各領域のプロフェッショナルが結集。多くの協働パートナーとの共創力やテクノロジーを最大限に活用する開発体制を強みにしており、ハイレベルなスキルを磨き発揮できる。社会課題と向き合い、新たな社会システムを創り上げたい人には絶好の環境だ。

▼会社HP



## 株式会社 GA technologies



テクノロジーの力でレガシー産業を変革する  
第2創業フェーズの X-Tech カンパニー

既存のレガシーな産業にテクノロジーを介入させ新しい価値を生み出す X-Tech ベンチャー。不動産×テクノロジーの「PropTech」領域に早期に参入し、創業から5年で東証マザーズ（現 東証グロース）に上場、創業11年目の2023年度には売上高1,460億円を超えた。現在は、不動産売買のDX、不動産パーティカル SaaS、M&A 仲介のDXと事業領域を拡大し、第2創業フェーズ。年功序列のしがらみのない実力主義の環境がある。

▼会社HP



## 株式会社NTTデータ 経営研究所



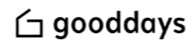
「戦略コンサルティング+シンクタンク」  
官民双方の課題解決を手掛け日本社会に貢献する

複雑化する日本の課題解決に幅広い知見で対応するため、組織・個人ともに官民双方に取り組むことを特徴とするコンサルティングファーム。また、売上拡大のためにシステム開発やBPOへ誘導するような制約もないため、上流の戦略・企画機能に純粋に注力することができる。人材面では、少数精鋭採用のため新入社員それぞれに専任の育成担当（コーチ）が配置され、プロフェッショナルへの成長に向けた丁寧な育成活動を実施している。

▼採用HP



## gooddays ホールディングス株式会社



暮らしとITを掛け合わせて、  
明日の時代の「ふつつ」を生み出す

今の時代にはないが、明日の時代には「ふつつ」になっているもの・サービスを生み出し、世の中や暮らしを豊かにするという「どこにもないふつつ」をミッションに掲げる。求められるのは、業界の常識を疑い、固定観念にとらわれない発想だ。これまでにない暮らし方や働き方を提案するグッドルームと、金融や流通・小売業界のシステム開発などのITソリューションを提供するオープンリソース、2社によるシナジーから次のスタンダードを生み出していく。

▼採用HP



## 株式会社SHIFT



上場以降圧倒的成長を続ける IT メガベンチャー  
「DXの総合商社」 キャリアの選択肢も幅広く

ソフトウェアテストの品質保証事業で培ったノウハウを軸に、現在では「DXの総合商社」として幅広い事業を提供。業界を限定せず上流工程から下流工程まで一貫通貫でDX事業を展開する。上場以降継続している圧倒的成長性に魅力を感じ、各業界から優秀な人材が続々とジョイン。従業員の成長・活躍を徹底的に支援する教育制度や評価制度、個人の志向性に合わせたキャリア形成の選択肢を提供できる仕組みが整っている。

▼採用HP



INTERVIEW

品質保証コンサルタント 八谷 咲織

文学部出身者が「文系の強み」を活かして  
IT企業で活躍できている理由

p.34

スカイライト  
コンサルティング株式会社 SKYLIGHT

徹底した顧客目線で「より良い未来」を創出  
進む道を自ら選択できる少数精鋭ファーム

「いい未来を、共に生みだす。」をビジョンに掲げ、徹底した顧客目線で戦略立案から実行までを一貫通貫で支援する少数精鋭のコンサルティングファーム。企業や業界の問題解決を出発点としながらも、新サービス開発や投資事業など、コンサルティングというビジネスの枠を超えた取り組みも行う。プロジェクトへのアサインは自身の志向に合わせて選択できるなど、自分の進むべき道を自分で考え選択することができる稀有な成長環境がある。

▼エントリー詳細



株式会社ソルブレイン



いま注目の「グロースマーケティング」で  
全ての産業にテクノロジーで最適解を提供

海外で注目されている、顧客行動からデータを継続的に集め、事業やサービスの継続的な成長を促す「グロースマーケティング」。技術力×マーケティングで経営や事業の課題を発見し解決へと導いているのがソルブレインだ。「全ての産業にテクノロジーで最適解を提供する」というミッションのもと、データを起点に顧客のバリューチェーン全体の最適化を推進。三井物産と資本業務提携を実施し、さらに成長を加速させ新規サービスの創出・提供に邁進している。

▼採用HP



寺田倉庫株式会社 TERRADA

1950年創業ながらベンチャー的なカルチャー  
倉庫業の枠組みを超え「空間、開花」を

「モノだけではなく、価値をお預かりする」という理念のもと、専門性の高いインヤード、映像・音楽メディアの保管を軸に事業を展開。また拠点の天王洲アイルを世界に誇るアートシティにすべく、不動産・エリア開発事業や、アート関連事業に取り組む。膨大でありながら唯一無二のモノを取り扱う保管事業においてはシステムでの管理が不可欠であること、また利便性向上からDX化にも注力しており、オフライン・オンラインの両輪で事業の幅を広げる。

▼採用HP



株式会社 Speee



DXの流れに取り残された未解決領域を  
事業という手段で開拓し続ける BizDev 集団

「解き尽くす。未来を引きよせる。」という理念のもと、DXの流れに取り残されている領域に向け、業界のあるべき姿を描き、DXが進まない本質的な課題を定義し、その実現に向け「事業」という手段で解決することを志向し、産業DX・企業DXの事業で連続的に開拓し続けている。各事業が数十名のスタートアップとして自律的に運営され、顧客の課題を主体的に探索・発見・定義し、事業として新たに開発・進化・発展させる取り組みを日々行っている。

▼エントリー詳細



Chatwork 株式会社



※3月27日の株主総会での承認を条件に  
7月より「株式会社kubell」に変更

国産初のビジネスプラットフォームとして  
成長市場に新規事業を展開し続ける  
SaaS ベンチャー

日本の99.7%を占める中小企業の本質的な課題を解決し「働くをもっと楽しく、創造的に」というミッション実現のためにビジネスチャットに留まらず、国産初のビジネスプラットフォームや新規事業を展開。新卒社員には新規事業責任者を担ってもらおうべく、若手のうちから新しいチャレンジができるカルチャーが根強い。「0→1事業企画」のインターンには、合格率%かつワーク難易度が非常に高く、現場そのもののリアルなビジネスや事業立案を経験できる。

▼26卒インターン



トレンドーズ株式会社 Trenders



トレンドを捉え、新しい時代を創る  
若手抜擢の実績多きブランドイノベーター集団

「トレンド予測・分析」「生活者インサイト分析」のノウハウを活かし、時代を捉えた先進的なソリューションを生み出し続けるブランドイノベーター集団。美容・食品飲料業界の大手メーカーを中心とした顧客に対し、様々な手法を組み合わせた統合的なマーケティングソリューションを提供する。次の時代・次のトレンドを見据えた新規事業も積極的に展開。20代でCFO就任事例があるなど、新卒入社メンバーが会社の中核を担う文化が根付いている。

▼エントリー詳細



株式会社日本能率協会  
コンサルティング



現場起点でクライアントの課題解決を支援する  
80年以上の歴史を誇る日系総合ファーム

日本初の経営コンサルティングファーム。クライアントの規模の大小を問わず経営変革や構造改革を担い、とりわけ日本が誇るものづくり産業の領域の支援においては圧倒的な実績を築き上げてきた。現在では日本と60以上の国・地域で、年間約1500件ものコンサルティング・サービスを提供。「現場」を重視し、実行力の高い課題解決と、クライアントに寄り添い共に成長する、現場起点の支援スタイルが根付いている。

▼採用HP



株式会社  
野村総合研究所



「未来創発」を掲げる日本最大級ファーム  
自由と裁量で全員をプロフェッショナルに育てる

創業50年以上の歴史を持ち、日本最大級のコンサルティングファームであるNRI。「未来創発」を理念に掲げ、産業や社会のあるべき姿を描き、日本を代表する大企業や官公庁に向けたコンサルティングでその実現を牽引。社会的影響の大きい案件に幅広く携われるのが特徴だ。また、年齢や役職によらず様々な役割を担える自由と裁量によって、全員をプロフェッショナルに育てる組織風土がある。若いうちから着実に成長したい人には絶好の環境だろう。

▼26卒インターン



株式会社  
日本政策投資銀行



最先端の高度な金融力や  
独自の立ち位置を活かし経済価値と  
社会価値の両立といった難題に挑む

政府100%出資の金融機関として、金融フロンティアの弛まぬ開拓を通じて、企業や社会の課題を解決し、日本と世界の持続的発展を実現している日本政策投資銀行(DBJ)。「投融資一体型」のビジネスモデルをはじめとした最先端の高度な金融力、長期性・中立性などの自律的でユニークなポジショニングを活かし、日本の産業や社会の持続的な発展のために、「経済価値」と「社会価値」の両立といった難題に挑む、少数精鋭の組織である。

▼採用HP



INTERVIEW  
常務執行役員 柳澤 花芽

「元戦略コンサルタント×NRI 次期社長」の視点  
から紐解く、コンサルタントに求められる価値とは

p.38

Visional (株式会社ビズリーチ) VISIONAL

日本社会の生産性向上を支える事業を連続展開  
14期連続の増収増益を実現するメガベンチャー

日本の生産性向上を目指し、サイバーセキュリティ・事業継承M&A・物流など、新規事業を連続的に創出する同社。「ビズリーチ」を始めたHR tech領域の事業を中心に、創業以来14期連続の増収増益を遂げている。セールス・人事・事業企画・マーケティング等、幅広いポジションがあり、大きな裁量と高い視座を必要とする業務へアサイン。変化の大きな時代に真の価値を生み出す人材の育成に力を入れている。

▼採用HP



ファインディ株式会社 Findy

挑戦するエンジニアのプラットフォームで  
技術立国日本を取り戻す

「挑戦するエンジニアのプラットフォームをつくる。」をビジョンに掲げ、技術立国日本を取り戻すことを目指す。エンジニアのスキルや生産性を可視化し、その技術をもとにマッチングプラットフォーム事業、組織プラットフォーム事業、グローバル事業など、人材支援だけでなく組織強化など業務支援領域も手掛ける。テクノロジーを駆使し、産業を理解しながらビジネスを展開していくため、今後あらゆる領域で必要となるITの知見を身につけることができる。

▼採用HP



株式会社フリークアウト・ホールディングス



ネット広告市場を切り拓いたパイオニア  
無難を良しとせず「度肝を抜く」挑戦を続ける

広告主の課題である「透明性の高い広告取引」と「効率的な広告買付」を実現すべく、国内初のDSPベンダーとして市場に参入し、インターネット広告市場を切り拓いたパイオニアだ。ここ数年で海外展開も加速、アドテック最大市場である米国・APACを中心にグローバル拠点網を構築している。国内外で次々と新規事業を展開し、「人に人らしい仕事を」という企業理念の実現を目指し、今後も世間の度肝を抜く(=freak out) 挑戦を続ける。



ブレインズテクノロジー株式会社



先端技術を商品として出荷する「未来工場」  
未経験から秀抜なAIエンジニアを目指せる

「企業活動の継続性と生産性の劇的な向上に貢献する」をミッションに、AIソフトウェアを開発・提供。特徴は「未来工場」というコンセプトのもと、機械学習をはじめとした先端技術の恩恵をいち早く「商品」として実用化していることだ。少数精鋭組織で、研究開発や製品開発に携わる陣営は専門性の高い優秀なメンバーで構成。一方、育成にも注力しており、非情報系の実務未経験の学生でも、入社後にはハイレベルなAIエンジニアとして活躍している。



株式会社 LayerX



「経済活動のデジタル化」に挑むスタートアップ  
“身の丈を超えた機会”で飛び級キャリアを歩む

Gunosyの創業者である福島良典氏が2018年に立ち上げた、いま最もホットなスタートアップの1社。創業6期目・シリーズAのスタートアップながら、SaaS / Fintech / AI・LLMの3事業を展開。「すべての経済活動を、デジタル化する。」をミッションに、日本の社会課題の一つである“デジタル化”に正面から向き合っている。新たな事業と良質な機会が生まれ続ける環境で、早くから事業責任者や経営を担えるチャンスがある。



INTERVIEW  
代表取締役CEO 福島 良典

成長の鍵は“身の丈を超えた挑戦”。  
「新卒からスタートアップ」の選択肢

p.30

ボストン コンサルティンググループ



Unlock Your Potential  
世界的な経営コンサルティングのパイオニア

1963年創設、国内初のグローバル・経営コンサルティングファーム。世界トップクラスの成長を遂げ、AIやサステナビリティなど最先端で社会的インパクトが大きい経営課題に取り組み付加価値の高いコンサルティングを創出している。BCGのバーパスは世の中、そして社員の可能性をUnlockすること。世界中で多様な人材が活躍している環境で多岐にわたる経験を積み、深い専門性を築くことで、グローバルに活躍する経営人材へと成長できる。



INTERVIEW  
Managing Director & Partner 荻原 英吾

日本企業の海外進出にキャリアを捧げる  
パートナーに聞く、BCGの強みとは

p.42

株式会社 LITALICO



ビジネスの手法で「社会側」の障害を取り除く  
教育や福祉を変革する事業創出ベンチャー

「障害のない社会をつくる」というビジョンのもと、ビジネスの手法で社会の側にある障害をなくすために人材・雇用から教育、インターネットメディア、テクノロジーへと事業領域を拡大。ビジョンに共感した優秀な人材が、自らの行動で世界を変えようと多様な業界から集う。持続的な社会貢献という困難な課題に対して事業をゼロから立ち上げたい方や、若いうちから裁量を持って事業に向き合い成長したい方には、またとない環境がある。



株式会社ワンスター onestar★

伴走型のデジタルマーケティング支援を強みに  
担当顧客数1.3社で徹底的に顧客課題に向き合う

商品と消費者を適切にマッチングする「ダイレクトマーケティング」。この領域におけるリーディングカンパニーとして、Meta・LINEヤフー等から国内トップクラスの実績と評価を得ているのがワンスターだ。社員1人の担当顧客数は1.3社と深く長く入り込む「伴走型支援」が強みで目先の数字改善ではなく本質的な顧客課題の解決に向き合っている。同じ価値観を持った仲間と組織を創り、事業を通じて理念を体現する「理念経営」も特徴の1つだ。



株式会社マイベスト



月間3,000万ユーザーが利用するサービスで  
世界中の人々に「最高の選択体験」を

「最高の選択体験を実現する」というミッションのもと、人とモノ・サービスをマッチングする「mybest」を運営。月間3,000万ユーザーが利用する国内最大級のサービスの源泉にあるのは、洗練された比較・検証ノウハウのもと築き上げられた唯一無二のデータベースと豊富なユーザー情報だ。世界中の人々が何かを選ぶときに必ず使うサービスを目指し、現在8つの国と地域にサービスを展開しており、世界に通用するプロダクトに携わることができる。



合同会社  
ユー・エス・ジェイ



世界有数のメディアグループの一員  
超一流の「ブランド経営者」へ成長できる環境

世界有数の複合メディア企業、コムキャストNBCユニバーサルの一員として、日本でのテーマパークビジネスを展開。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのマーケターは、新卒1年目から重要プロジェクトのブランディングや戦略策定、プロダクト開発、広告、PRなどの業務を担当。自ら考えた戦略や企画が社会的、経済的にどのようなインパクトを日本と地域社会にもたらすのかを経験していくことで、ブランド経営の本質を知り、成長する事ができる。



レバレッジズ株式会社



知性×テクノロジーの事業開発力で  
日本トップクラスの成長を続けるメガベンチャー

創業18年で年商869億円まで急成長したレバレッジズ。「関係者全員の幸福の追求」という理念のもと、インターネットメディア、人材マッチング、M&Aコンサルティング、SaaSなど、業界の新しいプラットフォームとして、ITや医療、人材不足等の日本の根深い社会問題を解決する事業を多数運営、新規開発している。若い人材に最大限の裁量を与えることで、社会の変化の中でも勝ち抜ける人材を長期的な視点で育成している。



INTERVIEW  
代表取締役 岩槻 知秀 ほか

大量採用の会社の新卒は成長できるのか？  
経営者2人に聞いてみた

p.22

## 大量採用の会社の新卒は成長できるのか？ 経営者2人に聞いてみた

株式会社スローガン

代表取締役社長 仁平 理斗

レバレッジズ株式会社

代表取締役 岩槻 知秀

### 経営者視点で見た 「新卒を大量採用する企業」

——「新卒を大量採用する企業」に良い印象を抱かない学生もいますが、様々な企業の採用に関わってきた仁平さんはどのように見えていますか？

仁平 そもそも皆さんが良く知る大企業の多くは、新卒を大量採用しています。総合商社も毎年100人以上の新卒を採用していますが、悪いイメージを持つ方は少ないですね。

私自身、大量採用をしている企業に対して、安定した企業成長を実現できている優良企業である場合が多いと感じています。なぜなら、前提として企業が新卒学生を多く採用するためには、2つの要素が必要だからです。

一つはお金や人といったリソース。多くの学生はBtoBやニッチ領域・新産業の企業をほとんど知らないため、優良企業でも新卒を採用するには広報に多くの資金や労力を割く必要があります。また、経験者採用に比べ、

ビジネス経験のない新卒社員は採用後に育成コストがかかるため、潤沢にリソースを投下する必要があります。

もう一つは事業基盤。新卒学生を採用するには、約2年前から準備を始めなければなりません。新卒採用は2年後の投資判断であり、新卒を多く採用することができる企業は、長期スパンで事業戦略や人材計画を立てられる事業基盤があるとも言えるでしょう。

つまり、新卒を大量採用する企業は、潤沢なリソースと確固とした事業基盤を持つ、安定した企業成長が実現できている優良企業の可能性が高いので

す。では学生が大量採用の何を懸念しているのかといえば、「いくらでも代替が利く存在として扱われるのではないか」ということではないでしょうか。

実際、大量採用している企業に限らず、新卒が裁量の大きい仕事を任せられず、スキル獲得や成長機会が少なくなってしまう場合もあるので、学生の皆さんはしっかりと吟味しなければなりません。

### 新卒が成長できる 大量採用企業の条件

——では新卒を多く採用できている企業のなかでも、「新卒の成長機会の

### Q. どうして新卒を大量採用できるのか？

#### A. 安定的に成長し続けているから

**潤沢な  
リソースがある**

- 採用広報
- 採用後の育成

に多くの資金や人を  
配分できる

**確固とした  
事業基盤がある**

2年以上の中長期で

- 事業戦略
- 人材計画

を立てられる

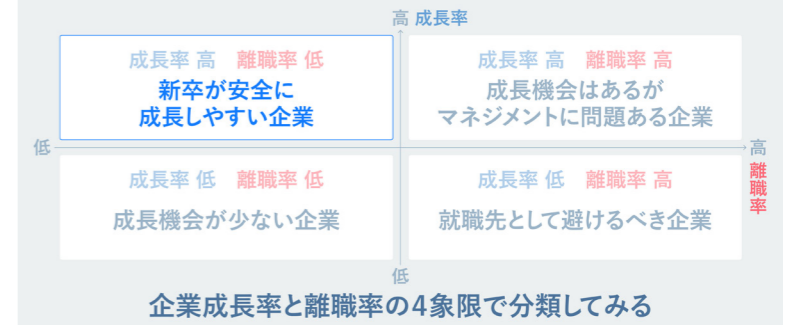
有無」はどう見極めれば良いのでしょうか。実際に多くの新卒を採用しているレバレッジズ代表の岩槻さんはどう考えますか？

岩槻 企業成長率と社員の離職率を軸にした場合に、その会社が4象限のどこに属しているかで見極めるのが良いと思います。新卒が最も成長できるのは、成長率が高く、離職率が低いグループの企業でしょう。企業の成長率が高ければ、会社全体の仕事量もポジション数も増えるので、新卒が新たな価値創出に関われるチャンスも豊富な場合が多くなります。

反対に、成長率が低い企業ではポジションの数が増えにくいので、上のポジションが詰まり、若手がマネジメントなどの大きな裁量を持ちにくい、といったことが起こり得ます。これは伝統的大企業など、大きな既存事業はあるものの、新規事業への積極投資やイノベーション領域に挑戦していない企業にありがちです。つまり、有名だけれども成長していない企業を見極めるべきで、これは4象限の左下に当てはまります。

一方、成長率が高いのはベンチャー企業が多いですが、離職率も高いところは就職先として安全性の低い企業の可能性が相対的に高まるでしょう。

### 新卒が安全に成長しやすい企業の見極め方



ただ離職率は高齢の社員が多い会社では低くなりますし、低すぎても組織の「淀み」が発生し、若手の成長機会が阻害される場合もあるので、単純に離職率だけを比較する際は注意が必要です。

つまり4象限の左上、企業成長率が高く離職率が低い企業では、新卒が裁量を持って仕事に集中できる環境が得やすいと言えます。

仁平 レバレッジズはまさに左上のグループに入っている企業ですね。創業15年で年商500億円を超えたのも束の間、創業18年の2023年度には売上1,000億円を見込むなど、勢いの尽きない成長を続けている。新卒1年目離職率は一桁台と、日本企業平均の11.6%※1よりも低く、2023年には「働きがいのある会社」

ランキングで5年連続、大規模部門のベストカンパニーを受賞しています。

※1: 大卒1年目の離職率(引用:厚生労働省「新規大卒就職者の離職状況(平成30年3月卒業者)より」)

——2023年度には新卒を約300人採用しており、数年前と比べると大幅に採用数を増やしていますが、本当に若手に裁量の大きな仕事を任せられているのでしょうか？

岩槻 当社では社員数249人だった2013年頃に、管理職になれる実力がある人は新卒入社1年半～2年後に管理職に昇進していましたが、そのスピード感は今でも変わらないんです。管理職とまでいかずとも、社員がリーダーポジションに上がるスピードも、そのポジションの人がマネジメントする人数も、当時から変わっていません。そして各事業の規模が拡大している



いわつき・ともひで

1980年生まれ。大阪府和泉市出身。早稲田大学社会科学部入学後、大学1年時からIT企業にてビジネス経験を積む。大学卒業と同時に、2005年にレバレッジズ株式会社を設立し、現在に至る。グループ会社の取締役も兼務。

### 投資判断のしやすさの違い



分、職位が高い1人が担う仕事の影響範囲は広がっているのです、むしろ裁量は大きくなっていると言えるかもしれません。

なぜ一人ひとりの裁量の大きさを保つための成長率を維持できているかといえば、大胆かつスピーディーな投資ができていたことが要因の1つだと思っています。

上場企業や外部資本を入れている企業は、社外への説明責任や流動株式の9割を占める短期利益志向の株主との利害相反により、一定の利益率を下回るほどの投資は難しくなります。

しかし、レバレッジズは創業以来、独立資本で経営してきました。新規事業や人的資本、システム、広告など、その時々に必要なものへの投資判断を社内だけで決定することができるため、年間100億円以上という巨額な投資もスピーディーに行うことができています。

解決戦略の策定、課題解決の「実践」まで一気通貫ではおこなわないことがほとんどだからです。

**岩槻** 当社とコンサルとの違いと言えば、コンサルタントは基本的に依頼された範囲の解決策の提案しかできませんが、レバレッジズではビジネスプロセス全体についての課題発見と解決戦略の策定、そして解決の実践を一貫して取り組めることでしょうか。

課題の発見と解決について、「毎日同じ仕事の繰り返しで単調だ」と言う人も世の中には存在しますが、その原因は課題発見能力が不足しているからだと思えます。課題発見できる人ならば、どんな仕事に対しても「まだあれができていない」「もっとこうすれば良いのでは」と、日々やりきれないほどのオペレーション改善余地を現場の中で見つけることができるはずですよ。

当社には年次に関係なく意見を言い合えるカルチャーがあるので、上司相手でもそうした提案と実行をできる人がいち早くリーダーポジションに昇進しています。

**仁平** ビジネスプロセスの課題発見と解決は、ビジネスの基本。それを一部のみならず全てのプロセスにおいて担える企業で鍛えられれば、若手の能力やスキルの幅もぐっと広がりますね。

—— 同じく成長している事業会社でも、レバレッジズのように人数規模の大きな企業よりも、より小規模なベンチャー企業に入った方が、若手が大きな裁量を持てるのではないのでしょうか？

**仁平** 企業の人数規模と個人の裁量の大きさは、必ずしも相関しません。それよりも事業数を見たほうが良いでしょう。例えば社員数100人で事業が1つの会社と、社員数1,000人で25の事業を展開している会社、どちらが社員1人の裁量が大きくなるでしょうか？単純計算すれば、前者は1事業を100人で、後者は40人で運営しているため、後者の方が裁量の大きな仕事がしやすいと言えます。

**岩槻** 会社全体の投資額を社員数で割った「一人当たり投資額」を調べてみるのも手です。一人当たり投資額が大きければ、そのぶん新たなチャレ



にひら・まさと  
早稲田大学国際教養学部在学中の2008年より創業期のスローガン株式会社に入社。2010年、事業責任者を務めたのち、2010年、株式会社ディー・エヌ・エーに入社。DeNAとNTTドコモの合併会社でのUGC事業立ち上げ、DeNA Seoulでの韓国事業立ち上げを経て、ゲーム事業部にて複数のゲームタイトルをプロデュース。2016年12月スローガン株式会社に入社し、2023年3月に代表取締役就任。

### 同じ大量採用企業で、より成長できる会社とは？

—— 最近ではコンサルティング業界でも、新卒を大量採用する企業が増えていきます。同じ左上のグループの中でも、事業会社よりもコンサルに行った方が転職に有利ではありませんか？

**仁平** 私は必ずしもそうは思いません。一般的に、コンサルティングファームが担っているのはビジネスプロセスのいち工程であることが多く、課題発見、

### 企業規模とキャリアチェンジのしやすさの関係性



ンジができる機会が多いということ。

レバレッジズでは年間100億円以上を投資に回しており、10年前と比べて一人当たりの投資額も増えています。今後数年間でさらに大きく投資額を伸ばしていく計画もあり、そうした数字を見て面白そうだ当社に興味を持つ学生も多いですね。

また小規模ベンチャーとの違いとして、社内でのキャリアの選択肢の幅広さがあると思います。小規模の会社では、働く中でいざ別の事業や職種に挑戦してみたいと思っても、簡単には異動できません。そもそもその会社の中に挑戦してみたい部署や職種が存在しない可能性も高く、転職を余儀なくされるパターンが増えるでしょう。当然、不要な転職を重ねることは中途市場から歓迎されません。

一方、レバレッジズのように企業規模が大きく、様々な領域の事業を展開している企業ならば、事業をまたぐ異動が比較的容易です。どの職種の人数規模も拡大を要しているため、職種

変更も歓迎されやすくなります。転職せず、社内でキャリアアップしていく選択肢がとりやすくなるのです。

**仁平** また、小規模ベンチャーでは、異動しても人間関係を変えにくく、転職した方が本人にとって良いという結論になることも多い。しかしレバレッジズのように社員数も事業数も多い企業ならば、全く別の事業部に異動することで、自分の周りの環境を転職せず社内で変えられる可能性が高いと思います。

### 新卒は「仕事が楽しい」と思えたら勝ち

—— これまでのお話で、「大量採用企業」と一括りにせず、若手が成長できる企業をどう見極めれば良いかがわかりました。最後に、岩槻さんが考える「成長」とはどのようなものかについて教えてください。

**岩槻** 自分が成長するために事業があるのではなく、成果を出し、社会に価値を還元していくために自己成長する必要

があります。この視点を持って行動しなければ、ビジネスパーソンとして大きな成長はできません。貪欲な人ほど自己成長に目が向くのはある程度仕方ありませんが、私は常々「成果のための成長」を社員に促しています。

レバレッジズが手がける事業の共通点は、世の中で必要とされ、日本の課題解決に直結するということ。実態として、医療系SaaS事業はその分野の業界トップを走るくらいに急伸びしていますし、M&A支援領域にも進出するなど、様々な領域で現在40以上の事業を手がけています。こうした社会的インパクトの大きい事業の責任者を20代30代で経験することでこそ、自己成長がついてくると考えます。

また、新卒は「仕事が楽しい」と思えたら勝ちだと思うんです。今後の人生の大部分を仕事に費やすことになるのに、1社目で「仕事は楽しくないものだ」というバイアスがかかってしまえば、そこから抜け出すのは容易ではありません。


一方で社会人のはじめに「仕事は楽しいものだ」という認識を持てていけば、たとえ将来転職に失敗しても「世の中には楽しい仕事があるんだ」と、早々に次の挑戦の場を探すことができるのです。

ですから、私は新卒を多く採用する会社の経営者として、新卒に仕事を楽しいものだと感じてもらい責任があります。そのために、今後も面白い仲間を増やしながら、若手がいきいきと仕事を楽しめる会社をつくっていきます。

## Leverages

**レバレッジズ株式会社**

「関係者全員の幸福の追求」という理念のもと、若手に最大限の成長機会を与え、創業以来連続増益を遂げてきたレバレッジズ。IT・医療・介護・若年層を中心とした人材事業や、Webメディア事業、M&Aコンサルティング事業など、社会貢献を軸に様々な領域でこれまで40以上のサービスを展開しています。2018年からは海外事業を拡大させ、アジアを中心に各国での社会問題の解決に向けた事業開発を積極的に行っています。



▲ その他の記事



## 社長が新卒に「新規事業をゼロから全て任せます」と言ったらどうなった？

株式会社アウローラ 代表取締役 古瀬 一臣

### 新規事業をやりたい学生が 新卒で身を置くべき環境とは

—— 古瀬さんは「新規事業開発をゼロから新卒に任せている」そうですが、正直驚きました。事業を立ち上げる能力が新卒に備わっているのでしょうか？

**古瀬** 最初は備わっていない場合がほとんどでしょう。ただ、事業を創りたい・起業したいと思っている新卒社員に学んでもらうには、ゼロベースで100%預けてしまうのが一番の近道だと、僕は考えています。

世間でありがちなのは、新卒に任せるのは新規事業の一部であったり、経営陣が決めた事業プランに新卒が取り組むといったパターンです。しかし新卒の立場で考えてみると、新規事業をゼロから全て任された方が楽しいじゃないですか。意欲ある優秀な新卒の能力を最大限引き出すには、一部ではなく全てを任せるのが理想形だと信じて実践しています。

もしあなたが「予算を好きに使って

ください、よいスタート!」と言われて、1か月後に経営会議でプレゼンすることになったらどうでしょう。当社の新卒を見ていると、「ここまで任せられた上で上手いかなければ自分のせいだ」と、1ヶ月目から責任を感じるようで、主体性が引き出されています。

ここまで自分を試される機会や環境は、世の中には意外と少ないですが、自然に緊張感を持てますし、ビジネスパーソンとして圧倒的な成長が期待できます。

—— 古瀬さんはこれまで何十もの新規事業の立ち上げに携わってきたそうですが、新規事業開発にはどのような能力が必要なのでしょう？

**古瀬** 総合的なバランス型の能力と、財務の知見が求められます。新規事業開発では、一点に絞った高い専門性よりも、事業に関連するあらゆることに対応できる総合的な能力が必要です。その上で、ビジネスは最終的にPL(損益計算書)・BS(貸借対照表)で語る必要があるため、早くから

そこに直接携わる経験ができると良いでしょう。

ただ、一般的に財務は管理部門や経営陣だけが見ることが多く、営業などの現場も自らの事業をPLベースで見ている会社はあまりないでしょう。

そんな中アウローラでは、事業部ごとにPL管理も事業責任者に預けているので、新卒や若手であっても、財務的知見や思考が求められます。事業責任者はユーザーやお客様の反応を感じながら数字にも責任を持ち、より主体的に事業に取り組むことができる環境です。

### 企業内で 新規事業開発するメリット

—— 当事者として責任を感じながら取り組む環境が大事なのですね。一方で自分で起業するのではなく、企業内で新規事業開発をするメリットは何ですか？

**古瀬** 一度組織に入ることには、大きく2つのメリットがあります。1つは資金があること。アウローラでは、僕が

創業時から伸ばしてきた営業コンサルの事業部で安定した収益を確保していて、それを新規事業に投資しています。

金策は僕をはじめベテランがやり、未来の可能性は若手が創るというバランスです。売上や社員数の規模からみると、当社の投資額の比率は大きいと思いますし、非上場だからこそ、ここまで投資できています。

2つ目は、事業創りの経験者から定期的にフィードバックをもらえる環境であること。当社の部長以上は全員、経営経験があります。例えば新規事業を掌管する役員の鈴鹿はDeNA出身で、新卒の数年間南場さんと一緒に仕事をした後、人材コンサル会社を起業しました。現在はアウローラの役員をしながら、さらに自身の会社2社を黒字で回しているような、事業経験が豊富な人間です。他にも、戦略の顧問として関わっている社外の事業家からも、かなりシビアなフィードバックがもらえます。

一方、自分で起業した場合、資金調達に苦労したり、適切な助言を得られず遠回りしたりする可能性も高いでしょう。実は、起業を志しながらアウローラに入社する社員もいます。まず

社内で経験を積み、自信を得てから独立を目指す、というのも当社としては大歓迎です。

### 新卒が立ち上げた 新規事業の実態

—— 経験豊富な事業家のもとで取り組めるのですね。そんな環境で、実際にアウローラの新卒社員が立ち上げた事業について教えてください。

**古瀬** 20卒が立ち上げたHerTech(旧WeRuby)というサービスは、年商6億規模までグロスしています。一方で、21卒・22卒が立ち上げた事業はテストマーケティングの段階で撤退しました。やはり新規事業はシビアで、1年間必死に奔走しても赤字を作ってしまう可能性も十分あります。厳しい現実をPLに語られる残酷さがありますね。

しかし、たとえ撤退を決めたとしても、1年間奔走してきた分、新卒メンバーは着実に成長しています。HerTechや営業コンサルの事業部に異動しても間違いなくバリューを発揮できますし、その事例もあります。1年目に悔しい思いをした分、リベンジする意気込みで先輩の創った事業に携

わることで、成果につながっているのでしょう。

会社として見ると、新卒を新規事業開発部に配属するという投資の回収は十分にできています。僕自身すごくユニークな投資だと思っていますが、しっかりリターンを出せるほど、新卒一人ひとりが急成長してくれているのです。—— 20卒の成功を踏まえて、どのような人が新規事業に向いていると思いますか？

**古瀬** 胆力と利他精神を持つ人です。新規事業を成功させるのに、熱意や行動量は欠かせないものです。また、アウローラは社会課題に向き合っているため、ユーザーを第一に考える必要があります。データを見てわかった気にならず、ユーザーに教えてもらう姿勢でいる方が、常に変化する世の中にも対応できるでしょう。

現に20卒がHerTechを立ち上げる際は、一度ロジカルシンキングで出した結論の詳細を探るために、何百人ものユーザーに話を聞く手間を惜しみませんでした。その結果、ロジックで組み上げた理屈を超えた「ユーザー心理」をニーズとして捉えられたので、無事に新規事業として立ち上がり、規模の拡大まで繋がったのだらうと思います。



ふるせ・かずおみ

旧株式会社インテリジェンス(現パーソルキャリア株式会社)に入社。21歳で最年少チームリーダーを務め、当時20名のみが受賞できる賞を獲得するなど、トップの営業成績を誇る。在籍中は就職・転職に悩む多くの女性から相談を受け、女性のキャリア支援・女性活躍推進に関心を持つ。その後、2007年1月に独立しアウローラを設立。2013年4月に100%未経験歓迎求人「RUN-WAY」、2020年8月に女性のためのWebスキルスクール「HerTech(旧WeRuby)」を開始。



### 「人間らしさ」で繋がる組織で、社会課題を解決する

—— 創業当時から社会課題解決を掲げ、新卒に新規事業を任せていたのでしょうか？

**古瀬** いえ、創業からの10年間と、それ以降では組織も事業も真逆なほど違います。10年目の2017年から2019年頃に大きな組織改革を行い、現在のような組織で社会課題解決をテーマに掲げた事業を行うようになりました。

最初の10年は事業も今とは異なり、売上至上主義だったので、営業目標の達成に向けて厳しく管理・指示するマネジメントでした。業績は良かった一方、メンバーが思考停止して育成が進まなかったり、家庭との両立ができず辞めていったりする環境でした。

縦割りの組織で、業績にしかこだわらない管理職ばかりだったせいか社員同士の仲が悪く、離職率も高かったです。当時の社員数は約300人でしたが、この状態から会社を拡大することに限界を感じ、組織を作り変える必要性を痛感しました。

—— 業績は好調だったにもかかわらず、組織を作り変える決断をしたのですか？

**古瀬** 業績が良い喜びよりも、組織

状態が悪いことが何倍も嫌でした。成果主義ではどうしても個人個人の主張が強くなります。それよりも、自分たちのサービスでユーザーが喜んでくれることにやりがいを感じるという「人間らしさ」で繋がって集まる組織の方が、お互いのことを思いやれると気づいたんです。社会貢献性の高い事業で繋がって、その先に収益がある構造の方が、社員の納得度は高いだろうと考えました。

また、組織のトップである僕が変わらなければ組織も変わらないと思ったので、2年間かけて組織の勉強をしたり経営者と交流したりして、会社と組織のあり方を考え続けました。その結果、事業としては収益性ではなく社会貢献性を一番の目的とし、組織としては一緒に働く仲間をとことん大切にする文化を作ろうと決めました。それに紐づくミッションやワークスタイル、行動指針などを決めて、2019年に大きく再編しました。

—— かなり思い切った改革だったと思いますが、その結果や現状をどのように捉えていますか？

**古瀬** 「今のアウローラが一番自慢できるのはメンバーだ！」と言えるようになった現時点で、7割は成功した

感覚があります。採用の難易度は高くなりましたが、コミュニケーションを大事にできる人を集め続けたおかげで、組織は本当に良くなりました。

ただ、業績は過去のアウローラをまだ上回れていないので、今の素敵なメンバーや未来のメンバーと、あと1つ2つ柱となる事業を打ち出したいですね。

### 転職せずにやりたいことができる、自由度の高い職場

—— 今のアウローラはどのような会社ですか？

**古瀬** 「成長したい」「輝きたい」と思っている人たちが、ここで働きたいと思うような組織を目指しています。どんなライフステージの人も、何をやりたい人も、自分らしさを共有して、お互いに承認しようと掲げています。

制度面では、残業禁止や1時間単位でシフトを自由に組めることはアウローラの特色です。長時間働くよりも効率よく成果を出して、残りの時間をプライベートとして確保して、発想や知見が豊かになるように使う方が、事業家向きだと僕は思います。アウローラでは、仕事だけでなくプライベートも含めて充実している人を「優秀な人」と定義しています。

また副業にも制限はありません。大概のやりたいことは転職しなくてもできますし、当社以上に自由度の高い職場は無いと思います。

ただ、ミッションを語る機会は多く設けていますし、社会課題の解決に寄与するという方針から外れないようにしています。事業創りでは、収益性以上に「ミッションに対するインパクトがどのくらいあるか」「ユーザーファーストであるか」を意識しています。利益を出すだけであればアウローラでなくても良いので、我々にしかできない我々らしい事業をやるのみです。

—— アウローラは、女性が抱える社会課題解決をミッションに掲げていますが、なぜ「女性」に絞っているのでしょうか？

**古瀬** 僕が起業前から20年間人材業界に携わる中で、根深い課題だと感じてきたからです。女性雇用の問題は長年行政も問題提起しているにもかかわらず、全く解決していない実情を見てきました。いち経営者として、その課題解決に寄与できる事業を打ち出したいというシンプルな思いから始まっています。

もちろん、「女の子の世界を変える」というミッションに対して、一人ひとり捉え方やアプローチの違いがあるのは当然で、社内では考え方の違いを互いに受け入れようとしています。面接でミッションに対する考えを聞くのも、その人なりの意見を知るためです。

一方で「女性」というのは、現在のアジェンダに過ぎないと言えるかもしれません。もし女性雇用の課題が解決されたら、全員で次に解決すべき課題を見つけて、それをミッションとして掲げる

のでしょうね。

### 「楽しい人生」を自分で作り上げよう

—— ミッションへの考え方も互いに尊重しあう組織なんですね。今後の事業展開や組織について、目指していることを教えてください。

**古瀬** 今の働き方や組織の作り方に手応えを感じているので、まずはこの組織を拡大していきたいです。組織を拡げることで、事業を打ち出す速度や頻度を上げられますし、世の中に貢献できることも増えていくと思っています。

一方で、会社として存在意義を世に示すためにも結果を出す必要があるフェーズにいます。多くの成功事例を作って、採用や社風の基盤にしたい。業績を世の中に評価してもらった先に、アウローラの組織のあり方や働き方を参考にしてくれるような企業が増えていくと良いなとも思います。

—— 最後に、新規事業をやりたい学生

に就活のアドバイスをいただけますか？

**古瀬** 就活中ほど、自分の価値観ややりたいこととことん向き合える時間はないと思います。自分の人生のために時間の許す限り悩んで、納得感が高い環境を見つけてください。

アウローラの社員に対してもそうですが、皆さんには楽しい人生を生きてほしいと心から思います。楽しい人生を生きるというのは実は結構難しく、人によって「楽しい人生」は違います。あなたにとっての最高の人生や最高の時間の使い方は、誰かに指示されるものではなく、自ら考えて作り上げるものです。

アウローラには、起業をしたい人、起業を経験した人、元々はコンサルを目指していた人など多様な人が集まっていますし、アウローラで経験を積んで起業する人も応援しています。あなたが「自分にとって最高の人生を歩む」というテーマで色々考えて、もしそれがアウローラと重なるのであれば、最大限アウローラを活用してほしいと思います。



### 株式会社アウローラ

人材事業・教育事業・保育事業など、新しいサービスを創出し続ける新進気鋭のベンチャー。短期的な利潤追求よりも、根が深く難易度の高い社会課題解決を目的とし、新卒社員には「新規事業開発職」への配属を確約。社内には事業開発や起業経験者が多数在籍し、ビジネスを通じて「女性が抱える社会課題の解決」に取り組んでいます。



▲ エントリー詳細



## 成長の鍵は“身の丈を超えた挑戦”。 「新卒からスタートアップ」の選択肢

株式会社 LayerX | 代表取締役CEO 福島 良典

### 「就職偏差値」や「就職人気ランキング」に惑わされるな

——「就活生が最も頭を悩ますのは「企業選び」です。福島さんは、ビジネスパーソンとして早期に成長したい学生はどのように企業を選ぶべきだと考えますか？

**福島** 現時点の評価に惑わされず、これから社会に価値を生み出す企業を自ら見つけにいくべきだと思います。

どの企業を受けるべきか考える際に「就職偏差値」や「就職人気ランキング」を参考にする方もいると思いますが、これらの作成のベースになっているのは、採用倍率や選考難易度、認知度、報酬の高さ、エントリー者数など、いずれも“頭在化している学生目線のファクト”です。一方で、20年ほど前はこうしたファクトに乏しく学生からあまり人気がなかった企業がその後、世界を席巻する企業になった事例はいくつもあります。

このように、既存の評価軸だけでは、

近い将来社会を変える可能性を秘めた企業を見落としてしまう可能性があるんです。表面的な評価軸に惑わされず、これから社会に価値を生み出していく企業を自ら見つけにいくことが重要です。

### 「時間のズレ」に賭けた企業に注目せよ

——「将来社会を変える企業」を見極めるのはとても難しいそうです。どのような点に注目すれば良いのでしょうか。

**福島** 「時間のズレ」に賭けているか、に注目すべきだと思います。

ある時点までは「うまくいくわけがない」と言われていたことが、10～30年後には「正しかった」と言われ社会を変革するということが、これまで何度も起きてきました。

例えば、もしあなたが25年前に戻れるなら、何をしますか？ 私なら「インターネットの検索エンジンを創る」と答えます。なぜなら今から約25年前にGoogleが生まれ、その後Googleの

検索エンジンが世界を変えることを知っているからです。しかし、25年前にその答えを出すことは難しかった。これこそが「時間のズレ」の正体です。

「時間のズレ」とは、今は世に受け入れられていない・注目を浴びていない戦略や事業が、数年後には社会になくてはならないものになること。このズレがある限り、「今」すごい企業ではなく、「10～30年後」にすごくなる企業を見極めることが重要なんです。

そして、スタートアップ<sup>※1</sup>はそういう「時間のズレ」を見極め、未来をより良いものにするために、誰に何と言われようとも強い意志を持って挑戦し続ける象徴的な存在だと思います。日本にはスタートアップによって変えられる未来がたくさんあると思いますし、LayerXはそのうちの1社になりたいと思って挑戦しています。

※1 スタートアップ：一般的に、革新的なビジネスモデルの構築によって、起業から短期的に急激な成長を目指す企業と言われる。

### 仕事の種類と求められる意思決定の違い

	<b>タスク</b>	<b>イシュー</b>
How(解決策)の具体化	されている	されていない
不確実性	低い	高い

不確実な状況下で試行錯誤しながら本質的な課題を解いていくことが重要

### 「身の丈を超えた挑戦」の機会を掴み取れ

——「時間のズレ」に賭けているスタートアップに、新卒で入社するメリットは何だと考えますか？

**福島** 一般的に、新卒では経験できないレベルの成長機会がたくさん転がっていることだと思います。

そもそも成長とは「意思決定を繰り返すことで、職務遂行能力と精神的な強さを得ること」だと考えています。つまり、成長するためには、意思決定の経験値が重要なんです。

そして多くの方は意思決定の“量”を重視していますが、私は意思決定の“質”も重視すべきだと考えます。例えば、結果が予想しやすい(＝不確実性が低い)状況と、予想しにくい(＝不確実性が高い)状況での意思決定では、求められる能力や覚悟に雲泥の差があるのは言うまでもないと思います。

経験すべきは後者ですが、それはどこにでも転がっているわけではありません。「タスク(作業)」ではなく「イシュー(課題)」に向かう過程で生じる、不確実性が高い状況での意思決定こそ、職務遂行能力や精神力が磨かれる成長機会なんです。

当然ながら、そのような意思決定は会社にとって重要な意思決定です。たいていの場合は経験の浅いメンバーではなく経験豊富なメンバーに任せられるため、新卒メンバーは意思決定者というポジションの椅子が空くまで待ってなければなりません。

しかし、「時間のズレ」に賭けているスタートアップでは事情が違います。事業の急成長に比例して重要な意思決定の機会が増える一方で、組織の成長が追いつかないシーンが多々発生します。そうしたギャップにより手付かずの意思決定が生まれ、新卒メンバー

は成長機会として手にすることができるとは限らない

事業成長と組織成長のギャップが大きい会社にはこうした「身の丈を超えた挑戦」ができる機会がごろごろ転がっているの、若いうちから成長したい人はそういう環境に身を置くことをお勧めします。椅子が空くの待つのではなく、椅子が生まれ続ける環境に身を置くべきと言われる所以は、ここにあるのではないのでしょうか。

### 「スタートアップ=不安定」とは限らない

——成長に欠かせない意思決定の経験値を多く積みやすいスタートアップは新卒社員の成長にもってこの環境だと言えらると思います。しかし、「自分はスタートアップでやっていけるのか」と不安に思う人も多そうです。

**福島** みんながスタートアップに行くべきだとは思っていません。向いているのは、早くから経営に関わりたい、あるいは事業責任者になりたいというような人だと思います。

前述の通り、スタートアップは未来を見据え、マーケットにおける「時間のズレ」に賭ける存在です。そこでは、周囲に理解されないもどかしさを抱え、ときに自分の非力さを痛感しながらそれでも前を向き、未来を信じて走りぬく

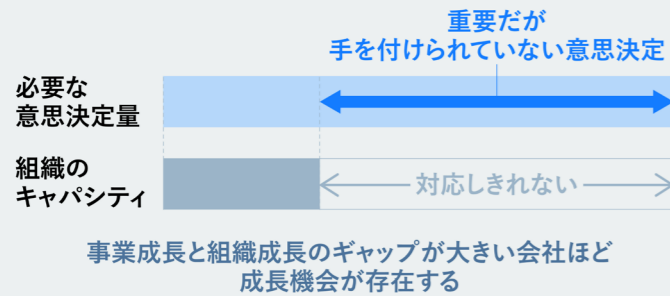


ふくしま・よしのり

東京大学大学院 工学系研究科卒。大学時代の専攻はコンピュータサイエンス、機械学習。2012年大学院在学中に株式会社Gunosyを創業、代表取締役に就任し、創業よりおよそ2年半で東証マザーズに上場。後に東証一部に市場変更。2018年にLayerXの代表取締役CEOに就任。2012年度IPA未踏スーパークリエーター認定。2016年Forbes Asiaより「アジアを代表する30歳未満」に選出。2017年言語処理学会で論文賞受賞(共著)。



## 身の丈を超えた挑戦機会を得やすい環境とは？



強い意思が求められます。若く経験が浅いことは言い訳にできませんが、裏を返せば「若いことを言い訳にしたい人」にはとても向いている環境です。

LayerXにも若いうちから経営や事業責任者を担うメンバーがいます。例えば、三井物産らとの合弁会社「三井物産デジタル・アセットマネジメント」でデジタル投資銀行部門の部長を務める本田英輔は、新卒入社早々、国内で前例の乏しかったデジタル証券化のスキーム構築をリードし、4年目に現在の職位に就きました。執行役員の中村龍矢は、学生時代から創業期のLayerXにジョインし、プライバシーテックやAI、ブロックチェーンに関する研究開発を推進しながら、事業責任者として事業を率いてきました。中村は、2023年にForbes JAPANによる「世界を変える30歳未満の日本人」に選出されています。

高いポテンシャルを秘めたメンバーが事業家や経営者に化けるためには、どのような環境で、どんな権限の与え方で、どんな経験をしてもらうのが良いのだろうかと考えることに、私も多くの時間を使っています。

—— 高いポテンシャルを秘めた人材にとって、LayerXのような抜擢を行うスタートアップは絶好の成長環境だと思います。ただ、スタートアップに対して「給料が低い」「恒常的な長時間労働がある」「倒産リスクが高い」といっ

た不安定なイメージを持ち、飛び込むことを躊躇する人も少なくありません。

**福島** スタートアップは玉石混淆ですが、一概に「スタートアップ＝不安定」であるとは言い切れなくなってきています。

例えば給与面では、国内の有望なスタートアップ78社の平均年収は710万円と、上場企業の平均年収を大きく上回る水準だという日本経済新聞社の調査がありました<sup>※2</sup>。LayerXもこの調査に含まれており、報酬水準は上場企業群と比べても劣らない水準です。

働き方についても、LayerXには「長時間より長期間」というカルチャーがあり、目的のない長時間労働で無理を恒常化させるのではなく、長期間じっくりコミットできる働き方を重視しています。他のスタートアップでも、働く時間や場所を自分でコントロールできる、フレキシブルな働き方を実現している企業が増えてきている印象です。

倒産リスクは、大企業と単純比較すればスタートアップの方が高いことは事実です。しかし、終身雇用の崩壊が叫ばれている今の時代、会社が倒産しなければ「安定」したキャリアを手に入れられるとは言い切れません。そんな現代で個人のキャリアを安定させるためには、会社や時代を超えて活かせる職務遂行能力や精神力を備えている＝自らが成長していることが必要不可

欠なんです。逆に言えば、たとえ入社した会社が倒産したとしても、そこで自分自身が十分に成長できていれば、転職市場でも引く手あまたな人材となれるでしょう。

※2: 日経電子版「スタートアップ、平均年収700万円超え 上場企業上回る NEXT ユニコーン調査」(2023年12月13日公開)

### 産業変革のカギは、若い世代の「感性」

—— ここまでのお話から、福島さんが若手の成長に並々ならぬ想いを持っていることが伝わってきました。なぜそこまで若手の成長を重視しているのでしょうか？

**福島** 今の日本社会には「世代交代」が必要だと考えているからです。

世界的にデジタルトランスフォーメーション(DX)が進んだ中、日本はそこに遅れてしまった。「先進国の中でもIT利用率が低い」と言われ、お世辞にも明るい未来が待っているとは言い難い状況です。

しかしそれは、若い世代が変えられる未来でもあります。ソフトウェア技術を活用して経済活動のデジタル化を進めることで、利便性・効率性が高い社会に創り変え、明るい未来を実現する。その鍵を握るのは、若い世代の「感性」なんです。

—— 若い世代の「感性」が日本のデジタル化の行方を左右する、というのはどういう意味でしょうか？

**福島** Z世代とも呼ばれる皆さんは、デジタルネイティブな感性を自然と持ち合わせています。というのも、幼少期からあらゆるものがデジタル化された環境で生まれ育ち、優れたプロダクトに囲まれて育ってきたからです。

LayerXが対峙している日本のBtoB領域は、「マニュアルを読んでも操作を理解するのが難しい」というプロダクトや、そもそも紙とハンコで業務しているといったDXの課題が残って

## DXに若い感性が重要な理由



います。その理由は、BtoB領域のDX分野において、世代交代がほとんど起きていなかったからだと考えています。

一方で、DXが先行して進んだ海外では、デジタルネイティブな感性を取り入れたソフトウェアが産業に革命を起こしてきました。最近ではSlackやZoomが良い例です。若い世代の新しい感性を取り入れたソフトウェア企業が発展することで、より良い社会に移行していく。このようにして産業変革が起こることを、世界経済の歴史が

証明しています。

—— 「感性」がそこまで重要だなんて、考えたことがありませんでした。

**福島** この「感性」は、後から習得するのはなかなか難しいものです。だからこそ、「良いユーザー体験」が体に刻み込まれている皆さんの感性は、使いやすいサービスを創る上で何のものにも代え難い強みになると考えています。

逆に、経験やスキルは挑戦の過程で会得していけばいいんです。なので、若い方には既存の価値観をアップデー

トしていく変革の波に、もっと自信を持って飛び込んできてもらいたいです。

LayerXは、ソフトウェア技術を活用したスタートアップとして、若い世代の新しい感性を取り入れながら、事業のみならず「新たなスタンダード」をたくさん創出していきます。事業や組織の成長に伴い、皆さんが変革の当事者・意思決定者となるような機会はどんどん増えていくので、惜しむことなく提供していきたいと考えています。

ですので、「新卒だから、じっくり育てます」ということは(良い意味で)しません。そんな環境に興味を持ち、自分や他者の成長可能性を信じ続け、挑戦し続ける人たちを一人でも多く仲間にしていきたいです。

※本記事は、FastGrowの記事「デジタル社会実現のカギは、若い世代の“感性”——LayerXが「身の丈を超えた挑戦」の機会を提供するワケ」(執筆: 落合真彩、写真: 藤田慎一郎)の内容をもとにしています。



### 株式会社 LayerX

Gunosyの創業者である福島良典氏が2018年に立ち上げた、いま最もホットなスタートアップの1社。創業6期目・シリーズAのスタートアップながら、SaaS / Fintech / AI・LLMの3事業を展開。「すべての経済活動を、デジタル化する。」をミッションに、日本の社会課題の一つである“デジタル化”に正面から向き合っています。新たな事業と良質な機会が生まれ続ける環境で、早くから事業責任者や経営を担えるチャンスがあります。



▲ 長期インタビュー

## 文学部出身者が「文系の強み」を活かして IT企業で活躍できている理由

株式会社SHIFT

品質保証コンサルタント 八谷 咲織

### IT企業、職種を選べば 文系は不利ではない

「IT企業では「文系出身者は営業やコーポレートなど、ITに直接は関わらない職種にしか就けないのでは?」というイメージを持つ学生もいます。ぶっちゃけ、IT企業に入社した文系の新卒が活躍することはできるのでしょうか?

**八谷** 活躍できると思います。実際に皆さんが使っているアプリやITのサービスには、文系出身者が数多く携わっています。営業の他にもマーケティング、プロダクトマネージャー、

サービス企画など様々な職種があり、機能改善をはじめITの事業運営を文系出身者が担っています。

もちろん、エンジニアなどのいわゆる技術職は、情報系専攻でプログラミングを学んできた人の方が有利な面はあります。ただ文系でも技術職に進む人もいますし、私の場合はプログラミングをしない職種なので、文系出身であることが不利と感じたことはありません。

プログラミングをしない職種では、内定後にITの知識や資格を習得していくものの、学部や学生時代の経験に

よる差は生まれにくいと思います。私と同じ職種でも文系出身者はたくさんいますし、理系でも化学専攻など、入社時はITの知識やスキルがなかった人も活躍しています。

私自身、文学部出身ですが入社2年目に社内で表彰されました。従業員同士が互いの成果を認め合うアワードにて賞をいただき、自分がチームや会社の力になれていると実感しました。同じ職種で文系出身で、社内で新人賞を受賞した人もいます。

### やりたいことがない就活生に 響いた、代表の言葉

「文系出身者が活躍しているのですね。とはいえ、IT企業の選考にハードルを感じている文系学生もいます。八谷さんご自身は、どのような就活をしていたのですか?」

**八谷** 私は「公益性」と「成長」を軸に、大学2年生の秋頃に就活を始めました。私は昔から他者と競争することよりも、自分も他者も内包した「社会

全体をよくする仕組みを維持・向上させること」に興味を持っていました。

そのため、就活でも「営業成績1位を目指す」といった働き方よりも、自らの思考力や判断力を活かして社会の役に立ちたい、そして社会の役に立てよう成長し続けたいという思いの方が強かったです。

「公益性」の面から、多くの人の生活に関わる金融や不動産、建設、そして国家公務員も視野に、最初は幅広く見ていました。その流れで、現代では社会インフラとも言えるITにも目が向きました。「IT企業の中には技術・開発以外の仕事もあるだろう」と漠然と考えていたので、文系でITの仕事を目指すことに特に不安は感じませんでしたね。

ただ、成長と公益性という軸では当てはまる企業が多すぎて、決め手がありませんでした。「成長して社会の役に立ちたい」と思っていたものの、どの領域で、具体的に何がしたいのか、明確な希望は持っていなかったのです。

しかし、どの会社の面接でも「当社で何がしたいですか?」と聞かれます。明確な答えを持っていないことに焦りを感じていた中で出会ったのが、SHIFTでした。

参加した説明会で、社長の丹下が「SHIFTは元々品質保証をやりたかったわけではなく、社会の役に立てる手段が品質保証だった。何をやりたいかよりも、どうやって社会の役に立つかを考えてきたからこそ、ここまで企業として成長することができた」と話していたのです。

やりたいことがわからず悩んでいたため、「そんな考え方もありなんだ」と胸に響いたのをきっかけに、SHIFTを受けました。

### ITの基準を定め、 不具合ない世界を当たり前

「品質保証」とはどういったもので、どう社会の役に立つのでしょうか?

**八谷** 品質保証とは、ソフトウェアテストやシステム開発工程の改善などを通じて、アプリやWebサービスやシステムが不具合なく、ユーザーにとって使いやすい状態で世に出せるように保証することです。

今や皆さんの生活インフラであるITに不具合が生じると、経済や社会に大きな影響があります。しかし各ITサービスをつくらしている会社が、自ら品質を担保するには限界があるため、知見や事例を蓄積した専門家であるSHIFTがテストや改善を支援し、様々なITサービスが問題なく動くことを支えているのです。

また、品質保証ではITの基準を定めたり、守るための仕組みを整備したりもしています。建築物や食品など人々の生活に必要な事業には必ず「基準」が設けられていますが、ITの世界は歴史が浅い分、基準が未整備だったり、守られないままだったりする部分があります。

多くの人が使う政府や大企業のアプリでさえも、重大なバグやセキュリティ不備があったというニュースを目にすることもいまだに多い。品質保証は、そうした問題が起きないように未然に防ぎ、社会インフラを支えています。

「品質保証やSHIFTは、八谷さんの2つの軸にどのような点で当てはまったのでしょうか?」

**八谷** 私がイメージしていた公益性の高い仕事とは、「世の中にない困る最低ライン」を作ったり守ったり底上げしたりして、セーフティネットになることです。

世の中には「マイナスをゼロにする仕事」と「ゼロをプラスにする仕事」があり、どちらもなくてはなりません。品質保証はどちらかというところ寄り、さらに「ゼロの基準値を引き上げる」役割も担っていると捉えました。こうした点から1つ目の軸である「公益性」と合致しました。

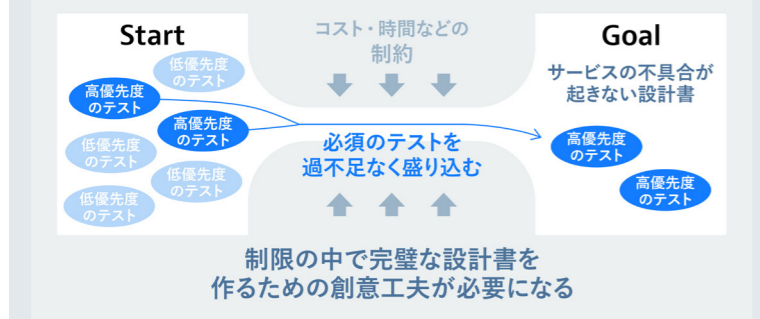
2つ目の軸である「成長」について、企業によってはプロジェクトマネージャー (PM) を任せられるまでに10年ほどかかる場合もありますが、SHIFTの品質保証コンサルタントは早ければ2年目でPMを担うことができます。



やちい・さおり

慶應義塾大学 文学部卒業後、2021年に新卒社員としてSHIFTへ入社。同年6月からサービス&テクノロジー本部 産業流通サービス部にて、大手アパレルメーカーのプロジェクトに従事。入社2年目には社内表彰を受ける。

## テスト設計の仕事のイメージ



そのスピード感に加え、社内研修や検定などの教育制度も整っているため、未経験でもITスキルを高めながら成長できる道筋が見えました。加えて、SHIFTは15期連続で増収を続けていて事業も拡大フェーズにあるため、若手のうちにポジションも上がりやすいだろうと想像できました。

### 「伝える力」が左右する、文系が活躍しやすい土壌

—— 入社後はどのような業務をおこなってきたのですか？

**八谷** 入社後2カ月は研修で、ツールの使い方、プレゼンテーションといったビジネスの基本的スキルや、SHIFT独自のソフトウェアテストについて学びました。

「ソフトウェアテスト」は、数ある品質保証の仕事の1つです。お客様のサービスが世の中にリリースされる前に、ソフトウェアの仕様書を基にテストを設計し、バグがないかテストを実行し、もしバグが検出された場合はお客様に改修を依頼します。品質保証の根幹となる重要な仕事です。

研修後は大手アパレル企業を担当するグループに配属され、テストの実行を学んだ後に、テストを設計する側に回りました。

「サービスを一切不具合のない状態にする」というゴールに向けて、使える時間もコストも限られているため、テストの優先度をつけ、本当に必要なもの

だけを過不足なく盛り込んでいきます。つまり、制限がある中で完璧な設計書を作るための創意工夫が求められるのです。例えるなら、広い道を好き勝手に歩いて良いのではなく、狭い道をなんとか通れるように試行錯誤するような仕事です。

その末に、自分も利用するような大手アパレル企業のオンラインストアが、正常に動いているのを見た時は嬉しかったですね。

—— 段階を踏んで難易度の高い仕事に挑戦できるのですね。しかしITに深く関わる分、本当に文系も活躍できるのか気になります。

**八谷** むしろ「文系だからこそ」活躍しやすいと思う点があります。「言語能力」が求められるからです。

設計書作成に必要なソフトウェアの仕様書は文章で書かれていて、もちろん、それを正確に理解するには前提となるIT知識の習得が必要です。

一方で私たちがアウトプットする設計書は、ITの知識がないアルバイトの方が実行できるような日本語で書く必要がありますし、設計書に関して質問されたり、お客様と連携したりする際は、相手に伝わる言葉で説明しなければなりません。

読んで理解する力と、伝える力が備わっているかどうかで、テストの質やスピードが大きく変わってきます。このように、品質保証の仕事は文系だから

不利なことは一切なく、むしろ「文系を活かせる」場面もあると思うのです。

### 専門性のかけ合わせで、市場価値の高い人材へ

—— 品質保証に関わることで、ITの基本的な知識が得られそうですね。一方で、他に獲得できるスキルの多くはSHIFTでしか通用しないものではないでしょうか？

**八谷** 他社でも通用するスキルとしては、計画的で緻密なタスク管理ができるようになり、プロジェクトマネジメントの基礎を習得しているところです。目先だけでなく、次やその次のプロセスをスムーズに進めるために、2～3カ月先を見据えて上長やお客様と連携しています。

また、品質保証「コンサルタント」という名の通り、お客様のサービスの品質向上に向けたディスカッションや提案なども行います。基本的には現状をヒアリングしてテストプロセスの改善などをご提案しますが、ときにはお客様と異なる視点から意見を出し、議論を尽くすこともあります。プロジェクト責任者を担う先輩の言動を見ながら、お客様と良好な関係を築く術を学んでいます。

—— 品質保証コンサルタントとして経験を積んでいくと、どのようなキャリアを歩めるのでしょうか？

**八谷** 早ければ2年目からPMとしてお客様の支援やプロジェクトの管理を担います。その後は、スケジュール策定からメンバーの工数やアサイン調整なども担当します。

4年目以降は、複数の案件管理をしながら、より大規模な案件や提案活動を任されていきます。本人の希望と適性次第では、DXコンサルタント、営業、エンジニアなど異なる職種に挑戦することも可能です。

どの職種でも、また仮に転職したとしても、「品質保証」の専門知識との

## テスト設計の仕事に必要な能力

### 仕様書を読んで理解する力

仕様書を正しく理解し設計書を作成する

### テスト設計書の内容を相手に伝える力

熟練者でなくても実行できるようわかりやすく書く  
設計書の説明や質問に回答する

### 文系で培われた言語能力を活かせる

掛け合わせで、よりお客様やユーザー目線での貢献が可能になり、市場価値の高い人材になれると思います。

—— PMが不足しているIT業界で、他社では約10年かかる場合もあるなか、SHIFTでは最短2年目でPMになれる程のスピード感で成長できるのですね。キャリアアップの支援があるのでしょうか？

**八谷** 「トップガン」と呼ばれる社内のキャリアUP制度<sup>※1</sup>も、自らの市場価値向上に寄与していると感じます。SHIFTではPM検定や営業検定など、職種ごとに様々な育成カリキュラムと検定があります。検定に合格することで、ポジションが上がったり、チャレンジする領域が広がったりするため、社内制度を使って自ら市場価値を高められるのです。

私もこの検定を次々と受けていますが、今後はPMになって、より成長していきたいため、そのための国家資格取得も視野に勉強しています。

※1: キャリアUP制度「トップガン」およびトップガン検定はSHIFTグループ従業員を対象とした社内制度。

### 「激務は非効率」。市場価値と働きやすさを両立

—— IT業界は激務のイメージがありますが、業務外で資格取得に励む時間があるのですか？

**八谷** 全社的な平均残業時間は月5.48時間(2022年8月期)と、IT業界の中ではかなり短いです。長時間労働は効率が悪くなるので、マネージャーが責任を持って管理しています。

効率的な働き方のおかげもあってか、連結従業員数に占める女性比率は27.8%(2022年8月期)と、IT企業の中では高い水準となっています。年間平均昇給率は10.2%(2022年8月期)



## 株式会社 SHIFT

その常識、変えてみせる。

**SHIFT**

ソフトウェアテスト・品質保証のプロフェッショナル集団として優れたソリューションと膨大なナレッジを持つSHIFT。ソフトウェアテストで培ってきたノウハウと経験を活かし、システム開発からコンサルティングに至るまで事業を展開。2019年には東証一部上場を果たしました(2022年4月からはプライム市場に移行)。ソフトウェアで溢れる社会に安心・安全・快適を届けるために、IT業界の構造改革を成し遂げようとしています。



▲採用HP



## 「元戦略コンサルタント×NRI次期社長」の視点から 紐解く、コンサルタントに求められる価値とは

株式会社野村総合研究所 (NRI)

常務執行役員 柳澤 花芽

### 様々な業界とテーマに取り組む中で、転機となったプロジェクト

—— まずはじめに、これまでのご経歴を教えてください。

柳澤 1991年に新卒でNRIに入社し、最初の10年は主に情報通信業界のマーケティング戦略・CRM※1に関する専門性を磨いてきました。プロジェクトリーダーを多数務めた後、専門性を製造（機械）業界にうつし、中期経営計画策定・グローバル戦略・M&Aなど同業界の中で様々なテーマを経験しました。20年目以降では組織開発・組織風土・人事改革のテーマに専門性を持ち、業界を問わず様々な案件に参画してきました。

コンサルタントとしては1つの領域・テーマを究めるといふより、少しずつ専門性を変えながら様々な領域・テーマに精通してきました。NRIの人事・人材開発を担当後、現在は常務執行役員として、事業戦略、コーポレートコミュニケーション、IRなどのミッ

ションを担っています。

※1:CRM:Customer Relationship Managementの略

—— 情報通信や製造業など特定の“業界”に長い間携わられた後、組織風土改革や人事領域の“テーマ”に専門性を広げたのはどうしてですか？

柳澤 偶然お声がかかって挑戦した大手飲料会社の組織風土改革プロジェクトがきっかけでした。その会社ではグローバル化が進む中で経営陣が海外に目を向ける一方、縮小する国内市場で人員削減や工場閉鎖を経験した営業部隊や工場員の方々の士気が低下してしまっていることが問題でした。現場の方々に仕事に向き合う力を取り戻してもらうため、全国の管理職の方にはほぼ全員にお会いして仕事の意義や組織のミッションについて議論を重ね、中期経営計画や長期ビジョンに反映させることで組織全体の社風を変えていきました。

そのプロジェクトが無事に成功し、徐々に他のお客様からも声がかかるよ

うになり、経営理念の作り変えや長期ビジョンの策定といった領域のコンサルティングを多く経験するようになりました。長い歴史を持つ大企業では、組織階層の上と下のギャップや、創業時の熱い志と現在の気持ちの時間軸でのギャップが存在することがよくあります。ただそのギャップを丁寧に紐解き、離れてしまっている両者を、社史・理念の振り返りや、経営陣と現場の対話によって近づけていくことで組織は非常に良くなります。

業界に特化したコンサルティングを行うこともやりがいが大きかったのですが、私にとっては組織が変わっていく過程を目にすることで感じるやりがいはとても大きく、このテーマにとっても面白みを感じるようになりましたね。

### この道25年のプロが考える、 選ばれるコンサルタントの要件

—— 組織風土はただでさえ目に見えず抽象度の高いものだと思うのですが、外部のコンサルタントに納得度の

高い提案ができるのでしょうか？

柳澤 抽象度が高いからこそ、きちんと問題を定義し、問題を認識させる役割が必要であると私は考えています。組織領域の課題は社内では当たり前で誰も指摘すらしなかったり、そもそもその問題に気付いていなかったりするケースが多々存在します。「なんとなくまくいかない」というお客様の相談から「その違和感はこういったことが問題ではないですか？」と提案することで、お客様自身が問題を客観視できるようにしていきます。この客観視（＝お客様自身が問題を発見すること）こそが、組織が変わるスタートになります。

—— 約25年にわたり戦略コンサルタントとして活躍してきた柳澤さんが考える、クライアントに選ばれるコンサルタントの要件を教えてください。

柳澤 「問題を発見し、戦略を示して、戦略を実行する仕組みを設計し、実際に仕組みを動かす」という一連の流れが全てできるようになってこそ、初めてお客様を良い方向に導けるコンサルタントだと言えます。よく学生の皆さんがイメージする論理的思考力は当然のことながら、ロジカルに構築した戦略や仕組みを相手に伝え、やる気にさせて、実際に動いてもらえ

ないと、プロジェクトは本当の意味で成功とは言えないでしょう。

特に私の場合、様々な領域・テーマのコンサルティングに関わっていたことが非常に良い経験になりました。幅広く経験を積んでいると、あるプロジェクトでお客様に教えていただいたことが、後になって全く違う業界のお客様とやり取りするときに役に立つことがあります。経営層の悩みは抽象的で、悩みの幅も広いことが本当に多いです。自分が持っている引き出しを最大限生かしながら、お客様との対話経験を増やしていくことで、真に解くべき問題を発見できるようになれたと思います。

今まで様々な企業の経営層とお話してきましたが、「何か分からないけど困った時に柳澤さんと呼ばば安心。話すと頭が整理されて、問題点がクリアになるよ」と感謝されたことが多々ありました。ただ相談された課題を解く・仕組みを動かすだけではなく、課題の発見から貢献できたからこそ、プロフェッショナルとしてお客様に認められたと思っています。

### 解くべき課題に錨をおろす。役員の立場からコンサルタントに求めること

—— 人事・人材開発を担った際には、

NRIの組織の課題解決に外部コンサルタントの方と一緒に取り組んだそうですね。組織開発に専門性を持つ柳澤さんなら、コンサルタントは不要ではないですか？

柳澤 確かに仕事のプロセスは同じなので過去の経験が役立っていますが、役員になってみると、人や組織を動かす時の相手が身内に変わり、やりにくいことがたくさんあります。例えば何かを指摘する際も「柳澤さんだって前はこんな考え方でしたよね」と言われるなど、今までよりはるかに多くの不安、不満、反発にぶつかります。

社内にいると様々な雑音が聞こえたり現実が見えたりするので「最初に発見した課題は本当に解くべき課題なのか」がいつ分らなくなることもあります。内情をよく理解できるという意味では有利ですが、自分では客観視しづらく、相手も客観視してくれないのは大変な困難です。

—— 役員の立場で考える、一緒に仕事をしたいコンサルタントはどのような人ですか？

柳澤 問題発見から実際に仕組みを動かす一連の流れが全てできることは前提として必要です。ただコンサルタントの方に期待する一番の役割は、解くべき問題を発見し、そこにしっかりと錨をおろしてくれることです。

これは私自身がコンサルタントの方に支援をお願いするようになって実感したことですが、実は現実の多くのプロジェクトはお客様自身が本質的な課題を見極められないままスタートしてしまうのです。戦略を立てながら、解くべき課題が違ったら戻る、実行段階で新しい問題が出てきたらまた戻る、と反復しながら進むべき方向や大事にすべきことが見えてきて、戦略の確からしさが高まっていきます。

現状の正解を常に疑い、課題を深掘りして本質を追求することに対する耐

柳澤さんがこれまで関わってきた領域とテーマ	領域															
	自動車	エレクトロニクス	産業機械	化学医薬品	機械精密	情報通信	ヘルスケア	食品	流通サービス	金融保険	建設不動産	エネルギー	環境	運輸	教育	行政
中期経営計画策定・経営管理																
事業戦略策定・新規事業開発・M&A																
グローバル戦略策定・海外事業展開支援																
組織開発・風土改革・人事制度																
IR/財務戦略・管理会計改革																
CRM・マーケティング戦略・ブランド戦略																
SCM・物流・流通革新																
業務革新・BPR・システム開発支援																
民営化・PFI・パブリックマネジメント																

久性や許容力があると、よりお客様の信頼を獲得できるコンサルタントになれるのではないのでしょうか。

—— 戦略コンサルタントと聞くとクールなイメージがあったのですが、想像以上に泥臭さやクライアントへのコミットも大事そうですね。

柳澤 確かに、正直私が過去にお会いしたコンサルタントの中には、自分の責任の持てる領域に明確な線引きをして「ここまでしか言えません、やりません」というスタンスの方が多かったのも事実です。人によってスタイルは違うかもしれませんが、NRIのコンサルタントはお客様にとことん付き合う姿勢を大事にしている人が多いです。

当社では企業理念にある「お客様とともに栄える」という考え方を、社員みんなが大事にしています。お客様にただ従うだけではなく、かといって自分たちの利ばかりを考えるのでもない。常に変革のパートナーとしてお客様とともに成長することを意識しています。

例えば、最初に書いた企画書どおりにプロジェクトが進まなくてもみんな嫌な顔ひとつせず企画書を書き直しますし、お客様のために必要な軌道変更や路線変更は厭わず、正しいと思うことをやるというスタンスです。その

ような姿勢の方にぜひコンサルティングしてほしいと私自身も感じています。

### 自由と裁量によって、全員をプロフェッショナルに育てる組織

—— ほかにも、NRIと他のコンサルティングファームとの違いを感じることはありますか？

柳澤 個の裁量が大きい自由な組織である点は、当社の大きな特徴です。一般的な戦略コンサルティングファームでは、入社するとまずはアナリストやアソシエイトとしてリサーチや分析を行い、次にコンサルタントとしてプロジェクトのエグゼキューション、そしてマネージャーやパートナークラスになると顧客開拓・提案営業や対外発信を行う、というように職位毎に役割がしっかりと設計されています。

それに対してNRIでは、ランクによる役割をあまり細かく規定していません。2年目でプロジェクトリーダーを担う人もいれば、3～5年目で営業提案に携わる人もいますし、若手で書籍執筆など対外発信に取り組む人も多くいます。私は通信業界から精密機器の業界にうつる際に、隣の部のプロジェクトに入れてもらいましたが、部を超えたプロジェクトアサインも当たり前

で、若手であっても本人の意志やネットワーク次第で様々なことにチャレンジできる環境です。

—— クライアント開拓や対外発信は、他のファームではパートナークラスの方がおこなう印象です。若手より熟練のコンサルタントが担当の方が効率的だと思いますが、なぜNRIでは若手でもそのような役割が担えるのでしょうか。

柳澤 当社は「大多数のソルジャーとひとりのスターを生み出す」のではなく「全員が一人前のコンサルタントとして社会に出て行って欲しい」と考えています。どんなに若手であっても一人前のプロフェッショナルとして認めているからこそ、年次や役割を理由に本人の可能性に蓋をすることはありません。

また若いコンサルタントに対外的な活動を任せることは、本人にとっても会社にとってもメリットがあります。本人は当然、ストレッチな課題に挑戦することで必死に頑張りますし、対外発信をすると様々な方からお声がかかるようになるので、問い合わせに答えるためにますます勉強する、といった好循環が生まれます。そうして、多くのNRIのコンサルタントが注目されれば、NRI自体のプレゼンス向上にも繋がります。

様々な業務にチャレンジすることは苦勞も多いですが、むしろそれを誉れに思っている人が多いですね。周りには面倒見のいい先輩が多いので彼らからサポートを受けることもできます。みんな後輩想いですが、手とり足とり、というよりは任せながら育てる風土なので、意欲のある若手がストレッチな課題に挑戦できる体制が整っていると思います。

### 自己と他者への成長意欲を併せ持つ人が活躍できるファーム

—— 最後に、コンサルタントを目指す学生へメッセージをお願いします。

柳澤 コンサルタントを志望する人の中には、「とりあえずコンサル」ですこし腰掛けをしてビジネススキルを身につけてから、他の仕事にうつれば良いと思っている方もいるかもしれません。

確かにコンサルティングで身につく

スキルは他のどんな職業でも通用するものですが、お客様に求められる一人前のコンサルタントになることはそう簡単ではありません。皆さんが想像しているほど効率よく学べるスキルではないと思います。ですから、まずは自分がどんな仕事をしたいのか、何にやりがいを感じるのか、どんなことにモチベーションが湧くのか、といったことをよく考えてみてください。

そのうえでコンサルタントを目指すのであれば、本当の課題や根本原因がどこにあるのかを突き詰めて考えることが大事です。これは日常から鍛えられるので、自分自身の日常の不都合や嫌な事象が起きていることの根本原因、どうしたらそれを解決できるのかを考え続けてみると良いでしょう。

NRIという観点でお話すると、自己と他者への成長意欲を併せ持つ人にはとても良い環境を提供しています。

自己成長についてはステップバイステップで何かを習得していくというより、様々なことに挑戦するうちにその中で関連性を見つけ、違うスキル同士を結び付け深掘りしていくことでレベルアップしていけるでしょう。また、NRIのコンサルタントはモチベーションの起点がお客様にある人が多いです。私自身「お客様により良い提案をするために自分をどれだけストレッチできるか」ということを常に意識してこまめに成長できました。こうした考え方に共感できる人はNRIで活躍できるコンサルタントになれると思います。

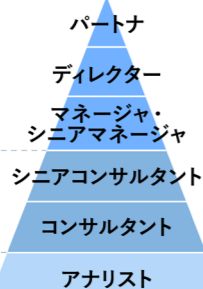
就職活動は、不安になることやつらいこともあるかと思いますが、自分を振り返るいい機会でもあります。適度に息抜きしながら就職活動を有意義なものにしてください。

やなぎさわ・かが

1991年、NRIに新卒入社。約25年間戦略コンサルタントとして中期経営計画策定や経営管理・組織開発・風土改革・IR/財務戦略など様々な領域・テーマに精通。1999年には長女を出産し、子育てと仕事を両立。2015年に部長職に昇進し、2019年には経営役・人事部長。2021年には執行役員に就任し、人事・人材開発、経営企画を担当。2023年4月に常務執行役員に就任し、事業戦略、コーポレートコミュニケーション、IR担当、総合企画センター長。2024年4月に新社長(代表取締役)に就任する。

### 一般的なコンサルティングファーム

・営業  
・事業開発  
・ブランディング

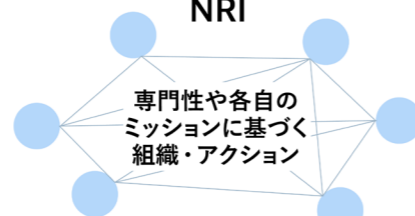


プロジェクトのエグゼキューション

リサーチ・分析

階層ごとのロール・役割に沿って業務を実施

### NRI



ロール・役割を規定せずに、若手から  
・プロジェクトリーダー  
・クライアント開拓  
・対外発信、NRI自体のグローバル化まで

全てを各自の主体性・裁量のもとで行う

NRI

### 株式会社野村総合研究所(NRI)

創業50年以上の歴史を持ち、日本最大級のコンサルティングファームであるNRI。「未来創発」を理念に掲げ、産業や社会のあるべき姿を描き、日本を代表する大企業や官公庁に向けたコンサルティングでその実現を牽引しています。社会的影響の大きい案件に幅広く携われるのが特徴です。また、年齢や役職によらず様々な役割を担える自由と裁量によって、全員をプロフェッショナルに育てる組織風土があります。若いうちから着実に成長したい人には絶好の環境でしょう。



▲ その他の記事

## 日本企業の海外進出にキャリアを捧げる パートナーに聞く、BCGの強みとは

ポストン コンサルティング グループ (BCG) | Managing Director & Partner 荻原 英吾

### 「日本の産業・経済を強くしたい」 思いからコンサルへ

— 現在のお仕事について簡単に教えてください。

荻原 役職はManaging Director & Partnerで、業界で言うと消費財(飲料・食品、日用品など)、機能で言うとマーケティングや海外戦略を専門領域として担当しています。併せて、BCG Japanの新卒採用の責任者でもあります。

— コンサルタントを目指したきっかけはなんですか？

荻原 コンサルタントに限らず、今までのキャリアは全て、日本の産業・経済を強くしたいという思いから選択してきました。

新卒では銀行に就職し4年ほど勤めました。失われた10年と言われる不景気の時代で、自分たちが産業と経済を支えなくてはならないという思いで金融を選びました。

ただ、銀行は資金の融資はできませんが、お金を貸した後に、企業の戦略

策定に深く携わることができず、気がつきませんでした。そこで本当に産業・経済を強くできる場所を考えたときに、たどりついたのが戦略コンサルティングファームです。日本の経済は企業活動の集合体なので、一つひとつの企業が本当に強くなることが、経済を強くすることにつながると思い、それができる業界はどこかと考えた結果でした。

— コンサルティングファームに入社してみてどうでしたか？

荻原 企業の戦略をお手伝いして、その企業の成長を通して日本の産業を強くすることに貢献できたと感じました。当時は日本の自動車メーカーなどが積極的に海外進出、その攻めの姿勢が他の日本企業を勇気づけた時代でした。実はその後ろではコンサルティングファームが海外進出戦略のお手伝いをしており、日本が持つ優れたコンテンツや技術を海外でも展開するサポートしたことで、フラッグシップ企業の創出や、他の企業・産業界を勇気づけることに繋がったという実感

がありました。

その後、日清食品ホールディングスの経営陣とお会いする機会があり、将来の戦略を議論するなかでお誘いいただき、参画を決めました。

### BCGの 圧倒的なプロジェクト数

— 荻原さんは2018年に日清食品からBCGに転職されています。事業会社からコンサルティング業界に戻ったのはなぜだったのでしょうか。

荻原 事業会社は責任もありビジネスとしても面白く、学ぶことも多い一方で、最先端の経営課題や、最新のアプローチに触れ続けることが難しいとも感じました。そのため、事業会社での取り組みが一巡したと感じたところで、コンサルティング業界に戻ることを決めました。

一流の企業を創るためには、最先端の事例や課題・ノウハウを理解したうえで、経営能力と合わせて対処する必要があります。環境の移り変わりが

速い世の中で、多くの企業やトピックスと関わることができるコンサルティング業界が魅力的に感じました。

— BCGを選んだのはなぜですか。

荻原 日本においてBCGの規模は圧倒的で、日本を強くしていくならBCGしかないと考えたからです。日本のトップ企業の多くはBCGのクライアントです。

BCGはプロジェクト数も多く、自分の興味のある分野や専門性を磨けるプロジェクトを希望して選ぶことができます。実際、アサインのタイミングで新規プロジェクトが15～20ケースあるので、BCGのコンサルタントは「この業界に携わりたい」「このトピックスに触れたい」という各自の希望でプロジェクトを選ぶことができます。

### 変わりゆくクライアントの ニーズに応える

— コロナ禍を経て、コンサルティングファームはどのように変化しましたか？

荻原 まず、取り組むテーマが変わってきていますね。企業はこれまでの方針を見直す必要があり、ゼロから戦略やビジョンを再検討する案件が

増えています。

またデジタル領域でもテーマは明らかに変化していて、BCGは既にも取り込んでいます。従来はプロセスやオペレーションの効率化のためにデジタルを活用するという案件が多かったのですが、現在ではデジタルを活用して顧客への提供価値をいかに向上させるかという案件に変わってきています。

BCGは2018年にDigital BCGという組織を立ち上げ、経営戦略を実現するツールとしてデジタルを活用しています。戦略コンサルティングファームのなかでこれほどデジタルに強いファームは他にありませんし、従来のITコンサルティングファームとはアプローチが異なるという点でBCGならではの価値を提供できており、クライアントからも高く評価をいただいています。

### デジタルもグローバルアセットも 最大限活用

— 過去に取り組んだプロジェクトを具体的に教えてください。

荻原 ファッション企業のデジタル化についてのプロジェクトを1つ紹介し

ます。ファッション業界は四半期ごとに新商品を発売するのですが、トレンドが目まぐるしく変わるため売上予測が難しいという課題がありました。

そこでBCGは、Digital BCGのエキスパートと混成チームを作り、戦略策定に取り組みました。Digital BCGはAIなどの仕組みを作り、新しく作る洋服がどれくらい売れるかを予測します。一方でコンサルタントは、そのAIの予測の正確性向上や予測を元にしたプロモーション、店頭での陳列方法など、利益を最大化する戦略を提案しました。

— グローバルなプロジェクトについてもご紹介いただけますか。

荻原 ある化粧品メーカーの海外進出プロジェクトでは、グローバル市場における製品ポートフォリオを作ることに取り組みました。

化粧品の場合、市場の特性や文化的特徴によって、ニーズが大きく異なります。例えば、ポイントメイクは、はっきりとしたメイクを好むアメリカやイギリスなどでニーズが高く、スキンケアはアジアやイタリア・ドイツでよく売れます。各国で様々な成長機会がある一方で

#### おざら・えいご

一橋大学経済学部卒業、英マンチェスター大学経営大学院修士。みずほコーポレート銀行(当時)、A.T. カーニー、日清食品ホールディングス株式会社を経て、2018年にポストン コンサルティンググループ(以下BCG)に入社。日清食品ホールディングスでは経営企画部長、日清シンガポール社長/アジア総代表などを務めた。BCG消費財・流通・運輸グループ、マーケティング・営業・ブライジンググループ、グローバル化戦略のコアメンバー。消費財、ファッション等の業界に対し、マーケティング・営業戦略、新興国を含む海外進出戦略、新規事業、デジタル・トランスフォーメーション、M&Aによる事業拡大などのプロジェクトを手掛けている。



リソースは有限ですから、ターゲットと商品のポートフォリオを適切に決めることが重要であり、極めて難しい意思決定となります。

ターゲットを決める際、まずその企業のブランドが候補の国や地域でどの程度、またどのように認知されているかを調べます。そして、その国の消費者の嗜好と自社の強みがどのようにマッチングできるのかを捉えながら優先順位をつけていく必要があります。

さらには市場を絞り込む上で、カスタマージャーニーも見えていきます。1人の消費者のオケージョン毎のニーズと、そこで提供するべき価値を考えていきます。日本人だけだと分からない部分も多いので、必ず現地のコンサルタントも入り、現地のインサイトを得ながら調査していきます。

— そのプロジェクトでは、海外のコンサルタントも参加したとのことですが、何名のどのようなチーム構成だったのでしょうか？

荻原 日本では4、5人のチームが生まれ、プロジェクトをメインで推進していきます。海外には、地域を絞り込む前の段階で1ヶ国数人ずつ、計5ヶ国程度にプロジェクトに参加してもらい、グローバル全体で総勢20人くらいのチームとなっていました。

他にもデータを集めて分析するナレッジチームや、特定のトピックのアドバイザーとして専門家もプロジェクトに関わります。BCGには全世界で約3万人のスタッフがいて最先端の知見は海外から得ることも多くBCG全体のノウハウをどうレバレッジするかが大切です。

そのため、一定の英語力が必須になってきます。日本だけでは完結せず、海外に出なければならぬ環境になっていますからね。

## 一人ひとりが強みに特化し、“Best of BCG”を提供する

— 改めてBCGの特長、他社との違いを教えてください。

荻原 一言でまとめると、他社に比べて組織力が高いと思います。BCGでは、パートナーそれぞれが個人事業主として活動するというより、クライアント自体はBCG全体のクライアントで、“Best of BCG”を提供するために全社で協力すべきという考え方が根底にあります。社内連携が重要となるため、お互いをよく知り、連携できるカルチャーづくりを大事にしています。

また、人材を健全に活用・育成するために、育成方法やワークライフバランスなどの組織ルールも整備されています。例えば、匿名のアンケートを週次で実施していて、プロジェクトの内容だけでなく、ワークライフバランスに関する質問も行います。そこで「サステイナブルな働き方でない」と答えたメンバーがいた場合、担当パートナーがプロジェクトリーダーに改善を求めます。改善されない場合は、プロジェクトリーダーを変えることもあります。

BCGにとってコンサルタントたちは会社の持つ貴重なアセットであり、マネージャーの運営管理能力の不足で棄損されることは許されないと考えているからです。人によってはやや堅苦しく感じるかもしれませんが、企業の成長戦略としては正しく健全であると思います。社員が、いかに気持ちよく長く働き続けられるかを大事にしています。

— BCGでコンサルタントとして成長するために必要なことはなんですか？

荻原 強みに特化することです。私は、コンサルタントはジェネラリストになるのではなく、専門性を身に付けるべき

だと考えています。

コンサルティングの手法に関する本が多く出版され、誰でもある程度のロジカルシンキングは身に付けることができる今、コンサルティングのスキルはコモディティ化しつつあります。汎用性のあるスキルの磨き込みはもちろん必要ですが、それだけでは十分ではなく、専門性を掛け合わせていかなければならなくなっています。

そのため、すべての能力を平均的に伸ばす必要はなく、強みを伸ばし、弱みはチーム・組織全体で補えばよいと考えています。これは、会社としての規模や基盤があるからできることで、強い専門性を育てることにつながっています。

BCGでは、強みをどのようなプロセスで磨いていくかを大事にしており、入社当初は色々な経験ができるようプロジェクトにアサインします。プロジェクトリーダーは本人との面談の中で、本人にとって伸ばしたい強みであるか、モチベーションを持てるかを必ず確認したうえで、強みを専門性として伸ばすことを提案します。

もちろん入社してすぐに専門性が必要なわけではありませんが、数年のうちに専門性を持つことは重要ですね。

## 強みや価値観、経験のダイバーシティがBCGを強くする

— BCG Globalのパーパスとして掲げる“Unlock the potential”についてお話しいただけますか？

荻原 BCGでの“Unlock the potential”には2つの側面があります。1つ目は“エネイブルメント (enablement)”で、クライアントが新たな能力を開花させていくことを指します。

2つ目は、BCGに参画している人たちのポテンシャルを花開かせるという意味です。BCGの社員自身が能力とスキルを伸

ばし、新しいことができるようになる、尖っている部分が更に尖るといったことですね。クライアントのポテンシャルを解放するためにも、BCG社員が持つ才能を大きく開花させる必要があります。BCGは才能の宝庫で、いろんな才能の持ち主が活躍しています。

— BCGを志望する学生にメッセージをお願いします。

荻原 非連続な市場環境において個人だけで価値を出すのはさらに難しくなっており、多様な人が集まり、ダイバーシティのなかで価値を創造する

ことがより重要になってきています。これまでの経験をもとに、クライアントやBCGのチームに新しい視点を提供できる人にぜひ入社してほしいです。

昨今、クライアントからの問いも非常に難しくなっています。我々のコンサルティングは、立案した戦略をクライアントが実行し、自走いただくところまで支援しますから、次に投げかけられる問いはさらに難しくなります。また、誰も経験したことのない市場環境を前に、単純に過去の知識や経験の蓄積だけでは答えを出せなくなっています。

そのような難しい課題に対して1人で答えを出すことは不可能であり、組織としてのダイバーシティの力が必要になります。単純な性別や国籍の観点だけでなく、強みや価値観のダイバーシティが必要です。多様なバックグラウンドを持つ人たちが集まることで、BCGが強いファームであり続けられると考えています。

様々な価値観を持った皆さんとお会いできることを楽しみにしています。一緒に日本社会の発展に貢献しましょう。



BCG

### ボストン コンサルティング グループ (BCG)

1963年に創設された、戦略コンサルティングのバイオニア。クライアントは、世界トップ500社に名を連ねる企業を中心に、中規模の企業、非営利組織、政府機関など多岐にわたります。「Unlocking the potential of those who advance the world」をパーパスに掲げ、グローバルで多様なに富むチームで、可能性を解き放ち、変革を実現することに情熱を傾けています。



▲ エントリー詳細

## 面接官はココを見る！ 最終面接の突破口

「1次、2次は通過するのに、その先に進めない」  
こんな悩みを抱えている方は、  
面接官の着眼点を理解することが大切です。  
内定に向けて最終面接が近づくほどに  
意識してほしいポイントを、  
大企業からスタートアップまで、  
幅広い企業の採用プロジェクトに携わってきた  
Goodfindセミナー講師の松尾が  
解説します。



松尾 賢人

スローガン株式会社  
クライアントリレーションズ部門 チームリーダー  
一橋大学商学部を卒業後、スローガンに入社。キャリア  
アドバイザー、企業の採用コンサルティング、営業部  
部門長を経て、現在はクライアントリレーションズ部  
門のチームリーダーを務める。自社の採用面接も担当。

### Section 1 最終面接のポイント 「一貫性」

そもそもなぜ、企業は何度も選考面  
接をするのでしょうか。それは、回数  
を重ねることで複数人の視点で評価  
をすり合わせているからです。採用は  
みなさんと企業の将来を左右する大

きな活動なので、評価ポイントのズレ  
や相性といった面接官由来の要素を  
極力取り除いた状態で判断しようとし  
ています。(図1)

1次面接も最終面接も見極めるポ  
イントは大きく変わりませんが、内定  
前の面接だからこそ意識してほしいポ  
イントが2つあります。

1つ目は「一貫性」です。1次～最  
終面接で話す内容がコロコロ変わっ  
ていませんか？1次面接で見せる自分  
と2次面接で見せる自分を極端に変  
えるのはやめましょう。

序盤の面接で話したことは、基本  
的に次の面接官に共有されており、そ  
の場しのぎで発言を変えていくと不審  
に思われたり、就活の軸がぶれた一  
貫性のない人だと思われたりするから  
です。

もちろん、就活中に軸や将来像に  
変化があれば、話す内容が変わること  
もあると思いますが、そうでなければ、  
前回の面接と同じような質問を投げ  
かけられても、同じことを答えて大丈  
夫。どの段階の面接でも自信を持っ  
て話せる、自身の就活軸に紐づいた志  
望動機を伝えましょう。



- |                       |                             |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1 セミナーに参加する           | 5 創業の経緯や、社長の経歴・思いについて調べる    |
| 2 社員と直接話す機会をもらう       | 6 ミッションを深く知るために社長が執筆した書籍を読む |
| 3 企業の就活記事を読む          | 7 事業構想を理解するために、決算資料を読み解く    |
| 4 企業が取り巻く業界を「業界地図」で見る |                             |

図2 企業理解を深めるためのチェックリスト

### Section 2 最終面接のポイント 「深まり」

2つ目に意識してほしいのが自身の  
発言の「深まり」です。事業や社風に  
関して面接で話す際、最終で話した  
内容が一次と同じ粒度であれば、企  
業理解が進んでいない印象を持たれ  
てしまいます。特に志望動機は、企業  
を知れば知るほど、伝える内容に深ま  
りが出てくるはずですが。

最終面接に近づくと、小手先でそ  
の場を乗り切ることはできません。特  
にその企業に対する志望度の高さや  
本気度が見られているからです。企業  
理解が進んでいなければ、思考の浅い  
抽象的な発言しかできず、志望度や本  
気度が低いと受け取られてしまいます。

面接官の質問に対して、しっかりと  
話せるか、アピールできるかという視  
点で答える内容を考える前に、企業や  
業界を十分に理解できているか、あら  
ためて確認することをお勧めします。  
(図2)

また、企業理解の深まりが自然に面  
接官に伝わるのが逆質問です。後半  
の面接になるにつれて、部長や経営者  
が対応することが増えます。上位役  
職者や経営者は、一つの部署ではな  
く企業、業界、社会全体と10年後、  
20年後の時間軸を見ていて、今だけ  
に視点を留めていません。面接を重

ねるごとに企業理解が進んでいけば、  
経営やビジネスに対する理解も増して、  
今後のビジョンや取り組み、若手に  
期待することなど、経営側の視点を踏  
まえた筋の良い質問をすることができます。  
(図3)

### Section 3 面接官の質問意図とは？ 新卒採用の判断軸は 能力と相性

最終面接で大切なポイントとして「一  
貫性」と「深まり」についてお話しした  
が、前提として全ての段階の面接にお  
いて採用すべきかを判断するために見  
られているのは基本的にたった2つ。  
「能力軸」と「相性軸」です。

それでは面接官の意図を探るため  
の2つの軸とは何かを見ていきましょう。  
「能力軸」は、その人が企業でどのよ  
うな活躍ができるか、「相性軸」はその人  
が企業に合っているのかを確認するも  
のです。2軸に基づき面接官が具体

的に確認していることの一例を紹介し  
ます。図4をご覧ください。

能力軸は、多面的思考やロジカル  
コミュニケーションなどのスキル、そし  
て、逃げずにやり切る力などのマインド  
セットを示します。

面接官が確認しているスキルやマイ  
ンドセットについて、裏付けられる自身  
の経験やエピソードを集め、話す内容  
を組み立てていきましょう。

例えば、「学生時代に力を入れたこ  
とは？」という質問。部活やサークル  
などで培った力が仕事にどう活かせる  
のかという経験から得た学びの再現  
性が見られています。経験を話す時  
には、成果に加えプロセスを丁寧に話し、  
自身の持つスキルをしっかりとアピール  
しましょう。例えば、自身で課題を発  
見し、要因を分析して努力するという  
一連の思考と行動を面接官に伝える  
ことで、あなたが自律的に動く人である  
ことをイメージさせることができます。

一方の相性軸では、あなたの将来  
像や今後の働き方を探り、会社の果  
たすべき使命との相性である「ミッシ  
ョン共感」を確かめています。自己PRや、  
働く上で大事にしていることなどの質  
問を通して、社風との相性「カルチャー  
フィット」が見られています。

加えて、「将来何をしたいか」という  
質問では、会社とあなたの方向性の  
一致も大事ですが、就活において自身

### Q. なぜ複数回面接するのか？

#### A. 複数視点で評価したいから



図1 企業が何度も面接をする理由

### どうすれば「深まり」が伝わるか？

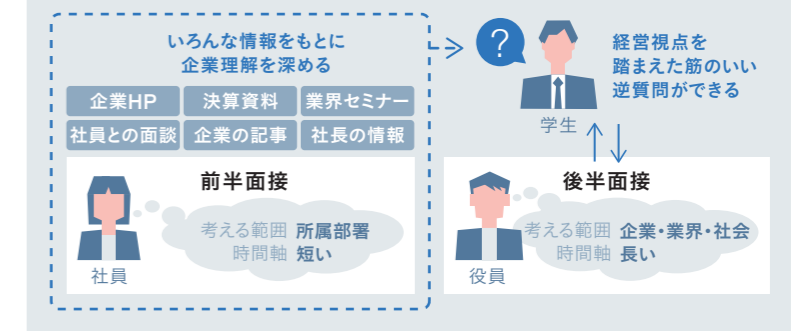


図3 企業理解の深まりを伝える方法



能力軸	1 多面的思考	常識に囚われず多面的に思考し、自分なりの答えを導き出す力
	2 ロジカルコミュニケーション	結論・因果・構造を踏まえて周囲を動かす力。瞬発力もあるとベター
	3 逃げずにやり切る力	困難や逆境で逃げ出さず、最後までやり切る力
	4 ポジティブ能動力	できない理由よりも先に楽しむことを考え、能動的に行動する力
	5 吸収変化力	人からの助言や失敗を受け入れ変化する力
相性軸	1 ミッション共感	会社のミッションと自身の人生がマッチしていること
	2 カルチャーフィット	会社の社風と自分自身がマッチしていること

図4 能力軸と相性軸

の希望に合う道筋を正しく理解し、選択できているかという点も重要です。「20代で事業責任者になりたい」と言っている人が、年功序列の企業を受けているとすれば、ちぐはぐな印象を持たれてしまいますよね。

就活での行動は本音として表れます。就活軸と将来像を照らし合わせた際、受けるべき企業を受けているか、あらためて考えましょう。一貫性やロジックがあることがポイントです。

就活軸を考える際、過去だけを振り返る自己分析をもとに自身の軸を作っていませんか？ 過去ばかりを見て、業種や企業を選ぶことにつながる就活軸を設定してしまうと、なりたい自分とずれた選択をしてしまったり、将来像とかけ離れた道に進んでしまうこともあります。

自身の未来や企業・業界に関する新しい知識に対して、気になったところについて「なぜ気になったのか」を起点に過去を深掘りして就活軸を作り、受けるべき企業を選択しましょう。

Section 4 本命の最終面接に向けて準備しよう

これまでの話から、最終面接に

向けて不安を持った方にぜひ実践してほしい4つのアクションです。

1. 代表登壇や業界研究セミナーに参加

代表登壇のセミナーに行って、面接官である経営者の人柄を理解していると最終面接での心持ちが違います。競合企業のセミナーに行って、広い視野を持って理解を深めていけば面接の場で自然と質問も出てくると思います。Goodfindでもセミナーを開催中です。

2. 一貫性があるか、書き出して確認

自身の選社軸や将来像、志望動機に一貫性があるのか、思考が足りない部分はないか振り返りを。その軸であるべき理由や将来像、志望動機に言語化できていないことはないか、ノートに書き出してみましょう。

3. 抽象的ではない将来像を考える

将来像を話す際には、抽象的になり過ぎないことが重要。具体的に話すようになるのか意識してください。今後変わっていくことがほとんどですので、現時点で思い描いていることを話せば大丈夫です。

4. 面接の場数を踏む

面接の場数が少ない人は見て分かりますし、取り繕ったり一貫性が失われたりするリスクが高まるため、友人と模擬面接をしたり、実践的なセミナーに参加を。ブレない自信は経験から生まれるので、企業を絞らず、面接の機会を逃さないようにしましょう。

補足すると、業界を知るためには企業が開催している説明会に積極的に参加することも大切です。説明会では業界説明をしてくれるところもあり、「その企業に興味がない」というだけで避けるのは勿体ないのです。

もちろん全てのセミナーに行くのは難しく、絶対に興味がない企業の説明会に行くのは意味がないと思いますが、視野を広く持ち、「情報を得るチャンス」はなるべく逃さないほうがよいと思います。

面接全体、そして特に後半で意識すべきポイントも押さえながら、本命の面接に向けて後悔がないようしっかり準備しましょう。



1 サマーインターン 特別選考ルート

戦略コンサルや難関ベンチャーのサマーインターン特別選考ルートをご案内できるのは、長年実績があり、企業から特別に紹介枠をいただいているGoodfindだからこそ。



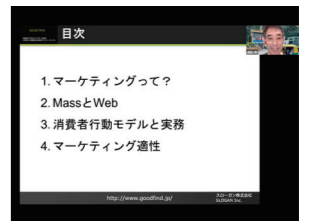
2 セミナー・イベントで 選考対策

Goodfindオリジナルのスキルアップセミナーやキャリアセミナーは20種類以上。総合商社や外資コンサル出身の講師が、皆さんの内定獲得をサポートします。



3 優秀で志高い仲間に出会える

就活生同士はもちろん、内定者や社会人との交流会を定期的に開催しています。同世代の優秀で志の高い仲間や魅力的な社会人に出会える場所です。



▼2025年卒業予定の方

[www.goodfind.jp/2025/](http://www.goodfind.jp/2025/)



▼2026年卒業予定の方

[www.goodfind.jp/2026/](http://www.goodfind.jp/2026/)



## 内定はゴールじゃない？ 入社後活躍するために やるべきこと

内定後に納得できる  
意思決定をするには？  
入社後に活躍する人が  
内定後にしていることとは？

本記事では  
難関企業内定者の相談にのってきた  
Goodfindの  
キャリアアドバイザー経験者が、  
内定後のお悩みに  
ズバリお答えします。



土屋 一倫

スローガン株式会社  
キャリアアドバイザー 兼 新規事業責任者  
東京大学理学系研究科を中退後、スローガンに  
入社。新規事業の立ち上げや、キャリアアドバイ  
ザーとして多くの就活生を支援。現在は、執行  
役員直下で新規事業開発の責任者として奔走。

### Section 1 内定とは、 期限付きのスタートライン

—— 内定をもらった直後に、考えるべきことは何でしょうか。

土屋 まず考えるべきは、いつまでにどうやって入社先を決めるかです。そ

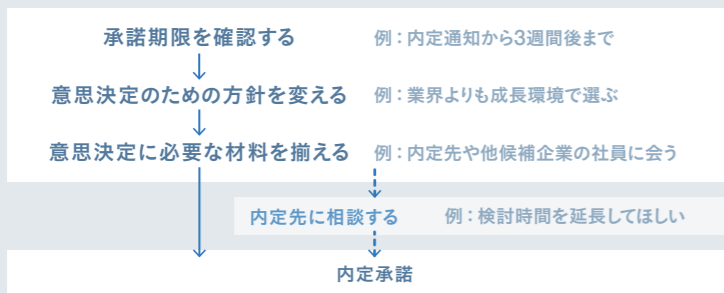
の上で全ての就活生に認識してほしいのは、内定には承諾期限があるということ。日々皆さんから内定報告をいただいた時に「いつまでにどうやって決めるの？」と聞くと、ほとんどの方が「え？ もう決めなきゃいけないんですか？」と言います。

「いつまで」に関しては、内定先の承諾期限を確認した上で設定してください。承諾期限は企業ごとに異なりますが、内定後1週間から1ヶ月の企業が多いです。内定を獲得した、あるいは最終選考に臨むということは、近いうちに入社を意思決定をしなければならないことを自覚しましょう。

複数社から内定を獲得できているのは喜ばしいことですが、問題はどの内定先に入社するかによって、あなたがどれだけ成長できるか、どんな社会人になれるかは大きく変わってくるということです。

納得できる意思決定をするためには、まず方針を決め、次に方針に沿って承諾期限までにもっと社員に会わせ

#### 内定直後にやるべきこと



てもらったり、他の企業を受けきったり、最後に判断するための材料を集めていきましょう。企業に相談すれば承諾期限を延ばしてもらえケースも多いので、もし時間が必要であれば「率直に相談してみる」という選択肢をしっかり持っておきましょう。

### Section 2 内定がゴールのまま 承諾した人の末路

—— 内定後によくある失敗や、気を付けた方がいいことはありますか？

土屋 内定直後はどうしても嬉しさをテンションが上がってしまうので、一回クールダウンすることをおすすめします。内定までに考え抜いた自信がある場合はすぐに承諾しても問題ありませんが、そうでない人が多い認識です。潔くすぐに承諾した人ほど、内定式の後「やっぱり違った」と辞退して就活をやり直したり、入社しても頑張れずに早期離職したりする傾向があります。

また「内定がゴール」という状態で入社を決断するのは避けましょう。内定がゴールになっていると、憧れの企業から内定をもらった途端、舞い上がって他社を受けきらずに決めてしまったり、逆に内定に満足して安易に辞退してしまったりと危うい行動を取ってしまいがちです。その状態では入社後の活躍を見据えた冷静な判断ができません。

ちなみに 入社後に何をやりたいかが見えていないのは、内定がゴールになっている証です。もちろん志望企業から内定獲得できたことは素直に喜んでいいことですが、「今自分は冷静に意思決定できる状態か」をまずは考えてみてください。

### Section 3 企業探しの軸と、 入社先を決める軸は別？

—— では、内定後にはどのように行

動すればいいのでしょうか？

土屋 皆さん悩まれるのは「複数社内定をいただいた中で、どこに決めたいのか」「1社のみ内定をいただいたけど、本当にここでいいのか」ということです。内定先が1社でも2社以上でも基本的にやるべきことは同じです。本当にその企業を選ぶことが自分にとって最善なのか自問自答し、もし何か引っかかるようなら、その理由を探りましょう。

—— 内定後の自問自答は、どのように進めていくといいのでしょうか。

土屋 第一志望から内定をもらった場合は「なぜその企業が第一志望なのか」という理由を確認します。自分の将来ビジョン（やりたいことやありたい姿）と就活軸が合致していたら、その企業に決めていいでしょう。

もし少しでもずれていたら「このポイントは合っていないけど本当にこの企業でいいのか？」と深掘りしていきます。第一志望ではない場合や2社以上内定がある場合でも、基本的には同じように検討していきましょう。

—— 第一志望だったはずなのに、迷いが生じて決めきれないという人もいます。

土屋 第一志望と言いながらも決めきれないのは、その人の就活の軸が、意思決定するレベルまで練りあがっていないからです。でもそれは仕方のないことなんですよ。

最初の頃の軸は「ここなら行ってもいいかも」という企業を探すスクリーニングのためのものでしかなく、多くの人が自分の軸で志望企業を選んでいません。他人が考えた他人の言葉を、自分の軸のように誤認している人がとても多いのです。周りが「自己成長・成長産業・裁量」と言っているのを聞いて、浅い部分での共感を暫定的な軸にして、そのまま選考に進んでいるわけです。

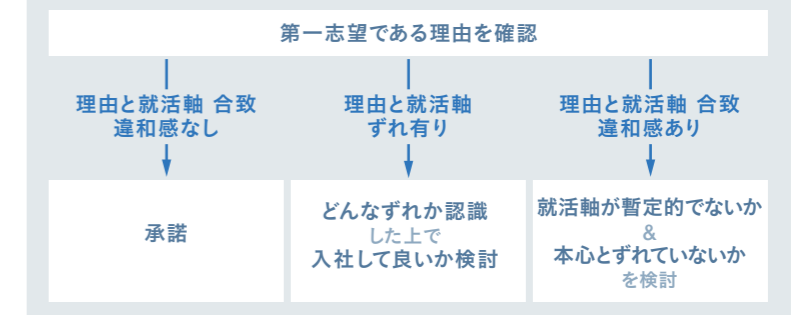
その後は選考が進むにつれて、段々と通過が目的になっていきます。絶対に真似してほしくありませんが、受験対策のごとく過去の通過ESの事例を参考にしながら受かる方に寄せて書いてしまう人もいます。そして徐々に自分の本心とはずれたところに就活の軸が向いていき……最後にモヤモヤとした気持ちだけが残って決断できない人が本当にたくさんいます。

就活当初に借りてきた浅い軸で、幅広い企業と会う機会を増やして情報収集することは必ずしも悪いことではなく、後に軸をブラッシュアップする上で重要なプロセスなのですが、当初の暫定的な軸のまま就活終盤まで進めしてしまうことが問題なのです。

### Section 4 隠れた軸にも向き合おう

—— 違和感があったら本心から軸を練り直すべきとのことですが、どうしたら自

#### 第一志望 内定後にやるべきこと



## 入社先の選び方と入社後の結果

### 総合点で選ぶ場合

成長環境  
ブランド  
給与  
すべて  
捨てがたい

全て良さそうな会社に入社

重視していたことが  
叶いにくい環境だと入社後気づく  
やりがい持てなくなり早期離職

### スタンスを切る場合

成長環境  
ブランド  
給与  
成長環境は  
外せない

成長環境に特化した会社に入社

意思決定を正解にするため  
努力を重ねる  
活躍しやすい

分の本心に気がつけるのでしょうか？

**土屋** 私がこうした悩みを抱えた方と面談した時はまず、「就活初期に捨てたものはありますか？」と聞いています。例えば、会社の知名度は捨てて就活してきたはずが、いざ決める時になって、自分が周囲から知られていない企業に入社したら人からどう思われるかを気にし始める人がいます。そういうものを我々は「隠れた軸」と呼んでいます。

——「隠れた軸」とは何ですか？

**土屋** 隠れた軸とは、無意識に持っていて言語化されていない企業選びの軸で、何らかのコンプレックスにつながっているケースがほとんどです。隠れた軸と向き合っていないと、いくら軸に合っている企業でも、なぜか意思決定するのに疑問や不安が生じてしまい、迷いなく決めることができません。モヤモヤの原因としてよくあるのは、こうした自分のコンプレックスに気づきながらも、それと向き合うことを避けているケースです。

就活は、自分の過去と向き合う絶好のチャンスです。納得のできる意思決定のためにも、自分の挫折経験や目を背けてきたことに向き合って、本当はどんな人になりたいと思っているのかを考え、強み弱み含めてありのままの自分を引き出すことをおすすめします。

もっとも、コンプレックスや自分の内面の課題を、目の前の就活の意思

決定だけで解決できるとは限りません。「どこまでを就活の意思決定で解消していくのか」を意識できている人は、その後入社先に定着して活躍しているイメージがありますね。

また、この内省を一人でやるのは大変なので、いろいろな企業を受けている人な社会人や先輩と知り合って、相談できる関係性を築いてほしいと思います。

### Section 5 入社後活躍する人が、内定後にしていること

——入社後に2～3年目で大役を任されるような人もいます。活躍している人は、内定後に何をしていますか？

**土屋** 第一に、内定承諾するタイミングで考え抜き、スタンスを切った人ほど、活躍している方が多いと感じます。スタンスを切るとは、優先度づけをして大事なことを絞り、それ以外は捨てる覚悟をすることです。そうした人は入社後に自分の意思決定を正解にするために努力を重ねる傾向があります。

逆にやめた方がいいのは「総合点が高いからこの会社を決めました」というもの。スタンスを切らず総合点で決めた人は覚悟がないので、入社後に環境に対して言い訳をする逃げ道が残ってしまい、成長機会を失って活躍しづらいという構造です。そして最終

的には早期離職してしまうというケースをよく聞きます。内定から承諾までにやるべきことをやらないと、本当の天才か、よほど幸運でなければ活躍することは難しいと言えます。

僕の場合はブランドを捨てました。当初は大手コンサルに行こうとしていましたが、事業をつくれる最短の道を選ぶなら、コンサルのブランドと当面の給与の高さは優先度が低いと判断したのです。

「自分のしたい成長＝どんな経験をしてどんな能力をつけたいか」と、そんな自分を評価してくれる会社を選び、それ以外は捨てる決めてスローガンに入社しました。

### Section 6 第三者の力も借り、納得の意思決定を

——最後に、内定した学生や最終選考を控えた学生に伝えたいことはありますか？

**土屋** 自己分析は一人でやるから間違えます。自己分析と聞くと、自分の価値観や定性的なものを客観的に理解することであると、つい曖昧に捉えがちですが、実は自分の現時点での実力を認めたり、自分の現在地を把握することでもあるんですよ。それは純粋に自分だけではわからない構造にあると思います。

ですから、自己分析は先輩や選考で知り合った人事をはじめとした社会人、そして私たちキャリアアドバイザーなどと一緒に、客観的な視点を取り入れながら進めるのが効率的です。

選抜制ではありませんが、Goodfindのキャリア面談でもこうした相談は受け付けていますので、使えるものは使い倒しましょう。納得いく意思決定をして、これから始めるご自身のキャリアを豊かにしてもらえたら嬉しいです。

# Goodfind COLLEGE

社会とキャリアを学ぶ、もう一つの大学

Goodfind College は、本質的な学びのある記事を通じて、学生が新産業領域で自分らしいキャリアを歩むためのヒントをお届けします。



COLUMN

Goodfind 事業責任者が語る「企業の見極め方」



▲記事ページはコチラ

川村 直道

選考を受ける企業を選ぶとき、フィーリングや時代遅れな観点で決めていないでしょうか。新卒採用に約10年携わり、数千名以上の就活をサポートしてきたGoodfindの事業責任者の川村が、企業を見極めるポイントを解説します。志望業界や職種などに関係なく汎用的に使える情報をお届けしますので、皆さんの判断材料の一つとしてご活用ください。

“グローバル化”  
日本で働くから  
関係ない？

COLUMN

織田が解説。会社に依存せずグローバル化を生き抜くキャリアの築き方



▲記事ページはコチラ

織田 一彰

終身雇用の崩壊、少子高齢化、賃金の二極化等、皆さんを取り巻く環境はITの発展と企業のグローバル化によって変化が激化しています。そんな不確実な時代ですが、マクロ経済学の観点で世界を知るとチャンスも見えてきます。グローバルな視点で産業やビジネスを理解するリテラシーを身につけ、組織に依存することなく自らキャリア構築できる力をつけましょう。

他にも Goodfind College では、新しい記事を続々公開中！

転職市場から逆算したファーストキャリアの選び方

プレゼン必勝法。覚えて使えるスライド資料作成術

Goodfind 講師が語る。直感を活かす就活戦略「自分コンセプト」

実績は関係ない？面接官が採用したくなる自己PRとは

etc...

Goodfind College についての詳しい情報は



Goodfind COLLEGE



GoodfindCollege

Goodfind College 運営会社 スローガン株式会社  
www.slogan.jp  
student@slogan.jp

SLOGAN

[東京本社] 〒107-0062 東京都港区南青山2-11-17 第一法規ビル 3階  
[京都支社] 〒604-8006 京都府京都市中京区河原町通二条下る二丁目下丸屋町403番地 FISビル 601

# Tips1

## 面接官の心をつかむ4つの方法

企業側からは、「8割の学生は、話にならない」と言われている新卒採用の面接。

多くの学生が面接官側の視点を深く理解していないために、自分の強みや志望動機をうまく伝えられていない現実があります。

そこで、数々の学生の面接を見てきたGoodfindの講師が、面接において必ずと言っていいほど聞かれる3つの質問を題材に、学生がしがちな「伝わらない答え方」に突っ込みを入れ、「面接官の心をつかむ方法」をお伝えします。



### Goodfind講師陣

- ⑥ 菊池 菜々子 (神戸大学卒、長期インターンを経てスローガンへ入社しセミナー講師を担当)
- ⑥ 世取山 駿 (早稲田大学卒、コンサルティングファームを経てスローガンへ入社しセミナー講師を担当)
- ⑥ 織田 一彰 (戦略コンサル出身、複数のベンチャーの立ち上げから育成に従事)

### 質問1 「学生時代に頑張ったことについて教えてください」

#### ✖ 伝わらない答え方

私は中学から高校の6年間、陸上競技部に所属していました。中学校では県大会に惜しくも届かなかったのですが、高校では県大会で2位の結果を残すことができました。大学に入ってから、スポーツはしていませんが、当時頑張ったことで自信が付き、忍耐力を鍛えられたことが今でもためになっています。

結局、そこから何を学んだかが分からない！



#### ◎ 面接官の心をつかむ答え方

私は中学から高校の6年間、陸上競技部に所属していました。365日、自分が速く走れるようになるためにはどうすればいいかを考え続け、練習も1日も休まずに努力してきました。それでも、中学の3年間は、周囲の皆が県大会以上の成績を残す中、自分だけ県大会予選で敗れるなど、なかなか努力が報われない日々が続きました。しかし、Point① 私は絶対に負けたくないという気持ちを捨てず、改善を積み重ねれば結果が出ると考えていました。

実際に、Point② 周囲で成果が出ている人に、練習の方法や自分の課題点などを常に相談し、徹底的に改善を続けた結果、高校3年生のときには県大会以上の結果を出すことができました。

Point③ この経験から、たとえ成果が出ていないときでも、人から学び、粘り強く改善し続けることで、成果を出せる力が身に付きました。

#### 主張

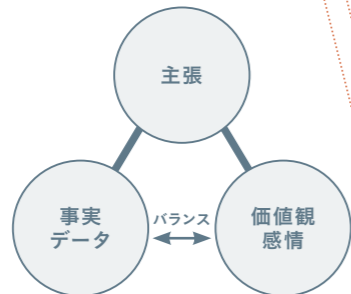
成果が出ないときでも人から学び、粘り強く成果につなげる力がある。

#### 事実・データ

周囲に、練習方法や自らの課題点などを相談し、改善を続けた結果、県大会で良い結果を残した。

#### 価値観・感情

絶対に負けたくない気持ちを捨てなければ結果につながると強く信じている。



#### 面接官の心をつかむ方法1

### 事実と感情のバランスが主張を支える

学生時代に頑張ったことへの回答で、よくある間違いが、ただ頑張ったことの実事を列挙してしまう答え方です。単に「AをしてBという結果になりました」という事実だけを列挙しても、その人の価値観や感情、考え方は伝わりませんよね。かといって、感情的な主張をしても、論理性、説得力に欠けると思われてしまう。つまり、自らの「主張」を届けるためには、「事実やデータ」と、「価値観や感情」のバランスが重要なのです。

#### 面接官の心をつかむ方法2

### 再現性を強調する

面接官が、あなたに学生時代に頑張ったことを聞く理由は、過去の成功体験を入社後も繰り返すことで、会社に貢献してくれるかを知りたいからなんです。そのため、過去の成功体験が、偶然ではなく、繰り返し再現できると思わせることが大事。面接官に、「この人はこういう困難に直面しても、乗り越えてくれそうだな」といった具体的なイメージを持ってもらうことを目指しましょう。

**Point①** 行動や結果の根拠となっている、価値観や考え方を伝える。

**Point②** 事実やデータを因果関係を伴って明確に表現する。

**Point③** 再現性が伝わるように、得られた経験を抽象化し、繰り返し発揮できる能力として語る。

### 質問2 「あなたの長所は何ですか？」

#### ✖ 伝わらない答え方

私の長所は、リーダーシップを発揮できることだと思います。定食屋でアルバイトをしていたときに、来店客のニーズを的確に汲み取り、周囲の人を巻き込むことを通じて、店舗の売上を昨年比で5%上げることに成功しました。

結局、何がすごい!? 数字で表現さえすれば、客観性が担保されるわけではない!



#### ◎ 面接官の心をつかむ答え方

私は細かい気配りや観察に基づいた企画提案力に強みがあります。定食屋でアルバイトをしているときに、お客様の様子を細かく観察することを意識し、Point① 多くの女性やお年を召したお客様が、食べきれずに残すのを見て、少量のメニューにニーズがあるのではないかと考えました。そこで、店長にハーフサイズのメニューをつくることで、客単価が下がったとしても、客定が伸びることで総売上が向上する可能性を提案しました。

実際にハーフサイズのメニューはとても人気となり、Point② 何カ月も昨年比10%減という売上減少が続いていた店舗で、特に広告を増やしたりすることもなく、最終的に昨年比5%増の売上を達成することができました。

### 質問3 「志望動機を教えてください」

#### ✖ 伝わらない答え方

経営者である父の影響が、物心ついたころから、私は経営者に憧れていました。将来は、父のような経営者になって、会社を大きくし、一人でも多くの人に良い影響を与えられるようになりたいと思っています。そのため、貴社のような会社で働くことを通じて、ビジネスを理解したいと思い、志望しました。

経験と動機づけの関係が曖昧過ぎて説得力が無い!



#### ◎ 面接官の心をつかむ答え方

幼少期に大きな地震があり、多くの被災者が私の住んでいる街に移入したとき、経営者だった父は、積極的に従業員として被災者を受け入れ、さらに必要としている物や困っていることを解決できる事業を立ち上げました。そのときの、事業を通じて地域や人々の生活を支えていた父の姿が今でも忘れられません。

そのときから、Point① 経営者としての父に敬意を抱き、私も社会に貢献できる経営者になりたいと思うようになりました。御社は、これまで困難だった離島や限界集落への生鮮食品配達サービスや、高齢者向けの安否確認サービスなどを立ち上げ、Point② 常に社会的課題を事業を通じて解決されてきたかと思います。さらに、そうした事業の成長過程で育った人材を積極的に起業家として輩出し続けていらっしゃいます。

Point③ 私も、御社の事業に貢献することで、自分自身も将来社会に貢献できる経営者になればと思います。御社を志望いたしました。

#### 面接官の心をつかむ方法3

### 具体性と客観性を追究する

面接において、あなたの「当たり前」は、通用しないと思ってください。そもそも、あなたはなぜ「売上を5%上げたこと」を成功だと思っているのでしょうか?

例えば、あなたが関わる前から売上が継続的に向上していた店舗であれば、あなたの貢献は希薄かもしれない。もしも、広告施策を行った直後に5%しか伸びがなかったのであれば、成功とは言えない。そう考えると、伝えるべき前提が多々あることに気づきますよね。

自分の前提と相手の前提が異なることを認識した上で、店舗がどのような状況だったか、どのように行動し、結果何が起きたのかを具体的に客観的に述べなければ「5%の売上増の価値」は伝わらないのです。

**Point①** 自分の強みが、自らの思考と行動においてどのように発揮されたのかを、具体的に示す。

**Point②** お店の状況を説明することで、あなたの取り組みの成果に客観性を持たせる。

#### 面接官の心をつかむ方法4

### 自分と企業のありたい姿を重ねる

志望動機を語るには、当然企業の強みや事業の特徴などを理解する必要がありますが、そうした客観的な事実は、他の学生にとっても同様に事実であり、とすれば皆と同じ志望動機を語ることになりかねません。

志望動機において、「あなた自身」がなぜその会社を志望するのかを語るには、「自分自身がどうありたいか」と、志望する会社が「どこに向かって企業経営をしているか」を重ね合わせ、語る必要があります。

自分と企業のありたい姿、実現したい世界観が重なっていることが強調されれば、「あなた自身」が、その会社にとっても大切な人材であることが伝わるでしょう。

**Point①** 自己分析を通じて明らかになった「自分が大事にしている考え」を明確にする。

**Point②** 企業分析を通じて得られた「企業が実現しようとしている世界や価値観」を整理する。

**Point③** 「自分」と「企業」の向かう先、目指している方向が重なっている部分を強調する。

# Tips2

## グループディスカッションですぐに使えるフレームワーク&数字集

グループディスカッション、グループワーク、コンサル業界のケース面接など、就活において「何らかの課題を、グループまたは個人で検討し、解決策を示す」という選考を避けて通ることはできません。そこで、検討課題の全体像を捉え、効率的に検討を行うために使える「フレームワーク」と「覚えておくとい数字集」をご紹介します。

【Goodfind 特別編集】  
これだけは押さえておきたい 31のフレームワーク



Goodfindが独自に編集した「これだけは押さえておきたい31のフレームワーク」をWebサイト上で公開しています。もっとフレームワークを知りたい、という方はぜひご覧ください。

### フレームワークはいつ使う？

グループディスカッションやグループワークにおいて出題される問題に対して解決策を示す代表的なプロセスとしては、以下のような流れがあります。



(例) ラーメン屋の売上改善 ..... フレームワークを使う



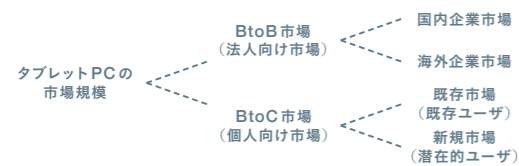
フレームワークは、複雑で全体像の見えにくい課題に対して、全体像を定義し、その後の検討を効率的、効果的に行うための整理として「課題の構造化」を行う際に用いられます。

### 基礎編

フレームワークという複雑な図や概念をイメージする方が多いかもしれませんが、しかし、フレームワークの基礎は簡単な構造を作ることであり、決して難しくはありません。基礎編では簡単に使える基本的な方法をご紹介します。

#### 反対の概念

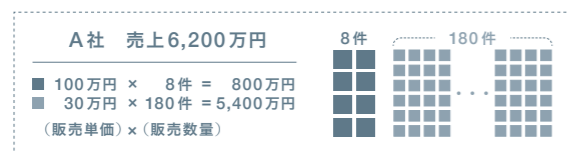
例題 タブレットPCの市場規模は？



物事の全体像を捉え、構造化するための基本的な手法は、「2つに分ける」ことです。内部/外部、既存/新規といった対になる概念は非常に多く、ほとんどの物事は何らかの方法で2つの概念に分けることができます。さらに2つずつに構造化すれば、曖昧な全体像を簡単に4つに構造化して捉えられます。

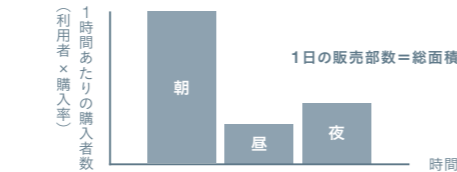
#### 掛算に分解

例題 A社の売上を増やす方法を考えてください



#### 時間・順序

例題 新宿駅の売店で1日に売れる新聞は何部？



多くの物事は時間軸で進行しており、時間による影響を受けています。課題を時間軸に沿って分割する構造化の手法は、非常に多くの問題に適用可能です。他にも、PDCA (Plan, Do, Check, Action) や、起承転結、年代別なども、時間や順序を用いた構造化の手法と言えます。

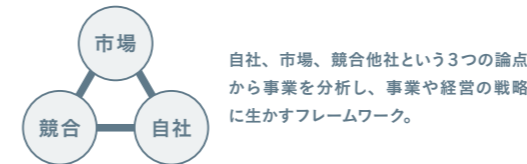
量を扱う場合には、全体像を掛算に置き換え、構造化できます。例えば、売上は「販売単価」×「販売数量」で整理することができます。また、消費側から見ると「顧客数」×「購入頻度」×「1回あたりの購入量」といった構造化も考えられます。

### 応用編

応用編では、ビジネスの領域で先人が考案した考え方をいくつかご紹介します。フレームワークは決して「覚えて使う」というものではありません。あくまで、あなたが課題に向き合い、構造化の方法を考える際の足掛かりとして参考にしてください。

#### 3C分析

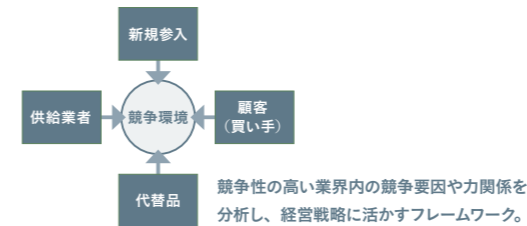
例題 国内市場シェア2位のカメラメーカーの今後の成長戦略を考えてください



- Customer (市場)**  
自社製品を購入する潜在的顧客の規模、属性、ニーズなど
- Competitor (競合)**  
競合する要因、強み、弱みの違い、競合他社の有する経営資源など
- Company (自社)**  
売上、利益、資金、人材、知財、ノウハウ、生産設備、ブランドなど

#### 5フォース分析

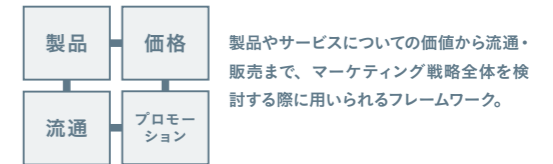
例題 成長が鈍化した国内牛丼市場においてシェア1位の企業の今後の経営戦略を検討してください



- 内部要因**  
供給者の交渉力 (例: 牛肉の輸出企業の交渉力)  
買い手の交渉力 (例: 消費者の選択の自由度)  
競争企業の関係 (例: 競合する牛丼チェーン店)
- 外部要因**  
新規参入の脅威 (例: 新規の牛丼市場への参入者)  
代替品の脅威 (例: パスタ、豚丼などの代替品)

#### 4P分析

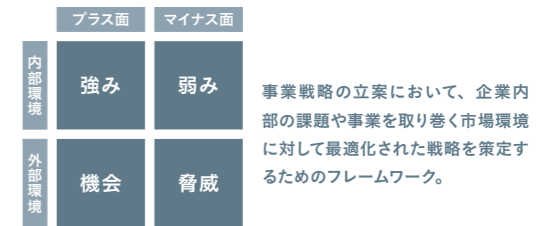
例題 消費材メーカーA社が新しく20代向けに検討しているシャンプーのマーケティング戦略を検討してください



- Product (製品・サービスの価値そのもの)**  
例: パッケージや香りに訴求ポイントを特化
- Price (販売価格、支払条件、割引率など)**  
例: 低価格戦略
- Promotion (広告、プレスリリースなどのプロモーション手法)**  
例: SNSにおける口コミを拡大する戦略
- Place (販売場所、物流、在庫などの流通関連)**  
例: 20代顧客の多いコンビニを重視

#### SWOT分析

例題 世界第3位のエアコンメーカーが南米及びアフリカへの事業展開を検討しています。最終的な意思決定を行うために検討すべき論点を整理してください



- Strengths (強み) ... 強みとなる社内の条件**  
南米やアフリカなどの気候にも対応できる技術力
- Weaknesses (弱み) ... 弱みとなる社内の条件**  
低価格帯のエアコンを製造する製造力
- Opportunities (機会) ... 組織外部の事業機会**  
南米、アフリカにおける家庭用エアコン市場の拡大
- Threats (脅威) ... 組織外部の脅威**  
世界第2位の競合による南米メーカーの買収・進出

### 覚えておくとい数字集

フレームワークで構造化を行い、実際に市場規模を考えたり、売上の向上を検討する際に、議論や検討をスムーズに進めるために覚えておくとい、代表的な日本国内の数字をご紹介します。

・人口	… 約1億2,445万人	・外国人人口	… 約307万人	・人口密度	… 約338人/km <sup>2</sup>
・就業者数	… 約6,700万人	・世帯総数	… 約5,200万世帯	・実質GDP	… 約549兆円
・未就学児 (0～5歳)	… 約510万人	・核家族世帯	… 約3,100万世帯	・スマホ保有率	… 約87%
・大学生	… 約290万人	・平均世帯人数	… 約2.4人	・コンビニの数	… 約56,000店舗
・高齢者 (65歳～)	… 約3,600万人	・平均年齢	… 約47歳	・企業の数	… 約370万社

# Tips3 普通の業界研究・企業分析では分からない、志望動機の磨き方

就活生が志望領域を選択するために、必ず通る業界研究・企業分析。なぜ、その業界なのか、なぜその企業なのかといった志望動機を説得力をもって語るためにも、理解を深める必要があります。どのような分析をすると、より良い志望動機を語れるようになるのか、という観点から、その方法をご紹介します。

## 未来を捉え、業界を理解する

### ✖ 普通の業界研究

まずは業界内の主要企業の特徴、業種、商流(ビジネスの流れ)を理解しましょう、というものが多くは多いです。金融業界の場合、「銀行、信託銀行、信用金庫、証券、保険、リースなど、さまざまな業種があり、銀行業の中で見れば、本社、支店、審査、投資銀行、為替取引などさまざまな役割があり、A社はここが強く、B社は弱い」、そんな業界研究が普通の業界研究です。



業界の未来を理解するにはどうしたらいいでしょうか。未来について考える方法はいくつかありますが、ここでは株価や成長率を例としてご紹介します。株価は、現在だけでなく、未来に対する期待値が織り込まれた先行指標ともいえるものです。株価を知れば業界がどのように変わっていくのかも見えてきます。

例えば、世界の時価総額ランキングの変化をみると、2005年には石油会社とメーカーがそれぞれ3社を占めていたのに対して、2020年現在では、IT系のテクノロジー企業が7社を占めるようになってきました。2000年代は膨大な人口を有する中国の旺盛な需要に支えられて経済が伸び、資源の価格が上がったんですね。このトレンドは2008年のリーマンショックまで続き、その後スマホが普及したあたりからIT系がたくさん出現してきました。このように今後、より社会に大きな影響を与えていくことが予想されている産業が変化している、ということが読み取れます。株価以外にも、企業の成長性を捉えたランキングも、企業の未来を捉えるための先行指標として役立つでしょう。急成長している企業は、必ず経済のニーズに応えることで成長を遂げています。なぜ成長しているかに着目すれば、世の中の変化に沿ったビジネスの未来が見えてくるはずですよ。

### 世界の時価総額ランキングの変化

2005		2023	
1位	ゼネラル・エレクトリック	アップル	アップル
2位	エクソンモービル	マイクロソフト	マイクロソフト
3位	マイクロソフト	サウジアラムコ	サウジアラムコ
4位	シティグループ	アルファベット(グーグル)	アルファベット(グーグル)
5位	BP	アマゾン	アマゾン
6位	ロイヤル・ダッチ・シェル	エヌビディア	エヌビディア
7位	プロクター・アンド・ギャンブル	メタプラットフォームズ(フェイスブック)	メタプラットフォームズ(フェイスブック)
8位	ウォルマート・ストアーズ	パークシャーハサウェイ	パークシャーハサウェイ
9位	トヨタ自動車	テスラ	テスラ
10位	バンク・オブ・アメリカ	イーライリリー	イーライリリー

世界の時価総額ランキングの変化(2005年12月中旬、2023年10月時点)

### 志望動機の磨き方1…未来を捉える

業界内の常識や現状を詳しく知れば、面接官から見て「よく調べて、理解しているね」と思ってもらえるような会話ができるようになるでしょう。でも、そんな知識は、仕事を始めて1年もすれば誰もが知ることになる「現実」にすぎないですよ。企業で働いている面接官が、日々の仕事において向き合っているのは「何が今後のビジネスの課題なのか?」、「それをどのように解決し、どのように会社を成長させていくのか」ということ。

それに、当然ですが採用面接は「現状に詳しい人」を探すのではなく、「未来の課題を共に解決していく仲間」を探すために行われているわけです。業界研究や企業分析とは、過去や現在に対する理解をベースにしながらも、業界や企業の課題や未来像を把握し、自分自身がどのような役割を果たしているのかを考えることなんです。

### 成長率から未来の変化を読み取る

[ ] 収益成長率(単位%)

1位 [2525.7]	株式会社 BEL AIR SaaS事業(人材派遣管理システムJobsの販売)、SI(DX)事業
2位 [2327.6]	株式会社 Sparty パーソナライズを基軸としたD2Cブランドの企画・販売
3位 [1660.9]	SheepMedical 株式会社 歯科矯正用透明マウスピースおよび未病関連サービスの展開
4位 [932.5]	AI inside 株式会社 自社開発したAI-OCR等のAIプラットフォームを提供
5位 [796.2]	株式会社ホープ アプリやWebメディアの運営を通じて地域と行政をつなぐ
6位 [619.2]	株式会社ヤマップ 登山アウトドア向けWebサービス・スマートフォンアプリ
7位 [569.5]	株式会社 Crunch Style 「ブルーミー」は、日本初・最大規模の花のサブスクサービス
8位 [540.6]	株式会社ジグザグ タグ1行、最短1日で海外対応できるカンタン越境ECサービス
9位 [449.2]	株式会社スタメン SaaSモデルのクラウドサービスの企画・開発および提供等
10位 [447.0]	株式会社 Amazia マンガアプリの企画・開発・運営

日本テクノロジー Fast 50 2021年版(デロイトトーマツ)

### ◎ 磨かれた志望動機(例:金融業界)

Point① 高度経済成長期に経済の拡大に伴って成長した日本の金融業は、今後日本の人口や経済規模が小さくなっていく中で、国内での成長を実現するのは難しいかと思えます。

一方で、これまで古い規制や仕組みに守られてきた Point② 金融業界は、ブロックチェーンやCtoC決済など、テクノロジーによって大きくビジネスモデルを変えつつあります。近年、金融×ITの領域で成長企業が資金調達をする例も増えていると聞きますし、Point③ この領域は、これから急成長し、新たなインフラになっていくのではないかと思えます。私自身もテクノロジーを用いて、誰もが使える効率的な社会基盤の構築に貢献したいと考えており、未来の金融を創造していく御社を志望いたしました。

Point ① 自分がその業界の過去、現在、未来をどのように捉えているのかを示しましょう。

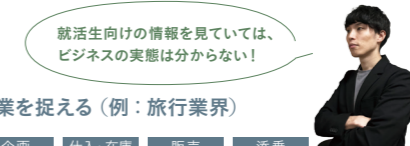
Point ② 志望する業界や企業の今後について、自分がどう可能性を感じているか具体例を交えて明確にしましょう。

Point ③ 業界や企業の未来と、自分自身が実現したい価値観や世界がどう重なるかを伝えましょう。

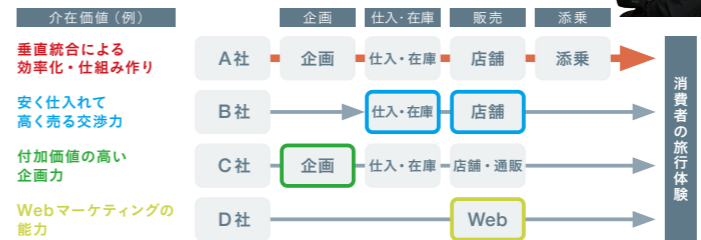
## 介在価値を見極め、企業を理解する

### ✖ 普通の企業分析

企業分析というと、商品について企業のWebサイトや説明会などで理解を深める、企業の歴史や業界内の他社との違いについて出版物を読む、OBOG訪問をして企業の文化や価値観を知る、といった場合が多いでしょう。



### 働く人の介在価値から業界・企業を捉える(例:旅行業界)



志望する業界内の代表企業を抽出し、「どのようなプロセスで商品が供給されているか」や「あなたが仕事をする際の介在価値」を書き出してみましょう。介在価値を明確にするには、その企業の優位性やビジネスモデルの特徴を深く理解することが欠かせません。また、こうした理解を得るには、株主向けIR資料やビジネス誌など、社会人向けの情報に日々触れ、就活生向けの情報だけに頼らないことが肝心です。

### ◎ 磨かれた志望動機(例:旅行業界)

私は、Point① 自分自身が旅行を通じて重要な価値観を形成した経験から、旅行に対してハードルを感じてきた人に旅行体験のきっかけを与えられる機会を創りたいと思っています。これまで、鉄道や飛行機、雑誌やWebといった進歩により、距離は縮まり、情報はより身近になっていますが、Point② 今後も最適な旅行プランを導く人工知能や、VRによる宿泊施設の内覧など、大きな可能性があると考えています。

Point③ 私自身も、そうしたイノベーションに貢献したいと考えており、高い技術力を強みに潜在的な旅行者を対象とした独自のビジネスモデルを築いている御社を志望します。

Point ① 自分がどのような介在価値を發揮することで、企業に貢献したいのかを伝えましょう。

Point ② これからその業界や企業において自らの介在価値が發揮される余地があることを示しましょう。

Point ③ 自らが介在価値を發揮したいと考えている課題に企業自体も注力している点において志望度が高いことを強調しましょう。