



リクナビ 2025

天白
文系学生

リクナビ副編集長が教える
天白CP文系学生のための
本選考に繋がる
ホントの志望動機の極意

株式会社 リクルート

お客様や、提供している商品、
提供プロセスにも違いがある

A社

- 月給20万円の営業職
- 商品単価：1万円
- 営業目標：1万個
- 購入頻度：半年に1回
- 顧客：20代の若者

B社

- 月給20万円の営業職
- 商品単価：1億円
- 営業目標：1個
- 購入頻度：30年に1回
- 顧客：官公庁

気になる・応募したい企業が増えてきたものの
志望動機の作成に難しさを感じている



志望動機の整理の
仕方がわからない

書くことがなくなって
指定の文字数に
全然足りない



選考担当者は 「応募学生の意欲と選択理由」が知りたい

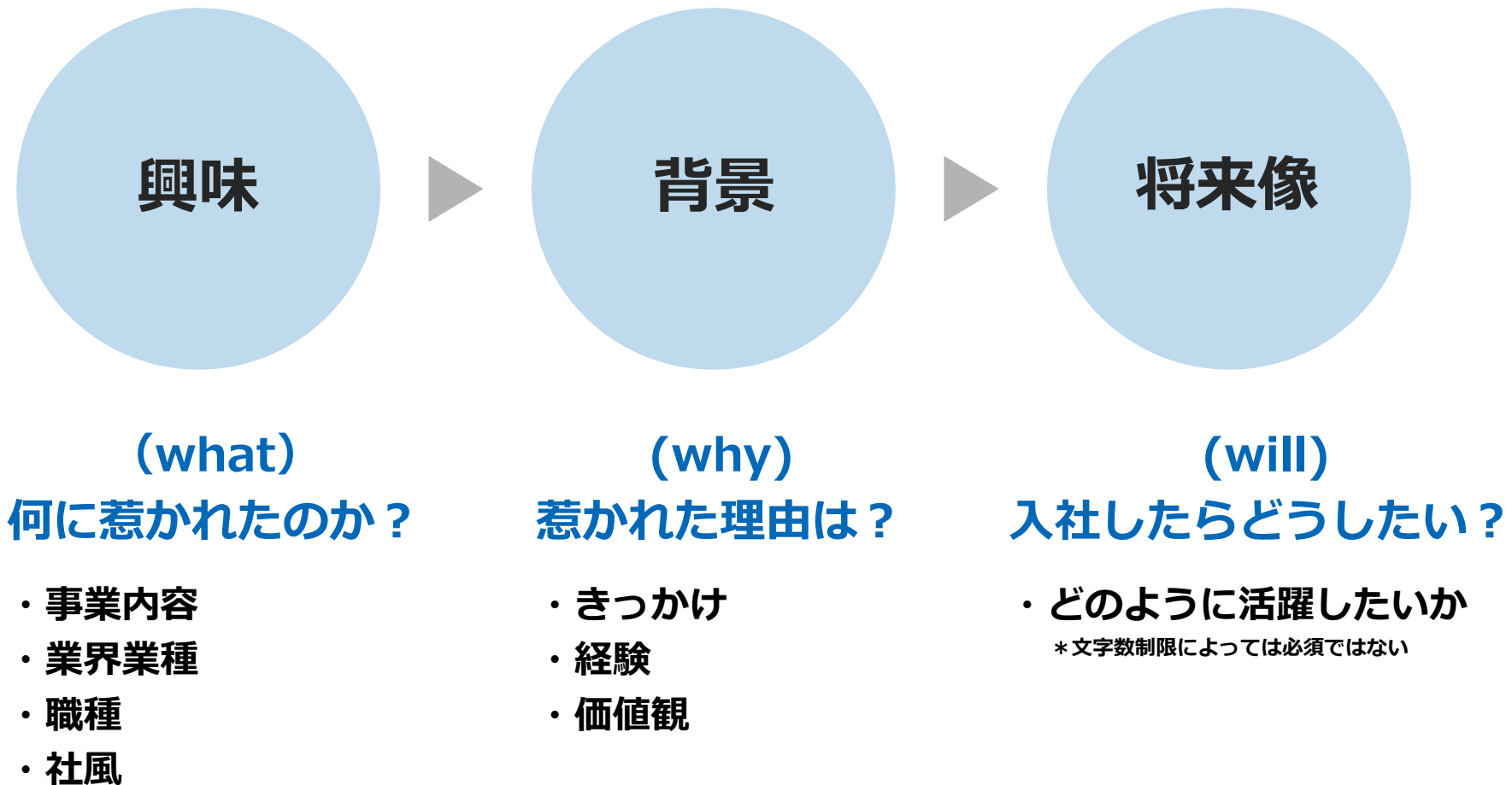
貴社の〇〇に興味
を持ちました。
入社して××の強みを
活かしたい！

学生

本気で入社を志望
してくれていそうだな

企業

本気度を推測



パターン 1

自己分析が不十分で、
「自分の仕事選びの軸」を整理できていない

パターン 2

企業研究が不十分で、
「企業の事業内容・風土」を把握できていない

パターン 3

「その企業の志望理由」になる接点が見いだせていない

「自分の仕事選びの軸」と「企業の事業内容・風土」 の接点を企業に伝えることが大切

自分の 仕事選びの軸

- ・何がしたい？
- ・何ができる？強み弱みは？
- ・どんな働き方がしたい？
- ・誰とどのように関わりたい？
など

接 点

企業の 事業内容・風土

- ・企業理念・ビジョンは？
- ・どんな仕事内容？
- ・どんな風土なのか？
- ・待遇(給与・休暇等)は？
など

本日お話しすること

～志望動機の極意①～

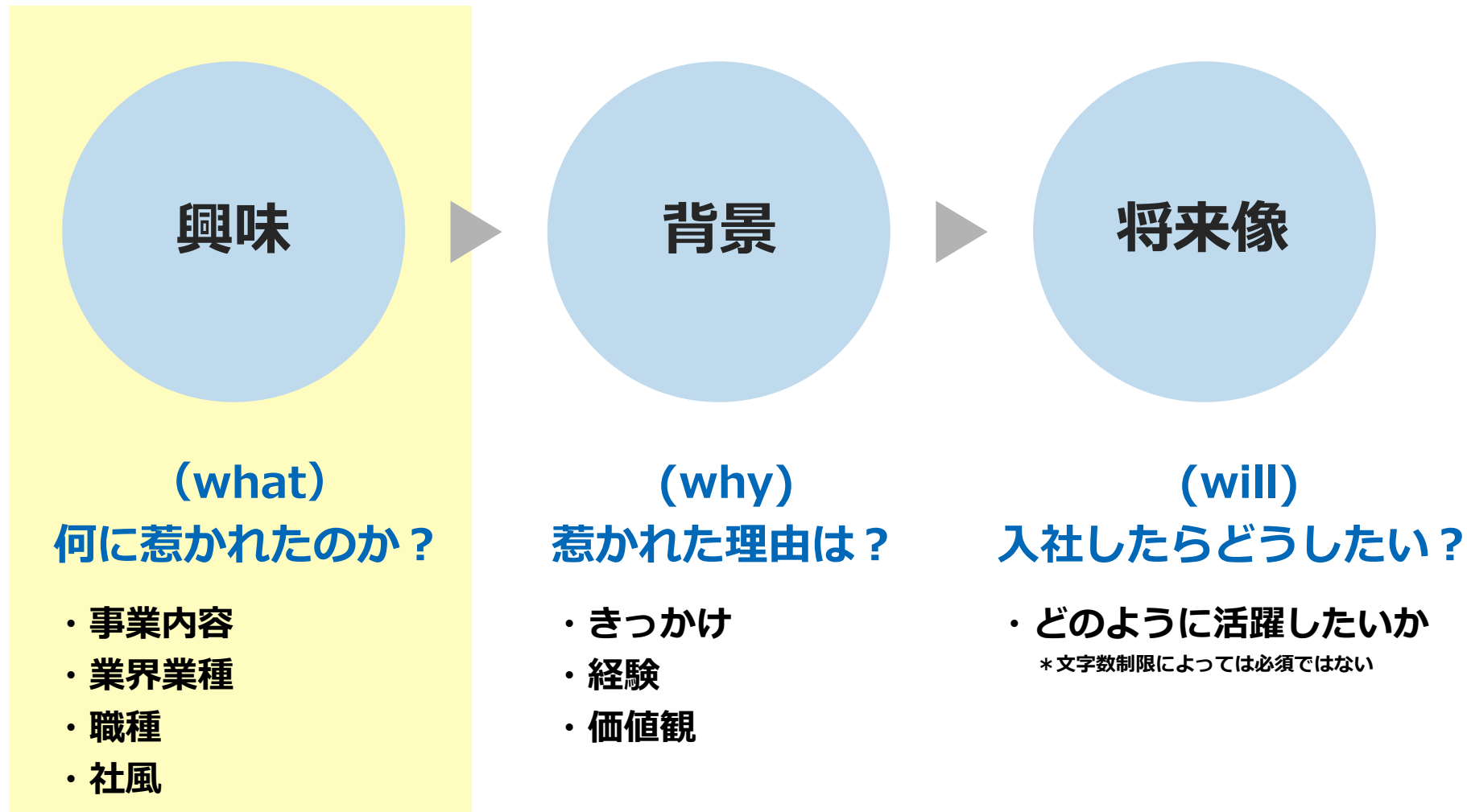
【業界/企業研究編】志望企業の強みを捉える

～志望動機の極意②～

【自己分析編】「自分軸」を伝える自己分析

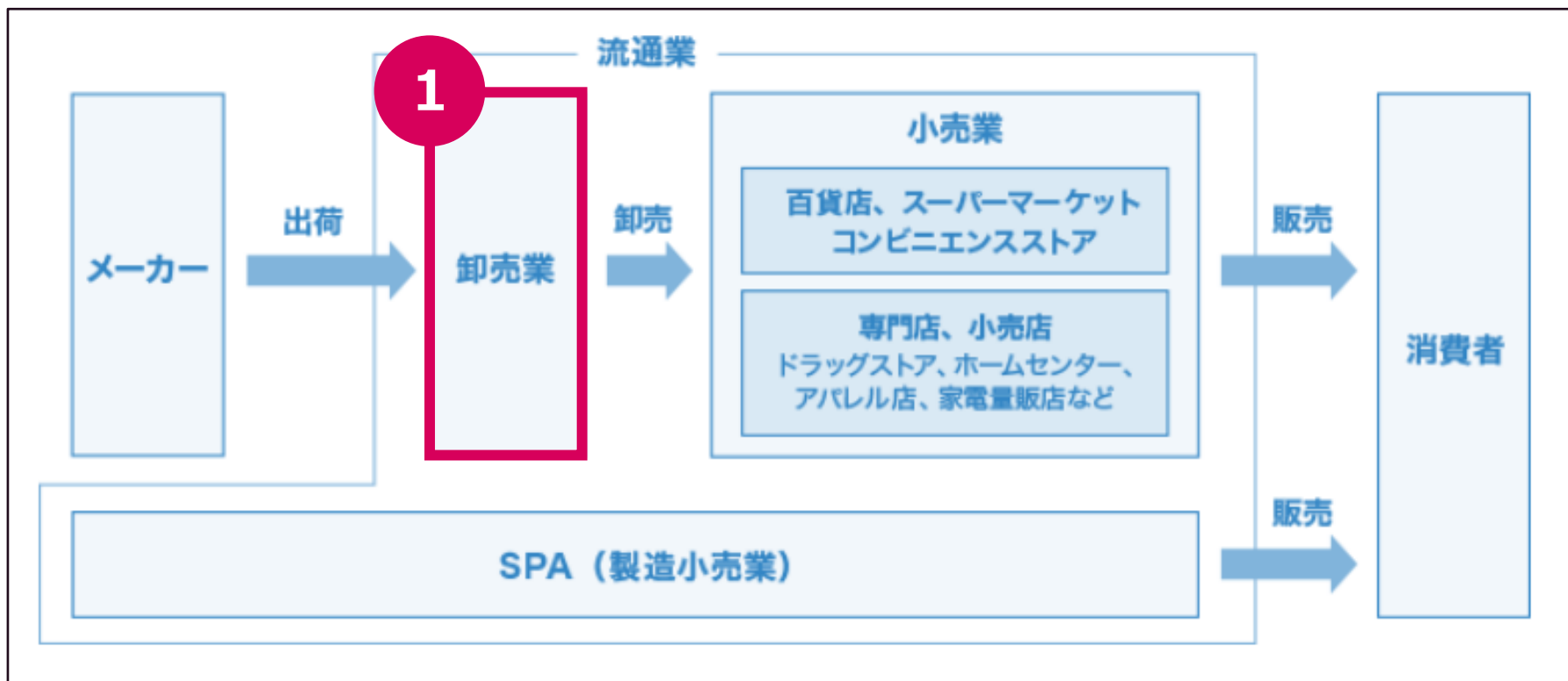
～志望動機の極意③～

【文章構成編】おっ！と思われる文章のコツ



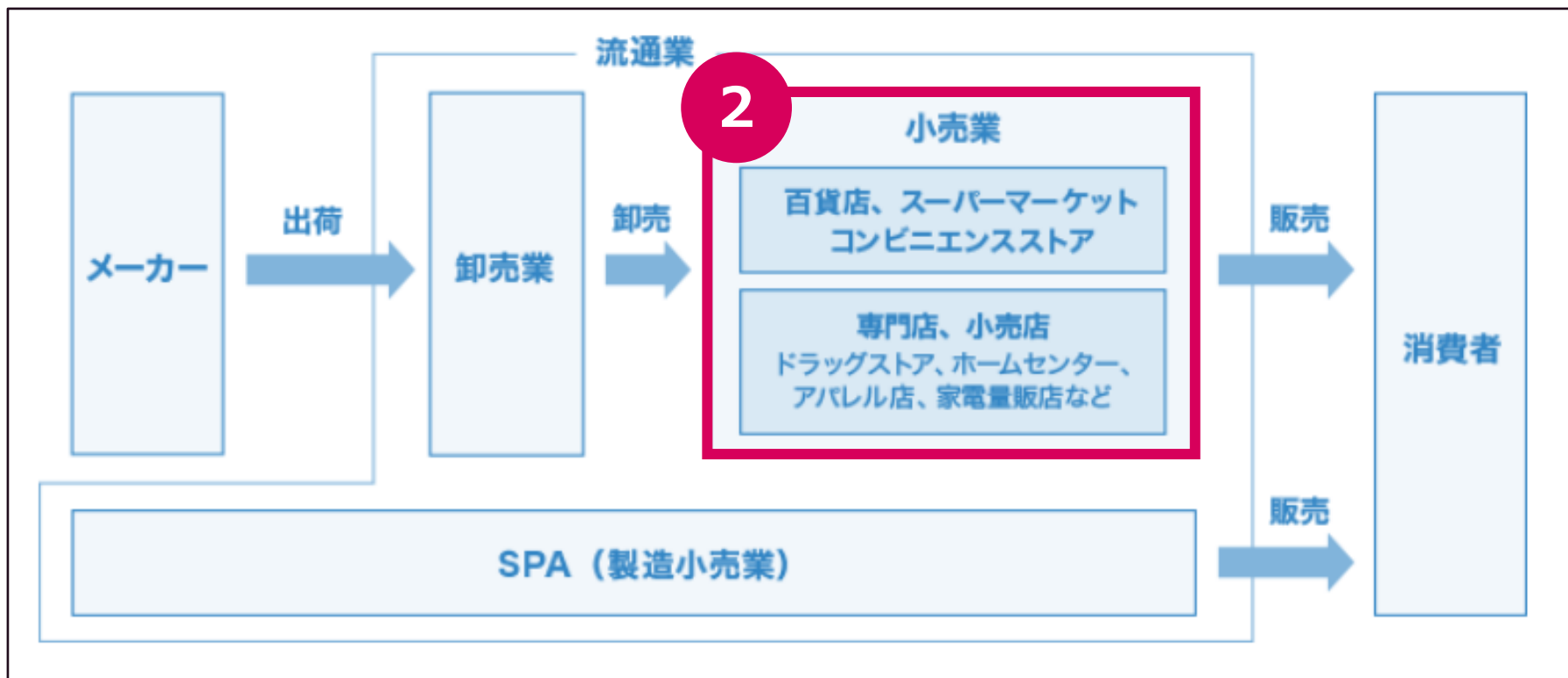
卸売業

メーカーから商品を仕入れて、
複数の小売店に販売する（卸売り販売）



小売業

卸売業などから仕入れた商品を
一般の消費者に直接販売する（小売り販売）



SPA

製品の企画から製造、販売まで一貫して行う
製造小売業とも呼ばれる



①

働き方に関する 取り組み

- ・ 長く活躍できる仕組みづくり
- ・ 営業日、営業時間の見直し

②

オンラインの 活用

- ・ ネットショップの台頭
- ・ スマホアプリ、スマホ決済とデータ分析
- ・ C to CのECサイトの拡大
- ・ 越境ECサイトの開発

概要

「モノ（製品）」を生産する企業のこと、
製造業とも呼ばれる

分類

①作っている製品の分野

例)

自動車メーカー、鉄鋼メーカー、精密機械メーカー
食品メーカー、アパレルメーカー など

②製品を販売する相手

●企業に向けて製品をつくる

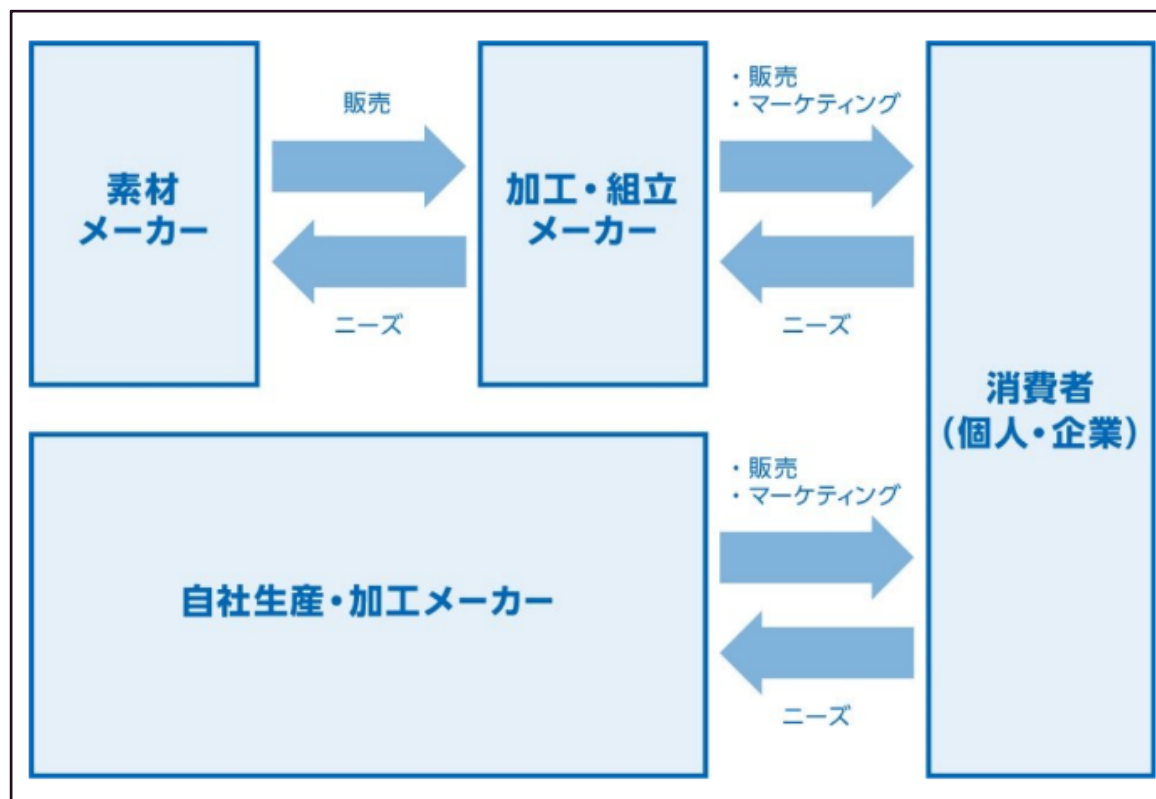
B to B (= Business to Business) 型

●一般消費者に向けて製品をつくる

B to C (= Business to Consumer) 型

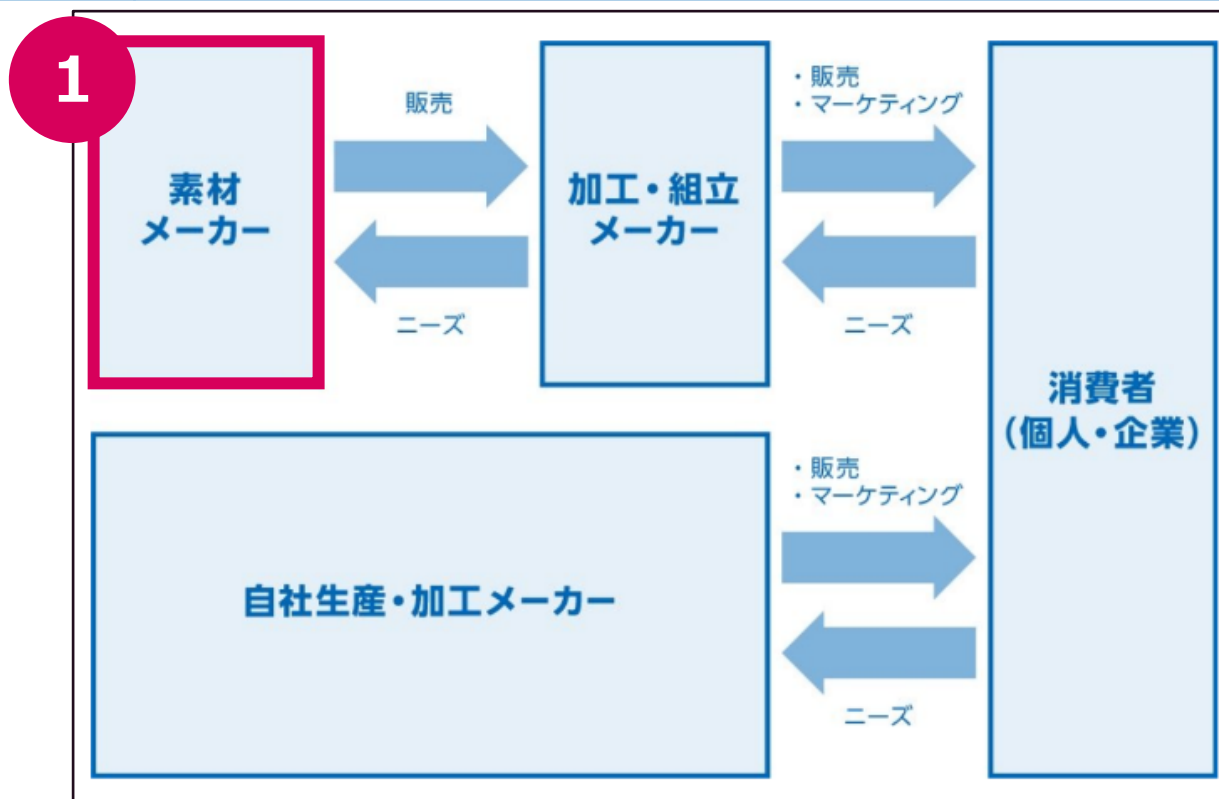
仕組み

- ① 素材の加工から組み立てまで全工程を自社で行う企業
- ② 素材の加工、組み立てなど、一部だけを担う企業



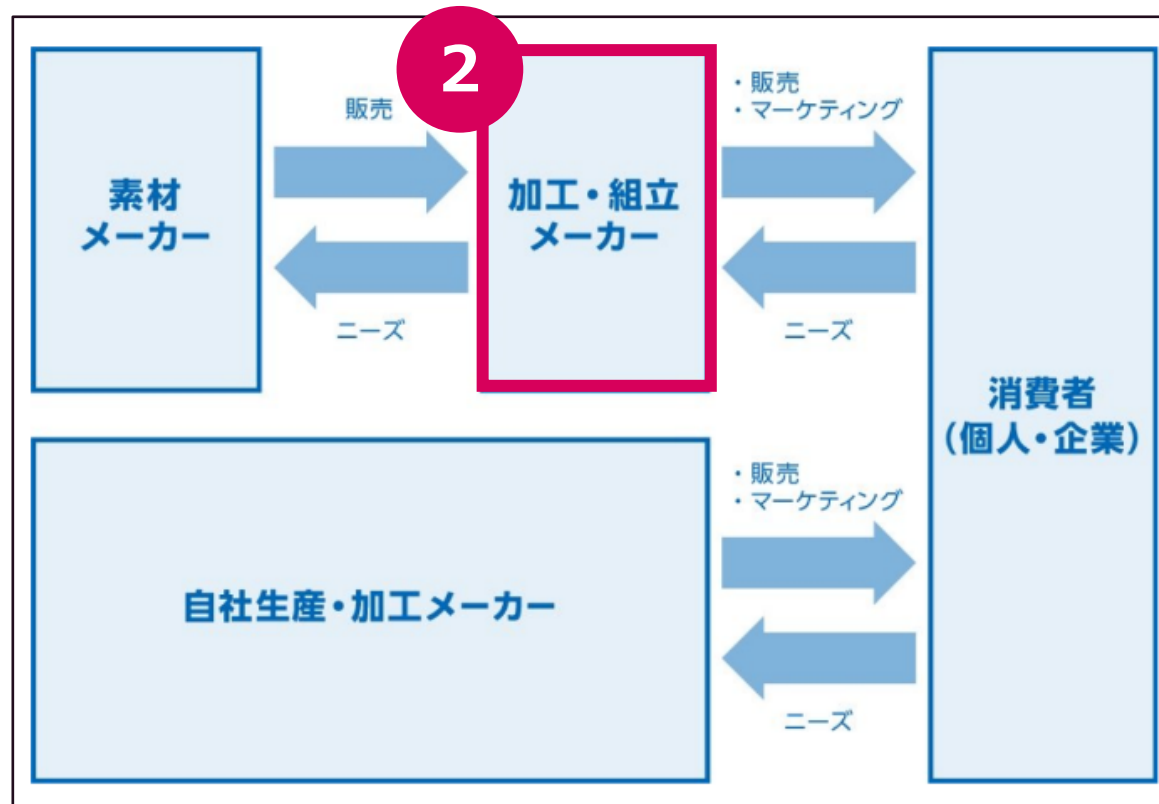
素材 メーカー

化学メーカー、鉄鋼メーカーなど
化学素材、樹脂、ゴム、鉄鋼、非鉄金属、紙、
ガラス素材といった、製品の基となる素材を作っている



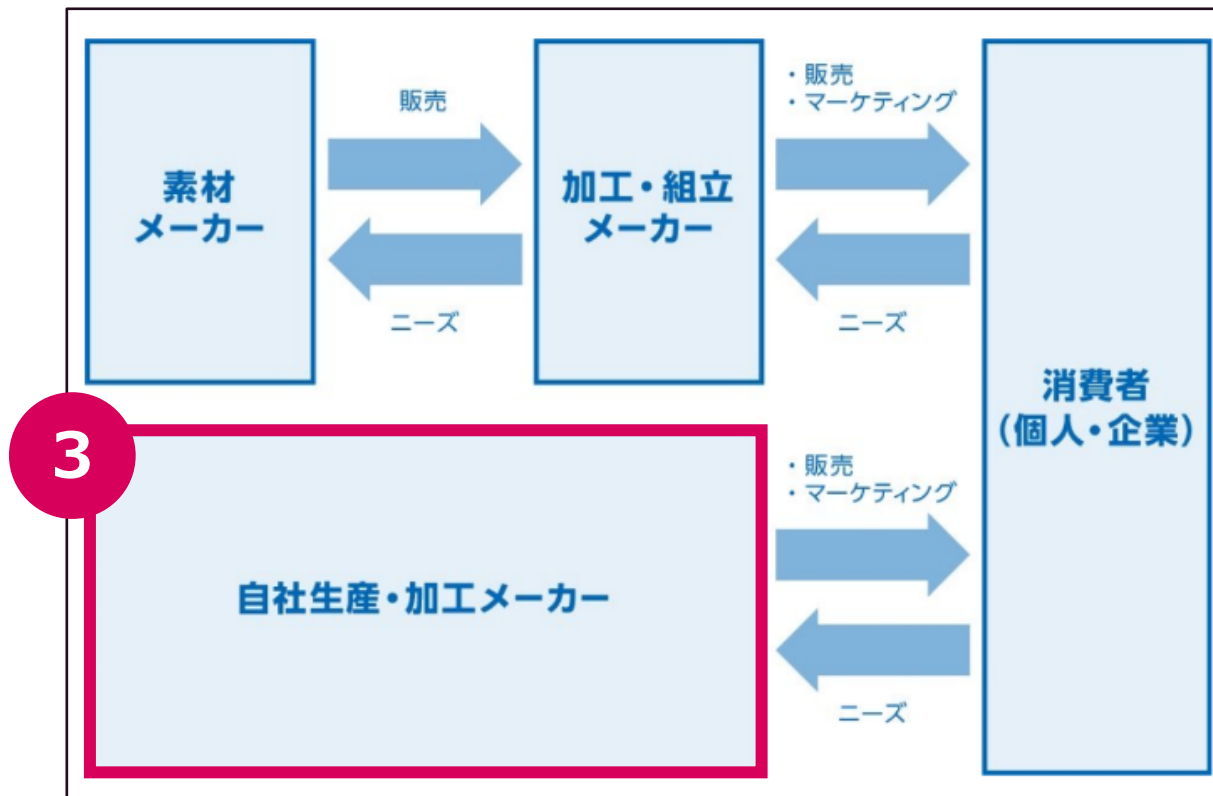
加工・組立 メーカー

素材メーカーで生産されたモノを加工・組立てる役割
自動車、食品メーカーなどが分類される



自社生産・加工メーカー

代表的なのが化粧品メーカーや医薬品メーカー
自社で素材となる化学物質を研究・開発・生産し、
自社内で加工して最終製品に仕上げ、消費者に販売する



「モノづくり +α」へ

「モノ」そのものによる高付加価値化だけでなく、「サービス」や「モノの背景にあるストーリー」などの+αの価値を生み出そうという動き

新規事業の 開拓

従来は、製品を売った段階でビジネスが完結していたが、製品販売後も収益を得る仕組みづくりが模索されている

グローバル ニッチ

自社の強みを活かして、国際市場の開拓に取り組む動き

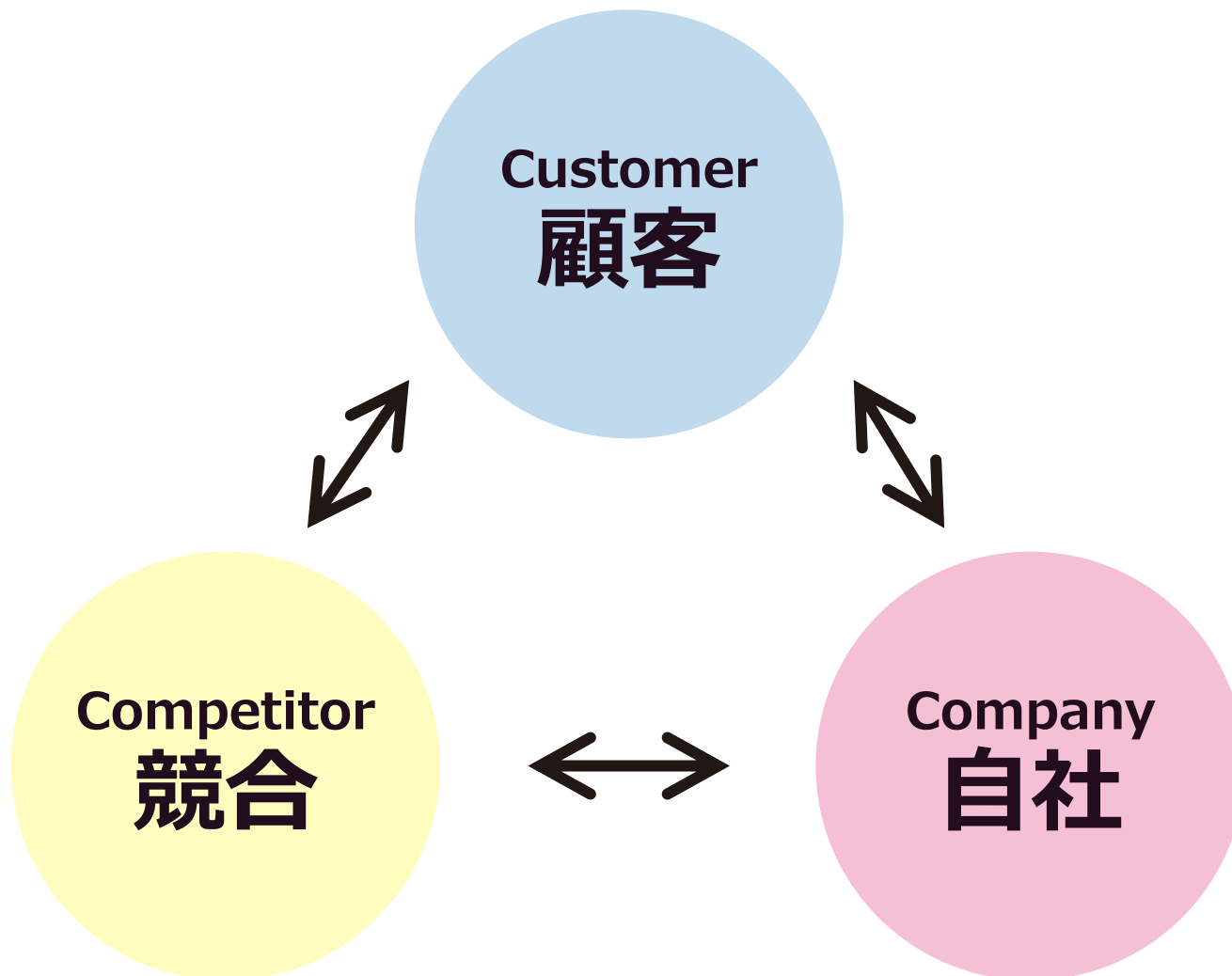
オープンイノ ベーションの 推進

ほかの企業や研究機関などを巻き込んで革新を起こすこと

- 「情報収集」は、企業研究の**前**段階
- 収集した情報を基に「**思考する**」ことが企業研究の肝



「誰に、何を、どのように」提供している
企業なのかを理解することから始める



顧客

「誰に」を整理する

**商品
サービス**

**「何を（どんなものを）」を整理し、
顧客価値を思考する**

**提供方法
プロセス**

「どのように」を思考する

顧客

「誰に」を整理する

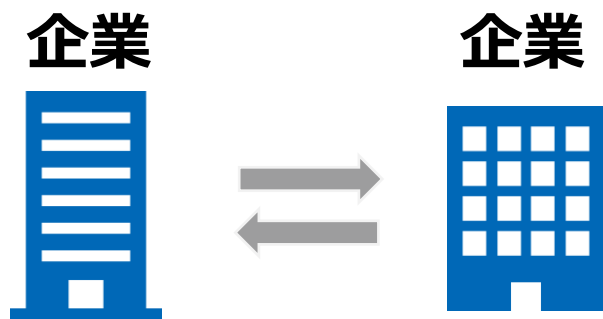
商品
サービス

「何を（どんなものを）」を整理し、
顧客価値を思考する

提供方法
プロセス

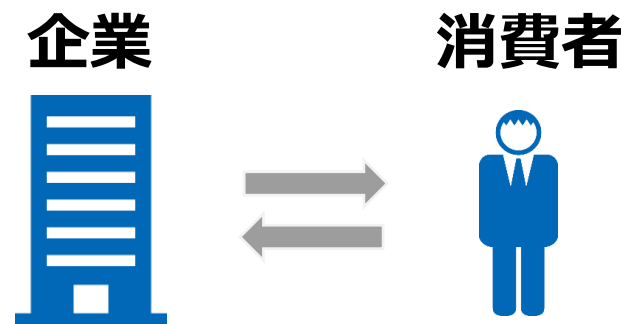
「どのように」を思考する

BtoB（法人向け）



- **企業**と取引
- 普段あまり目にしない
- BtoCより数が多い



BtoC（個人向け）



- **消費者**と取引
- テレビCMなどで見られることも多く、広く知られている
- 実は世の中の企業のごく一部

顧客ターゲットを考えよう



A・B社それぞれの「顧客ターゲット」「顧客価値」「提供方法・プロセス」を考えて、記入しよう

		ハンバーガーチェーンA社	ハンバーガーチェーンB社
メイン商品		ハンバーガー	
商品詳細	価格帯	セット価格 500円～	セット価格 1000円～
	メニューの特徴	メインセットだけで数十種類 おもちゃ付きセットなども用意	メインセットは5種類 夜の時間はお酒を提供
	素材	輸入が多い	国産のみ
顧客ターゲット			
顧客価値			

顧客ターゲットを考えよう

		ハンバーガーチェーンA社	ハンバーガーチェーンB社
メイン商品		ハンバーガー	
商品詳細	価格帯	セット価格 500円～	セット価格 1000円～
	メニューの特徴	メインセットだけで数十種類 おもちゃ付きセットなども用意	メインセットは5種類 夜の時間帯はお酒を提供
	素材	輸入が多い	国産のみ
顧客ターゲット		学生・ファミリー層など幅広く	社会人や 食にこだわりがある方など

顧客

「誰に」を整理する

商品
サービス

「何を（どんなものを）」を整理し、
顧客価値を思考する

提供方法
プロセス

「どのように」を思考する

【商品・サービス】（例）

- 無形商材 or 有形商材
- 高価格 or 低価格
- 日用品 or 嗜好（しこう）品

顧客価値とは、
企業が商品・サービスで顧客に提供している価値のこと

お客様のどのような問題を解決することができる商品なのか

(例)

出先で連絡したいことがある
でも連絡することが出来ない
なんて不便なんだ…

現状



どこでも連絡を取り合える！
なんて便利なんだ

理想

顧客価値

どこでも連絡を
取り合うことができる

企業は顧客に自社を選んでもらうため、
強みを発揮し、顧客価値を他社と差別化している

(例)

	大手通信キャリア	格安通信キャリア
メイン商品	スマートフォン	
顧客ターゲット	幅広い層	SNS世代（若者）
顧客価値	通信データ容量の バリエーションが豊富	料金プランが安い SNS使い放題

同じ商品でも顧客価値は違う

(例)

- 商品の性能の良さ
- サービスの質（丁寧さ）の良さ
- 提供スピードの早さ
- 価格が安い
- 品揃えの豊富さ
- ブランドがある

上記を参考に、“企業の価値”は何かを考えよう

顧客は、何を価値と考えて、
その商品・サービスを購入しているのか考えよう

ハンバーガーショップの商品は「ハンバーガー」だけど、
提供している価値は何だろう…



顧客価値を考えよう

リクナビ 2025

RECRUIT

A・B社それぞれの「顧客ターゲット」「顧客価値」「提供方法・プロセス」を考えて、記入しよう

		ハンバーガーチェーンA社	ハンバーガーチェーンB社
メイン商品		ハンバーガー	
商品詳細	価格帯	セット価格 500円～	セット価格 1000円～
	メニューの特徴	メインセットだけで数十種類 おもちゃ付きセットなども用意	メインセットは5種類 夜の時間はお酒を提供
	素材	輸入が多い	国産のみ
顧客ターゲット			
顧客価値			

顧客価値を考えよう

		ハンバーガーチェーンA社	ハンバーガーチェーンB社
メイン商品		ハンバーガー	
商品詳細	価格帯	セット価格 500円～	セット価格 1000円～
	メニューの特徴	メインセットだけで数十種類 おもちゃ付きセットなども用意	メインセットは5種類 夜の時間帯はお酒を提供
	素材	輸入が多い	国産のみ
顧客ターゲット		学生・ファミリー層など幅広く	社会人や 食にこだわりがある方など
顧客価値		安くてお腹いっぱいになる 気軽に立ち寄れる	お酒と一緒にハンバーガー を楽しめる

顧客

「誰に」を整理する

商品
サービス

「何を（どんなものを）」を整理し、
顧客価値を思考する

提供方法
プロセス

「どのように」を思考する

企業理念 ビジョン	服を変え、生活を変えていく
顧客 (誰に)	日本の若者
商品・サービス (何を通じて)	衣料品
顧客価値 (どのような価値を 提供したいのか)	トレンドの服をリーズナブルに買える
価値を生み出す仕組み (企業の強み・特徴)	日本国内において、 商品企画・生産・物流・販売まで 自社で一貫してコントロールしている

企業の特徴や強みになっていることが多い

(例)

顧客価値	顧客価値を生み出す企業の仕組み
商品の性能の良さ	● 研究・開発力に力を入れている
サービスの質の良さ	● 従業員の教育に力を入れている
提供スピードの早さ (製造・流通・販売スピード早い)	● 製造ラインを工夫（機械化している） ● 自社の流通網を持っている ● 全国各地に拠点を持っている

企業の特徴や強みになっていることが多い

(例)

顧客価値	顧客価値を生み出す企業の仕組み
価格が安い	<ul style="list-style-type: none">●仕入れの手法を工夫（安く仕入れられる）●製造・販売までを自社で一貫（中間コストがかからない）●ネットのみで完結（営業コストがない）
品揃えの豊富さ	<ul style="list-style-type: none">●ネットのみで完結（営業コストがない）
ブランドがある （安心感がある）	<ul style="list-style-type: none">●長年のノウハウがある（顧客との付き合いが長い）

価値を生み出すための 提供方法・プロセスを考えよう

A・B社それぞれの「顧客ターゲット」「顧客価値」「提供方法・プロセス」を考えて、記入しよう

		ハンバーガーチェーンA社	ハンバーガーチェーンB社
メイン商品		ハンバーガー	
商品詳細	価格帯	セット価格 500円～	セット価格 1000円～
	メニューの特徴	メインセットだけで数十種類 おもちゃ付きセットなども用意	メインセットは5種類 夜の時間はお酒を提供
	素材	輸入が多い	国産のみ
顧客ターゲット			
顧客価値			
提供方法・プロセス			

価値を生み出すための 提供方法・プロセスを考えよう

		ハンバーガーチェーンA社 ハンバーガーチェーンB社	
メイン商品		ハンバーガー	
商品詳細	価格帯	セット価格 500円～	セット価格 1000円～
	メニューの特徴	メインセットだけで数十種類 おもちゃ付きセットなども用意	メインセットは5種類 夜の時間帯にはお酒も提供
	素材	輸入が多い	国産のみ
顧客ターゲット		学生・ファミリー層など幅広く	社会人や 食にこだわりがある方など
顧客価値		安くてお腹いっぱいになる 気軽に立ち寄れる	お酒と一緒にハンバーガー を楽しめる
提供方法・プロセス		早く、効率的なオペレーション 駅近・ロードサイドで	丁寧な接客 ショッピングエリアで

リアルな情報も集めよう

インターネットや
書籍で調べられること

- ビジョン
- 事業内容
- 拠点数
- 商品



人に聞くことで
リアルにわかること

- 社風
- 意志決定方法
- 仕事の仕方
- 人間関係



学生が企業で業務を体験できたり、
今後のキャリア観の形成を行うことができる
プログラムのこと

学校

企業

インターンシップ・
1day仕事体験



学業



情報収集
就業体験

* 就業体験は、実際の仕事に近い体験を通じて、気になる業界や職種、企業について理解を深める機会です
1day仕事体験には、就業体験なしで企業の担当者から情報収集する機会（例：説明会・OBOG訪問など）も含まれます
* 経済産業省、文部科学省、厚生労働省の合意文書におけるインターンシップの定義とは異なります

「仮説」を基にした質問を目指そう

(質問例)

法人向けに一定期間プロジェクトを組んで、
チームで営業をしていくとHPで拝見しました

多くの方と協力することが多いと考えましたが、
その働き方だからこそ、
面白さや大変さは何ですか？

**情報収集は企業研究の前段階
また、企業研究を基に「仮説を立てる」ことが大事**



情報収集

企業研究

仮説立て

①事前に調べた企業情報

- 法人向けに一定期間プロジェクトを組んで、チームで営業をしていく
- 高い専門性を持った個人の力が企業の強みである

②事前の情報収集によって感じた「企業の特徴」は？

- 多くの方と協力することが多そう
- 研修や業務の中で学ぶ時間が多くありそう

③企業理解を深めるための質問を考える（目安：2～3個）

- 多くの方と協力することが大事だからこその面白さ・大変は何か
- 専門性は新卒時点でも必要か
- 専門性を高め続ける制度はどのようなものか



リクナビ 2025

RECRUIT

①事前に調べた企業情報

②事前の情報収集によって感じた「企業の特徴」は？

③企業理解を深めるための質問を考える (目安: 2~3個)

©Recruit Co., Ltd.

質問はポイント稼ぎではない 自分の選択の材料として必要な質問なのか考えよう

■ 仕事内容や事業、サービス、商品について知りたい

- 具体的な業務内容、仕事内容を聞くのはもちろん、**一日の仕事の流れやタイムスケジュール**を聞くと、より具体的に働くイメージがつかめる
- **仕事のやりがいや失敗談**などからも、社員がどのように働いているのか、入社後にどんなやりがいや目標が得られるのかが見えてくる

■ 職場の雰囲気や社風について知りたい

- **同僚や上司との関係性**からは、風通しのいい職場なのかどうか分かる
- 「**評価制度**」(個人表彰が多いのか、**チームでの表彰が多いのか**)からもその企業の働き方、雰囲気がわかる
- 自分がどんな働き方をしたいのか、どんな職場で働きたいのか、などを明確にしておき、それに沿った質問を考えると良い

質問はポイント稼ぎではない 自分の選択の材料として必要な質問なのか考えよう

■ 給与や制度、福利厚生などについて知りたい

- 給与や制度、福利厚生でどうしても譲れないポイントがあるならば、ズバリ聞いてみるのが良い
- ただ、なぜそれが知りたいのか、質問する背景も付け加えると良い
例) 「入社後も技術職としてスキルを磨き続けたいので、資格取得のための支援があるかどうか知りたいです」
「仕事とプライベート、メリハリを持って働きたいと思っているので、有給休暇の消化率を知りたいのですが」など

■ 求められる人物像など選考について知りたい

- どのような人が欲しいのか、具体的な人材要件を単刀直入に聞くのも良い
- 現在企業で活躍している方の条件を質問するのも一つの方法

本日お話しすること

～志望動機の極意①～

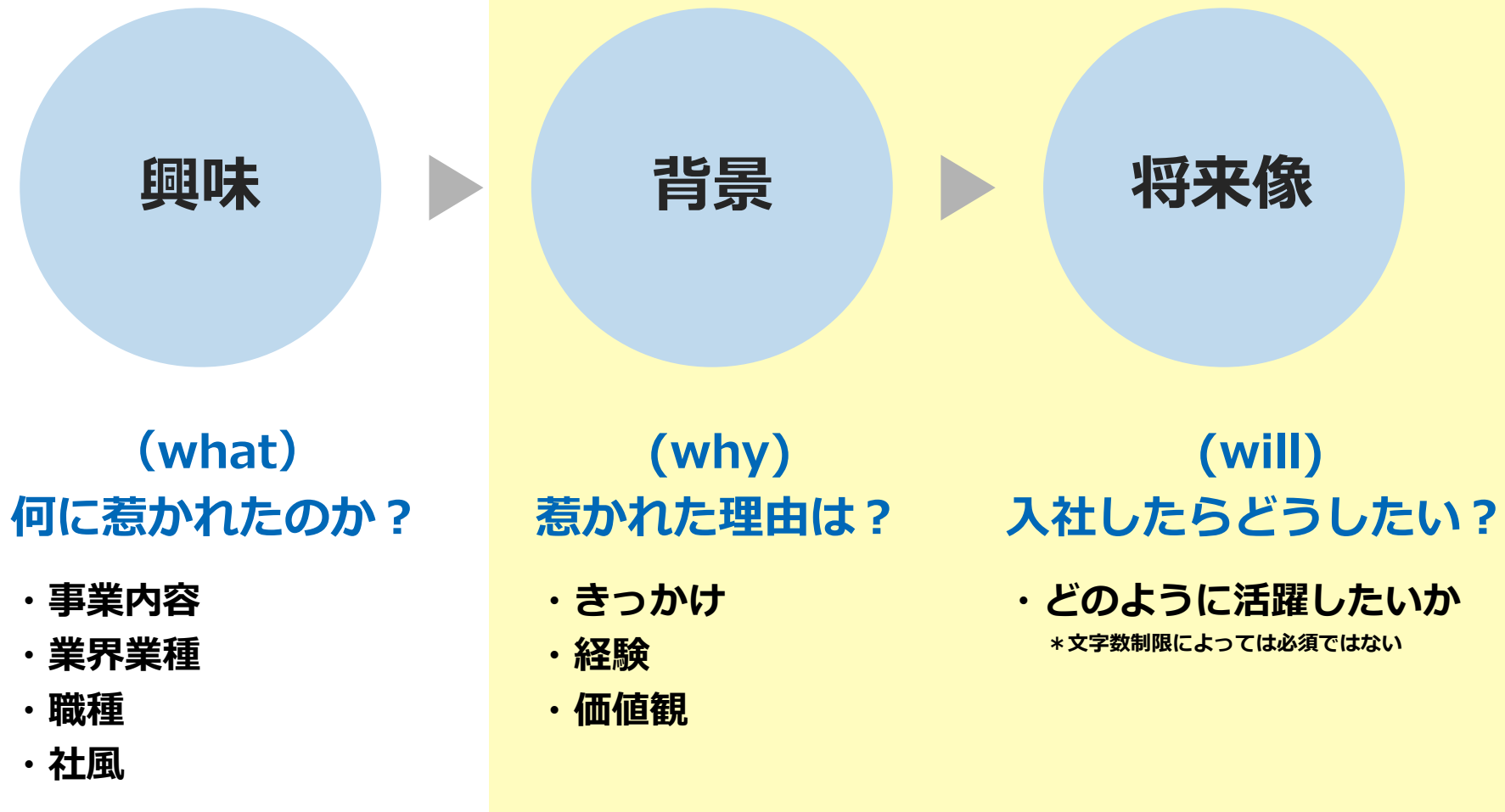
【業界/企業研究編】志望企業の強みを捉える

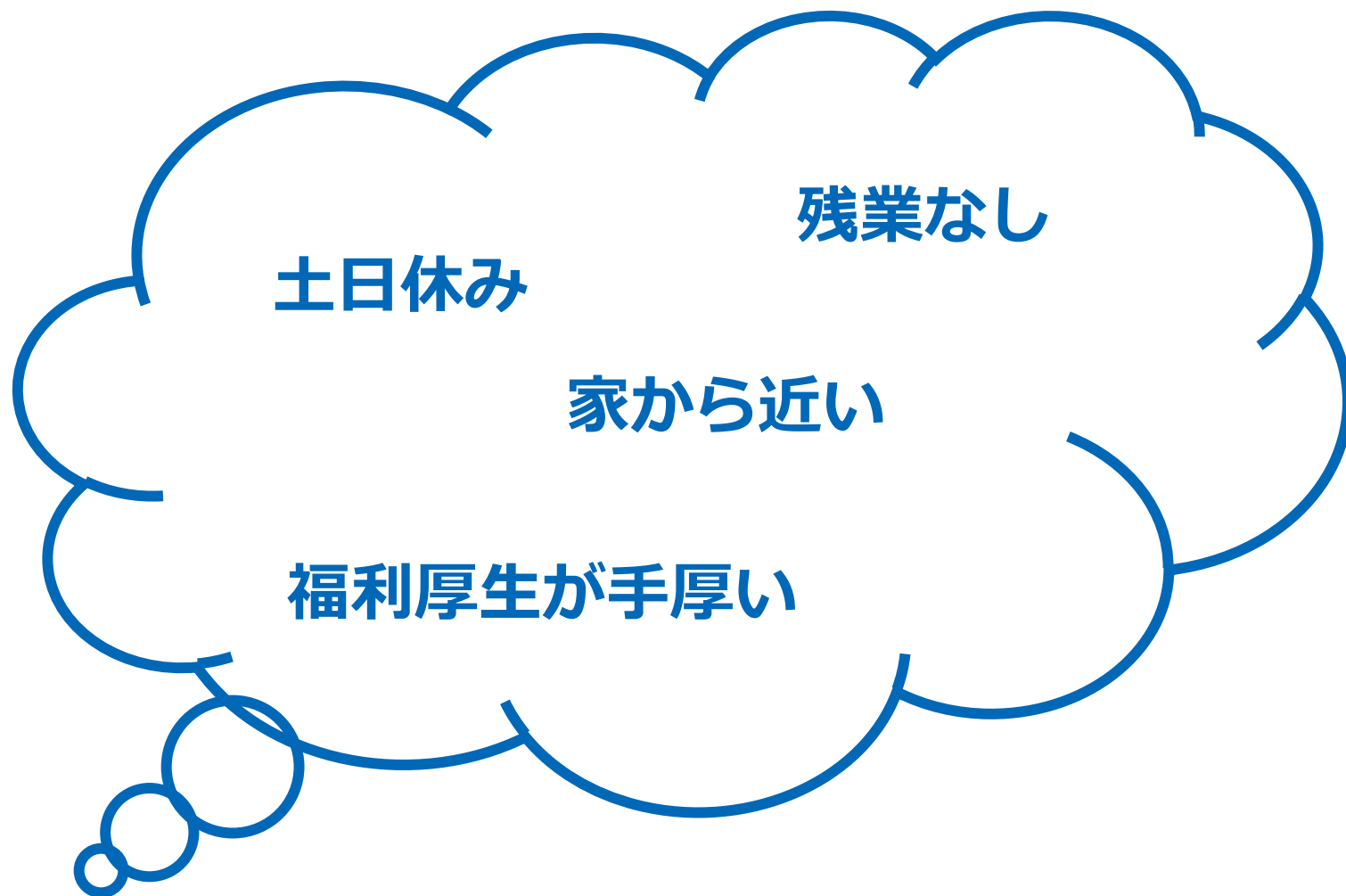
～志望動機の極意②～

【自己分析編】「自分軸」を伝える自己分析

～志望動機の極意③～

【文章構成編】おっ！と思われる文章のコツ





条件だけではなく、5つの視点から軸を考えよう

軸の観点	定義	具体的な軸（例）
本質的にやりたい仕事	自然と向く興味／好きの対象 （その人自身の志向性）	<ul style="list-style-type: none"> ・新しいものを作りたい ・人から感謝の声をもらえるのが好き
自分の役割を確認	自然とやっている行動	<ul style="list-style-type: none"> ・試行錯誤して改善を繰り返せる ・異なる意見の合致点を見つけられる
職場の環境・風土	上記2点を発揮するために 必要な要素	<ul style="list-style-type: none"> ・会社と共に成長できる環境 ・相談しやすく安心できる環境
キャリアの志向	将来のキャリアステップの 理想イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・ゼネラリスト志向 ・スペシャリスト志向
条件	譲れない条件	<ul style="list-style-type: none"> ・関東／関西勤務 ・土日はしっかり休日

**「自分がやりたいこと」と「自分ができること」を
粒度細かく明確にし、それらがどのような仕事で
実現・発揮できるのかを考えてみよう**

困っている人を助けたい

どんな年代のどんな状況の人を
どうやって助けたいのか

それができる仕事は何か

コミュニケーション
能力が高い

初対面の人との対話が得意
なのか、コツコツ信頼関係を
築くことが得意なのか

それが活かせる仕事は何か



ワーク 大切にしたいことは何か

リクナビ 2025



知りたいこと	タイプ	フリーワード例
経営 スタイル	A	歴史のある／伝統のある／安定している／確実な／事業成長／独自のブランド／独自の技術／独自のノウハウ／独自の商品／自社の利益／トップダウン
	B	若い企業／新しい企業／リスク／チャレンジング／専門性が高い／迅速性／社員主導／特定のお客様／ルートセールス／社会のため／ボトムアップ
自分の貢献と 報酬の関係	A	給与が高い／給与変動／能力次第／努力次第／結果次第／キャリアステップ／公平な評価／公正な評価／能力主義／長く働く
	B	給与変動なし／安定収入／生活をサポート／連続休暇／家族手当／子供手当／給与が高い／配置転換／異動あり
成長 スタイル	A	経験を活かす／ノウハウを学べる／能力が身につく／スキルが身につく／成長が早い／優秀な人材／多様な人材／刺激を受ける／刺激がある／すぐに成長
	B	ゼロから学べる／経験不問／無から有を／試行錯誤を繰り返す／失敗の連続／企業独自の／ストレスフリー／自分が主役／人間関係がいい
ワーク スタイル	A	ステータス／人と協力／協調して／多くの人と／特定の地域／勤務地限定／職場環境／規律／チームで働く／短期で／ワークライフバランス
	B	知らない企業／個人の自由／個人の裁量／一人で完結自律的に／全国で活躍／世界で活躍／幅広い地域／バリバリ働く／やりたいことができる
コミュニケーション スタイル	A	濃密な／プライベートでも／仲が良い／一体感／人間関係が良い／コミュニケーションが活発／一緒に遊ぶ／一緒に楽しむ
	B	一人で完結／黙々と／個性を尊重／静かな環境／メリハリのある働き方／オンとオフ



リクナビ 2025



フリーワード例から「自分に合うと思ったワード」を選び、「その理由」を記入しよう

自分に合うと思ったワード	その理由

フリーワード例から
「自分に合うと思ったワード」を選び
「その理由」を記入しよう

合うと思ったワード	その理由
キャリアステップ	キャリアを積み上げていきたいから
スキルが身につく	どこでも通用する力を身につけたいから
やりたいことができる	ある程度自分のやりたいことをやらせてもらえるところがいいから

**自分の大切にしたい「軸」が、
明確になってきましたか？**

**これからさらに
「仕事」「働き方」のリアルを知った上で
軸を磨いていこう**

①異業種コラボトークセッション

日程	11月9日（木）3限・4限・5限
会場	天白キャンパス：N-101、N-201 ドーム前：DS101
内容	業界を代表する大手企業3社のコラボトークセッション これに出るだけで自分にあった業界が探せます！

②ブース型企業研究会&OB・OG相談会

日程	11月11日（土）11：00～17：00
会場	天白キャンパス タワー・北 学生ホール
内容	ブース形式にて会社説明会&OBOGとの交流会 秋冬開催のインターンシップ情報などもゲットできます！

③業界別トークセッション

日程	11月16日（木）3限・4限・5限
会場	天白キャンパス： N-101、N-201、N-301 【公務員研究会】 E-701
内容	同業界3社におけるトークセッション 企業比較を通して、業界・企業理解を深めることができます！

異業種(天白) 11/9 (木)

3限 13:10~14:40	4限 14:50~16:20	5限 16:30~18:00
感動や喜びを提供 (N-101)	地元貢献 (N-101)	社会の当たり前を支える (N-101)
キヤノン	名古屋鉄道	NDS
小学館	大垣共立銀行	三井倉庫
TOPPAN	名古屋市役所	JR東海
日常の暮らしを支える(N-201)	グローバルに活躍 (N-201)	ものづくり (N-201)
リンナイ	岡谷鋼機	ヤマザキマザック
サンゲツ	DMG森精機	大同特殊鋼
東邦ガス	住友理工	豊田自動織機 ITソリューションズ

異業種(ドーム前)11/9 (木)

3限 13:10~14:40	4限 14:50~16:20	5限 16:30~18:00
街づくり (DS101)	感動や喜びを提供 (DS101)	グローバルに活躍 (DS101)
アイカ工業	リゾートトラスト	日本通運
UR都市開発機構	ANA中部空港	JTB
NTTデータ東海	JR東海高島屋	ニデック

同業種(天白) 11/16 (木)

3限 13:10~14:40	4限 14:50~16:20	5限 16:30~18:00
IT (N-101)	電機 (N-101)	食品 (N-101)
アビームシステムズ	三菱重工業	国分グループ
アクセンチュア	シャープ マーケティングジャパン	山崎製パン
Sky	象印マホービン	Mizkan
マスメディア (N-201)	金融 (N-201)	自動車 (N-201)
朝日新聞社	三井住友信託銀行	SUBARU
博報堂プロダクツ	東京海上日動	アイシン
IMAGICA GROUP	東海東京 フィナンシャルHD	豊田合成
土木・建築 (N-301)	農業 (N-301)	
大和ハウス	J A全農	
大林組	サカタのタネ	
NEXCO中日本	ヤンマー アグリジャパン	
海運 (S-101)		
フジトランス コーポレーション		
名港海運		
伊勢湾海運		

〈注意事項〉

①参加には予約が必要です

参加はMeijoキャリアナビの「支援行事予約」から事前予約。
(各開催日の16時30分まで ※定員に達し次第終了)



②私服参加OK

※対面開催となりますので直接ご希望の会場にお越しく下さい。

オンラインでインターンシップ&1day仕事体験が探せる

リクナビ 就活準備WEBライブ

チャットで
質問！

カメラ
マイクOff

10月 10/7(土) ~ 全6日程

12月 12/2(土)

開催時間 10:00 ▶ 19:00

予約特典 | 就活準備応援プレゼント

Amazonギフトカード1,000円分
を抽選で合計1,000名様にプレゼント

- ① 予約時にキャンペーンコード「2025」を入力
- ② 予約した日程当日に3社以上「出席登録」
- ③ 登録したメールアドレスと
リクナビメッセージBOXに届くアンケートに回答

* 上記①~③をすべて満たす方が抽選対象となります
* 詳細はリクナビ2025イベントページをご確認ください

予約
手順

Step 1

リクナビ2025アプリをダウンロードしてアプリを起動

ダウンロードはこちらから



Step 2

リクナビアプリを開いて
「WEBセミナー」タブをタップ



Step 3^{※3}

「予約へ進む」をタップ



Step 4

表示された日程とアンケートの
「1:学校内での案内」を選択



Step 5

キャンペーンコード欄に
半角で「2025」と入力



* 画像はすべてイメージです。実際の画面とは異なることがあります

＼企業コラボ特別セミナー／

江崎グリコを含む3社がコラボ！ 各企業のリアルを比較



異業種3社を比較しながら
企業のリアルな情報を掴もう

こんな方にオススメ！

- ✓ 様々な業種を知りたい
- ✓ 各企業のリアルな情報を知りたい

開催日

10/21(土)



＼企業コラボ特別セミナー／

ソニーミュージックを含む3社がコラボ！ 各企業のリアルを比較



異業種コラボ！
幅広い事業領域を持つ企業の
リアルな情報を掴もう！

こんな方にオススメ！

- ✓ 様々な業種を知りたい
- ✓ 各企業のリアルな情報を知りたい

開催日

12/2(土)



* 配信時間はセミナー毎に異なるため、リクナビ2025イベントページのタイムテーブルをご確認ください

* コンテンツ内容は予定であり、変更となる場合があります

* 一部セミナーはチャット使用が可能ですが、時間上の都合によりお応え出来ない場合があります

本日お話しすること

～志望動機の極意①～

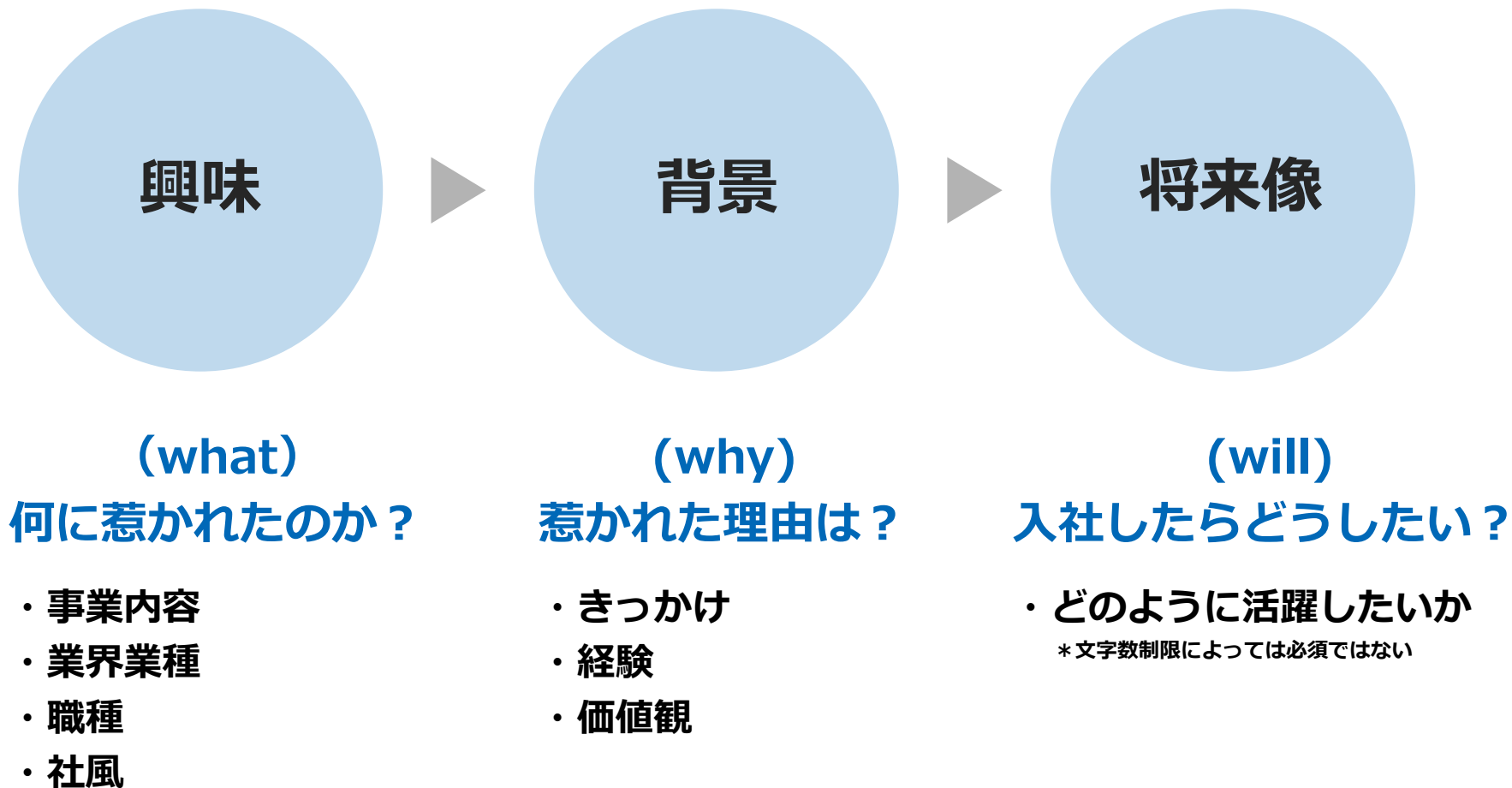
【業界/企業研究編】志望企業の強みを捉える

～志望動機の極意②～

【自己分析編】「自分軸」を伝える自己分析

～志望動機の極意③～

【文章構成編】おっ！と思われる文章のコツ



リクナビ 2025



STEP1 箇条書きで整理しよう

興味	事業内容・業界業種・職種・社風などどこに惹かれたのか
背景 (ひかれた理由)	どのような背景からその企業に惹かれているのか (きっかけ・経験・価値観を踏まえて伝える)
	なぜその会社なのか (企業理念・特徴・強み・仕事内容などを取り上げ、 自分の仕事選びの軸との接点を伝える)
将来像	入社した場合どのように活躍したいか



STEP2 文章にしよう

--

▲ Whatが「可變的」「極端に部分的」

(例)【特定の人、特定の商品名】

人事の〇〇さんの人柄に魅力を感じました
貴社の〇〇という商品を愛用しています

▲ Whatが「具体的でない」

(例)理念に共感しました！

「what」はできるだけその企業にとって
「普遍的で変わらない」「コアな」ものを

【企業理念や文化】

「既存の商品に追随するのではなく、新しい商品を積極的に生み出す」貴社の理念に共感しました。

【社風】

貴社の「年次や年齢に関係なく互いに意見を出し合い、より良いサービスをつくっていく」という社風に魅力を感じました。

【事業・商品】

企業の抱えるリスクに応じて、最適な保険商品や、時にはニーズに合わせて新しい保険サービスを検討し、提案するというビジネスに魅力を感じ、貴社を志望します。

▲ 「Whatばかりの文章」 になっている

(例)私が貴社を志望した理由は、企業の抱えるリスクに応じて、最適な保険商品をニーズに合わせて検討し、提案するというビジネスに魅力を感じからです。また、周囲との協同を大切にしている点も、貴社の魅力だと思います。

▲ 好きなのは分かるが、「ファン目線」で、

「ビジネス目線」 になっていない

(例)私は幼い頃からパンが好きで、将来はパンに関わる仕事に就きたいと思っていました。

WhatとWhyの割合は「5:5」に

(例)企業の抱えるリスクに応じて、最適な保険商品をニーズに合わせて検討し、提案するビジネスに魅力を感じからです。私は既存の商品を売るのではなく、顧客に合わせた最善の商品を、顧客の特徴に合わせてプランニングしていく仕事に就きたいという軸があります。そのため同じ価値観を大切にしている貴社で仕事がしたいと思いました。

消費者目線ではなく「従業員目線」で

Whyを記載する際は、働く立場になって考え、
仕事をする上での軸や自身の経験・価値観と繋げる

▲ 将来の目標が「抽象的」すぎる

(例)

貴社に入社をした際は、
より良い提案ができる営業として、
仕事をしたいと思います。

将来の目標はできるだけ「**具体的**」に

(例)

貴社に入社をした際は、貴社の大切にしている
「お客様一人一人の幸せへのお手伝い」を
実現していきたいです。そのために、私の
強みでもある、傾聴力を活かし、顧客の課
題に寄り添い、継続した信頼と顧客満足度
を得られるような営業になりたいです。

強みをどう活かすか
将来のビジョン



リクナビ

リクナビは
皆さんが希望と納得感をもって
キャリアを選択できるよう応援しています
ご清聴ありがとうございました！