

「論理的」「志」「事前調査」で 他人と違ったアピールを

——「Part」 就活の必勝法」では、いくつも内定をとる学生もいるとお聞きしました。しかし、もちろんなかには苦戦する学生もいます。そこで、ここからは学生から募った3つの悩みにお答えいただきます。1つ目は「他人と違ったアピールがなかなかできない」という悩みです。

坂本 まず、「他人と違ったアピール」とはなにかということですね。たとえば自己PRなら、アルバイトの話はみんながしているから違うテーマにしなければいけないとか、サークルの話はありきたりだからもつと違う自己PRにしなきゃいけないとか。そういうことであれば、その必要はまったくないです。

——テーマは他人と同じでもいいんですね。

坂本 テーマが同じでも、説明の仕方を他の人と変えればいいんです。ラーメン屋が多いからって、新たにラーメン屋をはじめのをあきらめる必要はありません。美味しくつくれば人気は出ます。だからアルバイトネタも美味しくつくれば、面接官は高い評価をしてくれます。

——美味しくつくるポイントは何ですか？

坂本 大切なのは論理的に伝えることです。そのためには「具体例」「数字」「客観的な評価（成果）」の3つのポイントをおさえます。これを意識して伝えると、だれが見ても同じように具体的にイメージできる内容になります。

——そこをおさえれば、テーマが他の人と同じでも目立つアピールができるんですね。

坂本 それに加えて、サークルやアルバイトなどで得たことを企業にどう生かすかということも、具体例や数字とともに伝えなくてはけません。サークルやゼ

ミの説明や、やってきたことの説明だけになっている人が多いのですが、それは魅力は伝わりません。

——志望動機はどう伝えればいいでしょうか？

坂本 よくある残念な例は、その企業の魅力が書かれているだけの志望動機です。「御社はグローバル企業で〜」とか「御社のこの商品が売れていて〜」とか、褒めているだけではただのファンレターであって、本来の志望理由とは違います。企業が求めている志望動機とは、その名のとおり「志」です。「入社してからどういふふうにその会社に貢献したいのか」が重要なんです。志を書いてから、そう考えた理由を書くのですが、その理由づけも大事です。

——ポイントは何ですか？

坂本 ここでもやはり事前の企業研究が大事です。繰り返しになりますが、企業のプレスリリースなどのIR情報や経営計画、新聞記事、ビジネス誌、社員などから事前に情報を得て、それを書きます。たとえば、「御社の経営計画にあった〇〇事業に取り組みたいからです」「〇月〇日の□□新聞の御社の記事を見て、△△に取り組みたいと思ったからです」といった感じです。あるいは、「御社社員の〇〇様に仕事の内容について教えていただき、私もぜひ取り組みたいと思ったからです」など。どのパターンで答えても、よく研究しているという評価が得られます。

——理由に行動の肉づけができるんですね。まとめると、文章は「志」＋「理由」の2層構造。「志」で語るの「行きたい部署」と「やりたいこと」。そして理由として語るのが、IR情報や新聞、社員の方などから得た情報、ということですね。

坂本 そうです。やりたい仕事は1つに絞れないという人は、冒頭にはいちばん優先してやりたい仕事を書いて、最後の2行くらいに「他にも、〇〇部の仕事や〇〇部の仕事にもたいへん興味があります」とか「将来的には〇〇の仕事にも取り組みたい」などと書くといいですね。やりたい仕事は1つに絞らなくてもいいんです。

——ここでも事前の情報収集がかなりポイントになりましたね。

坂本 事前の情報収集をやってこそ、志望度の高い学生だと感じてもらえます。逆にたいして調べもせずを受けても、志望の強さが伝わらず、「内定を出してもどうせ辞退される」と思われてしまいます。

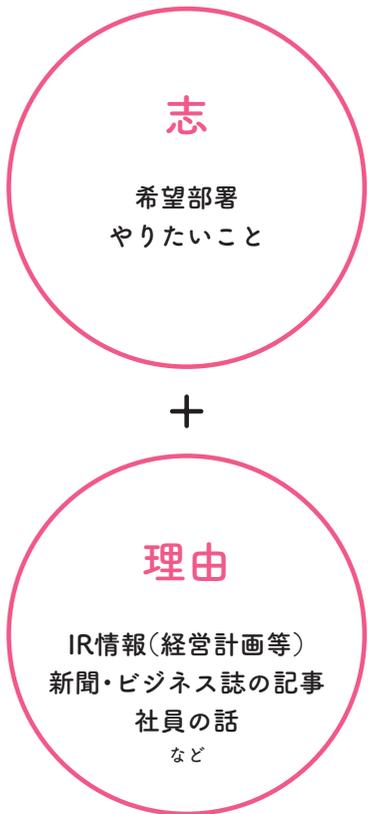
——他人と違ったアピールというのは、他の人よりもより深い内容にするということですね。

坂本 志望理由は、結婚でいえばプロポーズの言葉に近いと思いますけど、自分のことをよく知らない人からプロポーズされても、大丈夫かなって心配になっちゃいますよね。「この人は自分のどこを好きなんだろう。本当に好きなのかな？」って。

——だから、「あなたのこういうところが好きで、結婚したらこういうことをしてあげられる」と伝えてあげるんですね。それ自体は難しいことではない気がします。

坂本 難しいことではないです。最低限の「受かる企業研究」はスマホで10分です。逆を言うと、これくらいの手間をかけるだけでよく、奇抜なアピールをしたり嘘をついたりする必要はないんです。自己PRを論理的内容にし、志望理由で熱心な企業研究をしたことを伝える。それだけでいいんです。でもじつは、こういったことができている学生はほとんどいません。

志望動機は
「志+理由」の2層構造で書く



回答例から受かる型を見つけ 自分の強みをアピールしよう

——2つ目は、「ESや面接で自分の強みをどうアピールしたらいいのかわからない」という悩みです。

坂本 ほとんどの学生にとって就活は初めての経験なので、全員最初はどうアピールしたらいいのかわかりません。初めてつくる料理って感じですね。でも、初めてでもレシピがあればつくれると思います。レシピというのは、料理が上手な人が「こうすれば美味しくつくれる」と考えたものです。自己PRや志望理由にもまったく同じことが言えます。つくり方がわかるレシピを探してくればいいんです。それが、書籍などに載っている、実際に内定した人の回答例です。友達どうしで考えたり真似し合ったりしても、まだ受かっていない人の意見では意味がありません。

——回答例はネットでも手に入りますが、それはどうでしょうか？

坂本 ネットにある回答例は信ぴょう性がとても低いです。なぜなら、内定を得た人は企業に目をつけられたくないので、自分の例をネットに出すということはないからです。

——内定先の企業が見たらわかっちゃいますからね。

坂本 なので、ネットには内定をもらえなかった人の例が多いですね。ESを買い取ってくれる会社もあるので、内定がとれなかった企業のESを売る学生は多いのです。だから、レベルが低くなっているんですね。

——それを参考にしてもしょうがないですね。では先輩とか実際に内定している人の例を見るのはよさそうですね。

坂本 そうですね。ただ少数だと考え方が偏ってしまうことがあります。たとえ

ば、スポーツを軸にする人もいれば、文化系活動を軸にする人もいます。人それぞれ自己PRのポイントが違うので、自分と異なる例を無理やり活用しようとすると、苦しい内容になってしまいます。だから、たくさん人の回答例を見て、自分が真似しやすい例をレシピとして使うとよいでしょう。いろんな人の良い部分を組み合わせて、自分なりの回答例にカスタマイズしていくのもいいですね。

——そうすると、型にはまった自己PRができてしまう気もしますが、気にしないでよいのでしょうか？

坂本 重要なのは、型の完成度です。たとえばスポーツでも、一流のスポーツ選手の手型にはまるのはいいことです。新聞記者でも、まずはプロの記者が書いた記事を徹底的に書き写して、うまい人の型を覚えていきます。ピアノだって上手い人の演奏をまねするところからはじまります。型にはめるのが悪いことなのではなく、内定していない人の回答の型にはまってしまうことが問題なんです。この型というのは、語学でいう文法に似ています。多くの学生は、正しい文法ができていない自己流英語で話しているようなものなんです。

——正しい型にはめたあとに、人と違った要素を加えていけばいいんですね。どうすればオリジナルの内容にしていけるのでしょうか？

坂本 自分に合う回答例を見つけたら、あとは言葉を入れ替えるだけでいいんです。スポーツのジャンルや実績の数字など、少し変えるだけで自分のものにする回答例を見つけられるかどうか重要です。

——ゼロからオリジナルのものを考えようとするから、なかなか書けないし、魅力が十分に伝わる内容にならないんですね。

坂本 料理と同じで、最初はレシピどおりにつくったほうがいいんです。最初からレシピと違うものをつくっても、失敗するリスクのほうが高くなってしまいます。それと、誤解されがちなんです。面接官はものすごい自己PRを求めているわけではありません。

——面接官が求めるレベルとはどれくらいでしょうか？

坂本 ESは、内定者程度のレベルで充分です。実際にそれで通っているわけですから。それ以上のは要求していません。その企業の社員がみんな、なんでも完璧にできるスーパーマンみたいな人ばかりというわけではないですから

ね。仕事に対する基本的な姿勢や適性がある人を求めています。

—— **回答例は大いに参考にしているんですね。**

坂本 現代の就活において、学生が個性を殺してしまうことに対する批判もあります。ですが、それは別の問題として、現実には個性は出ていなくても内定はもらえます。むしろ、**個性があっても、中身がともなっていないければ落とされてしまいます。**自分を良く見せるよりも、企業が求めていることを把握して、うまくマッチさせていくことが大事です。

リーダーシップ経験は効果大 行動面でもアピールしていいこう

——就活時期になると、「リーダー」経験をアピールする人がやたら増えるといわれていますが、それについてはどう思われますか？

坂本 リーダーシップがある人を求める会社が多いことは事実です。志望企業においてリーダーシップが必要かどうか確認したうえでのアピールならいいと思います。たとえば2年目以降は部下をもつとか、子会社の人や外部スタッフに指示を出したりするとか。企業で求められる資質には理由があるので、その理由を知ると、どんなアピールが重要なのが見えてきます。

——やはりリーダー経験があると強いんですね。

坂本 ただ、そういった経験がない人も多いと思います。その場合は役職としてのリーダーではなく、リーダーシップを発揮した経験や行動をアピールしましょう。自分が率先して周りのお手本になるような行動をしたとか、みんなにプラスの影響を与えた行動は立派なリーダーシップ経験です。

——過去の経験を思い返して、そういった行動がひとつでもあればアピールしていくべきなんですね。

坂本 ありがちなのがアルバイトの経験ですが、たとえリーダーという役職についていなくても、2年目になって複数の後輩に指示を出すなどしていれば、これは立派なリーダーシップ経験といえます。サークルでも後輩がいるわけですから、後輩との接し方を思い出せば、リーダーシップ経験が見つかると思います。リーダー職についていなくても、リーダーシップを発揮した行動はしているはずなんです。

——「そんなの自己PRにしてもしょうがない」と考えずに、小さな経験でもアピールすべきですね。

だれでも自己PRを考えられる 3つの発想ポイントがある

坂本 ただなかには、本当に頑張ってきた学生もいるわけなんです。同じ大学4年間でも、すごい勉強してきた人もいれば、ぼやっと過ごしちゃった人もいます。

——ぼやっと過ごした人もどうにかなる方法はないでしょうか……。

坂本 結論から言うと、すごい勉強や経験をした人にはかなわないんです。

——まあ、そうですね……。

坂本 TOEIC990点とっていてビジネス英会話もできるといいう人もいますし、英語だけじゃなくフランス語も話せるなんて人もいます。海外に留学して留学先で成績ナンバーワンとか。

——努力のたまものですね。それはかなわない。

坂本 そういう人にアルバイトやサークルなどの経験で勝つのはなかなか難しいんです。とくに実践的なスキルを求めるグローバル系企業の採用では。

——受ける企業を選ぶ時点で考慮したほうがいいですね。ハイレベルな戦いが予想されるグローバル系企業や超大手企業は避けるしかない。しかし、そこでお聞きしたいのが、**3つ目の悩み**「**そもそもアピル**できる**ことがない**」です。一般的な学生でも志望企業に入りたいんです！

坂本 一般的な学生が人気企業に入る具体的な方法ということですね？

——そうです。特別な経験はしていない、サークル活動もそこそこ、アルバイトもしていなかったり、勉強もギリギリだったという人もいます。そう

—— いう学生でも有名企業に入るためにはどうすればいいですか？

坂本 もちろん方法があります。まず、1つ目。大学時代の経験にアピールできることがない人は、中学、高校生のときの経験をアピールしましょう。

—— そんな昔のことでいいんですか？

坂本 大丈夫です。自信をもって伝えてください。そのころの経験がいまの自分の土台をつくったという形で伝えると、高評価が得られます。「いまの自分を形成したのは、中学生のときにやっていた○○というスポーツです。そこで身につけたことを活かして、大学ではこういうことをやってきました」と。大学での部分は、大きな実績がなくても取り組んだことを言えば大丈夫です。

—— 忍耐強さとか努力家ですというアピールができそうですね。

坂本 さらにさかのぼって、スイミングスクールとか書道など、小学生のときにやっていたことや努力していたことでも大丈夫です。

—— そこまで昔のことでも本当に大丈夫なのでしょう？

坂本 もちろん大丈夫です。「私は小学生のころから頑張っている」「小学生のころから努力する習慣を培った」という具合にアピールすれば、印象は違うと思いませんか？

—— 長いスパンで人生を振り返り、各年代でいろんな着眼点からアピールするということですね。

坂本 2つ目は、行動力の高さを長所としてアピールし、その具体例として、就職活動での行動を挙げる方法です。たとえば、何社の企業にインターンの応募をしたとか、何人にOB訪問したとか。就職活動での徹底的な行動を、行動力の事例としてアピールしていくんです。

—— それなら、就活がはじまってからでもできますね。

坂本 そして3つ目は、資格の勉強です。

——間に合いますかね？

坂本 間に合わないことが多いのですが、意欲のアピールになるので効果があります。

——勉強中でもいいってことですね。

坂本 その企業や職種で役立つ資格を調査し、入社に向けて頑張って勉強しているという姿勢を伝えることが大切です。そして、2、3の資格に挑戦しながら、簡単にとれる資格を実際に1つはとるんです。1、2日の講習でとれるものや、ネット受講でとれる資格もありますからね。たとえば食品業界だったら、食品衛生責任者。この資格は1日の講習でとれます。救命技能認定証も半日の受講でとれちゃいます。そうすれば、「〇〇は勉強中、〇〇は取得済み」と言えます。

——必要な技能をちゃんと調べて行動しているという点では、何もしていない人よりは評価できますね。

坂本 そうなんです。その企業や仕事に必要な資格を調べたという熱意、そして実際に勉強をはじめた行動力。この大事な2点をアピールできるんです。これを、他の方法に加えてやってもらいたいですね。

——そうすれば、これまでに紹介した方法と合わせて3つはアピールポイントができますね。

「数字」「具体例」「客観的評価」で 地頭の良さを伝える

坂本　そして欠かせないのが、自分の思考能力そのもののアピールです。つまりロジカルシンキングですね。じつはこれが最大のアピールになります。その方法が、「数字」「具体例」「客観的評価」を用いて伝えていくということです。これを意識すれば、たとえばESや履歴書の趣味の欄でも自分の魅力をアピールできます。

——「読書」とか「映画鑑賞」ではダメなんですか？

坂本　同じ読書でも、よりよい説明の仕方があります。それは「どんな本を、どのくらいの頻度で、何冊くらい読んだのか」という数字や具体例、客観的評価を交えて書くことです。以前指導した人に「歴史の本を毎月かならず2冊、大学入学後3年間で72冊読みました」と書いて高評価を得た人がいました。

——ただ「読書」とあるのと、受ける印象がぜんぜん違いますね。

坂本　「読書」が悪いのではなく、その伝え方が大切なんです。

——スキルや経歴がどんなに良くても、伝え方しだいで評価は変わるといえることですね。

坂本　そうですね。スキルを身につけるには長い期間が必要ですが、ロジカルシンキングは話し方のコツを身につければいいだけなので、ほんの1、2日で身につけられます。「数字」「具体例」「客観的評価」。選考ではこれをつねに意識して話します。

——それを意識しているかどうかで、社会人としての素質も見られているわけですね。

アピールポイントがない人でも
アピールできること

- 1 小・中・高の経験
- 2 就活中の努力
- 3 資格の勉強
- 4 ロジカルシンキング

坂本 学生は論理的であることの大切さを知らないのも、文学的表現や面白い表現をして個性を出そうとしてしまいがちです。しかし、**内定者の例を見るとわかりますが、変わった言い回しはしていません。**わかりやすく伝えるために、むしろストレートな言い方で、それを**事例や数字で具体的に書いています。**努力の方向性はこっちにもつていくべきです。

——つい自分を大きく見せようとしてしまいますが、たとえ些細なことでも、**考**
え方や伝え方を少し変えればアピールになるんです。

坂本 ふつうに学生生活をおくっていたら、すごい経験はなかなかできません。大半の学生はアピールすることに悩んでいるはずですが、でも、それがふつうなんです。

——それでも、みんな立派に社会人になれていますからね。ちょっと考え方や意識を変えれば、ちゃんと社会人として認めてもらえる。ここに気づけたら、**就活**
の焦りや不安も少し軽くなるかもしれません。

坂本 そうですね。事前の研究や自己の振り返りなど、小さなことでも手間を惜しまずにちゃんとやる。それが社会人としていちばん大事なことです。

——私もいち社会人として気をつけます。本日はありがとうございました。