

STEP.2-業界・職種・企業研究

業界・職種・企業研究とは？	p.9	職種について	p.11
業界・職種・企業研究の進め方	p.9	企業研究	p.12
業界について	p.10	情報収集の大切さ	p.12

■業界・職種・企業研究とは？

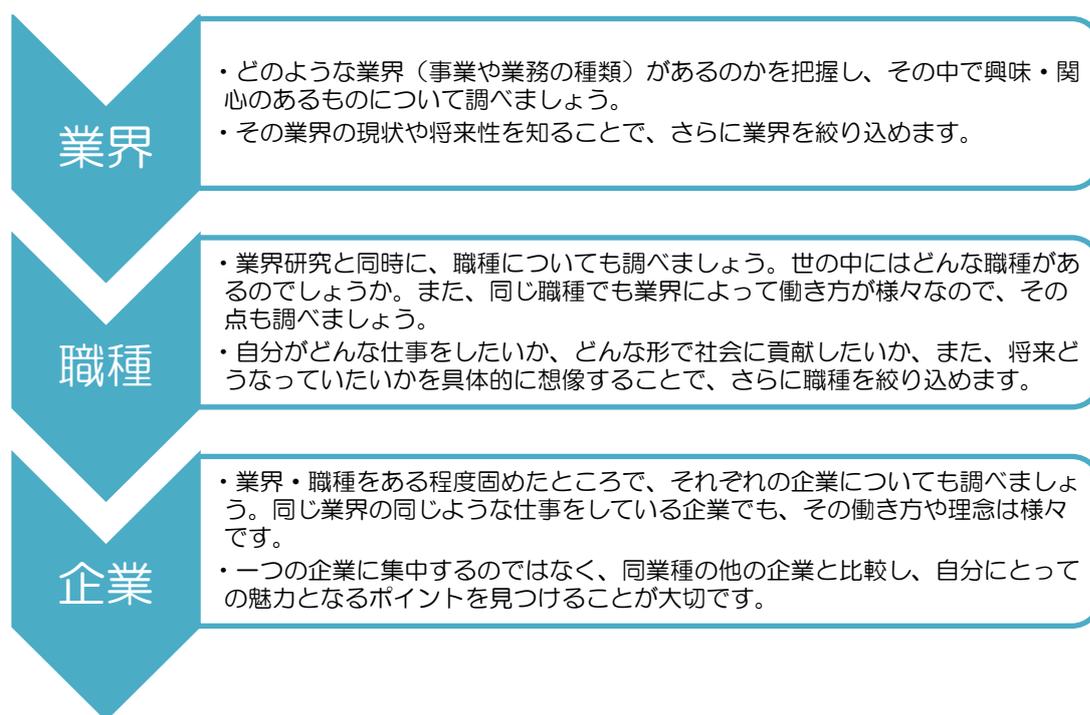
自己分析と同じくらい大切なのが、特に、3年生夏以降、就職活動を終えるまで継続して行う必要のある「業界・職種・企業研究」です。

日本国内に限らず、世界中には、社会にはどのような仕事、会社があるのかを知り、業界や職種、企業研究を理解し、視野を広げていきましょう。

この研究は、志望動機、「どうしてその企業のその職種に応募したか」を考える際にも重要なポイントになります。また、実際にその企業に入ってからあなたの「思い」とは異なるなどの「ギャップ」を和らげるためにも、しっかりと行っておく必要があります。

■業界・職種・企業研究の進め方

業界・職種・企業研究の進め方を簡単にまとめてみましょう。



※ 学生支援室（キャリアデザイン室）にある企業研究・分析に必要な情報資源

・「就職四季報」・「業界研究用」の蔵書 / 各企業が制作し、寄贈された「CSR 報告書」

■業界について

業界の一覧を記載しますので、参考にしてください。

モノをつくる＝ メーカー	・建設・住宅 ・食品・飲料 ・電機・電子・機械	農林・水産・鉱業 アパレル 化学・医薬品・化粧品	自動車 鉄鋼
モノを売る＝ 商社・小売業	・商社（総合商社・専門商社） ・小売業（百貨店・スーパー・コンビニ・専門店）		
形のないモノを売る＝ サービス業	・運輸（陸運・海運・倉庫） セキュリティ コンサルティング ・旅行・ホテル 人材サービス エネルギー（電力・ガス） ・医療・福祉・介護 設計（建築・機械） 理容・美容		
お金に関わる＝金融	・銀行（メガバンク・地方銀行） ・保険（生命保険・損害保険） 証券 カード・リース		
情報に関わる＝ ソフトウェア・通信・情報処理	・マスコミ（新聞・放送・出版） ・情報処理・ソフトウェア ・通信・ネットワーク（携帯電話会社や各種通信事業者）		

この表に載っている業界が全てではありません。

この中では括りきれない業界や、さらに細かい業界分類もあります。興味をもつ業界があれば、詳しく調べてみましょう。

➤ あまり絞りすぎない

業界を絞るにしても、絞りすぎには注意しましょう。早期に絞りすぎてしまうと、その業界の企業に内定がもらえなかった場合、また振り出しに戻ることになります。それとは逆に、業界を広げすぎてしまうのもおススメしません。自分がしっかりと研究できる範囲、4～5程度の業界で考えるのが一番効率的。

➤ 業界の動向を調べる

手法の一例としては、下図の通りです。

過去	現在	未来
・どんな歴史があるのか ・最近（5年から10年） の市場規模の推移	・市場の動向 ・どれだけの企業が存在し ているか ・新規参入の可能性、頻度	・次の5～10年の動向の 予測 ・企業全体で抱える課題や 問題点

業界の今までの発展歴や、これからの展望も調べましょう。業界の過去・現在・未来を知ること、さらに深みを増した志望動機を組み立てることができます。

■職種について

簡単に、職種の一覧を掲載しておきます。

営業・販売系	・個人営業 法人営業 MR（医薬品販売） ・販売 バイヤー
事務系	・財務・経理 総務 人事 企画 広報 ・営業事務 一般事務 マーケティング
技術系	・設計・施工管理 開発 品質・生産管理 ・システムエンジニア（SE） プログラマー
クリエイティブ系	・デザイナー（印刷、Web） 記者 編集 ・コピーライター 番組制作
専門系	・教員 建築士 管理栄養士 環境測定士 ・航空機客室乗務員 看護師 保健師 助産師

この表に掲載されている職種はあくまで一部です。その他にもたくさんの職種があるので、調べてみましょう。

《ここがポイント！》

➤ どんな仕事がしたいかを考える

どんな仕事をしたいかを考えるには、これまでの自己分析を活かしましょう。

自分の興味・関心をもとに、どんな仕事をしたいか考えてみましょう。

また、自分自身が3年後、5年後、10年後、どんな仕事をしていて、どんなポジションについていたかという将来像について、できるだけ具体的に目標を持ちましょう。

また、自分の強み（魅力）をどんな形で活かせるかも考えてみましょう。

自分の強みを発揮でき、かつ、なりたい自分になれる職種を見つけることが大切です。

➤ 同じ職種でも、業界によって仕事内容はさまざま

職種が同じでも、業界や企業によって仕事内容は様々です。

例えば、同じ営業職でも、個人ユーザーに商材を売り込んでいく営業(B to C)と、お得意先の企業とじっくり話を詰めていく営業(B to B)では全く質が違います。

また、顧客層によっても大きく変わります。例えば、お年寄りの方を相手にする営業（介護用品販売など）と、卸売業の方々や、その道のプロ例えば、大工さん相手の営業（建材の販売など）とでは、同じ営業でも求められる営業の質は大きく違います。

このように、その業界・企業の扱う商品や、相手となる顧客なども見極めたうえで研究を進めることで、より現実的な「自分の将来像」を描けるでしょう。

■企業研究

「働く」という視点を持って研究する

【ここがポイント】企業・組織イメージ先行になってしまわないこと

☆「有名だから」「その企業の商品が好き」といった理由は、あくまでも企業を調べ始める「きっかけ」にすぎません。

☆イメージ先行の志望動機はどうしても浅くなりがちです。

実際に自分がそこで「働いて」いる姿を「企業のイメージを除いて」「客観的に」見極めることが大切。こうした企業研究を続け、世間では有名でなくても、優良で、かつ、自分にとって「働きがいのある企業」を見つけられます。

自分のやりたいことをはっきりさせておく

自分自身にとって働き続けるうえで何が一番大切かという「軸」を持ちましょう。軸を持てば企業研究する中で、企業を絞り込む際の判断もしやすくなります。

※同じ業界の同じ業種の企業でも、志向が違う場合が多々あります。

幅広く、深く調べる

【ここがポイント】事業内容、従業員数、売上だけでなく、企業理念や求める人物像、財務状況や採用選考・・・等々、あらゆる視点から調べましょう。

業界を絞って企業を調べ始めても、どうしても有名企業ばかりを調べて全てを知った気になる方が多いです。幅広く、いろんな企業を調べましょう。そして、自分が調べる企業＝将来入社して働き続ける可能性のある企業と捉え、その企業で働いている自分の姿を具体的に想像して調べるようにしましょう。

企業を比較・検討し、絞り込む

【ここがポイント】将来の実現、理念、勤務条件、福利厚生、研修制度・・・多方面から企業を見比べ、魅力を感じた企業を「志望企業」として志願してみましょう。研究をしたうえで、それぞれの企業を比較してみると、必ず違いが出てきます。その違いを知ることで、企業ごとの特徴を知ることができ、その企業の強みや弱みを発見することができます。もし、その特徴が、将来なりたい自分の軸と合致したなら、その企業はあなたの志望する企業といえるでしょう。また、比較検討し、絞り込む際にも色々な視点を持って比較することが大切です。

➤ 時間がかかるが、あきらめない

この研究を通じて、「自分の知っている企業は、社会全体から見ればごく一部だった」ということがわかるでしょう。今まで関わりのなかった企業研究には、時間と労力を費やすことになるかもしれません。しかし、しっかりと業界・企業・組織を見ておくことで、将来、自分が働く際のギャップを減らすことができます。また、採用選考でも「志望動機」は必ず問われる点なので、選考直前であわてないためにも、ここでしっかり調べておきましょう。

■情報収集の大切さ -まめさ、バランスのとり方-

就職活動では、情報収集が大切です。

情報に偏りを出さないためにも、いろいろなところにアンテナを張り、できるだけ多くのソースから情報を集めましょう。

集めた情報・指標のバランス感覚を大切にしつつ分析をして、自分なりの考えを持ちましょう。日々続けていくことで、社会に出た後も、大切な「ポータブルスキル」・習慣となります。ここでは情報収集のツールの一部を紹介します。

✓ 学生支援室（キャリアデザイン室）

みなさんの就職活動を手助けする資料をそろえています。

- 先輩の就職活動報告書（平成22年以降）
- 先輩のエントリーシート ○卒業生就職データ
- 就職関連図書
（キャリアデザイン、エントリーシート・履歴書の書き方、面接、業界・職種研究に必要な書籍）
※一部を除き、貸し出しをしています。
- 大学に届いた求人票の原本（電子化したものはUSPOでも検索・閲覧できます）
- 業界ごとの会社案内
- 企業のCSR報告書
- 日本経済新聞（朝刊）・日経産業新聞
- 公務員試験関連図書（自治体から提供を受けた過去問、各科目問題集、面接・論文対策 etc.）

✓ 新聞

- 全国紙（日本経済新聞・読売新聞・朝日新聞・毎日新聞・産経新聞 順不同）
- 地方紙（京都新聞・中日新聞など）
- 業界紙（日経産業新聞・日刊工業新聞・織研新聞・日刊自動車新聞など）

新聞からは、「政策の潮流」「企業の実情」などの最新の情報について記者の専門の「視点」から分析・論評した記事を読むことができ、事柄の理解を深化させることができます。

また、「電子版」は、かさばらなくて、電車の中など移動中などいつでもどこでも見られて便利ですが、実際の「紙面版」で記事を読むと、単なる情報収集だけではなく、見出しの大きさなどから事案の「インパクト」について理解を進めていくことができます。

本学図書館で上記の殆どの新聞が、閲覧可能となっていますので、ぜひ活用してください。

✓ ホワイト企業マーク(厚生労働省)

- 「安全衛生優良企業認定 ホワイトマーク」
- 「健康経営優良法人 大規模 ホワイト 500 認定」、「健康経営優良法人 中小規模 認定」
- 「ユースエール認定」(新卒層の積極的な採用と育成に取り組む中小企業を認定する制度)
- 「プラチナくるみん認定」、「くるみん認定」
(育休取得や時短勤務など子育て支援を推進する企業を認定する制度)
- 「えるぼし認定」(女性の採用や活躍を積極的に推進する企業を認定する制度) など

✓ 書籍

- 【業界研究】 ○日経業界地図
- 【企業研究】 ○会社四季報 ○ 就職四季報（女子版・未上場会社版もあります）
○日経会社情報（上場企業の基本的な企業情報が得られます） etc.

✓ ビジネス雑誌

- 週刊ダイヤモンド ○週刊エコノミスト ○週刊東洋経済 ○日経ビジネス etc.

✓ インターネット

- リクナビ、マイナビ等就職サイト（p.49も参照）

✓ 個別企業

○企業ホームページ ○会社案内 ○求人票 ○CSR レポート etc.

✓ テレビ番組

- 夕方の地域ニュース「ニュースほっと関西」、「おうみ発 630」、「京いちにち」など
「ニュースウォッチ 9」、「プロフェッショナル 仕事の流儀」(以上、日本放送協会)
- 「ワールドビジネスサテライト (WBS)」<ニュース番組>
「ガイアの夜明け」、「カンブリア宮殿」<2 番組は、業界研究>
(びわ湖放送、テレビ大阪、BS テレ東などテレビ東京系列、独立局)
- 「ニュース 23」(毎日放送)
- 「報道ステーション」(朝日放送テレビ) etc.

《ここがポイント》

テレビのニュース番組を観ることが苦手な人は、新聞社・テレビ局が配信している動画配信サービスを「はじまり」にして、徐々にニュース番組に慣れていってください。

例： YouTube 日本経済新聞チャンネル <https://www.youtube.com/user/TouchTheNIKKEI>
Ameba TV 「ameba ニュース」

■ 「足」で稼ぐ情報

本やデータで情報収集するだけでなく、自分で足を運び、さまざまなセミナーに参加すること、また、OB・OG 訪問などで現場を知ること大切な情報収集となります。

✓ 学内就職セミナー

学生支援センターの開催する就職支援セミナーは、みなさんがしっかりした就職活動ができるようプログラムされています。

また、就職活動支援のプロとして活躍中のさまざまな講師がみなさんのために講演をします。必ず参加しましょう。(やむなく欠席した場合には、原則として開催日1週間後以降に学生支援室で録画したものを視聴できるようにしています。)

✓ OB・OG 訪問 (卒業生・修了生訪問)

OB・OG 訪問は、

- ①「生きた企業情報」を得られる
- ②身近な社会人と接することで自らを磨く良い経験になる

という二つのメリットがあります。

あなたの第一志望の企業を訪問することが一番良いのですが、先輩がいなかったり、企業の採用担当も紹介をしていなかったりと、うまくいかない場合は、同業他社に間口を広げて探してみましよう。また、学生支援センターの窓口でOB・OGの連絡先照会もしていますので、活用してください。

OB・OGの探し方

- ①大学の学生支援センターの情報を利用する。(「卒業生氏名連絡先照会願」(p.44)を提出する。)
- ②希望する企業の人事担当者にお問い合わせ。
- ③親、兄弟や姉妹、バイト先から人づてに志望業界、企業で働いている社員の方を紹介してもらう。

訪問する際

① 訪問前の下準備

○ 訪問先企業について、基本的な情報（年商、事業規模、業界でのポジション）を調べておきましょう。

※ 少なくともホームページの「企業概要」などは必ず確認しておきましょう。

○ その人に会ったときにしかできない質問事項を準備しておく。

② 訪問時の注意事項

○ 遅刻は厳に慎みましょう。

（交通事情などで遅れる際に備えて、事前に緊急連絡先を伺っておきましょう。）

○ （相手の了解を取ってから）大切な事柄についてはメモをとりながら話を伺いましょう。

③ 訪問後

手紙かハガキでお礼を伝えましょう。最低でもメールで謝意を伝えましょう。

質問内容

仕事の内容や会社での一日のスケジュールについてなど、実際の仕事内容について聞きましょう。

先輩の就職活動体験を聞くことはOB・OG訪問の本来の目的ではありません。時間が余れば聞く程度に留めておきましょう。

また、卒業生・修了生を困らせるような質問や要望は避けましょう。（例えば、企業の開発機密に関する事項など）

✓ 店舗見学・メーカー見学

小売業などを志望する場合、店舗見学も重要です。

例えば、あるスーパーで働きたい場合、実際に自分が働きたいと思っているお店に出向き、お店の雰囲気や品揃えなどを調べてみましょう。

そうすることで、その企業の小売業としての運営方針や、顧客層などが見えてくるでしょう。また、近隣の同業他社の店にも出向いてみると、おそらく違った点が見えてくると思います。

こういったことはメーカーでも同様です。同じ商品でも、メーカーによって異なる特徴、製品に込められた「狙い」があります。

そうした「普段何気なく使っているお店や商品も、消費者目線ではなく、働く側・作る側の視点に立つてみることで全く違って見えるでしょう。

このような経験は、インターネットや本だけの情報収集では得られません。自分からどんどん動いて、いろんなところから情報を収集しましょう。

✓ ハローワークを活用する

ハローワークというと「学生の行くところじゃない」と思ってしまうかもしれませんが、現在では、決してそうではありません。

ハローワークには新卒者向けの「新卒応援ハローワーク」「ジョブパーク」という、学生・新卒者を対象としている窓口・機関があります。また、インターネットハローワークという無料の求人情報閲覧サービスもあります。

ハローワークでは、無料で求人票を閲覧できるのに加えて、それぞれの地域の求人が充実しているのが特徴

であり、強みでもあります。

また、気になる求人票があれば、センター内の職員の方々から、より詳しい話を伺ったり、企業の人事の方を紹介してもらったりすることもできます。

各都道府県に必ず一つはヤングジョブセンター（名称は都道府県で異なる場合もあります：滋賀県の場合は、「しがジョブパーク」（草津駅前）が設置されているので、特に地元企業での就職や、就職活動支援は近くで受けてほしい！と希望する学生は有効に活用しましょう。

しがジョブパークのホームページ <http://www.shiga-yjob.com/>

■情報収集成功のポイント ～周りの人と情報交換を！～

情報は世の中にさまざまな形で出回っており、その量は膨大です。

それを一人で全て調べようとすると、それだけで大変な労力です。ですから、いろいろな人と情報交換しましょう。

特に、就職活動先で知り合った他大学の学生は自分の知らない情報をたくさん持っているかもしれません。お互いに情報交換をして、情報の質を高めあうのも一考です。

同じ企業を受験している学生はライバルですが、その企業に就職したいという点では同じ目標を持った仲間であり、将来的には同期ともなり得る存在です。そのライバル・仲間達と上手くコミュニケーションを取り、自分のネットワークを広げていくことで就職活動をさらに充実したものにできるはずです。

また、学生支援室（キャリアデザイン室）の相談員や保護者の方々などとは異なり、同世代内でしか聞くことのできない話や情報を聞くことができます。幅広く、いろいろな人とコミュニケーションを図るのも、今後に控える面接などの選考の過程で何らかの「答え」のヒントになるかもしれません。