

TODAI Job Hunting

東大カルペ・デイエム

# 就東 活大

東大レベルの

就職は誰にでも

できる!

東大生は  
なぜ就活で  
圧勝できるのか?

大学ブランドではなく、  
東大受験で培った

勉強スキルに基づく就活の極意を徹底解説



東大就活

東大カルペ・ディエム

星海社

289





はじめに

『東大就活』という本書のタイトルから、「自分は東大生でもないし、東大生がやっている就活術なんてきつと真似できない。この本は自分とは関係ないな」と感じた方もいらっしゃるかと思うのですが、本を置く前に少しだけお時間をください。

みなさんが想像する東大生の就活は、「東京大学」という学歴を使って内定をもぎとっている、そんなイメージではないでしょうか。

「東大生は学歴があるから就活も楽勝でしょ？」

「企業側も『東大生だから』って理由で採用しているんじゃないの？」

こう思っている方も少なくないでしょう。

しかし、実際には全然そんなことはないのです。

今の世の中、「東大生」という肩書きだけで採用してもらえるほど甘くはありません。「学歴が良ければ、偏差値が高い大学なら採用してもらえる」ということはほとんどなく、学歴もTOEICやTOEFL、その他の資格と同じように、加点要素の1つではないのが実状だと思います。

昔、こんな東大生がいました。「何の準備もせず、とにかく自分が採用されたところに就職しよう」という考えで就職活動を行った東大生です。インターンもせず、企業分析もせず、とにかく自分が採用してもらえるところに行くつもりで就活をしたそうです。

その結果どうなったかというと、その東大生はどこにも採用されませんでした。

このように、「東大生だから」という理由だけで就活をクリアできるわけではありません。

就活は年々複雑化しています。エントリーシートを書いたり、グループディスカッションをしたり、インターンに行ったり、企業分析をしたり——さまざまなことをしないと希望の就職先にはなかなか入れません。何の準備もせずに就活したら、たとえ東大生

だろうと、どの会社でも不採用というひどい結果になってしまいます。

それでも、東大生に就活で無双しているイメージを持っている人も多いのではないのでしょうか？

それには秘密があります。

本書でお伝えしたいのは、

「東大生は、持ち前の頭脳を活かして、上手に就活の準備を行っている」

ということです。

東大生が就活において「準備」をすると、たちまち採用率は跳ね上がるのです。

しかも面白いのは、就活のための指南書のような本、いわゆる「就活本」と言われるような書籍をそこまで活用せず、就活を成功させているという点です。普通は就活といえば、就活本を買い漁って、そこに書いてあることを丸暗記してエントリーシート作成や面接に臨む人が多いでしょう。

しかし東大生はそうではなく、東大生同士で独自に考えた方法論で就活を突破してきます。受験勉強で準備スキルを培った東大生は、本質的に物事を捉えるのが得意です。自分の内面に問いかけて丁寧<sup>つちか</sup>に自己分析し、企業分析をうわべだけで済ませず、面接やエントリーシートで心から思っていることを伝え、そして就活で成功を収めているのです。

こういった本質的な就活対策は、一般的な就活本にはなかなか書いてありません。しかし、もしみなさんが、多くの人が本当に行きたいと思っている人気企業に内定したいのであれば、小手先のテクニックではなく、本質的な対策を取るのが近道です。

本書では、その東大生たちの本質的な就活対策を一冊にまとめました。東大生たちの就活の仕方を通して、多くの人に就活を突破するヒントを提供するものです。

とはいえ、特別なことをしているわけではありません。「東大生にしかできないような就活方法なんですよ？」という心配は無用です。

東大生を含め、最初は誰だって就活初心者です。本書では、就活初心者がゼロから就



活するときの「まず何をすればいいのか？」から丁寧に解説していきます。

最後に、1つだけお願いがあります。

本書では、誰でも使える「志望する就職先で内定を取る方法」については深く論じますが、個人差の大きい「そもそも、どうやって志望先を決めればいいか」については軽く触れるに留めました。

そして、「どんな企業に行きたいか」「仕事を通じて何がしたいのか」は、就活ですつと考え続けるべき大切なテーマだと言えます。第1章でもお話しますが、この部分がないと、どんなに頑張っても自分をうまくプレゼンすることができません。逆に言えば、この部分をしっかり考えている人であれば、適切な準備さえすれば絶対に就活がうまくいくはずです。

それでは、『東大就活』スタートです！

第1章 東大生は「逆算」で就活を攻略する

就活で求められる「主体性」の正しい定義 17

主体性とは責任感のこと 22

個人の利益と会社の利益が一致することが主体性 28

「どうして弊社を希望するんですか？」の正しい答え 32

第 2 章  
東大式自己分析

39

自己分析は「強み」ではなく「弱み」を見よう  
41

いい面ばかりを見せないことで差がつく  
48

メタ認知を鍛えよう  
52

成功体験・失敗体験を聞かれたら？  
55

教訓から逆算してエピソードを考える  
60

第 3 章  
東大式企業分析

65

企業分析をする前に用意するもの  
66

最初は企業ではなく業界を知ろう  
68

第  
**4**  
章

**東大式ES・面接対策**

89

「この企業はどの業界か？」は企業分析の基礎になる 72

その会社の業界内での立ち位置を知る 74

企業のビジネスモデルの違いを知る 79

実際に人から話を聞いてみる 87

ESの書き方1 ガクチカ 90

ESの書き方2 志望動機 99

面接対策1 事前に想定質問を考えておく 105

面接対策2 実際の面接で重要なポイント3選 116

第  
**5**  
章  
**東大生の就活お悩み相談**

135

フェルミ推定やケーススタディがなかなかうまくできない 136

過去問など、面接で聞かれる具体的なケース問題について知りたい 138

就活のために読んでおくべき基本図書は？ 139

SPIや入社試験の対策が知りたい 142

自分の意見を求められたとき、なかなかうまく言えない 144

おわりに  
152



TOPDAI

第 1 章

東大生は「逆算」で  
就活を攻略する

Hunting

この本のタイトルは『東大就活』です。東大生らしい就活の攻略方法について、これからみなさんに解説していきます。

でも、東大生らしい就活の攻略方法ってどんなものなのでしょうか？

その1つの答えは、「ゴールからの逆算」です。

東大生は、受験勉強のときもただ漫然と勉強するのではなく、高校1年生の時点から東大入試の問題を見て、「ああ、2年後にはこういう問題が解けるようになっていないといけないんだな」とゴールを把握し、そこから普段の勉強を組み立てていきます。ゴールを明確にした上で、その目標に向かって適切に走っていくわけですね。

では、就活におけるゴールとは何でしょうか？

その答えは言うまでもなく、「企業が求めている人材になること」ですね。企業が求める人材像を理解し、それに近づくための努力をする。闇雲に就活をするのではなく、まずはゴールから考えていくのが賢いやり方です。



もちろん企業によって、求める人材像は変わってきます。しかし、一般に公開されているデータから、普遍的に企業が求める人材像を理解することもできます。

たとえばみなさんは、日本経済団体連合会（経団連）が行っている「新卒採用に関するアンケート調査」を知っていますか？

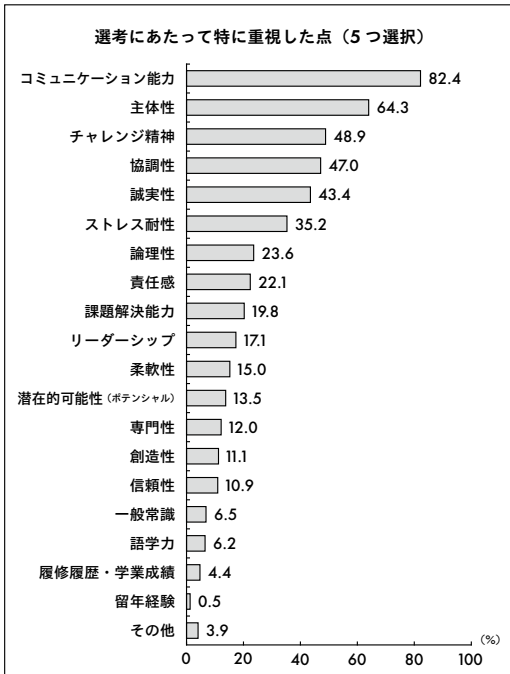
これは毎年行われている調査ですが、その中でも注目を集めている調査項目の1つに、「選考にあたって各企業が特に重視した点」が挙げられます。これは、民間企業に就職しようとしたとき、その企業がみなさんのどんなところに重きを置いて採用を決定するか、その傾向を示した調査結果です。

その結果は次のページに示す通りです。

あくまでも民間企業を対象とした調査結果ではありますが、これがたとえば業種を超えて医療界や法曹界、教育界になったとしても、同様の能力が求められることは変わらないでしょう。

このグラフは2018年の調査結果ですが、「コミュニケーション力」はなんと16年連続で第1位。そして「主体性」は10年連続で第2位となっています。第3位の「チャレンジ精神」も3年連続ではありませんが、コミュニケーション力と主体性に関してはもはや「殿堂入り」と言ってもよいレベルですね。

ということ、絶対的に就活において求められるのは、「コミュニケーション能力」であることがわかります。一般常識とか語学力とか学業成績とかそういったものはなく、コミュニケーション能力が一番大事なのです。



当然と言えば当然のことですが、仕事とは、多くの他者とつながるものです。顧客や同僚・上司とのコミュニケーションが大事になります。そして、そう考えたときに、他者との意思疎通のためにもコミュニケーション力は欠かすことができないと言えます。これは、なんとなく納得感のある結果ですね。

そして次に求められているのが、主体性です。コミュニケーションの次に来る能力としては、違和感がある人も多いのではないのでしょうか？

実はこの主体性を正しく理解できているかが、就活の結果を左右しうる重要なポイントなのです。

## 就活で求められる「主体性」の正しい定義

しかし、みなさんは主体性という言葉の定義を明確に把握しているのでしょうか？

おそらくですが、「主体的」というのを、なんとなく「積極的」とか「自主的」とか、そういう言葉と同じように理解しているのではないかと思います。しかし、この点を勘

違いして解釈してしまうと、就活においては大きな失敗をしてしまうことになります。

岡山大学教育学部の准教授で「主体性」についての研究を行っている中山芳一先生は、「主体性」について次のように述べています。

「自主的」というのは、ただ自分で判断をして行動をすることだけを指します。仮に、「自分の判断で相手がむかつくからぶん殴った」というとんでもない行動をしたとしても、それは「自主的」であると解釈できません。

それに対して、「主体性」は、周囲の意見・周囲の反応を尊重しつつ、自分の責任で行動することを指します。

他のものに導かれたり、周囲から影響を受けたりすることは、私たちが発達する上で必要不可欠であり、その中で自分という「主体」は形成されていくのです。

周囲との関係を切り離して、自分自身の意思を貫くことが主体性かと思いきや、周囲からも影響を受けながら自分自身を形成していくことも主体性となるのです。

「要約すると、主体性は、「周りの意見を反映した上で、自分で責任を持って行動すること」だと言えます。」

就活では「学生時代に力を入れたこと」を聞かれることがあります。そのときに「どんな話をしたらいいのか」が議論になりますが、次の2人ではどちらが好印象を持ってもらえると思いますか？

**Aさん**…インターン先で新規商品の販促に関わり、自分がリーダーシップを発揮してアイデアを出し、チームメイトと一緒にそのアイデアを実現させて、その結果、売り上げ1000万円を達成することができました。

**Bさん**…インターン先で新規商品の販促に関わりました。リーダーとなる社員さんのサポートを行い、彼のアイデアを資料に落とし込むことや、チームメンバーの意見の調整・日程調整や進捗管理を行い、なんとか期日までに仕事を全うできました。

Aさんの話のほうが、実績としてはとても強いものだと思います。「売り上げ1000万円」ってすごいですし、「この人は1000万円の売り上げを作ることができるアイデアを出してくれる人なんだ」と思ってもらえそうです。

しかし、おそらく多くの面接官にとって、Bさんのほうが好印象になります。

たとえばBさんのインターン先の新規商品の販促結果が100万円だったとしても、Bさんのほうが企業から求められる人材です。

その理由は、主体性です。たしかに、Aさんはリーダーシップを強調していますから、自主的に行動している印象があります。でも、主体性と自主性は違うのです。

Bさんは、「サポートを行った」と言っています。チーム全体の流れを見て、周りに目を配り、進捗の管理を行っています。これは、周りの人を観察し、自分でそう判断したと捉えられます。

そして、Bさんは「期日までに終わらせた」と言っていますが、逆に言えば「期日までに仕事を全うすることに対して責任を負っていた」と解釈することができます。

先ほど中山先生の言葉を引用した通り、主体性は「責任感を持つこと」が求められ

ます。

Bさんは、「もし自分がインターンとして関わっているプロジェクトで、期日までに仕事が終わらないことが発生したら、それは自分に責任がある」と解釈しているわけです。もちろんAさんだって責任感を持ってプロジェクトに取り組んだのかもしれないませんが、そもそもインターン先でAさんのアイデアだけで1000万円の販促を達成できた、なんていうことはあり得ないと思います。

というかそれだったら、もうAさんは就職なんてせずに個人の力だけでやっていけるわけで、自分で起業したほうが稼げるはずですし、そうでないならインターン先の企業から「うちの会社に入ってくれ！」と言われるはずですよ。

そうではなく、インターン先とは違うところに就職を希望しているということは、1000万円という結果は嘘でないにしろ、おそらく会社のバックアップがあったり、社員からのサポートがあったりしたはずですよ。それを、自分の手柄だと誇張して、あるいは悪気はないにせよ他者のサポートが見えないままに語っているだけなのではないかと考えられるのです。

ということとは、Aさんは仕事においてあまり周りを見ていないのではないか、と思われてしまうわけです。自分で考えたアイデアを出しただけであればそれは「自主性」で、そのアイデアをチームメンバーで共有したり、周りの人と協同して進捗を整理したりする能力のほうが、企業から求められる「主体性」です。

このように、「自主性」と「主体性」を間違っって解釈していると、就活で失敗してしまう可能性があるのです。

## 主体性とは責任感のこと

さて、主体性を考える上で重要なのは、責任感だと思います。

「責任感を持って自分で考えて行動すること」こそが主体性であると定義でき、先ほどのBさんの話の中でも「期日までに仕事を全うすることに対して責任を負っていたこと」が主体性の発揮だと解釈できる、という話をしました。これについてももう少し詳しく説明させていただきます。



「責任感」の議論をするときによく登場するのが、「この会社・うちの会社論争」です。こういう質問をされたとしましょう。

人事部が人事評価を行うにあたって、会社で行われている会議を観察している。

5名が会議をしていて、どの人も積極的に発言しているが、その中で自分の会社のことを「この会社では……」と言って話す人もいれば、「うちの会社は……」と話す人もいた。

さて、人事部は、「この会社」と話す人と、「うちの会社」と話す人、どちらのほうを評価するだろうか？

自分の会社のことをどう呼ぶか、という話ですね。みなさんはどちらがいい人材だと思いますか？

「この会社」と呼んでいる人は、会社と一定の距離があり、俯瞰的に物事を見ることが出来る人ですね。それに対して「うちの会社」と呼んでいる人は、会社を「うち」と呼

んでいることからわかるように、距離がかなり近いです。会議としては、「この会社」と呼んでいる人のほうがいい意見を言ってくれそうな気がします。

でも、この問題で高く評価されるのは、「うちの会社」だと言われています。実際に人事評価を下す人は、「うちの会社」と言っている人のことを評価し、そして実際「うちの会社」と言っている人のほうがいい結果を残す場合が多いのだそうです。

その理由は、「うちの会社」と言っている人のほうが、自分のこととして会社の物事を捉えていて、責任感を持っているからです。

何か問題が発生した時に、「この会社は」と普段から話している人は、自分の責任だとは考えず、他人や会社に責任を求める傾向があります。会社の一員としてではなく、雇われた人間として物事を考えていて、自分の部署の売り上げが落ちてきたら「会社のせいだ」「社長のせいだ」と考えてしまうことが多いのです。

本来に会社が求める人材というのは、責任範囲を広く取ってくれる人材です。

もし上司や同僚がミスをしてしまったときに、「自分には関係ない」ではなく、「自分

にもサポートできることがあるのではないかと考える人です。

もし違う部署で業績が落ちてきたときに、「自分にも責任があるのかもしれない」「何か自分にもできることはないだろうか」と考える人材です。

「自分が所属している会社のために、自分ができることはないだろうか」という責任感がある人間のことを、会社は求めていると言えます。そして、その責任感の発露としての行動を、我々は「主体的な行動」と言っているのです。

この主体性＝責任感の捉え方を聞いて、ネガティブな捉え方をする人もいることでしょう。

「そんなの、滅私奉公みたいじゃないか」

「要するに、会社は社畜が欲しいってことでしょ？」

などと考える人もいるかもしれませんが。「会社のために」という言葉は、「働き方改革」

が叫ばれるこの令和の時代において、ちよつと空虚な響きがあると感じる人もいるでしょう。

でも、それはちよつと違うんです。なぜなら、多くの人が考える「滅私奉公」「社畜」というのは、「自分で考えない人」のことだからです。

「ブラック企業」という言葉が流行して久しい現代、職場環境の悪い、いわゆるブラックな企業で働く人の愚痴がSNSで拡散し続けられています。会社からの無茶な命令に従って奴隷のような働き方をする人のことを、「会社の家畜」、縮めて「社畜」と呼ぶようになりました。

でも、社畜は「主体的」ではないんですよ。いわゆる社畜とはこういうことです。

「与えられた指示を、ただ唯々い諾々だくだくと受け入れて、無茶をしてでも頑張る」

「無茶な命令を出されても、それに文句を言わずに頑張る」

そういう行動をしている人って、自分で考えてそうしているわけではありません。た

だ命じられたことを受け入れている、ストレス耐性のある人です。ストレス耐性が社会人として重要なスキルであることに間違いはありませんが、それは主体性とは異なります。

そして、ストレス耐性や無茶に対する対応力、「社畜スキル」なんて呼ばれている能力は、実際はこれからの時代はどんどん需要が少なくなっていくと思います。AIやロボットによって、人間の仕事が代替可能になってきている現在において、指示さえ出せば24時間不眠不休で働いてくれるロボットさえあれば、ストレス耐性のある人材は要らなくなってしまうのです。

むしろ必要なのは、自分で考えて行動してくれる人です。「うちの会社にはこういったことが必要だから」と自ら考えて行動してくれる人のほうが求められる人材であって、社畜は要らないのです。

ここが非常に難しいポイントで、この本の中で一番重要になる部分なのですが、「自分にとってもメリットがあるから、この会社のために全力で頑張ろう」と考えることがで

きる人こそが、会社が求める究極の人材だと言えます。

なぜかというところ、「自分のメリット」を考えられる人ほど、主体性を持って物事に取り組むことができるわけで、「会社のために」が「自分のために」にもつながっていると理解している人ならば、仕事がうまくいくのが明らかだからです。

## 個人の利益と会社の利益が

### 一致することが主体性

ちょっと脱線しますが、我々の会社「東大カルペ・デイエム」は2020年にスタートした会社です。継続的に40人程度の東大生がバイト・インターンをしていて、2020年から数えると200人近い東大生が出入りしたことになります。その中で、インターンとしてとても活躍した人物がいました。仮にCさんとしましょう。

Cさんは、書籍編集の仕事にとっても積極的で、さまざまな書籍のライティングや進捗管理に関わってくれました。「そのモチベーションはどこにあるか」と周りが聞くと、こ

んな風に言っていました。

自分にも出したい本がある。そのためには、書籍編集の仕事を手伝って、自分もスキルアップしなければならぬし、うちの会社の書籍編集部を盛り上げなきゃならない。そして、その本を出すときには、会社の人にも手伝ってもらいたいから、みんなの仕事を手伝っているんだ。

つまり、「自分のやりたいことを実現させるために、会社のことを盛り上げよう」という考えがあつて、だからこそ積極的に「会社のために頑張ろう」という主体性が生まれるのです。

このように「自分のやりたいことのために会社を利用する」というプレゼンをして就活を成功させた人は、東大生の中にも多くいます。たとえば、建設会社に「こういう建築が作りたいから御社に入りたい、こういう建物を将来普及させるための経験として、御社に入りたい」とアピールして通った人がいます。最初に自分の希望を具体的に伝え

ることで、就活を成功させるという方法もあるのです。

人間は結局、自分の欲望や願望を叶えるために生きるエゴイストだと思います。もちろん「他の人とこんなことがしたい」とか「人を助けたい」という願望もありますが、しかしそれだって、「社会の中で居場所がほしい」とか「自分が生きていて誰かの支えになっっているという自信がほしい」とか、そういう「自分のための欲望」であることも多いです。そしてそのために、人は努力をします。主体性の源泉とは結局、自分の欲望を叶えたいという個人の欲望なのです。

でも、エゴイストであることと、「会社のために何かしたい」というモチベーションを持つこととは、必ずしも矛盾しません。むしろ、会社が大きくなるのが自分のやりたいことにつながったり、自分の目的と合致したりするのであれば、「自分のために」と同じように「会社のために」、主体的に行動することができます。「会社」と「自分」の距離が近いので、「うちの会社」と捉えて行動することにもなるからです。そうなると個人にも会社にもメリットがありますよね。



もつと言え、この「エゴ」「自分のために」の範囲を意識的に広げることができるこそが、何に対しても主体的に行動できる人だと言えます。

ひとつ具体的に考えてみましょう。もし仮に同僚の誰かが困っているときに、その人を助けるか、助けまいかという二択があるとしめます。ここで「助けまい」と選択する人は、「自分には関係ないから」「助けても自分にとってプラスにならないから」と考えていることでしょう。他方で「助ける」という選択をする人は、ただ利他的なだけでなく「ここで助けることによって、自分にもあとからプラスがあるかもしれない」と考えることができる人だと言えるのです。

もしかしたら、自分が困ったときに、後から助けてもらえるかもしれない。同僚が困っているポイントを知っておけば、自分も同じところで困ったときに解決策がわかるかもしれない。同僚の困りごとを解決することが会社にとってプラスになって、ひいては自分のプラスになるはずだ。

そんな風に、「自分のために」の解釈の幅を広く持てるからこそ、主体的に行動することができるとは。先ほど、「責任範囲が広い人＝主体性のある人」と定義しましたが、

その裏側にはこういう背景があったのです。

まとめると、主体的になれる人というのは、「自分事じぶんごと＝責任」の範囲を広げることができる人だ、と言うことができます。

## 「どうして弊社を希望するんですか？」の正しい答え

就活ではよく、「どうして弊社を希望するんですか？」という志望理由が聞かれます。

その質問に対して、多くの人は「御社を志望した理由は、御社の掲げる企業理念に共感したからです」なんて言いますね。この文言は就活においてよく聞きますし、もう使い古され過ぎていて逆に空虚な言葉になっている感じもありますが、実際、本気で「企業理念」に共感している人材は、会社としてはとても望ましい人材なんです。

ある食品会社があったとしましょう。「日本人により多くの食品の選択肢を提供した

い」という企業理念を掲げていたとします。

そしてそれに対して、「たしかに自分がおじいちゃんになったときに、もっといろんな食品の選択肢が欲しいもんなあ」「美味しいものをもっと食べられるようになったらいいよなあ」と考えている人がいたとしたら、企業のために頑張ることが、自然と自分のために頑張ることとつながっていきます。その企業の目標と、自分という人間の目標がマッチしているのであれば、仲間としてスムーズに協力して仕事を進めていくことができますよね。

先ほどから解説している「自分のために」の解釈を広く持てるというのは、志望理由を考える上でも生きてくるのです。

そして、だからこそ「御社を志望した理由は、御社の掲げる企業理念に共感したからです」という文言はずっと言われ続けているのです。

でも、これを形だけ真似してもうまくいくことはないでしょう。

なぜうまくいかないかというと、「企業理念がすばらしい」と、「自分のやりたいこ

とが、その企業理念とマッチしていること」とは別だからです。「この企業理念、いいですよね!」と言つても、重要なのは共感の部分で、「その就活生自身とその理念がどう結びついているのか」が明確でないと意味がないのです。

そして多くの人は、この「共感」を抽象的に答えてしまいがちです。先ほどの食品会社の志望理由にしても、

「日本人に、より多くの食品の選択肢を提供したい」という企業理念はすばらしいと思います。自分も食品の分野に興味があり、高校時代も大学時代も食品に関わる活動をしていて、その上でこの理念に共感しました。

なんて言ったとしても、「何に共感しているのか?」、もつと言えば「自分の目標として会社の理念を認識できるほどに共感し、これから数十年もこの会社のために働けるほど、自分事のできる理念として捉えているのか?」という疑念は払拭できませんよね。

じゃあ、本音ベースで「給料がいいからこの会社に入りたいと思つています」と言っ

ても問題ないのか、と思うかもしれませんが、それは少し解釈が違います。

もちろん「仕事は大変だと聞いていますが、でもその分給料がいいと伺うかがっています。であれば、どんなにやりがいがない仕事でも、大変な仕事でも、自分は頑張りたいです。どうか御社に入れてください！」と言って通る企業も一定数存在するかもしれないかもしれませんが、それであれば、社会的に見れば「社員」になる必要ってそんなにないんですよね。割のいい業務委託の仕事をずっと受け続けられればいい、という話になってしまいます。

会社がその人を「社員」として迎えるのは、会社がその社員を「育てる」ということを考えているからです。今の時点でスキルがない人を採用するリスクを取ってまで会社が採用するのは、その人が成長し、成長した先で一緒に目的を追うことができるからだと思います。会社も、そしてその会社に所属する社員も、就活生と一緒に目的を追いきたいから、ゼロから育てるコストをかけてでも共に働きたいと思っているのです。

ですから、やっぱりお金以外のモチベーションで主体性を発揮できると考えられる部分があなたにあると思えるかどうか、採用する側からすると重要になってきます。

ということ、シンプルに言ってしまうえば、就活で成功できるのは、こういう人物だ

と言えます。

「自分のために」その会社で働くことができる人

「自分の目標」と「会社の目標」が一致していて、会社のために主体的に行動できる人

逆に、その反対の

「自分の目標」と「会社の目標」が一致しているかが不明瞭、または一致していないと

解釈されてしまう人

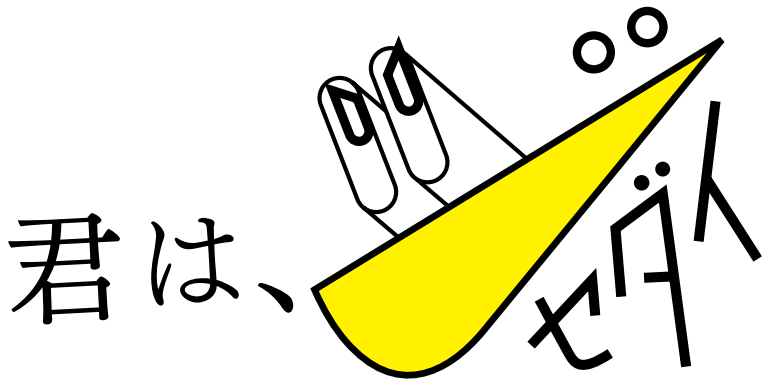
は、就活でうまくいかない人です。

この本でこれから提案していくのは、この「会社のために」が「自分のために」にながっていることをプレゼンできるようになる方法です。

そのために重要なのは、まずは「自分のために」を明確にすることです。自分がどう

いう人間で、自分が何を楽しい、何を好ましいと捉えているのかを明確にする必要があります。

これは「自己分析」と呼ばれる行為ですが、多くの人は自己分析について間違っ  
て解  
積している点があります。多くの人はどう間違っ  
てい  
て、どうすれば正しく考えられる  
のか、第2章ではお話ししていこうと思います。



君は、

ジセダイ

何と闘うか？

<https://ji-sedai.jp>

「ジセダイ」は、20代以下の若者に向けた、**行動機会提案サイト**です。読む→考える→行動する。このサイクルを、困難な時代にあっても前向きに自分の人生を切り開いていこうとする次世代の人間に向けて提供し続けます。

メインコンテンツ

**ジセダイイベント**

著者に会える、同世代と話せるイベントを毎月開催中！ 行動機会提案サイトの真骨頂です！

**ジセダイ総研**

若手専門家による、事実に基いた、論点の明確な読み物を。「議論の始点」を供給するシンクタンク設立！

**星海社新書試し読み**

既刊・新刊を含む、すべての星海社新書が試し読み可能！

マーカー部分をクリックして、「ジセダイ」をチェック!!!

**行動せよ!!!**