

大学受験の成功メソッドをそのまま就職にももち込もうとしても、その両者は根本的にまったくの別物ですから、就職で成果を得るのは難しいのです。採用された先輩のエントリーシートをまねたり、面接の想定問答集を暗記したり、企業にウケそうなエピソードを「盛」ったり、それらをインターネットなどで情報収集するような、受験テクニック応用型の就活準備をしてしまいます。しかしこのような「正解探し」のアプローチで就職に臨んでも、せいぜい書類選考まで進めるだけで、最終的な内定を得ることにはならないのです。

「戦略思考」では、  
まず目標を設定することから始まります。この目標とは個別企業への入社ではなく、企業で果たしたい役割や実現したいことです。それは何百もあり得るものなのでしょうか。就活は、根性だけでなせるものではありません。根性以外に**目標達成への知略がなければ成功にはいたれない**のです。

「東工大学部生」というブランドがあれば、そこそこ書類選考までは通る可能性が高い。しかし日本中の有名大学の学生の集まるコンサル業界や金融業界で、大学名だけで「採用」まで決めることは普通はあり得ない。面接に進んだ後はすべて実力で判断される。人より先んじて活動することは悪くはないが、就活は「早い者勝ち」の勝負ではない。そもそも昨今大人気の外資系戦略コンサルや投資ファンドなどには超有名大学の、さらにトップ層の学生が殺到する。その他大勢の応募者から書類選考で面接に進める程度までの優位性はあるかも知れないが、残念ながら東工大であっても採用決定においては差別化にならない。むしろ表層的なコンサル業界知識や入門経営書程度の浅い知識でプロコンサルの面接に、「無難に」答えるレベルではまず内定にはいたれないだろう。東大法学部のトップ学生」と差別化できるほどの理系的センスや計算能力などはなく、**文系学部生が対抗できないような優れた視点や能力もなく、「無難で一般的回答」しかできない**、その他大勢の有名大学生の一人と判断されたのではないか。

**採用される者とされない者、この差は相手（＝企業）の意図や求めるものをどこまで汲め、それに応えられているかの違いです。**特にどれだけエントリーしても面接にもいたれないのであれば、今行っている就活の方法や、そもそも企業選びからしての戦略が、企業の求めるものと一致していない可能性がきわめて高いのです。

所属研究室や研究科に推薦枠があることがわかったら、その推薦の中身をしっかりと確認しましょう。**推薦の資格条件や締め切り**といった、基本条件を、その情報を扱う正規の担当部門の方

から直接確認を取ることです。

多額の年収を得ること自体嫌な人は少ないでしょう。しかし何千万円もの報酬を得るということは、当然その何倍、何十倍という巨額利益を会社にもたらしているからこそであり、そのリターンとしての超高額報酬があるのです。仮にその職に就けても、期待される成果を出せずリストラされていく人間は数多くいることでしょう。コンピテンシーとして、その成果は一発勝負ではなく、継続して成果を出し続けることがキャリアです。またそうした外資系投資ファンドなどは昨今大人気で、ゴールドマンサックスのように東大法学部からでもなかなか入社できない状態が恒常化しています。そこに自分が入れるのかという視点ももたなければなりません。「**自分のやりたいこと**」を実現するのが就活ではなく、**それを受け入れる環境（会社）を見つけ、相手を説得し、実現（入社）することが就活**です。

### 「御社では私がやりたい△△の業務

があるので志望しました」という、ありがちなエントリーシート（ES）の志望動機がだめな理由はこれです。他者（＝企業）の仕組みや人事システムをまったく考慮せず、自分の都合だけを訴えたところで採用になる訳がありません。自己分析への過剰なめり込みは、こうした自分視点を強めてしまう危険性があることに留意して下さい。

就活サークルなどで、互いに自己PRを批評しあったり、模擬面接で学生が学生に対し自己紹介をするという光景をテレビで見たことがあります。そこにいた、学部一年から参加しているというある文系学部生は、突然立ち上がり、用意してきたすばらしい経歴とサークル活動の実績を、身振り手振りを交えて述べていました。筆者はその姿を見て、まったくその人物に魅力を感じませんでした。その満々と話す姿は、まさにコミュニケーションではなく、一方的な演説にしか見えないからです。それを聞く人がどんな意識で、どんな目的で、どんな状況で聞くかということへの関心はまったく見られず、単に「上手にスピーチができること」を練習しているのだとすれば、これはコミュニケーション能力とは関係ないものすぎません。

ちなみに余談ですが、先の例のように理系修士生が簿記二級をもっていたとして、そのアピールの仕方によってはうまい「つかみ」に活用できる可能性があります。面接の場などで、「経理業務として簿記を学んだのではなく、経営という構造理解をするうえで簿記に関心をもち、せっかく勉強したので二級も取得した」というような説明ができたらどうでしょう。単に「経営に興味があります」というアピールより、好意的関心を呼べる可能性はないでしょうか。実際、理系学生の数学力は会計・経理業務と相性が良いと思います。繰り返しますが、企業が求めていることは資格や免許の有無ではありません。資格であれ経験であれ、業務で役に立つかどうかです。

「資格さえもっていれば有利」というような非論理的な発想は、まったく戦略的就活の逆になります。

仕事は「つくる」か「売る」、そして「支援する」がカギ

・・・

突きつめれば経営者とは、

「つくる」機能と「売る」機能を総合的に組み合わせる、「支援」の役割とも読めます。「支援」という言葉にネガティブな意味がないことはおわかりでしょう。「つくる」「売る」「支援する」の三機能は、いずれもが同等にキャリアとして、基本的な役割なのです。

企業からの和談で非常に多いのは、「ウチは自動車会社なので機械系はたくさん応募があるが、電気電子が少なく、そういう学生の採用に苦労している」というような、一見直結しないような専攻と業界の咤の存在です。

「飛行機が好きだから航空会社に勤めたい」と考えたとします。このままではただの願望ですから、役割を掘り下げて考える必要があります。「飛行機が好き」なことと、「それを仕事とする」ためにどうすればよいのかを考えることになります。短絡的に「飛行機が好きなら航空会社」と結び付けるのではなく、「飛行機が好き」とはどんなことなのかを分解して考えましょう。飛行機を「操縦したい」ならパイロットになる必要がある。飛行機を「つくりたい」なら航空機メーカーに入らなければならない。パイロットの制服に憧れているなら、パイロットの制服を着る職業はないかと考える、というようなことです。

「パイロットになりたい」と思うのであれば、日本の航空会社なのか、外国の航空会社か、旅客機か輸送機か、戦闘機に乗るなら自衛隊に入らなければならないのかという選択肢も出てきます。飛行機を見るのが好きなのなら、空港で働くことは選択肢にならないのか考えてもよいでしょう。航空機メーカー以外に、航空機の素材メーカーはどうか、ジェットエンジンの燃料をつくる仕事は？ 空港を建設する仕事は？ 航空会社に資金提供する会社はどうか。あらゆる面で可能性を知識によって、知識が不十分であっても想像によって、広げていくのです。本当にその仕事や役割への思い入れがあるなら、こうした想像はいくらでもできるのではないのでしょうか。逆に「飛行機が好きだから航空会社」程度で、それ以上の広がりが無いようであれば、まだまだその仕事や中身について、それほどの思いはもっていないのかも知れません。

学部就職だけでなく、修士以外からでも金融、コンサルティングなど、いわゆる「文系就職」を希望することは珍しくなくなりました。文系就職で重要なことは、「いかに文系学生と差別化するか」ということです。この場合の文系とは、文系「学部生」のことで、理系学生である点の差別化ができなければ、わざわざ企業は採用する必要がない訳です。文系学生と同じことをアピールしたり、同じ志望動機では意味がないことになります。

筆者はこれまで何千何万という自己アピールを見たり聞いたりしてきましたが、人事担当者がさんざん文系学生から聞いて飽き飽きした話をしているようでは、およそ選考には残れないでしょう。例えば、「みずからテニス同好会を立ち上げ、当初参加意識の乏しい仲間を鼓舞し、試

合いで優勝できた結果、サークルが一体感をもつことができた」というたぐいの話です。

他にも「いろいろな人々と交流し、人脈を広げることに注力し、一〇〇人と名刺交換できた」とか、「世界二〇か国を放浪した」「塾講師として担当した子の成績が上がった」などという使い古されたアピールだけでは、「理系らしさ」のみじんも感じられません。「ボランティア」「アルバイト」「就活サークル立ち上げ」といったありふれたエピソードのみで、**何のユニークな視点も切り口もないようであれば、文系就職はあきらめた方がよいでしょう。**

むしろ、「文系学部に進んだ高校時代の同級生が、楽しくサークル活動をしているのを横目に見ながら、自分は研究活動に打ち込み、院に進んでからはバイトをする時間もなく研究室の実験維過観察で、週六日は朝から晩まで学食で食事という生活を二年間送った」「試験管洗浄の魔術師と呼ばれ、学部生の仕事である試験管洗浄を修士に進んでからも引き受けた。洗浄のコツは〇〇を△△することで……」といった**文系が逆立ちしても書けない例**はどうでしょうか。

実践の場では思ったとお

りうまく活動が進まないこともあるどころか、うまく進まないことが普通です。精神的にもタフさが要求されますが、そんなときこそ「目標」を忘れて欲しくありません。

「何がしたいのか」「何ができるのか」「どこでそれはできるのか」を常に自問し、目標というゴールを設定し、迷いながらも進むのです。目標さえ設定できれば、それを実現するための手段は必ずあります。

企業社会は契約こそすべてです。文書化された「内定」以外は内定ではありませんから、電話で「内定です」といわれても、それはまだ選択肢にはなっていません。本命の第一志望先企業の結果がまだ出ていなかったとしても、他の内定先企業の内定受諾の締切りが来れば、入社するかどうかを決めるしかないでしょう。非常にタフな決断を迫られる場面ですが、最悪なのは「本命企業ではないから」という理由で、せっかく得たすべり止め企業の内定を捨ててしまうことです。「内定にいたっていない」企業は、どれだけ本命だろうと熱意があろうと、まだ選択肢にはなっていません。

一方このビジネスは、「採用」が前提で企業から料金を取るものであるため、採用にいたれない場合は商売が成り立ちません。例えばエージェント会社を介して就職先が内定できたとしても、新卒採用であれば、中途採用と違い即日入社はなく、通常は入社までに一定期間をおいての入社になります。その間に気が変わって内定を辞退したいときや、他に自分で活動した結果、もっとお気に入りの企業から内岩が出た場合どうなるでしょう。エージェント会社の内定を蹴ることになれば、エージェントは商売が成り立たないことになります。こんなときに**エージェント会社は内定を辞退しないように、強く学生に働きかけることがあるかも知れません。**いったん内定を受諾した場合は、**就職活動の終了を誓約させたり、厳しい内定受諾誓約書を提出させたりと、内定辞退を防ごうとすることも**あるでしょう。つまり他にもっと魅力ある企業の内定が出た場合

でも、エージェント会社の内定を受けるよう、おそらく強く説得される可能性が高いといえます。新卒採用でエージェントを利用する企業は、そもそも自社では採用が難しいからそうしたサービスを利用する訳で、「FREE」という仕阻みをきちんと理解したうえで、みずからの責任において利用することを忘れないで下さい。