

第1章

人気企業を受け続けるより、 穴場の「かくれた優良企業」をさがせ！

そんな就活では内定は出ない！ 賢い就活をするための基礎知識

1-1	人気企業の倍率は数百〜千倍以上！	12
1-2	内定獲得へ向けた3つの基本方針	16
1-3	日本の企業の厳しい現実を知っておく	18
1-4	まず志望職種を決める	22
1-5	各職種と志望学生の実体はこうなっているか	24
1-6	営業職にも規模・業態・業種によりさまざまなタイプがある	28

第2章

この業界に「かくれた優良企業」は多い！

まずはどの業界に就職するかをはっきりと見定めよう！
データから見る各業界の特性とそれを見抜き方

2-1	学生に人気の業界と企業	36
2-2	行へべき業界・行つてはいけない業界	44
2-3	志望業界の選び方	48
2-4	業界研究の方法	52
2-5	収益力の高い業界を探そう	54
2-6	業界の特性を知るには付加価値率をチェック	58
2-7	どの業界を志望業界とするか	64

第3章

上場企業と未上場企業の調べ方

上場企業と未上場企業は調べ方が根底から違う！
適切なツールを使って企業を徹底分析しよう

3-1	上場企業って何だろう	68
3-2	上場企業をランク別に分類する	72
3-3	未上場企業をランク別に分類する	76

第4章

会社四季報を徹底的に活用する！

就活はもちろん、入社後のビジネスにも間違いなく役立つ！
会社四季報を使った企業分析の方法

4-1	就職四季報だけで企業研究はできない！	90
4-2	会社概況を見る	94
4-3	企業の成長性を見る	100
4-4	収益力を見る	104
4-5	配当と株価を見る	108
4-6	株主持分比率を見る―財務の健全性①	112
4-7	借入金月商倍率を見る―財務の健全性②	116
4-8	営業キャッシュフロー（営業CF）を見る―財務の健全性③	120

第5章

あらゆる角度から情報収集する！

就職してからではもう遅い！ いまのうちに調べておくべきこと

4-9	疑義の注記―財務の健全性④	124
4-10	その他のチェックポイント	126

第6章

実際に「かくれた優良企業」を抽出してみよう！

チェックリストに記入するだけで、企業がはっきり見えてくる！

6-1	判定ツールとしてチェックリストを使ってみよう	150
-----	------------------------	-----

3-4	上場企業を調べる場合	80
3-5	未上場企業を調べる場合	84

COLUMN

「かくれた優良企業」の手っ取り早い探し方



まず、知っている企業名を業界別に書き出してみましょう。このとき、できるだけ多くの学友たちと書き合うと効果大です。

次に、志望する業界のなかで、いま書けなかった企業を探し出すことにしましょう。この企業は就活生の知らない企業、つまり応募者の少ない企業である確率が高いのです(物流業界の「山九」が好例です)。

企業を探すときは、『会社四季報』の上場版や未上場版の出番です。会社四季報は業界内の企業をまとめて多数掲載しているので探しやすいのです。

探し出した企業のなかから、自分に合いそうな企業をピックアップします。そして、これらの企業を表にまとめて、本書を参考に比較分析して優良企業を選抜します。

この際、就職四季報の就職関連情報を参照すると、より効果的です。

なお、志望企業はできるだけコンスタントに採用数が多い企業がよいでしょう。また、出身校の採用実績のある企業を選ぶにこしたことはありません。

本書をよく読んで、調査力と分析力を身につけてください。

第7章

業界・企業研究の成果こそ、最強の自己アピールだ！

積極的に調査し、効率的にアピールするための秘訣

7 1	いま求められているのは行動力	188
7 2	生産財メーカーを希望する場合	182
7 3	消費財メーカーを希望する場合	176
7 4	研究・調査結果はこうアピールする	172
7 5	最後の最後まで粘るが勝ちだ	168

6 2	チェックリストに記入して、実際に判定してみよう	162
6 3	倒産企業を検証してみよう	158
6 4	一番簡単な「かくれた優良企業」の選り方	152

COLUMN

業界研究のための業界新聞、業界団体の調べ方



業界新聞を調べるときは、「社団法人日本専門新聞協会」のサイトが便利です。加盟95社の業界新聞を調べることができます。URLは以下の通りです。

<http://www.senmonshinbun.or.jp/apps/top.php>

サイトを開くと各業界名が表示されるので、たとえば「化学業界」をクリックすれば、「塗料報知新聞」の概要や連絡先などを見ることができます。

このほか、Yahoo!のカテゴリ検索でも、「新聞」⇒「業界紙」へと進めば、業界新聞各社を調べることができます。

業界研究のためには、業界団体を調べることも有効な方法です。各業界には、業界内企業の集まりである業界団体があって、業界全体の発展に寄与しています。

どの業界団体のなかにも事務局があり、専任の職員がいます。就活生であると挨拶して、このような職員に業界のことを教えてもらうとよいでしょう。

業界団体の探し方は、インターネットで、たとえば「塗料業界」と検索すれば、塗料メーカーの集まりである「日本塗料工業会」をすぐに見つけることができます。

このほか、販売業者の集まりである「日本塗料商業界」や、塗装施工業者の集まりである「日本塗装工業会」なども表示されます。

COLUMN

「自分は営業に向いていない」と簡単にあきらめてはいけない



若い営業マンは、取引先の支援も受けて成長するものです。

ただし、これには条件があります。マナーが良く、素直で、熱心で、好感が持てる若者であることです。これは心がけ次第で誰にでもできることです。

取引先でも新規開拓先でも、一生懸命にやっていたら、そのうち相手も認めてくれます。そして、「頑張っているあの若者を、なんとか応援してやろう」となることも少なくありません。

つまり、「なんとか一人前に育つように力を貸してやろう」「ここで受注できるよう、自分なりに便宜を図ってあげよう」という気になるのです。

勤める会社は別であっても、年輩のそれなりの人たちは、若くて見込みのある営業マンに対して、「なんとか応援してやろう」という気持ちをもっているものです。自分もかつて、同じように応援してもらった経験がある人が多いのです。

頑張っている若い営業マンは、他社の諸先輩からも支援を受けて育てられ、ある時は厳しく鍛えられて成長していくのです。

しかし、これは若い営業マンが持つ特権みたいなものです。何年か経つと、「温かい目で育ててやろう」「応援してやろう」とはならず、それこそ真正正銘の実力の勝負が求められます。

まさに「時は今」。頑張ってください。

2 4 業界研究の方法

業界研究で業界の特性を調べよう

業界にはそれぞれ業界特有の特性があります。この特性を知って就活するようにしましょう。研究の主な切り口は表の通りです。

そして、次の2点と本書を併読すると、より業界、企業を理解することができ、志望企業の選定に役立ちます。

① 業界研究本

たとえば、秀和システムから『〇〇業界の動向とカラクリがよくわかる本』が出版されています。シリーズとして、電力・ガス、鉄道、通信、建設、不動産、電機、半導体、医薬品、食品、総合商社、流通業、小売業、物流、新聞、外食、証券、コンサル……など、多くの業界が取り上げられています。

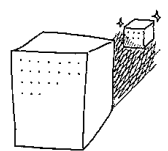
こうした本は、主要企業の基本知識から最新の業界情勢までわかりやすく解説されており、志望するならばぜひ知っておきたい業界知識が得られます。また、会社内の仕事なども紹介されているので、業界研究には最適です。

② 業界新聞

各業界には、それぞれ業界新聞社があります。どうしても入りたい業界の場合は、なるべく早く志望業界のトップ級の新聞社を訪ねて、直前何か月分(月3〜4回発行が多い)かの新聞を購入して読むとよいでしょう。新しい業界事情を把握することができますし、そのときに「就活中なのですが、業界の問題点は何でしょうか?」などを教えてもらえばよいでしょう。

業界研究の主な切り口

- ・主力商品は、準主力商品は
- ・業界の売上規模は
- ・代理店方式か直売方式か
- ・販売先、仕入先は主にどの業界か
- ・海外との競争関係は
- ・今後の需要傾向
- ・業界内の問題点
- ・業界の主な企業の売上高と経常利益のランキング



3 4 上場企業を調べる場合

上場企業の場合

① 会社四季報(東洋経済新報社)

1部、2部の上場企業、ジャスダック、東証マザーズ、大証(ラクレス)など約3700社の上場企業が掲載されています(2010年10月、ジャスダックと大証(ラクレス)は経営統合され新ジャスダックとして発足)。

上場企業を調査する代表的ツールであり、志望企業を精査し選定する資料としては最適です。年に4回発行されています。

企業の決算月が多い3月期決算の内容は、6月に発行される夏号から掲載されています。たとえば、10年3月期の決算内容は、10年6月発行の夏号から掲載となります。

また、「会社四季報CD-ROM」は、上場企業に関する詳しい情報が収録されています。非上場企業対象の非上場版もあります。

② 『日経会社情報』(日本経済新聞社)

会社四季報とほとんど同内容ですが、販売先と仕入先が掲載されています。

③ 有価証券報告書

上場企業が毎期提出を義務付けられた決算書などの報告書です。インターネット上の公式サイトなどでも開示されています。

会社概況、営業状況、財務状況(決算書、借入金など)、設備状況が詳しく掲載されています。ただし、分量が膨大なため、次の決算短信を参照したほうがわかりやすいでしょう。

④ 決算短信

各企業の公式サイトでの調べ方も簡単です。たとえば「関西ペイント」と入力して、検索します。または、証券コード(四季報の社名欄の上に記載)を見て入力します。関西ペイントの場合は「46



13」を入力し、「会社情報」をクリックします。

次に「IR情報」をクリックすると、有価証券報告書と決算短信が表示されます。決算短信のなかから、たとえば平成22年3月期の決算短信をクリックすると、その決算内容を見ることが出来ます。

また、後述のかかれた優良企業などのチェック項目の対象である株主持分比率（自己資本比率）や営業キャッシュフロー、配当なども掲載されているので便利です。

「疑義の注記」などの有無も掲載しているので、見逃さないようにしましょう。

⑤ 就職四季報（東洋経済新報社）

上場企業と未上場企業が掲載されており、基本的に総合職が対象です。

また、女性の立場から知りたい情報を追記した女子版も発行されています。こちらには総合職だけでなく一般職の情報も掲載されています。

2012年版の場合、1175社については、3期間の売上高と経常利益の他に就職関係の情報が多く掲載されています。とくに、3年後の離職率や採用実績校には是非、目を通しておきましょう。その他エントリー情報、試験情報、採用人数、配属先とその人数など、採用関連の記事も多く掲載されています。

載されています。

4951社については、地域別採用データとして、資本金、売上高、単独従業員数、所在地、会社の特色、採用数などが掲載されています。ただし利益は掲載されていません。

また、3年以内の離職率については、会社四季報に掲載されていないので、この就職四季報で調査することになります。

ただし、いまの時代、就職四季報だけで経営内容の把握はできません。会社四季報と併用して読むことをオススメします。



COLUMN

業種が違えば、売上高の呼び方も異なる場合がある

売上高は、中身は同じでも、業種によって呼び方が違う場合があります。たとえば下記の場合です。

●売上高の呼び方

銀行……………経常収益
証券、証券金融、信販……………営業収益
生命保険……………経常収益
損害保険……………経常収益
コンビニエンスストア……………営業収入

（会社四季報）

志望業界であれば、この呼び方は覚えておきましょう。



COLUMN

志望企業の商品、特許、商権などに優位性や将来性があるか

モノが売れず価格競争の激しい時代に利益を確保している企業は、強い商品や特許、ノウハウ、商権（大企業の販売代理権、海外製品の輸入販売権）など、他社と差別化できる強みを持っています。このタイプの企業は、財務体質も強い「勝ち組企業」です。

反対に、これといった特色がなく、かつては人気があったが今は下り坂の商品だけにしがみついている企業は、じり貧の苦しい経営を強いられている問題を抱えた企業です。

ここでポイントとなるのは、次の主力商品となる見込みのある商品があるかないかです。もしあるなら、その現状と成長の可能性を調査する必要があります。

いずれにせよ、これを調べる方法は、まず会社四季報の特色欄と連結事業欄を見ることです。これらの欄の左側に、その企業の現在抱えている問題点や経済記者のコメントが掲載されています。

そのほか、本文で紹介している会社信用録の格付概況も見えておきましょう。

決算短信や新聞の経済欄、経済誌、会社案内などにも十分留意し、広く情報収集に努めることが肝要です。

もし、志望企業の事業の将来性に不安を覚えるのであれば、販売店や需要家、業界新聞などに、それとなく聞いてみましょう。

はっきりとは答えてもらえないかもしれませんが、口ぶりなどからある程度はわかるでしょう。

COLUMN

働きがいがある企業とはどんな企業か



誰でも働くなら、働きがいのある企業で働きたいものです。それでは、どんな企業が働きがいがあるのでしょうか。

働く従業員の満足度と、会社の発展が一致することを、誰もが理想とするはずです。

こういう会社を目指したのが、本田技研工業の本田社長です。本田社長が「会社のために働くとは思わなくてもよい」「自分のために働け」と、いつも口をすっぱくして言っていたことは有名な話です。

誰でも自分のためには苦勞をいとわず、日々創意工夫して懸命に働きます。

社員が「自分のため働く」ことが会社のためとなり、会社の発展につながって、それがまた、社員のプラスとしてはね返り、社員が幸せになる――。

このような好循環方式の会社こそが、働きがいのある会社ということになるでしょう。

「会社のために働いてくれ」という経営者が多いなか、さすがに街の自転車屋さんから一代で世界のHONDAを築いた経営者の発想ではないでしょうか。

COLUMN

大量採用、常時採用をしている企業は要注意



企業規模とマッチしない大量採用や常時採用をしている企業については、高い離職率を疑ってみる必要があります。

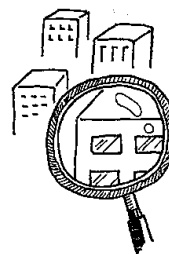
企業のスケールや成長スピードに似つかわしくない大量採用の企業、頻繁に新聞紙上などに求人広告をしている企業は要注意です。

これには、給料など待遇面以外の理由がいくつかある場合が多いからです。

とくに目立つのは、過重なノルマの猛烈主義についていけない従業員が離職していくために、これを補充するための採用です。

こういうタイプの企業では、従業員別の営業成績のグラフを事務所の壁に貼り出しているケースをよく見かけます。

いずれにしても、不自然な大量採用、常時採用の企業は、理由をよくチェックする必要があります。



ビジネスパーソン調査で「非常に重視する」と答えた人の構成比

順位(昨年)	質問	比率(%)
1(1)	年次有給休暇の取りやすさ	48.5
2(3)	実労働時間の適正さ	35.6
3(4)	社員の定着率	33.1
4(2)	人事考課の結果伝達の有無	32.0
5(7)	従業員教育・研修の充実	31.2
6(8)	仕事と家庭のバランスに配慮した柔軟な働き方ができる勤務体制の有無	29.4
7(6)	セクハラ・パワハラを防ぐための対策の有無	28.6
8(5)	人事考課の評価基準公開の有無	26.8
9(12)	喫煙問題取り組みへの積極性	26.5
10(9)	人事考課の結果に対する不満を相談できる仕組みの有無	25.7
11(11)	求職社員早期復帰支援の充実	25.6
12(20)	キャリア開発支援制度の充実	25.2
13(17)	育児休暇制度の充実	24.9
14(16)	出産後・育児中社員の仕事の継続しやすさ	24.8
15(13)	介護休業制度の充実	24.7
16(14)	メンタルヘルスケア施設の充実	24.2
17(15)	人事考課結果への反論・修正機会の有無	23.9
18(10)	勤務時間に一定の自由度を求める制度の有無	23.8
19(23)	定年後社員再就職斡旋への積極性	23.3
20(19)	妊娠・出産支援制度の充実	22.9

日本経済新聞社と日経リサーチ調査
出所 日経産業新聞(10.9.21)

COLUMN

働く上でなにを重視するのか



左表は、ビジネスパーソン(1,000人以上の企業に勤務)を対象とした調査の結果です。

1位は「年次有給休暇の取りやすさ」、2位は「実労働時間の適正さ」、3位は「社員の定着率」となっています。

ちなみに、厚生労働省の調査によると、09年の労働者一人当たりの年次有給休暇の取得率はわずか47.4%でした。

働きやすい会社として、現役のビジネスパーソンが「有給休暇の取りやすさ」を重視しているのは、生活重視の立場からも当然でしょう。

しかし、「働くことよりも有給休暇に関心が強いのか」と誤解される恐れがあるので、面接時など公式の場ではこうした質問は控えたほうが無難です。

また、注目すべきは4位の「人事考課の結果伝達の有無」です。

8位の「人事考課の評価基準公開の有無」と合わせて、いかに人事考課の透明性を重視しているかがわかります。



COLUMN

大量採用、常時採用をしている企業は要注意



企業規模とマッチしない大量採用や常時採用をしている企業については、高い離職率を疑ってみる必要があります。

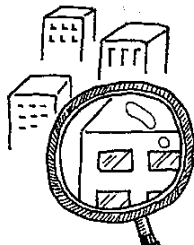
企業のスケールや成長スピードに似つかわしくない大量採用の企業、頻繁に新聞紙上などに求人広告をしている企業は要注意です。

これには、給料など待遇面以外の理由がかくれている場合があります。

とくに目立つのは、過重なノルマの猛烈主義についていけない従業員が離職していくために、これを補充するための採用です。

こういうタイプの企業では、従業員別の営業成績のグラフを事務所の壁に貼り出しているケースをよく見かけます。

いずれにしても、不自然な大量採用、常時採用の企業は、理由をよくチェックする必要があります。



COLUMN

従業員数が減少している企業の見方



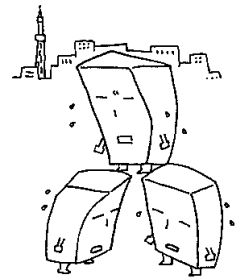
志望企業の従業員数が減少している場合に、不安を抱くのは当然です。一般的には、業績不振を疑ってみる必要があります。

これを確認するには、従業員数の推移と業績を連動してみるとよくわかります。

業績アップの場合は、前向きな海外工場の移転やアウトソーシング(外注化)の増加、現場の機械化、事務のOA化などが人員の削減を可能とし、コストダウンにつながったケースも多いのです。

しかし、なかには後ろ向きなリストラ強行による従業員数が減少してきた企業も少なくありません。

とくに、不動産バブル崩壊期にリストラをした企業は少なくありませんでしたが、その後10年間に、何回もリストラをした大企業もありますから要注意です。



COLUMN

面接想定問題集をつくろう



面接対策として、想定問題集を作成して、万全を期しましょう。この想定問題集は、次のような3部構成とします。

第1部は、よく出る決まりきった、いわば定番の質問とその回答です。市販の面接対策本をよく読んで研究すればよいでしょう。

第2部は、志望職種、業種、企業、業界に関連した質問とその回答です。これは本書で述べてきた内容が問われる分野です。最低限押さえておきたいポイントは次の通りです。

- 主力商品、準主力商品、新製品
- 販売先はどの業界、どの企業が
- 売上高(年商)や経常利益の概算とその推移
- ライバル企業はどこか
- 業界規模(売上高)、業界でのランク・占有率、特徴・強み
- 経営理念

このほか、資本金、社長名、創業時期(老舗の場合)、設立時期(法人化で四季報に掲載)、当日の株価(新聞で調べる)なども、念のために調べておくとい良いでしょう。

第3部は、定番ではないが出そうな質問(友人が受けた質問なども含めておく)、圧迫型の質問とその回答です。

問題集は、左ページに質問、右ページに回答を記入します。常時、これを見て頭に入れておき、繰り返し回答を口に出してスムーズに答えられるようにしておきましょう。内容だけでなく、話し方も録音するなどしてチェックしておくとい良いでしょう。

COLUMN

採用側の立場に立って考えよう



自分が採用側に立ってみると、「こんな学生は採りたいが、こんな学生は採りたくない」ということがはっきりわかります。

そこで、面接官の立場に立って考えることで、面接時にどんな質問を受けるか想像がついてきます。そして、その質問にどう答えるか、対策を練ることになります。

何事も相手の立場に立つと、相手が何を考えているのか、何を求めているのかがよくわかります。

自分の立場だけで考えていると、どうしても一方的になりがちで、相手が何を求めているかを十分に把握できなくなります。

たとえば、消費者調査の場合でも、自分がメーカーの立場だけで考えていると、どうしても中途半端で不十分な調査となりがちです。

しかし、消費者の立場に立って考えてみると、消費者の気持ちがよくわかります。それでこそ、調査の現場で適切な質問ができるのではないのでしょうか。

何事も相手の立場に立って考える習慣をつけましょう。