

企業研究のズレ どう埋める？



企業側の ホンネを 聞いてみた



人事の本音×学生の疑問をつなぐ就活ガイド

「企業研究、これで合ってる？」

志望企業を調べても、

何をどこまで調べればよいか曖昧なまま、

ESや面接でうまく伝えられない——

そんな悩みを抱える学生は少なくありません。

一方で企業の人事担当者は「努力は伝わるが、

見るべきポイントがズレている」と感じることも。

そこで本資料では、人事の本音や評価ポイント、

生成AIを活用した企業研究のコツを紹介。

志望動機の精度を高め、企業との出会いを

有意義にするヒントをお届けします。



目次

01	企業研究って何のためにやるの？	03
02	人事担当者に聞く！ 学生に知っておいてほしい企業研究の中身	05
03	企業研究を“伝わるアウトプット”に変えるコツ	19
04	生成AIを活用した 企業研究のやり方、注意点	20
05	まとめ：企業と学生の“出会い”を 有意義にするために	26

01

企業研究って 何のためにやるの？

企業研究が必要となった歴史的経緯

1980-2000
年代

新卒一括採用と説明会中心

- ・ 情報源は、会社でもらえるパンフレットや説明会
- ・ 企業研究といっても、「どんな業界か」「会社の名前やざっくりした仕事」を知る程度

2000
年代後半～

就活サイトの普及

- ・ 就活サイト(リクナビやマイナビなど)で、たくさんの会社情報が見られるように
- ・ 調べられる情報は増えるが、どの学生も同じような情報を知っている状態

2010
年代

採用多様化と早期化

- ・ 企業から直接声をかけるサービス(オファー型)が増加
- ・ 面接や会う前から、会社のことをしっかり知っておく必要が高まる

2020
年代～

情報源多様化と精度課題

- ・ SNS、口コミサイト、YouTube、生成AIなど、会社のことを知る方法が増加
- ・ 便利になった一方で、「情報が本当かどうか」「新しい情報かどうか」を見極めることが必要に

■ 学生が誤解しがちな企業研究の目的

企業研究は、面接対策として企業の情報を暗記することだと誤解されがちですが、本来の目的は、その企業が自分に合っているかを見極めることにあります。仕事内容、企業の強み、社風、ビジョンを深く理解することで、入社後のミスマッチを防ぐことができます。

また、企業への理解が深まるほど、志望動機や逆質問には、あなたらしい説得力が生まれます。単なる情報収集に留まらず、調べた内容を自分の言葉で表現できる状態を目指すことが重要です。



02

人事担当者に聞く！ 学生に知っておいてほしい 企業研究の中身

参加企業

株式会社メンバーズ 業種／業界：インターネット・広告・メディア

【デジタル×社会課題解決】クライアントのDX推進に伴走し、DXの力でビジネス成果の最大化と社会課題解決の両立を実現。DX戦略を施策に落とし実行していくだけでなく改善まで、長期的に支援します。

デジタルマーケティング運用

データ分析・AI活用

クリエイティブ制作

サービス・プロダクト開発

DX現場支援(内製化)

脱炭素DX



事業戦略本部 採用室
新卒採用グループ マネージャー
飯島 那奈さん



トヨタコネクティッド株式会社 業種／業界：IT・通信

トヨタの車をインターネットとつなぐサービスや、車のシェア・販売店の業務支援、Webやアプリでの情報発信などを行う会社です。

コネクティッド

MaaS

ディーラーインテグレーション

デジタルマーケティング



人事本部 戦略人事部 部長
山田 さおりさん



人事本部 戦略人事部
タレントマネジメントG プロジェクトリーダー
杉浦 仁美さん



学生が誤解しがちな「企業研究の目的」とは？

.....

Q 企業研究は、どのような目的で行うべきだとお考えですか？



飯島さん

企業研究は「**自分とのマッチ度**」を確かめる**工程**。そのため、就活は“未来への投資”としてとらえ、**目的を内定でなく、入社後の活躍に置いて実施すると良い**と考えています。

入社後にやりがいを持って働けると、様々な取り組みに対して生活が前向きになります。それによって、学び→自己研鑽→成長→報酬アップ…という**プラスの循環**が回りはじめますよ。



杉浦さん

企業研究は情報収集が目的ではなく、**自分の価値観や将来像に照らして、企業の強みやビジョンを深く理解すること**だと考えています。そのためにも、まず自己理解を深めた上で取り組むことが重要だと思います。

Q 「企業研究が浅い」と感じるの、どのような場面・コメントからですか？



飯島さん

大枠しか答えられない／採用サイトの記載をそのまま復唱してしまう／**他社との違い**を説明できない、などですかね。

まずは**説明会にたくさん参加**して、**自分の足で一次情報を取りに行くこと**。合説なら**1日で業界理解が進む**こともあります。

例) クライアントワークなら、価値の“受け手”は最終的に**生活者**。業界→企業→顧客→生活者…と**観点を分けて整理**できると◎ですよ。



杉浦さん

ネット上の情報だけでエントリーシート(ES)を書く学生は、事業理解が限定的になる傾向が見られます。

可能であれば、インターンシップへ参加して、ぜひ直接現場を見ていただきたいですね。当社としても学生の皆さんと接点を持ちたいと考えていますし、企業説明会も定期的に開催しています。



山田さん

もちろん、企業研究が浅くなってしまうのは、企業側や彼らの周辺にいる社会人にも責任があると思います。家庭や学校で、仕事の内容やビジネスモデルを学ぶ機会をもっと設けられると良いですね。**俯瞰的に業界や企業を理解したい場合は、四季報や複数の情報源**を比較してみるのもおすすめです。

最低限押さえておいてほしい企業情報

.....



企業研究として最低限チェックしておいてほしいポイントは何か？



飯島さん

採用サイトや台説・企業説明会などで、取得できる情報は最低限押さえてくと良いと思います。たとえば、下記のような情報を把握しておくことをオススメします。

- IR:投資家向け(中長期の方針や数字のストーリー)
- 採用サイト:就活者向け(未来像・求める人物像)
- 中途採用サイト:転職者向け(現状業務・即戦力要件)
- コーポレート:ユーザー／取引先向け(事業全体の紹介)

ただし、価値を届けるターゲットが変われば、同じ内容でも伝え方が変わります。大切なのは、それぞれの情報を自分の中で紐づけること。

まずは「自分はどんなことを・どんな環境で・どんな人と働きたいか」を整理し、優先順位をつけて各条件ごとの許容範囲を決めておくと考えやすいと思います。



杉浦さん

エントリーシートを書く際には、企業の事業内容や応募職種についてしっかり理解することがとても大切です。まずは**企業全体の事業や自らの役割を把握**したうえで、自分がどこでどう貢献できるかをイメージしてみてもらえるとよいと思います。



山田さん

募集要項から求められる経験やスキル感を把握し、ゆくゆくのキャリアイメージを描いておくとよいと思います。キャリア採用の募集要項なども参考になりますよ。例えば、「企画をやりたい」といっても、必要とされるスキルや経験を見れば、それを身につけるために、どんなキャリアステップが求められていくか、ヒントが見つかります。



ここまで調べてきたら嬉しい“深掘り”は？



飯島さん

採用サイトの**分からない言葉は潰しておいて欲しい**(用語の自己解釈を避ける)ですね。あとは、**IRの決算説明資料**もおすすめですよ。多くの会社がスライドで**端的に整理**しているので、**数値とストーリー**で理解できると思います。



山田さん

インタビュー記事や社員の声などを読んで、その感想や気づきを伝えてくれると嬉しいですね。「ここをもう少し教えてください」と、自分の言葉で質問してくれると、**ただ情報を鵜呑みにするのではなく、理解を深めようとしている姿勢**が伝わります。



杉浦さん

自社製品やサービスを実際に使ってみての感想も嬉しいですね。例えば、トヨタの車を普段から使っている学生が「この機能が便利だった」「こういう場面で役立った」と具体的に話してくれると、**実体験に基づいた理解の深さ**を感じます。



参考にしてほしい情報源は？



飯島さん

私自身の経験もふまえてお伝えするならば、ナビ・採用ページに加え、**中途募集ページ(職務のリアルが分かる)**を見ておくのも**オススメ**です。

あとは、会社からの案内物（意図や推しポイントのヒント）、そしてSNSなどは最新情報が出ているのでチェックしておくのも良いですよ。



山田さん



杉浦さん

弊社であれば採用ページのほかnote・Facebookなどに、事業内容や採用情報、イベント案内など必要な情報をすべて掲載しています。まずは全体に目を通し、そのうえで興味を持った分野をさらに深掘りしてもらえると嬉しいです。

企業研究をどのように活かすか

.....



志望理由や面接での逆質問などに、企業研究の成果がどう活かされていると好印象を持ちますか？



山田さん

企業理念を読んで「具体的にどんな場面で実践されていますか？」といった深掘り質問ができると、理解しようとする姿勢が伝わります。社員の経験や考えに踏み込むようなパーソナルな質問も歓迎です。その人にしかできない、オリジナルな質問をしてほしいですね。また、質問の背景や意図が明確だと、より好印象につながります。



杉浦さん

インターンやフィードバックを通して、理解を深めようとする姿勢が感じられた瞬間ですね。インターン参加後も、**自分自身の認識と企業が求めるものをすり合わせるような姿勢**が見えると好印象です。



「この学生は企業研究してる」と感じる発言・行動は？



飯島さん

仕事理解に**提供者の視点があるかどうか**ですかね。

たとえば、ITサービスであれば「顧客の課題・要望を定義→サービス設計→開発→検証」など、**企業の提供価値が生活者に届くまで**を想像し、手元でどのような業務をするのかイメージできている状態…などでしょうか。総合職志望でも、まずはビジネスを理解し“知る”ステップが重要です。

また、あなただからこその価値観や関心といった**内発的動機が語られているかも**ポイントです。「デジタル業界が伸びてるから」では浅いと思われる可能性が高いと思います。



杉浦さん

こちらが提供した情報に加えて、OBOG訪問で社員から直接聞いた情報など、提示した情報以上に準備をしてくださっている場合ですね。**自己探求を徹底し、準備に時間をかけていることが伝わります。**



山田さん

なお、自己理解は完全にできている必要はありません。向き・不向きは一生かけて探るもので構いません。少し先の自分の姿や、仕事を通してど

う成長したいかを描ければ十分です。企業も環境も変化し続けるため、今すべてが固まっていなくても問題ないと考えています。

ちなみに**社会人だって同じ**です。いまだに「この仕事向いてたな」など、日々発見がありますよ。



志望動機に落とし込むコツは？



飯島さん

業界 — 企業 — 職種を一本のストーリーでつなぎ、**自分の定義で言い換えること**です。

たとえば「成長環境が魅力だと感じた」を言語化する場合、あいまいな表現は避けるべき。具体的に「早期に裁量を持てること」「複数業務を任せられること」など、**自分ゴト化して具体化してみる**と良いですよ。

他の人にでも当てはまりそうな内容は、自分ゴト化が足りていない可能性が高いといえます。内容が「**自分ならどうか**」を基軸に考えてみるのがオススメです。



山田さん

知りたいのは「あなたが行動した動機」です。何らかの理由で「ここが良い」と感じてエントリーしてくれているはずなので、その**きっかけを言語化**してほしいですね。

また、自分の可能性はA社・B社・C社など複数ある中で、それぞれの会社に入った自分を想像し、**なぜその中で当社を選びたいと思ったのか**が説明できると、説得力が増しますよ。

企業研究の伝え方・評価ポイント

.....

Q 企業研究の内容を面接やESで「伝わってくる」人とそうでない人の違いはどこにありますか？



飯島さん

まず、面接は相互のコミュニケーションで、ESは一方通行のコミュニケーションです。この違いから、ESはSTAR法で「課題→行動→結果→学び」を一本の線にし、エピソードは「一般的な平均値よりも、努力し達成できたこと」や「プラスをプラスアルファにしたこと」の方が伝わり易くなります。

一方、面接は会話のキャッチボール。練習する際は、録音してみるのも一つです。話が長すぎないか？伝わり辛い箇所がないか？など、客観的にチェックしておく、改善しやすいですよ。もちろん、面接で言い切れないことも逆質問で質問しつつ巻き返すのもOKです！

実は、オンライン面接で常にカンペを見ている人は、目線でバレてしまっています。1回で完璧に話そうとせず“対話する姿勢”を心がけ、カンペに頼らなくても要点が口から出る状態まで慣らしておく、安心ですよ。



山田さん

価値観（「こういうことを大切にしたい」など）や努力について、自身の成長につなげるために何をしてきたのか、今後どうしたいのか…まで話せると良いですね。

例えば「アルバイトで売上を上げました」でも良いのですが、「あなたがどう考え、誰と交渉し、どんな課題をどう解決し、どう行動したのか？」といったプロセスまで伝え、より具体的です。

私たちは、その学生が入社後にどのように活躍してくれるのかというイメージを持ちたいと考えています。そのため「どんな人材として活躍したいか」を想像し、言語化できると良いのではないのでしょうか。



公式サイト・ニュース・口コミサイトなど、ネットの情報を参考に企業研究をする際の注意点や活用のポイントはありますか？



飯島さん

口コミ等も参考にして構いませんが、**事実確認が前提**です。どうしても口コミなどのネガティブ情報は目につきやすいものです。世の中に自分の要件をすべて満たす100点の会社はないと思うので、情報を鵜呑みにせず、どうしても気になる点は、OBOG訪問などの**一次情報**で補完するということです。

また、「私はこれで受かりました」系の口コミは**構成だけ参考**にして、内容は自分の経験と言葉へ置き換えるのが鉄則です。



学生が企業研究で“伝えるべきこと”と“伝えなくていいこと”の線引きはありますか？



山田さん

クリティカルな質問も個人的には歓迎ですよ。ただし、**企業の課題やネガティブな情報に関して質問する場合は、事実を確かめようとする姿勢が大切**です。根拠のない噂や一方的な評価をそのまま伝える必要はありません。

Q 「企業理解が深い学生」ほど、どのような逆質問や対話姿勢を見せていますか？



杉浦さん

「私はこういう強みを活かして、こういう形で活躍したいと思っています」と自分の考えをふまえて話せる学生は、企業理解が深いと感じますね。自分の考えを持ち、行動に移せる人という印象を与えます。

AI活用時代における学生へのアドバイス

Q ChatGPTなどの生成AIを用いた企業研究について、企業側から見てどう評価されますか？



飯島さん

私自身は、どんどん使うべきだと考えています。情報収集の効率化に役立つので、使わないのは損ですよ。

ただし、あくまでAIは効率化の道具です。きちんと問いを立て、深掘り&壁打ちして理解を進めないと、意味がありません。

AIを使って、ライバルも同じような情報を集められる時代です。「スタートラインが同じだからこそ、どれだけ自分なりに掘ることができるか」で差がつくと思います。



山田さん

活用すること自体は問題ないと思います。効率的に情報を集められる手段のひとつとして捉えています。



好印象なAIの使い方は？



飯島さん

自分の言葉で語れていることです。ESは、AIならではの文体が露呈しがち（漢字過多／接続詞の硬さ／不自然な敬語）です。たとえAIを使ったとしても、最終表現は自分で再構成して面接で自然に話せるレベルまで落とし込むことを意識しましょう。

もちろん、AIを使っているからといって不合格にはしません。ただし深掘りをしていないと選考の後半戦で苦しくなるのは事実だと思います。



AIの情報と“自分の言葉”をどう使い分けてほしいと感じていますか？



山田さん

私たちが社内でAIを活用していますが、AIから得た文章をそのまま使うのではなく、自分の言葉で伝えることが大切だと思っています。



杉浦さん

企業に合わせた「正解っぽい答え」を作るのではなく、自分の考えや経験を自分の言葉で説明してほしいですね。そうでないと本当の思いが伝わらず、面接で言葉が詰まってしまう学生も多いです。実際、半数以上の学生がこの状況に陥っている印象があります。

より企業へ自分の熱意を伝えるために

.....

Q 貴社として、企業研究を通して学生に
伝わってほしい“本質”は何でしょうか？



山田さん

人物像としては、当社のバリューである「全員がリーダーであり、創業者である（自ら考え、行動する）」ですね。



杉浦さん

この内容についてはESや面接でも質問しているため、これからどうやっていきたいかが分かると嬉しいです

Q 企業研究がきっかけとなって「この学生とずっと
話したい」と感じた体験はありますか？



杉浦さん

インターン後に積極的に質問して下さる学生は、やはり印象に残りますね。また、合同説明会でも、一度話した後に再び戻ってきて質問してくれる学生には、先出しで情報を提供したくなります。そういう姿勢の方が、こちらもヒントやアドバイスを出しやすいですね。



dodaキャンパスの学生へのメッセージがあれば お願いします。



飯島さん

就活中は隣の芝が青く見えます。私自身もそうでした。親や周囲の言葉に揺れることもあると思います。けれど**最後に責任を取るのは自分**です。

だからこそ、多くの企業・業界に触れ、自分自身とマッチしているかを確かめてみてください。もちろん、友達と一緒に進めてもOK! 頼るのは良いことだと思います。

最終決定は自分で行い、後悔のない就活をしてください!



山田さん

就職活動は大変な面もありますが、まずは楽しんでください。興味のある会社だけでなく、あえて興味のない会社も分析してみると新しい発見がありますよ。**「なぜ興味がないのか」を分析することで、自分の価値観や選択基準が明確**になります。



杉浦さん

最初から志望先を絞り込みすぎず、幅広く企業を見てほしいです。視野が狭くなると、自分に合う会社や職種を見落としてしまう可能性があります。さまざまな業界や職種に触れて、**「どんなことに興味があるのか」を試しながら、自分のやりたいことを見つけていってほしい**です。

03

企業研究を “伝わるアウトプット”に 変えるコツ

採用担当者が評価する伝え方

1. 自分の経験や価値観と接続して語る

- ▶ 例：「御社の●●事業に共感しました。
私は△△の経験を通じて～」

2. 行動や成果だけでなくプロセスを言語化しておく

- ▶ 例：「アルバイトで売上を伸ばしました」ではなく、
「どんな課題を見つけ、誰と協力し、どう解決したか」を説明する

3. 企業が求める人材像と、自分の強みがどう合致しているかを 明示する

採用担当者は、「この学生が入社したらどう活躍できそうか」を見えています。そのためには、自己分析を通してどのような企業が自分に向いており、あなたの人柄・価値観・行動力が、どのように入社後に活かせるかを語れるようにしておきましょう。

04

生成AIを活用した 企業研究のやり方、注意点

具体的に生成AIを活用した際に、役立つプロンプトや注意すべきポイントについてご紹介します。

ChatGPTなどを使った 企業情報の収集方法

生成AIは、短時間で広範な情報を整理できる便利なツールです。

具体的には、下記のような使い方がおすすめです。

1. **基本情報の整理**：企業概要・沿革・事業内容を要約
2. **比較調査**：競合との違いや業界全体の動向を一覧化
3. **仮説づくり**：面接やESで深掘りしたいテーマを事前に洗い出す

効率的に進めよう！ AIおすすめプロンプト

1 ビジネスモデル分析

目的

企業が「誰に」「何を」「どうやって」提供し、
収益を得ているかを整理する

プロンプト例

〇〇株式会社のビジネスモデルを、
下記の観点で整理してください。

- 1.顧客層 (BtoB/BtoC、主要ターゲット)
- 2.提供価値 (商品・サービスの強みや差別化ポイント)
- 3.収益源 (主要な収益の柱、価格戦略)
- 4.成長ドライバー (今後の市場拡大や新規事業の可能性)

補足質問例

このビジネスモデルにおけるリスク要因や課題は
何ですか？

2 競合比較

目的 業界内でのポジションや差別化要因を把握する

プロンプト例

〇〇株式会社と□□株式会社について、
下記の項目で比較表を作成してください。

- 主力事業と製品・サービス
- 強み・弱み
- ターゲット市場とシェア
- 最新のトピック(過去1年以内のニュースや発表)
- 今後の成長戦略

補足質問例

この2社の差別化ポイントを、
学生の視点で説明できるように要約してください。

3 バリューチェーン分析

目的

企業活動のどこに強みがあり、
それが競争優位につながっているかを理解する

プロンプト例

〇〇株式会社のバリューチェーンを、
下記の要素ごとに整理してください。

- 主要活動(調達・製造・物流・販売・アフターサービス)
- 支援活動(人事・研究開発・IT・財務など)
- 各活動における強みと課題
- 強みが利益にどう貢献しているか

補足質問例

この企業のバリューチェーンの中で、他社よりも
優れている部分はどこですか？ それはなぜですか？

4

採用情報の活用

目的

求められる人材像やキャリアパスを
具体的に把握する

プロンプト例

〇〇株式会社の新卒採用および中途採用情報を整理し、
下記の観点で分析してください。

- 求める人物像(スキル・資質・価値観)
- 募集職種と仕事内容
- 必要な経験やスキルレベル
- キャリアパスの事例

補足質問例

自分の経験や強みを、この企業の募集要項に照らして
活かせる形で自己PR文にしてください。

5 最新ニュース・業界動向の整理

目的 志望理由や逆質問に使える最新情報を把握する

プロンプト例

〇〇株式会社に関する最新のニュース(過去6か月以内)を5つ挙げ、それぞれの内容と業界への影響を簡潔に説明してください。

〇〇業界全体の最新トレンドを、
学生が面接で使えるレベルに要約してください。

補足質問例

この最新ニュースの中で、自分の興味や経験とつながるテーマを見つけてください。

05

まとめ： 企業と学生の“出会い”を 有意義にするために

企業研究は暗記ではなく、自分とのマッチ度を確かめる行為。就活は、
内定を獲得して終わりではありません。大切なのは、あなた自身がイキ
イキと働けるかどうか・**入社後の活躍**です。

AIを活用するのはOKですが、丸暗記はNG！

体験(使う・会う)→比較→一次情報で裏取り→自分の言葉に変換まで
をワンセットで考え、納得のいく就活に役立ててくださいね。