



# ADKホールディングス 25卒新卒採用 ～3次選考参加者向け～ 【ADK Growth Challenge Program】

---

2024年4月23日

ADK ホールディングス  
ピープルアクイジション局  
ポテンシャル採用グループ  
鈴谷 悠斗



# 鈴谷 悠斗（すずや ゆうと）

---

ADKホールディングス ピープルアクイジション局  
ポテンシャル採用グループ

### 経歴

2021年 早稲田大学 文化構想学部 卒

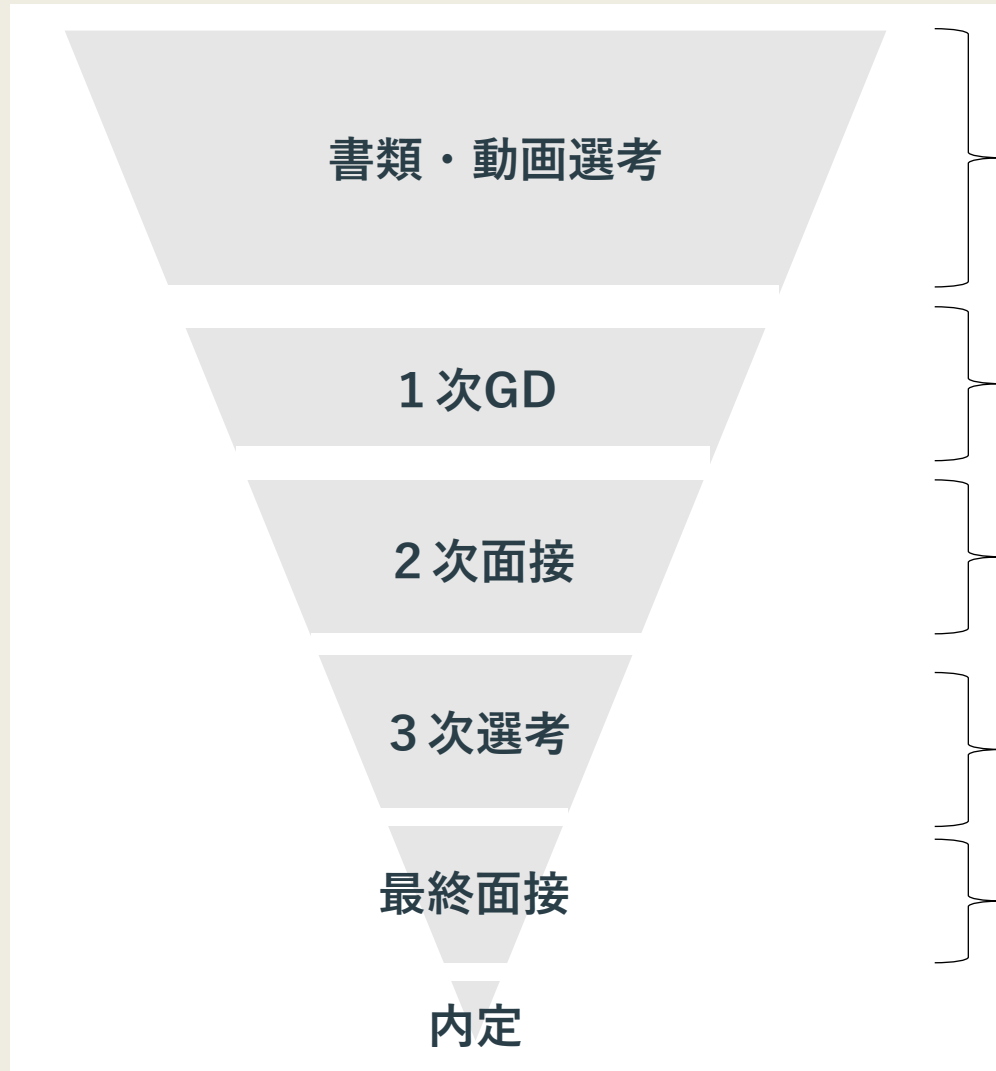
2021年 ADK新卒入社 ポテンシャル採用グループ配属

### 担当案件

インターンシップや選考の企画から運営まで、  
ポテンシャル採用に関わる全業務



# < ADK Growth Challenge Program



ADKオリジナル 社会人スキルを駆使した就活対策

書類動画 「差別化」 戦術ミーティング

1次 GDの練習ができる！鳥の目で「構造化！」GD研究会  
GDは仕事では会議。会議全体をどう俯瞰するか。

2次 「具体抽象」 面接トレーニング

3次 3次選考参加者向け講座  
～フェルミ推定の対策から、審査のポイントまで～

今回ここ！

最終 「最終面接直前！”虎の巻”～最終面接官登場～」  
最終面接官が登場！最終面接で見ているポイントとは？

「選考」を通して、「チャレンジ」の先の「成長」へ。



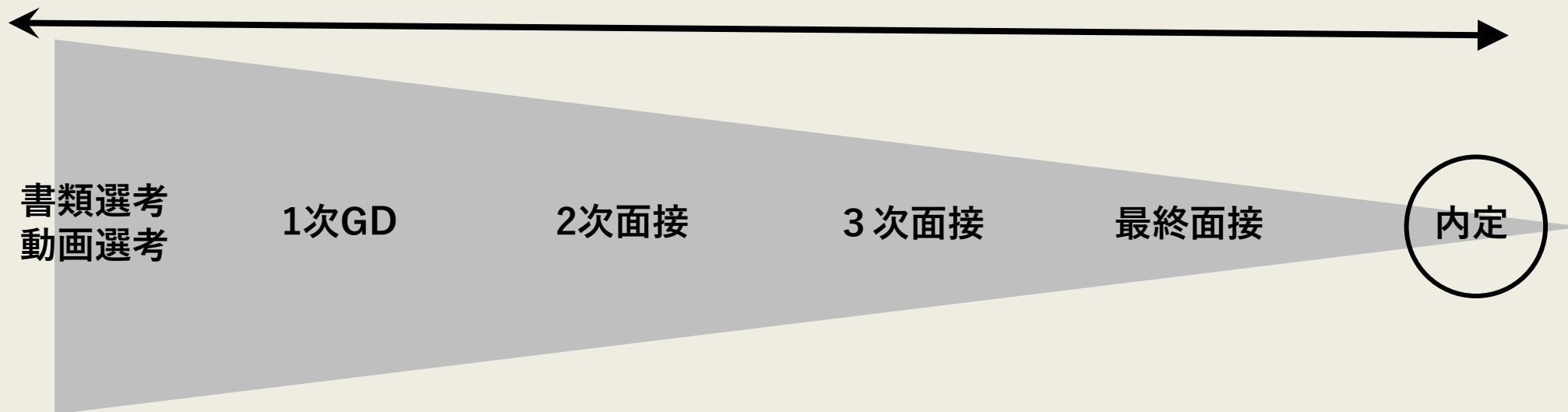
## プログラム実施の背景

— 社会的存在意義 —

すべての人に「歓びの体験」を。

【採用スタンス】

選考で出会う、すべての学生に「歓びの体験」を。





## 本日のアジェンダ

- ①今後のスケジュール
- ②3次選考について
- ③3次選考にて見たい力
- ④質問タイム



## 本日のアジェンダ

①今後のスケジュール

②3次選考について

③3次選考にて見たい力

④質問タイム

# < 今後のスケジュール

2024	4月					
月	火	水	木	金	土	日
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
	本日		パーソナリティ 受検 (Web上) ㄱ切			
29	30					

2024	5月					
月	火	水	木	金	土	日
		1	2	3	4	5
			知的能力受検 (テストセンター) ㄱ切			
6	7	8	9	10	11	12
		3次選考日				
13	14	15	16	17	18	19
	3次選考 結果通知					
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		
最終面接候補日 (対面)						



## 本日のアジェンダ

①今後のスケジュール

②3次選考について

③3次選考にて見たいポイント

④質問タイム



# マーケティングディスカッション

フェルミ推定をベースにお題に対する回答を考え、  
さらにディスカッションを通してさらに思考を深めていく

本来、正確にはわからない数値を  
常識・知識をもとに、“論理的”に要素を積み上げ、  
推定していただきます！



## 当日の流れ

全体25分間

マーケティング  
ディスカッション  
(15分程度)

01 お題発表

02 シンキングタイム (4分)

03 回答発表・ディスカッション・お題の深掘り (11分程度)

面接  
(10分程度)

05 通常面接 (8分程度) ※志望動機中心

06 逆質問 (1-2分程度)

- ・ オンライン実施
- ・ 応募者1名×面接官1名
- ・ 25分間

# < マーケティングディスカッションの進め方

4分

フェルミ推定  
シンキングタイム

選考官よりその場でお題を提示

↓  
お題に対する思考時間（4分）

- ※1 筆記用具が必要な際は手元に準備
- ※2 ネット検索などは利用不可
- ※3 思考時間の間は、カメラオン

11分

フェルミ推定  
回答

お題に対して  
推定した数値、  
および因数分解を発表

ディスカッション

回答を元に、数字の置き方  
や背景、更に精度の高い回  
答などをディスカッション

お題の深掘り

売上増加や人数増加など、  
お題に対する施策や、  
お題そのものに関する深掘り

3つそれぞれの配分時間は担当の面接官によって多少異なります

## < 参考例)

### ①お題発表

「サウナ施設1店舗の年間延べ来客数を推定してください。」



### ②シンキングタイム（4分）

### ③回答発表

「回答の人数は〇〇人です。  
どのように導いたかというと～」

### ④ディスカッション

「いいですね！ほかに来客数を導く方法がありますか？」  
「困っていますかね。逆に何がわかればより正確に出せますか？」

オンライン実施  
応募者1名×面接官1-2名

## < 参考例)

### ⑤お題の深堀り

「年間延べ来客数を増やすには、何をすれば良いと思いますか？」



### ⑥回答

「女性の利用率の低さに着目します～。  
平日の利用シーンを増やします～。など」

### ⑦ディスカッション

「いい着眼点ですね！ほかに考えられることはありますか？」

「難しいですかね。では最近、身の回りで温泉施設を利用しましたか？」

**オンライン実施  
応募者1名×面接官1-2名**

## < ケース面接との違い

	マーケティングディスカッション	ケース面接
お題	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>数の推定がメイン</u></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 売り上げ推定</li><li>・ 市場規模の推定</li></ul>
進め方	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 思考時間は短く、<u>ディスカッションが中心</u>。</li><li>・ ディスカッションで困ったときは、<u>面接官がフォローします</u>。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 考える時間が長く、質疑応答。</li><li>・ フォローは特にない。</li></ul>
評価	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 回答内容だけでなく、<u>思考のプロセスも一緒に見ます</u>！</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 内容からポテンシャル判断。</li><li>・ 実際の正解の数字との近さ、正確さ。</li></ul>



# < マーケティングディスカッションの目的

## 一般的なマーケティングビジネスの流れ



(画像元) ADK採用Instagram

# < マーケティングディスカッションの目的

数字をもとに仮説を立てたり、  
データの数字に基づいてジャッジをする場面が非常に多い



ターゲットのボリュームは  
どのくらいだろうか？

予算に対してどんなメディア配分  
にすると一番効果がでる？

結果から推測できることは？  
企画は継続した方がいい？  
変えるタイミングはいつ？

## < マーケティングディスカッションの目的

でも・・・

## < マーケティングディスカッションの目的

「数字だったら調べればすぐに出せるでしょ？」  
むしろそっちの方が早くない？





## 推定することの意義

**自分の頭で考える、推定のプロセスが大事！**

戦略や企画を考える際に、様々な角度から仮説を立てられる





～練習タイム～



例えばこんなお題をだします！

「ラーメン屋の1日の来店者数は？」

～3分考えてみましょう！～



## 回答例

「ラーメン屋の1日の来店者数は？」

①来店者数を割り出すために、まずは因数分解！

1日の来店者数 = 【座席数】 × 【1日の回転数】

②数を置いてみる！

勝手に町の昔ながらのラーメン屋で想定

1日の来店者数 = 【10席】 × 【5回転】 = 50人！

ざっくりでOK！  
大体10席くらいかな？







いかがでしたか？  
最後まで人数は出せましたでしょうか？



## 考えるポイント

### ◎ とりあえず答えを出しにいく姿勢が大事！

たとえ論理の飛躍があっても、必ず答えは出すこと。

知りたいのは数字の正確性ではなく、プロセス。

どのように考えて、どんな因数分解をして数字を導き出したのか。

### ◎ まずはどういう方向で因数分解するのか決めよう！

お題の前提があいまいであれば、自分で前提を定める。

正解を求めるのではなく、自分で作りにいく意識。

### ◎ 「構造（因数分解）」と「値」を分けて伝えよう！

「前提」や「言い訳」は二の次で、まずは結論から説明。

前提も先に伝えましょう。



もう一問やってみましょう！

「スポーツジム1店舗の会員はどのくらいいる？」

～3分考えてみましょう！～



## 回答例

「スポーツジム1店舗の会員はどのくらいいる？」

### ①会員数を割り出すために、まずは因数分解！

1店舗の会員数 = 【1か月の総利用者数】 ÷ 【利用頻度】 とおいてみる

会員となると、週一回は利用してそう

### ②ざっくり数を置いてみると

1店舗の会員数 = 【5,000人】 ÷ 【月4回】 となりそう

ん～、なんとなくおいてみたけど、  
5,000人はアバウトすぎるよね・・・





## 回答例

「スポーツジム1店舗の会員はどのくらいいる？」

### ③よし、さらに因数分解！

$$\begin{aligned} & \text{1店舗の会員数} \\ &= \text{【1か月の総利用者数】} \div \text{【利用頻度】} \\ &= \text{【ジムのキャパシティ】} \times \text{【1日の回転数】} \times \text{【月間営業日】} \div \text{【利用頻度】} \end{aligned}$$

### ④ざっくり数を置いてみると

$$\begin{aligned} & \text{1店舗の会員数} \\ &= \text{【100人】} \times \text{【3回転】} \times \text{【20日】} \div \text{【月4回】} = 1,500人 \end{aligned}$$

勝手に24時間オープンで想定

ざっくりでOK！  
大体100人くらいかな？

朝昼晩、各100人が利用しているかな？



(画像元) エニタイムフィットネスHP



## 回答例

「スポーツジム1店舗の会員はどのくらいいる？」

### ③よし、さらに因数分解！

1店舗の会員数

= 【1か月の総利用者数】 ÷ 【利用頻度】

= 【ジムのキャパシティ】 × 【1日の回転数】 × 【月間営業日】 ÷ 【利用頻度】

【1か月の総利用者数】 = 5,000人で議論するよりも、  
【ジムのキャパシティ】 = 100人、【1日の回転数】 = 3回

### ④ざっくり数を置いてみるの方がお互いに想像しやすい！

1店舗の会員数

= 【100人】 × 【3回転】 × 【20日】 ÷ 【月4回】 = 1,500人

→ さらに分解していくディスカッションも弾む

ざっくりでOK！  
大体100人くらいかな？

朝昼晩、各100人が利用しているかな？



(画像元) エニタイムフィットネスHP



## (参考) 回答例の別パターン！

「スポーツジム1店舗の会員はどのくらいいる？」

### ③5,000人をさらに因数分解！

1店舗の会員数

= 【1か月の総利用者数】 ÷ 【利用頻度】

= 【ジムのキャパシティ】 × 【1Hあたりの平均利用者割合】 × 【営業時間】 ×  
【月間営業日】 ÷ 【利用頻度】

### ④ざっくり数を置いてみると

24時間営業想定

1店舗の会員数

= **【100人】 × 【20%】 × 【24H】 × 【20日】 ÷ 【月4回】**

=2,400人

感覚をもとに数字をおく。  
大それていなければOK！



(画像元) Getty Images



## 参考（お題例）

他にもこのようなお題を提示する想定です！

※参考例なので当日のお題とは異なります

- ・野菜ジュースの年間購入者数
- ・炊飯器の（現時点での）利用者数
- ・銭湯の利用者数
- ・英会話スクールの利用者数
- ・宅配ピザの1か月の利用者数
- ・遊園地の年間パスポート所有者数
- ・東京都のタクシー台数
- ・区民プールの年間利用者数

などなど

各タームごとにお題を変えますので、  
選考日が先の方と後の方で情報格差がないようにします





## 本日のアジェンダ

- ①今後のスケジュール
- ②3次選考について
- ③3次選考にて見たいポイント
- ④質問タイム



## 当日の流れ

全体25分間

マーケティング  
ディスカッション  
(15分程度)

01 お題発表

02 シンキングタイム (4分)

03 回答発表・ディスカッション・お題の深堀り (11分程度)

面接  
(10分程度)

05 通常面接 (8分程度) ※志望動機中心

06 逆質問 (1-2分程度)

- ・ オンライン実施
- ・ 応募者1名×面接官1名
- ・ 25分間



## 3次選考確認要件

### 今後のADKの進化に欠かせない大切なポイント

人材要件	詳細
洞察力	心理の洞察力/本質を見抜く力/自分の頭で仮説を考えられる力
レジリエンス	負の局面に向き合い乗り越える力/柔軟な思考性/ 感情をコントロールし粘り強くやり遂げる力
着想・着眼点	筋の通った根拠の着想・着眼ができる
数字データに対する 分析志向	数字やデータに抵抗なく向き合える力/データ分析力



## 要件ごとに見たいポイント

### ① 洞察力 ⇒適切な因数分解をし、論理的に答を導き出しているか

- 自分の頭で考える力（×：既存の情報・枠組みをそのままあてはめるだけ）
- ロジカルシンキング（×：適切な因数分解によって答をださず、根拠不明で答だけを答える）
- 日常生活からもっている知識や常識（×：あてはめる数値の置き方が雑すぎる、的外れすぎる）

### ② レジリエンス ⇒時間内に答を出せるか。あきらめずにディスカッションを通じて答に辿り着けるか。

- 回答をだしきる思考体力（×：途中であきらめる、面接官に答を求める）
- ディスカッション耐性（×：間違いや指摘があった場合に考えるのをやめてしまう、委縮してしまう）

### ③ 着想・着眼点 ⇒筋の通った根拠の着想・着眼ができ、選考官とのディスカッションを通じて新たな切り口を見つけたり、考えを進化させることができる

- 着想着眼（×：着想・着眼点が明らかにずれている）
- 思考の柔軟性（×：全く別の切り口を考えられない、一度考えたものを捨てられない。  
一つの導き方に固執してしまう）

### ④ 数字データに対する分析志向 ⇒数字やデータを分析し、仮説を導けることができているか



## 要件ごとに見たいポイント

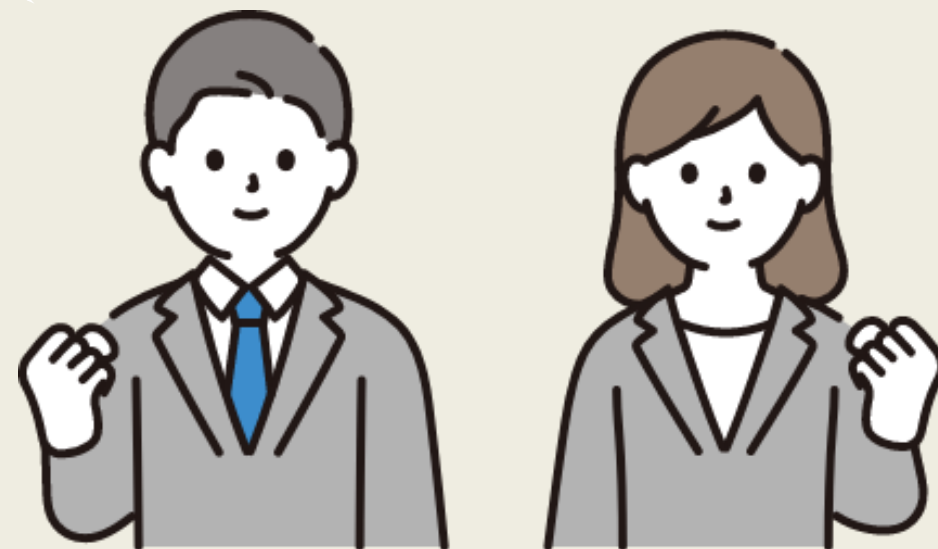
	GOOD	MORE
洞察力	<ul style="list-style-type: none"><li>・問いにあった切り口を自分で考えている。</li><li>・答を出すための因数分解が適切。数字の正確性ではなく、「なぜそう考えたか」を説明できる。</li><li>・常識的な知識や感覚を持っている。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・フォーマットに無理やり当てはめている。</li><li>・質問に対して答えられない。</li><li>・あてはめる数値が的外れすぎる。</li></ul>
レジリエンス	<ul style="list-style-type: none"><li>・(答の質はさておき)与えられた時間内に自力で答にたどり着くことができる</li><li>・面接官の質問や指摘を活かして考えを発展させることができる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・途中であきらめてしまう。面接官に答えを求めてしまう。</li><li>・間違いや指摘があった場合に反論したり、考えるのを止める</li></ul>
着想・着眼点	<ul style="list-style-type: none"><li>・着想/着眼点の筋が通っている</li><li>・最初に考えた切り口から柔軟に変えたり、進化させることができる。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・着想・着眼点が明らかにずれている</li><li>・全く別の切り口を考えられない、一度考えたものを捨てられない</li></ul>
データに対する分析志向	<ul style="list-style-type: none"><li>・数字を元にした仮説立てや計算ができる</li><li>・数字を根拠に仮説立てや思考をすることができる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・回答内容に数字的根拠が見られない</li></ul>



## 参考書籍)

フェルミ推定の本は、因数分解のコツや  
質問例などが参考になります。

↓ 2021年「ロジカルシンキングを超える戦略思考 フェルミ推定の技術」  
※本講座の参考にいたしました！



↑ 2016年「戦略コンサルティング・ファームの面接攻略法」

### ☑️ロジカル＋常識・知識

どんなクリエイティブなアイデアや意見も、人に“良い”と感じてもらうには、**それを伝えるロジカルさ**が必要。

そしてロジカルさには、**最低限の論理性と一般常識、知識**が必要。

### ☑️正確な答えが無いディスカッション

仕事において正解はなく、答えの無いことにも**自分なりに思考し、向き合う**。  
**そのプロセス**が大切。

導き方を暗記するのではなく、  
**考え方を知り日常で意識的に使って習慣化**していきましょう！



## 24卒内定者の声 ～マーケティングディスカッション選考を振り返って～



コンサル志望ではなかったので、初めてフェルミ推定を勉強したが、一生懸命勉強して、物事を数字を元に推察することが出来るようになりました。

物事を「因数分解」する大事さを学びました。世の中の事象を因数分解して考える癖がついてとても成長できました。



大学受験以来、真剣に「勉強」しました。何度もアーカイブ動画観て、参考書もやりました。「もうこれだけやったら落ちても満足」と思えて、面接後も後悔は無かったです。





そして、志望動機も聞きます！





## オープンコース1期 2次面接官 評価コメントより抜粋

現在の活動や、コミュニケーション力を見る限り、非常に優秀な人材である。  
ただ、**広告マーケティング業界だけに志望している訳では無い様子。**  
複数選択肢のひとつ。

今回の3次選考では、しっかり志望動機も通過・不通過の基準とします。  
今一度、みなさんが、

**①なぜ広告・マーケティング業界で**

**②どんなプロになりたいか**

の言語化をぜひ！（なぜADK？はぜひ最終面接で聞かせてください）



**ADKは就活生の「成長」を応援しています！**