アンケート回答者限定特典！

日本大学生物資源科学部
オンライン合同企業セミナー
〈業界・職種勉強会〉

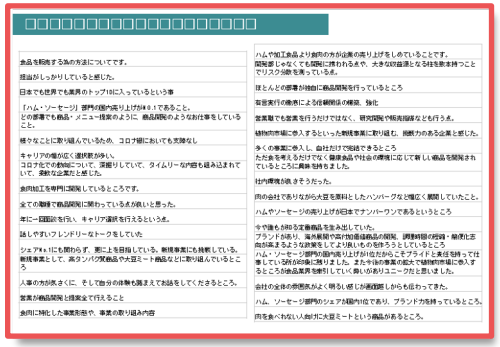
日大生による、日大生のための
企業攻略BOOK！DAY2

攻略本の使い方

2021年12月6日～10日にかけて開催された「日本大学オンライン合同企業セミナー」。
参加をした皆さんが感じた参加企業1社1社の**「ユニークポイント」**のコメントをまとめた企業攻略BOOKが完成しました！

セミナーに参加した200社以上の特徴が一目で分かり、エントリーシートや面接で使える企業の情報が盛り沢山となっています。説明会に参加できなかった企業の情報をチェックしたり、自分では気づけなかった企業の魅力に触れることができます！(一部データの無い企業もございます)

下段のアンケートコメント全文をAI文章解析ツールでテキストマイニングをしたデータ。
頻出している特徴的なワードほど大きく浮かび上がる仕組み。



各社の説明会の参加者が感じた企業の「ユニーク」だと感じたところのアンケートコメントを全文掲載。

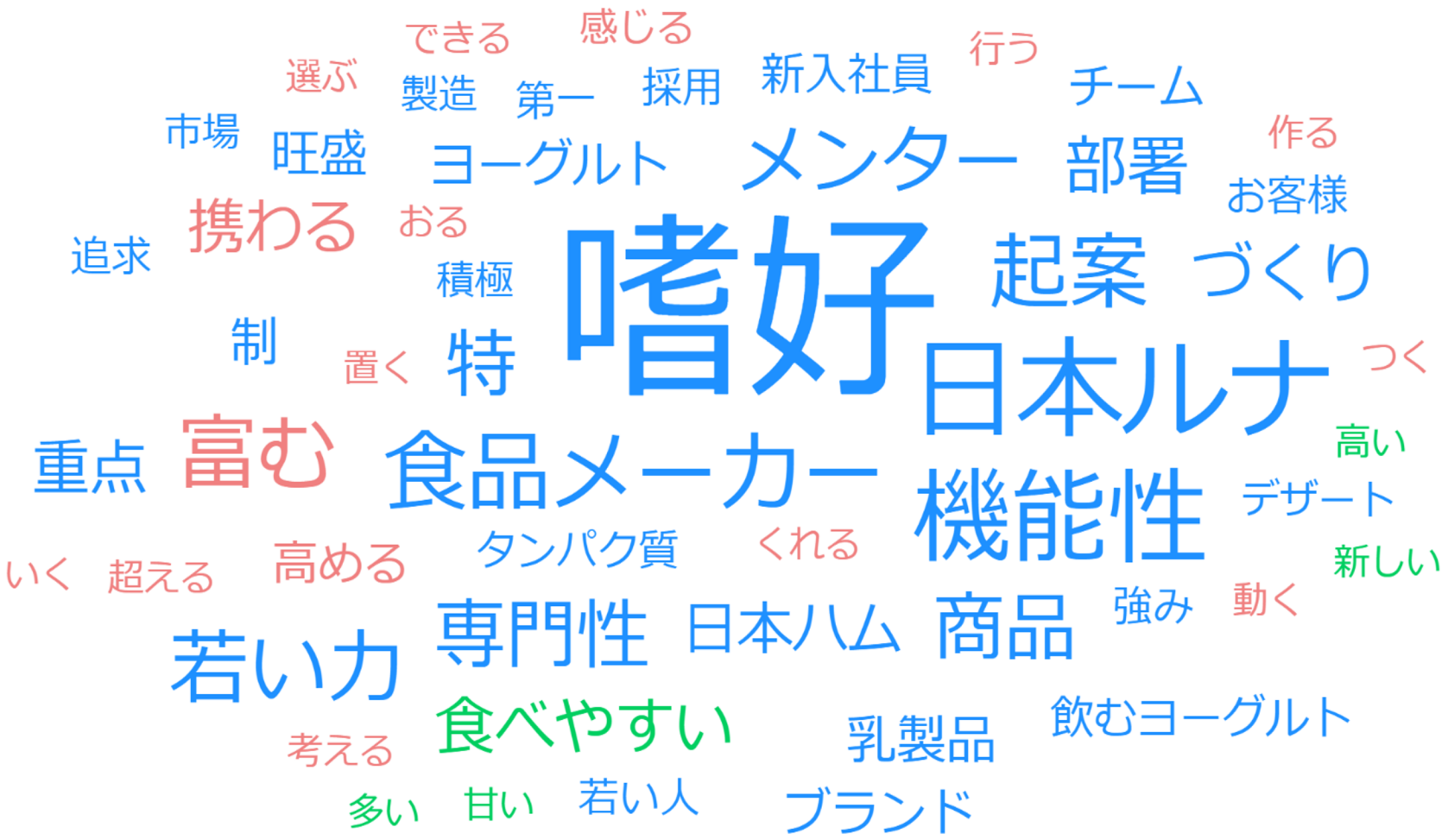
亀田製菓の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

亀田製菓の「ユニーク」だと感じたところ

2030年までに全商品をECO化にする取り組みを行っている点。
事業
45年以上に渡って米菓市シェアNo.1のブランド力。2030年までに全商品のEco化（Reduce, Resize, Replace）を目指している。
米菓
お菓子全般で、柿の種が1位のことを知って驚いた。人事の方がとてもやさしく、会社の雰囲気がオンラインでも伝わってきた。
環境への取り組みに力を入れているところ。
流行のものは、もうやっている。
米菓だけでなく米を中心とした様々な商品展開を行なっている
防災食をキャンプでも使うことができ、需要があるとおっしゃっていたところが印象的で、防災という視点はもちろんのこと、他に視点からも考えられているというところが少しユニークであると思った。
米菓という日本食で世界に挑戦しているところ
社内インターンシップが開催されていること
米×健康を中心とする。米菓を世界に発信。
顧客とのコミュニティ構築のために、多くの企画・キャンペーンを実施しているというところ。
お菓子だけではなかった。
平均勤続年数が長い！
社内であげた声が通りやすい。グループ会社との関係が良い。
福利厚生が充実しているところ。

米菓のシェア率No1であることは、自社のブランド力があってこそであると感じました。また、様々な部署の若手社員によって、新たな商品を開発するといった挑戦プロジェクトがあるということも、貴社ならではの事業であると感じました。
柿の種No. 1な点。
経営理念
社内インターンシップというものがあり、入社後にも様々な職種を体験することができるといったキャリアサポートが充実していると感じた。
米菓を中心にシェアを広げているところ。
米粉食品だけでなく防災食やプラントベース商品など幅広く開発を手がけているところ。
米菓製品という日本の伝統のものを海外に持っていく際にクラッカーとして売り出すところがとても面白いと思いました。日本製品は海外で注目されていますが、それでもそのまま持っていくのではなくその国のニーズに合わせて製品を開発することに製品への愛を感じました。
技術力があるところ。
製菓以外にも幅広いジャンルに取り組んでいること
実現したいことが出来ること。海外では米を使ってクラッカーとして販売している。
プラントベースドフードを扱っており、若手社員によるクラウドファンディングに力を入れている
社員の自主性や主体性を尊重するため、社内インターンシップがあるところ。
自主性、主体性がある
多種多様な流通
Kameda未来研究所があること。

日本ルナの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

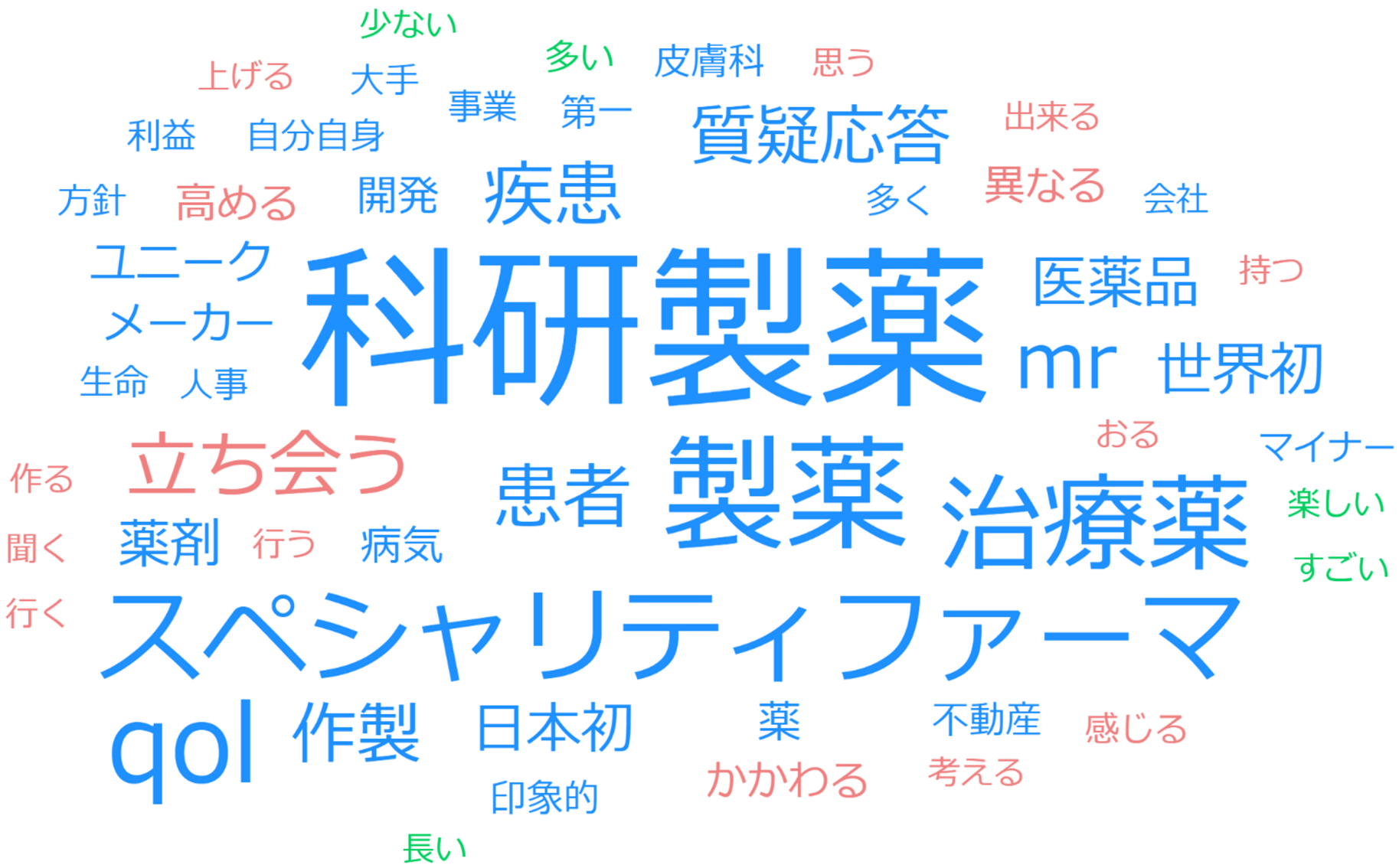


日本ルナの「ユニーク」だと感じたところ

チャレンジ精神旺盛なところ
ほとんどが機能性を第一に考えて商品を製作するが、日本ルナではお客様が食べやすいと感じられるように機能性よりも嗜好性を重視している点。
飲むヨーグルトを日本で初めて発売したこと。
メンター制度があり、新入社員1名に対して同じ部署の先輩トレーナーがついてくれるところです。
甘いデザート系のヨーグルトが強みの日本ハムグループの食品メーカーである。
嗜好性の高い商品
嗜好性に特化しており、お客様視点で他ではないモノづくりを行っているところ。
若い人が多い事から、仕事で若い力を積極的に採用させてくれる。部署を超えてチームで商品を作っていくところ。
嗜好性の追求
嗜好性に特化しているヨーグルトを作っているところ。
ブランドチーム制が特徴的だと感じた。自分の専門性を高めつつ、一つの商品を最後まで担当できることに魅力を感じた。
乳製品のなかでも嗜好性に特化したものを得意としているが、嗜好性０でタンパク質に特化したヨーグルトも作っているところ
嗜好性を大事にしているところ
嗜好性に重点を置いたヨーグルト作り 各部署から1名ずつ選び、商品の起案を行うブランドチーム制
機能性だけでなく嗜好性に富んだ商品を開発している

他にはないような商品づくり
新しい市場に日々挑戦する姿や製造から販売まで携われること。
商品ごとのチームで動くブランドチーム制が採用されていること。

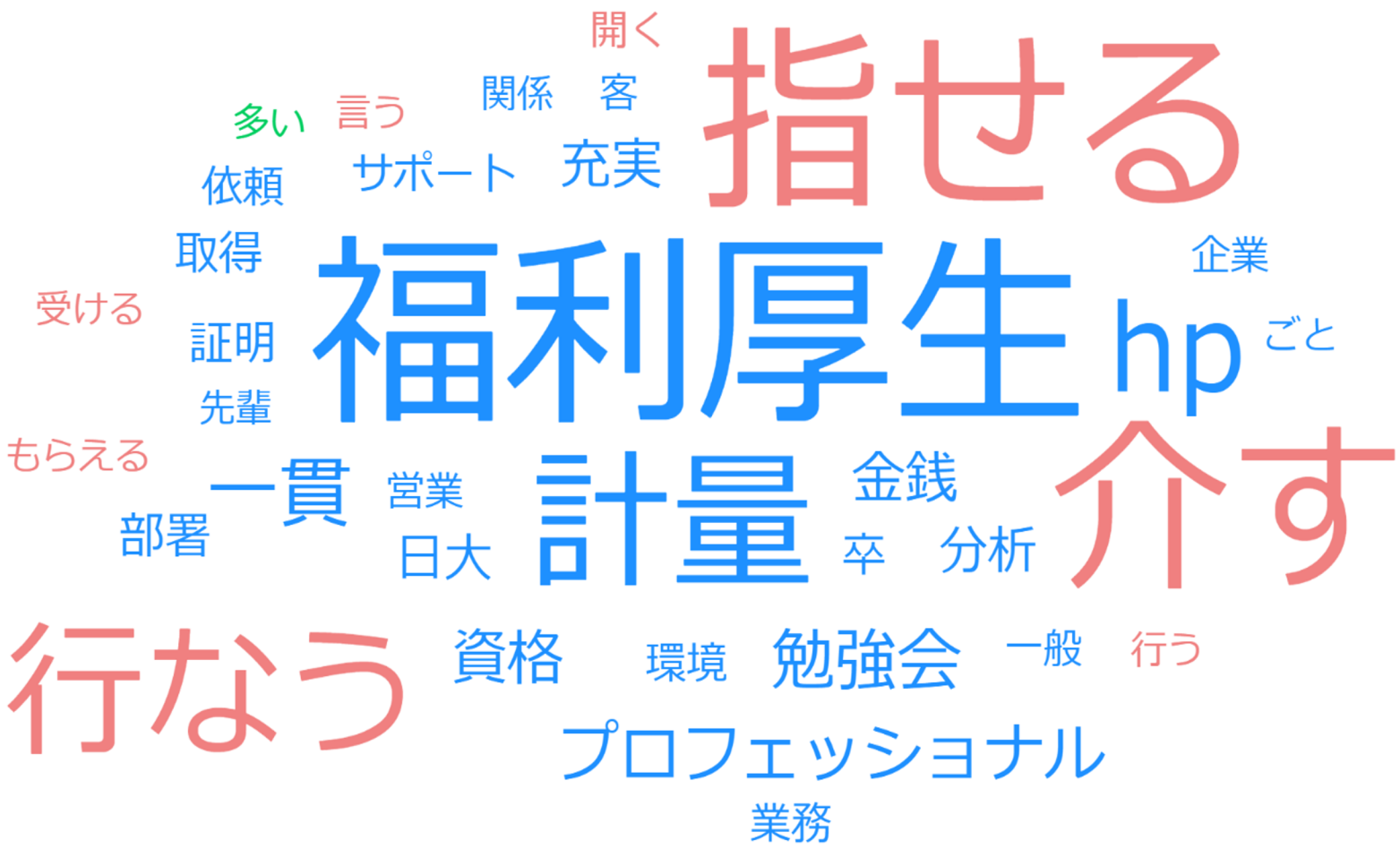
科研製薬の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



科研製薬の「ユニーク」だと感じたところ

患者の数としては多くはない病気に関する薬を開発し販売することで、患者さんのQOLを高めているということが印象的で他の製薬メーカーとは異なる点であると考えました。患者数の多い病気の治療薬であればもっと多くの利益を得られるのですが、科研製薬会社さんは患者さんを第一に考えているのだと感じられました。また不動産事業を行っているのも他の製薬メーカーにはないユニークな点だと思います。さらに、看護師さんを相手にすることがあったり、手術現場に立ち会う機会があったりするのも、他の製薬メーカーのMRにはない点であると感じました。 今日お話しを聞いた企業さんの中で、科研製薬さんの人事の方が一番面接が楽しそうに感じました。質疑応答、ではなくて、会話をしているような質問会でした。
非常に歴史が長い点
会社の方針として生命にかかわる薬ではなく、人が生活する際の質を上げる薬を開発することが多いということに興味を持ちました。また、自分自身が病気だと思っておらず、病院に行っていないような病気の薬を開発を行っている点がすごいと思いました。
マイナーでも需要のある薬を作ることで、大手では出来ない唯一の薬を作っている会社であると認識されていること。(整形や皮膚科)
患者さんが多くない疾患や、薬が少ない疾患の医薬品を作製しているため、世界初または日本初の薬剤が多くあるところ。
スペシャリティファーマである

オオスミの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



オオスミの「ユニーク」だと感じたところ

日大卒の先輩が多いところ。
客から依頼を受けたら営業を介して分析、証明までを一貫して行なっているところ。
HPがとても充実していて、一般にも開かれた環境系の企業であるところ。
福利厚生
環境計量のプロフェッショナルを目指せる
資格取得に金銭や部署ごとの勉強会をするなどのサポートを行っている。
業務に関係ない資格でも、サポートをしてもらえる福利厚生がとても充実していると言った点

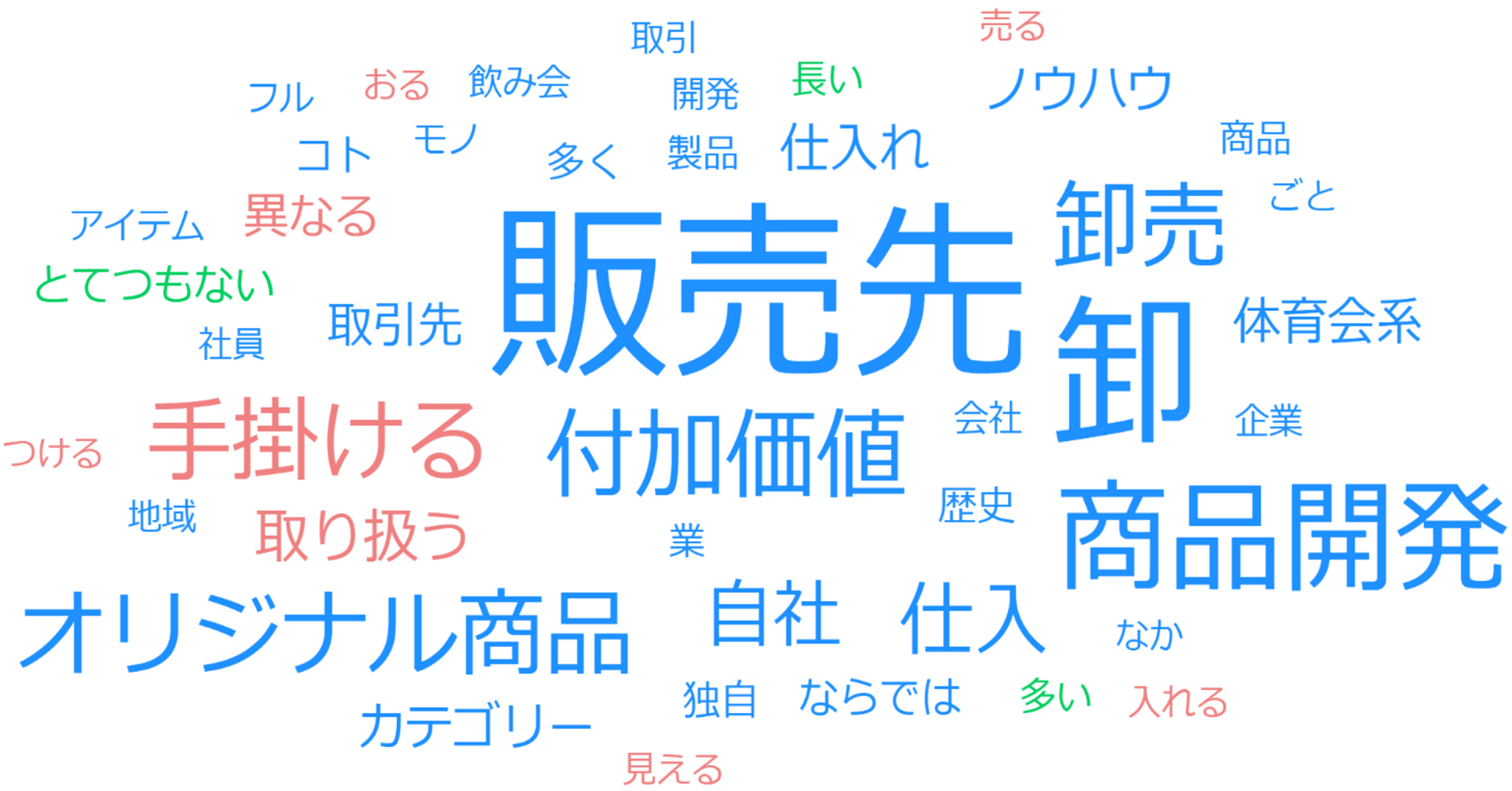
大東カカオの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

大東カカオの「ユニーク」だと感じたところ

B to B企業ならではの黒子の美学
企業名は正直知らなかったが、パピコやlook４など有名な商品の材料になっていることが面白かった、
黒子の美学と言っていたのが印象的。表立ってはいないが、様々な場所でやりがいを感じられる業態だと感じた。
表には出ず裏から支え、欠かせない存在になるという「黒子の美学」の考え方が素晴らしいと思った。
トン単位の原材料（カカオ）を扱い、B to Bに絞った会社。
目指す姿として、「黒子の美学」を掲げているところ。チョコレートの世界で、なくてならない存在になる。
BtoBだが、裏方として支えている点
人材育成
BtoBでいることでBtoCの大手メーカと争うのではなく協力関係を築いている。
チョコレートに強いこだわり、コンビニ商品や菓子メーカーにも使用されている
NISSHIN oillioグループの会社として、さまざまな脂とカカオの身の組み合わせを考えたチョコレートへのこだわり。
代替油脂を使用して、新たな食感を生み出したところ。それにより、チョコレートだけでなく飲料やアイスクリームなど幅広い種類の原料を作成できているところ。 BtoB企業はBtoCになるとお客様が競合他社になるということを初めて知った。 BtoB企業の良さを実感した。

一貫生産工場であるといった点や、様々な会社のチョコレートを製造していると言った点。
チョコレートの原料を取り扱っているところ
様々なくちどけや食感のチョコレートをメーカーの要望ごとに作る
裏方に徹する展開

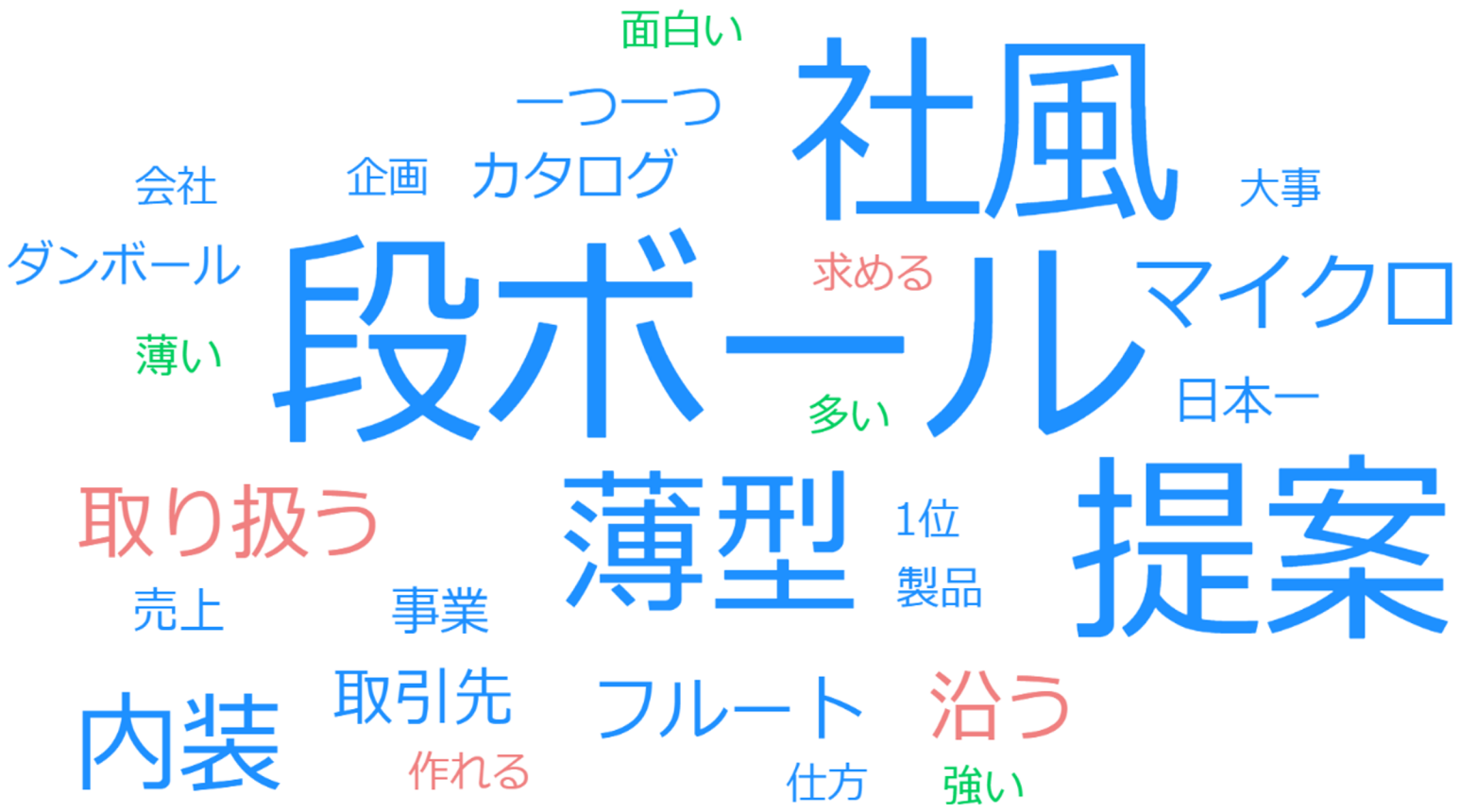
国分グループの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



国分グループの「ユニーク」だと感じたところ

多くの仕入先と販売先がある点。
社員の皆さんが体育会系であるということと、飲み会が多いということ。
取り扱っている商品が多いこと。
取引アイテムが多く、目に見えない付加価値に力を入れていること。
卸売のなかでも取引先が最も多い。地域ごとに会社が異なる。
自社製品もある
会社の歴史がとてつもなく長いところ
自社独自でオリジナル商品の開発も手掛けられておられるところ
卸ならではのモノ売りだけでなく付加価値をつけたコト売りのノウハウがあるところ。
商品数がとても多い
フルカテゴリーの商品開発が可能
多くの仕入れ先と販売先があること。卸業として歴史の長い企業であること。
卸だけでなく、商品開発もしている

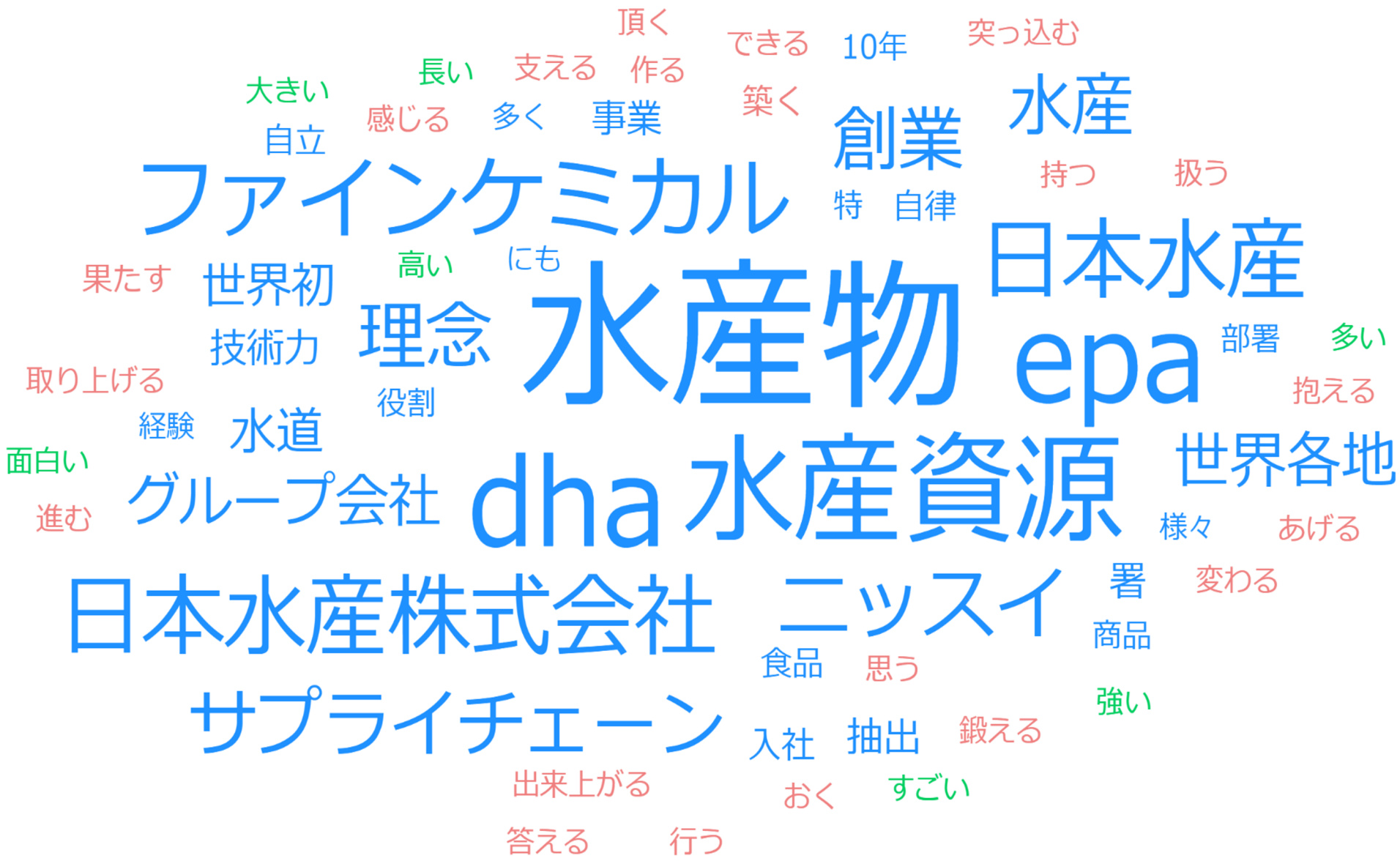
クラウンパッケージの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



クラウンパッケージの「ユニーク」だと感じたところ

事業
製品
内装段ボールだけなのに売上が多い。
日本一薄いダンボールを作れる会社、カタログで提案するのではなく、取引先の提案一つ一つに沿って提案
不況に強い！
内装段ボール1位
薄型段ボール(マイクロフルート)を取り扱っているところ。
面白さを求めている社風と、提案力が大事なこと。
企画提案の仕方。

日本水産の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

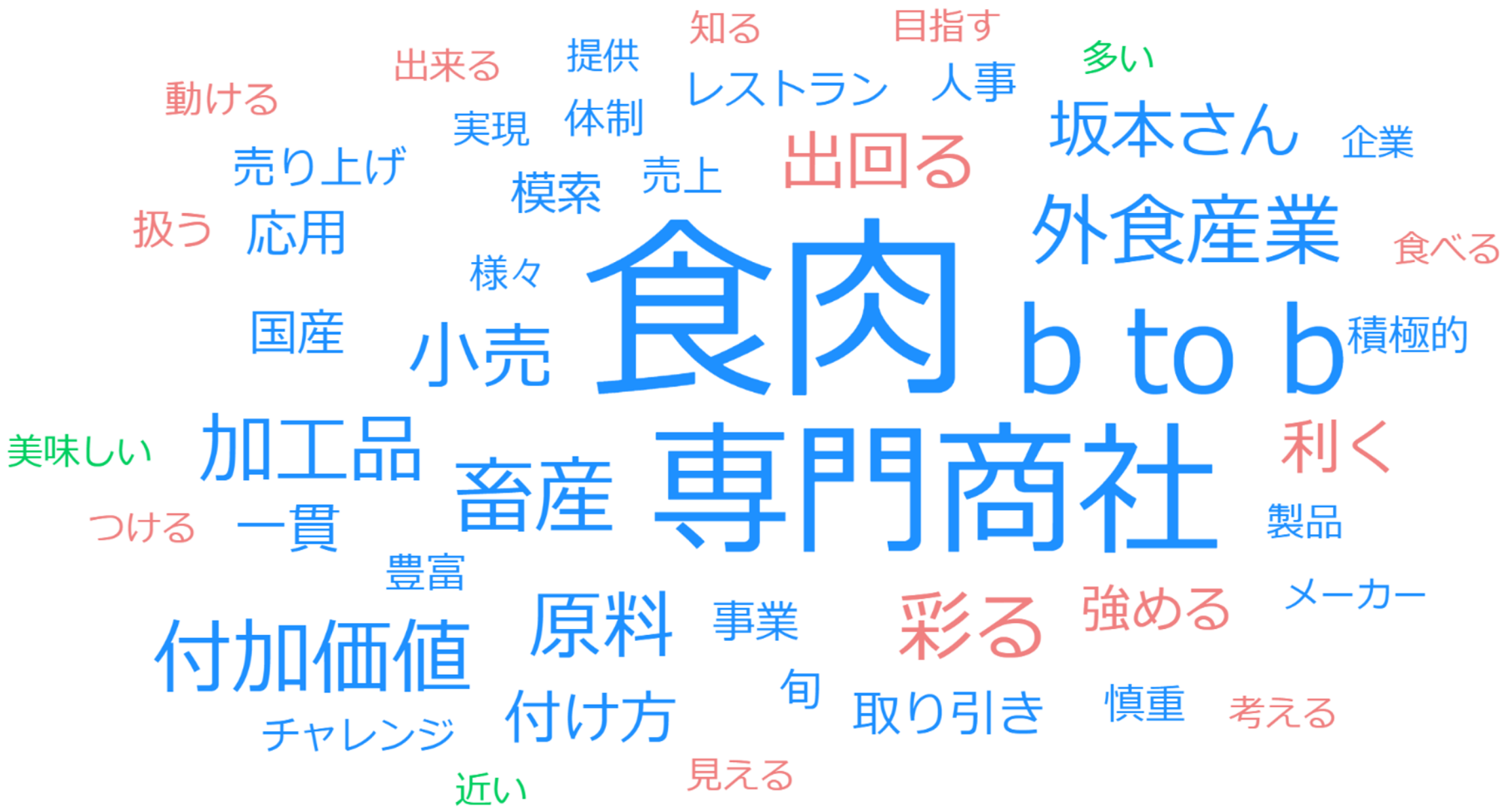


日本水産の「ユニーク」だと感じたところ

私は、日本水産株式会社の創業の理念そのものが非常にユニークであると感じました。 日本水産株式会社は、水産物をはじめとした資源を最大限に活用しているメーカーで、「水の水道におけるは水産物の生産配給における理想である。」という創業の理念ように世界各地に水産物のサプライチェーンを抱えていた。しかし、近年では食に対する消費者ニーズの多様化や気候変動により、意識改革を必要とされている。したがって、私たちには入社に後に何をしたいのかを明確にして水産物のサプライチェーンを支えていくことが必須であると考えます。
水産や食品だけでなく、ファインケミカル（EPA, DHAの抽出・精製）にも注力している。入社から10年ほどで数部署を経験させるなど、社員の自立・自律の支援が充実している。
白身魚の加工食品に強い
世界各地にグループ会社を展開しているところ
水産資源を主に主軸として商品を展開していること
フィッシュソーセージや冷凍いちごや自然解凍の冷凍食品など日本初の商品を多く開発されているところだと思います。
トレンドに敏感
日本水産の理念で水道のことが取り上げられていたが、それがすでに世界展開において水道のように線が出来上がっていることがすごいと思った。
業界初、世界初やっていることが多くある。某ハンバーガー店のフィッシュフライはニッスイのもの。
水産資源を中心に価値を創造する。
規模感の大きい会社であるところ
食品メーカーのなかでも水産に特化している。
高純度のEPAやDHAの抽出ができる技術力があり、様々な食品を扱っているところ。

ファインケミカル事業として魚のDHA、EPAを他社に提供しているという点において、水産業に特化した貴社特有の事業であると感じました。
多くの日本初、世界初を築きあげられた高い技術力と創業110年という長い歴史
水産事業を行っており、水産資源を持っているところ。
水道から当たり前のように水が出るように、ニッスイはその水道管の役割をするのが創業の理念としたところ
焼きおにぎりなど、水産物以外にも売上No.1の商品が多く存在するところ
担当の白井さんの人柄がよく少し突っ込んだ質問にも気軽に答えて頂いたところ。
水産会社として商品を作るだけでなく、健康に関連した魚由来の商品を作っていた所がすごく面白いと思った。
日本だけでなく世界的に活動してる点。
グループ会社が海外に4割もあり、海外進出が進んでいるなと感じました。他にも、P&Eなどの日本水産独自の部署の名前もある。
水産物の水道管としての役割を果たす、という企業理念を持っているところ
入社から10年程度は数部署を経験し、様々なところで経験値を鍛えるところ。
10年でさまざまな部署を経験でき、自立、自律に重きをおいていた
ニッスイの技術。
総合職の業種が多く、人によってはジョブローテーションのよって仕事内容が大きく変わるところ

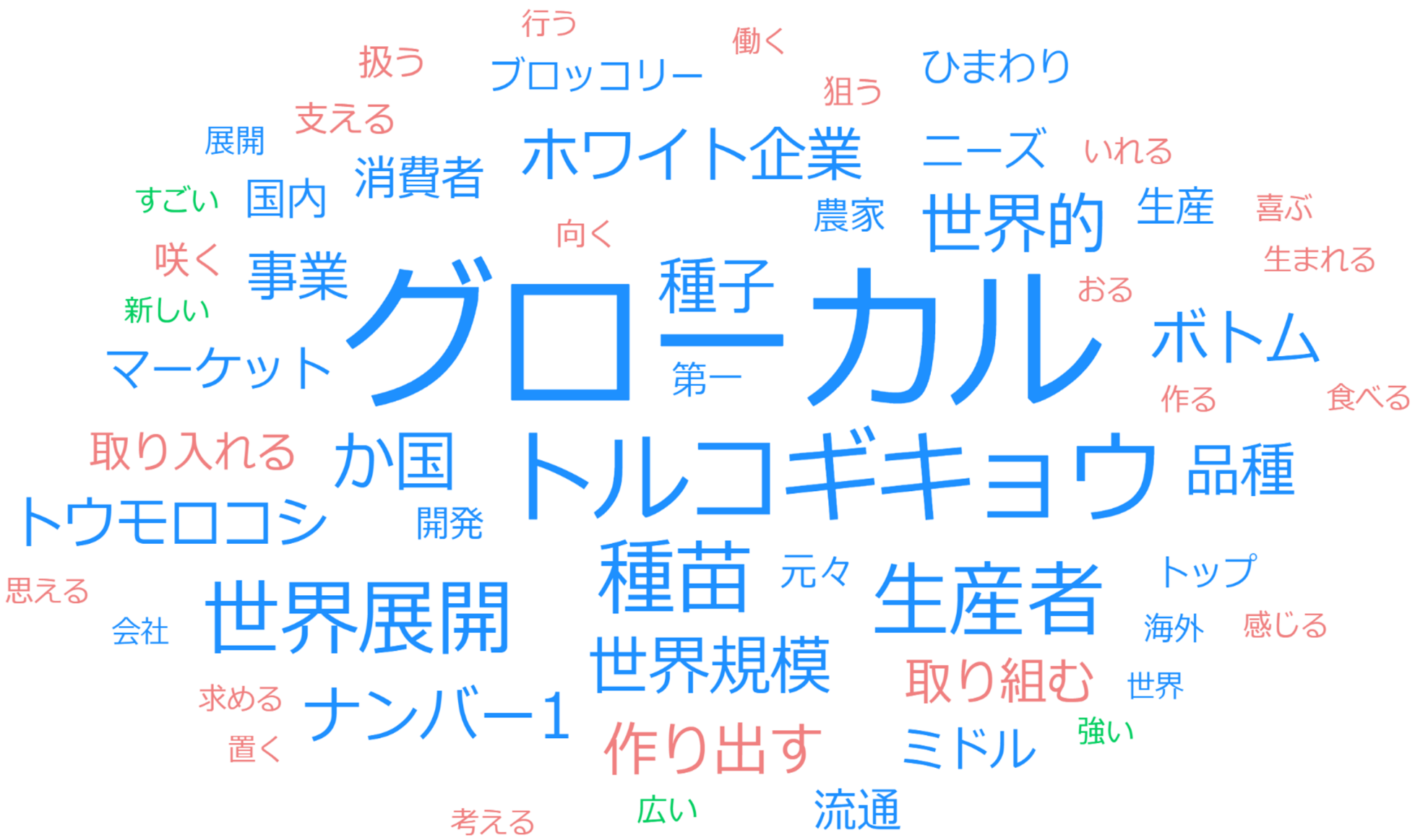
スターゼンの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



スターゼンの「ユニーク」だと感じたところ

人事の坂本さん
原料に近いからこそ、応用が利くところ
食肉専門商社
B to Bだけど、食肉の付加価値の付け方を考えている。
食肉専門商社であり、見えない所で活躍している企業ということを知った。
有名な小売店や外食産業に製品が多く出回っているため、ほとんどの人が一度は食べたことがある。
畜産から販売まで一貫した事業体制 食肉専門商社 b to b 国産食肉の売上多い 就活は積極的に。就職は慎重に チャレンジ精神強め、自分から動ける人
スーパーやコンビニ、レストラン、メーカーなど取り引き先の豊富さ。
食肉に付加価値をつけた加工品でさらなる売り上げランキングの上を目指しているところ。
１年を通して旬である(安定して美味しい)食肉を提供する
チャレンジすることなど自分がやりたいことを実現出来そうなところ。
食肉を扱い、様々なシーンを彩る食肉の可能性を模索している。
畜産

サカタのタネの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

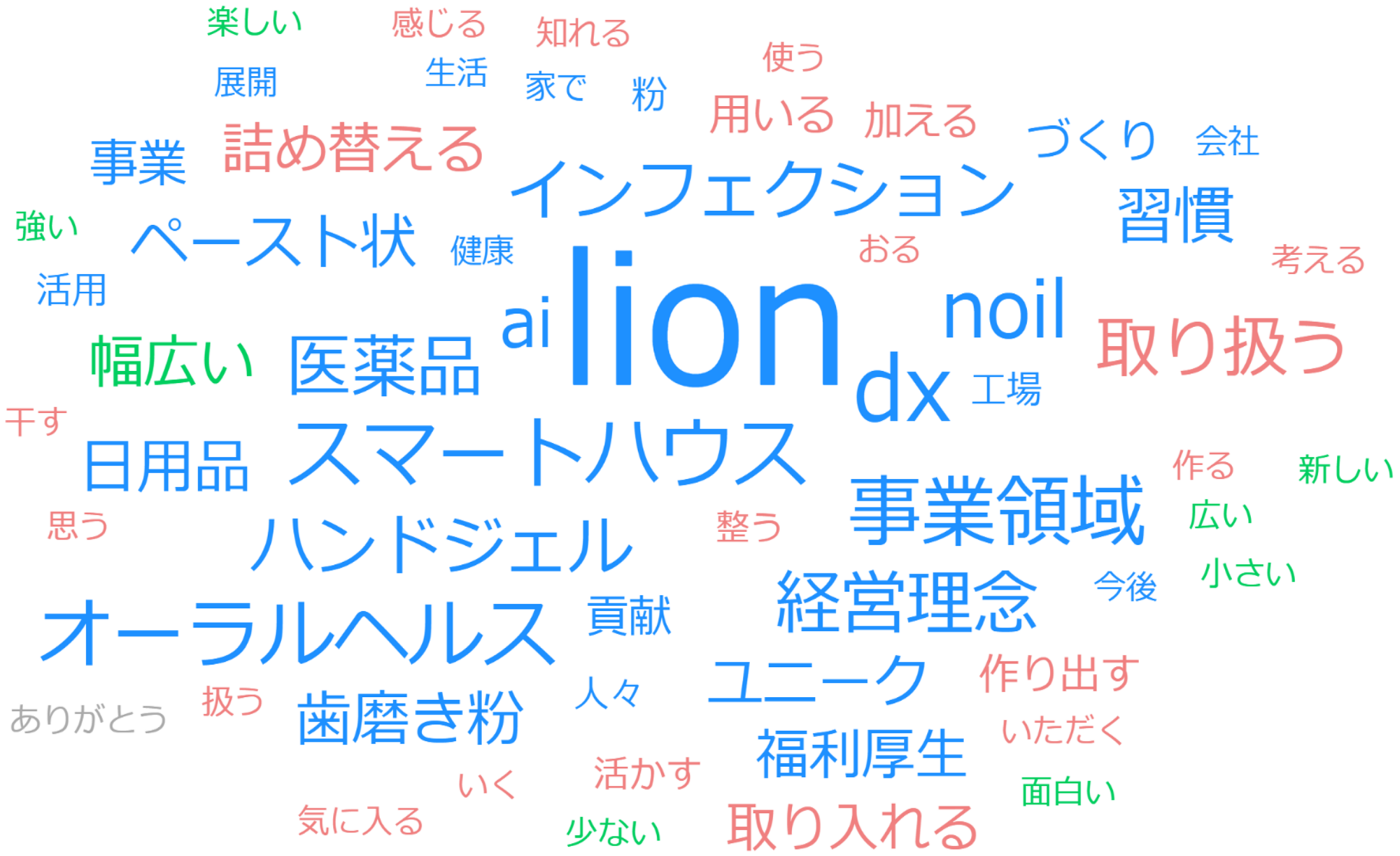


サカタのタネの「ユニーク」だと感じたところ

普段食べている野菜の国内シェアナンバー1だけでなく、世界的にも流通させているところ。
世界展開
世界中をターゲットに置いているところ。また、生産のみを委託にて行っているところ。
ブロッコリーとトルコギキョウの生産が世界トップであるところ
会社だけでなく，生産者の声も取り入れながら新しい品種を作ろうとしている点が非常に印象的でした．生産者のニーズを第一に考え，開発に取り組む姿勢がすごいと感じました．今日の説明会を通して，将来働いてみたいと思える企業でした．
世界的に展開しており、強風に強いトウモロコシや上を向いて咲くひまわりの開発に成功したところ
求められる場所の元々を否定するのではなくそのままに改善するところ。
会社の規模よりも人々が喜ぶ方を優先し、トップではなく、ミドル、ボトムの位置を狙っているところ。承認検査所があるところ。
世界規模
世界の食を支える
事業をグローカルに展開しているところ。
ホワイト企業
新たにマーケットを作り出すことで農家にも消費者にもメリットが生まれる。
種子を主に扱っており、国内だけでなく海外にも広く進出している点。
170か国４極体制の営業を行っていることから海外の事業にとても力をいれているところ

グローカル
種苗の信頼と信用のビジネス

ライオンの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

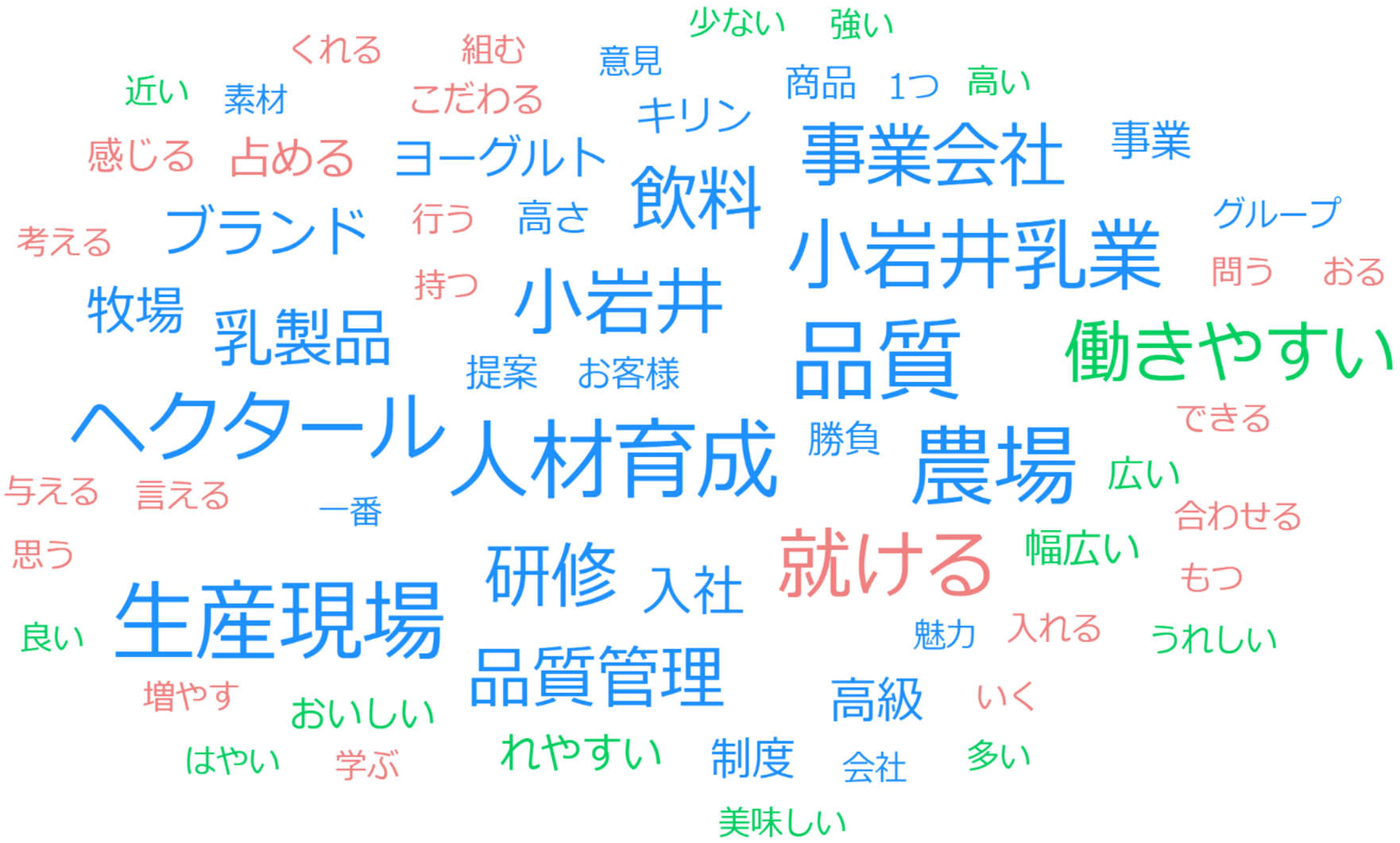


ライオンの「ユニーク」だと感じたところ

事業領域が幅広い点。
事業
福利厚生
福利厚生が充実しているところ。
LIONさんの製品は私の家でも生活の一部になっており私の家でもたくさん使っていますが、それらの商品が「習慣づくり」に貢献しているというのは知りませんでした。歯磨き粉をペースト状にしたり、部屋干しの概念を作ったりしたのはLIONさんとのことでした（確かに歯磨き粉はなぜ粉じゃないのに粉というのか不思議でした）。私は習慣づくりという点から人々の心と体の健康に貢献しているというのが、LIONさんのユニークな点であると感じました。 その習慣化のため、石鹸を小学校に寄付しているということでした。同じく手指消毒習慣化のためだと思うのですが、私がアルバイトをしている学習塾にもLIONさんのキレイキレイ薬用ハンドジェルをいただきました（LIONさんの方が読まれているのか不明なのですが、その節はありがとうございました。持ち運び用の小さいものに詰め替えて使わせていただきました。ジェルなのにべたべたしないところが気に入り今も愛用しております。生徒さんたちも「LIONすげえ」と喜んでおりました）。これからもその習慣化を続けていくとともに、さらに楽しく、そしてDXを活用していきたいとのことで、私もその現場にいて貢献したいと思いました。
食料から日用品まで幅広く展開していて、ライオンで生活が回るところが面白かった。
フルフレックス制度や、私服出勤、また副業も条件付きで取り入れているところ。
製造の工程でAIやさまざまなデータなど、最新の技術を用いているところ
歯磨き粉を日本で1番初めに作った。歯ブラシで勝負をしているところ。

海外に事業を展開するにあたり、その国の人々の好みに合わせて香りなどを変えて販売しているというところ。
この会社のユニークなところは、AI活用したりやシュミレーションシステムを取り入れたりなどDX化を進めているところだと思います。
災害対策として工場をわかることで被害を少なくすること。
日用品や機能性食品に加え、医薬品まで取り扱っている点。
新しい物・事を考える、時代の最先端を作り出す環境がとても整っているところ
経営理念に共感した。求める人材像について知れた。
NOIL
働き方
社会貢献に強い意識。ヘルスケアなどのニーズに加えて薬品も取り扱う唯一の会社である。
今の事業を今後どのように活かしていくのかを明確に考えていることが特徴的だと感じた。
医薬品も扱っているところ。
活躍の場が広いところ
AIによる分析(予防健康)。スマートハウスワークによる家事の負担の軽減。インフェクションコントロール。オーラルヘルスによるDX。
今後は仮想空間で工場の効率化を目指し、それを現実世界で試すという取り組みを行うこと。

小岩井乳業の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



小岩井乳業の「ユニーク」だと感じたところ

おいしさ、品質の高さ、提案力で勝負する高級ブランド。

転勤あり

豊富な研修制度

社内研修が多い

社員数が少ない為、意思決定が比較的はやいところ。

少人数で大規模の製造を行っているため、一人一人の意見が反映されやすい点。

マーケティングプランとしてSNS広告に注力しているところ

研修制度が充実しているところに魅力を感じました。また、福利厚生がとても良いと思いました。

農場が広いこと。

高級ブランド、キリングループ

高品質の商品で信頼を獲得している。それが強み。

年１でキャリアの希望ができる。

大きな農場を持っているところ

キリンホールディングスの飲料事業の1つで、小岩井乳業はヨーグルトが一番売り上げを占めている。入社してから様々な研修があり、人材育成や働きやすい環境作りにも力を入れていると感じた。

3000ヘクタールという広大な農場をもつ。キリングループのヨーグルト・乳製品に特化している。

商品の品質がとても高いところ

乳製品の中でも一番にヨーグルトに力を入れているところ
営業スタイル。

とても真面目なところ

入社してすぐに牧場見学があるところ。

お客様へのおいしい、うれしいを大事にしている会社。キリンホールディングスの飲料事業の１つ。高級ブランド、素材と美味しさ、品質の高さへのこだわり。

人材育成として若手にもチャンスを与えてくれるところ。

個人のスキルアップにとても力を入れているところが特徴的だと感じた。今若い世代の採用を増やしていて、世代交代が近いと感じた。

敷地の広さと研修内容

意思活動の強さが大切。

高級ブランドであることから素材や製法にこだわって品質で勝負しているところ。

ヨーグルトが魅力的なところ

キリンホールディングスの飲料事業会社
小岩井の主力商品は生乳100%ヨーグルト
小岩井の生産現場は安全、安心、徹底した品質管理を行っている
成長に合わせた研修制度がある

お客様のことを第一に考えている点。

新人研修に力を入れていたり、念に４度上司と面談があるため、入社してすぐに社会人のマナーをしっかりと学んだり自分の意見を言える場面が多く存在しているなと感じました。

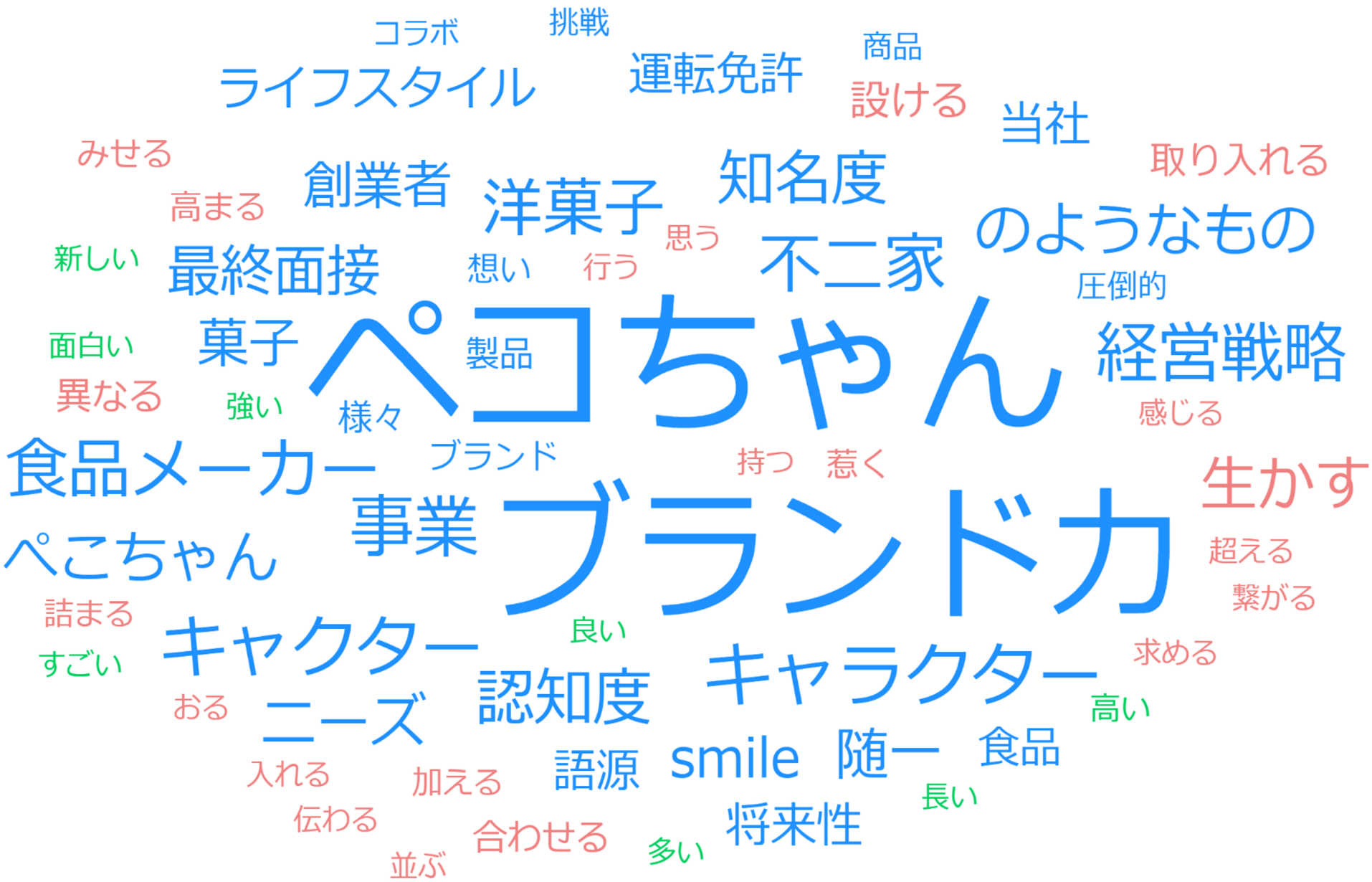
自前の牧場を持ちブランドとしてさまざまな業務に就けるところ

研修において部門を問わずに幅広く参加できる。

製品ごとにチームが組まれており、商品をより良くしていこうとする会社だと感じた。

価格を勝ちではなく、おいしさ・品質・提案力で勝負しているところ。

不二家の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



不二家の「ユニーク」だと感じたところ

事業
ペコちゃんというキャラクターの認知度が高く、主力であるお菓子事業に加えキャラクター事業を設けている点
コラボ商品や当社のキャラクターを活用して売り上げ向上させているところ
食品業界だけでなく、すべてと比較してもペコちゃんの知名度が高いこと。ペコちゃん＝不二家となるのは多くの食品が並んで見分けがつかないときにとても有利だと思った。
食品メーカーでも随一のキャクター知名度を持っているところ
ペコちゃんを始めとする圧倒的なブランド力
ぺこちゃんの認知度が9割を超えていること
より良い製品やサービスを提供するために様々なことに挑戦しているところです。
日々変化するライフスタイルやトレンドに合わせた様々な提案を行っており、そうした新しい挑戦は成功し利益に繋がっている点で将来性を感じ志望度が益々高まりました。
ニーズに合わせたブランド展開。
ペコちゃんのブランド力を生かした商品作りをしていること。
福利厚生
ブランド力が強いところ
ペコちゃんのブランド力が非常に高く、鬼滅の刃など流行のものを取り入れる柔軟性もあった。菓子事業ではニーズに合わせたブランドを持っている。

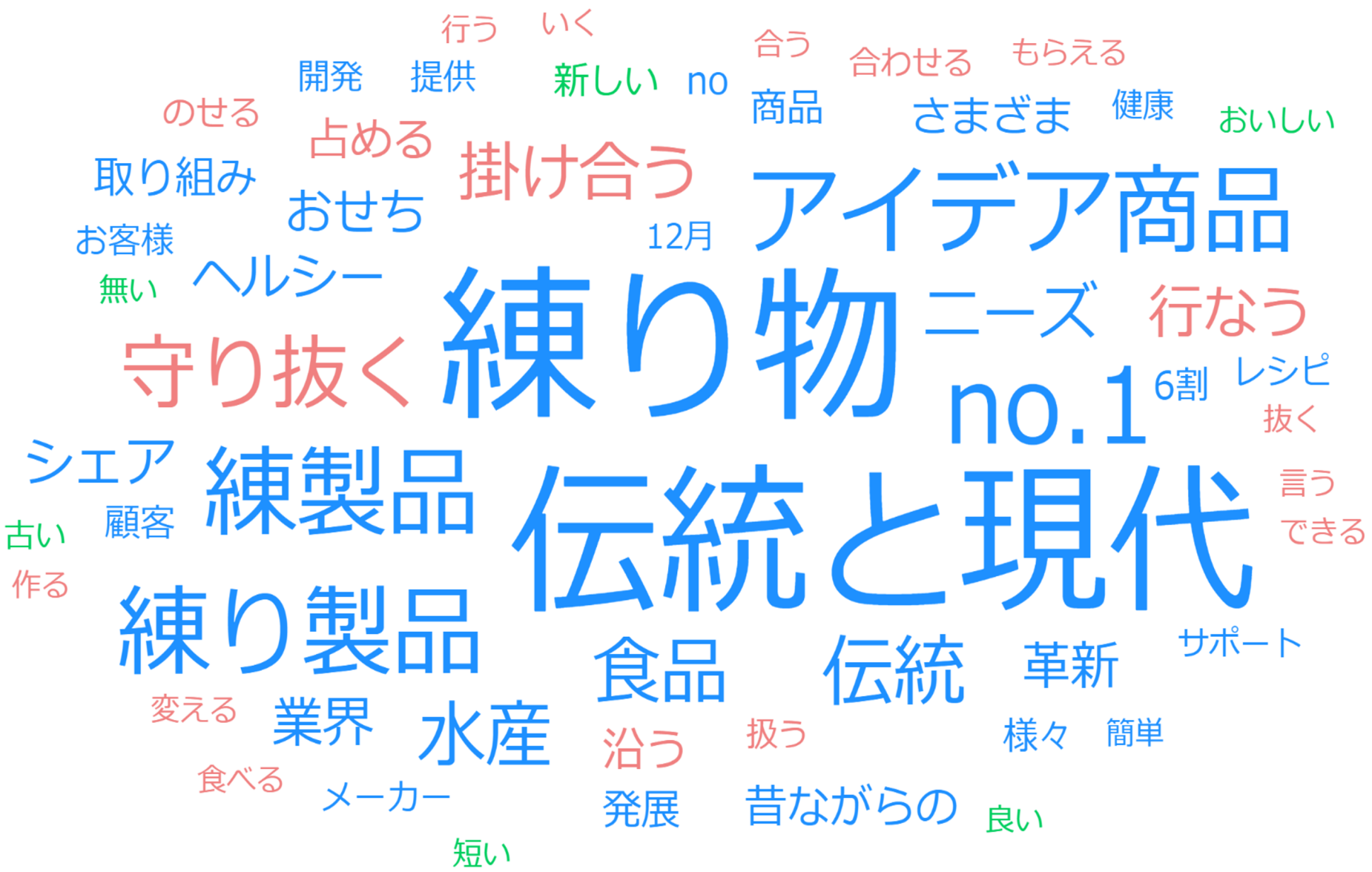
キャラクター
不二家の語源は富士山と、「二つとない存在でありたい」という創業者の想いからきているところ また求める人像でもSMILEな人というところで一つ一つの単語にも安全、努力などの想いが詰まっていて、人と会社とお客様とその他の方々までも幸せにしてみせるという思いがすごく伝わった。
洋菓子、菓子事業に力を入れているところ。ペコちゃんのブランド力。
有名なキャラを所持しており、キャラクターを生かした運営が面白いと感じた。
他の企業では見ない、キャラクターなどを起用した経営戦略？のようなものにとても興味を惹かれた。やはり、大手はどこか他のメーカーとは異なる面白い点が多いなと思いました。
菓子.洋菓子製品のみではなく、ペコちゃんなどのキャラクターの作成を行っているところ。
面接が長い。最終面接は対面。運転免許が必要。
ペコちゃんというキャラクターのブランド力
名前の由来
芸能人やキャラクターとコラボしている。
圧倒的知名度を持つキャラクター及びそのブランド力
キャラクターにも力を入れている

アース製薬の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

アース製薬の「ユニーク」だと感じたところ

トイレタリー業界として様々な商品を提供していると共にバックにある大塚製薬関連の福利厚生があり充実しているというところ。
社員の方の人の好さ、風通しのよさ、職場環境
お話をしてくださった方が社内から参加されていて、社内の雰囲気がとても良いと感じました。また、研究で実際に商品を使用して調べる施設がお風呂になっていることに驚きました。SDGsやスポーツ共産などにも取り組まれていて、理想的な会社だと感じました。
研究職が何十年もかけるのではなく、ヒット商品を数年で生み出すこと。
大塚製薬と関係が深く、製薬は大塚製薬に一任していること。
私服で最終面接
トータル日用品メーカーとして数多くの国内シェア1位を獲得されているところやキャリアプランの選択肢が多い。
今まで思っていた製薬会社の印象が変わった
商品を薬品としてではなく日用品として取り扱っている点
企業理念が明確であった
トイレタリー業界で4位なこと。
チームワークの大切さ、新人育成の充実さにおいての充実さがよくわかった
風通しの良い社風

紀文食品の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

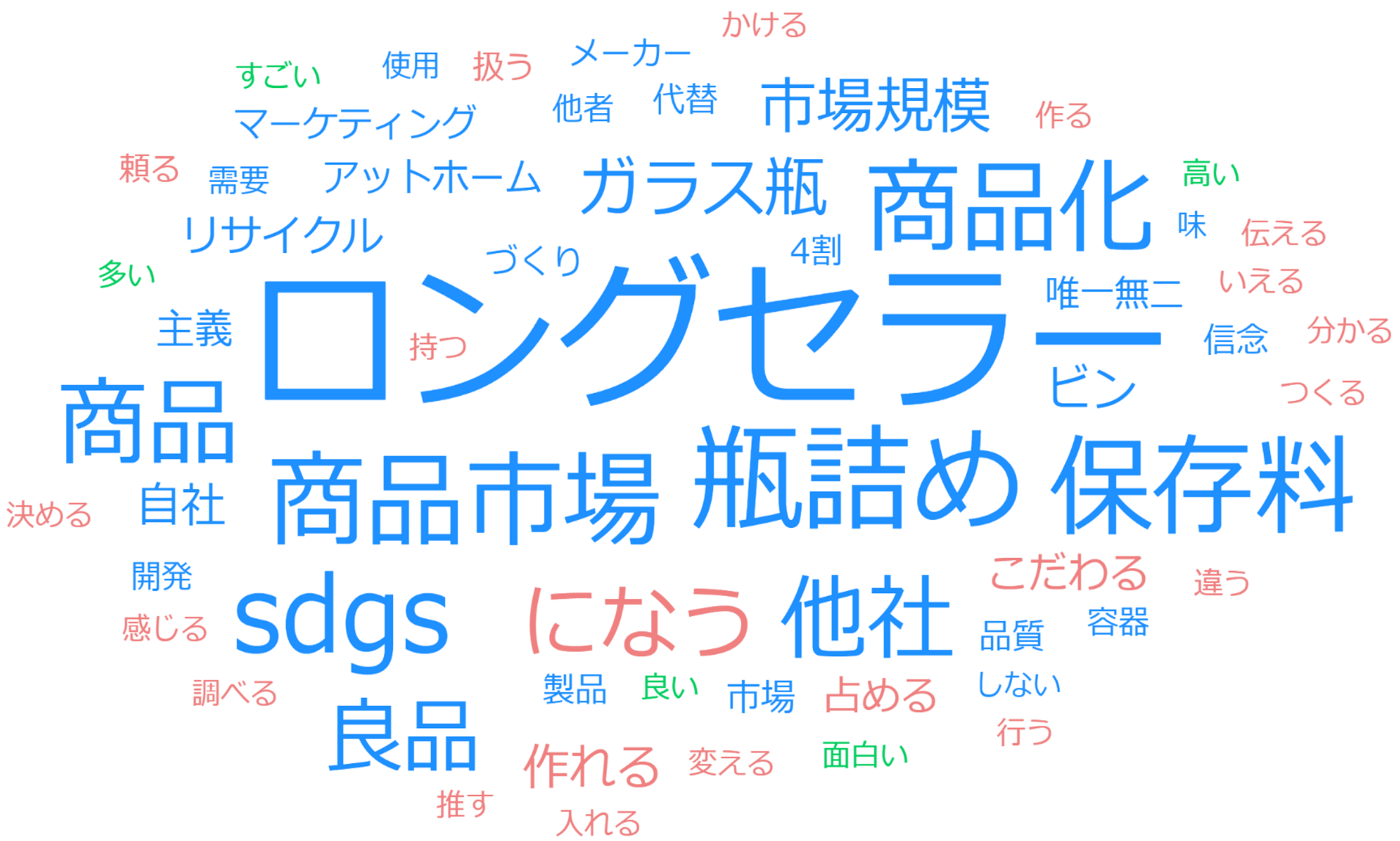


紀文食品の「ユニーク」だと感じたところ

子どもにも食べてもらえるようにキャラクターの練り物を販売しているところ。
伝統的な食品であるさまざまな練り物を現代に合わせて進化、発展させているところ
水産練り物中心とした総合加工メーカー
様々な顧客のニーズに対応
ニーズに合わせて練り物を開発するメーカー、練り物業界No. 1。
様々な温度タイプの食品を扱っているだけでなく、レシピの提案等を行なっているところ。
ヘルシー商品・アレンジレシピや簡単調理などの新しいアイデアや商品でお客様をサポートしていること。
伝統と現代をマッチさせた古き良きものを新しく、新しいものも昔の想いをのせてアイデア商品を開発してるところ。
伝統を守り抜くのでは無くアップデートしていくことを重視している点
伝統と現代を掛け合わせ、新しい食を提供しているところ
昔ながらの伝統を大切にしていると言った点。良くも悪くも正直な感じがしました。
革新と挑戦と夢 感謝即実行 伝統とは時代に沿った形に姿を変えてこそ発展 業界シェアNO.1
商品を健康、おいしさのどちらかではなく両方を目的として企画、製造しているところ。

業界シェアがナンバーワンであること。
この会社は正月のおせちを作っているので12月が一番忙しい ヘルシー食品でお客様の健康をサポートする取り組みを行っている 3分で短く、簡単にできる肉餃子などの商品でゆとりのある生活をサポートしている
水産練り製品が6割を占める。練製品に関しては業界シェアNo. 1 。おせちも行っているため、12月は群を抜いて繁忙期。その人に合った食品の提供を行う。

桃屋の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

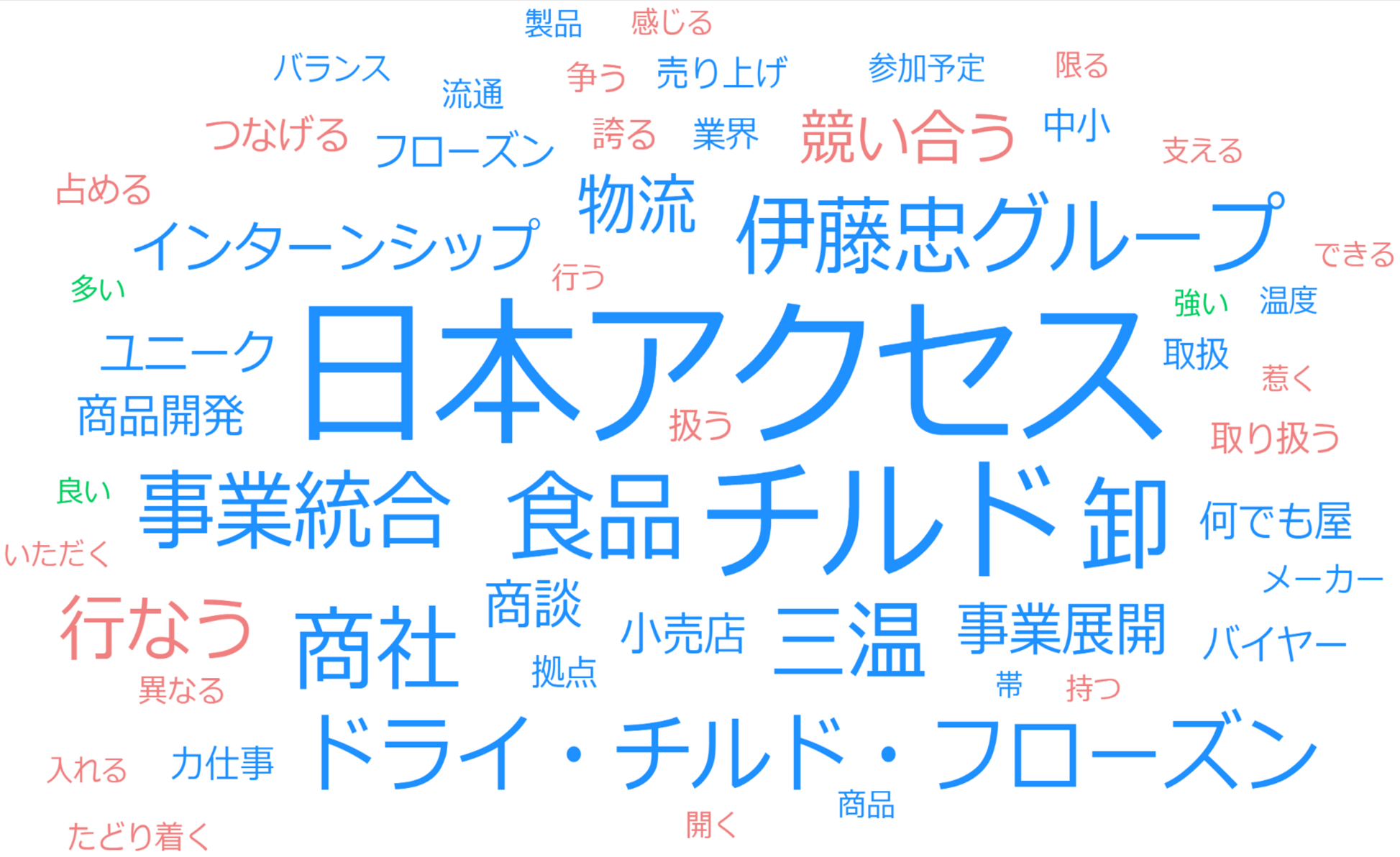


桃屋の「ユニーク」だと感じたところ

事業
他社が作れるようなものは商品化しない
他のメーカーとの関わりが多いこと。需要を調べて製品を作るよりも需要となる製品を作ろうとしていること。
瓶詰め市場で大きな割合を占めている。マーケティングには頼らない点。
良品主義で、唯一無二の商品づくりを行っていること
他社が作れるようなモノは商品化しないというほど自社の技術や商品に誇りを持っており、一度商品化した商品の味は変えないといえるほど、開発に時間とこだわりをかけている。他社から代替となる商品が出ない商品力を持っている。
ロングセラー商品を大切に本当の価値を伝えているところ。
瓶詰め市場規模の4割をになっているところ。
瓶詰め市場であるところが特徴的だと感じた。何を作るかではなく何を入れるかを考えるところは他と違うように感じた。
ガラスビンはリサイクル性が高いところ。
すべての商品をロングセラーにするための工夫や努力かすごく話を聞いていて分かり面白いと思った。
ビン詰めの商品市場がトップシェアの企業であることです。保存料不使用なことなどから、容器にこだわる必要があるとのことです。また、リサイクル性の高いガラス瓶を扱うことで、SDGｓに貢献しています。
・他者が作れるようなものは商品せず、良品質な商品作りを徹底している ・ロングセラー商品が多く、1度商品の味を決めたら変えることはない ・アットホームな雰囲気
自社の推し商品のcm動画などは良かった。

他社が作れるようなものは商品化しないという信念
良品質主義でこだわった墓のメーカーが作れない商品の開発を行っている
他社が作っているものは商品化せず、人々になくてはならないものをつくっているところ。
保存料不使用なところ。

日本アクセスの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

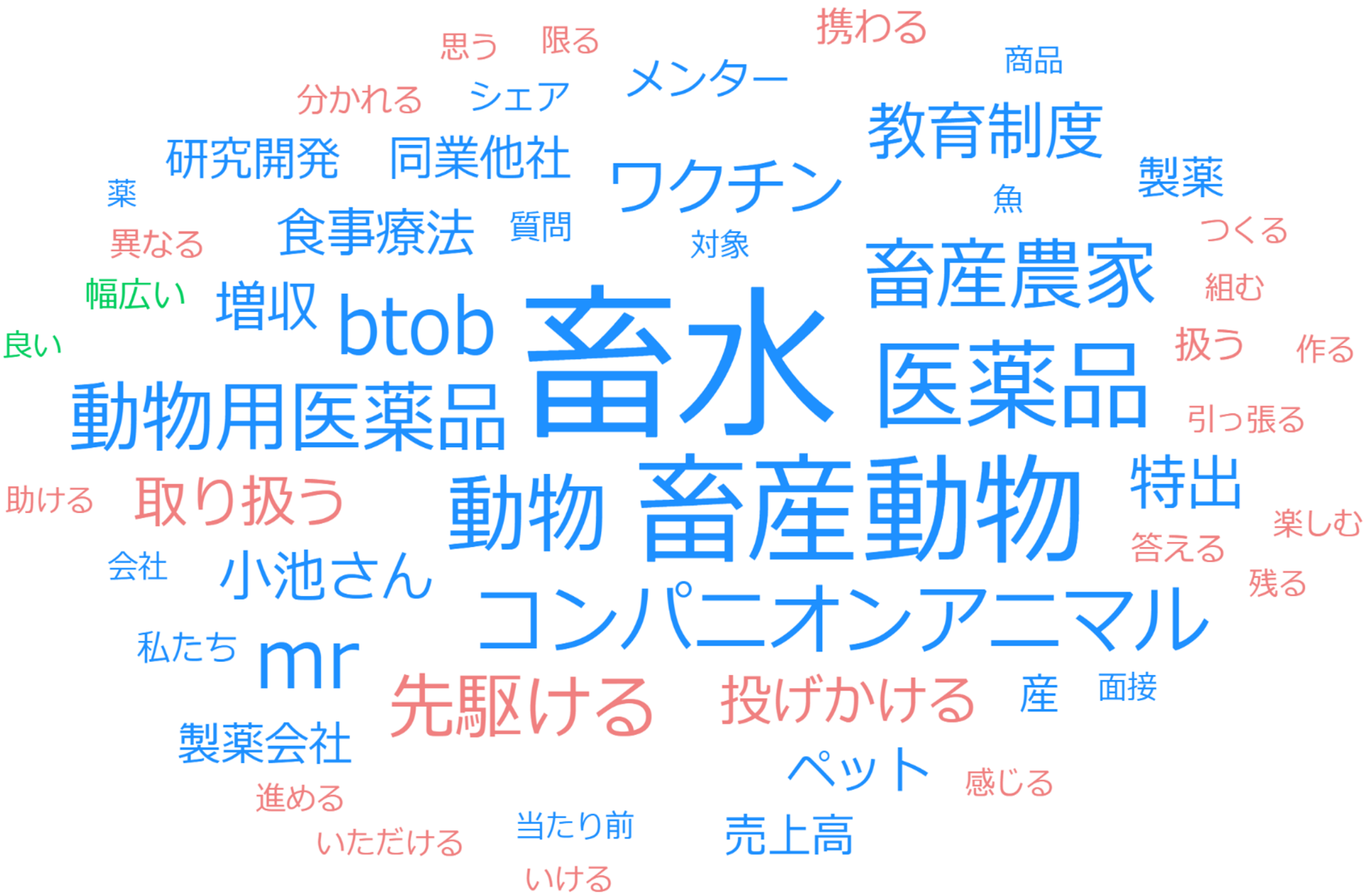


日本アクセスの「ユニーク」だと感じたところ

大きな売り上げを達成し、そこにたどり着いた様々な理由を説明いただいたところ
今後の事業展開がユニークだった。
チルドの日本アクセスということから食品商社業界No.2という実績を持ちつつ、自社の食品開発も行なっているというところ。
卸としての活動に限らず大商談会等の企画開催を行っているところ
同じグループ元の企業同士でも競い合いっているところがユニークだと感じた。
伊藤忠グループの一つであり、数々の事業統合を得て今の姿であるところ。
チルド製品に力を入れていること。
扱っている食品のジャンルがバランス良かったこと。
３温度帯の取り扱いバランスが良い
20万もの取扱商品があるところ
発送拠点が多いことからインフラの面で食品業界を支えているという点。取り扱う商品の内チルド、フローズン商品が三温体の６割を占めていること。
「食 」に関する何でも屋、とのフレーズがありましたが、メーカーと異なる商社/卸の提案営業ができる点に強く惹かれました。先月日本アクセス様のインターンシップに参加し、更に明後日も2回目のインターンシップに参加予定ですので非常に楽しみです！
物流の拠点が業界ナンバーワンであるということ。ドライ・チルド・フローズンのバランスが良いということ。
物流網が全国にある点。
チルド製品が強い点 大商談会・展示会を開いて中小メーカーとバイヤーをつなげる点

食品卸の中でもトップを争う売り上げを誇る
メーカーと小売店の中継ぎとして物流管理などを行なっている、力仕事はほぼないというところ。
中間流通業であるが商品開発を行っている。全温度帯の食品を扱っている。
食品商社としての役割

共立製薬の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



共立製薬の「ユニーク」だと感じたところ

教育制度(メンター制度)
私たちに身近なペット・畜水産の薬を扱っているところ。
幅広い商品を取り扱っている点です。まず対象としているのは犬猫だけでなく畜水産（魚も！）までを扱っています。薬も治療薬だけでなくワクチンやサプリメントについても商品を展開しているとのことでした。この点が他の動物用製薬メーカーさんと異なる点だと思いました。魚にワクチンがあるというのは初耳で印象に残りました。研究開発では全プロセスを経験できること、製造では色々な部署と協力しな無ければいけないので意外にもチームワークがいちばん大事であるということも特出すべき点であると思います。 また、質問部屋ではどうしてもどこの会社さんでも質疑応答のような形で私たち就活生が投げかけた質問に人事の方が答えるという形式になってしまいますが、小池さんは私たちの質問に答えてくださった後に、「ちなみに」という形で小池さんからもご質問をいただけて、会話をしているように感じ、その点が良かったです。選考で面接まで進めたら、面接も楽しみです。
今では当たり前になっている動物へのワクチン等の医薬品の接種を、先駆けて行い同業他社を引っ張っている点。
ペットフードと提携を組んで、ペットの健康を食事からアプローチしサポートするところ。コンパニオンアニマルに限らず水畜産動物も対象となっているところ。
動物用医薬品、国内シェア1位、世界だと11位である。動物を助け、獣医師や畜産農家、ペットのオーナーまでも笑顔にする。
動物と人の未来の当たり前をつくりたいという考えのもと、売上高が何年も増収していること。
人間に対してでなく動物に対しての製薬会社があることを知った
動物に対する薬剤を作っているところ。
ペットの動物のMRと畜水産動物のMRに分かれているところ。

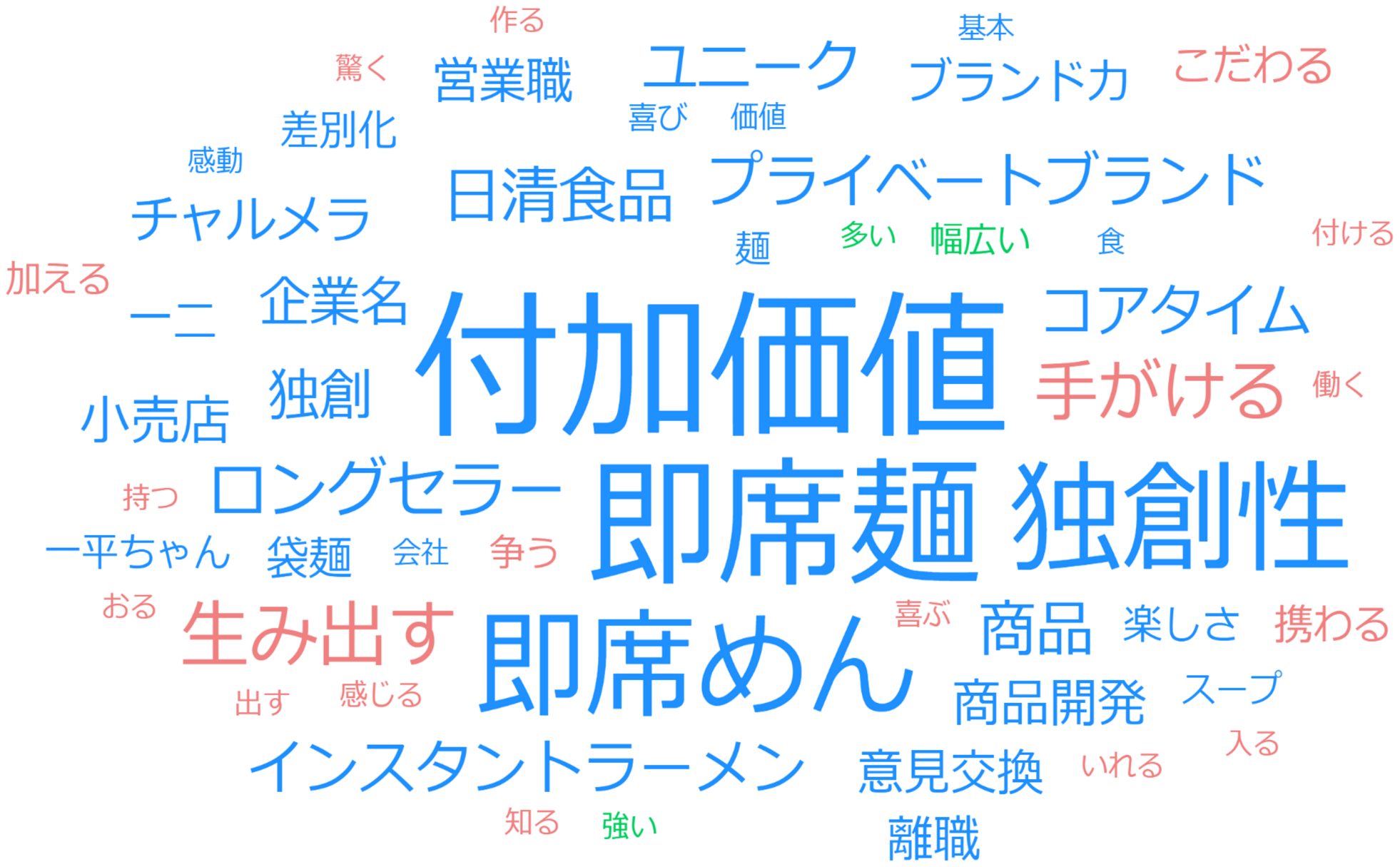
動物の医薬品を取り扱っているところ
動物医薬品のシェアN0.1として伴侶動物や畜水産動物のワクチン開発などに携われるのは非常に魅力的に感じた。
動物用の薬だけでなく、食事療法食も提供している。
伴侶動物と畜産動物の医薬品に着目し、BtoBではあるが、営業の方は特に人との関わりが重要視される会社だと感じた。

パルシステムグループの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

パルシステムグループの「ユニーク」だと感じたところ

こだわりや想いがあるからこその適正な価格にしたり、SDGsのことを考えて行動しているところです。
お客様のもとに配達を行うことで同じ瓶を使って同じ商品の提供が可能になるところ
人材育成
食品だけではなく、幅広く事業を行っている。SDGsが世界に広まる前からプラスチック削減等の3Rを行っている。こだわったオリジナル商品が800種類以上と、想像していた数より多くて驚いた。
食以外にも幅広く手掛けているところ。
日々の暮らしを支えている
食に関わるだけでなく、総合職である。

明星食品の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



明星食品の「ユニーク」だと感じたところ

会社名があまり知られていないところ
意見交換の場が多い
インスタント商品に強い
即席麺の中でも一二を争うほどの知名度を持った製品があるところ
付加価値で他の商品と差別化しているところ
昔からある商品を販売。日清食品の傘下に入っていて多様性がある。
3年間離職者がいないところ
楽しさ、感動、喜び、独創性といった付加価値を付けた商品を生み出しているところ
チャルメラや一平ちゃんなどのブランド商品を持っていること、このような袋麺やカップ麺以外にもカップスープやパスタ、冷凍食品など幅広い商品を手がけているところが特徴的であると感じました。また、営業職では、小売店のプライベートブランドの商品開発に携わることもある、といったところに魅力を感じました。
業務関係
商品がユニークなところ
営業の働き方
麺にこだわり
食のこだわり、楽しさ、感動、喜びを生み出す独創性の差別化がしっかりしているところ。

即席麺、インスタントラーメンの会社。基本価値に加えて付加価値を軸にしている。
商品名に対して企業名が浸透してないが、ヒット商品をたくさん出しているところ。
1つの商品についてではなくて、麺についてこだわりを持っているところ。スープや火薬は他の会社に委託していることに驚いた。
安心・安全、健康などの基本価値に加え、食の楽しさや感動、喜びを生み出す独創性などの付加価値にも力をいれているところがユニークに感じました。
規模に対するブランド力と人柄の良さ
・ロングセラー商品が多い ・コアタイムがない
主に麺を作っており、スープは他社から購入。真面目な人が多い。
即席めんの開発
様々なインスタントラーメン

日本ピュアフードの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

日本ピュアフードの「ユニーク」だと感じたところ

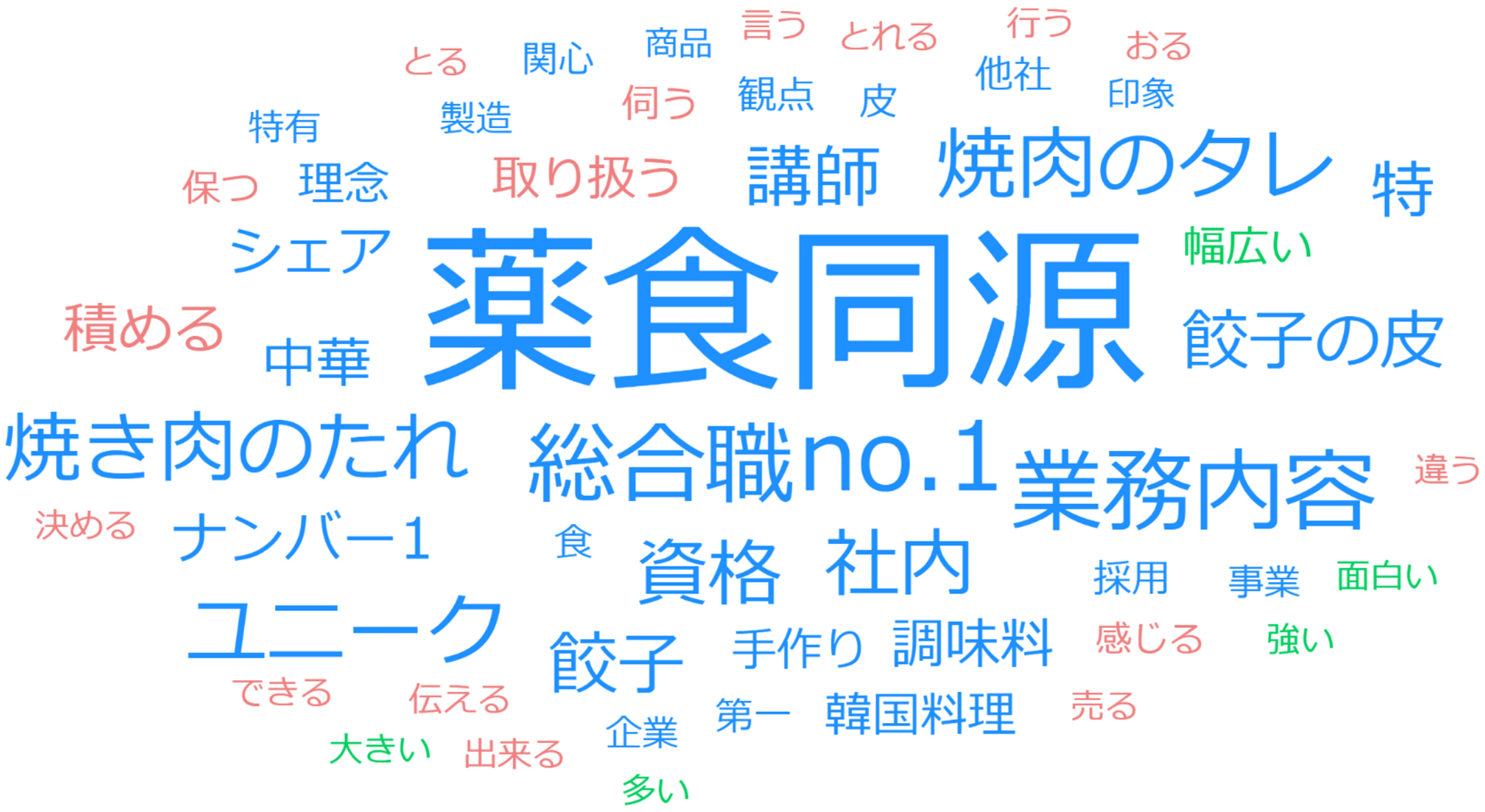
場所によって取り扱う肉の部位が違う所。
グループ内のつながりが大きいところ。
日本ハムグループ内で家畜を育てることからやっていること。
色々なところで、活躍しているところです。
拠点ごとに作っている専門原料が異なる。BtoBが8-9割
食肉加工事業や畜産エキス加工事業で、コンビニや飲食店などに幅広く活躍していること
食肉と畜産エキス加工業を軸にビジネスをしているということ。
ポークエキスという原材料名の所に入っている商品を売っていて、食品メーカーの中にもいろんな形の売り方があるなと感じた。
スープなどのベースを作っているところ

環境管理センターの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

環境管理センターの「ユニーク」だと感じたところ

自社でフィールドを持っている点が面白いと感じました
多彩な部署に分かれているが、生物調査など自分の好きなことに力を入れられる機会があるところ。
BtoBで様々な調査を行っているところ。
測量証明業の中でも売上高が高く、大きな事業にも多数取り組んでいるところ。
様々な分野でSDGsに深く関わっている。
環境調査から工事まで行う
調査、分析だけではなく、受託試験やコンサルタント、対策工事、農業関連試験などを行っており、他にも女性が活躍できるような環境を作っている。
新入社員の人材育成が充実している点。

モランボンの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



モランボンの「ユニーク」だと感じたところ

取得できる資格がユニークだった。
薬食同源
休日を自分で決められるところ。
食への関心を特に大切にしているところ
焼肉のタレや韓国料理の調味料を売りとして事業を行っているというところが特徴的であると感じました。また、社内資格（手作り餃子講師）がとれ、料理教室を通して食を多くの人に伝える活動をしている点がユニークであると感じました。
食に対する考え方
薬食同源とする考え。総合職採用であり、様々な経験が積める。
餃子に特化した社内資格があるところ。
餃子の皮業界シェアNo.1、手作り餃子講師の資格
他社とは違う観点でモノを見ている。
餃子に特化した社内資格をとることが出来るところ。
中華に特化した調味料を製造しており、餃子の手作り講師という社内特有の資格があることに面白さを感じた。
薬食同源という企業理念のもと、企業の商品を通して人々の健康を保つことを第一の目的としているところがユニークに感じました。
話を伺うまでは、焼肉のタレの印象が強かったが、幅広い商品を取り扱っていると言った印象に大きく変化したといった点。
・総合職採用 ・中華皮、焼き肉のたれシェアNo.1 ・餃子に特化した社内資格がある

中華皮シェアナンバー１であるところ
業務内容が多くある

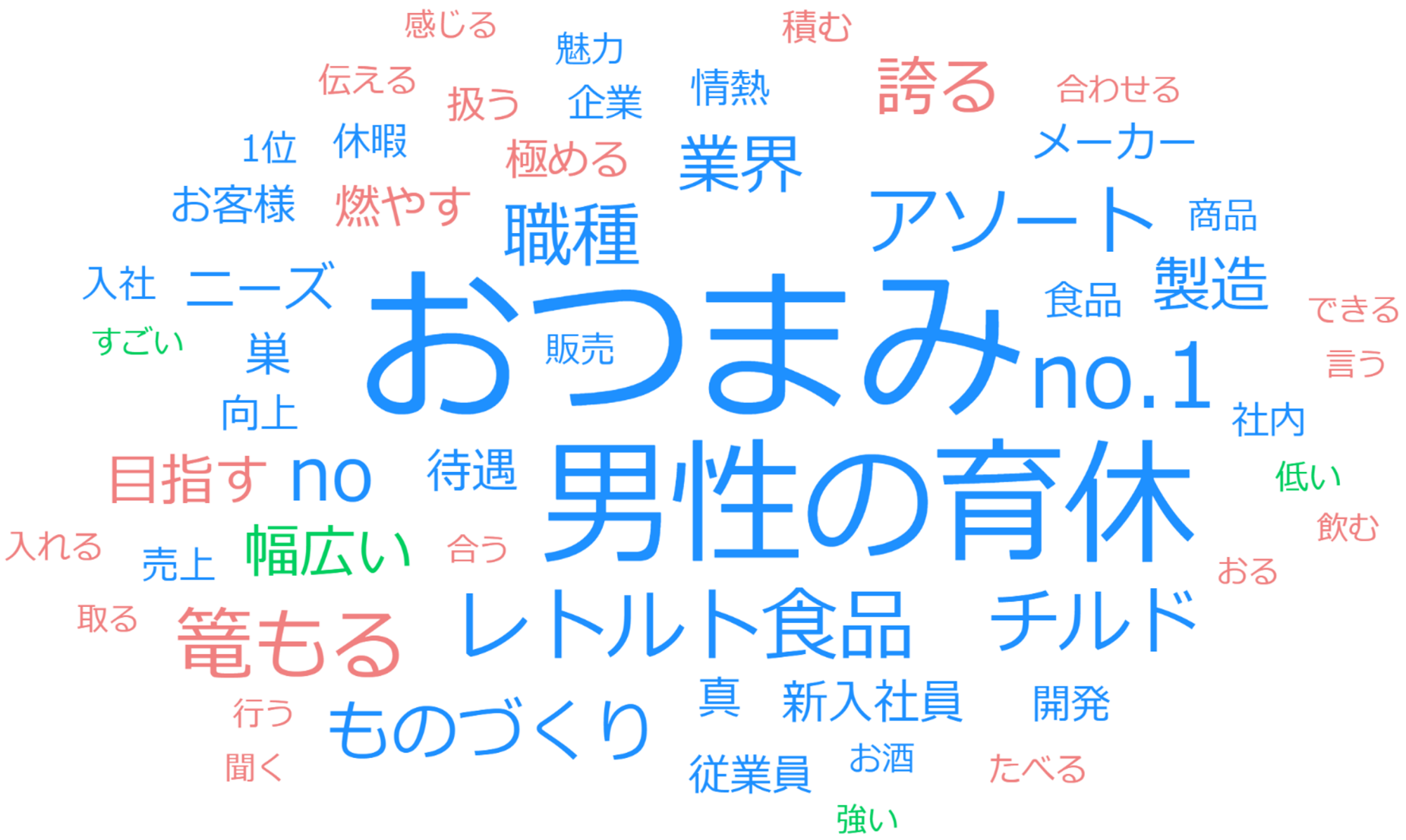
三菱食品の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）

三菱食品の「ユニーク」だと感じたところ

日本の「食」を支える
競合企業の中で、元となる企業はかなり古くからあるが、今の経営の形になったのは新しいため、新事業が多くあると感じた。
加食、低音、酒類、菓子と領域が幅広いところだと思います。
災害時の対策が万全なこと。
3温帯すべてを扱っている
中間流通業である企業で、需給調整に注力しているところです。
次世代に向けての活動がより明確なところ
日本の食を支える会社。中間流通業として加工食品、低温事業、酒類事業、菓子事業に関わっていること。
海外展開より国内での食品展開を行っていること。グループ全体で同じ理念を掲げ、近年メディアに多く出始めたSDGｓを意識したサスティナビリティを組み込んでいる。
3温度帯の流通が可能なところ
三菱グループということで、圧倒的な信頼感を得ている点。財閥系ではあるが、チャレンジ精神を求められている点。10年かけて人材を育成しているという点。
日本の食支えを基盤にされている。食品ロスの軽減に注力されている。
食品卸売業界の最大手でありながら、「日本の食を支える」という基幹が素敵だと思いました。
加工•低温食品に強い点。

日本の食を支える会社、ということを強くアピールしている。中間流通業として需要調整をしている。
卸の中で売上が1位である点 海外の商品が豊富な点
食品卸売り業ではあるが、海外の商品をメーカーとして日本へ売り出している。
中間流通の立場に置かれている御社は、メーカー側と小売店側からの情報を元に分析を行うことで、より良い商品を提案できる点、食のビジネスを通じて社会貢献を行うため、より良い社会環境を作っている点がユニークだと感じた。
卸の業界ではNo.1の売れ高を得ている。日本の食を支えている。
日本にいる日本人のための食を支える。
パーパスにＳＤＧsを取り入れている
中間流通業者としてメーカと小売業を結び需給調整を行う。全国ネットワークによって、有事の際にも安定した食料供給・物流支援ができる。サプライチェーン全体を巻き込み、効率化と持続可能なロジスティクスの取り組み。

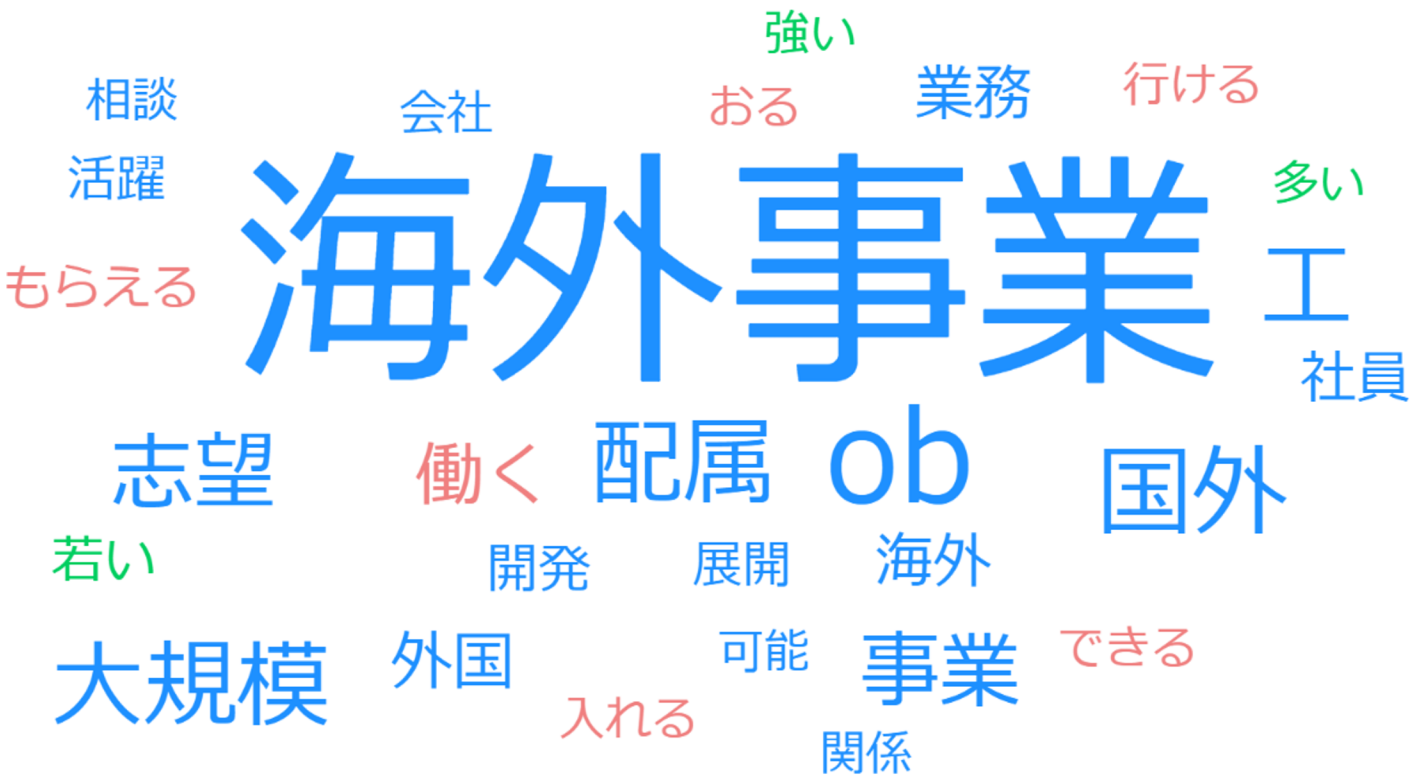
なとりの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



なとりの「ユニーク」だと感じたところ

休暇を取るハードルが低いところ
研修・教育にとても力を入れているところと、お客様のニーズや世の中の状況に合った商品の提案・開発をしているところ。
社会の動きに合わせて、販売商品にも力を入れているところ。
入社時の職種だけでなく、営業や製造などいくつかの職種を現場で体験できるので多くの経験を積むことができること。
おつまみのメーカーとして業界シェアNo1を誇っているところ
おつまみ業界と言う中々聞かない業界で、ものづくりへの情熱を燃やしている。
お酒と共にたべるため、巣篭もりに強い。男性の育休制度ある。
おつまみを中心にレトルト食品やアソート製品、チルド食品など幅広く扱っているところ。
おつまみの真のNo. 1企業を目指している。
おつまみの製造・販売を行っていて真のNo.1企業を目指していること。
おつまみを極めているところ
新入社員の向上にすごく力を入れており、社内の雰囲気がとても良さそうだなと感じた。すごく魅力的なメーカーだった。
売上で1位ではなく、従業員の待遇などで1位を目指している。
お客様におつまみを通して家でお酒を飲むことへの魅力を伝えられるようなおつまみを開発していること。

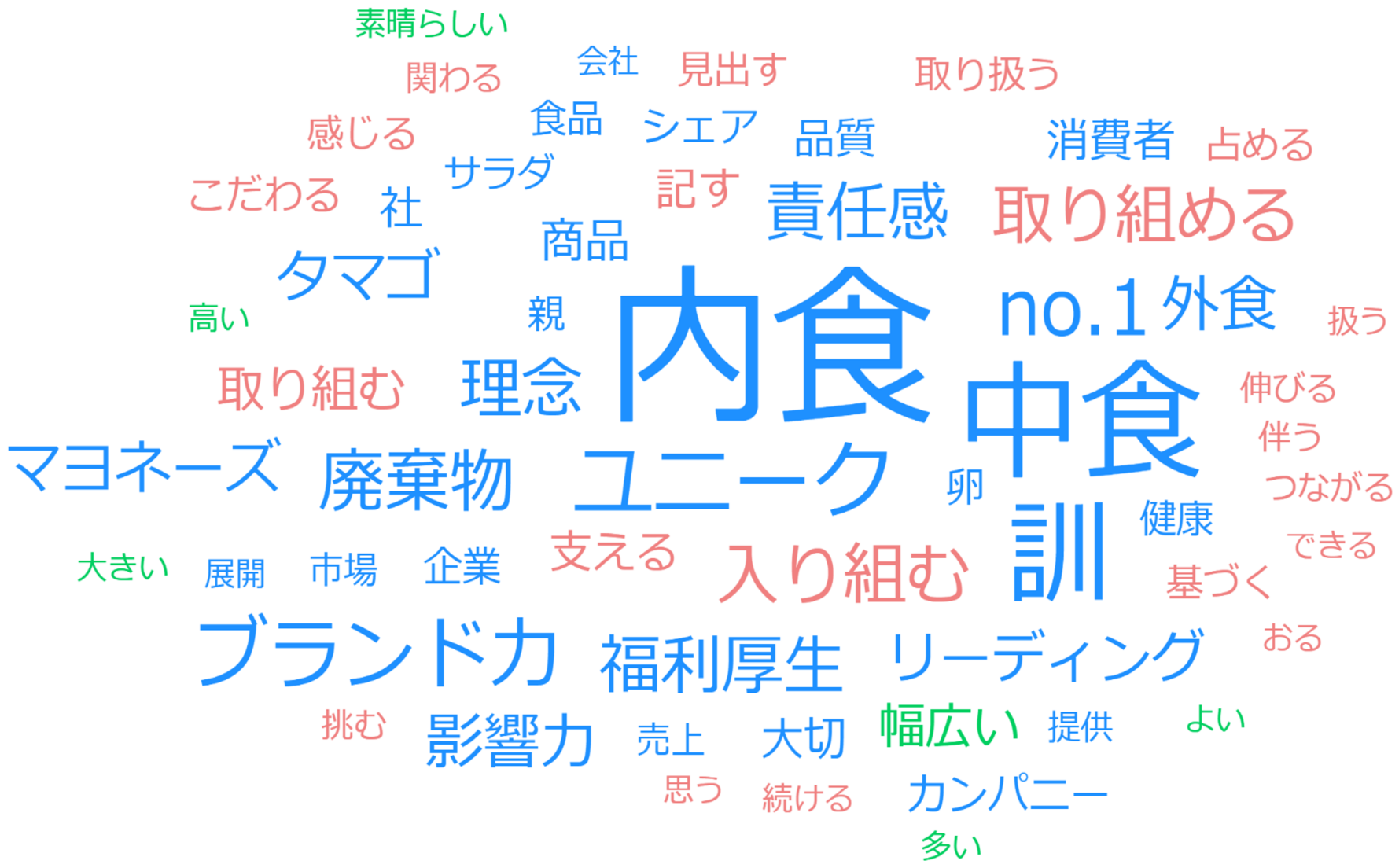
フジタの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



フジタの「ユニーク」だと感じたところ

国外で働きたいですと会社に相談したらちゃんと行けるところ
海外でも事業展開しており、外国で働くこともできるところ。 環工のOBの方が多くいらっしゃり、活躍しているところ。
志望する社員には若手のうちから海外事業へ配属させてもらえるところ。
業務関係
海外事業に力を入れているところ
海外に強いため、大規模な開発が可能なところ。

キユーピーの攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



キユーピーの「ユニーク」だと感じたところ

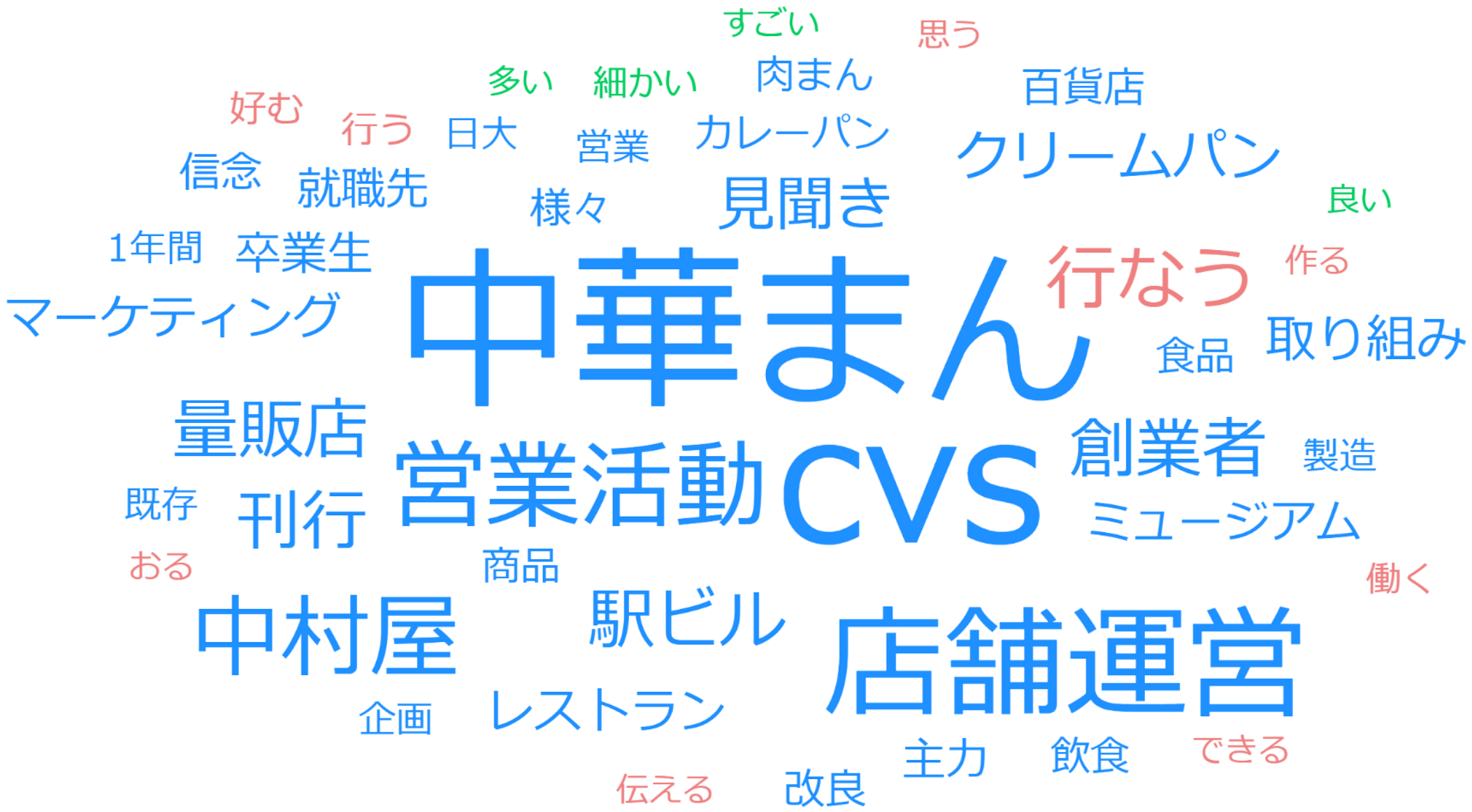
ユニークな社内理念、内、中、外食の幅広い展開
親を大切にしているところ。
ブランド力です。
扱っている商品がマヨネーズ等である為、消費者がマヨネーズを購入するとともにマヨネーズに合う野菜やサラダなども購入するため、商品を売ることが消費者の健康を支えられることにつながるという点だと思います。
内食、中食、外食の市場で商品展開、価値を提供する強みがある。利益を追求するのではなく、本当にそれが必要な物なのかを重視、丁寧に仕事をする
代表製品であるマヨネーズやサラダを展開しているところはもちろん、そこで出た廃棄物を積極的に循環利用しているところ
高いブランド力を守り続けるために奮闘しているところ。
内食、中食、外食、また介護食からベビーフードという幅広い販路
真面目な点、責任の大きさ
安心安全というところで、とてもこだわっているという印象を受けました。卵を一番多く使用している会社ということで、製品には使用しない卵の殻も再利用に回して食品廃棄というものの削減にもと入り組まれていることを知ることができました。
タマゴとサラダにこだわりをもっている。健康と品質にこだわっている。
食で人の健康に貢献できる企業であること
B to Cだけでなく、B to Bも売上の多くを占めていること

ナンバーワンを続ける政策、社風
福利厚生
内、中、外食すべての食シーンに価値を見出した商品を提供しているところ。
社訓に親を大切に、と記されていて人事の方も毎週連絡を取ると周りの人達への感謝や思いやりを感じた。
シェアNo.1だからこその責任や影響力を感じており、商品に対して安心安全に製造することが一番重要だと感じているところが特徴的だと感じた。
サラダとタマゴのリーディングカンパニー。
社訓の中に「親を大切にする」という項目があり、他の企業では見られない社訓だと思った。また、この社訓に基づき、社員だけでなく社員の親にも給与の情報の共有や福利厚生が付与が行われるところがユニークだと感じた。
家族を大切にすること。また海外の売上比率は12%であるため、伸びしろがある。
内食、中食、外食すべてに関わっており、これらにバランスよく卵商品を提供しているところがユニークに感じられました。
親を大切にするといった理念であったり、手当たり次第挑戦ではなく、一つ一つ確実に丁寧にといった雰囲気がとても素晴らしいなと感じました。
ブランド力の高さ
・トップシェア商品が多いからこそ、影響力と責任感を持って仕事に取り組める ・育休取得者の割合が非常に高い ・品質の徹底管理
No. 1の企業である点。
海外展開に伸びしろがある。親を大切に。No.1の影響力、責任感がある。
家族を大切にし、それに伴い福利厚生がかなり充実している会社だと思った。

キユーピーの「ユニーク」だと感じたところ

キャリアが自己申告できる。
この会社のユニークなところは、取り扱っている商品が健康を促進させることができるものであるところだと思います。
国内市場でマヨネーズ、ドレッシング、ジャムのシェア、国内鶏卵取扱量1位であり、市場に対する影響力と責任感がある。社訓に、親を大切にすることが入っている。
卵に特化した企業。卵アレルギーや宗教上食べれない人に向けた商品もある。
内食・中食・外食に関わっており、フードロスにも取り組んでいるところ。親を大切にするところ。
夫婦共働き増、少子高齢化、健康&美容、食品廃棄物、国内人口減少など様々なことを考え、取り組んでいること。
タマゴと野菜のリーディングカンパニーだからこそ、人々の暮らしを支えるだけでなく健康を支えられる点はキユーピー様ならではだと改めて感じました。夏のインターンシップに残念ながら参加する事が出来なかったので、本選考では再挑戦に挑みたいと心から思う有意義な時間でした。
業務だけではなく、これからの時代における働き方や求める人間像などを大切にしておられるところです。

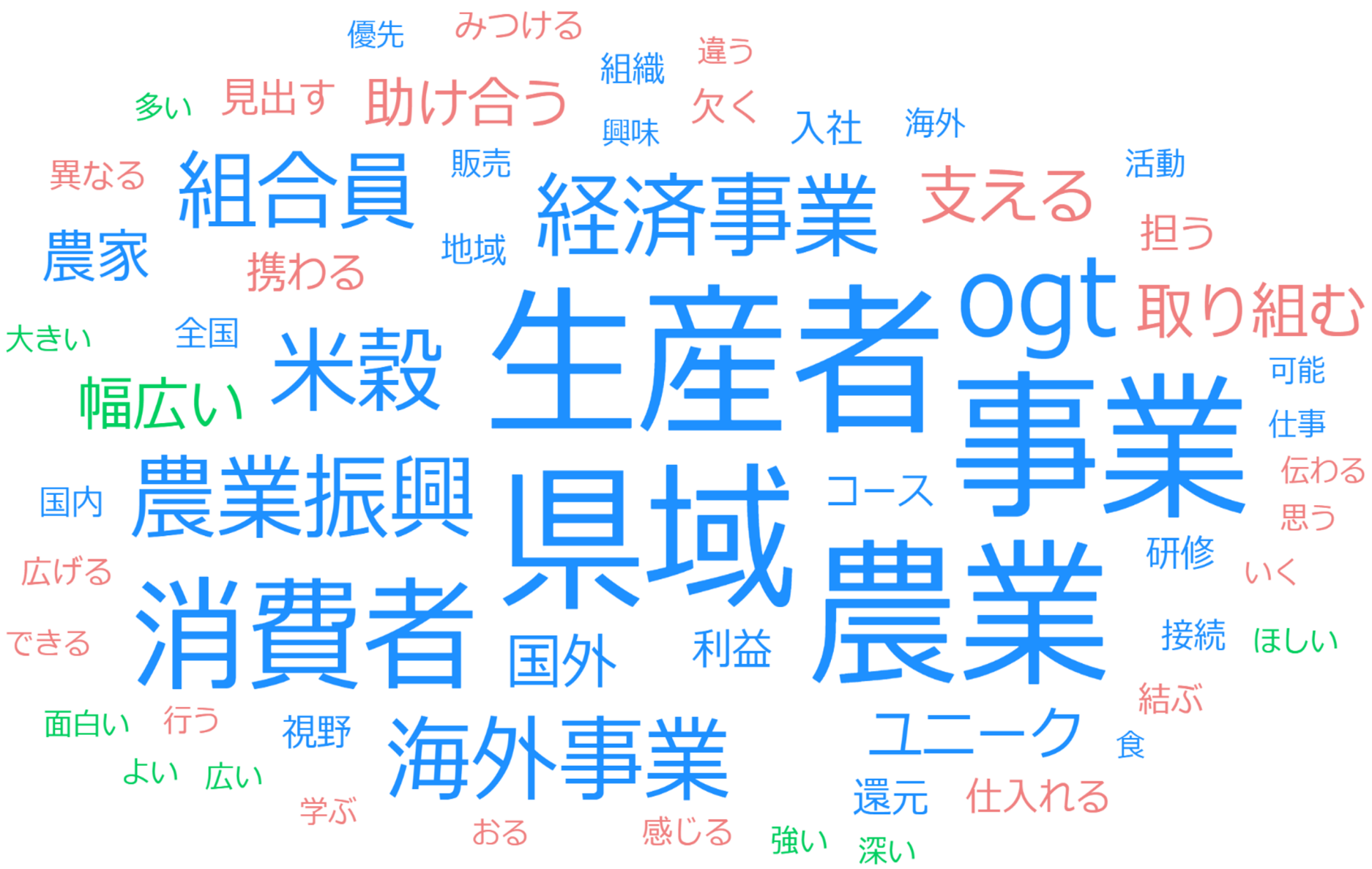
中村屋の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



中村屋の「ユニーク」だと感じたところ

肉まん
生物資源科学部の卒業生が一番多いところ。
レストラン等で働き、自分たちの製造する製品をどのような方に好まれているのか等を実際に自分で見聞きできること。
菓子、カレー、中華まんが主力商品
営業系の仕事としては量販店・CVS等に営業活動を行い、百貨店や駅ビル、空港、駅にて販売活動を行っている。また、飲食ではレストランや店舗運営、調理、サービスのご提供メニューや店舗の企画、開発を行い、マーケティングでは新商品の企画、既存品の改良、キャンペーンの企画などを行っている。
1年間様々な場所での職場実習があるところ
研修が一年間あるところ
営業の考え方
クリームパンやカレーパン、中華まんなどを日本で初めて作った。災害支援なども積極的に行なっている。創業者の信念を大切にしている。
様々な食品を作っているところであり、中村屋が始まりという商品が多いところだと思いました。
日大の生物資源科学部の先輩が実際に働いていて、どんな就職先かを細かく伝えておりすごく良いと思った。
中華まんミュージアムや刊行など、社会の取り組みが多い

JA全農の攻略キーワード（テキストマイニングデータ）



JA全農の「ユニーク」だと感じたところ

1つの事業に限らずに次々と事業を拡大して、よりよい国内外、地域農業を支えていこうというところを感じた。
米穀事業から生活関連事業、海外事業等といった幅広い事業を行っているところ。入社後、OGT研修というものがあり、仕事内容等しっかり理解する機会があるところ。
県域コースと全国コースにわかれているところや生産された作物をブランド化して消費者に販売する事業や技術や機械を生産者に販売する事業など農業分野において多くの事業が展開しているところ。
生産者と消費者の掛橋となるところ
主に農業の発展や企業利益ではなく消費者の利益を第一に考えるていること
JAという組織全体の圧倒的大きさを実感できた。 質問とは違う回答となるが、このセミナーだけ接続数が多いことからか自分のカメラがオンにできなかったり、途中でソフトが落ちたりしてしまった。もし可能であるのであれば接続数の制限やミラー配信などを行ってほしいと感じた。
入社して3ヶ月OGT研修 マンツーマンで仕事教えてくれる研修があることや、内定者の共通点として食の人の農業を支えたいという強い気持ちのある、やる気のある方が多いのだなと感じた。国内のみならず国外にも視野を広げていると学んだ。農業以外にも流通や国外への取り組み、畜産事業や研究活動など様々な仕事があるところが魅力的で面白いと思う。全農さまの応用編には参加したので、今後はそのユニークさをもっと深く調べ自分との接点をみつけたいと思います。
地域農業との直接的、密接的な関係
海外など広い視野で農業を支えている
経済事業で支えられており、商社・メーカーの役割を担っているところ

利益を優先するのではなく、生産者や消費者を優先しているところ
全国と県単位での業務があり、食に対して興味のある人が求められていること。
農家さんが出資することで互いを助け合う組合であったというところ
消費者、生産者共に違う視点からコミュニケーションを取ることが欠かせないところ。また、農業技術の進化にも柔軟に対応できるように、日々対策しているところ。
公務員と異なる点として、適正な利潤を上げて、組合員に還元するというところ。生産者と消費者を安心で結ぶ架け橋となっているところ。
全国コース 県域コース
農業に対して、希望的観測を見出して新しい時代らしさを感じる事業に取り組んでいること
国内の農業振興に携われる。
農家自身が組合員となって構成された組織であるため、地域に密着した企業活動が可能になっている。
仕入れて、販売して終わりではなく、得た利益を農家へ還元していくところ。
地域密着型から海外での活動と幅広い活動
日本国内から海外まであらゆる事業を行っており、日本の農業に大きく貢献しているという点がユニークだと感じた。
農業に強い興味関心がある会社であることが伝わった。