

ハイクラス転職で 市場価値を高める

キャリア戦略と職務経歴書の作り方



こんな方におすすめ

- ✓ リーダー・課長～部長候補として、
次のキャリアで役割や裁量を広げたい方
- ✓ 専門職・スペシャリストとしての
キャリアに不安を抱える方
- ✓ 転職を考えているものの、
自分が評価される領域が分からない方
- ✓ 職務経歴書を書くときに、
何を強みとして打ち出すべきか迷っている方



本資料は、ミドルハイクラス層の方が
次のキャリアを考える際のヒントとなるよう、
doda Xを通じたハイクラス転職支援の知見をもとにまとめたものです。

第一章では、自分の経験がどの市場で活かしやすいか、
転職活動の方向性を整理する方法を解説します。

第二章では、その方向性に向けて職務経歴書でどう伝えるかを
具体的に整理します。

この2つを押さえることで、転職活動初期でつまずきやすい、
「応募先の選び方」と「書類での伝え方」の両方を改善しやすくなります。
本資料が、その一助となれば幸いです。

Index

はじめに

[比較] 一般・メンバー層とハイクラス層の転職活動の違い	04
------------------------------------	----

第一章：転職活動の方向性

転職の軸となる「3つの要素」とは	07
【実例】職種と会社規模を固定して、業界を変えた30代後半Aさん(男性)	14

第二章：戦略的な職務経歴書の作り方

定めた方向性を書類に落とし込む	15
【実例】職務経歴書を工夫し、強みを正しく伝えた40代前半Bさん(男性)	22

巻末特典

ハイクラス転職 セルフチェックリスト	23
--------------------------	----

実践編

市場との接点を持ちながら、磨き込む	26
-------------------------	----

はじめに

[比較] 一般・メンバー層とハイクラス層の転職活動の違い

本資料では、ハイクラス層を一般層とエグゼクティブ層のあいだに位置する、管理職・中核人材・高度専門職（スペシャリスト）と定義しています。

ハイクラス層は、年齢・役職・大企業勤務の有無だけで決まるものではありません。

部門横断の経験やリーダー経験、専門職としての実績も重要な評価対象になります。

次ページでは、こうしたハイクラス層が中途採用市場でどう見られるかを一般層と比較しながら整理します。

エグゼクティブ層

経営層
幹部候補

ハイクラス層

管理職（部長・課長）
スペシャリスト

一般層

	一般・メンバー層	ハイクラス層
採用人数	複数名募集が多い	基本的に1名、または少数
募集背景	実務担当の増員、 将来の幹部候補の確保など	管理職やエキスパート職の欠員補充、 新規事業、組織再編など
入社後 期待値	定着しながら、 個人成果を出すこと	即戦力としての成果創出と 組織への貢献
選考ポイント	意欲、学習能力、ポータブルスキル	専門性、再現性、マネジメント力
提示年収	応募企業の給与テーブルに 準拠しやすい	給与テーブルに加え、 選考評価や期待役割に応じて 個別に検討されやすい



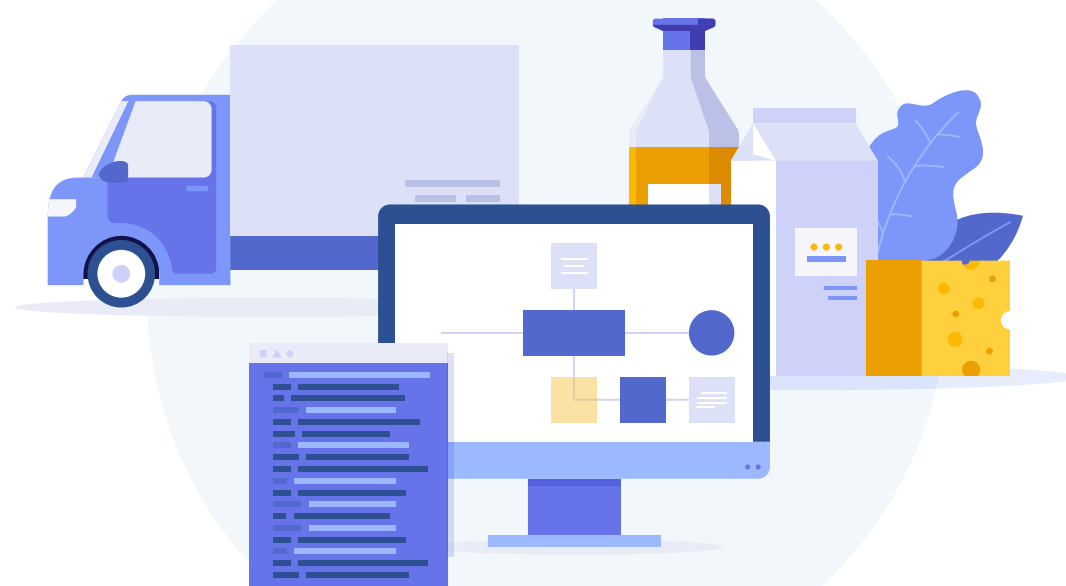
キャリアアドバイザーより

採用人数や募集背景からも分かるように、ハイクラス転職では、厳選採用になりやすい構造があります。そのため、書類選考の段階から、自分の経験を整理し、応募企業の課題解決とどう結びつけるかの「戦略」が必要になります。

第一章：転職活動の方向性

転職の軸となる「3つの要素」とは

01



業界

(ビジネスモデル)

02



会社規模

(事業フェーズ)

03



職種

(スキル・経験)

ハイクラス転職では、まず自分の経験や強みを整理することが重要です。その際に有効なのが、転職のマッチングで重視される「業界／会社規模／職種」の3要素を、それぞれ「ビジネスモデル／事業フェーズ／スキル・経験」という粒度まで整理する考え方です。

具体的には以下の流れで整理します。

- ① 自分の経験や強みを、
ビジネスモデル／事業フェーズ／スキル・経験で整理する
- ② 整理した内容をもとに、
残す要素(固定する要素)と変える要素(ずらす要素)を決める
- ③ その条件に合う求人を探す

本章では「転職の方向性」に該当する①・②について、次ページ以降解説していきます。

従来の業種分類ではなく、「事業の本質的な特徴＝ビジネスモデル」に着目することで、自分の経験を整理しやすくなります。

重要なのは、これまでの経験と応募先の企業にどのような共通点があるかを見ることです。

ビジネスモデルを深く見極める6項目

	確認すること	パターン例
1.顧客	誰に価値提供しているか	・法人向け ・個人向け
2.商材	何を提供しているか	・有形商材 ・無形商材
3.立ち位置	どの立場で事業に関わるのか	・事業会社 ・支援会社
4.収益モデル	どのように収益を上げているか	・売りきり型 ・サブスクリプション型
5.検討期間	購入までの期間はどれくらいか	・短期 ・中期
6.決裁者	利用者と購入者は同一か	・利用者と同一 ・利用者と異なる(親・役職者)



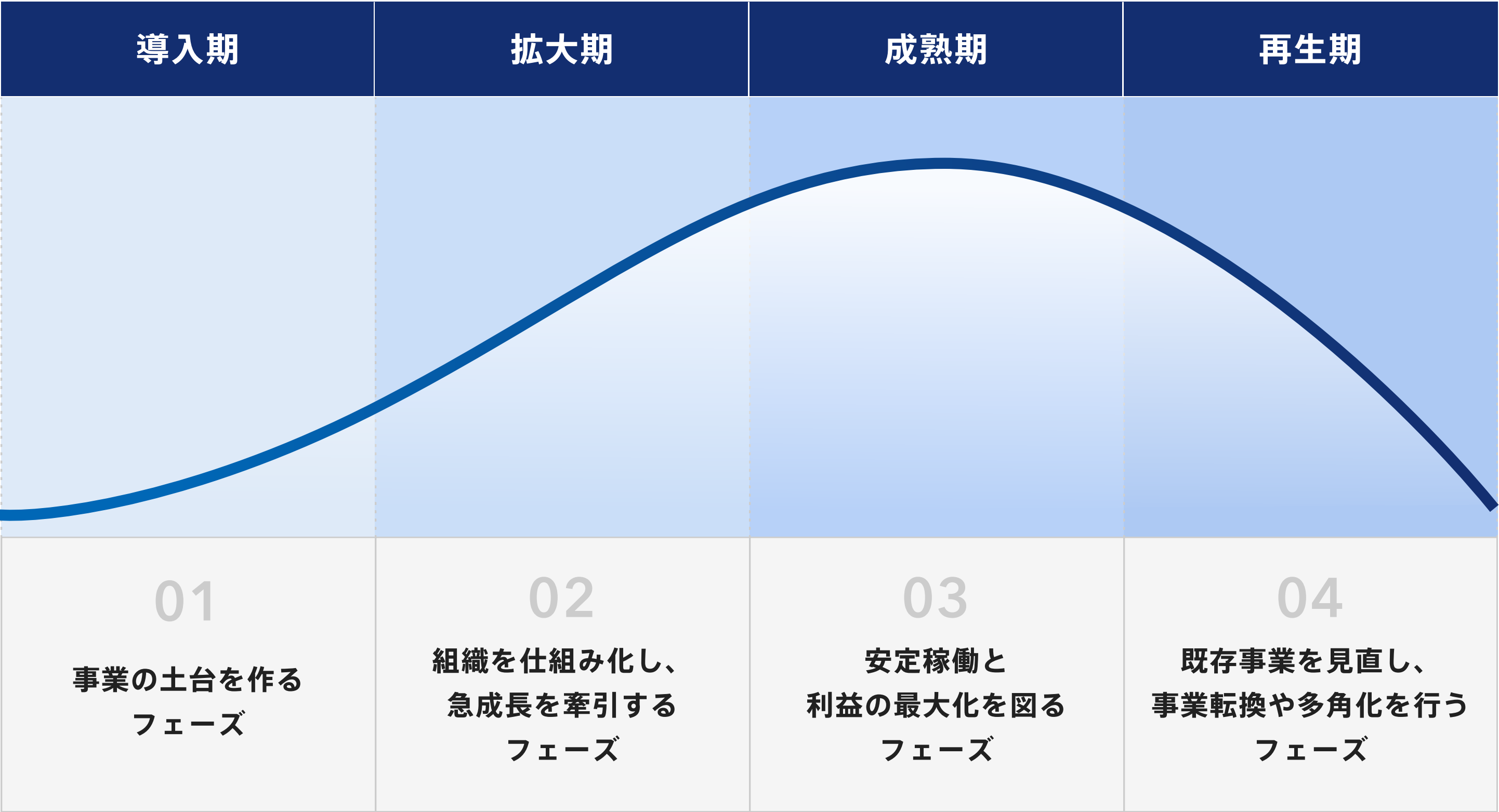
キャリアアドバイザーより

6項目のうち3項目以上が一致する業界は、親和性を見いだしやすい傾向があります。

例えば現職がSaas企業なら、「法人向け」「無形商材」「中長期の商談」が共通するM&A仲介やコンサルなどが候補になります。

事業フェーズとは、会社や事業がどの成長段階にあるかを示すものです。
導入期・拡大期・成熟期・再生期など、フェーズによって企業が求める役割や成果の出し方は大きく異なります。

事業の4つのフェーズ



キャリアアドバイザーより

例えば拡大期の営業課長候補に求められやすいのは、属人的な営業手法を仕組み化し、メンバー育成まで含めて再現性ある組織へ育てる力です。
自分が「整っていない環境を楽しむタイプ」なのか「整った環境で成果を出すタイプ」なのかを見極めることで、入社後のミスマッチも防ぎやすくなります。

職種名だけでは、自分がどのポジションで強みを発揮しやすいかは見えにくいものです。

そのため、職務を通じて蓄積された専門性や定型業務以外での対応経験まで含めて整理することが重要です。

テクニカルスキル



「法人営業」「Webマーケティング」「経営企画」「人事」などの職種単位ではなく、専門領域単位で捉え、より詳細なスキルとして整理します。

■専門領域単位

- ・エンタープライズ営業
- ・CRM
- ・IR
- ・採用マーケティング

ポータブルスキル

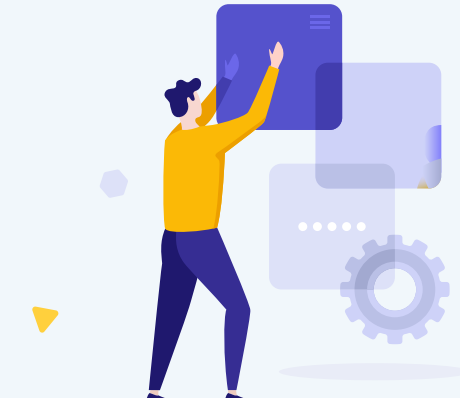


ポータブルスキルとは、「業界を越えて通用する持ち運び可能な力」です。面接時には必ず、ポータブルスキルと「そのスキルが発揮されたエピソード」も添えてアピールしましょう。

■ポータブルスキル例

- ・ロジカルシンキング
- ・部門間の合意形成力
- ・プロジェクトマネジメント

組織・事業を動かした経験



ハイクラス層に企業が期待するのは、より大きな責任や難易度の高い課題を担い、成果につなげてきた経験です。これまでの業務にそういった経験がないか棚卸ししてみましょう。

■経験例

- ・管理職としてのピープルマネジメント
- ・SFA/CRM導入
- ・新規事業立ち上げ
- ・事業再編

ハイクラス転職では、これら3つの要素をすべて変える必要はありません。重要なのは、**業界・会社規模・職種の3要素のうち、「どの要素を残し、どの要素を動かすか」**を定めることです。

変える要素によって、転職の難易度だけでなく、得られるメリットや選考で重視されるポイントも異なります。

次ページでは、代表的な4つの戦略パターンについて、「得られるメリット」と「乗り越えるべき点」を比較しながら整理していきます。

自分にとって無理のない選択肢はどれか、また一步広げるならどの要素を動かすべきかを考える際の参考にしてください。



戦略パターン	得られるメリット	乗り越えるべき点	難易度
すべて維持 ⚙️ 業界 : 維持 🏢 会社規模 : 維持 💼 職種 : 維持	即戦力性が最も高く、現職と同等の年収が提示されやすい。入社後の負担も少ない。	類似環境のため、業界構造による不安・不満がある場合は転職しても改善されない可能性も。	低
業界を変える ⚙️ 業界 : 変更 🏢 会社規模 : 維持 💼 職種 : 維持	「待遇を上げたい」「ワーク・ライフ・バランスの改善」などの転職理由が業界の構造によるものであれば懸念の払拭に直結しやすい。	書類選考や面接で「ビジネスモデルの共通項」や「ポータブルスキル」を納得感を持って説明できないと、未経験と見なされ通過率が下がる可能性も。	低～中
会社規模を変える ⚙️ 業界 : 維持 🏢 会社規模 : 変更 💼 職種 : 維持	マネジメント以上のポジションが新規に生まれやすい導入期・拡大期の企業へ転職することで、現状以上の役職や裁量を得られやすい。	大企業からベンチャー企業へ移る場合、業務範囲の広さや意思決定のスピード、限られたリソースの中で優先順位をつけて動けるかなどが見られやすい。	低～中
職種を変える ⚙️ 業界 : 維持 🏢 会社規模 : 維持 💼 職種 : 変更	営業から営業企画、採用人事から採用広報へ移るなど、隣接職種へスライドし、希少性を高めやすい。	キャッチアップすることが多く、企業から「活躍までに時間がかかる」と懸念されやすい。一時的な年収ダウンを受け入れる覚悟が必要なケースも。	中～高

※難易度は一般的な目安です。経験や応募先との親和性により変動します。



30代後半Aさん(男性)

- ・ 軸にした要素: 職種、会社規模
- ・ 動かした要素: 業界

	1 社目	2 社目	3 社目
業種	食品メーカー	航空会社	自動車メーカー
ビジネスモデル	事業会社 BtoC 有形(モノ消費)	事業会社 BtoC 無形(コト・体験消費)	事業会社 BtoC 有形(+体験)の複合商材
職種	営業5年 商品企画5年	ブランド マーケティング3年 CRM2年	ブランド マーケティング
会社規模	大手(成熟期)	大手(成熟期)	大手(成熟期)
年収	500~700万円	700~800万円	870万円

方向性のポイント

Aさんは「大手×マーケティング職」という、これまでの予算規模の大きい環境でのマーケティング経験を軸に転職活動を開始。
気になる企業が一見異業界であっても、「ビジネスモデル上の親和性はないか」を見極めながら応募を行いました。

内定先からの評価

1 「現場感」×「マーケティング」の掛け合わせ

1社目での卸売営業の経験を活かし、机上の空論で終わらない「営業現場の解像度が高い実践的なマーケター」として強調。
「ディーラー網の営業力」を重視する自動車メーカーのビジネスモデルの評価軸と見事に合致しました。

2 「有形商材」×「無形(体験)商材」の掛け合わせ

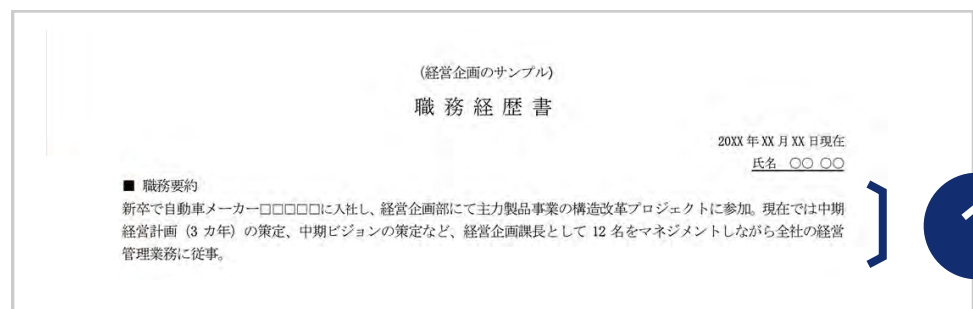
1社目の「モノを売る知見」と2社目の「体験を提供する知見」を融合し、自動車メーカーでの「車の売り場や展示場、レーシングイベントなどの体験型施設のブランディング」に活かせる強みとして直接的に訴求し、未経験業界ながら高い評価を得ました。

第二章：戦略的な職務経歴書の作り方

定めた方向性を書類に落とし込む

4 自己PR

採用側は、実績の大きさだけでなく、「どの役割を担い」「どの規模で」「どのように成果を出したか」を通じて、入社後に任せられる範囲を判断しています。



職務要約では、読み手が短時間で理解できるよう、冒頭数行で“何ができる人か”を伝えることが重要です。

ハイクラス層のレジュメで注意したいのは、過去の豊富な経歴を時系列で並べるだけになってしまうことです。

以下に事例のBefore／Afterをご紹介します。

△ Before

IT企業にて法人営業を8年経験。3年間はフィールドセールスとして連続で予算比120%を達成し、5名の営業チームのマネジメントも兼任しました。その後、販促部で7年キャンペーン企画等を担当。直近は営業企画部で2年、予実管理や会議資料作成を担当しています。

○ After

IT業界の**BtoB領域にて17年間、営業から企画まで一貫してビジネスサイドに携わってきました。**
現場での営業マネジメントと、全社視点での販促・営業企画の双方に強みがあります。営業マネジャーとしては、5名規模のチームを率い、**営業プロセスの標準化によって属人性を解消し、チーム全体で予算比110%を達成**しました。また営業企画では、**販促費の投資対効果を見直し、売り上げ規模を維持しながら粗利率改善に貢献**しました。

POINT

職務要約の冒頭では、整理した3要素（業界・規模・職種）を踏まえ、キャリアの軸や一貫した強みが伝わるように、「何ができる人か」を端的に示しましょう。

2行目以降では、成果の出し方や組織への貢献を補足し、入社後の再現性が伝わるように整理します。

■ 職務経歴			
19XX 年 XX 月～20XX 年 XX 月 株式会社○○○○○○○○○○			
事業内容	○○○○○○○○○○○○○○○○	売上高	XXX 億円
従業員数	XXX 人	工場	東京一都三県
正社員			
期間	19XX 年 XX 月～20XX 年 XX 月	所属・業務内容	経営企画部 経営企画課 / 課長 / 課長以下 12 名
【概要】	経営企画課課長として 12 名をマネジメントしながら、経営企画業務全般に担当。主担当として経営計画策定、IR、内部統制等を行う。加えて各種全社横断型プロジェクトのオーナーとして、構造改革プロジェクトを中心に推進。		
○経営企画全般業務	・中長期経営計画策定、事業計画策定、予算策定 ・総務管理（労務、給与・福利厚生・安全管理） ・M&A の戦略策定 フェーズイン/アウト、デューデリジェンス、条件交渉、クロージング ・新規事業の検討、立ち上げ ・組織体制の企画、人員異動・再配置 ・取締役会の運営		
【具体的な業務内容・プロジェクト】	■プロジェクト名：中期経営計画策定 ・担当：プロジェクトマネジャー ・概要：中長期経営計画の策定・策定後の推進・分析・評価。世界全体の産業動向や社内外環境と照合・分析しつつ、自社工場の生産計画・投資計画・経営計画を策定。その後、経営計画に基づく生産・人事・経費計画の策定と世界全体の供給計画・人員・投資計画を策定し、中期経営計画の形で社外に公表。		
■プロジェクト名：構造改革プロジェクト	・担当：プロジェクトマネジャー ・概要：主力製品事業において、再成長に向けた構造改革支援プロジェクトをメンバー4 人を指揮しながら、主に下記4 点を実行し、現在も継続中。 ①ビジネスモデル・デジタル化の推進 ②中期経営計画の策定 ③構造改革計画の策定 ④現場支援（経営管理プロセスの構築）		

経歴詳細では、以下のポイントを踏まえて、「いつ・どの部署で・どのような役割を担い、何を実現したか」を、

概要／主な業務内容／成果・実績の順で整理します。

また、異業界・異職種の方でも理解できるように、専門用語を多用しないよう注意しましょう。

記載順は逆時系列

複数社を経験している場合は、**原則として現在から過去の順で記載し、直近の実績を最も厚く示します**。ただし、応募先と親和性の高いビジネスモデルや事業フェーズでの経験が過去にある場合は、その部分に厚みを持たせても問題ありません。

規模や管掌範囲を具体的に記載する

「マネジメント（10人）」「予算管理（数億円規模）」など、責任範囲や影響範囲が分かる情報を添えることで、再現性と期待役割の大きさを示しやすくなります。

成果は定量的に示す

特にハイクラス層では、**売上だけでない事業への貢献が伝わるKPIも示すことが重要**です。

【事業貢献KPIの例】

粗利率の改善、販管費・コストの削減、業務工数の削減、従業員定着率の改善

POINT

■活かせる経験・知識・技術
・業務知識・経験：プロジェクトマネジメント力（※資格取得）、中間経理計画策定、事業分析、M&A 関連（併務 MO、法務 MO）、国内外の金融機関との取引・折衝、経営報告、業績モニタリング、取締役会運営、子会社経営管理、内部統制構築、IR 関連業務（法定開示、臨時開示、投資家・アナリスト対応）、提携・アライアンス、財務諸表作成、単体・連結決算（取りまとめ）
・語学力：英語（ビジネス会話レベル）、ドイツ語（初級会話レベル）
・使用可能ソフト： Word、Excel（ピボットテーブル、V-Lookup、マクロ関数）、Access（VBA 中級）

■資格
20XX 年 XX 月 MBA（〇〇〇〇〇〇大学）
20XX 年 XX 月 PMO スペシャリスト
20XX 年 XX 月 普通自動車免許
証券アナリストを勉強中（20 XX 年 XX 月取得予定）

3

このパートは、第一章で整理した職種にひもづく「経験・テクニカルスキル・ポータブルスキル」を応募先に伝わる切り口で整理する項目です。

求人票からの逆引き

気になる求人票を3～5つほどピックアップし、それぞれの必須要件・歓迎要件を参照しながら、自身が保有する経験やスキルを応募先と近い言い回しで記載すると、強みが伝わりやすくなります。

グルーピングでキャリアの一貫性を示す

複数社で類似する経験がある場合は、会社ごとに分けずにグルーピングして記載することで、専門性の一貫性や蓄積を示せます。

グルーピング例

例1:「紙媒体の編集 5年」+「WebのコンテンツSEO 2年」→「コンテンツ企画・制作経験 7年」

例2:「営業向けSFAの導入推進 4年」+「業務フロー再設計 3年」→「業務改善・BPR推進経験 7年」



■自己PR
＜社内外に対する豊富な経験力＞
中期経営計画策定や組織改革プロジェクト事務局を通じて、社内外の関係者との折衝および調整が多くあり、客観的な根拠を持ち論理的なコミュニケーションを取ること、相手の立場を理解する姿勢の重要性を学び、心掛けてまいりました。経営企画に従事したことや、在籍中にもMBAによる経営者の発見があったことで、数多くの経営者の考えを学ぶことができました。その結果、経営陣の意思を現場へ承継することや経営の意思決定を支えるコミュニケーションにおいて重要なのは、合理性と信頼関係であると強く考えるようになりました。また、それを実行するためにも資料作成能力を向上することを常に心掛けております。

4

自己PRは、応募先企業に対して、自分の経験がどのように事業貢献につながるかを論理的に示すセクションです。「S:状況」や「T:課題」などの前段を論理的に伝えることで、課題発見能力などのポータブルスキルが異業界の応募先にも伝わりやすくなります。応募先の事業フェーズやビジネスモデルに近い状況下でのエピソードを以下の「STAR(S)構文」に沿って2つ以上用意しておく有効です。

STAR(S)構文

S

Situation:状況

当時の組織のフェーズやビジネスモデルなどの状況を明確にする。

T

Task:課題

その状況下での、ミッションやボトルネックとなっていた課題を記載する。

A

Action:行動

自身が主体的に取り組んだアクションを記載する。「他部署の巻き込み」や「周囲との合意形成」など、一人では完結しないプロセスもあれば追記する。

R

Result:結果

このアクションに伴う、定量的な成果やインパクトを記載する。

S

Self-Appraisal:振り返り

この経験から得た教訓や、今後どう活かすかをまとめる。



キャリアアドバイザーより

注意したいのは、STAR(S)構文の「A:行動」と「R:結果」だけにとどまってしまう自己PRです。その場合、読み手が同業界同職種でない限り、前提や背景が正しく伝わらない可能性があります。

また自己PR欄に記載したエピソードは、面接で深掘りされやすい項目です。職務経歴書で書ききれなかった内容も、面接までにSTAR(S)構文で整理しておく、具体的に伝えやすくなります。

次章では、STAR(S)構文で整理した実例を紹介します。

タイトル	全社横断プロジェクトにおける合意形成と推進力
S:状況	現職では、事業が成熟期を迎え、既存システムの複雑化や運用コストの増大が課題となる中、クラウド基盤への全面移行が決定されました。経営層からは3カ月以内に主要システムを移行する短期目標が提示された一方、現場からは品質リスクや業務負荷増加への懸念が挙がっていました。
T:課題	そのため、経営層が求めるスピード感と、現場メンバーの負担軽減・品質確保を両立させることが課題でした。
A:行動	まず経営層に背景を確認し、コスト削減やセキュリティ強化という目的を整理しました。その上でメンバーへ説明会を実施し、「年間2,000万円のコスト削減」などの具体的な効果を示して方針の必要性を共有しました。現場から懸念点を吸い上げる場も週次で設定し、テスト工程の自動化などを提案した結果、段階的な移行プランを策定することができました。
R:結果	メンバーの納得感を得ながら移行を進め、初期目標を2週間前倒しで達成。またコスト面でも想定どおり、年間2,000万円削減の見通しが立ちました。
S:振り返り	経営層と現場の調整においては、一方的な通達ではなく、背景の共有と数字を用いた透明性のあるコミュニケーションが重要だと再認識しました。貴社においてもこの姿勢を持ち、組織全体の納得感を引き出しながら事業を力強く推進したいと考えております。

実際の転職では、1つの要素だけでなく、
複数の要素を組み合わせで動かすBさんのようなケースもあります。



40代前半Bさん(男性)

- 軸にした要素: 職種
- 動かした要素: 業界、会社規模

	1 社目	2・3 社目	4 社目
業種	M & A	通信インフラ・エネルギー	金融
ビジネスモデル	事業会社 BtoB 無形(仲介)	事業会社 BtoC 無形	事業会社 BtoC/BtoB 無形
職種	営業	新規事業開発	新規事業開発責任者
会社規模	ベンチャー(導入期)	大手(成熟～再生期)	大手子会社(拡大期)
年収	500～700万円	800～1000万円	1200万円

方向性のポイント

Bさんは、職種を固定し、業界や会社の規模感を変えながら転職活動を開始。変更要素が2つ以上になる場合、書類通過率が下がることも念頭に入れ、応募時には以下の2点を意識しました。最終的には、今回の内定先からは応募ポジションよりレイヤーが1つ上の「責任者」ポジションが提示されました。

書類選考でのポイント

1 ビジネスモデルの共通項を「職務要約で伝えるように工夫」

職務要約では、固定化した2社分の新規事業開発の経験を1行目で強調。加えて、過去の「規制が厳しい無形サービスに関わってきた経験」を2行目以降に記載していきました。これにより、一見異なる金融業界であっても、「ビジネスの自由度が制限される環境下での経験がある」とビジネスモデル上の親和性を高く評価されました。

2 応募先の事業フェーズに合わせた「自己PRの出し分け」

経歴の幅広さによる「伝わりにくさ」を防ぐため、事業フェーズ別に「導入期寄り」と「成熟期寄り」の2種類の自己PRを用意。導入期ではスピーディーにアジャイル型でPDCAを回した経験、成熟期では予算規模の大きいプロジェクトを多様なステークホルダーを巻き込みながら推進した経験を強調。これらをSTAR(S)構文でそれぞれ整理していきました。

巻末特典

ハイクラス転職 セルフチェックリスト

第1段階 キャリアの棚卸しと方向性

- ☐ 自身のこれまでの在籍企業の「業界」を「ビジネスモデル」で分解できているか。
- ☐ 自身が最も成果を出しやすい「事業フェーズ(導入期、拡大期、成熟期、再生期)」を整理できているか。
- ☐ 「コミュニケーション力」などの抽象表現ではなく、部門間調整・仕組み化などの実務スキルに言い換えられているか。
- ☐ 定常業務だけでなく、非定型の課題に対応した経験を抽出できているか。
- ☐ 応募先企業に対して、自分の「変えない要素」と「変える要素」を明確に設定できているか。

第2段階 職務要約(サマリー)の最適化

- ☐ 採用担当者に「最初の1分」で、「何ができる人か」が伝わるか。
- ☐ 過去経験の時系列の羅列になっていないか。
- ☐ 個人実績だけでなく、役割や責任範囲、組織への貢献まで書けているか。
- ☐ 応募先企業が求めている役割(即戦力性)と、職務要約で強調している強みが合致しているか。

第3段階 経歴詳細・活かせる経験

- ☐ 求人票の必須要件・歓迎要件から、企業が求める役割を読み取れているか。
- ☐ 応募先に合わせて、表現や強調ポイントを調整できているか。
- ☐ 売り上げだけでなく、利益率、工数、リードタイム、定着率などのKPIも示せているか。
- ☐ マネジメント人数や予算規模など、責任範囲(スケール)を具体的な数値で示しているか。
- ☐ 「PL管理」「業務BPR」「組織開発」など、組織・事業貢献を示す経験を意識して組み込めているか。
- ☐ 応募先と関係の薄い経験は、情報量に濃淡をつけて整理できているか。

第4段階 自己PRと面接準備

- ☐ 抽象的な人柄アピールではなく、事実・行動ベースで構成できているか。
- ☐ エピソードが「S(状況)→T(課題)→A(行動)→R(結果)→S(振り返り)」の構文で整理されているか。
- ☐ 個人の力だけでなく「他部署をどう巻き込んだか」「経営層と現場の対立をどう調整したか」など、組織を動かしたプロセスが記載されているか。
- ☐ 面接で「なぜその行動をとったのか?」「別の選択肢はなかったか?」と深掘りされても答えられる、解像度の高いエピソードを選んでいるか。

まずは、整理した内容を市場で確かめる

本資料では、転職活動の大枠となる方向性の定め方と、職務経歴書の整理・見せ方について解説してきました。

ただし、方向性や書類は完璧に準備してから動き出すのではなく、実際に応募やスカウト受信を通じて反応を見ながら、少しずつ精度を高めていきましょう。思ったような反応が得られない場合は、方向性や伝え方を見直す余地があります。

必要に応じて、プロを壁打ち相手として活用する

具体的な求人の探し方や、自分に合う選択肢の見極めに迷う場合は、ヘッドハンターや転職エージェントに相談し、客観的なフィードバックを得るのも有効です。自分では気づきにくい可能性や懸念点が見えることで、戦略の精度を高めやすくなります。



キャリアアドバイザーより

整理した内容は、実際の求人やスカウト、プロの視点で見直すことで、より実践的に磨き込めます。
まずは、あなたの経験がどのように評価されるかを確かめてみませんか？

doda Xでスカウトを受け取る

無料

doda Xの利用で、 あなたのキャリアの可能性を広げてみませんか？

doda X(デューダエックス)は、総合転職サービスdodaが始めた
年収600万円以上のハイクラス転職サービスです。
「いつかは転職をしたい」という人も、「近いうちに転職をしたい」という人も。

年収800万～2000万のハイクラス非公開求人が多数



専門知識を持った ヘッドハンターが転職サポート

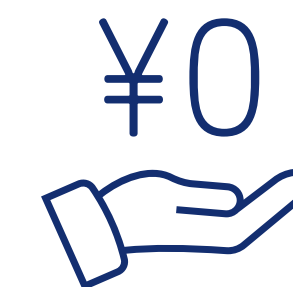
転職市場や業界・企業への知見が豊富なヘッドハンターが約7,600人在籍※。転職ノウハウの提供で、忙しいハイクラス人材を支援します。

※2025年12月時点



大手・優良企業の スカウトが届く

希少なハイクラス求人のスカウトが届きます。自分では気づけなかった魅力的な求人との出会いがあるかもしれません。



面談も求人応募もスカウトも すべて完全無料

会員登録はもちろん、スカウト受信やキャリアアドバイザー・ヘッドハンターとの面談、求人応募など転職が決まるまでのすべてのサービスが無料です。

登録してスカウトを受け取る

無料

doda X