

はじめに

就活ランキングを埋めつくす「コンサル」

野村総合研究所

ボストン コンサルティング グループ

アクセントチュア

KPMG コンサルティング

デロイト トーマツ コンサルティング

三菱商事

マッキンゼー・アンド・カンパニー

アビーム コンサルティング

PwCコンサルティング

資生堂

この10個の企業名の並びが何を意味するものかわかりだろうか。これは新卒採用向け求人サイトのワンキャリア（複数ある同種サイトの中でも現在主流になっているサイトの一つである）が公開している就活人気企業ランキング（2026年卒）の「東大・京大ランキングTOP30」のうち、上位10社を抜粋したものである。^{*†}

総合商社の三菱商事とメーカーの資生堂をのぞいた実に8社が、コンサルティング業界に属する企業である。クライアントの経営課題や事業課題を解決べくコンサルタントをチームで派遣し、その対価として決して安くはない報酬を企業から得るこれらの企業は、一般に「コンサルティングファーム」と呼ばれる。

商品を作って売るわけでもなければお金を貸すわけでもない、もしくは華やかなマスコミの世界と触れられるわけでもない仕事だが、東大・京大といった日本のトップ高学歴層の就職希望業界として圧倒的な人気になっている。これは決してワンキャリアという特定サイトだけの傾向ではない。お手元のスマホで関連するランキングを検索いただければ、この状況が現実のも

のとして起こっていることを確認できるだろう。

かつては東大生の就職先として官僚が挙げられることが多かったが、東大卒の国家公務員試験の合格者は2014年度の438人から2024年度の189人と半分以上に減少した（『東大から霞が関のエリートコース』は過去に 東大生の官僚離れ進む』AERA dot、2024年10月12日）。東大生のキャリアの新たなメインストリームとして、コンサル業界の存在感が急拡大している。

「最近の傾向として、とりあえずコンサルティング業界を目指そうという学生が非常に増えていて、『とりコン（とりあえずコンサル業界に就職）』という言葉も一般的になっています」

（『とりあえずコンサル業界に』就活市場で人気化が止まらない1つの納得理由』ダイヤモンド・オンライン、2024年5月31日より、『問題解決力を高める 外資系コンサルの入社試験』著者のひとりであるRIOのインタビューから抜粋）

偏差値の高い層に選ばれる職業には、いくつかの共通項がある。給与が高い。業務内容がダ

イナミックで社会への影響力がある。周囲から羨望の眼差しまなざしを向けられる。こういった基準での評価を通じて、その時代の人気業界が決まる。その最新トレンドがコンサル業界であり、だからこそ深い理由がなくてもそこへのエントリーを考える「とりコン」現象が発生する。

そしてこの人気は、新卒採用にとどまらない。リクルート「2023年度 転職市場の動向」によると、ここ10年ほどでコンサル業界への転職者数は約3・5倍となった*2（2013年度の転職者数を1としたときに、2022年度が3・54）。これは他業種の伸びと比較しても高い水準だ。「とりコン」が中途採用にも波及しているとも言えそうである。

数多あまたある業界の中で、コンサル業界に人気が集中する。この状況は我々に何を示唆しているのだろうか。本書は、令和の日本の人気職種である「コンサル」に着目しながら、その人気の背景にある仕事や働き方にまつわる社会全体の価値観および諸問題を炙り出あぶしていく。

成長したがるビジネスパーソンの裏側

「とりコン」について掘り下げるにあたって、あるキーワードに注目したい。それが「成長」である。

結論を端的に述べると、「コンサルファームに行けば成長できる」という言説が昨今のコン

サル人気を支える要素の一つとなっている。たとえば、東大新聞とNewsPicksが東大生約300人を対象に行った調査によると、コンサル志望の東大生はそうでない層に比べて「自分の成長が期待できること」を企業選びのポイントとして挙げる人の割合が30ポイント近く高い（『イマドキ東大生のキャリア観』② 東大生はなぜコンサルへ?」東大新聞オンライン、2021年5月21日）。また、コンサル業界も入社してくる人たちの成長を後押しする体制を整えている。

「（社内でメンバーと上司がそれぞれフィードバックをし合うマッキンゼーの文化について）フィードバックって、要はダメ出し。常にフィードバックし合うのが当たり前。なんでやるかというと、それをやった方が成長するからですね。成長しないと生き残れないから。（コンサルファームには）人と知見しかない、つまりは人が商品。その商品の製造プロセスとして、一番重要な材料がフィードバックです」

（「5倍働け！世界No.1コンサルの出世できる仕事術【マッキンゼー】」NewsPicks YouTubeチャンネル、2023年4月8日より、マッキンゼーに在籍経験のあるランサーズ取締役・曽根秀晶の発言を抜粋）

「コンサル」と「成長」は切っても切り離せない関係にある。そして、この「成長」という考え方は、コンサル業界のみならず、多くのビジネスパーソンにとっての重要なテーマとなっている。

くるま はい、みんな聞いて！ 筋トレ！ サウナ！ 成長！

ケムリ めっちゃベンチャーじゃん……

これは2024年のM-1グランプリ3回戦にて、この年に2連覇を果たした令和ロマンが披露したネタの冒頭のくだりである。「2027年にお笑い芸人が法律で禁止される」という突飛な設定の下、就職のために架空の企業を訪れたツツコミの松井ケムリに対して、ボケの高比良くるま扮する社長が出会い頭にこんなセリフを発する。

ここで指摘したいのは、「筋トレ」「サウナ」という何を指しているか明確にイメージできる単語と、「成長」という抽象的な言葉が並列になっていることだ。このネタでは「社員の90%以上が義務教育終わってない」「子供じゃないですか（笑）。身体からだの成長ですよそれ」というやり取りがあるが、くるまの連呼する「成長」は背が伸びるといった類いの意味を示さないこと

をオーディエンスが理解しているからこそ、このボケは成立する。

お笑いの最前線にいる漫才師が、気合の入ったビジネスパーソンの特徴をデフォルメするにあたって取り上げた「成長」。このチョイスに、彼らの時代に対する批評眼が表れている。今の時代の、特にホワイトカラーの仕事について考えるうえで、成長というものの向き合い方は外せないテーマである。

筆者の原著『ファスト教養 10分で答えが欲しい人たち』には、執筆時に出会った2人のビジネスパーソンへのインタビューおよび参加した読書会での体験をまとめた章に、このような記述がある。

絶えずSNSなどで周囲との比較を強いられて、なおかつ社会の中で生き残るために「うまくやる」ことが求められた結果として、終わりのなき成長に駆り立てられる……という時代精神

サバイバルのために周りよりも先になりたい。そのためには仕事に役立つ情報を短時間で吸収したい。そんな世の中の空気に応えるプロダクトが、ビジネスに役に立つかという切り口から

食べやすい形に情報が編集された「ファスト教養」であり、ビジネスパーソンは未来の「成長」を信じて焦燥感とともにそれらのコンテンツを摂取している。

「成長を信じる」くらいであればよいかもしれない。今の時代のビジネスパーソンは、「成長を〴〵強いられている」とすら言える。「終身雇用の時代は終わった」というムードにさらされながら、日常生活のあらゆる場面で自己啓発コンテンツに包囲され、SNSを通じて常に他者との比較に接続される。そのような状況において、何かをしなければならぬという圧迫感から逃れるのは決して簡単ではない。

そんな圧迫感と常にとり合わせだからこそ、その成長というものが何なのかじっくり考える機会に多くのビジネスパーソンは恵まれない。なぜ成長したいのか、どうなったら成長なのか、正直よくわからない。それでも「成長する」のが悪いことは誰も思わないので、特に前提も問い直さないし、何となく流布している世の中の基準で成長の進み具合を測ってしまう。

「成長したい」と常套句じょうとうくのように言う人たちは、実は何かに乗せられて成長〴〵させられているのではないか。成長を追い立てる何かが、今の時代の根底に横たわっているのではないか。本書の議論は、そんな問題意識を起点に進んでいく。

本書の構成

成長を強いられるビジネスパーソンが、成長をキーワードにコンサル業界を目指す。「成長」と「コンサル」を結びつけながら考えることで、今の時代に働くことの難しさや大変さをよりクリアにできるのではないか。そこから見えてくるものは、我々の働き方を考え直すきっかけとして機能するのではないか。本書はそんな見立てのもとに書かれたものである。

2020年代のコンサル業界は、人気の職場となり得る要素を高い水準で満たしており、ここにスキル面での成長という魅力が加わっている。この業界で力をつければ将来安泰といった考え方が広まっていて、それによって新卒の大学生のみならず転職を目指すビジネスパーソンにも選ばれる職業となっている。キャリアの終着点というよりは、その先の選択肢を広げるための通過点としてコンサル業界は人気を博しているとも言える。

終身雇用は終わったと喧伝けんでんされる時代の「将来安泰」。コンサル業界の人気を支えるのは、この会社に入れば最後まで居場所があることへの期待ではなく、この会社に入ればいずれどこへでも行けることへの期待である。ここで述べた期待の質の違いに、ビジネスパーソンにまわりつく成長への焦りの正体を解き明かすカギがある。

自分のキャリアを安心して積み重ねていくためには、自ら成長しないといけない。その考え

方はどのように一般化していったのか。そして、その背景には何があるのか。

このような問いについて、本書は以下の構成で多面的に検証していく。

第一章では現代のビジネスパーソンが思わず成長を目指してしまう状況について、転職、リスキリング、年収とポータブルスキルといったテーマを通して説明しつつ、「安定したい、だから成長したい」という心の動きについて解説する。第二章ではそんな考え方が浸透するに至ったここまでの時代の流れについて、ゼロ年代に話題を呼んだ書籍やサッカー選手による自己啓発本などに着目しながら明らかにする。キーワードは「成長に囚^{とら}われる!!」と「強制された自発性」である。

成長を取り巻く背景を踏まえたうえで、第三章では前述の通り近年盛り上がりを見せるコンサル業界について詳しく取り上げる。成長できる場所として、もしくは業界外のビジネスパーソンにも模範的な仕事のあり方を提示する場所として、この業界がいかに支持を集めているかについてまとめる。さらに、第四章では現役のコンサルタントへのインタビューを行い、スキルの獲得とキャリア形成がいかに接続されるかの実例を示す。

第五章では、ビジネスパーソンの成長について検討するうえでの補助線になり得るポップカルチャーに目を向ける。今の時代の仕事のあり方と密接な関係があるタワマン文学や、先ほど

ネタを紹介した令和ロマンなどを題材に、現代の仕事をめぐる言説と文化のつながりについて考える。

第六章では誰もが成長を目指す時代だからこそ生じる副作用として、働き方改革によって生まれた「ゆるい職場」への反動が起こる兆しなどについて整理する。そのうえで、最終章となる第七章では、今の時代における成長とのヘルシーな向き合い方について提案する。

筆者は会社員として成長を求められる環境に長年身を置きながら、会社の外では批評家として音楽を中心としたポップカルチャーにまつわる文章や『ファスト教養』のような社会時評を発表している。本書の趣旨に引きつけると、ビジネスパーソンにとっての成長と片足では向き合いつつ、片足ではどこかその現象を冷めた目で見ている立場である。それゆえ、成長に振り回される人々を揶揄^{やゆ}したり嘆いたりするのではなく、そうやってしまう構造に目を向けながら、そんな中で我々は何をすればよいかを考える筆致を心がけた。本書を通じて、今の社会に対する見通しが少しでも良くなれば幸いである。

それではここから本論に入るが、次のページに進む前にまずは一度考えていただきたい。

あなたにとって、成長とは何ですか？