

未経験・異業種から目指す 広告代理店転職 自己分析ワークブック

広告業界の職種を知り、今の経験で狙える職種・
企業タイプ・選考で伝える強みを整理する

CONTENTS

この資料で整理できること

- 01 未経験の入口になる職種
- 02 今の経験で活かせる強み
- 03 求人選び・選考で伝えるポイント

FOR BEGINNERS

WORKBOOK

CAREER MAP

AD CAREER

SELF-ORGANIZE

未経験可の求人はあるけど、 「自分にできるのか」までは分からない

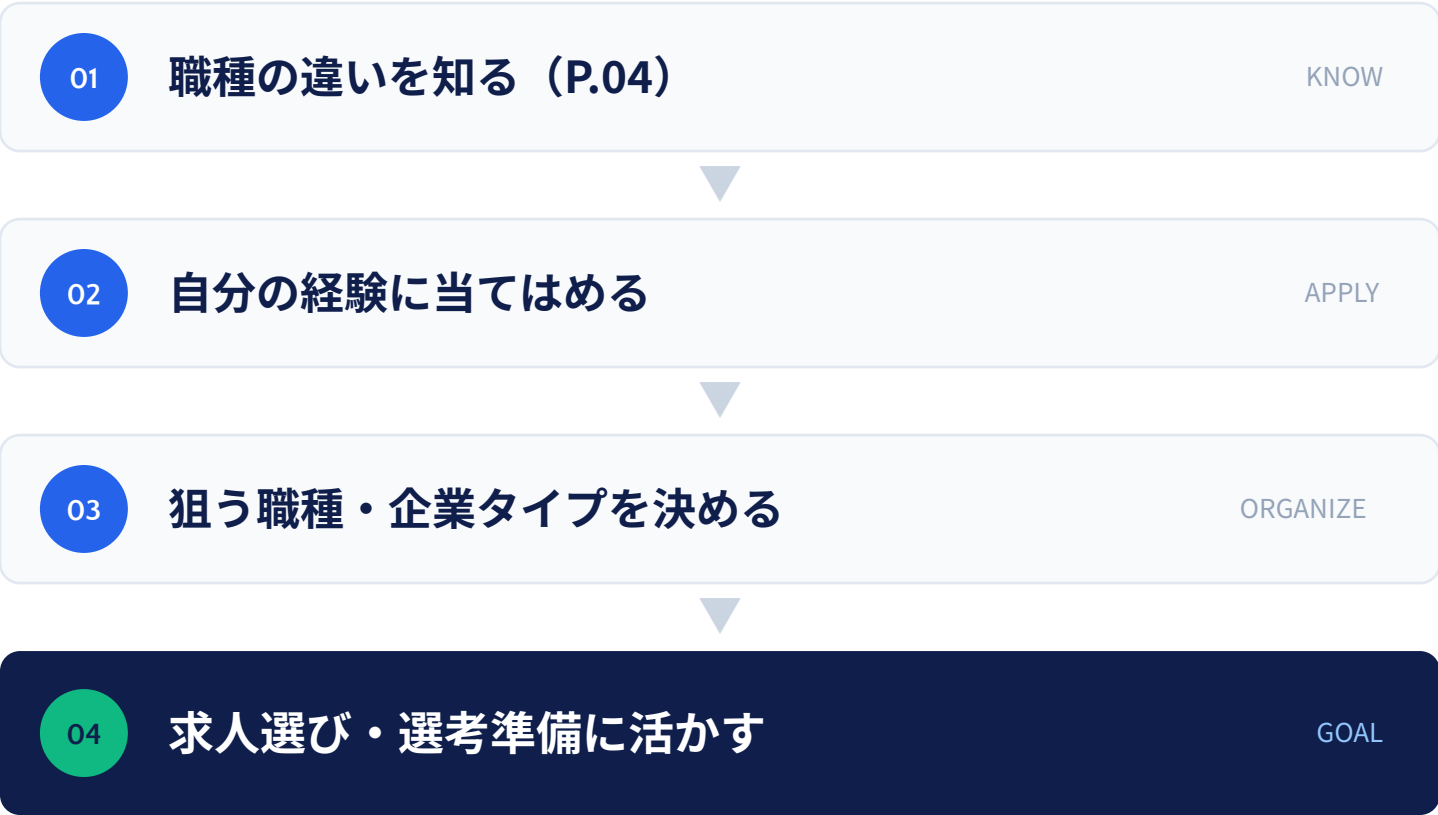
求人情報で広告代理店の仕事内容や年収、未経験可の求人があることは理解できても、
「どの職種なら今の経験が活きるのか」は、判断しにくい部分です。

この資料では、広告業界の職種を知った上で、
自分の経験・強みがいきる方法をご紹介します。

POINT

未経験の場合、まずは「職種による仕事の違い」を知ることが大切です。
そこが決まると、次のアクションが見えてきます。

HOW TO USE



未経験からの転職で 整理する 5 つのこと

広告業界の職種（P.04）を知った上で、**自分の経験・希望条件に当てはめて**整理していきます。

CARD 01  STRENGTH 活かせる 強み 業界未経験でも、今の経験のうち 広告代理店で活かせる部分を棚卸 します。	CARD 02  JOB FIT 合う 職種 アカウントプランナー／広告運用 ／ディレクターなど、強みが評価 されやすい職種を絞ります。	CARD 03  COMPANY FIT 合う 企業タイプ 大手総合／デジタル／中小・ベン チャーなど、企業タイプごとの相 性を見ます。	CARD 04  CHECK POINT 求人選びの 軸 条件比較で終わらず、「積みた い経験」から求人を見る判断軸を 作ります。	CARD 05  INTERVIEW 選考で 伝えること 自分の経験を、書類・面接で評価 されやすい言葉とエピソードに変 換します。
---	---	---	--	---

未経験からの入口になる 4つの職種

「広告代理店」と一言でいっても、仕事の中身は職種で大きく変わります。**未経験・異業種からの入社が多いのは、次の4職種**です。
まずはそれぞれの仕事内容と、活かせる前職経験を押さえておきましょう。

 ROLE 01 / ACCOUNT PLANNER アカウントプランナー／営業 仕事内容 クライアントの課題をヒアリングし、広告の目的設計から施策提案・実行までを担当。社内の制作・運用チームをつなぐ窓口役。 活かせる経験 法人営業 無形商材の提案 顧客折衝 こんな人に向く： 人と話しながら、課題を整理して進めるのが得意な方	 ROLE 02 / AD OPERATIONS 広告運用（運用型広告） 仕事内容 検索・SNS・動画などの広告を配信し、数値を見ながら改善。予算配分やクリエイティブの検証を回して成果を伸ばす役割。 活かせる経験 データ分析 数値管理 EC・SNS運用 こんな人に向く： 数字を見て仮説を立て、地道に改善するのが得意な方
 ROLE 03 / DIRECTOR ディレクター／進行管理 仕事内容 制作物や施策のスケジュール・品質・予算を管理。 デザイナーや外部パートナーと連携し、案件を納品まで着地させる役割。 活かせる経験 複数案件の並行管理 社内外調整 こんな人に向く： 段取りを組んで、抜け漏れなく進めるのが得意な方	 ROLE 04 / PLANNER プランナー／ストラテジー 仕事内容 市場や生活者を調べ、コミュニケーションの方針を設計。「誰に何をどう伝えるか」を企画に落とし込む役割。 活かせる経験 企画・提案 マーケ・販促 調査・分析 こんな人に向く： 情報を整理して、伝え方の切り口を考えるのが好きな方

POINT 未経験の場合、アカウントプランナー・広告運用・ディレクターが入口になりやすい職種です。次ページから自分の強みと照らしていきます。

まずは、自分の経験を 棚卸ししてみる

ここは、向き不向きを診断するページではありません。「自分の経験のうち、広告代理店でも通じそうな部分」にチェックを入れてみましょう。
1つでも当てはまれば、活かせる強みの候補になります。

CATEGORY A / お客様・提案系

- ☐ お客様の要望を丁寧にヒアリングしてきた → 課題ヒアリング／要件整理として評価されやすい
- ☐ 無形サービス・商材を提案した経験がある → 無形商材の提案力として広告営業で活かしやすい
- ☐ 数字や成果を意識して行動してきた → 予算・KPI管理と結びつけて話せる
- ☐ 複数の関係者を巻き込んで進めた経験がある → 社外パートナー・制作会社との協業に生きる
- ☐ お客様の課題から逆算して提案を考えた → 課題解決型の提案として説明できる

CATEGORY B / プロジェクト・分析系

- ☐ 複数の案件・タスクを並行して進めてきた → 進行管理・アカウント運用の適性として見られる
- ☐ データを見て改善策を考えた経験がある → デジタル広告運用・分析職の適性に接続できる
- ☐ 企画・アイデアを人に伝えて動かした → ストラテジー・プランナー系の素養として話せる
- ☐ SNS・Web・広告に関心があり触れてきた → デジタル領域・SNS運用の素地として補強材料になる
- ☐ 後輩指導・チームの成果を意識して動いた → 将来のマネジメント候補として評価されやすい

強みを "狙う職種" に変換する

P.05でチェックした強みは、広告代理店の **どの職種**で評価されやすいかを確認してみましょう。

YOUR STRENGTH / 強み	TARGET ROLE / 狙える職種	EVALUATED FOR / 評価される切り口
課題ヒアリング／ 要件整理	→ アカウントプランナー 営業	クライアントの課題を言語化し、キャンペーンの目的整理につなげられる力
無形商材の提案／ 説明力	→ 広告営業 ストラテジー	形のない価値を、意思決定者に納得してもらえる形で伝える力
数字を見て動く／ 改善提案	→ 運用型広告コンサル データアナリスト	KPIを追いかけて、次の一手を数字と仮説で提案できる力
複数関係者を巻き込む／ 推進力	→ アカウントエグゼクティブ プロデューサー	制作会社・媒体社・社内チームを同じ方向に動かす調整力
企画・アイデアを形にする	→ プランナー クリエイティブ職	課題からアイデアを起こし、コンテンツや施策の形に落とし込める力

POINT 「まだ経験が浅いから」ではなく、評価される切り口があるかで職種を絞ります。

職種だけでなく、企業タイプで経験できることが変わる

どのタイプが良い／悪いではなく、自分の希望する経験とどのタイプが合うかを見るページです。

TYPE 01 / MEGA 大手総合代理店	TYPE 02 / DIGITAL デジタル広告代理店 MOST POPULAR	TYPE 03 / VENTURE 中小・ベンチャー代理店
向いている人 大規模ブランドの上流に関わりたい ナショナルクライアントの統合キャンペーンで、戦略～メディア～クリエイティブを俯瞰したい人。 確認したいポイント ・入社直後は分業になりやすい ・裁量を持てるまで数年かかるケース ・担当領域が固定化されないかを面談で確認	向いている人 数字と改善サイクルを回したい 運用型広告・CRM・データ分析など、成果を数字で追える環境で経験を積みたい人。 確認したいポイント ・案件数と担当媒体の広さを確認 ・運用オペレーションだけになりやすいか ・戦略・提案フェーズに関われる余地	向いている人 幅広く関わって早く成長したい 営業・企画・運用まで横断で経験し、早いスピードで裁量を持ちたい人。 確認したいポイント ・仕組み・研修が整っているか ・扱う予算規模と成長フェーズ ・裁量の大きさと業務範囲

→ 積みたい経験を先に決めておくと、企業タイプの相性は自然と絞れます。

求人を見る前に、**積みたい経験**を決めておく

条件比較で終わらせないために、「**次の職場で何を経験したいか**」を最初に決めます。判断軸ができると、求人の見え方が変わります。

優先したいこと	向いている求人の傾向	求人票・面談で確認すること
大手ブランドの上流に関わる	大手総合代理店／ストラテジー職／統合キャンペーン担当	担当領域と入社直後の役割の広さ／将来的な担当クライアント
数字で成果を出す経験	デジタル広告代理店／運用型広告コンサル／データアナリスト	担当媒体・案件数・裁量／運用オペのみになっていないか
幅広い業務を早く経験する	中小・ベンチャー代理店／アカウントプランナー職	担当範囲の広さ／研修・OJT体制／評価制度の設計
企画・アイデアで貢献したい	プランナー／ストラテジー／クリエイティブブティック	企画・提案の関与度／担当職種で任される裁量の範囲
働き方と両立させたい	事業会社兼務代理店／リモート可の運用型広告代理店	リモート頻度／繁忙期の稼働／担当案件数の目安

POINT 条件比較ではなく「**積みたい経験の順番**」で並べると、後悔しない求人の見方ができます。

求人票では "任される範囲" を見る

仕事内容の文言だけでは、実際に積める経験は判断できません。求人票の各項目を「任される範囲」の視点で読むと、企業の違いが見えてきます。

JOB POSTING / 求人票 (サンプル) 広告代理店 / アカウントプランナー	
JOB TITLE	アカウントプランナー
MISSION	クライアントの事業課題を起点に、統合コミュニケーション施策を企画・推進
SCOPE	課題ヒアリング／ストラテジー設計／メディアプラン／進行管理／効果検証
CLIENTS	主要産業のナショナルクライアント／新規事業立ち上げ企業
TEAM	プランナー／ストラテジスト／クリエイティブ／メディア担当
SALARY	応相談（経験・スキルにより決定）

READ AS / こう読み解く

各項目で確認すべきこと

MISSION

「課題を起点に」と書かれているか。
営業ではなくコンサル・プランニング寄りかを判断できる。

SCOPE

工程が広い＝任される範囲が広い。逆に「進行管理のみ」なら実務中心の可能性。

CLIENTS

担当クライアントの規模と業界で、上流／実務／領域の傾向が読める。

TEAM

チーム構成＝分業体制。役割が細かい場合は担当範囲が狭くなる傾向。

SALARY

「応相談」だけでは分からない。→ P.10で"求人票の外"を確認する。

求人票で 見えること と 見えないこと を分けて考える

求人票に書かれているのは事実の一部です。実際に評価される経験・任される役割・チームの雰囲気は、面談で確認する必要があります。

「求人票だけで判断しない」ことが、ミスマッチを避けるコツです。



VISIBLE

求人票で見えること

- 想定年収・雇用形態
- 仕事内容（概要）
- 勤務地・勤務体系
- 応募条件・必要スキル
- 福利厚生・休暇制度
- 担当媒体・扱いサービス



CHECK & WHY

面談で確認すべきこと

- ✓ **入社直後に任される案件と役割** 求人票の "業務範囲" = 全員の平均でしかない
- ✓ **評価される経験・スキル** 「応募条件」と「実際に評価される力」はずれることがある
- ✓ **案件担当のサイクルと繁忙期** 働き方・稼働イメージは求人票からは読めない
- ✓ **チームの構成と分業の度合い** 同じ職種名でも、任される幅は企業で大きく異なる
- ✓ **入社後のキャリアパス** 数年後にどう広がるか、社内事例で確認
- ✓ **評価制度・昇給の実績** 給与レンジではなく、"上がり方"を確認する

→ 求人票で分からない部分は、キャリア相談で"内部情報"として押さえておくとも後悔しにくくなります。

強みを "選考で伝わる言葉" に変える

日常の業務表現を、**広告代理店の面接官が拾いやすい言葉**に変換します。「何をしていたか」ではなく「どう捉え直すか」がポイントです。

YOUR STRENGTH / 自分の強み（現在の言葉）		SELECTION LANGUAGE / 選考で伝わる言葉
「お客様対応をしてきた」	→	課題を聞き出し、要件を整理してきた経験
「営業目標を達成してきた」	→	数字を追いかけてながら、施策を仮説検証してきた経験
「業界の商材を扱ってきた」	→	形のないサービスを、意思決定者に理解される言葉で伝えた経験
「後輩を教えてきた」	→	チームの成果を意識して人と仕組みを動かした経験
「SNS運用を担当してきた」	→	生活者に届く言葉と表現で、事業に貢献してきた経験

POINT 過去の経験を「広告代理店で何ができる人か」という視点で言い換えます。

強みを 5つのステップ でエピソード化する

「自分の強みは〇〇です」と言うだけでは伝わりません。

どんな課題に、どう工夫し、どう成果につなげたかまでを5ステップで整理しておく と、面接で自然に話せます。



POINT 面接で聞かれるのは「事実」ではなく「その経験を広告代理店でどう活かすか」。STEP 05まで用意しておくのがポイントです。

職務経歴書は "業務の羅列" で終わらせない

担当業務を並べるだけでは、広告代理店で「何を任せられるか」が伝わりません。課題・工夫・成果まで書き換えます。

BEFORE

業務を羅列した書き方

職務内容

・法人向け営業を担当

・既存顧客のフォロー・新規開拓を行った

・提案資料の作成、社内調整を担当

・チームメンバーとして目標達成に貢献

✕ 何を、どう工夫したのかが読み取れない

✕ 広告代理店での再現性が伝わらない



AFTER

課題→工夫→成果で書いた書き方

職務内容

課題：既存顧客の解約率が上昇していた

工夫：使い方の悩みを聞き出す面談を月次で設計

行動：要望を製品改善提案として社内に共有

成果：担当10社の継続率を90%以上に改善

✓どんな課題に、どう向き合ったかが読める

✓広告代理店の"クライアント対応"として再現可能

MEMO 01 業務名だけを並べない。何を任されて、どう考えて動いたかを1行ずつ書く。

MEMO 02 「担当した」で終わらせず、成果は数字・比較・変化で示すと説得力が上がります。

面接回答は 再現できる形で話す

面接官が知りたいのは、あなたが **広告代理店の現場でも同じことができるか**。話し方を "自分の言葉" に書き換えます。

Q 面接で聞かれた質問：「これまでの経験で、成果を出した事例を教えてください」

BEFORE / 事実の羅列
面接官には "何をやったか" しか届かない

「営業を3年担当し、既存顧客のフォローと新規開拓を行いました。

毎月の目標を達成できるよう、日々努力を続けました。

お客様との信頼関係を大切にしてきたことが、成果につながったと考えています。」

✗ 課題・工夫が抜けている

✗ 広告代理店の仕事に置き換えたときのイメージが湧かない



AFTER / 課題→工夫→再現
広告代理店でも再現できると伝わる

「担当10社のうち3社が解約リスクにあり、共通課題を洗い出しました。

月1回の使い方ヒアリングを設計し、要望を製品改善提案として社内に共有。

その結果、担当顧客の継続率を90%以上に改善しました。

クライアントの課題を起点に動く進め方は、広告代理店でも同じ形で活かします。」

✓ 課題→工夫→成果→再現までを1分弱で話せる

✓ 面接官が「うちのクライアント対応でも生きそう」と想像できる

01数字を1つは入れる

02「なぜやったか」を先に話す

031分で話し切れる長さに

04再現できる形で締める

整理した内容を、転職活動で使える形にまとめる

EXAMPLE / 記入例

MY AD CAREER MAP

Career-X White Paper
2026 LATEST EDITION

01 STRENGTH

MY STRENGTH

P.05 ～ P.06 で整理した強み

- お客様の課題を聞き出して、要件を整理してきた
- 形のないサービスを社内外に説明した経験がある
- 数字を見て改善策を考える動き方が得意

02 ROLE

TARGET ROLE

P.06 ～ P.07 から選ぶ職種・企業タイプ

アカウントプランナー

運用型広告コンサル

中堅・成長中のデジタル広告代理店 中心に検討

03 EXPERIENCE

EXPERIENCE TO GAIN

P.08 で決めた"積みたい経験"

- 数字を見ながら改善サイクルを回す経験
- クライアントとの直接接点で企画を提案する経験
- 複数媒体を横断で扱う経験

04 CHECK POINT

CHECK POINT

P.09 ～ P.10 の観点で、求人票・面談で確認したいこと

- 入社直後に任される案件規模と担当媒体の広さ ・運用オペレーションだけになっていないか
- 評価される経験・スキル（応募条件との差） ・入社後3年のキャリアパスと社内事例
- チームの分業体制／裁量の範囲

05 INTERVIEW POINT

INTERVIEW POINT

P.11 ～ P.14 で整理した"選考で伝える強み"

エピソード：担当10社の解約リスクをヒアリングで見える化し、継続率90%に改善

伝える強み：クライアントの課題を起点に、改善サイクルを設計・実行できる力

再現の一言：広告代理店でも同じ形でクライアント成果に貢献できる

自分の内容を 書き出してみる

WORKSHEET / あなたの書き込みシート

NAME
DATE

MY AD CAREER MAP

01 STRENGTH

MY STRENGTH

参照：P.05 ～ P.06

02 ROLE

TARGET ROLE

参照：P.06 ～ P.07

03 EXPERIENCE

EXPERIENCE TO GAIN

参照：P.08

04 CHECK POINT

CHECK POINT

参照：P.09 ～ P.10

05 INTERVIEW POINT

INTERVIEW POINT

参照：P.11 ～ P.14

GOAL

書き終わったら、無料相談で
より具体的にすり合わせできます →

このシートが埋まると、見るべき求人・確認すべきこと・選考で伝える強みが明確になります。

P.16で書いた内容を、そのまま相談に持っていける

Career-X の無料キャリア相談では、書き込んだシートをもとに **次の5つを具体的に整理** できます。
転職前提でなくとも大丈夫です。「今の経験で狙える方向性を知りたい」段階でご相談いただけます。

WHAT YOU CAN ORGANIZE / 無料相談で整理できる5つのこと



01 今の経験で狙える職種

強みが評価されやすい職種を、
代理店のタイプ別に見立てます。
複数の選択肢を並べて比較できます。



02 自分に合う企業タイプ

大手総合／デジタル／中小・ベンチャーのどこが合うか、
希望する経験・働き方から見立てます。



03 求人票では分からない情報

入社直後の担当範囲、評価制度の実態、チーム構成など、
面談前に押さえる情報を共有します。



04 職務経歴書で見せるべき強み

どの経験を職務経歴書の主役に置くか。
書類選考通過率を上げる書き方まで整理します。



05 面接で伝えるべきエピソード

面接で"再現できる強み"として伝わるエピソードの選び方・
話し方を、想定質問と合わせて整理します。

転職前提でなくとも、まずはシートと一緒に整理するところから。

[無料キャリア相談を予約 →](#)

整理を支援するパートナーとして伴走します

キャリア・エックスは、求人紹介の前に **"整理"** を大切にする転職支援サービスです。6つの領域で伴走します。

SUPPORT 01

強みの棚卸し

これまでの業務経験を、広告代理店で評価されやすい形に言語化するお手伝いをします。

SUPPORT 02

職種選びの相談

営業／プランナー／運用型／ストラテジー等、強みと希望から狙える職種と一緒に絞り込みます。

SUPPORT 03

求人選定

「積みたい経験」から逆算して、任される範囲・評価制度まで確認した求人だけを提案します。

SUPPORT 04

職務経歴書の添削

業務の羅列で終わらせず、課題→工夫→成果まで書き換えるサポートを行います。

SUPPORT 05

面接対策

想定質問と回答の準備、STAR型でのエピソード整理、話し方の練習まで伴走します。

SUPPORT 06

入社後の環境見極め

活躍しやすい配属・評価制度・チーム構成まで確認したうえで、内定後の意思決定を支援します。

自分に合う **コンサルタント** に相談できる

広告営業／プランナー／運用型／ストラテジーまで、希望に近い領域を得意とするコンサルタントに相談できます。



CONSULTANT 01

岡 直樹

広告代理店・営業職への転職支援に強い

得意領域

- ・ 広告営業／プランナー職への転職
- ・ 事業会社→代理店のキャリアチェンジ

実績・背景

大手代理店で法人営業→事業開発を経てキャリア・エックスへ。未経験支援を多数担当。

こんな方におすすめ： 未経験から広告代理店の営業・プランナー職を目指したい方



CONSULTANT 02

大隈 新吾

デジタル広告代理店・運用型領域に強い

得意領域

- ・ デジタル広告代理店／運用型広告コンサル
- ・ 年収アップ・ワークライフバランス改善

実績・背景

大手代理店でMVP受賞後、新規事業開発を経てキャリア・エックスへ。

こんな方におすすめ： データ／運用型で成果を出す代理店への転職を検討中の方



CONSULTANT 03

佐野 諒治

プランナー／ストラテジー領域に強い

得意領域

- ・ プランナー／ストラテジー／事業企画
- ・ 広告×事業推進のキャリア設計

実績・背景

総合代理店で戦略プランニング／新規事業開発を経て責任者を経験。

こんな方におすすめ： 企画・ストラテジー／事業と広告をつなぐ役割を目指したい方



CONSULTANT 04

永尾 俊介

管理職・ハイレイヤーの代理店転職に強い

得意領域

- ・ マネジメント／経営幹部候補ポジション
- ・ ハイレイヤー転職／年収レンジ交渉

実績・背景

大手企業で15年、50名規模のマネジメント経験。

こんな方におすすめ： 30～40代／マネジメント・ハイレイヤー転職を検討中の方



合うコンサルタントを選んで、無料キャリア相談を予約

自分に合う職種・企業タイプ・年収レンジを、経験と希望から整理してご提案します。

無料キャリア相談はこちら →