

CAREER UP GUIDE

西原商会

キャリアアップガイド



西原商会の キャリアアップ事例 ～男性社員編～

男性社員の9割は営業マンとしてスタート。
仕入経験を積むと道が広がっていきます。

営業部

西原商会の花形職種。特徴は営業と配送を一人で兼務すること。40～60軒のお客様を担当し、トラックで配送しながら日々営業活動を行います。10万点を超える取扱商品があり、新商品や流行物もいち早く案内できる強みを活かして、お客様の商売繁盛をサポートします。

1日の流れ



朝は注文業務からスタート。全体での朝礼後は、リーダーを中心にグループ毎に分かれて本日の行動や目標などを報告確認。



本日の配送先リストをチェック。配送先ごとのダンボールに商品を詰めていき、配送ルート順を考えながらトラックに荷積み。



荷積み完了ルートを確認したら、トラックに乗り込み営業に出発します。配送の合間に、メニュー提案を通して新商品や季節商材などをお客様に提案。



夕方、営業所に戻ってからは作業報告や伝票整理、メールチェックなど。明日の注文分を確認し準備ができれば業務終了。

START



様々な経験を積みステップアップしてもらうために一度は異動や転動を経験してもらうことが多いです。



営業

グループ長
▼
主任
▼
副所長

仕入



所長



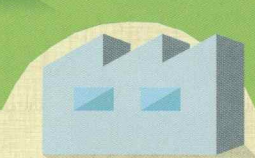
case.1

年1回自ら希望する部署に応募できる「社内公募制度」があります。詳しくはウラ表紙を。

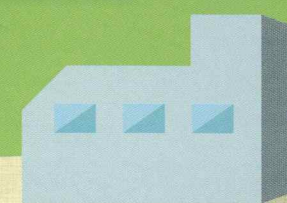
社内公募

募集

- ・広報室・人事部
- ・貿易部 など全部署対象



製造会社



工場長

case.2

仕入
企画部

仕入企画部や貿易部への異動、または営業所の所長になるには仕入業務経験が必須です。



貿易部

- ・海外営業所
- ・仕入業務



case.3

仕入企画部

PICK UP

畜産・水産などの各担当者による全国のメーカーとの商談をはじめ、事務所への仕入業務指導、在庫管理などの商品管理全般を担当。日本各地の産地に出向き、他社と差別化できるメーカーや新商品を探したり、展示会や現地視察も行います。



貿易部

PICK UP

他社にはない珍しい食材を探すなど、海外の仕入れを一手に任されている部署。シンガポール、香港、タイ、台湾に営業拠点を構えています。様々な国の展示会での買い付けや出展、商談に参加し、新商品の開発にも取り組んでいます。



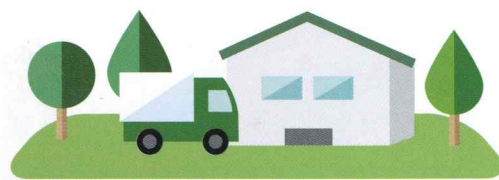
私のキャリアアップ ～男性社員編～

人材を育成して多くの役職者を輩出することを目指しています。



case.1

薩摩川内営業所 所長
西ノ園 英彦
2009年8月入社



1

入社～5年6ヵ月

薩摩川内営業所

中途採用だったので周りは自分よりも若い人ばかり。負けないように無我夢中でした。ルートの担当営業の時は時間との勝負だったので、誰よりも先に積み込みを済ませて営業に出よう心がけていました。その甲斐あって約2年半でフリー営業として、新規開拓や売上が落ちているコースの重要店を回る役割に。

2

入社5年6ヵ月～7年1ヵ月

鹿児島支店 副支店長

フリー営業として外食チェーンやホテルなどの企業担当に。事前にアポイントをとり、限られた時間の中で商談を進めなければならなかったため、より計画的に営業するようになりました。副支店長になってからは、プレイヤーから指揮する立場に変わったのも大きな変化でした。

3

入社7年1ヵ月～現在

薩摩川内営業所 所長

営業の時は自分のお客様や数字だけを考えていれば良かったのですが、所長になると営業所全体の責任をとらなければいけません。その分目標に向かって自分なりに練った戦略を通せるのも所長ならではの醍醐味。営業所全体を底上げするために、特に力を入れているのは人材育成です。営業に同行して話を聞きながら、自分の実体験や経験を伝えるようにしています。それは決して指示や押しつけではなく、こういうやり方もあると考えるきっかけになってくれればと思って。今は部下が成長していく姿が見れるのが一番の楽しみです。



case.2

仕入企画部 水産(Umi-Labo) 課長
高森 章博
2001年9月入社



仕入企画部に生鮮三品の部署を新たに立ち上げるのが今の目標です。

1

北九州営業所

入社～3年1ヵ月

初めは商品知識もなかったので“自分”を売ってました。その中でお客様と納品業者ではなく“人と人のつながり”の大切を学びました。1日の営業配送件数が多かったため、裏道を使って時間短縮する工夫も。繁忙期は近くを営業する同じグループの人と助け合いながら営業配送していたことが印象に残っています。

2

八幡営業所

入社3年1ヵ月～7年10ヵ月

初めて仕入業務に携わり、商品の知識が一気に増えました。営業所の仕入は、利益の確保、リスクの回避、情報の伝達が主な役割。「これだけ売るので特価を出して下さい」「1回の発注ロットは何ケース」など営業時代とは違う交渉の仕方をたくさん学ぶことができました。

3

仕入企画部 水産(Umi-Labo)

入社7年10ヵ月～現在

仕入企画部とは「いい品を安くまとめて仕入れる。面白い商品や西原商会らしい新商品を発掘。それを全国の営業所へ提供する」部署。水産物を仕入れたら、その調理法などの提案方法もセットにして「売りやすい道筋」を作るまでが仕事です。仮に売れない商品を仕入れたら大損とリスクも背負う難しい仕事ですが、自ら発掘した商品を日本全国へと流通させられる、やりがいも大きいです。2017年には西原商会オリジナルの活魚・鮮魚ブランド「Umi-Labo」を立ち上げました。冷凍では味わえない本物の美味しさをお届けします。

1

東京本店

入社～3年5ヵ月

商品知識がまったくなかった新人時代。料理人の方々から色々教わりながら身につけた知識が、今の営業スタイルのベースになっていると感じます。

2

仙台支店

入社3年5ヵ月～6年1ヵ月

新規支店の開設だったので一から新しい挑戦ができたことがとてもいい経験でした。東日本大震災の時、営業も何もできず大変だったことが印象に残っています。

3

貿易部 西原商会シンガポール 所長

6年1ヵ月～11年11ヵ月

英語を話せなかったのが大変でしたが、西原の提案営業は海外でも受け入れてもらいました。日本と違い商品入荷に時間がかかるので、先を見越した営業の重要性も意識しました。

4

貿易部 西原商会台湾 所長

入社11年11ヵ月～現在

事務所工事から仕入先の獲得、車や備品の手配などの準備を経て、7月に開設しました。営業所の管理全般から、日々の営業活動まで取り組んでいます。英語がほぼ通じず言葉にはまた苦勞していますが、台湾の人の優しさに救われています。営業としてやることは、海外でも日本で取り組んできたことと同じ。営業の基本事項をスピード感をもって対応し、信頼を築けるのが大切だと実感しています。

case.3



貿易部 西原商会台湾 所長
川上 智也
2006年4月入社

早い段階での黒字化を目指し台湾各所に営業所を増やしていきたい。



西原商会の キャリアアップ事例 ～女性社員編①～

グループ製造会社の営業の仕事内容と
そこからの広がるキャリアアップ事例です。

製造会社

START

製造開発

工場長

仕入

貿易部

リテール
事業部

営業

case.1

case.2

case.3

製造会社の営業マンの
売り込み先は、西原商会
の各営業所になります。

貿易部への異動には、
仕入業務の経験
が必須です。

製造会社



全国各地の営業所から得た情報やトレンド、お客様の声に応えるオリジナリティあふれる食材を創りだすのが、西原商会グループの製造会社。美味しさと使いやすさを追求した、他社にはない商品の開発と製造に取り組んでいます。

営業の1日の流れ



朝はまず全体で朝礼。各部署からの報告の後、営業部で集まり本日の行動予定や情報の共有などを行います。



同行営業に出かけない日はデスクワーク中心。先の展示会や同行営業に向けて、商品PR用の提案資料などを作成。



新商品の試作品ができたら品質チェック。味はもちろん、価格や規格など営業マンが売りやすい商品か、にも気を配ります。



営業所を回り、自社商品の勉強会も開催。商品の特徴から活用アイデアまで提案営業し易くなる情報を営業マンに提供。

製造開発

PICK UP

既存商品の製造・営業だけでなく、新商品開発も製造会社の重要な役目。全国の営業所から集まる市場のニーズと製造開発担当のアイデアとを組み合わせ、試行錯誤しながら今までになかったオリジナル商品開発に取り組んでいます。



リテール事業部

PICK UP

各製造会社で製造している業務用商品を一般消費者向け商品として企画・販売。主にコンビニやスーパーと取引のある商社への営業を中心に、その他、店舗運営や各製造会社のホームページ運営にも関わっています。



私のキャリアアップ
～女性社員編①～



もっと知識と営業力を身につけて
よりよい提案ができるようになりたい。

case.1
匠フーズ 営業部
米玉利 たくみ
2017年4月入社

1 匠フーズ 営業部

入社～現在

私が所属している匠フーズは、茶碗蒸しの素、厚焼き玉子をはじめ、国産チルド殺菌卵を使った様々な加工品を製造しています。商品数が多いので規格や価格、製造方法、特徴などを覚えるのがとにかく大変。価格を間違えて担当営業マンに迷惑をかけたのは苦い思い出です。自社商品を営業所の同行営業や展示会で、直接お客様に商品を案内する機会もあり、自社で丁寧につくっている商品を「おいしい!」と言ってもらえるとやっぱり嬉しい。同行していただいた営業マンから、「あの時の商品がメニューに決まったよ!」と報告をもらった時は、まさに苦勞が報われる瞬間です。営業するのはプロの料理人たちがばかりなので、知識がないと相手にされないこともあります。もっと専門的な知識と営業力を身につけて、これからもお客様によりよい提案ができるようになりたいです。

case.2

貿易部(輸出)
市川 ゆう
2014年4月入社



日本食の素晴らしさと楽しさを広め
西原商会ファンを世界中に増やしたい。

1 匠フーズ 営業部

入社～1年11ヵ月

製造会社の得意分野のひとつに、お客様の特注商品の開発があります。お客様がオペレーション上で困っている部分を解消できたり、売上のベースにもなる、お客様にも担当営業マンにも感謝してもらえる夢のような業務です。営業2年目に、神戸で仕出し屋をされているお客様にローストビーフを特注開発させていただきました。それがきっかけで距離がぐっと縮まり、新商品を案内すると即採用と、度々懇意にいただきました。私自身初めて手がけた特注商品だったので営業職としての自信が付き、またひとつ“育てて頂いた”と今でも感謝しています。

2 貿易部(輸出)

入社1年11ヵ月～現在

国内での仕入、輸出書類の作成から、海外のお客様への商品案内、情報発信、新規輸出先の開拓まで、担当業務は多岐に渡ります。担当は香港・台湾・韓国。いまの仕事の魅力はたくさんありますが、中でも海外のチェーン店で自社輸出品がメニューにはまったり、優れたMADE IN JAPANのモノ・コトを発信できることにやりがいを感じています。現在、輸出チームでは8カ国に向けて定期的な輸出実績を積み重ねています。問合せも多く、新しい輸出先として見据えている地域もたくさんあります。輸出チームメンバーの努力が実を結び順調に業績が伸びている中で、チームの勢いに負けないよう個人スキルを伸ばしていくことが目標です。

1 薩摩家 営業部

入社～4年10ヵ月

さつまあげなどのオリジナル商品を製造する薩摩家で営業を担当。主な業務は、全国で拡売してもらうために、西原商会の各営業所に赴き、営業マンに商品を案内したり、提案方法を考えたりすること。もちろんお客様に直接提案に行くことも。特注商品を考えて提案し、返り注文がきた時は嬉しい瞬間です。年末前に大きな特注の話がスムーズに進められず、営業所や工場に大きな負担をかけてしまった失敗もありましたが、営業していく中でお客様に「江口さんがくるなら買うよ!」と言ってもらえることが多くなってきた時、営業の楽しさや醍醐味を感じることができました。

2 リテール事業部

入社4年10ヵ月～現在

違うことにもチャレンジしたいという話を社長にしたことがあった。その希望が叶って、立ち上がって2年目のリテール事業へ異動。現在、主に西通リブリンの店舗の企画と運営管理、そして一部卸業務に携わっています。中でも店舗運営は、西原商会内で前例が少なく経験者があまりいない業務なので試行錯誤が多く大変なのですが、やりたいことをやらせてもらえるので楽しんでいます。店舗に関わる多くのスタッフをまとめる難しさもありますが、企画を周知してスタッフ全員で盛り上げていくのはやりがいがあります。今後はシーズンのモチベーションにあわせた企画を積極的に立案し、売上アップにしっかり結びつけていくことが目標です。

case.3



リテール事業部
江口 舞奈
2013年4月入社



スタッフ全員で企画を盛り上げる
店舗運営にやりがいを感じています。

西原商会の キャリアアップ事例 ～女性社員編②～

女性社員が多く活躍するプロジェクト推進室
その周辺のキャリアアップ事例を紹介します。

プロジェクト 推進室



専門分野に特化して営業活動をおこなうプロフェッショナル集団。現在は、洋食・中華・飲料・医療介護食の4つのジャンルに分かれています。商品やメニューレシピの提案から、展示会への出展、国内外メーカーとの商談など、その仕事は多岐に渡ります。

🕒 1日の流れ



全国の営業担当からの商品に関する問い合わせや見積もり依頼が舞い込むので、午前中は主に資料作成やメールチェックに集中。



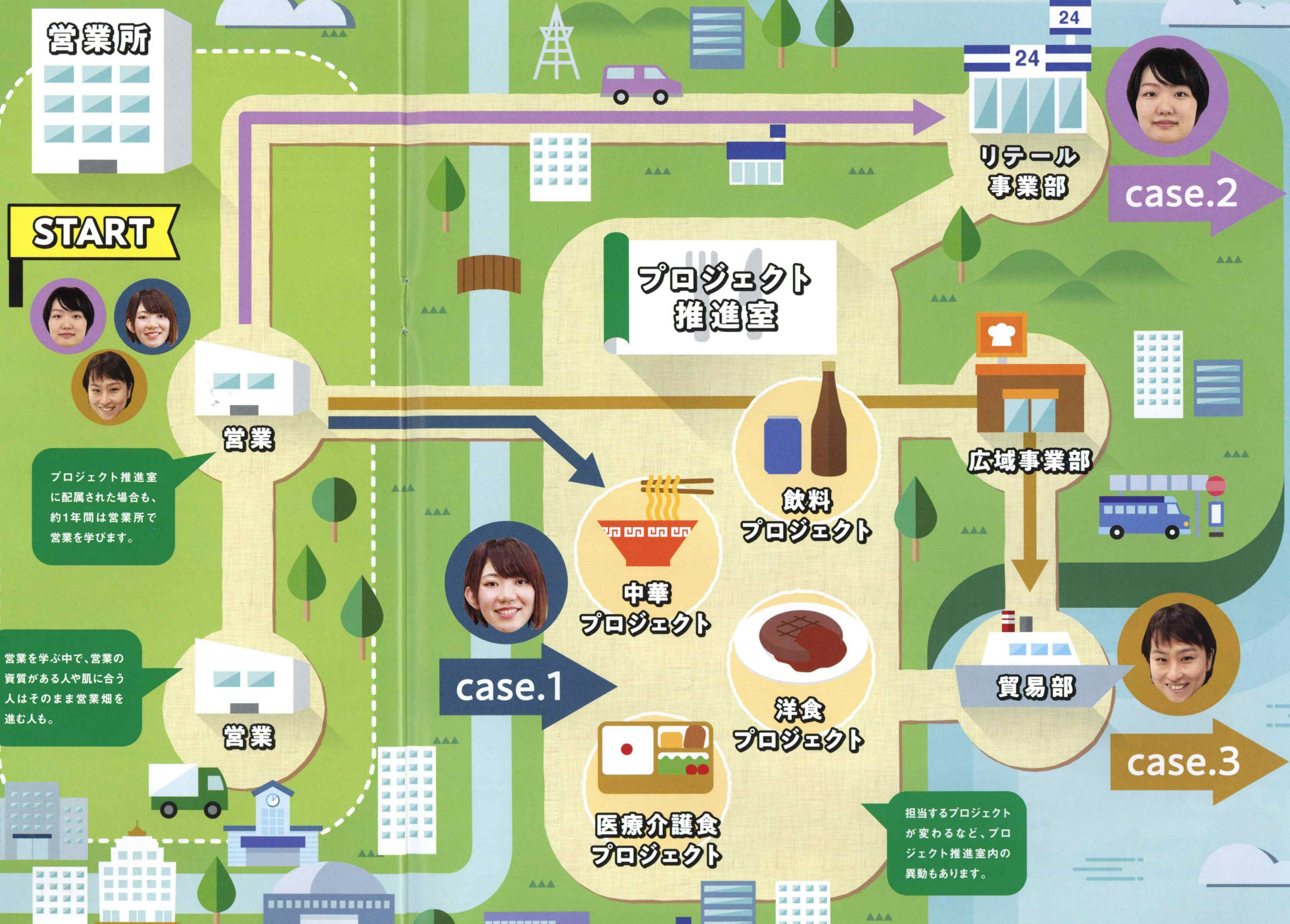
メーカーとの商談。お客様からオリジナル商品の企画依頼もあるので、メーカーと共に商品開発することも。



メーカーから提案してもらった新商品や試作品も、実際に味わったりしながらチェックすることも大切な業務のひとつ。



午後からは営業へ。プロジェクト推進室の営業エリアは全国。各地の営業所の営業マンと連携して提案することも。



プロジェクト推進室に配属された場合も、約1年間は営業所で営業を学びます。

営業を学ぶ中で、営業の資質がある人や肌に合う人はそのまま営業畑を進む人も。

担当するプロジェクトが変わるなど、プロジェクト推進室内の異動もあります。

広域事業部 PICK UP

国内外の外食チェーン店に向けて、食材と季節のメニューの提案をおこなう部署。お客様個別の商品プレゼン会を定期的開催。また海外向けの商品案内は、品質管理部と製造会社と連携して行います。

配送業務に不安がある人もご安心を 女性でも運転しやすいトラックです

プロジェクト推進室に配属されても、約1年間は営業所にて勤務。営業を担当して西原商会の仕事の基礎を学びます。営業業務において女性社員から心配の聲があがるのが配送業務。乗り慣れないトラックを運転できるの？と不安を感じるとは思いますがご安心を。女性社員は、男性社員が乗るトラックよりも小型のタイプ。しかもマニュアルではなくオートマ車です。運転講習会を実施したり、運転能力にあわせた指導も行います。2～3ヶ月もすればすっかり運転に慣れて、みなさんスムーズに配送をこなしています。

- ・小型タイプ
- ・オートマ車
- ・運転講習会

私のキャリアアップ
～女性社員編②～

西原商会で一番ラーメンに詳しい
専門家になるのが目標です。



case.1

プロジェクト推進室
中華プロジェクト(ラーメンチーム)

伊藤 優佳

2016年4月入社

1 福岡本店

入社～1年3ヵ月

なかなか売上が伸びず、配送も体力的にきつく苦勞した思い出が多いのですが、生まれてはじめて飛び込みで営業した新規開拓のお店が取引をはじめてくれることになった時は、すごく嬉しかったですね。最終的には自分の担当コースのなかでも重要店舗に育ったのは一番の成功体験です。約1年間の営業活動を通して、商品の提案の仕方はもちろんですが、店主のキャラクターに合わせた接し方、押し引きといった営業的な駆け引きなど、営業の基礎を色々体験しながら学べたのは、今の自分にとって大きな財産になっています。

2 プロジェクト推進室
中華プロジェクト(ラーメンチーム)

入社1年3ヵ月～現在

中華料理専門チームの中で、ラーメン店に特化して営業するのが私の役割。大好きなラーメンに携わりたいという入社前からの念願が叶ったのですが、配属時は好きでただで専門的な事はほぼ知らない状態。半年間はメーカーからレクチャーしてもらったり、前任の先輩に同行して勉強の日々。先輩は聞けば何でも答えられるほど詳しくだったので色々なことを教わりました。配属から1年。ラーメンのプロが相手なので今でも緊張しますが、知識と経験が追いつかない分、問い合わせにはすぐに返せるよう心がけています。今はPB商品開発にも取り組んでいる最中。まだまだ勉強中ですが、さらに経験を積んでラーメン専門家と胸を張って言えるようになるのが目標です。



case.2

リテール事業部
永吉 香菜

2017年4月入社



亜味撰の商品の魅力を
たくさんの方に届けたいです。

1 東京本店

入社～1年3ヵ月

プロジェクト推進室の所属でしたが、東京本店でまず営業を経験しました。印象に残っているのは、自分が美味しいと思った商品をお客様に提案して買ってくれた時。メニューに取り入れてもらった時は本当に嬉しかったです。お客様と信頼関係を築きニーズに合わせた商品を提案する、そんな営業の基礎を学べたことは、今のリテール事業部での営業でもきっと役に立つと感じています。重たい商品の配送にはちょっと苦勞しましたが、時にお客様が運ぶのを手伝ってくれたり、差し入れをいただいたりと、優しいお客様にいつも支えてもらっていました。

2 リテール事業部

入社1年3ヵ月～現在

約1年の営業経験後に配属されたのは、プロジェクト推進室ではなくリテール事業部。前例のない配属の流れなのだそう。担当しているのはグループ会社「亜味撰」で製造する佃煮を、小売向けに問屋へ営業すること。最初は何をやる部署が詳しく知らなかったのが正直不安でした。でも自分が売り込んだ商品が、スーパーやお土産物屋の店頭並び、多くの消費者の元に届くことに魅力を感じました。いまは実際に工場で商品づくりを学ばせてもらったり、たくさんある亜味撰の商品を1つ1つ吟味して特徴を必死に覚えているところ。お客様に商品の魅力をしっかり伝えて、亜味撰の商品を1つでも多く、たくさんの方に知っていただけるよう取り組んでいます。

1 東京本店

入社～1年3ヶ月

営業として毎日の商品提案を通して、商品が売れていく楽しさを味わいました。

2 プロジェクト推進室 飲料プロジェクト

入社1年3ヶ月～1年11ヵ月

飲料は食材と営業する窓口が違うため、食材の営業と同じ方法ではうまくいかず苦戰しました。

3 東京本店

入社1年11ヵ月～2年11ヵ月

チェーン店担当に。問い合わせに対応するスピード感と商品知識が身につきました。

4 広域事業部

入社2年11ヶ月～3年11ヵ月

提案した商品がメニュー化され、普段読んでいた雑誌に掲載されたのが印象的でした。

5 貿易部 西原商会香港 副所長

入社3年11ヵ月～現在

海外勤務希望だったので辞令が出た時は「ついに来た!」と嬉しかったです。海外の営業と言っても基本は日本と変わりません。ただメニューがあまり変わらないためオープン時に入れないとメイン業者になるのはなかなか難しい。そのため新規オープン情報には、常にアンテナを張るように普段から心がけています。



case.3

貿易部 西原商会香港 副所長

森井 夏純

2010年4月入社



世界中に日本食の魅力を
広げていきたいです。

西原商会の キャリアアップ事例

～広報室編～

社内外の窓口の
役割を担っている
広報室を入り口とした
キャリアアップ事例です。



私のキャリアアップ～広報室編～

多くの方々と協力しながら
作り上げる展示会の運営は
大きな達成感が味わえます。



case.1
丸山 藍
2018年4月入社

1 広報室 展示会チーム

入社～現在

営業所が主催する展示会の企画運営に携っています。今は主にグループの製造会社や外部メーカーとやりとりして、各社が当日出展する商品リストをとりまとめる担当。大きな展示会だと約150社も参加するので、最初は会社名や担当者名を覚えることに必死でした。展示会当日も裏方として運営に入りますが、大小様々なトラブルが起きるもの。でも営業所の方々と協力しながら無事終了することができた時は、なんとも言えない達成感があります。今後も多くの展示会を経験して、運営の知識を身につけたいです。



case.2
寺崎 明子
2011年4月入社



優秀な人材の確保のために
西原商会の魅力を伝えていきます。

1 広報室 展示会チーム・ クリエイティブチーム

入社～1年9ヵ月

展示会の運営から販促ツールの制作まで、広報室では様々な業務を経験させていただきました。特に印象に残っているのは、40周年記念イベントの企画運営に携われたこと。クレイジーケンバンドさんをシークレットゲストにお迎えする等、前例のないチャレンジができたことです。自分の考えを持って提案・相談に行く習慣や、周囲の状況を見て自分のすべき事に対応することは、広報室での様々な経験で培ったもの。現在の人事採用という役割においても、広報的な観点での改善やアイデア立案も重要であると実感しているところです。

2 人事部 主任

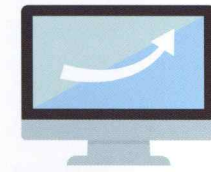
入社1年9ヵ月～現在

新卒採用では学生と西原商会が出会うきっかけ作りから入社に至るまでのサポート。そして2016年から海外人材採用として台湾での採用活動も担っています。やはり採用に関わった社員がやりがいをもって楽しそうに働く様子が伺えたり、評価されている声を聞くと嬉しいですね。創業以来成長し続けてきた西原商会のさらなる飛躍には、優秀な人材の確保が最重要課題の一つ。採用は流動的で環境の変化を直に受ける仕事ですが、その分新しいチャレンジや時代の流れに応じた取り組みを考えるなどやりがいがあります。国内外問わず西原商会に魅力を感じ、納得して入社してくれる優秀な人材の確保に、採用チーム一丸となって邁進しています。

1 広報室 クリエイティブチーム

入社～11ヵ月

営業がセールスしやすくなるためのPOPやポスター制作、展示会で使用する販促ツールの制作を担当。一から作成した制作物が形になったときは嬉しかったです。また味紀行というTV番組を通して、色々なお店や自社商材のことができたのはいい経験でした。ただ社会人1年目ということで学ぼうという姿勢が、結果受け身になってしまったことが反省点。その失敗があったので、今の部署では社内外問わず積極的にいけるようになったと感じますし、関係各所にこまめに連絡をとるだんまり力は今でも役立っています。



case.3
竹之下 裕未
2013年4月入社

2 情報システム部 開発チーム

入社11ヵ月～現在

商品の受注発注や売上管理、営業サポートツールまで、西原商会の営業活動の基盤となるシステムづくりを担当しています。例えば営業所側からあがった意見を集約し、システム会社と協力して改善する、いわば社内とシステムとの間をつなぐ調整役。いま新しいシステムがどんどん開発されていますが、展示会でそんな最先端の技術に触られることは毎回新鮮で楽しいですね。AIをはじめ、これからの時代はシステムが業務遂行に大きく役立つ時代。営業マンがより営業しやすい環境をつくるなど、システムを通して社内全体の業務改善や効率化につなげていくことが私たちの役割。そのためにも新しいシステムの知識や技術を貪欲に学んでいきたいです。



システムを通して業務改善や
効率化につなげるのが役目です。

希望部署に行けるチャンス！
チャレンジする人を応援する

西原商会の 社内公募制度

募集

配属部署で経験を積む中で芽生える「他の部署でも働いてみたい」という気持ち。それに可能な限り応えるため、西原商会では全社員対象に毎年「自己申告票」として希望を申告できるのですが、それとは別に各部署から「こういうスキルの人材が欲しい」と社内公募され、希望者自らがやりたいという気持ちだけで積極的に自由応募できる「社内公募制度」もあります。

社内公募制度の流れ

- 1 年1回、戦略に合わせて人事部より「社内公募制度」を利用したい部署を募集。
- 2 必要な部署が求める人材などを人事部に申請。全社に向けて社内公募をスタート。
- 3 希望者は期日までに応募用紙を人事部まで直接提出。上司の許可はいりません。
- 4 個人のスキルだけでなく会社全体の戦略も含めて総合的に選考。
- 5 決定後は、人事部から現所属部署の責任者へと通達され、本人に報告されます。

case.1



人事部主任
早崎 清史
2012年4月入社

1 名古屋本店

入社～3年5ヵ月

就活時に出会った人事の方が楽しそうに話をするのが印象的で、こういう仕事があるんだと入社を決めました。入社当初は時間に追われる日々でしたが、慣れてくるとお客様としっかり商談できるように。営業成果も出てきてグループ長になると、所長を目指したいという気持ちが芽生えたのですが、その時に人事部の社内公募による募集がありました。誘いもあったので応募して元々の志望だった人事部に配属が決まりました。

2 人事部主任

入社3年5ヵ月～現在

国内、海外、留学生の新卒採用を担当。全国各地で行われる会社説明会や選考を通して、学生とコミュニケーションをとりながら西原商会で働く魅力を説明するのが仕事です。出張で各地へ赴くため営業とは違った大変さもありますが、自分の説明で入社を決めたという学生が増えるのは嬉しいですし、やりがいでもあります。また人事の仕事を通して社員とのコミュニケーションが増えたことで、西原商会で働く魅力を再確認できていると感じています。今後もそんな西原商会をもっと盛り上げ、管理職として活躍してくれる人材の採用に尽力していきたいです。

case.2



貿易部 西原商会香港
佐藤 しおり
2016年4月入社

1 広報室

クリエイティブチーム・マーケティングチーム

入社～2年

POPから広報誌、TV CM、社歌の制作など他部署ではなかなかできない面白い仕事をたくさん経験させてもらい、デザインの楽しさも体感しました。社内公募制度を利用しようと思ったきっかけは、同期二人が応募する姿を見て。自分の未来への意思を示しているんだと触発されて、入社時の希望だった貿易部に応募しました。

2 貿易部 西原商会香港

入社2年～現在

私は日本で営業の経験がなかったので毎日努力努力の日々です。自分の無力さを突き付けられ、大変な面も多いですが、成果や影響が確実に数字になって出てくる営業の面白さも実感しています。また海外営業所の場合、社内外で関わる人が日本人だけではないので、多様な価値観の中で仕事ができるのも魅力。一つ提案が決まれば大きな売上に繋がりますし、まさに味の世界を広げるのにふさわしい場所です。香港にきて挑戦できること、勉強できることがまだまだあると感じます。失敗さえも楽しんで明るく乗り越えていけるように頑張っていきます。