

## chapter.3

# 「仕事」 のリアル

会社にはさまざまな部署があります。  
それぞれの役割や仕事の魅力を、  
そこで働く人たちに語ってもらいました。

取材・文／小林裕子 須田忠博



## 01

### 経営企画部

役員への提案や  
会社全体の  
計画作成を行う



(株)白洋舎  
経営企画部 係長  
坂本知己氏

さかもと・ともみ●1973年生まれ。神奈川県立元石川高校、東京国際大学教養学部卒業。98年、(株)白洋舎入社。クリーニング工場での管理業務などを経て、2008年4月から現職。

#### 経営企画部の役割

経営にかかわるさまざまな企画や役員で構成される重要な会議の運営、その会議への提案など幅広い業務を行います。

その中で柱となるのは2つです。ひとつは、会社全体の中長期(3~5年)と翌年の経営計画を立てて基本方針と数値目標を取りまとめること。これを元に各事業部で具体的な計画を作り、実行します。

業務のもうひとつの柱は、役員の求めに応じて経営の判断材料をまとめたり、役員に対して検討してほしいと提案したりすることです。つまり、役員の頭脳ワークをサポートするわけです。

#### 坂本さんの仕事内容

経営計画の立案と役員をサポートという大きな仕事は上司の部長とともに行うのですが、それ以外に日常的な業務がいろいろとあります。

まず、稟議書の内容を確認して回覧する業務。稟議とは、書類だけでさまざま

な意思決定をする方法です。全国の事業所から1年間に約1500件の稟議書が上がってきます。

次に、社内の最高意思決定機関である取締役会(毎月1回)と常務会(毎月2回)を開催・運営する仕事があります。

さらには、十数社あるグループ企業を統括管理する上での窓口業務や必要に応じての部長会長の招集、広報活動など、非常に広範囲にわたっています。

#### この仕事の魅力

経営企画部の仕事では多くの人との出会いがあります。当社の役員や部課長、関連会社の役員、海外現地法人のスタッフ、金融機関や不動産関係の専門家、マスコミの方など多種多様な人とのつながりで成り立っている仕事なのです。

当然、皆さんの価値観は千差万別です。価値観が異なる人との出会いは新たな発見を促し、視野を広げてくれます。そういう人間的な成長が刺激されるころは、この仕事の大きな魅力だと思います。



# 02 広報部

会社の事業活動に関する情報を世の中に広く伝える

## 広報部の役割

主な役割は会社に関する情報の社外への発信です。その意味では宣伝部と似ていますが、宣伝部は新聞広告やテレビCMなどを作ってアピールするのですが、広報部は主に新聞や雑誌、テレビなどの記者に対し、新サービスや会社の情報を広く発信します。そして会社の活動を記事として紹介してもらうことで、会社のイメージアップにもつなげていくのです。

## 小泉さんの仕事内容

マスコミ各社からの取材依頼に対応しています。宅配や運送に関する取材のほか、環境問題への取り組み、子育てと両立している女性ドライバーの話題など、依頼されるテーマはさまざまです。企画内容に合うネタや社員の情報をつかむために、日頃から社内の人とコミュニケーションをとり、情報収集は欠かせません。会社の魅力をアピールできる情報を選び、マスコミに売り込むこともします。ニュースリ



佐川急便(株) 広報課 主任  
小泉友紀氏  
本社 東京本部

こいずみ・ゆき●1973年生まれ。オーストラリア留学とカナダの商社勤務を経験し、2000年に佐川急便様に入社。本社(京都)の経営企画本部を経て、2007年に広報部へ異動。

ースという文書を作って、マスコミ各社に配布するんです。いかにマスコミの目にとまる情報を選んで発信し、取り上げてもらうか。難しい仕事ですが、広報の腕の見せどころです。

## この仕事の魅力

私が出したニュースリリースを見てマスコミの方が興味をもち、紙面や番組で取り上げられるとうれしいです。「うちの会社が紹介されている」と、社員も喜んでくれます。広報が社会の役に立つ仕事だと感じたのは、東日本大震災のとき。地震発生後、弊社はいち早く被災地の宅配を再開し、その情報をニュースリリースで流したんです。被災地の復旧にかかわる情報なので多くのマスコミに取り上げられ、一般の方たちからの反響も大きかったです。「ニュースで知り、被災地の両親に物資を送ることができました」「記事を読んで感動しました」という電話やメールをたくさん頂戴しました。「この仕事をやっていてよかった」と思いました。

# 03 人事部

社員の能力を活かし、活躍できるように制度を考えて実行する

## 人事部の役割

会社の利益は、社員の働きがあって生まれるものです。社員の能力を最大限に発揮して活躍できるようサポートするのが人事部です。社員を適材適所に配置し、能力を引き出す教育制度や働く意欲を高めるための昇格制度なども考えます。人事部の業務は会社によって異なりますが、当社人事では給与福利厚生も担当です。

## 伊登さんの仕事内容

主な仕事は新入社員の採用です。会社説明会で学生さんに業務内容を説明したり、面接、筆記試験などの選考にかかわります。大切に行っていることは、会社が学生さんを選べるだけではなく、学生さんから選ばれる会社になるということです。私たちが一緒に働きたいと思う人たちが選ばれる会社になり、優秀な人材を確保するのが私たち採用担当者の使命です。

私は、人事部のワーク・ライフ・バランス推進課にも所属しています。ワーク・ライ



(株)大和証券グループ本社  
人事部 人材開発課 兼  
ワーク・ライフ・バランス推進課 課長代理  
伊登友香氏

いとう・ゆうか●1979年生まれ。福井県立藤島高校、慶應義塾大学法学部卒業。03年、大和証券(株)にエリア総合職で入社。福井支店に6年勤務し、職制転向試験を受けて総合職に。09年より現職。

## この仕事の魅力

採用の仕事では、「一緒に頑張ってきた方、仕事もプライベートも充実させることで社員がやりがいをもって働き、仕事の成果につなげるというもの。仕事を効率化させることで社員が自己研鑽に励む余裕ができれば、たとえば資格取得など証券のプロとしての専門性を深めることに結びつきます。また、育児休職や短時間勤務などの制度を拡充したことで、育児中の女性社員もキャリアを中断せずに活躍の場を広げていきます。

採用の仕事では、「一緒に頑張ってきた」と思える人たちとたくさん出会えるのが楽しいです。会社説明会などで当社の魅力が学生さんに伝わっているのですが、「伊登さんに会えて、ここで働きたいと思う」と言ってもらえたらいいです。また、新しい制度を考えるのも面白いですね。私たちが考えた制度が社員のやる気を引き出し、会社の利益にもなる。挑戦しがいのある仕事だと思います。

# 04 宣伝部

CMや広告を通じ、  
企業や商品の魅力を  
一般消費者にアピール



エステー(株)  
宣伝部 主任  
野口 優氏

のぐち・まさる●1971年生まれ。東京都立田無高校、亜細亜大学法学部卒業。1994年、日用雑貨メーカーのエステー(株)(当時の社名はエステー化学)入社。営業本部を経て2002年より宣伝部。

## 宣伝部の役割

企業の想いや商品のメッセージを雑誌広告やテレビCMなどの形で消費者に送るのが宣伝部の役割です。メッセージを送るといふことは広報の仕事と似ていますが、広報は商品や業績、人事異動など会社に関するさまざまな情報を発信するのに対し、宣伝部は主に商品を買って使っていたりという目的のために、商品の魅力のアピールし、企業と消費者のつながりを作ります。

## 野口さんの仕事内容

消臭芳香剤「消臭力」や衣類の防虫剤「ムシユータ」など、商品のCM制作全般です。企画から撮影までかわり、CM制作の裏話をまとめたウェブサイトを「エステー宣伝部ドットコム」の構成も担当しています。そしてもうひとつ、CMを放送するために必要な業務も担当しています。CMの放送時間(放送枠)の買い付け業務です。テレビには24時間、さまざまな番組が

放送され、流れるCMも膨大な数です。そのなかでエステーのCMをどのテレビ局のどの時間帯に流すか、どういう番組の合間に流せば宣伝につながるのか、調査、分析をして放送枠を購入します。わが社の商品は家庭用品なので、主婦が見ているような番組や時間帯を見極めてCMを流さなければ効果は出ません。地味ですが、重要な仕事です。

## この仕事の魅力

CMは広告代理店、CM制作会社などの協力を得て、エステー主導で作ります。ディレクター、映像カメラマン、CM音楽を作る作曲家など、才能のある方々と出会えるのもやりがいのひとつ。そうして作ったCMを、見た人はどう感じたか。ツイッターなどをチェックして反応を調べるんですが、「CMを見て買いたいって思った」などというツイートをたくさん見つけると、うれしいです。「僕らのメッセージが届いた!」という手応えを実感できるのも宣伝の仕事の魅力です。

# 05 総務部

幅広い業務をこなし、  
社員が仕事をしやすい  
環境を作る



(株)チヨダ  
総務部 係長  
高村 建氏

たかむら・けん●1967年生まれ。千葉・私立千葉商科大学付属高校、千葉商科大学商経学部卒業。89年に靴専門店チェーンの(株)チヨダに入社。店舗に5年間勤務。店長をつとめ、94年に総務部に異動。

## 総務部の役割

社員が働きやすいよう、環境を整えるのが役割です。例えば、当社総務部の場合、コピー機、パソコンなど備品の手配や管理など庶務的な仕事や、社員の採用・年金や社会保険の手続きといった人事、労務の仕事もあります。また、健康診断の実施や社員寮の管理にもかかわるし、役所へ提出する書類の作成も仕事です。担当部署を特定できないような業務は、たいがい総務が受け持っています。「総務の任務」と書いて「総務部」だと思ってください。

## 高村さんの仕事内容

私の担当業務は社員の給与計算、福利厚生施設の管理、株主総会の運営などがあります。実務には税金や年金、法律などの知識が必要になる場合も多く、法律の改正や国の制度の変化にも対応していかなければなりません。就業規則など社内規程に関する業務もそうですね。社内規程は会社を運営するための必要なルー

ルなのですが、この見直しの作業も私が担当しました。法改正の動きと社内の実情を照らし合わせながら、取り組んできました。専門的なノウハウが求められるので、外部の勉強会やセミナーにも積極的に参加し、実践的な知識を得ています。

## この仕事の魅力

当社は「東京靴流通センター」など、全国で約1150店舗を展開しています。総務部の仕事には、こうした現場の店舗の職場状況を理解していることが大切です。私自身の店舗勤務の経験も役立ちます。例えば、社内の連絡メールを各店舗に送る際も、接客業務で忙しい社員にも合間に読んでもらえるよう、文章を工夫するとか。このように総務は地味な仕事が多く、成果が数字に表れることもあまりありません。野球にたとえると、送りバントのような役割だと思います。脚光を浴びる仕事ではないけれど、会社というチームのためになくてはならない仕事をしているという実感がありません。

# 06 経理部

会社のお金の動きを  
まとめ、経営状態を  
表す決算書を作る

## 経理部の役割

経理というと、日々の売上や使ったお金（経費）を計算する部署といったイメージが強いでしょう。そうした業務もありますが、重要な役割は会社の業績を示す決算書を作ること。決算書は会社の成績表のようなものです。会社の事業成果が数字という目に見える形になるので、ビジネスの動きがよくわかります。決算書の内容は、会社の今後の経営方針にも活かされ、来期、再来期以降どのビジネスを伸ばしていくのか、どの国や地域に経営資源（ヒトモノお金など）を投入するのかといった将来計画にも必要となります。

## 高品さんの仕事内容

国内外に約900社のグループ会社があるオリックスはグローバルに事業展開をしており、グループ経営を重視しています。そこでグループ全体の経理を集約することが必要になってきます。その業務にかかわるのが私の仕事です。私は複数のグ



オリックス・エム・アイ・シー(株)  
情報統括グループ 連結第2チーム 主任  
高品 悟氏

たかしな・さとる●1978年生まれ。東京都立両国高校、慶應義塾大学文学部卒業。2001年にオリックス(株)に入社。営業部、人事部、経営企画部勤務を経て、2009年よりオリックス・エム・アイ・シー(株)に転出。

ープ会社を担当していますが、各社の経営状況や取引内容を的確につかむことがグループ全体の適切な決算書作りに重要となってきます。

当社はニューヨーク証券取引所にも上場していることから英語を使う業務も多く、例えば海外の関係者向けに英語の報告書を提出する業務もあります。当社に限らず、グローバルに事業展開している企業では、経理の仕事でも英語が求められる場面がとても多いと思います。

## この仕事の魅力

数字に携わる業務のため、会社の経営方針に間近で触れることができる仕事だと思えます。なぜこのビジネスが儲かるのか、なぜ売上が減少したのか、来期はどのくらいの利益が見込めるのか。これらを数字の裏づけをとりながら分析し、今後の展開を読み解く、とても面白い仕事です。「なんとなく」という感覚だけに頼るのではなく、数字をもとに物事をとらえる力を身につけることができたのも収穫です。

# 07 財務部

会社の資金を適切に  
管理し、事業活動を  
円滑にする

## 財務部の役割

企業が事業活動を運営するには資金が必要で不足すると、事業展開が難しくなり、会社の存続にもかわつてくるのです。そこで資金を適切に管理する役割を任せられている部署が財務です。「経理部とどう違うの？」と質問されることが多いのですが、経理部は仕事はお金のお出入りを記録し、事業の実績を決算書の形でまとめること。それに対し、財務部は資金計画や資金繰りが仕事です。

## 村田さんの仕事内容

財務部門にはさまざまな業務があり、私は支払い、すなわち会社から出ていくお金を担当するチームの所属です。社員の給料など月々決まって出ていくお金、新規事業を立ち上げるためのお金、取引先に支払うお金、企業買収に必要なお金。そうしたお金を支払うために、いつ、どれくらい資金が必要になるのかを週単位、月単位で予測し、不足しないように管理し



日本アイ・ビー・エム(株)  
財務 資金企画  
村田まり氏

むらた・まり●1983年生まれ。千葉・私立市原中央高校英語コース、上智大学比較文化学部(現在は国際教養学部)卒業。2007年に日本アイ・ビー・エム(株)に入社し、財務部門に配属される。

ます。財務にはお金の借り入れを担当するチームもあり、双方で連携しながら必要なお金を調達します。アメリカのIBM本社や他の国のIBMの財務担当者とは連絡を取り合うこともあり、英語を使う機会も多いです。そして期日までにお金の支払いをするまでが仕事。支払いは管理システムを通して行うので現金を数えたりはしませんが、扱う金額は時には桁はずれに大きなものもあり、責任重大です。

## この仕事の魅力

予想外の支払い業務が発生することもあり、なかには「取引先の会社に明日までに」と急ぎのケースもあります。どんな場合でも期日までにお金を用意し、支払いができなければ取引先の人に迷惑がかかりますし、会社の信用問題にもかかわります。限られた時間内で関係者と連携しながらお金を調達し、支払いが完了したときは「間に合ってよかった」と喜びを感じます。財務にしかできない仕事だと思っているので、やりがいは大い입니다。

# 08 営業部

用途ごとに製品性能や  
使い方を説明して  
販売増加を図る



(株)クラレ  
化学品カンパニー メタアクリル事業部  
機能材料販売部 樹脂・光学部材販売課  
佐藤直哉氏  
さとう・なおや●1987年生まれ。東京・私立早稲田  
実業高校、早稲田大学商学部卒業。2010年、(株)  
クラレ入社。新人研修後、同年8月に現在の部署  
へ配属される。

## 営業部の役割

私が所属する部署で扱っているのはアクリル樹脂という製品です。お客様である製造業の会社により多く買ってもらうのが任務。具体的には、溶けにくい、割れにくい、変質しにくい、光を通しやすといった各製品の性能や成形法に関する問い合わせに答えたり、製品サンプルを提供したりして、新規の販売や既存取引量の増加につなげます。

現在、アクリル樹脂の需要はとても活発です。当社製品の用途は自動車の雨よけやテールランプから小型カメラのレンズ、ディスプレイの導光体、さらには各種のビン容器、キーホルダーなどの雑貨にいたるまで多岐にわたります。

## 佐藤さんの仕事内容

今、私はレンズメーカーや素材系商社を顧客に仕事をしています。レンズメーカーへは毎月訪問し、既存取引品の需要見込と新規案件をリサーチします。一万、商社

からは、実際に製品を使っている各メーカーの需要動向をつかみます。製品情報の提供などで売り込むためです。

ウェイトが最も大きい日常業務は問い合わせへの対応です。用途に合った性能を出せるか、こういう成形は可能かといった相談に乗ります。そして製品サンプルを送ったり、ときには社内の専門技術者と協力して対応したりもします。

## この仕事の魅力

私は化学メーカーで素材の営業をしてきて当社に入りました。素材の用途は多種多様。広く世の中の役に立っています。それだけ提案型の営業が有効でもあるわけです。この点は、でき上がった物を扱う営業職にはない魅力でしょう。

また、問い合わせの内容や求められるサンプルの傾向から市場動向を分析し、新たな製品開発のための情報として社内に関連部署へ伝えるという役目も担っているのですが、この分析は難しい反面、ワクワク感のある仕事です。

# 09 商品企画部

市場を細かく分析し  
他社よりも売れる  
商品を創り出す



近畿日本ツーリスト(株)  
国内旅行商品事業本部  
メイト事業部 企画3課 課長代理  
若月邦彦氏  
わかつき・くにひこ●1972年生まれ。東京・私立自由ヶ丘学園高校、東京情報ビジネス専門学校卒業。93年、近畿日本ツーリスト(株)関連会社に入社。98年転籍。商品企画一筋に歩む。

## 商品企画部の役割

私が所属する事業部は国内バック旅行を扱います。ここでの商品企画とは、バックにすることで価値を加え、魅力的な旅行商品に組み立てる業務を指します。

具体的には、いつどこを出発し、どの交通機関でどんなコースをたどり、どこに宿泊して、どんな食事を食べ、どんな楽しみが得られて、いつどこで解散するかといった旅行の骨組みを作ります。

しかし、当社が輸送や宿泊、飲食などの手段を持っているわけでは当然ありません。商品の企画にあたっては、航空会社や宿泊先、観光・食事施設などと個別に交渉し、利用条件を決めます。その結果、お客様は個人で各手配をする必要がなく、しかも割安な価格になるんです。

## 若月さんの仕事内容

私の担当は、東京から出発する九州行きのパック旅行です。企画は、温泉めぐりのような、毎年よく売れる定番商品と、例

えば大河ドラマのブームに関連付けたような新規商品の2方向で考えます。

定番商品の企画では、前年同期の販売実績や他社商品、市場の変化など細かな分析が必要です。競合商品よりも魅力をアップさせるためです。

一方、新規商品の企画では、歩先のプランを予測したりして検討します。意外なヒット商品につながるんです。

## この仕事の魅力

私は、バック旅行の商品企画という仕事に2つの面白さを感じています。ひとつは、ゼロから考え、より価値ある商品に創り上げていけるという点です。自由な発想で取り組めます。

もうひとつの面白さは、実際に売り出してみないとどのくらい売れるかが分からないことです。予想以上に売れることもあれば、売れないこともある。百点満点の正解がない奥深さ。この2つの面白さから、わたしは商品企画という仕事をずっと続けてきた気がするんです。

# 10

## 技術研究所

事業に用いる技術を  
基礎から研究し、  
実用化へ導く

### 技術研究所の役割

当社技術センターの組織は、建築分野と土木分野のそれぞれについて技術研究所と技術開発部に分かれています。

短期的な建設プロジェクトに対応することが多い技術開発部に対し、技術研究所は10年といったような長期で続ける基礎的研究も含めた研究開発にあたっています。新しい構造や工法、材料などを生み出して、建築・土木技術を進化させるのが一番の任務です。

研究には、技術センターが自らテーマを設定して取り組む自主研究と、社内外からの依頼で行う受託研究の2タイプがあります。また、進行中の現場での技術課題を解決する仕事も行っています。

### 石井さんの仕事内容

私は土木技術研究所で地盤関連技術を担当しています。ここ数年、特に力を注いでいるのは軟弱地盤の液化化対策と人工地盤の構築技術の研究です。



大成建設(株)  
技術センター 土木技術研究所  
地盤・岩盤研究室 地盤環境チーム 主任研究員  
石井 裕泰氏  
いしい・ひろやす●1971年生まれ。神奈川県立厚木高校、東京工業大学土木工学科、同大学大学院理工学研究科修了。97年、大成建設(株)入社。主に技術研究・開発畑を歩み、2009年から現職。

一般的に研究開発では、テーマにそった調査や分析を行ったあと、問題の的を絞り、解決するための方法や技術を考えます。その際、実験や数値解析などを経て、評価を行います。そして最後に、現地へ適用させる技術として確立し、それを運用するための指針を作成するといったステップをたどります。

### この仕事の魅力

技術研究所で仕事をしてきて感じるのは、研究開発テーマとの出合いの面白さです。例えば、地盤を構成する土は場所ごとに性質が大きく異なり、現場単位で問題解決が図られます。しかし、一歩二歩と下がって眺めると、ばらばらの事例の中に共通点を見出せることがあり、それが次のテーマになったりするのが面白いです。

もちろん、どんなテーマであれ、基礎研究には時間が掛かります。粘り強さが必要。粘り強く取り組むうちに、何かのきっかけで大きく前進したりするのです。そんな点も研究開発の面白さです。

# 11

## 生産管理部

受注案件ごとに  
製造から出荷までを  
コントロールする

### 生産管理部の役割

生産管理部は営業部門と製造部門の間をつなぐ立場にあります。営業部門から入った受注情報を製造部門へ展開し、製品出荷までの進行を管理します。

受注情報には、製品・規格・台数・納期が明示されています。ときには、生産能力を超え、お客様の希望納期までに生産しきれない案件もあります。その場合、営業部門、製造部門と折衝するのも生産管理部の重要な役目です。

また、お客様の希望で一部の設計変更が必要になることもあり、そういった設計の進捗管理も生産管理部の仕事です。

### 七宝さんの仕事内容

私が担当している製品は車載の業務用無線機で、欧米の警察や消防の車両で使用されています。近年は年間で数万台の出荷です。1回の受注数量は数千台単位で、受注から出荷までに3〜4カ月を要します。この製品は多機種あり、同時に



日本無線(株)  
生産本部 生産管理部  
標準品グループ担当課長  
七宝 浩氏  
しちほう・ひろし●1968年生まれ。兵庫県立兵庫工業高校電気科卒業。87年、日本無線(株)入社。量産品の製造管理と生産管理をほぼ等しく経験。2003年から現在の部署に所属し、09年に現職。

生産するので生産能力や納期を考慮して効率的に生産する計画を立案します。ほかに、携帯電話の基地局用アンテナも私の担当です。この製品はお客様の希望納期がわりと短いため、営業部門と相談しながら見込生産を行っています。

### この仕事の魅力

この仕事ではダイナミックさを感じることができません。というのは、自分の指示で工場の生産体制が大きく組まれ、その司令塔としてコントロールしているという実感が持てるからです。また、今回の大震災後は、通信インフラ設備を急ぎ納入するなど、復興に向けた貢献になっているのも励みになります。

その一方で、いつも計画通りに生産が進むとは限りません。ハードルを乗り越えてやっと納期に間に合ったなどという事態も起こります。そういうとき、営業部門から、そして納品先のお客様からもらう感謝の言葉がいかにうれしいか。感謝される仕事は実にいいものです。

# 12 社員食堂

社員の健康増進のため  
旬の食材でおいしい  
昼食メニューを考える



(株)タニタ  
管理本部 社員食堂  
荻野菜々子氏

おぎの・ななこ●1982年生まれ。東京都立足立高校、女子栄養大学短期大学部食物栄養学科卒業。栄養士。2005年入社。社員食堂担当。単行本『体脂肪計タニタの社員食堂』がベストセラーに。

## 社員食堂の役割

当社の社員食堂は直営です。私を含む女性従業員3名で運営しています。平日の昼休み時間のみオープンで、1日に平均60名の社員が利用します。

メニューは1種類ですが、1年サイクルの日替わりで、同じメニューはほとんどありません。また、単に空腹を満たすための昼食でなく、健康の維持・増進に役立てるため、エネルギーは500キロカロリー前後とし、食材も、旬の野菜をふんだんに使つてなるべく偏らない工夫をしています。旬の食材は味も良く、栄養が豊富で、しかも値段が安いというメリットがあるからです。

## 荻野さんの仕事内容

具体的な仕事としては、午前中の時間は調理に充てています。使用した調理器具や食器の洗浄、調理室内の清掃、保存食材の整理などもスタッフ全員で手分けして行います。

食堂運営のリーダーであり、栄養士でもある私がひとりで行う重要な仕事のひとつに、メニューの決定があります。当社には、1年サイクルで使える昼食メニューのレシピが蓄積されています。私はそれをアレンジして使っています。

その一方で、前日の午後3時までに入る食事予約の人数管理や食材の発注といった事務的な仕事も私の担当です。

## この仕事の魅力

一番の魅力は、自分の勤める会社の身近な社員が毎日、楽しみにして食べに来てくれること。そして、「おいしかったよ!」と声を掛けてくれることです。作りがいがありません。

好き嫌いという点では、特に嫌われがちな食材を使った料理のとき、残食に注目します。いつもより残す人が減った日は調理の工夫が認められた気がして、うれしいですね。昼食の体験が家庭での献立や外食の選び方に好影響を与えてくれたらいつも思っているんです。

## 「ブラック企業」に

注意!

世の中には「ブラック企業」と呼ばれる会社がある。「働いても報われない会社」のことだ。ブラック企業アナリストでありキャリア教育プロデューサーである新田 龍氏は、特徴を表のように分析する。「ただし、薄給やハードワークというだけで、ただちに『ブラック企業』と決め付けるべきではあ

りません。会社が成長途上なら、そうした厳しさもあり得ます。見極めるポイントは、経営者がいざ本場に社会や社員に報いたいと思っているか、それに向けて努力しているか、そして、遵法意識があるかどうかだと思えます(新田氏)。さらに、働く本人がどんなワークスタイルを望むものかによっても見方は異なる。最短で経営スキルを身につけて独立したいといった人には、一人で何役もこなすハードワークは、望むところだったりもするだろう。

会社側が一方的に発している情報を鵜呑みにしないこと。会社を選ぶ際には、それが重要だと新田氏は語る。「会社説明会やホームページなどで言っていることは事実なのか。高校の先生であれば会社の人にそれをあらためて見せてもらったり、説明を求めてはいかがでしょうか」

## ●ブラック企業の特徴

	ブラック度 低	ブラック度 高
労働環境 (労働時間)	ハードワークだが、他の面で報いようとはしている	社員は働いてナンボ。でないと給料は払わない、というスタンス
給与・待遇	今は安いけど何か払おうとしている	給与を払う気がない ・現物支給や恣意的な昇降給が見られる
社風・ 人間関係	体育会系のノリ	・足の引っ張り合いで皆、疑心暗鬼 ・罵声が飛び交う
上司	・上司が厳しい ・たまに理不尽なことをいう	・部下を人間扱いしない ・不祥事の揉み消しなどの違法行為がある
経営者	「会社や事業をこうしたい」、 「社員にはこうなってほしい」という志がある	会社を私物化しており、自分の利益や楽しみのためなら違法行為も平気でやる

『人生を無駄にしない会社の選び方』(新田 龍著/日本実業出版社)より抜粋



ブラック企業アナリスト  
キャリア教育プロデューサー  
新田 龍氏