

学生による 就活生のための フリーペーパー

TAKE FREE

CAREN

01 2016.10
Autumn
Edition

職場に
こんにちは！

株式会社鈴乃屋

東京キリンビバレッジサービス株式会社

株式会社東京めいらく

株式会社トラストネットワーク

明和地所株式会社



追い風よ、来い。

CONTENTS

はじめに

04-05

“「採用したくなる学生になる」
ことを目指して”

職場に
こんにちは
は！

06-08

“コミュニケーション能力が大切”
(株)鈴乃屋

09-11

“販売促進プランの立案も
セールスマンの大事な仕事”
東京キリンビバレッジサービス(株)

12-14

“安全、新鮮、おいしさを一人一人に！”
(株)東京めいらく

15-17

“豊富な職種と現場が強み”
(株)トラストネットワーク

18-20

“社内にみなぎる社員の活気”
明和地所(株)

おまけ

21

Webby Carenの紹介

22

CARENを作っている人たち



「採用したくなる」

学生になる」

ことを目指して

指導・監修

粕谷卓志

(かすやたかし)

元朝日新聞社編集局長。警視庁キャップ、社会部長、編集局長、編集担当役員、東京本社代表などを歴任。その後テレビ朝日常務、テレビ朝日ミュージック会長。社会部記者として主に事件と調査報道を担当。昭和から平成にかけての多くの事件事故取材にかかわる。「メディア欄の創設」で1992年新聞協会賞受賞。共著に「福島原発をテーマにした「原発の現場」」「リクルート報道」「言論の自由」など。販売局時代に学生と新聞をつなぐ「就職セミナー」を開発。エントリーシートの書き方はじめ文章力の重要性を説いている。

企業と学生による共同研究・研修会

COMPANY STUDENTS PARTNERSHIP

会社に行って「聞く」「見る」「学ぶ」そして「伝える」

株式会社キャレンハウスでは、学生たちの就職活動を応援するため2016年3月からC.S.P.(Company Students Partnership)を開始しました。就職活動において「自己分析」と同じくらい大切なのが「企業分析」です。今日、企業情報はネットに溢れていますが、それでもわからないのはその企業の「におい」。実際に企業を訪問してそこで働く社員の方のお話を聞くことによって、それぞれの企業の特色を肌で感じていきます。CAREN第1号では、訪問した企業の中から選りすぐりの5社を学生の実感のこもったレポートとともにご紹介します。

大学3年生、短大1年生の秋になると、就職活動の話をする周囲が増えだして、はたと我にかえります。自分は何をしたいのだろうか？どんな仕事に向いているのか。あまり考えていなかった人たちは急に焦り始めます。

そうなる前に、一つだけでも自分の自信になるものがあつたらどんなに心強いことでしょう。

「採用したくなる学生になる」。それが今回のC・S・P企画の狙いです。学生たちには自身の力となり、大学と企業はそれをサポートします。力をつけた学生たちが多くなれば多くなるほど、大学と協力した企業の信頼とブランド価値は高まります。学生たちに何の力を与えるのか。それは文章力です。

自分の思いを伝える。相手の意向を読み取る。言葉で、文字で。読み応えのある文章。深みのある文章は人の心を動かします。SNSやツイッター、インスタグラムなど短文や絵文字で伝えることが日常の現代の学生は、長文作成に慣れていません。

心に残る文章を書くにはどうしたらいいのか。就活に役立つ文章の極意をC・S・Pで実践的に学びます。

まず学生たちは事前研修で、自分の将来、なりたい職業、夢、を再認識します。そのうえで、それを文章にすること、伝え方を、学んでもらいます。さらに訪問する企業で担当者から説明を受けるときに、ただ聞いているではなく、聞いたことを他の人たちに広く伝えるためにどうしたらいいのか、取材方法を学びます。そして、実際に訪問して、企業とはどういうところなのか。仕事をするということは。自らが訪問して体験します。

その後、いよいよ「伝える」作業です。書いたことがない学生が多いのですから、最初は満足に書けなくて当然です。何度も添削指導をし、文章のキャッチボールを完成までしていきます。

こうした一連の作業を通じて、学生たちは多くの力を得ることでしょう。

自己PR力、自己分析力、共同作業によるチームワーク、相手企業などを訪問する

際に不可欠な礼儀作法。人の話を聞いてそれを文字にする取材力、文章力。こうした努力の積み重ねが、その学生の人間力を高めることとなります。

一方、学生たちを送り出す大学側は、就職キャリアサポートの具体的な実践例が増し、学生たちからの信頼感が高まるでしょう。保護者へのアピールとともに保護者の大学への信頼感へつながります。高校生が受験する際の大学選択肢にもつながります。協力していただいた企業にとっては、学生たちが作りあげた雑誌のほか、学生たちの口コミでも企業PRが伝わり、イメージアップとなるはず。これまで縁がなかった学生層の掘り起こしにもつながり、人材確保の層が広がります。

今回、本雑誌の発行はまずはそのテストケースとしての第1号です。次ページ以降の記事はすべて、長い手紙や日記を書いたことなどほとんどいかなかった学生たちがチャレンジしました。

若い世代の広がる可能性をお読み取りいただければ、と思います。

職場に
こんにちは!
01



コミュニケーション
能力が大切

SHOKUBANI KONNICHIMA

06-07

SHIMA

06-07

着物と聞いて何を思い浮かべるでしょうか。袴、振袖、七五三、成人式など、着物の種類や着物を着るときのことを思い浮かべる人が多いでしょう。



手口で

お客様と会話をしながら売

2016年初夏、私は株式会社鈴乃屋を訪問しました。着物を中心とした小売業です。JR御徒町駅から徒歩で5分くらいのところに本社がありました。8階建てのビルで、1階部分には色とりどりの着物がずらりと並んでいます。男性用や子供用の着物もたくさんあります。店員さんも着物を着ていて、とても高級感あふれる雰囲気です。私は別世界にきてしまったのではないかと困惑するほどでした。

説明をしてくださるのは人事部長の苧米隆彦さんです。優しくそうな眼をしています。最初に説明されたのは小売業についてです。その昔、肉屋や豆腐屋、酒屋といった業種の人たちが各家庭を訪問し、勝



着物を

好きか

どうかではな

っていたそうです。しかし、スーパードレスの誕生によって状況は一変しました。スーパーは肉、豆腐、酒などすべてをそろえることができるため、売り手が家に訪問して売り込みになかなくても、お客様の方から来てくれるようになります。その結果、お客様との会話が減ってしまいました。

では「呉服屋」はどうでしょう。「呉服屋は着物を店に置いてお客様を待つているだけでは売れない。だから営業の要素が強いのです。」と苧米さんは言います。ですから、採用面接するときには、

く、人間性を見ているといいます。苧米さんは面接している学生と仕事をしたいと思ったか、その人を雇ったら将来会社は伸びるのかということを考えて面接にあたるそうです。

苧米さんも新卒で入社しました。ところが入社1年目はあまり熱心に仕事に取り組めていなかったそうです。本社に配属されたのではなく首都圏の営業店だからでした。仕事がいやになったときもありましたが、そんな時助けてくれたのが同期やお客様でした。他店舗への転勤が決まったとき、お客様がわざわざ会いに

来てくれました。「交友関係、人間関係が大事なのです。」と苺米さん。自信となり、仕事が好きになったそうです。

苺米さんに続いて、入社4年目、レンタル事業部の鈴木翔さんが話をしてくれました。鈴木さんは福島県出身で、大学まで福島県いわき市で過ごし、入社後に東京暮らしを始めました。入社したきっかけは、着物が好きだったからではなく、会社説明会の時に親身に説明してくださった苺米さんと出会い一緒に働きたいと思ったからです。

鈴木さんは言葉遣いが丁寧でも落ち着いた口調で、私たちの質問に答えてくれました。

レンタルブティック

上野店の鈴木さんに

一問一答

— 仕事で辛かったことは何ですか？

着物を借りに来られるお客様の大学の

卒業式の日にちがそれぞれ違うため、休みが取れず連勤が続いたことですね。

— やりがいは何ですか？

入社する前は、店舗に来たお客様に呉服を売るだけだと思っていたのですが、実際は大学に行っている営業活動の方が多いですね。そこで人と関わっていくことにやりがいを感じます。

— 大学等に行って実際にレンタルしてくださいお客様はいますか？

大学生の9割が袴を着るため、大学側がもうレンタルする気になってくれています。しかし競合他社との争いもあるため、お客様1人ひとりに合わせてお話ししていくことが大事ですね。

— シフトはどのようになっていいますか？

シフトは早番と遅番に分かれていて、早番は9時30分〜18時30分、遅番は11時00分〜20時00分の1日8時間労働です。休みは月に9日または8日で、平日休みもあります。



就職するには 人間性を磨け

強く感じたことがあります。就職するには人間性を磨け、ということですね。就活を控えた学生の皆さん。様々な人と交流し、人間性を磨き、心を豊かにすることが大切です。人間としての幅を広げることが就職の早道になることを知ることのできた一日でした。
(吉岡 拓真)

02 東京キリンビバレッジサービス株式会社

設立年月日 - 2000年1月 本社所在地 - 〒142-0063 東京都品川区荏原2-3-2
代表者 - 取締役社長 後藤晃氏 資本金 - 1000万円 売上高 - 258億円 (2015年12月期)
従業員数 - 約600名 事業内容 - 清涼飲料水・食品の販売



KIRIN

販売促進プランの立案は
セールスマンの大事な仕事

私たちは東京都江東区にある「東京キリンビブレレッジサービス株式会社 中央営業所」を訪れました。マンションが建ち並ぶ住宅街の中に、中央営業所はあります。

駐車場には、白地の上に「KIRIN」と赤い字で書かれた「ルートカー」と呼ばれるトラックが停まっています。入口には、リニユールしたばかりの「Met's」のポスター。嵐のメンバー3人が微笑みかけてくれます。

会議室で所長の河野（かわの）哲也さんが温かく迎えてくださいました。そしてさっそく説明が始まりました。会社の話

や業界の話、新しい生茶の話、PL損益計算書やB/S（バランスシート）貸借対照表、キャッシュフロー表といった財務3表の話など多岐に渡ります。熱っぽく、わかりやすく河野さんは話してくれました。

東京キリンビブレレッジサービス株式会社

は、2000年1月に設立された清涼飲料水・食品の販売を専門とする会社です。東京、千葉、埼玉、神奈川の一都三県に22の営業所が置かれています。中央営業所は東京の拠点の一つです。

会社にはセールスマンと呼ばれる従業員

の挨拶、お客様の要望や意見を聞き、販売促進プランの立案などをするのもセールスマンの仕事です。

営業時間は8時間

時間の使い方は個人裁量

労働時間は8時間ですが、時間の使い方は自由で、個人の裁量に委ねられているそうです。何時に出勤しても自由なのですが、早く来て早く帰る従業員が多い傾向にあるそうです。「アフターワーク」が長くなり、その分生き方も多様になるからでしょう。

がいます。彼らの仕事は、「ハンディターミナル」と呼ばれる機械で自動販売機内の商品がどれくらい売れているかを確認・分析することや、自販機に商品や釣り銭を補充すること、自販機の清掃などです。また、自販機を設置してくれている得意先へ

応募条件にはとりわけふたつのことが問われます。ひとつは、学部学科問わず高校・短期大学・4年制大学卒業見込みであること。もうひとつは、普通運転免許を所持していることです。写真付きの履歴書、卒業見込証明書、成績

証明書、健康診断書などの必要書類を提出後、作文や一般常識、運転適性を計る筆記試験と、面接があります。一般常識の試験は、SPIのようなものではなく、マークシート方式だそうです。

入社後の新入社員集合研修で社会人としてのマナーや仕事に取り組み姿勢について学びます。研修は、先輩従業員や同僚達との交流を

深める場でもあり、新入生歓迎会が行われます。また、性別に関係無く2泊3日で2トトラックに慣れる

為の「安全運転研修」ほか、能力・適性・経験に応じた仕事をを行う為の「職務別研修」などもあり、社員のキャリアアップ支援プログラムが設けられています。



「キリンの自動販売機の商品の中で最も売れているものは何ですか。ボルヴィックの500mlペットボトルです。キリンの自動販売機はなぜ白いのですか。」

を大幅に増やせたことが嬉しかったです。辛かったことは志半ばでやむを得ず退職した社員との別れです。——どのような人材を求めていますか。お得意様への訪問が主な仕事になりますので何より元気よく笑顔で受け答えができる人であれば大歓迎です。

す。競合他社が赤や青なので必然的に差別化できてますね。

——今まで仕事をやってきた中で嬉しかったことは何ですか。また、辛かったことは何ですか？

国内最大のレジャー施設担当時に商談を重ね結果として自動販売機の設置台数

一番売れている商品が「午後の紅茶」でも「生茶」でもなく、ボルヴィックの水というのにはびっくりしました。最後に河野さんは「ありのままの自分で自分の良さを磨いてください」と私たちにエールを送ってくださいました。地味な仕事に見えて実は深い。自動販売機に関わる仕事について、普段意識しないからこそ、その仕事はとてもし甲斐がありそうだと感じる事ができました。人々の幸せを支える仕事、素敵です。

（木村 亮）

河野所長に

一問一答

設立年月日 - 昭和27年12月 本社所在地 - 愛知県名古屋市中砂町310 代表者 - 代表兼CEO 日比孝吉氏
 資本金 - 1億9,050万円 売上高 - グループ計 1,572億2,410万円(2015年3月期) 従業員数 - 2,736名(2016.04.01現在)
 事業内容 - 一般家庭向け、外食産業向けに食品を生産直販 お得意先: スーパー、コンビニ、食料品店、ドラッグストア、
 ホテル、レストラン、喫茶店、洋菓子店、フーズストアなど主な取扱商品: スジャータ、ホイップクリーム、
 コーンポタージュ、レギュラーコーヒー、シルクアイス、洋菓子、調理加工食品など

職場に
こんにちは!
03

スジャータ
めいらく

「安全、新鮮、おいしさを
一人一人に!」

SHOKUBANI KONNICHWA

12-13

SHOKUBANI KONNICHWA

12-13

大塚駅南口交差点を渡り5分ほど歩いたビルの3階に株式会社東京めいらく東京本部がありました。人事課の加藤泰年さんが案内してくれた会議室は外とは違って暖かかったです。

私たちが席に着くと、説明までの少しの時間で加藤さんは、「すごいでしょ」などと会議室のことをニコニコしながら話し始めました。確かにそこは、会議室にしては変わった空間でした。社員の年間目標が掲げており、大きなだるまがありました。さらに創業者であり、現会長の日比孝吉氏のご両親の銅像が置かれていました。

説明会はまず「めいらくグループ」の概要からです。現在、名古屋製酪株式会社をはじめ、株式会社東京めいらく、株式会社大阪めいらく、株式会社九州めいらく、株式会社ラトリア、株式会社めいらくコーポレーション、めいらく食品開発株式会社、メイラク・ド・ブラジル食品輸出入有限会社、日照名酪食品有限公司、日照名酪貿易有

限公司、の
10社展開
をしています。

名古屋
中心に
規模を
広げてい
るめいらく

グループですが主力商品のス
ジャータはなんと名古屋市

の乳
製品の70%のシェアを占めているそ
うです。全国で70箇所の営業所があり
約3000人の社員が働いています。

「めいらく」というと私は「スジャータ」のイメージが強くなります。しかし実はそれ以外にも紙パック飲料やホイップクリーム、ドリップバッグコーヒー、ソフトクリームメーカーなども作っているそうで、紙パック飲料、ソフトクリームメーカーは業界トップクラスだそうです。生産拠点である千葉県



なく、

PB(プライベートブランド)商品も
作っているそうです。

加藤さんは理系の方にはその千葉県
の工場を勧めました。めいらくグル
プの特徴として流通革新、技術革新、
商品革新があるそうです。流通革新
は、乳業界では最大の生産直販販売網
を全国展開しているそうです。技術革
新は世界有数のロングライフの設備と
完全無菌の技術力のことです。私が玉

川大学の学生であることを知ると、先日玉川大学で説明会を開いたことや大学の「りんどう食堂」にあるソフトクリームメーカーもめいらく製品だと教えられました。私はとても親近感が湧きました。

大事な言葉は「縁」

休憩の後、創業者である日

比孝吉氏の話になりました。日比孝吉氏は名古屋で「名古屋の松下幸之助」とも呼ばれ、考え方などを模範としているそうです。私も松下幸之助氏の本を一度読んだ事があり、そのことを伝えると加藤さんは、「縁」という言葉について話をしてくださいました。実は松下幸之助氏



も日比孝吉氏も「縁」という言葉を大事にするとのことでした。一度入社したのは何かの「縁」ということで、「めいらくグループ」では、リストラがないとい

います。

入社後の仕事

は基本的に営業です。理系は工場勤務だそう。工場

での仕事は工場内の

食品製造に従事

し、食品衛生・品質管

理・原価管

理・設備

管理・工程管理など

の製造技術・めいら

く独自のノウハウなど

を一から教えられる。

営業はお客様からの受注品

を配達納品しながら、販売促進・代

金回収などに従事し、商売のコツ・感

覚を修得します。キャリアアップ制度

を設けており、営業職と生産技術職か

らスタートされた方は数年後から確かな

キャリア形成とキャリア

アップ制度でステップア

ップを図ります。めいら

くグループは『全ての

進歩は職場から』

『理は元』の

モットーにより、入社

後、数年間は生産・営業

の第一線に配属され、将

来、幹部となるための

基礎土台作りをし

っかりと学べるそ

うです。3時間に及

ぶ説明会后、お土産に紙パック飲料と

ドリップパックコーヒーをふたつた

だきました。とても丁寧でわかりやす

い企業説明でした。私は帰宅して、す

ぐに頂いたコーヒーを飲みました。身

も心も温まりました。

(城 翔太)

04 | トラストネットワーク株式会社

設立年月日 - 1989年1月19日 本社所在地 - 東京都港区六本木7-18-23 EX六本木ビル4F
代表者名 - 代表取締役社長 木村寿行氏 資本金 - 2,000万円 売上高 - 52億3,000万円(2015年4月期実績)
従業員数 - 856名(2015年12月現在) 事業内容 - 【業務受託・スタッツ派遣】地上波放送局/
BS放送局/CS放送局の技術全般・制作など【主な派遣先】テレビ朝日およびグループ企業/
音楽・出版社/広告代理店/番組制作会社など



TRUST NETWORK

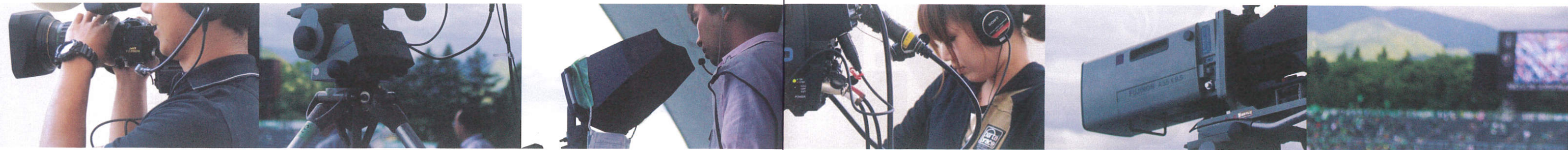
豊富な職種と現場が強み

高層ビルが立ち並び、洗練された都会の雰囲気、東京・六本木。六本木ヒルズや国立新美術館などが面する大通りの一角に㈱トラスストネットワークは本社を構えています。

同社は、マスコミ企業を中心に人材派遣をしている、㈱テレビ朝日のグループ会社です。特に放送技術の分野で幅広い力を発揮し、様々な放送番組の制作をサポートしています。

人材統括部長の福田真咲さんが素敵な笑顔で出迎えてくださり、会場となる会議室のような部屋に通していただきました。その部屋に着いて驚いたのは、テレビ番組の収録に使うようなカメラが何台も設置してあることです。これらは同社のTextbox(台場スタジオ)にある機材で、持ち出して使用するには普通は相当なお金がかかるのですが、今回のC・S・Pの様子を撮影するために無償で提供してくださいました。太っ腹……！あちこちからカメラに囲まれ、まるで私も出演者になったような気持ちになりました。

は、テレビしかなかった時代よりも増えています。動画市場の規模は今後も拡大しており、まだまだ番組を作るといいう仕事は増加傾向にあります」と胸を張りまです。なぜなら、スマホやPCによるネットでの動画視聴が増加しているからなのです。人々がテレビの代わりに見るようになったものであり、広告費が唯一右肩上がりの媒体がネットです。動画視聴サービスが昨年から急伸しています。「番組の制作力、放送の運行能力、報道の力など、テレビが持つこれらのチカラは映像業界の中でいまだトップにあります。当社ではそれらのチカラを身につけて、強力な武器にすることができまです。」と福田さん。実際にネット放送動画として人気の「ニコニコ生放送」の制作に携わるなど、テレビ業界で培った技術や能力を新たな映像分野に活かしているといえます。メディア環境の変化にいち早く対応している同社は、テレビ業界で培った『映像のチカラ』を武器にこれからどんどん活躍の場を広げ、映像



した。

福田さんによるテレビ業界全体および同社についてのお話がスタート。同社は計17の事業部を全国に展開し、ANN(テレビ朝日系列局)を始めとする多数のテレビ局に技術スタッフを配置しています。全国に26局あるANNの放送局の約半数に同社スタッフが常駐しており、BS放送局やケーブルテレビ、スカパー！など、地上波以外のテレビ番組の制作にも携わっています。

テレビ局社員が現場に出て仕事をするには実は少なく、プロダクションと呼ばれる番組制作会社や、同社のよ

業界全体を牽引しているのだろうなと感じました。

〈豊富な職種と現場〉

同社の最大の強みは、経験できる職種の豊富さです。具体的には、カメラ、音声、照明、中継、VE(ビデオエンジニア)、タイトル・CG、編集、報道・制作取材、放送技術業務、放送準備業務、ディレクター、AD(アシスタント・ディレクター)など多彩な現場があります。

ひとつの職種適性がなければ、会社を辞めなくても技術系の職種にチャレンジすることができそうです。また、地域の多さも強みのひとつです。

うなテレビ局子会社のスタッフに求められる仕事は多いのです。福田さんが、ある番組のスタジオ収録時の写真に写っているカメラスタッフを指し、「この人も、この人も、この人もうちのスタッフですよ。」と紹介してくださいました。番組はトラスストネットワークの力なくしては成り立たないじゃないか、と大変驚きました。

他分野に活かす

映像のチカラ

昨今、若者を中心にテレビを見ない人が増加しています。「テレビ視聴世帯数はこの15年で800万人〜1000万人減少し、40代以下の人の1日当たりのテレビ視聴時間は10年前と比べて20分以上減少しています」と福田さん。人々のテレビ離れの深刻さに、テレビと密接な関係にある同社の事業は先細りではないのかな、と正直不安に思いました。

しかし福田さんは、「動画を見る環境自体

へ人事担当者直伝！

内定ゲットのコツを

お教えします！

就活IIプロポーズ！

自分を知り、相手を知ること、ピンと合わせたプロポーズを。

大切なものは？ 才能、能力、実績ではなくまず準備！

心構え、自己PR、志望動機の準備が何にも勝る武器になる。

自己PR像の確立

面接で採用者が見ているのは、その人の本質ではなく、その人が表現する自己PR像。貧弱な表現であれば、自分自身が貧弱であると思われるでしょう。ESの質問に隠された眼のつけどころを探せ！

質問には必ず意図があり、隠されたポイントに答えなければ人事担当者の心には刺さらない。



人と人とで育ち
 築き上げた社風

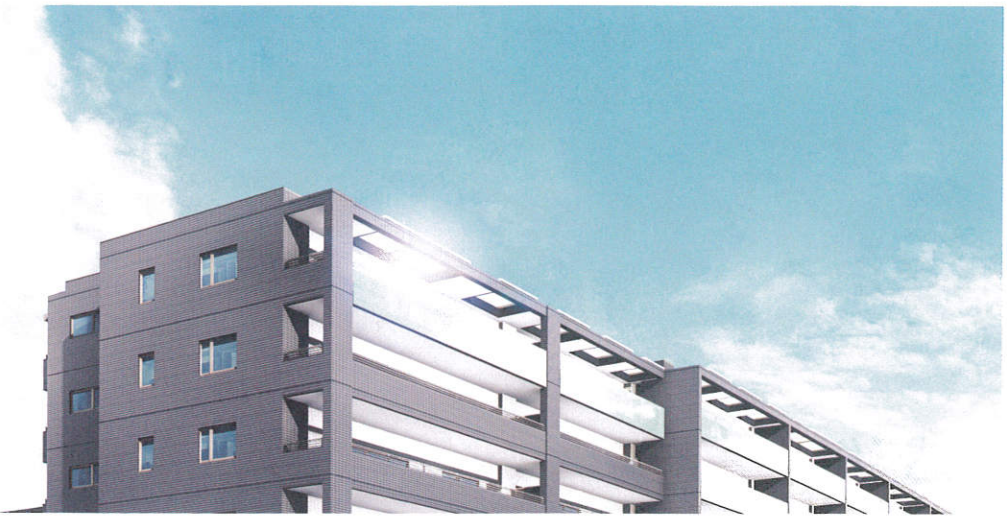
SHOKUBANI KONNICHWA

18-19

SHOKUBANI KONNICHWA

18-19

2016年夏、明和地所株式会社を訪ねました。JR渋谷駅ハチ公口から徒歩15分くらいのところに明和地所の本ビルはあります。1面ガラス張りになっていて都会にあるオシャレなビルという外観でした。エントランスもホテルのようになっています。雰囲気よく、霧囲気づくから明和地所は気遣いしているのだと感じ取れました。



明和地所は1986年に設立され、今年30周年を迎えました。30年といえば会社としてまだまだ若いのですが、これからどんどん上がって

いく会社なのだと、私は思いました。社員一人ひとりに活気があり、高い向上心を感じたからです。

街づくりにつながる仕事へのこだわり



「建設」、「宣伝」、「販売」、「アフターサービス」といった工程をたどります。ですから明和地所には企画・建設・宣伝広告・販売営業などといった部署が設けられ、社員がそれぞれ配置されています。社員は

明和地所は不動産業です。不動産業とは「売る」「貸借」「仲介」「管理」と大きくわけて4つの仕事で成り立っています。この4つの元になる「開発」を明和地所は主な仕事としています。いわゆる“デベロッパー”で、大規模な宅地造成やリゾート開発、マンション分譲をする、つまり、街づくりにつながる仕事です。

マンションが出来るまでには「用地仕入」、「商品企画(マーケティング)」、

お客様がその時その時で満足して頂けるよう心がけているそうです。

例えば企画の社員は、お客様の気づかなかった幸せを提示することを意識しています。建設の社員は、どこを気に入ってもらえたのかを必ず聞くようにしています。宣伝広告担当社員は、とにかく現地に行き、周辺環境や利便性などにより鮮明に物件の良さをイメージしていただけるようなアピールを

します。販売営業はドアの向こうにいるお客様をイメージします。

入社14年目の人事部 一安係長に一問一答

「明和地所はどのエリアに年間何棟ほどマンションを建てていますか。」

東京・神奈川・埼玉・千葉のエリアに年間約25棟建てています。

「昔と比べて、お客様のニーズはどう変化しましたか。」

昔は住むことさえ出来れば見た目は気にしないといったお客様も多かったですが、その後、外観から楽しみたいというお客様が増えてきて、デザインナーズマンションというものが流行りました。ただ最近では、東日本大震災や熊本地震の影響から『耐震性』を重視するお客様が主流となってきています。一軒家よりもマ

ンションに住みたいという人が増えてきました。

「就職活動をする学生に向けて、明和地所はどのような人材を求めていますか。」

毎年文系を中心に40人の新入社員を採用しています。営業が主になるので、男性社員が圧倒的に多いです。

面接をする際は、「こだわりがある人・様々なアンテナを張る人・負けず嫌い」この3点を中心に見ています。営業がとても大変で辞めていく人もいます。何かにこだわりを持って仕事を求める人を求めています。

短い時間でも 感じられた社内の 温もり

明和地所の社員に共通して求められていること。自分がどうした



いかではなく、お客様は何を求めているのかを考えることです。短い時間でしたが、わずかな時間でもどこか温かさを感じられる社風に、私は魅力を感じました。
(郷良孝太郎)

現役大学生が中心となって 取り組む企業・大学、 進路の情報発信地

Webby Carenは

高校、大学、企業をつなぐ情報を

学生スタッフが主力となって取材し、
発信するサイトです。

就職を控える大学生、

また進路に悩む高校生や

そのまわりの方々への参考となるよう

日々更新しています!!



Webby Caren *Caren House*

<http://www.carenhouse.co.jp/>

お客様体験できる1dayインターンシップ

東証一部

クリオマンションシリーズ

明和地所株式会社 会社説明会



■新規分譲『クリオマンションシリーズ』の企画と販売を中心に不動産事業全般を手がける総合デベロッパー。

昨年好評だった明和のインターンシップ、冬開催が決定しました！「不動産業界ってどんなもの？デベロッパーや仲介の違いは？」皆様の疑問にお答えするセミナーと実際の営業を体験していただく充実のプログラムです！



リクナビ・マイナビよりエントリーをお願いします。

リクナビはこちら



マイナビはこちら



- 場所 “クリオ桜木町モデルルーム” ※ホームページ参照
- 持ち物 筆記用具
- 参加方法 リクナビ・マイナビ2018よりエントリー・ご予約下さい。
- 連絡先 t-ichiyasu@meiwajisyo.co.jp

WRITER



小川 奈津実 / 大学名：早稲田大学 学年：3年
学部：文化構想学部 一言：未熟者ですが頑張ります…

古川 紗帆 / 大学名：上智大学 学年：3年
学部：文学部 一言：ロックと和菓子が好きです。

郷良 孝太朗 / 大学名：淑徳大学 学年：3年
学部：人文学部 一言：まともな感覚でありたい

城 翔太 / 大学名：玉川大学 学年：3年
学部：工学部 一言：勉強は苦手です。

木村 亮 / 大学名：淑徳大学 学年：3年
学部：人文学部 一言：歴史学をやっています。

吉岡 拓真 / 大学名：嘉悦大学 学年：3年
学部：経営経済学部 一言：当たって砕ける！

小嶋 和 / 大学名：東京女子大学 学年：2年
学部：現代教養学部 一言：猫好きです！

中上 郁代 / 大学名：東京女子大学 学年：2年
学部：現代教養学部 一言：美味しいものを食べている時が一番幸せです！

CREDIT

2016年10月 新装1号(41号)
発行人 雀部 博之(大学高校研究会 会長)
発行所 株式会社キャレンハウス
〒101-0047
東京都千代田区内神田3丁目21-5
TEL: 03-3251-8616 FAX: 03-3251-8610

監修・指導 粕谷 卓志
制作進行担当 大槻 美智子・宮崎 理沙

取材協力 株式会社鈴乃屋
東京キリンビバレッジサービス株式会社
東京めいらく株式会社
株式会社トラストネットワーク
明和地所株式会社

デザイン AD: 榮 良太 多摩美術大学 美術学部
統合デザイン学科 非常勤講師
D: タルボット 才門 D: 小比賀 慧
D: 大場 翔平

デザイン進行協力 木村 元紀

表紙撮影 石川 清以子

表紙モデル 中山 美織

ヘアメイク 石川 友美子

印刷所 共同印刷株式会社
〒112-8501
東京都文京区小石川4丁目14番12号
粕谷 智章、松山 陽一

スジャータ は、どれでしょう？



スジャータ坊や

© Art Office

じつはこれ、ぜんぶスジャータなんです。
 発売から40年となるおなじみのコーヒーフレッシュをはじめ、
 パラエティゆたかな商品を生み出してきたスジャータ。
 多くの人に支えられて今年、創業70周年という節目の年を迎えています。
 私たちは、これまで以上にフレッシュな気持ちで、
 食卓においさとしあわせをお届けしていきます。



70th Anniversary