

LIFESTYLE
INNOVATION
TOGETHER
RECRUITING BOOK

日立アプライアンス株式会社



いっしょにものづくり、あしたづくり。

いっしょにものづくり、あしたづくり。

多賀家電本部
第三設計部
濱田 貴子

関東・広域支店
空調リビング営業二部
大橋 亮介

海外事業企画本部
海外事業企画部
劉 楊

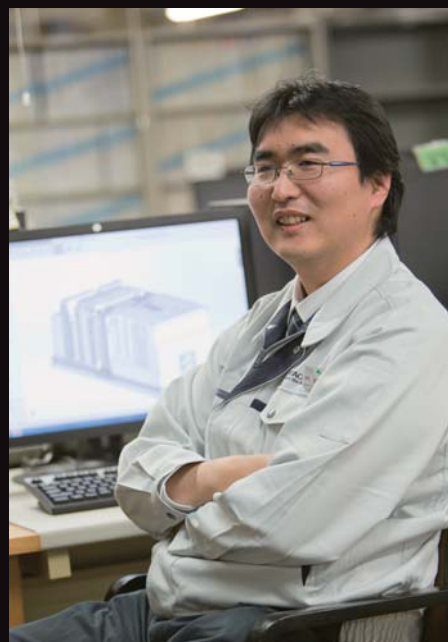
栃木家電本部
生産技術部
大塚 拓也

多賀家電本部
品質保証部
鈴木 理恵

栃木家電本部
冷蔵庫設計部
山田 三紀夫

技術も情熱も負けない。

技術に自信を持つ。自分に自信を持つ。 それが大きな成長につながっていく第一歩 かもしれない。



01 設計開発

栃木家電本部
冷蔵庫設計部
山田 三紀夫 Yamada Mikio
2001年入社
工学部 機械システム工学科卒

多賀家電本部
第三設計部
濱田 貴子 Hamada Takako
2008年入社
自然科学研究科 数理・情報システム工学科修了

日本が誇る技術や品質をもっともっと世界へ。

現在は冷蔵庫の設計の課長職として開発全体をコントロールしています。責任も増えましたが、多くの仲間たちと一緒に、新製品を世の中に送り出せる喜びを感じています。日本の繊細な技術や品質は、海外市場でも誇れるもの。冷蔵庫は東南アジア諸国で高いシェアを得ていますが、もっともっと伸ばしていきたいですね。入社したらどんどんチャレンジしてください。技術にも自分にも自信を持つことが、大きな成長につながっていくはずですから。

自分が設計した製品で家族を笑顔にしたい。

「自分が設計した製品の先に、家族の笑顔があったらいいな。」これが私の志望動機でした。現在は電子レンジの設計を担当していますが、製造現場が同じ敷地内にあるのは大きな魅力です。自分の設計した製品が徐々に完成していく工程を間近で見られるのは、仕事の手応えが感じられ、モチベーションアップにつながります。また、OFF-JT（職場外研修）も充実しているので、新人のうちからぜひ積極的に参加してスキルアップをめざしてください。

02 生産技術

栃木家電本部
生産技術部
大塚 拓也 Otsuka Takuya
2007年入社
自然科学研究科 人間支援科学専攻修了

楽をせず仕事に取り組めば結果的に“楽”になる。

「仕事を楽にしたい」人に来て欲しいです。もちろん他人に仕事を任せて楽をするという意味ではありません。生産技術の視点から見れば、仕事を素早く楽にこなせれば、労働時間分のコスト削減につながり、気持ちの余裕は新しいアイデアなどを生み出します。しかし日々の業務に追われ、仕事の進め方を改善する時間や気力がなかなか持てないときもあります。でもその先にこそ「楽」がある。それをモチベーションにできる人を待っています。

03 品質保証

多賀家電本部
品質保証部
鈴木 理恵 Suzuki Rie
2012年入社
工学部 生体分子機能工学科卒

自分への問いかけが、スキルアップにつながる。

新型洗濯機の製品認定業務は、誰よりも先に「使用者」として製品に触れる仕事。だからこそ誰よりも厳しく、広い視野で製品と向き合い、良し悪しの判断をしなければなりません。「これでいいのか?」「なぜこうなのか?」常に自分に問いかけていくことで、たくさんの知識や技術が自然と身についていくため、すごく充実感があります。新人のうちにはどんな仕事も前向きに! ポジティブであればあるほど、仕事は面白くなっていきますよ。

04 空調サービスエンジニア

空調サービスシステムエンジニアリング本部
東日本システムエンジニアリング部
池江 真太郎 Ikee Shintaro
2011年入社
建築学科卒

業務が幅広いから味わえる大きなやりがいと充実感。

私の業務は、空調システム導入の提案から現地調査、設備設計や施工管理まで、広範囲に渡ります。その分やりがいも大きく、自分の考えた空調システムが実際に導入されたときは、この上ない充実感が味わえます。新人が入って職場に新しい風が吹くことは新鮮ですし、がんばっている姿を応援したくなりますね。どんな仕事にも好奇心と疑問を持ち、遠慮なく相談してください。お互いに成長していけることが今から楽しみです。

05 営業

関東・広域支店
空調リビング営業二部
大橋 亮介 Ohashi Ryosuke
2013年入社
理工学部 電気電子工学科卒

自分の意見をしっかりと持ち、積極的に発信してほしい。

営業は製品だけでなく空調機器の周辺設備についても相談を受けることが多いので、幅広い知識を身につける必要があります。また、1年目の新人でもお客さまからは「メーカーの人」「日立の人」と見られてしまいます。だからこそ、会社を代表するひとりとしてさまざまなビジネスパートナーに対して意見をきちんと伝えることが大切です。自分の意見や考えをしっかりと持ち、すすんで発信できるような人を待っています。



自らアクションを起こす。失敗をおそれない。
一日も早くその道のプロになってほしい。



06 資材調達

多賀家電本部
資材部
山本 大輔 Yamamoto Daisuke
2013年入社
経営学部 経営学科卒

わからないことは必ず聞く。
それがお互いの糧になる。

新人のときに大切なのは、わからないことはちゃんと質問すること。私も配属当初は「忙しそうだから悪いかも」「聞くのが恥ずかしいな」と避けがちでした。でも、聞かれる側もその質問をきっかけに新しい考えが生まれたり、改めて勉強になることが多々あります。お互いに切磋琢磨していくためにも、遠慮せずにどんどん質問してください。それと「元気・笑顔」も大切。どんなときも焦らず、元気に笑顔でいられる人に来てほしいですね。



07 生産管理

多賀家電本部
生産管理部
磯田 英輝 Isoda Hideki
2010年入社
社会科学部 社会科学科卒

失敗は成長のもと。
失敗をおそれずに挑戦しよう。

私は掃除機の生産管理を担当しており、工場と営業の調整をしながら全国への出荷手配、工場の生産調整、在庫管理などを行っています。入社してからこれまでに失敗したこともありましたが、でもそれらの経験があったからこそ成長できたと強く実感しています。日立アプライアンスには、自分一人で解決できないときにフォローしてくれる仲間がたくさんいます。だから新人のときからも、失敗をおそれずにどんどん挑戦してください。



08 事業企画

海外事業企画本部
海外事業企画部
劉 楊 Liu Yang
2015年入社
人文社会科学部 法学専攻修了

これまでの常識にとらわれず
仕事を楽しんでほしい。

「たった一度の人生ですし、仕事を楽しんでやってほしい。」私もまだまだ入社したばかりの新人なので、この言葉は自分にも言い聞かせたいです。海外の人たちに日立アプライアンスの商品をもっと知ってもらい、ファンになってもらうことが私の目標です。それを実現するためにも、自分の考えを持って積極的に行動できる人、これまでの常識にとらわれず新しい道を切り開ける人、そんな人たちと一緒にさらにはがんばっていきたくと思っています。



国内だけでなく海外の市場ニーズにも
きめ細かく対応していくことが求められます。

世界的にも競争の激しい日本市場で商品力やものづくり力をさらに磨き、海外に展開するという基本戦略のもとグローバルに戦っている日立アプライアンス。業界をリードする省エネ技術などの優れた基本性能をベースに、各国・地域の文化や生活習慣に応じた製品を幅広く提供しています。



日本にはないニーズを探り出す。それが醍醐味。
私はタイ向けの洗濯機のマーケティングを担当しています。日本とは異なる環境・生活スタイルからニーズを探り、的確に訴求していくこと。それがこの仕事の一番の醍醐味です。そして日本では当たり前機能や性能が、国によっては文明の急進化にもつながります。だからこそ日立の商品をもっと届けたい。そのためにもさらに英語を勉強して、現地の声を商品に結びつけていきたいです。



商品計画本部
海外商品企画部
佐藤 麻味
Sato Asami
2006年入社
機械工学科卒



自らが設計開発した技術を、世界中に広めたい。

海外工場で作られる冷蔵庫の設計開発を担当している私には、現地スタッフとの協力が欠かせません。日本語が通じないときも、自分の意図をいかに正確に伝えるかが重要になります。また、国内だけでなく海外の人々がどのような冷蔵庫を求めているのか、常に考える必要があります。構造、機能、外観、操作性...まだまだ模索中ですが、今まで以上にたくさんの人々に喜んでいただける冷蔵庫を設計開発し、世界中に広めるのが夢です。



栃木家電本部
冷蔵庫設計部
板倉 大
Itakura Hiroshi
2010年入社
理工学研究科
総合デザイン
工学専攻修了

