# インタビュー　商社若手社員経験談

（社名五十音順）

## 100年の土台を築く広報パーソンとして

岡畑　正樹（おかはた　まさき）
双日株式会社　広報部

**―初めに、これまでの経歴をご紹介ください。**

2000年4月にニチメンに入社して木材部へ配属となりました。原木を米国、カナダから輸入して国内の製材メーカーや問屋に販売することが主なビジネスです。配属当初は、船会社や港湾の荷役業者等との交渉が業務の中心でした。商社員として必要な交渉術のイロハをこの時に学べたのだと思います。また、入社1～2年目に、経理、リスク管理、法務、保険、金融、為替等に関する基礎知識を勉強しました。商社では一人ひとりがさまざまな分野の知識を持っていなければ商売はできません。スポンジのように吸収できるこの時期に、営業の土台となる知識を会社、先輩から学ぶことができたことは、非常に良い経験となりました。

2005年8月に広報部へ異動しました。広報という、会社を代表して外部と接する部署に配属された自分への期待を感じましたし、2004年4月にニチメンと日商岩井が合併して双日となったことによる、新しい会社への期待と使命も感じました。創生期の広報活動にかかわることができたことは幸運だったと思います。今、自分がやらなければ、100年先の会社の土台を築くことはできないと感じています。

**―広報部に異動されてどのような印象を受けましたか。**

双日グループの社員は約19,000人で、家族を含めると5～6万人、さらに株主が10数万人、取引先が何万社もあり、責任の重みを感じました。自分の一言が記事になれば大きな影響を及ぼします。経営者に代わり、会社を代表して話す時もあります。しかもスピードと正確さ、一瞬の判断力も求められます。大変なプレッシャーがありましたが、そこにやりがいを感じました。

**―広報部に入られて、苦労されたのはどのようなことですか。**

初めは、広報というより会社のことさえあまり知りませんでした。けれども会社のことを知らなければ広報はできません。株主やマスコミへの対応もできませんし、経営者をはじめ社内への説明もできません。まず、過去の発表資料、決算資料を読み込み、そこに出てくる未知の用語、会社の状況や歴史、現在の取り組み等を一から勉強しました。ある時までは、知らなければならないという義務感で勉強していましたが、今では知らないことがあればそれを知りたいという好奇心に変わっています。

**―広報の仕事はどのようにして学ばれましたか。**

私の業務内容は大きく分けると、報道業務、上場会社としての開示業務、個人株主対応の3つです。個人株主からの問い合わせの電話は、1日数十件あり、株価が下がると多くなります。

これらの仕事に初めはとまどいましたが、そこは、先輩に恵まれたと思います。当社の広報にマニュアルはありません（もちろん、いわゆる事務作業にはありますが）。業務のノウハウは先輩から直接、指導、説明を受けました。人に備わる経験、ノウハウは会社にとっての財産だと感じました。

また、電話での話し方やマスコミとの接し方にしても、それぞれの局面でどのように対応しているのか、常に先輩を意識して見ています。瞬から暫までの間の取り方、これは決してマニュアル化できないことだと思います。当社には良い企業文化があり、その一つに、「上司の顔色は見るもの、顔色をうかがってはいけない」というものがあります。まさに、能動的に先輩の言動から学べということだと認識しています。すぐに活かせなくても、このような経験を蓄積していけば、広報パーソンとしての厚みも出てくると思いますので、まずは先輩を手本にノウハウを吸収していきたいと思います。商社には良い手本となる人材がたくさんいるはずです。

**―広報パーソンとして嬉しいのはどのような時でしょうか。**

広報は黒子であるべきです。報道業務の場合、新聞記事やテレビの映像など、露出する結果がすべてです。一つの記事に至るまでには、新聞一紙分くらいの過程があり、マスコミに説明するためにはまず自分がそのことを勉強しなければなりません。けれども、たくさんの資料を読んで勉強したことを評価されることはあり得ません。記事を見て誇らしいと感じた、という一言が何より嬉しく感じます。

特に外部の方からの反応はとても嬉しいです。たまたま買った新聞の記事を見て当社に興味を持っていただいたり、取引先に、今日も双日は元気にやっているな、と思っていただいたり、株主から、記事についてもう少し詳しく知りたいと電話がかかってきたり、パパの会社が新聞に出ていたと家庭の会話が弾んだり、他社の広報の方から、最近、記事が多いね、と声をかけられたりすることが嬉しいのです。それがモチベーションにつながります。

**―広報パーソン、商社パーソンとしての将来像をどのように考えていますか。**

今はとにかく一生懸命取り組むだけです。100年、200年先の隆々たる発展を築いていくために、少なくても2、3年先ではなく、もっと先を見るように心掛けています。

私はもちろん会社が大好きです。会社が好きでなければ広報はできません。逆に好きなだけでも広報は務まりません。「温故知新」、つまり経験に裏打ちされた判断力を生かしながら、新しい考え方を取り入れて、当社の広報スタイルを作っていかなければなりません。時代とともに媒体等も変化している中で、時代に合った新しいスタイルを作っていくことが、私に与えられた課題だと思っています。

広報を経験して会社を多面的に見ることができるようになり、視野が広くなったと思います。人脈も広がりました。営業に戻る時には、広報で勉強したことは必ずプラスになると思っています。

**―本日はお忙しいところをありがとうございました。今後のご活躍をお祈り申し上げます。**

（6月25日実施　聞き手：広報グループ 鈴木靖之）