（製品開発のサンプル）

職 務 経 歴 書

20xx年xx月xx日現在

氏名　○○ ○○

■職務要約

株式会社○○○○○に入社後、商品開発部に配属。約x年間、食品用添加物および食品の開発を担当してきました。特にジャムやゼリーなどに用いる増粘安定剤（ゲル化剤）や、当該添加物を用いた食品の開発を得意としており、多くの企業の製品で採用実績があります。開発業務に加えて、顧客へのヒアリングやプレゼンテーション、クレーム処理など幅広い業務に携わり、20xx年からはxx名のチームのリーダーとして開発戦略の立案やマネジメントも担当しています。

■職務経歴

|  |
| --- |
| 20xx年xx月～現在　　株式会社○○○○○ |
| 事業内容：食品用添加物、食品素材の製造、加工、販売資本金：x千万円（20xx年xx月）　売上高：x億x千万円（20xx年xx月）従業員数：xxx人　上場：未上場 | 正社員として勤務 |
| 20xx年xx月～現在 ／ PB製品用ゲル化剤（ゼリー用）の開発 | 規模／役割 |
| 【担当製品】大手スーパー向けPB製品（フルーツゼリー）の業務用ゲル化剤の開発【担当業務】・PB製品用に自社のゼリー用ゲル化剤をベースに開発・営業同行での顧客ヒアリング、プレゼンテーション・商品コンセプト設計、材料の選定・開発製品を用いたゼリー商品サンプル作製、提案書作成・顧客工場での生産ライン工程の設計・打ち合わせ、調整・発売後の商品改善施策の立案、実施・チームの進捗管理、売り上げ管理・PB製品の販路拡大に向けた実績資料の作成指導、戦略立案【実績・取り組み】・食感を重視したPBでのゼリー製品開発に採用されました。発売後も顧客生産ラインとコミュニケーションをとりながら細かくテコ入れし、結果として年間売り上げxx千万円を達成。来期には顧客傘下の全国グループ店での販売も決定しました。 | 全xx名グループリーダー |
| 20xx年xx月～20xx年xx月 ／ 増粘安定剤（ジャム、ソース用）の新規開発 | 規模／役割 |
| 【担当製品】食品加工メーカー向け増粘安定剤（ジャム、ソース用）の新商品開発【担当業務】・市場調査、マーケティング分析・ジャム、菓子ソース製品用の増粘安定剤の開発（従来よりも耐熱性、保水性に優れた製品を企画）・プレゼンテーション用サンプル食品の試作・営業同行での取引先企業へのプレゼンテーション・製品情報資料、成分分析表などの資料作成・国内、海外展示会での製品プレゼンテーションおよび説明【実績・取り組み】・国内外の展示会で新商品のプレゼンテーションを担当。xx件xx品目の商談に結びついたほか、展示会後もxx件の問い合わせをいただきました。 | 全xx名メンバー |
| 20xx年xx月～20xx年xx月 ／ 業務用液体シロップ | 規模／役割 |
| 【担当製品】食品加工メーカー向け業務用シロップの開発【担当業務】・業務用シロップ（果実加工製品、菓子用）の開発・営業同行での顧客ヒアリング・商品コンセプト設計、材料の選定・自社工場での生産ライン工程の指導、調整・商品の成分検査、分析・原価・売り上げ管理・顧客のクレーム対応【実績・取り組み】・顧客への要件定義から開発、量産体制の確立、売り上げ管理まで経験することで、製品が世に出るまでの一連の作業工程を理解できました。 | 全xx名メンバー |

■活かせる経験・知識・技術

＜商品開発・製造業務＞

・企画から生産まで一連の流れの知識・経験

・食品、食品品添加物の開発（添加物を用いたサンプルの試作が可能）

・生産ライン工程の技術指導経験（ライン立ち上げ、粉末／液体、顧客先／自社などの条件下で運用経験あり）

・顧客へのヒアリング、提案プレゼンテーション、クレーム対応

・商品企画・マーケティング（市場調査とコンセプト作成、商品への落とし込み）

・基本的なPCスキル（Excel、Word、PowerPoint）

＜リーダー・マネジメント業務＞

・製品の長期開発戦略の立案（販路拡大に向けてチームで新商品の開発計画）

・チームの進捗管理、品質管理

・営業、マーケティング部門など含む社内のマネジャー会議での戦略目標設定

■資格

|  |  |
| --- | --- |
| 普通自動車第一種運転免許 | 20xx年xx月取得 |
| 惣菜管理士2級  | 20xx年xx月取得 |
| 管理栄養士免許 | 20xx年xx月取得 |

■PCスキル

|  |  |
| --- | --- |
| Word | 書式設定、表の挿入、アウトライン設定と目次作成が可能なレベル |
| Excel | 簡易グラフの作成、ピボットテーブルの使用が可能なレベル |
| PowerPoint | 既存資料の修正、スライドの挿入／削除が可能なレベル |

■自己PR

＜ヒット商品を生み出す改善力＞

大手スーパー向けのフルーツゼリー開発では、プライベートブランドということもあり、発売後も数十回にわたって商品を改善・調整しました。マーケティング部が購入層を招いて開いた実食会でのヒアリング結果を基に、改良を重ねて生産部門と製作工程の手順ミーティングも20回以上設定。関係各所の意見を反映させ、ときには説得しながら開発を続けて、結果として年間売り上げxxx万円を達成し、顧客スーパーにおけるヒット商品を生み出すことができました。

＜流行をキャッチアップする情報収集力＞

トレンドの移り変わりが激しい業界なので、今、何が世間に求められているのかを知るために主体的に情報収集しています。デパ地下やコンビニの新製品、SNSで話題になったお菓子は必ず実食し、自社のメルマガおよびブログで分析レポートを公開・配信しています。昨年、日本全域で流行したタピオカ素材も独自の調査で流行の兆しをキャッチしていたため、20xx年x月には食感アップの素材を開発・提案し、ブーム早期での商品販売に貢献しました。

以上