CareerCross

HONMA

GlobalMarketing　Manager—

日本市場・東南アジアを含めグローバルにマーケティング活動を担って頂く人材

Job Information

Hiring Company
HONMA GOLF CO.,LTD.

Job ID
1452521

Division
Marketing本部Oversea Service

Industry
Other (Manufacturing)

Company Type
Large Company (more than 300 employees) - International Company

Non-Japanese Ratio
Majority Japanese

Job Type
Permanent Full-time

Location
Tokyo - 23 Wards, Minato-ku

Train Description
Hibiya Line, Roppongi Station

Salary
5 million yen ~ 8 million yen

Work Hours
始業時間選択制度(コアタイム10：00-16：00)

Holidays
年間117日(2023年度)

Refreshed
May 10th, 2024 03:00

General Requirements

Minimum Experience Level
Over 3 years

Career Level
Mid Career

Minimum English Level
Business Level (Amount Used: English usage about 50%)

Minimum Japanese Level
Fluent

Other Language
Chinese (Other) - Basic

中国語も普段は使用することなし

Minimum Education Level
High-School or Below

Visa Status
Permission to work in Japan required

Job Description

◆要件
-必須-
-消費財業界（アジア市場でのマーケティング業務経験）3年以上
-マーケティング業務全般（ATL・BTL）での実務経験
-英語を使った実務経験2年以上
（ビジネス英語 会議・電話・Email等：英語コミュニケーション能力
-目安 として）TOEIC 750点以上
-積極的なグローバルコミュニケーション姿勢
-歓迎要件-
・ スポーツ用品業界でのマーケティング業務経験
・ ゴルフというスポーツに深い関心を抱く方
・ デジタルコンテンツ作成と活用に強いソフトウエア使用経験
(Adobe・Illusttrator等）

Required Skills

◆求める人物像
・ 変化に柔軟に対応する力を保持している方
・ 執着せず目的・目標に対し生産性高く対応する方
・ 主体的に動き、柔軟性、迅速性な思考で行動できる方
・ 決めた事をやり抜く実行力のある方
・ 誠実に仕事ができる方
・ キャリアアップを目指す方
・ 多角的な視点で考えられる方
・ 安定した会社で活躍したい方
・ チームワークを重視して、誠実に仕事をすることができる方
・ 自分の専門領域に限らず、幅広いサービスに積極的に従事する意欲のある方

Company Description

HONMA が誇る匠の技術1959年創業以来、我々の使命は最高の品質と世界基準のパフォーマンスを併せ持つ理想的な製品をつくり出すことです。

私たちは、60年以上続く匠の技と最先端技術、革新的な開発力を融合し、クラブを製造しています。HONMAは、世界中のゴルファーに満足していただける最高の製品を提供し続けます。

株式会社本間ゴルフの経営理念は「１打でも縮めたい」「１ヤードでも飛ばしたい」という向上にあふれた「熱意系ゴルファー」の熱意に期待以上の結果と喜びを提供する事を理念としております。昭和３６年から老舗クラブメーカーとして確固たる地位を築いた当社。「手作業の職人」と「テクノロジーを駆使する職人」両者の技術融合により、更なる商品力・品質強化に取り組み続けております。近年は、AIモデルを活用した事業展開も実施しております。老舗×ブランド×ITを駆使更なるイノベーションを行っていきます。２０２１年商品名Ｄ１ スピードモンスター ボール「Ｄ１ ボール(２０２０年モデル)」を超える飛びとグリーン周りでのスピン性能向上をコンセプトに開発。飛距離性能は、まさに「モンスター級」。世界最大級規模の工場(山形県酒田市)を自社で所持し、各部門ごとに熟練した｢匠｣の職人達により、最高品質の商品開発及びハンドメイド製造をしています。会長の劉は「本間はゴルフ界のエルメスだ」「マーケティングはルイ・ヴィトンに学ばなければならない」という言葉を発している。今チャレンジしている、“新しいＨＯＮＭＡブランド” をどのようにマーケットに届けるか。つまりブランドコミュニケーションの手段については、どんどん新しいものを取り入れていきたいと考えている集団です。