生かせ「人財」◇2◇

女性登用

提案重視 顧客に好評

細部に気配り 信頼感も

ミニコミ誌や専門誌、チラシなどの印刷を手掛ける昭栄印刷（新発田市）は、顧客の9割が県外企業。電話などで遠くの顧客をつなぐ、要の本社営業部は5人全員が女性だ。森田美由紀部長(38)は「女性の方が、顧客への提案を素直に聞き入れてもらえる。雪深い新潟の企業が相手で不安だったかもしれないが、『外にいる社員みたいだ』と言われた」と手ごたえを話す。

3K職場とされた印刷業界だが、機械の進歩や通信技術の普及によって女性の役割が増した。同社では従業員115人のうち50人を占める。

森田さんが初の女性営業職に抜てきされた2003年ごろ、業界ではインターネットを使ったデータ入稿が始まり、取引に地域差がなくなった。坂井雅之社長(48)は「(発注を受けるだけの)おうかがい営業から、提案営業に変える必要があった。女性は顧客と一緒にいい物を作ろうという思いが強く、顧客も壁をつくらない」と狙いを語る。初の商談には、社長も同行して理解を求めた。

営業職に女性を徐々に増やし、20代中心の女性チームができて3年目。ネットを使った出版の比重は高まっている。森田部長は「仲良しクラブにならないよう、個々の特性に合わせて力を引き出したい。他社と違うサービス、提案をすることで信頼が得られる」と表情を引き締める。02年7月期に9億円だった同社の売上高は、11年7月期に20億円に届きそうだ。

坂井社長は「不況になると、顧客は地元の印刷会社を優先するものだが、当社はリーマン・ショックでも1社も奪われなかった。強い関係が築けた」と評価。もちろん、営業所などに配置した男性を戦力と見込んでの組織づくりだ。

「追い詰められたときの馬力は男性の方が強い。女性が先に数学（実績）をつくると、必ずつくってくる」と相乗効果を期待する。

◇　◇

住宅メーカーも女性の提案力を活用する。ナレッジライフ(新潟市中央区)は2年前、女性建築チームを発足させた。構成は営業、設計、コーディネーター、工事監督、メンテナンス担当。「女性だけで家が1軒建つ」と営業推進部の城取昌子シニアディレクター(45)。女性客らに「相談の入り口になりやすい」と好評だという。

理想の家を思い描く顧客の「もやもやとした要望」をくみ取り、聞取りや収納の配置などを具体化させる。「どこに何を置くかという生活提案は、細部に目が届く女性ならでは」と強調。「女性の意見を家づくりに反映させるのが世の中の流れ。女性社員が対応することで、思いが共有できる」と語った。

打ち合わせをする昭栄印刷の森田美由紀さん（右から2人目）ら女性営業チーム＝新発田市

一正蒲鉾

江口工場 本社に統合

老朽化受け10月で閉鎖

合前後で生産能力は変わらない」とした。

同社はまた、100%子会社で練り製品など製

によるコスト削減などが狙い。

同社は北海道工場を移転新築する計画で、5月

の集客が主体で、客足は総して鈍かった。大型店は鍋物食材全般に販売が

増加。コーヒー、食用油など値上げ前の駆け込み需要も見られた。