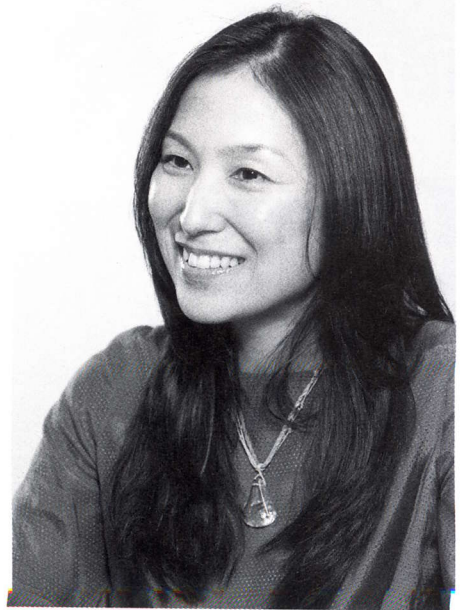


職

業と家庭、育児を両立させるのは、女性にとってもまだまだとても難しい。本人の大変さはもちろんのこと、それを支える家族、そして勤める会社の体制、職場の周囲の理解と協力が不可欠である。そうした状況をクリアしながら2人の子育てをしつつ、企業内でキャリアを積み重ねているのが、今回登場の神田麻子さんである。

神田さんはTOTOにエリア総合職（1998年総合職）として入社し、既に19年目になる。システムキッチン専任セールスとして配属され、3年目に住宅会社を担当。営業マンにコンタクトして住宅購入者の紹介を受け、自社製品の販売に結び付ける仕事である。男性の担当が多い中で、神田さんは女性視点のキッチンプランや情報の提供を



かんだ あさこ

東京都生まれ。小・中学校を地方で暮らし、高校のとき東京に戻る。大学3年生のとき両親が海外に赴任したため、兄弟の食事などの日常の世話をする。1991年大学卒業後TOTO様に入社、システムキッチンのセールスを担当、毎年200件前後を成約する。2001年現特販本部に転属、全製品の販売を手掛ける。04年と07年に産休、2児の母に。08年ジャパン・フードコーディネーター・スクール（以下、JFCS）に入る。現在、提案企画課に所属し、一戸建て住宅のリフォーム需要を喚起するため、商品開発やツールの作製・セミナーの企画立案から実施など、販促活動に従事する

TOTO様
特販本部住宅会社営業部提案企画課
東京都港区虎ノ門1-1-28
☎03-3595-9731

培った販売手法にさらに磨きをかけるため
JFCSで販促表現のブラッシュアップ。
システムキッチンをはじめとする
住宅設備の顧客開拓に手腕を発揮する

神田麻子氏

積極的に推し進めた。その結果、毎年200件前後を成約して着実に実績を積み重ねていった。

「住宅会社からご紹介を受けたお客さまにショールームでお会いし、ご要望のヒヤリングから、プランのご提案、商品説明、納入まで見届けるという仕事をチームで回していただきました」

当時は独身だったが、幼いころからの料理好きと、兄弟のために弁当や3度の食事を作った学生時代の体験からキッチンの知識は十分だった。顧客の主婦と同じ目線が、きつと自然と身に付いていたに相違ない。

「そうした営業活動を日々積み重ねていくことで、徐々にTOTOキッチンの存在が認められるようになるようになりました。ショールームアドバイザーや現場管理者と一緒に、そのお客さま

にとってオンリーワンのシステムキッチンの形に作り上げていく。とても楽しい仕事でした」と神田さんは振り返る。

10年を経て、住宅会社の本社に対しTOTOの全製品をセールスする特販本部に異動した。それまでの仕事は支店を経由しての個々の住宅に対してシステムキッチンを販売する仕事。それに対し、新しい部署は住宅会社本社を販売対象に主力製品のトイレやユニットバスなど全製品を扱うため、大きな商談を生む。こうして、神田さんはキャリアを積み重ねていった。

1年半を経た時に1度目の、さらに1年半後に2度目の出産。2度目の産休を明けて職場復帰したところに、人事制度の改変があった。「評価基準が変わり、挽回しようにも育児による制約もある。新しい業務に効率よく成果を出すスキルを身に付けなければいけないという気持ち強く持ちました」。そうした経緯から、神田さんが選んだのがJFCSだった。幼い子どもを持つ主婦にとって、週2日の夜間の通学は大変なことは想像するに難くない。「幸いに同じ沿線2駅のところには実家があり、スクールのある日は母や主人に応援を頼み、面倒を見てもらい

ました」

神田さんの場合、テーブルコーナーディネットやレストラン運営などとは関係ないが、家庭のキッチンとのかわりは強い。いかに快適なキッチン（食環境・住環境）を顧客に提案するか、まさにフードビジネス・コーディネーターの仕事そのものといつてよい。現在所属している特販本部住宅会社営業部提案企画課で、神田さんはどのような仕事に携わっているのだろうか。

「一言でいえば、リモデルビジネスの営業サポート。例えば今春に実施した企画に、キッチン発のアンチエイジングセミナーがあります。ハウスメーカーのリモデル会社と弊社が主催、キッチン用品メーカーの協賛により、TOTO箕面ショールームを会場に実施しました」

その企画立案、関連会社との協議、パンフレットやアンケート等の作製、講師のアテンド、メニュー調整など、営業担当と連携し神田さんが推進した。生活者視点の発想がわきコンセプトを組み立てられたのもJFCSでの授業が大きかったという。そして現在、さらにブラッシュアップするために、特別講座であるアドバンスセミナーを受講している。（藤生久夫）

撮影/高橋 稔