

エイジヨ

21世紀職業財団
会長 岩田喜美枝

営業職に従事する女性を、「エイジヨ」と呼ぶようになってきている。かつて営業職は男性の仕事とされていた時代があった。当時は、男性は営業職、女性はそれを支える営業補助事務と、男女で職域が分かれていた。家庭における男女の役割分担のように企業でもこのような役割分担があったのである。その後、女性の職域は、営業事務から個人営業へ、さらには法人営業へと拡大してきた。エイジヨという新しい呼称が生まれたのは営業職女性の活躍が進んでいることの表れだと思う。私はこの呼称に営業職女性に対する愛情と期待を感じる。

エイジヨの活躍のための当面の最大の課題は、子育て期の問題である。営業職であった女性が出産し育児休業を取得後に復帰する際には、営業職は無理と決めつけて間接部門に異動させることがつい最近まで多くの企業で普通にあった。これではエイジヨは育たない。

時間制約がある人がどのようにすれば営業職として活躍し続けることができるか。そのためには人間関係重視の営業(しばしば夜の会食や週末のゴルフも伴う)から課題解決提案型の営業へと、営業スタイルを抜本的に変えることができるかがキーである。また、子どもの病気などで突発的に仕事を休むこともあり、このことで取引先に迷惑をかけることがないよう、複数担当制の導入なども必要であろう。

これに関連したユニークな取り組みがある。麒麟ビール(株)は、実際には子どもがいない女性営業職が、時間制約や子どもの発熱による呼び出しなどママになり切った働き方を実験する「なり麒麟ママ」というプロジェクトを行い、生産性向上を実証した。この経験を全営業社員に拡大するという。

また、取引先の理解も不可欠である。今はもうないと思うが、かつては女性が自社の担当になったことを自社の軽視だと憤り男性営業職にこだわる取引先もあった。その時には女性営業職を取引先に認めてもらえるまで男性上司が同行したものだ。育児休業から復帰したエイジヨについても上司が取引先に同行して、時間制約があることを理解してもらわなければならない。

営業職は本来は女性に向いている職種ではないか。なぜならば、営業職として求められる能力は、顧客との信頼関係をつくり顧客が抱える課題を自社の商品等を使って共に解決する力であるが、女性はコミュニケーション能力に優れ、勉強熱心で商品知識も深く、営業職に必要とされる資質に優れている人が多い。加えて成果を数字で評価することができ、性別に関係なく実力を公平に評価されるという点も女性にとっては良い。エイジヨはもっと活躍できる!