



「我が社の女性社員の積極的活用法」(その2)

(株)フージャースコーポレーション 代表取締役 廣岡 哲也

前号に引き続き、中高層住宅委員会で開催した研修会の概要を掲載いたします。

フージャースコーポレーションの廣岡と申します。日住協さんにはいつもお世話になるばかりで、なかなかお役に立てないので、どこまでの話を射た話ができるか不安でございますが、私どもなりの現状のご報告をしたいと思います。

現状、当社はフージャースコーポレーションというデベロップメントの会社と、フージャースハートという女性を中心にした不動産販売会社を併せて、75名の体制でございます。フージャースコーポレーションの方は、35名中15名、43%が女性社員です。管理職は36%が女性です。フージャースハートの方は女性が中心の販売会社ですので、40名中約8割が女性社員です。

管理職は5名中3名が女性で、社長も女性がさせていただいております。もともと当社は8年半前に私が独りで設立した会社でして、当時は人、物、金の全てが無い中で、随時不足するものを補いながらやってきた結果、女性が多くなったなというのが実感でございます。

集中力が高い女性の特性

今回のテーマにさせていただいているとおり、この業界において、女性の役割というのは切っても切れないものだと思います。私なりに8年間を通して、男性と女性の比較をしてみました。

最初に注釈をつけておきますと、全てがこうだということではなくて、こうした傾向が強いということでございます。まず働く目的でございます。働く目的で、当然男性は家族を養わなければいけません。それに対して、女性におきましては主に「自己実現」が目的となっています。仕事を通して成長したい、やりがいを求めています、という女性が多いというのを感じています。

また新しい時代でございますので、晩婚化の象徴は裏返せば男性が頼りないのではないかと

考えております。男性に人生をゆだねない、真の意味での男女平等の意識を持った強い女性というのが増えているな、と感じております。

とは言いましても出産のある女性ですから、働く機会について限定されてしまうところに「集中力」の差が出ていて、当社ではその集中力を有効に活用させていただいております。男性の場合は、当然学校を出たら働くのが当たり前であり、家族を養うために定年退職まで働くという意味で、相対的にマラソンランナーのように私からは見えています。全体を見渡しながら、ここは頑張るぞというときにはグッと力を入れますが、普段は比較的ゆったりとジョギングをすとか、そのめりはりが大変あるというのが男性の特徴です。

一方の女性というのは、働くときが結婚までの一定期間とか、子育て終了後の社会復帰の時とか、もしくはsingle againと言っていますが、何か事情があり、離婚などをされて生活を独りでしていかなければいけないというような短期集中型の働き方をされます。ここに特徴的なところがあると感じております。

次に目的と似ておりますがモチベーションです。これもすべてがキッチリと分けられるとは思っておりませんが、男性の場合は収入と、先ほどお話も出ましたが世の中から評価を受けたい、ということがあります。大会社の課長さんである、部長さんであるというようなことに対して、ある程度モチベーションがあります。対しまして、女性の場合は目的同様、「達成感」です。「そこに山があるから登るんです。それだけです。」とうちの女性社員で優秀な女性ほどそういうふうにあります。彼女たちは、達成感を味わうことに大変モチベーションを感じています。

それから、後ほども出てまいります、尊敬する上司とか、尊敬する経営陣などがいて、この人に誉められたいというモチベーションで働





日住協セミナー

かれる女性が大変に多いなと感じております。そういう方の存在が、女性を有効活用させていただくという観点においては重要なかなと考えております。いまどきの言葉で言うと、メンターと呼ぶらしいですが精神的な心の支え、尊敬する人ということです。そのメンターの存在というのが働く上でのモチベーションになっているなと感じております。

母性に基づく営業

特徴的な資質としては、男性はハンター性、マンション業界でいうところの営業力が上げられます。売ってこいと言うと、きちんと売ってくる。土地を買ってこいと言うと、土地をきちんと買ってこると言うハンター性です。そこに男性の特徴的資質は比較論においてあるのでしょう。一方で女性は、多分ご当人は全く無意識のうちだと思うのですが、本能的に不動産業界の仕事において「母性」というのが伝わるな、というのを感じております。

具体的に申し上げますと、マンション営業において低所得者の方ですとか、ローンの大変厳しい方で、意思はあるが資金が何ともならないという方に対して、「何とかこの方を買っていただく」、「このお客様に買わせてあげたいのよ」というような発言は、一つの母性かなと考えています。そういうものを資質として持っており、そのエネルギーがマンション営業において有効に活用させてもらえるというふうに感じております。

いま男性は、ハンター性があると申し上げましたが、ハンター性という切り口でいくと、私自身は女性のほうが高いと考えています。その理由として、女性は大変割り切りがいいなというのを感じています。この背景にあるのは、「がまん強さ」「ねばり強さ」です。がまん強く、ねばり強く集中する傾向が高いので、その結果に対しても、いい意味で割り切りがよくなるようです。割り切りのよい分、1点に集中してパッと行って、この人は駄目というパッと割り切って次に集中する。そのオンとオフの切替、モードチェンジが男性と比べていいなというの

を、特徴として感じております。

特性としては、先ほどマラソンランナーと申しましたとおり、男性は冷静であり、総論を語るのに向いている性です。一方で女性は、各論に強く、感情的だ、というふうに考えています。これはそのまま言葉どおりなのですが、この感情的というのがマンション営業という点においては、先ほどの母性ともあいまって一生懸命さがお客様にピタッと伝わります。そうしたときに、多分接客時間の中で、もしくは接客フォローの中で、お客さんの心の琴線に触れるようなチャンスが何度かあり、比較的当社においては男性よりも女性のほうがマンション営業において成績がいいです。

それから各論に強いということで、当社も新築のマンション分譲のデベロッパーなのですが、担当する物件を好きになってくれます。男性陣は、担当した物件が駅から遠いとか、環境が悪いと、総体的な判断というか、世の中と同じ一般的な判断をしてしまいます。女性は、あばたもえくぼではないのですが、物件を好きになってくれます。マンション営業において、特に新築の分譲において「担当物件を好きになる」ということがいいなというふうに感じております。

視野においては、男性は総論に強く視野は広く、女性は各論に強く、男性と比較すると決して視野は広くないと感じております。一方で、周囲の評価を気にするところがありますので、成果に対して、表彰するとか慰労会を積極的に行うことによって、次のモチベーションにしてくれるところがあります。そういう意味において「視野が狭い」のは、営業にとっては良いという認識をしています。

女性の活躍に欠かせないものとして、「メンターという存在」と「公平なルール」が必要です。大変女性は公平感が強いと思っています。きちんとした一定のルールに従った中の競争であり、活躍を望みます。男性同士でしたらまあいいじゃないというような、ある種いい意味でのなあなあの中で緩やかに物事が決まっていくようなところがございます。しかし、当社は、女性が多い会社ですから、一つ一つをきちんと





日住協セミナー

決着をつけていって仕事を進めていくことが大切で、是々非々のコミュニケーションというようなことが必要なのかなと考えております。

人事制度の概要

当社の女性人員の構成というのは、20代、30代、40代とまんべんなく3分の1ずつ存在しています。20代は、主に新卒、学卒で採用して十数名。HunterのHでH職と呼んでいるのですが、これは新卒採用です。男性と全く同じでいわゆる総合職です。

次に30代というのは、比較的P職というのが多くて、これはProfessionalのPです。30代でしたら子育ての真っ最中ですので、新卒で入ったけれども、途中で子育てに突入してしまう。もしくは結婚するので私は6時に帰って旦那さんにごはんを作りたいんです、ということになります。

当社においてその能力が有用と認められた女性に関しては、ではあなたは10時から4時でいいよとか、10時から5時でいいよ。その代わりお給料はその掛け値分ですというような形で活躍をしてもらっています。彼女たちは、結婚もしたい、子どももつくりたいけれども仕事も続けたいんですというような、意欲がおう盛な女性です。そこで、P職という形で臨機応変の対応をしています。

最後にSS職というのが40歳前後の女性陣です。これがフージャースハートという営業の大半を占める人員でございます。この営業職につきましては、20代は基本的には一切採用しません。30代後半、もしくは40代を採用するということを骨子にしています。未経験者に極力限定しています。各社さんの教育方針、指導方針というのがございますので、当社において無垢の状態不動産を学ばせたいという思いがございます。原則的に未経験者、30代後半から40代で、大体は『とらば一ゆ』に月1回1ページぐらい載せます。「あなたの人生経験をこの仕事で生かしてください」というような切り口の採用広告をいたしますと50人程度の応募があります。

三十数歳に至るまでには恋愛もあった、結婚

もあった、もしかして離婚もあったかもしれません。そういったあなたの人生経験を通した思いをお客様に伝えるのが私たちの仕事ですので、今までの人生にいろいろな重みと自信のある方はぜひ来てくださいというような切り口で広告をいたします。50名程度の募集があって、大体仮採用するのが2人から3人です。それを大体2か月に1回か、1か月に1回、年間で8回程度行います。私どもなりの目線で採用は行うわけですが、営業職ですので、向き不向きというのがございます。今は半年間を研修期間としておりまして、お互いを知る期間にしています。

このSSというのはSalesのSです。販売専門でございますから、こちらについては、基本的に先ほどのP職のような時間の対応もいたしませんので大変時間も遅くなります。そういうところで半年間私どもは、適性を見ます。社員の方は当社でやっていけるかどうか、本当に彼女たちが望んでいる「やりがい」に該当するのかどうかということを見てもらい、半年後に話し合いをして、正式採用するかどうかを決めます。

実際に正社員として採用できるのは、そういう期間を経て年間で5、6人です。その中で、活躍できるのが年間を通して2、3人いればいいなという、当社なりの厳しい関門を経て、当社のリビングアドバイザーになっていただくという形を取っております。

女性を活かせる部門

一方では、受け入れる側の意識改革も必要です。私どもは、全く男性だから、女性だからということは意識せず採用しております。また、社員にとっては大変厳しい話ですが、当社にとって必要かどうかということを軸に、経営の感性を素直に忠実に伝えていきます。今のあなたは、当社ではこうしてもらわないと困りますというようなことを素直に話をして社員にも意識改革を求めています。

役割、仕事内容は新築マンションの分譲の大きな流れの中では、各社様同じ流れかと思いますが、マーケティング、商品企画や営業、契約



日住協セミナー

業務、管理部門で女性の力を活かせると思います。そして、このあとの管理会社の部門についても女性を責任者に立てております。

つまり、逆に言うと用地の仕入れの部分と建築監理のゼネコンさんとの折衝のところ以外は、もう全部女性に任せています。当社においては大変女性の存在感が強いものですから、そのほうが、先ほどご説明したとおり、十分に回っていくと考えております。

任せ方、体制、教育等につきましては、基本的にはOJTでやっています。特に営業においては、おかげさまである程度主任クラスの女性が何人か育ててきておりますので、こちらから準備をした教育体制を取るというよりそういった人間から盗んでくださいというのが基本で、その中で、是々非々で育てていってもらっています。会社の組織自体が未成熟な分、そのような形でやらせていただいております。

反省事例もあります。当社では3つのマンションブランドを提供させていただいております。「デュオヒルズ」、「デュオ」、「ウイズ」という三つのブランドです。「デュオヒルズ」というのが年収1,000万前後の高所得者層向けのファミリーマンションです。「デュオ」というのが2人世帯向けのマンションです。「ウイズ」というのが郊外型のファミリーマンションです。

その中で、女性の40代の販売員は「ウイズ」に特化して配置しております。これは、先ほどもお伝えしたような不動産の知識はないしまだ駆け出しだけれども、40代の自分の人生にある程度自信を持った女性たちが、30前後の若い夫婦の方々にアドバイスをするというようなスタイルを重んじております。また母性ということとあいまって、「ウイズ」の年収400、500万の顧客層には大変組み合わせとしてよいなと考えています。

一方で「デュオヒルズ」というのは、いわゆる一部上場の企業にお勤めのような、世で言うエリートサラリーマンのようなファミリーでございまして。「デュオ」というのはDINKSの方であったり、50代以降のアクティブシルバーなどがターゲット層でございまして。この層には主に男性社員を営業として配置いたしまして、極力

セールスはするな、と言っております。基本的にお客様の方が判断能力も、今までの生きてきた自信もおありだろうから、私どもは商品コンセプトとデータだけをきちんとご説明し、営業はしないでくださいというような形をとっております。

もちろん「デュオヒルズ」、「デュオ」の層に対しても、当社の女性を配置し、活躍してもらっておりますが、時にお客様から受付さんですかというような対応をされてしまうこともあり、社会とのギャップを感じることもございます。

今後も女性に活躍の場を

それから、女性ならではの発想、感性の具体例というのは挙げるときりがないのですが、主には収納、水周りというところですね。特に当社で「ウイズ」というのを中心に展開しておりますので、派手さはあまりありません。本当に生活者の視点でこれがいい、これが悪いという生の言葉をモニタリングではなく、直接販売している、商品企画している人間がそのまま創り込み、お勧めするというところでございまして。特に際立ったこれというような、派手なものは正直ございませぬ。

今後の展開ということでお話を続けます。優秀な男性の社員の方というのは、当然引き抜きもありますし、生活のために給料も当然通信簿ということで高い給与を望まれます。当社のようなまだまだ駆け出しの会社においては、そういった優秀な男性社員をカチッと確保しておくというのは難しい状況です。

プロ野球の世界でも、松井は海外に行きたがるように、優秀な男性社員というのはどんどんと次なるチャレンジをしていきますので、当社においては引き続き女性に活躍してもらおうと思っております。女性は一つの組織に所属いたしますと、その所属した組織の中できちんと頑張ろうというような意識が大変強くあるものですから、新卒を含め、中途を含め、そういった形で女性の採用を積極的にさせていただきたいなと思っております。