

# 女性の活用を推進

ベジテック

## 営業企画 企画開発、販促など担当

青果仲卸最大手のベジテック（遠矢康太郎社長、本社＝神奈川県川崎北部市場、2014年度年商683億円）では、食の総合商社として様々な部署で女性の活用を進めている。中でも3人の女性からなる営業企画開発室（杉浦美紀課長）では、企画開発や販売促進、食育活動、産地情報の提供などを一手に引き受け、食をプロデュースする。14年11月の本社移転にもない、社屋にキッチンを備えた「VITルーム」を設置し、商材を調理しながらの商談やプレゼンテーション、食育活動も可能となった。VITルームにはこれまでに産地関係者やスーパーのバイヤーなど約1000人が訪れ、評判も上々という。

08年に経営を引き継いだ遠矢社長は、次なるステップとして食の総合商社としての体制づくりに着手し、毎年約20人を定

採用する。この数年は女性が約半数を占め、営業職への配属も増えている。営業職のほか、事務処理業務を行う業務課、コンプライアンスに取組



む業務統括部などの部署でも女性が活躍する。

また同社では、「提案による顧客との接点」による顧客との接点づく

り「計数化による安全性の担保」を強化。それを具現化する「営業企画開発室」商品開発営業部、

残留農薬分析や土壌診断、栄養分析などを行う「理化学分析センター」にも女性を配属する。

このうち商品開発営業部はカット野菜・カットフルーツなどの商品開発・営業を担当し、現在10人の女性スタッフが在籍。女性が商談を行うようになったのは4〜5年前からだが、「女性ならではの感性で営業するとバイヤーが納得してくれる」（渡辺省三事務）との効果もあるという。

企画開発については、数々のアイデアを発信。例えば母の日ギフトとし



写日 販促資材の企画・制作も。写真は顧客に好評だった父のギフト

キッチンを備えた「VITルーム」が好評

営業企画開発室では、

全社員の野菜・果物の基本知識向上をめざして、

品目・産地のガイドブック「VEGETABLES」（ベジボーン）を作成。とくに

営業員が担当品目の知識を深め、さらに担当外の

品目の知識も得られるよう栽培方法や産地情報などを掲載。産地情報には

顧客を案内した際の昼食やトイレ休憩の場所なども紹介する。同社職員なら

パソコンやタブレットから閲覧することが可能

だ。VEGETABLESの作成には、「営業員が青

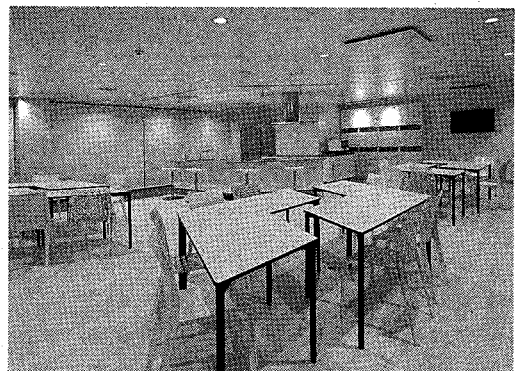
果物全般の知識を持つとともに、

アテンドに必要な情報も把握していること

で顧客からの信頼を得られる」（杉浦課長）の

思いもある。

例えは母の日ギフトとし



社屋2階の中心部に設置したVITルーム

商品開発営業部が栄養機能性を切り口としたサラダを開発し、理化学分析センターがその

栄養機能成分を数値化、営業企画開発室が顧客へ

プレゼンテーションを行うといった連携もある。

杉浦課長は「社内、顧客から「営業企画開発室に

頼めば何とかなる」と認識していただけのように

したい。そして、青果業界の先頭を走っていた

いと意気込む。

さらに、移転を機に杉浦課長の提案で新設したのが「VITルーム」だ。

約50人収容できる部屋にはキッチンや大型のスト

ロボを備えた撮影コーナーも。これにより、半日

1日でメニュー・商品

提案から販促資材のデザイン作成までが可能となった。ワンストップで提案できるようになったこと

で、商談期間の短縮化につながっている。VIT

ルームはこのほか、地域の学校やスーパー等の

青果担当者の勉強会など

にも使用されている。