

a・la ウィメ

# Team

## おとうふ工房いしかわ

### 「かわいい」でハートキャッチ

豆腐製造、販売のおとうふ工房いしかわ(本社高浜市、石川伸社長)の商品の購買客の多くが30~50代の女性。このため商品PRや広報活動では、これらの女性のハートをいかにキャッチできるかが重要になる。ただ男性陣にとって女性の心を理解するのは古今東西の難題。そこで同社では女性社員による社内チームが今年春に立ち上がり、第一弾の活動として自社ホームページ(HP)のリニューアルを行った。

#### ●メンバー柔軟に●

女性社員の社内チームは、今年3月に立ち上がった。メンバーは固定化せず、各部署をまたいで参加。まとめ役のMD部営業企画課課長の原久美子さんは「女の子同士が共有している『かわいい』とい



会議では活発な意見が交わされる

気をつけたのがメンバー間での笑顔のあいさつ、積極的なコミュニケーション」(原さん)。地道にメンバー間の距離を縮めることに努めた。

これら前段階の準備により、会議ではHPの写真やデ

も議題に上った改善案の一つ。「これまで当社がとうふや豆蔵を運営していることへの認知度が低かった」(原さん)。特設ページは女性の嗜好(しこう)に合わせたレイアウトを採用し、店舗写真も

撮影し直した。

会議ではもう一つ工夫を施した。会議ごとに議事録をまとめ、内容を社内に公開したことだ。社内全体にチームの活動を周知し、社員に関心を寄せてもらう目的だった。実際に社内ではHP閲覧者が増加したといい、「社内で情報共有する機会になった」(原さん)。チームは社外への情報発信役とともに社内のパイプ役を担うことになった。

チームの第2弾の活動として想定しているのは、商品の拡販活動。国産大豆を使用した豆腐である「究極のきぬ」(商品名)や「至高のもめん」(同)、湯豆腐関連商品を会員制料理教室の食材に使用してもらう内容だ。原さんは「女性の憧れの対象である料理教室の先生に食材に使ってもらうことで、商品のPRにつながるはず」とみている。

これら女性社員チームによる活動が、同社や商品の魅力を一層引き立たせることにつながっている。

まずHP刷新、料理教室に食材提案へ

### 「女子会」風に楽しくアイデア議論

う感覚などを形にするためのアイデアが、女性同士の会話から生まれると考えた」とチーム立ち上げの狙いを話す。

このため、HPリニューアルに向けてチームが週1回ペースで開催した会議で注意を払ったのがチーム内の雰囲気づくり。

「メンバー全員が平等に話しやすく、意見を言いやすい環境になるように心がけた」と原さん。目指したのは「女子会」のように楽しくにぎやかに会話できる会議だった。

各部署から集まったメンバーだったため、普段の業務での接点は少ない。「普段から



第一弾活動としてHPをリニューアルした

サインの刷新、閲覧のしやすさを求める意見などが活発に議題に上った。意見は会議ごとにまとめ、実際にHPのリニューアルに反映させた。

#### ●議事録を公開●

例えば、直営店「とうふや豆蔵」の特設ページを設けた