

女性とオフィスと仕事を考える Close-UP

クロスアップ

好きな車だから生まれる 喜びとジレンマ

「四輪駆動車のロールスロイス」と称されるレンジローバーを筆頭に、ディフェンダー、ディスカバリーと、数々の名車を世に送り出してきたランドローバー。「4×4の名門」として、揺るぎない地位を確立している。ランドローバー・ジャパンは、この英ランドローバーの日本法人で、輸入・販売業務を担う。昨年5月、独BMWのローバー売却に伴い、ローバーのRV部門であったランドローバーが、フォードグループとして単独で独立。今年初めには、久々のニューモデル「フリーランダー」の販売をスタートし、意気盛んだ。

今回お会いした浅野智子さんは入社11年目。旧ローバーからBMW傘下の時代、そして現在と、同社の変革を経験してきた。ここ7年ほどは、テ



ランドローバー・ジャパン
株式会社

プロダクトプランニング兼
テクニカルパブリケーションズ

浅野 智子 さん

クニカルパブリケーションズという主に日本仕様車の取扱説明書を編集・制作する仕事に従事している。

「私は、自他ともに認める「ランドローバーフリーク」で、その熱愛ぶりは社内にも広く知れ渡っているほどです。複数の車に同時に携わっていたころは、「浅野さんはランドローバーだけをひいきしている」なんて言われていました(笑)。今、会社がランドローバー・ジャパンとなったのは、私にとって本当に幸せなことですね。なにせ、好きな車だけを手がけていられるのですから」。よく「好きなものを仕事にすると嫌いになる」などと言われているが、浅野さんには、どうやらこの台詞は通用しないようだ。「仕事のすべてがランドローバーのためだと思うと、嬉しくてたまらない」と語る彼女からは、苦労を苦労と思わない仕事ぶりがうかがわれる。

「取扱説明書づくりで大変なのは、実車がない状態で制作しなければならないことですね。本社から送られてくる原本を、それこそ一字一句確認しながらの作業となります。私の場合、根っから正確にきちんと仕上げないと気が済まない性分なので、書面だけでははっきり分からないことが多く、イライラが募りますね」。

可愛さ余って—— というわけではないが、不明確なものをクリアしていくという作業は、こだわればこだわるほどにジレンマが生まれてくる。好きなものならなおさらである。

徹底して車を知る まさに極めつきのフリーク

「私ぐらい、この説明書を吟味して

自社の製品を、なんの迷いもなく「好きだ」と言える。
いったいどれくらいの人か、
今、自分達が売っているものを本当に愛しているだろうか。
「ランドローバーが大好き」と語る女性フリーカーが取り組む
取扱説明書づくりは日本仕様車のプロデュース、
そして畑違いのトラブルサポート業務。
日々奮闘しながらも楽しくてたまらない、
その、忙しくも生き生きとした仕事ぶりをクロスアップする。

読んでいる人はいないという自負はありますね。本国での制作もそこまで徹底してはならず、原本の間違いをこちらから指摘することもよくあります」。

時に本国のメーカーさえも超えてしまう仕事ぶりだが、彼女に妥協や不満はないのだろうか。

「車を市場に出す日は決まっていますから、制作のエンドはもちろん絶対。しかし、本国からの原稿はもっぱら遅れる一方です。必然的に作業時間は少なくなってしまいますね。自分も好きな車ですから、お客様にも正確で分かりやすい説明書をお届けしたい。しかし、時間的にどうしても制限されてしまうのが残念です」。

ピーク時には、徹夜も茶飯事という彼女。取扱説明書の実物を拝見したが、国産車の簡易なものとは違い、企業のスタンスと、浅野さんの熱意が伝わってくる。



“取扱説明書づくり”という経験を生かし、浅野さんが今年から取り組んでいるのがプロダクトプランニング。すなわち、日本仕様車の企画・立案である。話をうかがうと、こちらも、これまで携わってきたテクニカルパブリケーションズの業務に負けず劣らず、緻密で神経を使う仕事ようだ。

「新型モデルについてはもちろんですが、現行モデルのマイナーチェンジでも、本国での変更が日本の規制に適合するのか、また、日本市場に受け入れられる改善なのかを判断する必要があります。誰よりも徹底して説明書を読み、その車についてすべてを知っているということが、この仕事にも役立っていますね。もちろん、法規制やマーケティングなど、新たに知らなければならぬことも多く、日々、連絡と確認の毎日です」。

トップシークレットのため詳しい話

は聞けなかったが、日本向け特別限定車の企画なども手がけているという。少々オーバーだが、近いうちに、極めつきのランドローバーフリークがプロデュースした車が登場するのである。

単なる車の販売ではなく ブランドづくりこそ不可欠

「ランドローバーが好きといっても、車が好きというより、その車を所有することで生まれる生活が好きなんです。そして、お客様にも同じように感じてもらいたい。ですから、ただ単に車を輸入し販売するだけでなく、そのバリューやブランドイメージを作ることも大切な仕事だと考えています」。

そんな思いから彼女が最近携わるようになったのが、畑違いともいえるトラブル時の緊急サポート「ランドローバーツーリングエイド」の企画・運営業務である。以前から同様のサービスは

あったが、彼女のランドローバーへのこだわりから、新たなサービスとして生まれ変わった。

「アンケート調査や今までのトラブル事例の検証などから、よりバージョンアップしたサービスが提供できるようになりました。ランドローバー単体として独立し、企業自体は小規模になったのですが、だからこそ、当社らしさを前面に打ち出せるようになったと言えます。今後は緊急トラブルサポートだけでなく、例えば「キャメルトロフィー」のようなイベントの復活やオフロードミーティングの実施など、この車を所有する喜びや楽しみを広げていく企画を計画していきたいですね」。

仕事でも、そしてプライベートでもランドローバーにぞっこんな浅野さん。そんな彼女の働きから、真にユーザーの立場に立った車、そしてサービスやサポートが誕生していくに違いない。