

1章

営業職8人が語る「仕事の実際」

日々目にするあの商品にも、この商品にも、実際に多くの営業職がかかわっている。

彼ら彼女らがなぜ営業職となり、誰に、どのように営業をし、日々何を思いながら仕事をしているのか。

営業現場の最前線に立つ若手営業職の方々に、ホンネで語っていただいた。

取材・文／いのうえりえ(8p・9p・11p・12p・13p・15p・16p)

荒尾貴正(10p・14p)

CD

エイベックス・マーケティング株式会社 販売促進営業本部 営業部 東京第2営業所

営業の戦略、努力次第で売れ行きが決まるだけに責任を感じます

Q：栄養士から転職したのですね？

A：そうなんです。高校時代、将来を考え、「福祉の仕事がしたい」+「料理好き」=栄

養士の仕事…とたどりつき、短大の栄養科へ進学、地元の病院で栄養士として働きました。仕事はすごく楽しかったのですが、自立したくて上京しました。当初は派遣スタッフとして働きながら、管理栄養士の資格を取
得する予定でした。ところが、派遣先だったエイベックスでの仕事が俄然おもしろくなってしまったんです。それで06年7月から正社員として働かせてもらうことになりました。

Q：派遣スタッフの時はどんな仕事を？

A：テレホンマーケティング課に所属し、電話による営業活動をしていました。関西や四国方面の個人経営のCDショップに電話をかけ、新譜の案内などを行い、「今回、このアーティストのCDを店で販売していただけませんか」といったお願いをするわけです。直

接、店主に会ったり、売り場を見たりできないので、ネットで各店のホームページをチェックし、立地条件を確認。顧客層は店主にヒアリング。それらの情報をもとに、仕入れてほしいCDを見定め、交渉していました。最

初はなかなかうまくいかなかつたのですが、その後シヨップの方に「勧めてもらつたCDがよく売れたよ」となどと言つてもらえるようになつたんです。それがうれしかつたし、一枚でも多く注文してもらうことが、会社の売上げにつながることに、たまらなくやりがいを感じました。

Q：現在の仕事を教えてください

A：全国に190店舗を抱える大手レコード店を担当し、毎月100～150タイトル出る商品の販売提案をしています。店舗の立地や顧客層によって売れる商品、ジャンル

が違つたため、そのつどレコード店の仕入れ担当と話をし、どんなふうに販売を展開していくかを考え、その方法を提案します。自分がどれだけの熱意をもつて、どう売り込むかによって、CDも各店頭での扱われ方がまたたくま違つてきます。それだけに営業の役割はすごく重要です。

Q：1枚でも多く店頭に並べてもらいため、どんな努力をしていますか？

A：アーティストの良さを知つてもらうため、発売前から試聴版CDをお店の方に渡し、まず聞いてもらいます。そのうえで店頭

で特に目立つ場所での展開をお願いします。例えば、昨年GIRL NEXT DOORというアーティストのデビューの時は、シングルとアルバムとともに、店頭でもとりわけ人通りのある場所での平積みを全ショップで確約していました。

さらに、店長会議にアーティストを連れて行き、店舗スタッフに直接彼女たちへの応援をお願いしました。アーティスト本人たちに実際に会うことで親近感を持つてもらえた実際に会うことで親近感を持つてもらえたのフリーベーバーにインタビューを載せてもらつたりしました。

Q・仕事のおもしろさを教えてください

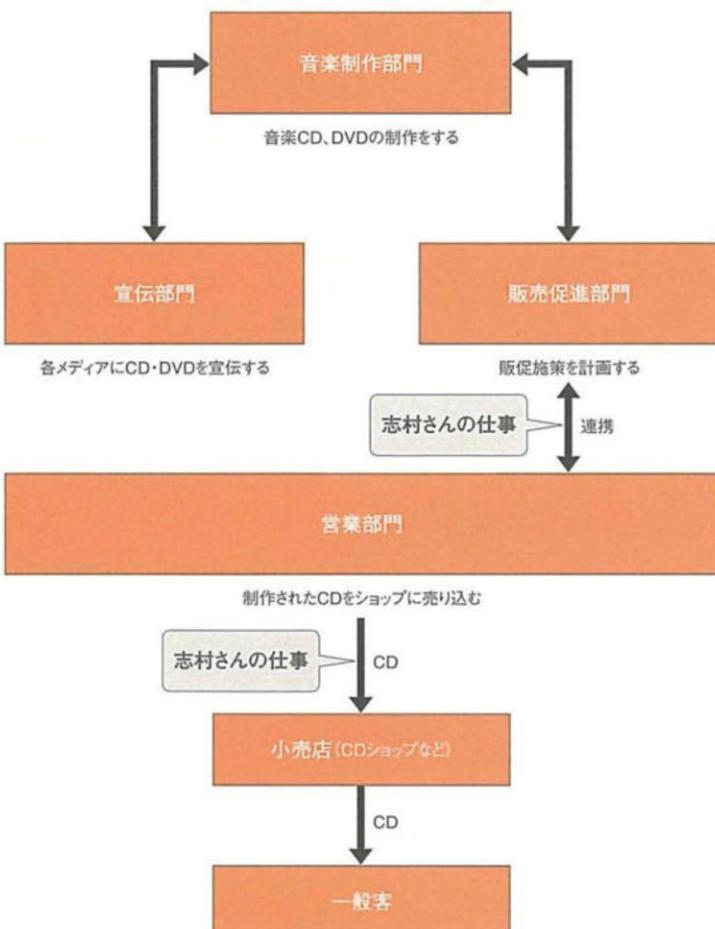
A：うれしかったのは、正社員となつて初めて担当のCDショップへうかがつた際、エイベ

ックスのCDをうれしそうに買っていかれるお客さまの姿を目の前で見かけたこと。店頭でのインストアライブやイベントなどを販促活動の一環として企画し、実施することもよくあるのですが、そんな時来てくれるお客様って、みんな笑顔なんですね。その笑顔を見ているだけでもうれしくなります。「私は、人を幸せにする仕事をしているんだな」と実感します。

正直、一枚でも多く自社商品をレコード店に置いてもらうのは非常に大変なこと。こちらが自信をもつて勧め、受注してもらったCDの売上げが全然伸びないこともあります。そのために、ショップの方からきついことを言われることもしばしば。それでも、「私の仕事は誰かを幸せにしていく」という思いがあるので頑張れます。

Q・毎月100タイトル以上発売されるCDはすべて聞くのですか？

A：もちろん。その中からいかに売れる商品を見つけるかも営業の役目だからです。当社の場合、同じアーティストのアルバムを売り出すにしても、営業担当によってその展開方法は自由。つまり、どの新譜CDに力を入れてどれだけ売るか、何をするかといった采配もすべて営業に委ねられています。自由にやれる分、責任も重いのですが、そこにすこくやりがいを感じます。



Q・志村さんの営業方法ってあるんですか？

A：全力でぶつかる営業です(笑)。「いいCDはいい」と猛烈にアピールします。ただし、「マイチかな」と思えば、正直にそれも伝える。嘘をつかないことがお店への信頼につながると思うので。

Q・この仕事を目指すなら？

A：「音楽はエンタテインメント。そのエンタテインメントを売る仕事なんだから、とにかく遊べ」というのが当社のモットー。ここでいう遊び。とは、好奇心をもつてどんどん行ながると思うので。

Yanagi: I enjoyed listening to music. I like meeting people and talking to them. I think my personality suits this job. I like it because it's fun.

I heard many stories from various people. Their experiences were very broad and varied. I learned that there are many different ways to approach a job, and that it's important to find what suits you best. I also learned that it's important to be passionate about your work and to always strive for improvement. These lessons will help me in my future career.

医薬品の正しい情報提供こそMRの使命です

Q : MRって何ですか？

A : MRとは「メディカル・リブリゼンタティブ（Medical Representatives）」「医薬情報担当者」の頭文字を取った言葉で、医薬品メーカーの営業担当者のこと。もともと米国で生まれた医薬品のスペシャリストの名称で、仕事は大きく3つに分かれます。1つは「医薬品メーカーの顔として医師や薬剤師を訪問し、自社の医薬品の正確な情報を提供する」。2つめは「自社の医薬品を実際に供する」。

Q : どうしてMRを選んだのですか？
A : 中学、高校、大学と野球部で、長く勝負の世界にいたため、営業成績で明確に評価される営業職がいいなど考えました。では、何の営業がいいか？野球部の時、よくケガをして痛み止めを使っていたことを思い出しました。薬は人の健康を支える大切なものです。その薬を世の中に提供するための仕事ならば、社会貢献にもつながるのではないかと考え、MRを選んだわけです。

Q : 具体的な仕事内容を教えてください
A : 東京世田谷エリアの200軒以上の開業医と薬局を担当し、1日15~20軒ほど訪問しています。医師は単なる薬の効果・効能の情報だけでなく、ほかの医療機関では実際に使用してみてどうだったか、強い副作用が出たケースはあるのかといった具体的な情報を収集する。3つめは「収集した情報を会社に伝える」です。MRがほかの営業職と大きく異なる点は、価格交渉をしないことと、直接医薬品の納品を行わないことです。

Q : どんな時がうれしいですか？
A : 「こうしても症状がよくならない患者さんがいる」と医師に相談され、ある薬の情報提供しました。後日、「あの薬を処方した患者さん、かなりよくなつたよ」と言われた時は本当にうれしかった。社会に役立つ仕事をしていると実感する瞬間です。

Q : MRとして心がけていることは？
A : 医師は大変忙しく、訪問してもわざか数分しかお話しできない場合が多くあります。でも、じんに時間が短くても一方的に自分が話すのではなく、医師が要求しているものは何かという情報の収集を心がけています。薬の情報は生命にかかるものなので、いまいな回答はできません。自信をもって即

使用した臨床現場の情報（有効作用・副作用）を収集する。

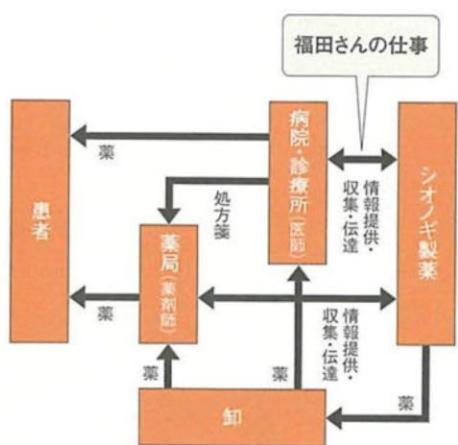
Q : どうしてMRを選んだのですか？
A : 中学、高校、大学と野球部で、長く勝負の世界にいたため、営業成績で明確に評価される営業職がいいなど考えました。では、何の営業がいいか？野球部の時、よくケガをして痛み止めを使っていたことを思い出しました。薬は人の健康を支える大切なものです。その薬を世の中に提供するための仕事ならば、社会貢献にもつながるのではないかと考え、MRを選んだわけです。

Q : どんな時がうれしいですか？
A : 「こうしても症状がよくならない患者さんがいる」と医師に相談され、ある薬の情報提供しました。後日、「あの薬を処方した患者さん、かなりよくなつたよ」と言われた時は本当にうれしかった。社会に役立つ仕事をしていると実感する瞬間です。

Q : MRとして心がけていることは？
A : 医師は大変忙しく、訪問してもわざか数分しかお話しできない場合が多くあります。でも、じんに時間が短くても一方的に自分が話すのではなく、医師が要求しているものは何かという情報の収集を心がけています。薬の情報は生命にかかるものなので、いまいな回答はできません。自信をもって即

的でかつ客観的なデータを求めています。

また、患者さんたちの疾患ケースもそれぞれ異なるため、どんなに良い薬でも、個々の患者さんに適した使い方をしなければ意味がありません。従つて、医師のニーズを聞き出し、それに応じて適切な情報を伝えようとしています。



答できる内容以外は必ずいつたん会社へ戻り、正確な情報を集めて次の訪問時にその回答をお伝えします。その繰り返しの中で信頼関係も築いていけるので、医師にはたくさん宿題を出してもらいつようにしています。

Q : 高校生にアドバイスを
A : シオノギは研修制度が充実しているので、MRに必要な知識がしっかりと身につきます。理科系・文科系どちらに進んだとしても関係ないので、社会貢献がしたい人にぜひMRを目指してほしいです。

多くの人を巻き込んで広告を作り上げるプロセスが好きです

Q..なぜ広告代理店に入ったのですか?

A..大学時代、「将来は腕一本で勝負するような仕事を就きたい」と思い、漁船に乗ったり、学生3000人を集めてイベントを主催したり、いろいろ経験しながら模索しました。そんな中で「どこで働くにしても必ず組織はあるし、自分がやりたいことは何か」という視点を選択しようと、就職活動の中で

「人の心や社会を動かす仕事がしたい」と思って、それが可能だと感じた広告代理店に決めました。

Q..広告営業について教えてください

A..クライアント(得意取引先)の課題をコミュニケーションを武器に解決するのが広告代理店。その中で直接クライアントに接して、課題を把握し、社内外のスタッフをまとめ、課題解決に向けてプロジェクト全般をプロデュースするのが営業です。

Q..具体的な仕事内容を教えてください

A..某大手アルコールメーカーを担当する営業チームに所属しています。メンバーは約50名。その中で私は新聞、雑誌、インターネットといったメディアを担当。クライアントが売れた商品の特性やコンセプト、ターゲット層に合わせて、最適なメディアプランを考えるのが仕事です。最近の市場環境や消費者意識などを調査し、どのメディアを使って、どんな広告表現で展開をするのがベストなのか、効果的なのかを考え、企画を立案します。クライアントにプレゼンテーションを行い、承諾を得ると、

メディアバイイングといって、掲載したいメディアの枠を購入します。実際の広告制作を社内外のクリエイティブ担当にお願いしたり、全体の予算、スケジュール管理などもすべて私の仕事。より効果的な広告活動のため、キャンペーングイベントを企画することも多いです。

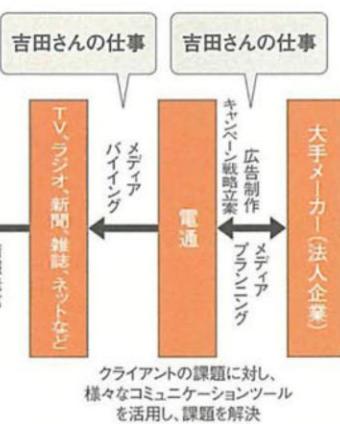
Q..仕事の魅力は?

A..広告を作り上げ、世の中に発信するのに、社内外を含めて様々な人がかかわっています。たくさんの人と協力し、二つの形にまとめて上げるのは相当大変なのですが、同時にすごく楽しい。しかも、でき上がった広告を見た消費者の方が「これいいな!」と思って、商品を買ってくださるわけです。実際、以前電車の中で、「あの広告いいね!」と、私の携わった広告についての話し声が聞こえたことがあつたんです。反響を目の当たりにすることができない喜びを感じます。

Q..仕事の大変さを教えてください

A..クライアントからの課題は毎回違います。それに対してそのつど広告のアイデアや戦略のシナリオを考えるのは正直苦しい作

業です。特に、広告には決まり切った形や答えがないだけに、クライアントにとつて何がベストなのかを考えつつ、消費者の気持ちもどうながら、何度も考え直します。



Q..高校生にアドバイスを

A..高校生の頃から業種を絞り込むのは時期尚早だと思います。17、18年の人生経験で「自分はこういう人間だ」などと守備範囲を決め込まず、むしろやってなかつたこと、興味がなかつたことにチャレンジし、自分の可能性を広げてほしいですね。

データを駆使した営業と人間くさいお付き合い。両方気に入っています

Q..なぜ理工系大学院から総合商社に?

A..これをやりたい、といったものが特に思い浮かばなかつたんです。研究職も自分としてはちょっと違うかなという感じでした。総合商社ならいろいろなことをやつていそうだし、入社すればそのうちにやりたいことも見つかるかな、という気持ちでした。

Q..仕事内容を教えてください

A..最初の1年半は営業経理という部署に配属され、帳簿の整理や決算の取りまとめ（鉄鋼製品本部）です。国内の電機メーカー、建材メーカー、鋼材問屋さんなどへの営業を担当していました。ひとことで言うと、お客さまが実際に薄板を使うまでの「サプライチェーン」構築が仕事です。具体的には鉄鋼メーカーから薄板を買い、いろいろな要素を考えた上でどこで加工し、納入するのがベストかを提案していくということです。また、当時は子会社のコイルセンターと呼ばれる鋼材の加工センターの管轄業務も行っていました。

薄板部の後は、研修員という形でアメリカに渡り、1年半の間アメリカにある子会社のコイルセンターで実務研修を行いました。よりも作りの現場に近い所での仕事は、鉄の流通のしくみを理解するにも非常に役立ちましたし、文化の違う現地の人々といかにうに残っています。

などをしていました。当時はつまらないと思ってたし、早く営業に行きたいと思つていましたが、今思えば経理の基礎的な部分を叩き込まれたので、多少複雑な経理や財務の話にもついていくよくなつたんだと思います。

営業経理の後配属となつたのは、薄板部（鉄鋼製品本部）です。国内の電機メーカー、建材メーカー、鋼材問屋さんなどへの営業を担当していました。ひとことで言うと、お客さまが実際に薄板を使うまでの「サプライチェーン」構築が仕事です。具体的には鉄鋼メーカーから薄板を買い、いろいろな要素を考えた上でどこで加工し、納入するのがベストかを提案していくということです。また、当時は子会社のコイルセンターと呼ばれる鋼材の加工センターの管轄業務も行っていました。

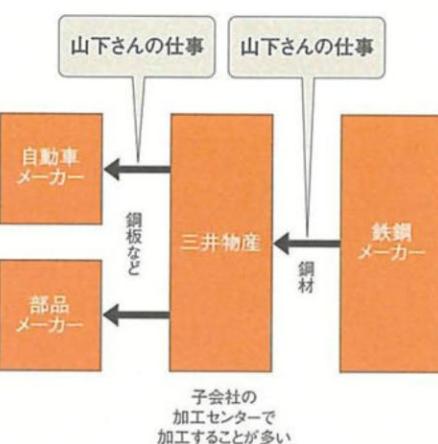
車の軽量化はCO₂の削減に直結していることはご存知の通りですが、そうした鋼板を世界に向けて供給することにより、エコの面でも一役買つていています。

Q..印象に残っている仕事はありますか?

A..昨年のリーマンショック以降状況は一変しましたが、ここ数年間は世界中で鉄不足でした。何度もお客様に薄板の供給を切らせてしまふかも知れないという状況に陥ったことがあります。当時は大きなプレッシャーを感じながら、方々に協力を求めて何とか供給が繋がつたということがありました。最もプレッシャーが掛かった時期だったので、印象に残っています。

まくやつていくかを学ぶことができた、貴重な経験だつたと思います。

そして昨年アメリカより帰国し、現在まで、自動車鋼板事業部という部署で働いております。ここでは薄板の中でも、自動車向けに特化した製品を扱つています。日本の鉄鋼メーカーは技術力に優れており、高張力鋼板は車の軽量化に大きく寄与しています。



Q..この仕事の魅力は何ですか?

A..大手自動車メーカーなどへ営業する時は、世界の鉄の需給状況や為替レートなどのデータを駆使してものすごく理詰めで提案する感じで、それはそれでもしろいのですが、一方で長くお付き合いのある国内の問屋さんなどには、「うるせえ、オレのカンだけが頼りだ」というような人間臭い社長さんがいて、そういう方々とのお付き合いも楽しいですね。その両極端が、けつこう私は気に入っています。

保険を実際に販売する営業職員のサポートが所長の大仕事です

Q.. 生命保険の営業所とは?

A.. 病気や死亡など万の時の損失を経済的に支えてくれるのが生命保険。保険会社は、お客さまの人生設計やニーズに合わせて保険商品を開発し、販売しています。営業所はその中で、直接お客さまの元へうかがい、保険商品を販売する部門です。将来の希望や不安をお聞きし、その方に合った保険をお勧めするといった営業活動だけでなく、加入了いただいた方へのフォロー、給付金・保険金の

手続きなどの業務も大事な仕事です。実際、保険の販売活動に携わるのは営業職員。金町営業所も17人います。全員女性です。

Q.. 営業所長はどんな仕事を?

A.. 営業所全体の売上げ管理と、営業職員の採用や教育などです。特に重要なのが営業職員の教育。保険は姿形がないだけに、どんなに素晴らしい商品でも、それだけでは売れません。販売する営業職員に人間的魅力を感じなければお客さまは保険に加入してくれないので。ですから、職員全員が魅力ある人間に成長できる職場づくりというのも所長の役目になります。また、職員がお客さまのところへうかがう際、私も同行し、どんなふうにお客さまと接するのがいいのか、直接一人ひとり指導しています。

営業所はお客さまと直接かかわる。現場なので、いろいろな声をいただきます。それを本社へ伝えるのも所長の仕事です。

Q.. 仕事のどんなところが楽しいですか?

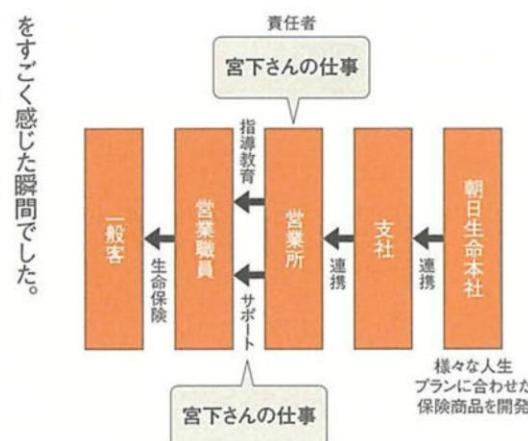
A.. 目標が数字で設定されてわかりやすいところ。営業所全体の売上げ目標を達成で

きた時は心底うれしいし、できなかつたらとことん落ち込んで反省する。その「喜一憂のドラマ」を毎月楽しんでいます。また、お客さまはもちろん、営業職員の年齢も20代から60代と幅広く、実に多種多彩な人々と話ができるのも魅力です。「宮下さんってナルシストだね」「保険の営業には見えないな」なんて言われることもあります。それが自分を客観的に見つめる、いいきっかけにもなっています。

Q.. 一番うれしかったのは?

A.. 営業には個人目標と、組織として達成すべき目標があります。金町営業所はここ数年、この組織としての販売目標を達成していませんでした。それがある時、営業職員から「人ひとりがもうひと踏ん張り本気を出せば絶対に達成できる。みんなで頑張ろう」と言って一致団結してくれたことがあったのです。その結果、見事に目標達成。保険の営業と言うと個人プレーのイメージもあると思いますが、全員が一つの方向へ動き出す

と、相乗効果で一人ひとりが思わず力を發揮することがあります。組織というものの魅力



頑張りが収入につながる能力給で勝負したくて高級輸入車の営業に

Q: この仕事を選んだのはなぜですか?

A: 高校時代は生物の教員になりたくて農業大へ進学したのですが、大学3年あたりから「自分の力を試すようなこと、今しかできないことに挑戦したい」という気持ちが強くなりました。能力次第で収入もアップできる営業職がいいと思い、ヤナセを選びました。

Q: 仕事内容を教えてください

A: ヤナセ目黒支店でメルセデス・ベンツなど世界ブランドのクルマを販売しています。ただ

し、クルマを売つて終わりではありません。お客様が安心して快適なカーライフを楽しめるよう、継続的に定期点検や車検、修理、新車や新サービスのご案内などのフォローオーもしていきます。特に、クルマにはどうしても修理がつきもの。「時々エンジンからおかしな音がする」などと連絡を受けたらすぐに「うかがい、できる限り早くサービス工場で修理するようにします。同時に、お客様が気づいていない不具合がないか、メカニックに確認してもらい、何か見つかればメーテナンスします。

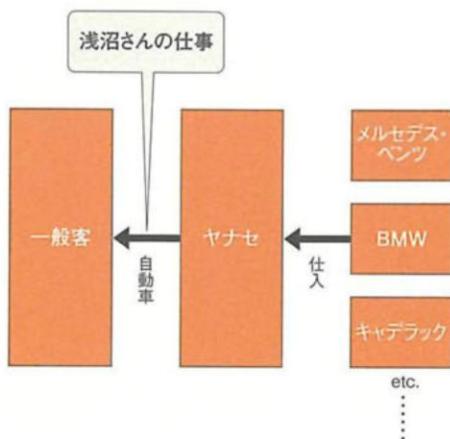
Q: どんな時にやりがいを感じますか?

A: 努力が実を結び、「浅沼さんから買うことにした」と言つていただけた瞬間ですね。まだ入社して間もない6月頃、ふらつとショウルームへ立ち寄られたお客様がいらっしゃいました。すでにベンツ2台、他社のクルマ2台を所有されていたんですが、クルマのメンテナンスに対応したり、新車の情報をどうぞ10日に一度くらいの割合で電話や実際に訪問してお伝えしていくうちに、信頼してくださるようになります。その年の11月にベンツ2台を買

い替えてくださいました。翌年の1月にはさらに1台ベンツを購入、現在所有されている4台はすべて私から購入していただきました。今も新しく入ったクルマの情報は隨時お伝えしています。ヤナセで扱うクルマは高額なだけに、本当に信頼できると確信してから買いたいとお客様は思われています。だから、最初にお会いして購入を決めていただくまではある程度の時間がかかります。根気よく信頼関係を築くことが何より大事なのです。ヤナセで購入を決めてくれたということは、私を信頼してくれた証拠だけに喜びもひとしおです。

Q: 反対につらいことは?

A: 売上げ目標を達成できない時です。でも、絶対にあきらめない。そういう時こそお客様との接触量を増やすため、お付き合いの長いお客様を一軒一軒訪問します。また、簡単な修理なら自分で対応できるようメカニックにいろいろ教えてもらったり、独学でクルマの構造を勉強し、自分の知識をアップさせる努力をします。そんなふうに動いて



いるある日風向きが変わり、立て続けに売れたりするんですよ。それもこの仕事のおもしろさです。

Q: 理系出身のメリットはありますか?

A: 大学では研究論文を書き、みんなの前で発表する機会も多かったのですが、その経験が今すごく役立っています。というのも、理論的な物事の組み立て方ができるので、営業でうまくいかない時でも段階を踏んで物事を進めていくことができるからです。理系でよかつたなと思いますね。