

発掘インタビュー 活躍する販売士

Vol.26

日研I&S株式会社 西日本営業部 東海オフィス 玉置幸治さん
(1級販売士)

「実は私も販売士」。このシリーズでは、さまざまな分野で活躍する販売士を発掘し、そのリアルな姿に迫ります。第26回は、東海地区のスーパーマーケットチェーンを主な顧客として、売場を創造する提案型営業に取り組んでいる玉置さんにお話を伺いました。



——どんなお仕事をされているのですか。

玉置 今の会社、日研I&S(株)に入社してから17年ですが、その前は食品メーカーで営業をしていました。そこでの仕事は取引先のバイヤーさんといかに仲良くするかに力を入れていて、提案よりも接待というかね…本来やりたい、自

分の想像力を生かした仕事とは違うなと思い、36歳のときに転職しました。

今の会社は、同じ流通業界に関連しますが、スーパーマーケットなどの売場で使用される仕切板とか、カードケース・POPスタンドなどの販売促進備品を製造・販売している、東京に本



社がある会社です。僕は昨年度に大阪から異動しまして、現在は東海エリアの顧客管理を任されています。

当社品のユーザーの8割はスーパーマーケット・ホームセンターですが、他にも100円ショップや百貨店などの商業施設をはじめ、駅や空港など公共施設等にも幅広く使用されています。

——販売しているのは陳列什器？

玉置 それも含めて売場で使用する備品全般です。当社で製造した既製品を提供するほかに、別注品といって、お客様の声を聞いて一緒に考えて製作する商品もあります。いわゆる「共創」商品と言えるかと。お客様も他社との差別化を考えられている時代。既製品だけだと、どこも同じようなイメージの売場になってしまう。既製品を提案した上で別注品も提案できる、これが面白いところです。

それから、備品を納品・設置後の売場を見て感動したお客様から感謝されることが多いのが、前職と違うところですね。

——取引先の担当者に感謝される？

玉置 食品メーカー勤務のときは、商品部の例えば、日配部門など限られた部門の担当者だけとのやりとりでした。でも、今の仕事で僕が関わるのは、商品部の各部門、販促備品を取り扱っている販促部、出店場所の候補地からオープンまでの全体の流れを取りまとめる店舗開発部などいろいろあります。同じスーパーという取引先の中でもいろいろな部署に顔を出せるのは面白いですね。店舗全体を捉えて仕事ができるのが、すごく新鮮。

店舗の新規オープンの際には、直前1～2か月は提案や商談が集中して忙しいのですが、オープン前日には「ありがとう。おかげさまでオープンできます！」と皆さん喜んでくれます。

食品メーカー勤務の時には、お客さんから怒られることはあっても褒められることはなかった。そこがね、やりがいを感じるところです。

1級取得で信頼度アップ&ボトムアップに貢献

——販売士1級を取得したきっかけは。

玉置 食品メーカーのときに会社で推奨されていて、2級を持っていました。しかし気づいたら、更新を忘れていて失効。もう一回2級を取り直すよりも、どうせならこの機会に1級を取得しようと思いました。

——社内ではかに販売士を取得している方はいますか？

玉置 2級はいます。以前は取得が推奨されていて資格手当も出ました。お客様の業界でもバイヤーさんなどで2級を持っている方は結構いらっしゃるのですが、1級はなかなかいません。だから、お客様からの信頼度向上につながる。ちなみに名刺には販売士1級と記載されています。

——1級取得のメリットはあったということですね。

玉置 物忘れがひどくなったこの年齢でも勉強したらまだまだできるなと、自信ができましたね。特に販売・経営管理の知識を向上させることができた。一人で東海エリアを運営・管理する立場にありますし、メンバーとの軋轢を生まないため、例えば論理的誤差や対比誤差などの重要性を社内に浸透させることで、結果的に会社への帰属意識が高まる流れが作れると思う

ています。これボトムアップ。ボトムアップができれば組織は強くなる。そのためには、幅広くしっかり勉強して、実践する工程が大事です。僕も1級を取得してから自分の考え・意見を強く言えるようになりました。

——2級取得者がある程度いる環境でも、さらに1級取得者がいれば社内のボトムアップや社外の信頼度アップにつながるわけですね。

玉置 僕の場合で言えば、周囲の見る目は確実に変わったと思っています。実は、僕が1級に合格したあと、触発されて販売士1級を取得した女性社員もいます。こんなふうに組織に良い意味での刺激を与えられていると思います。僕ぐらいの年齢の人は、先行きに不安を感じて、マインドも弱っている人も多いじゃないですか。——バブル時の売り手市場だった頃に入社された世代でしょうか。

玉置 そういう世代が会社組織に対して発信力を高めて化学反応を引き起こすことで、個人に依存せずムダを排除した「仕組み」や、思いもよらぬ「アイデア」が生まれる土壌ができあがると考えます。

今は「個」の時代ですので、今後は更に能動的に動くマインドが絶対必要条件になると思います。僕自身、1級取得以降さらに学ぶ意欲が

向上し、プライベートで各種勉強会や多様なコミュニティにも参加し、いろいろな学びを得て、日常的に視野と価値観を広げています。

オリジナル製品で売場の魅力向上

——現在の業務「顧客管理」は具体的にどんなことをするのですか。

玉置 例えば、今日もお客様から「売場が汚くなっている。この機会に予算をかけてきれいにしたい。何とかしてくれないか」と電話がありました。

——売場のコンサルティング？

玉置 そうですね。そういうお困りごとの解決に付随して、備品が必要だったら当然ウチのつていうことになるわけですよ。例えば「〇〇売場の売上を上げたい」という声があったとします。「商品を魅力的に見せるには、どんなふうにするか」と課題をいただくと、対象になる売場のイメージを当社のサポートチームと打ち合わせします。サポートチームにはコーナース提案書を作ってもらい、改めてお客様に「こんなふうに考えました。いかがですか？」といった感じです。

——（PCに表示された提案イメージ図を見て）あ、きれいですね！

玉置 この売場ではディスプレイ台でひな壇にして段差をつけたほうがいいですよ、と、実際の備品も持参して説明する場合があります。今日も持ってきましたよ！ 弊社オリジナルのディスプレイ台。伸縮可能な脚がついていて、高さを実際に売場で調節するんです。こういうプラスアルファの機能性で感動してくれるんです。「すごい伸びるんだー！」とか。

——私も感動しました。脚を回転させると…伸びるんだ!!

