

発掘インタビュー 活躍する販売士

Vol.31

ニューアロイ株式会社 **松山博英**さん
(1級販売士・登録講師)

「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31回は、小売業・サービス業・製造業と複数の業界での実務経験が豊富な松山さんからお話を伺いました。



——異色の職歴をお持ちのイメージがある松山さん、現在のお仕事は。

松山 製造業で使われる原料の商社兼メーカーに勤めています。鑄造の原料、いわゆる副資材といわれるものを取り扱っています。営業がメインの役割ですが製造や新製品の効果測

定、お客様からの依頼試験にも対応したり、「何でも屋」のような仕事をしています。

——営業は、新規開拓営業ですか。

松山 基本的には、出入りできる関係のあるお客様への購買促進をしています。新規の飛び込み営業をすることもあります。メインの商



材は「鑄鉄用の材料」です。エンジンプロックや鑄鉄管、マンホールなどに使われています。今の会社に入社したのは7年ぐらい前。以前は、建設現場の仮設物を取り扱う会社での営業。人が足りない時には職人もやりました。その前は、パチンコチェーンで副店長。さらにその前は、GMSで食品売場やギフト関連の部門を担当していました。新卒で入社したのはジャスコ（現在のイオン）でした。

起業を志し20歳で販売士1級を取得

——販売士はいつ取得されたんですか。ジャスコ勤務の時？

松山 いいえ、学生時代。1級は20歳の時に取得しました。当時は9科目あって試験も丸2日間。記述式問題も結構多かったですね。

——20歳で販売士1級を取得！？

松山 高校生の時に、将来は自分で会社をやりたいと思っていて、まず簿記を取っておくとよいかと考えました。そして、販売関連の資格も何かないかなと思った時に販売士という資格を見つけ、まずは2級を受けて合格。次に19歳の時に1級を初受験。でも、1年目は9科目のうち7科目合格で、残り2科目も合格して1級取得できたのが20歳の時。惜しくも最年少（19歳）合格者にはなれませんでした。

——惜しかった！ とはいえ20歳の学生で1級合格は凄いです。

松山 7科目受かっている時点で就職活動をしていましたが、物を売るような会社に行きたいと思い小売業を中心に受けていました。ジャスコで3年ぐらい勤務しましたが、配属された2店舗目が新店のタイミングで、新店開設事務所1カ月詰めての开店準備からオープンまで、大変忙しかったです。朝7時半に出勤して

帰るのは朝3時。その後、転勤して3店舗目で、ちょっとこのままだと体がもたないということで退職し、自分でネット通販を始めました。

——学生時代に思い描いていた「起業」ですね！

松山 はい。しかし、当時はかろうじてAmazonが日本でも利用できるようになったかどうかぐらいの時に、ネット通販は少し早すぎたようです。思ったほど売上が上らずバイト代ぐらい。だめだと思って就職しようとしたら、地元の人にパチンコ屋を紹介されました。「パチンコ屋なら、すぐ出世できるぞ」と言われて、なるほどと思いました。紹介されたパチンコ店はちょうどチェーン展開をしていたところで「チェーン店の仕組みを知ってる人材が欲しい」と言われました。

——パチンコ屋さんでの役割は営業ですか。

松山 店舗運営です。しかし、最初は何もわかりませんから一般スタッフとして働きました。個人的にパチンコもスロットも、やったことすらなかったので。

——「クレーム処理」をテーマにセミナーで登壇されていました。クレーム処理経験は、いろいろな会社で活かされそうですね。

松山 パチンコ店では、一般的なクレーム対応が通用しない背景もあります。一般的には、お客様からクレームがあるとすぐお詫びしたり頭を下げちゃいますよね。パチンコ店でそれは絶対ありえません。なぜなら怒ってくるお客様のほとんどは「負けて」怒ってきてるから。「すみません」なんて言ったら、お金を返さなければいけなくなっちゃう。要はギャンブルだ

から、誰が何を言ってきても「すべてルールどおりに動かしてます」という対応になります。それが一番公平。特定の客を優遇したなんてことがあったら、みんなが「じゃあ俺も」となって、暴動が起きかねない。基本的に考えが全然違うんです。

だから、従業員がお客様からのクレームで個人的な攻撃をされることもない。会社がルールで守ってくれる。こういう業界ってあるんだ、と思いました。入社前は、パチンコ店の一般的なイメージはあまり良くなかったから少し心配でしたが、入ってびっくり！ 素晴らしい会社だと思いました。学生のアルバイトでも社会保険に入れるなど、当時としてはかなりホワイトでした。

——とはいえ、店舗の責任者となるとストレス高めの業種では？

松山 そうですね。マネージャーなど役職がついている人は制服が違うから、誰が見ても「この人が責任者」と判る。初めてアシスタントマ

ネージャーになった時に、上司には「君もこれで明日から役職者だから、刺される覚悟を持って仕事しろよ」と言われました。

——負けが込んだお客さんがイラついて…みたいな…？

松山 ナイフは見たことありますが…。それよりも、明らかに精神的に患っている方で「ヤバそう」という人がいます。様子でわかりますから、スタッフが役職者に「注意して見ていてください」と言ってくることがあります。物理的に、近くにいれば刺されたり、殴られたりする可能性があります。事前に注意していれば「手の届かない位置から話しかける」「防犯カメラがよく映る位置で話をする」など対策ができます。自分は、そういったことを心掛けて対応していたので、刺されたり殴られたりしたことはありませんでした。

——そんな業界から、また転職されたのは何がきっかけでしたか。

松山 転職が多かったからです。反社会的勢力や怪しい団体などに狙われてしまった店舗には、対応できる人間を行かせないと…ということで、問題の多い店舗に行かされることが多くて。

——重宝される貴重な人材だったんですね。話は変わりますが、地域で花火師としても活動されているんですね。

松山 高校3年の時にスカウトされて、毎年7月にある地元の神社の祭りで、自分たちで作った手筒花火を上げています。それ以外にも市の祭りで人手が足りないと、依頼されて手伝いに行ったりもしますね。

——いろいろ経験されてきて、学生時代に取得した販売士の資格はどのように活かされていますか。





松山 例えば原価計算をする時に、ただ単に原価から積み上げただけの原価計算だけではなくて、「売れる方から計算した」販売原価みたいなものを計算できますから、「高すぎて売れない、安すぎて売れない、逆に高く売れるものでも安く売りすぎてる」とか、わかります。そのため、適正な価格で見積りが出せます。

営業やお客様への対応というところでも販売士は役に立っています。いろいろな業界の人を見ると、日本人は部分最適化は得意ですので、部分部分は改善されていきますが、会社全体、業界全体としての最適化はされません。そのため、一部を改善すると全体としては改悪になっていることが多い。小売業としては、消費者に対して価格の安さではなく、この商品を買ったとこれだけ時間短縮になるなどの機能をPRして、適正価格で販売しないといけません。また、卸売業、メーカーは、想定している消費者のモデルや使い方を小売業に伝えて、適正価格で販売しやすくなるようにしないとイケない。——よく製造業の方はマーケットインの視点が持てないと聞きます。

松山 中小の製造業で儲からないっていうのは、値付けの仕方が材料コストプラス法だけで考えがちだからです。事務経費や機械の減価償却、開発費などは考えていない。また、値上げ交渉をしていない。ほかにも、自動車部品で同じ機能の製品を「薄く軽く作りました」っていう物を（重量）1キロいくらかで売っていたら値段が安くなっちゃう。そこは「燃費良くなるんだから高く買ってよ」って交渉しないとイケませんよね。

教科書通りの知識は現場では通用しない

——販売士歴は長いけれど、東海販売士協会に

入会されたのは7年前ですね。活動に参加してみようかどうか。

松山 仕事に余裕があった時に参加し

た登録講師の資格更新講習会で、隣の方が協会の会員で声をかけられたのがきっかけでした。会員は実際に小売の現場に関わっている人ばかりではないので、知識はあっても現場経験がない方もいるという印象です。販売士としてより実践的なサポートを提供するために、現場で使えるスキルを身につける必要があると思います。——東海販売士協会の活動に、地域の事業者を対象にした販売促進実践塾という取り組みもありますね。

松山 モノを売る・お金を得るために自分自身で企画して実践するのと、机上の知識で計画を立てるのは全く違います。そういう経験がもうちょっと必要だと思います。また、対象となる相手が、日頃自分が働いている業界や会社、客層と同じとは限りません。

店舗での情報共有の仕方ひとつとっても、例えば、パチンコ店では「日本人だけど日本語が読めない子」もいました。だから、大学生のバイトリダーが、引継ぎや指示のメモをいくら丁寧に頑張って書いて渡しても、漢字が読めないスタッフには内容が伝わらない場合もある。そんな人はまず大手企業ではないでしょう？

指示したほうは、まさか漢字を読めない人が職場にいるという発想がないから「なぜ伝えたことをやらない。無視しているのか！」と怒るわけです。現場の状況に合わせた対策ができないとだめなんです。

——他地域の販売士協会では、自分たちがマル

シェに出店して、企画や仕入から販売まで実践しているところもあります。セミナーや勉強会を主催するだけでなくそういう実践的な機会も増やせるとよさそうですね。

松山 そうなんですよ。いくら勉強しても一回現場を踏んでいるかいなかでは、全然違いますよね。最近だと、小売団体や飲食業界でハラスメント対策のルールを作ろうみたいな話が盛んですが、長い現場経験のある人は、すでに対策できている。また、地域によって客層や市場環境が異なるということもあります。教科書通りの知識は現場では通用しません。

——私たち販売士は、それぞれの業界知識や販売士としての広範な知識を生かすためにも、不足しているところを現場での実践から学べるといいですね。

松山 問題！ スーパーの食品売場で、賞味期限7日の納豆を販売します。金曜日の新聞折込みチラシで「金～火曜日の5日間 通常200円の納豆を半額の100円で販売」と売り出します。過去の売上実績からすると、このチラシを出せば毎日100個売れます。あなたは、この納豆の仕入担当です。さて、1週間どのように発注すればいいと思いますか。発注は毎日行えます。

——うーん…1日100個売れるなら、品切れしないように毎日新しい納豆が110個ずつ納品されるようにするかなあ…。

松山 それを5日間繰り返しちゃうのは、販売技術としてはバツなんです。なぜかという、1日110個売れてくれれば在庫0になってリセットがかかるからいいけれど、天気が悪くて80個しか売れませんでした…となったら30個余る。それってどうします？ 賞味期限が1週間あるんだから、廃棄せずに次の日も並べておく

でしょう。問題はここ！

次の日も110個納品されたら、売場に140個並びます。2日目は110個売れましたが、売れた110個の内訳はどうでしょう。賞味期限が古いものと新しいものが販売されていたら、お客さんは1日でも新しい方を買います。これを5日間繰り返していると、古いものが売れ残る可能性が高い。だから販売技術としては1日目に550個注文するほうが良い。こういうのが教科書では出てこない現場のノウハウです。「ジャストインタイムで発注しましょう」みたいな話とは、ちょっとずれてくる。

——なるほど！ 購買心理も考える必要がありますね…役立つわかりやすい例です。いろいろな経験をされてきましたが、公私問わず、目標や将来構想のようなものはありますか。

松山 製鋼関連の技術の特許の一つ取得済みで、もう一つ、仮設トイレの消臭方法も出願中です。それらを活かした商売を始められないかと考えています。

——最後に販売士普及に関するご意見があればお願いします！

松山 検定名称が「リテールマーケティング検定」なのに、合格者の称号が「販売士」っていうのがわかりにくいですね。名称を工夫できないかと思います。

(了)

※掲載内容以外にも、オフレコの話も含め多くの興味深い現場事例を伺いました。気になる方は、ぜひ東海販売士協会のイベント参加などを通じて松山さんと情報交換してみてください。

取材・執筆

日本販売士協会 広報委員 永田るり子
(1級販売士・登録講師)