

# 発掘インタビュー 活躍する販売士

Vol.34

小川美咲さん

(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34回では、自分の強みを活かしながら東北にてリモートワークで活躍中の小川さんにお話を伺いました。



## 転職後も販売士ハンドブックとともに

——現在どんなお仕事をされていますか。

**小川** ふるさと納税の中間事業者にあたる会社に勤めています。返礼品の企画からウェブページ作成、寄付者の問い合わせ対応までを含む、ふるさと納税に関わる事務を受託している

会社です。

私は、営業職で自治体様と打合せをしたり、事業者様に「返礼品を出しませんか」とお話しするのが主な仕事です。前職でEC関連の仕事をしていたので、必要があればECのお話も交えて情報交換をしています。商品の魅せ方や金額設定など、そういうお話をさせていただ

くこともあります。

——これまでのキャリアを教えてください。

**小川** 大学卒業後、輸入車の販売店に就職しました。そのほか営業職の経験が長く、特に医療関係の経験が長いです。結婚や出産を経て、秋田にUターンしました。地元の小売店でECに携わったことがきっかけでウェブの世界に入り、ECのコンサルティング会社でコンサルタントとして勤務。その後、現在の会社に転職しました。

——販売士の資格はいつ取られたのですか。

**小川** Uターン後に働いていた小売業にいる時に取得しました。販売士2級を推奨している会社で、手当も出ました。2級を取得後、社内で「1級も取ったら？」と言われ、1級も取りました。社内でも1級はほとんど持っている人がいなかったのですが。

——小売業勤務の中で、販売士で学んだことは業務に活かされましたか。

**小川** なんとなく考えていたことについて、「体系的に説明するとそうだね」という説得力がありました。資格取得時は一つの部門を統括する立場だったので、なにか新しいことに常に取り組みなければならない状況にありました。「どういうふうを考えるべきなんだろう」というときに、体系的に理解できると自信が持てます。新規事業の推進が多く、なかったものを作るような場面です。

それから、人材のマネジメントの考え方も、1級までやれば仕組みを学べたので助かりました。

——実務経験から身についたことも多いと思いますが、現在のお仕事で、販売士としての知



見は活かされていますか。

**小川** 販売士で、きちんと体系的に経営やマーケティングを学んだというベースがあります。「これってどう考えたらいいかな」と迷ったときなどには、いまだにハンドブックを手に取ります。また、対法人の仕事では経営者の方とお話することも多く、経営の考え方やビジネスの現場の視点を知らないと話ができません。そういったことも学べるのが販売士ですね。

### 的確な助言で事業者のECを支援

——ECのコンサル業務は、具体的にどんなことをされていたのですか。

**小川** モールECに特化していたので、プラットフォームの中で数字を改善する仕事です。ツールを動かす専門技術職の側面もあります。どうやったら売上を上げていけるのか、費用対効果が良くなるのかといったマーケティング的なサポートはもちろん、ECを含めた経営戦略という話題が出ることも少なくなかったです。——プロに店舗運用を丸投げしたとして、どのぐらいで売れるようになるのでしょうか。

**小川** 商材やそのお客様のフェーズにもよりますね。まず「売れる」の概念が何を指してい

るのかによっても変わります。最初にご希望や目標を伺って、それが現実的に実現可能なのかも含めて、周りの市場を見て、現在の自店のポジションを見ます。それから何を変えれば売れるようになるのか、広告費を投入して売めるのか、順に戦略を考えていきます。

——支援するにも、商材自体に魅力が無ければ苦戦するのでは。

**小川** もし可能性が小さいのであれば、ちょっとこれだと難しいですよとお伝えすることも、プロの仕事だと思っています。

——売れない商品の「売れない理由」の代表格はなんでしょうか。

**小川** 販売士で勉強するマーケティングの話に通じますが、「プロダクトアウト」で作っていらっしゃる会社ですね。「こだわって作って・高く売りたい」でも需要がない。自分はそうではないと皆さん気持ちでは思っています。でもきちんと分析すると「どこに需要があるんだっけ」と迷子になってしまうケースは、よくあり

ます。逆に、売れるはずなのにアプローチが正しくないケースもたくさんあります。

——市場の需要があって、他社の類似品はすごく売れているのに自社の商品は売れない場合もあるようですが、見せ方とかでしょうか。

**小川** 見せ方もありますし、そもそも見られていない・十分な露出がされていないというパターンも多いですね。

——露出がというと、やはり広告などにコストをかけるしかない。

**小川** リアルの店頭に並んでいることも、認知を拡げる意味で有効ですね。会社の規模を問わず、きちんと必要なところに必要な投資をしていらっしゃる会社さんは伸びます。広告費用、パッケージのデザインや商品写真の制作費用などのお金の投資。また、きちんと専門家のナレッジを入れるということも含まれると思います。

自社の未経験のスタッフに運用を任せている会社も少なくありませんが、そこで時間や人件費を費やすよりコンサルタントの力を借りた方が安く早い、という場合もあります。広告予算については、いろいろな計算の仕方があります。ご希望を伺いながら必要な広告費を算出することはできます。でも、SNSの投稿やトレンドなど移り変わりが速く、不確定な要素が広告の効果に影響を及ぼします。当たるシミュレーションはなかなか難しいですね。

## 会社経営にも人生経営にも活かせる視点

——リモート勤務と伺いました。働きやすい環境ですか。

**小川** 前職からフルリモートで、基本的には秋田県内の自宅で仕事をしています。現在は、お取引先様を訪問する外回りの業務もあり、楽しく充実しています。



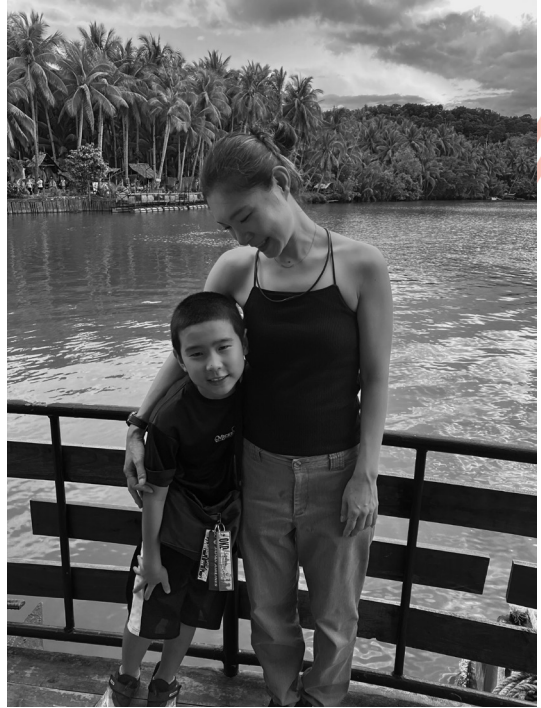
私は、販売士を若い人にとってほしいと心から思っています。販売士で学ぶ知識は、自分のキャリアにも応用できるからです。転職がステップアップと捉えられ、働き方も多様化している時代。キャリアに迷って、自分の価値や市場での位置付けなどを考えたときに、助けになると思います。「自分自身の経営」です。

マーケティングの視点で「私って、どこの市場なら売れるんだろう」とセルフブランディングできるのは強み。私は異業種に転職してきましたが、自分の中では異業種という自覚が無く、どの業界へ行っても活かせる自分の強みに1本軸がある。そこからブレなければ、売るのが変わっても一生よりよく働き、よりよく生きていける。販売士を勉強していて良かったなって。——まだ30代。これからの計画や夢は。

**小川** あまりないんです(笑)。よく人から「自分で会社をやったら」なんて言われるんですけど…。私は、自分が欲しいものは全部持っていると思って生きています。そこに何か歪みが出てくれば、マインドセットの調整を考えようなんですけれど、今の生活に不満がなければ充実している。日々楽しく生きています。「足るを知る」みたいな感覚に近いです。

今って、技術の変化が速い分、向上心を持って上へ行かなければいけないようなプレッシャーがすごく強い社会。自分は、それをやるのに耐えられるんだっけ？ と考えたときに、人それぞれ耐性や特性があると思います。健康を害さないよう、自分を経営し続けられることが大事だと思っています。年齢を重ね、子供も成長する中で、ギャップが生まれた時にちょっと方向転換してみたりもしてきました。

——自分のベースや生活スタイルを大切にしてお子さんはどう見ているので



しょうか。

**小川** 息子は今、小学5年生。物心ついた時には私がリモートワークしていたので、「お母さんは家で仕事しているのが普通」という感覚です。私の職業には関心がないようですが、パソコンでカチャカチャやっていると気にはなるみたいで、エクセルの関数に興味を持ったり、画像を作ってリリースするまでの一連の流れみたいなことも「こうやってできてるんだ」と興味津々。パソコンでゲームをしているときの指さばきは、母以上です。

——賢そう！ 将来どんなお仕事をしたいのでしょうか。

**小川** 将来は「寿司屋になりたい」と言っています(笑)。

——お仕事以外で夢中になっていることや将来やってみたいことはありますか。

**小川** 食べるものと寝ることが好きで、インドア派ですが、旅行は好き。パソコンを持って、

去年もフィリピンで1か月ワーケーションしてきました。旅以外は、寝ているか、本を読んでいるか、何か食べています。近い将来、大学時代にドイツに留学をしていた時のホストマザーを、息子を連れて訪ねたいとは思っています。——最後に販売士普及に向けたご意見やアイデアがあれば！

小川 若い世代にとってウェブ関係の話は身

近で関心も高いです。ハンドブックでもECやウェブ関連の内容を増やして、強化していただくと、間口が広がってよいと思います。

(了)

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)

## 販売士の目

### 商品という塊

時折AIを利用して、その正しさと自信に満ちた回答に驚いてしまう。そして、一方で、何としても答えを出そうとする熱意と、隙のなさにより若干の恐怖を感じることもある。あまりに自信にあふれた人に感じるのと同様な、揺るぎなさに対する不安と言ってもよいのだろうか。正しいのは分かるけれど、本当に社会はその通りに動いているの、また、社会にはもっとグレイで、プラグマティックに解決してゆくべき問題が実はあふれているのではないのかな、といった、愚図なところのある自分特有の感情が湧いてくるのである。正しい知識を与えてくれるのは便利で嬉しい限りだが、その通りにいかないことを知ることが大人になるということではないのか、などと青臭いことを考えてしまうのだ。

販売の世界においても、これはコストを厳密に積み上げた上での定価なので、どうしても値引きできません、あるいはコストが上昇したのでその分を厳密に値上げしますと言われると、正しいことなのだが、反発を感じてしまうことがある。そういう意味では、データ処理、分析などにはAIは大変有効なのであろうが、おそらく今のところ、店頭で接客すると上手くゆかな

いではなかろうかという感じがしている。というのは、販売においては、正しさのもう一つ上に、お互いの納得感という、AIから見るといい加減な領域が広がっていて、これが意外と手ごわいからである。正しいのかもしれないが、私は買いませんと言う客が出てきたりするのだ。

また一方で、逆の正しさ？ というのもあって、接客や企業努力に感動して、頑張れという気持ちで、価格を気にせず買うこともある。これはAI的には正しくないが、私的には正しいのである。要するに販売の面白さ、喜びは、この世界がさまざまな尺度で構成されているところに由来する。確かに、昨今のような急激な物価高の中で、とにかく安いのが良いのではあるが、それだけではことは済まない。商品を提供する企業の姿勢、店の環境、接客などが絡み合って商品が構成されているので、AIにとってはわかりやすい価格などの数字だけでは捉えきれない、大きな塊として商品を捉える必要がある。もちろん、そうした流動する全ての要素を瞬時に取り込めばAIにも販売業務を任せられるだろう。皆さんはどう思いますか。

登録講師 金子正信（北海道）