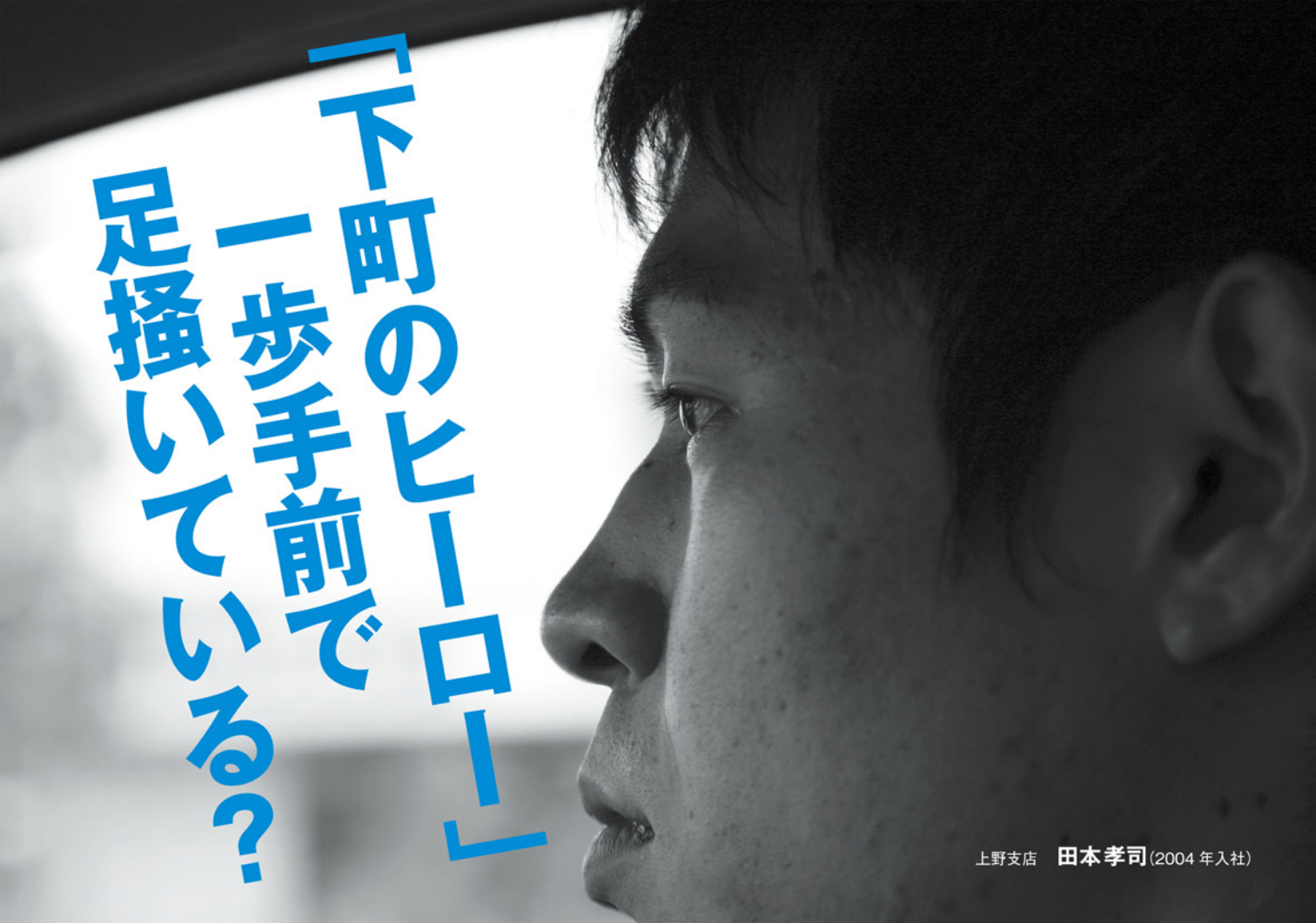




「下町のヒーロー」
一歩手前で
足掻いている？

上野支店 田本孝司(2004年入社)

きよろきよろ。

「こんにちは、岩瀬です、といって、歯科医院の待合室に入っていてしょ。その一瞬が勝負なんです」というのは、入社3年目の営業、田本。

「納品する商品を手にして、棚にしまい込む。そのときに、周囲を見回してみるんです。ふうん。こういう機械を使っているのかとか、事務の流れは、こんな風かとか」

たとえば、待合室の長いすが古くて、患者さんが座りにくそうにしているときとか、患者さんへの領収書を手書きで書いているのを見たりするときこそ、チャンス。

外に出る。愛車に戻って、走り出す。田本の頭脳は、もう動きはじめている。

ハードレーザー。

最初のチャンスは、入社半年目に訪れた！江東区にある歯科医院で、なにげに診療室をのぞき込む！

口腔内の炎症を抑えるのに使うレーザーが、ソフトレーザーだ！

「最近、歯科医ではレーザー治療器がはやりなんですけど、その先生が使っているのは、ソフトレーザーといい、十分な効果の期待できないものだったんです」

この瞬間にわかること。その先生は、新しい技術には関心をもっている。そして、そのように技術革新に前向きな姿勢をもっている歯科医師にとつて、もつといいものを紹介することがチャンスと呼ぶ。

「メーカーの技術者が、営業同行をしてくれる機会があったので、優先的に、その先生のところに行き、強力にセールス、最新のハードレーザー治療器をアピールしました」

見事に、約330万円の契約を獲得した！

チャンスはごまめに。

「でも、それほどのビッグチャンスというのは、そんなに転がっているわけではない。バットを短くもってコツコツ当てていくような営業も必要になります」

歯科医院を訪問し、ドクターに会える時間は、ほんの一瞬。その瞬間に、新製品のパンフレットを手渡しながら「この製品をご案内しております」

「注意深く見ていると、分かるんですよ。その先生が、商品に関心があるか、全然ないか。そのことに気がつく。『売れそうな商品系列』が見えてくる。だとしたら、その方向の商品で集中的に攻めていく。」



うれしい一言。

ある歯科医院に訪れたとき、先生が一言。

「どうしてだか、わからないんだけど、気づいたら岩瀬さんとの取引額が増えているんだよね」

へへへ。やったね！

インターネットには負けない。

岩瀬の営業は、入社と同時にたたき込まれることがある。「商品の配達は、大切だけれど、仕事の本質は配達ではない」

「最近、一つわかってきたのは、歯科医院の経営を身近で見ている力、ということですね。先生やスタッフの人たちと日常的に交流しながら、医院がおかれている状況を知ることができる。だからこそ、いま必要なのは、この機械を入れることだったり、場合によっては改装することだという提案ができる。それは、どんなコンサルタントにも負けないこと。もちろん安いだけのインターネット通販とは、向いている方向が最初から違っているから、ぼくたちの立場が荷がさることもない」



小さいことから、大きくなる。

「営業がだれでも考えていることは、何千万円もする機械や、医院の開業・改装の受注。でも、大きな商売ばかりを狙っても、絶対に成功はしない。たとえば、1個10円の取引を、誠実ににつづけていくことが、何百万円、何千万円の契約に道を拓くんですね」

昭和通りから蔵前橋通りへ。

田本の担当は東京下町から、一部千葉県にかけて。江戸川、葛飾、足立、江東、市川、浦安、松戸。全部で50〜60軒の歯科医院を訪問している。朝8時台に出社すると、前日までに伝票が回って、用意されている商品を積み込む。9時半ぐらいには、上野にある支店から愛車で出発。私物のIPODで好きな音楽など聞きながら、西へ東へ。ガラス張りの高層ビルがずんずん並ぶ渋谷や新宿に比べると、町並みの風景はかなり地味。こちょこちょとした町並みがつづく。



いまどき、こんな？ という感じの商店街があったりする。木造建築も珍しくないぞ！ 道が細くて、すれ違いがむずかしい場所もたまにはあったりして、だけど、毎日走っていると、なんたか愛着もわいてくるものですね。安全運転でまいろう。



悲鳴を上げる。

大体1日15〜20軒ぐらいの歯科医院を訪れる。それぞれに納品時間は決まっていて、一筆書きのようにスケジュールをつくる。その間に、新製品などに関心を持っていただいたドクターとの商談を折り込んでいく。突然、携帯電話がぶるぶるとして「トラブル発生！」いまずぐに來い！ということになったら、どうすればいい？ 瞬間的に優先順位をつけ、猛スピードで事態の収集に乗り出すのだった。

「でも、トラブルを解決しても、そのツケが翌日に残されてしまう。入社当時は、それがきつかった。スムーズに一筆書きで行動できれば問題のないコースでも、振り出しに戻ったり、突然のルート変更をすると、とんでもない時間がかかってしまう。悲鳴を上げたい気分になったこともあります。トラブルが起こらないようにするにはどうすればいいか、という考え方が必要なんです」

バラバラ。

最大の失敗！ 新人のとき「機械が壊れた」という歯科医院からの電話に急行して、直そうとして・・・技術者を呼ばなくとも直せる程度のトラブルだったはずなのだが、ほとんどおかしい事になってしまっって、最後にはバラバラ。完成形がイメージできる状態ではなくなっていた。

「患者さんも待っている状態だったので、先生はもう大激怒です。いますぐ直すか、いますぐ新しい機械を持ってくるかどっちかにしろとまで言われた」

ついに、先輩に SOS！

「先輩だって、前後にぎちぎちの予定が入っていたのに、やりくりをして現れたときには、正義の味方に見えた！」

楽をしよう。

入社3年間の成長は？

「楽をすることをおぼえたことかな。ぼくたちの営業は、継続性がなによりも大切。がむしゃらに突っ走っては疲れてしまう。だとしたら『お客様の満足度を減らさないで、楽をする』方法を考えればいい。ルートを再検討する、とか。商売として発展していく可能性の少ないお客様への訪問回数を減らして、大きな提案や商談に時間と労力を振り分ける…とか、自分自身の仕事の仕方を考え直すところから見えてくるものは山ほどある」

本当の営業力へ。

入社以来、下町の風景のなかを走り抜けてきた田本。でも、次から次へと新しい課題は出てくるものです。

「最近、よく考えるのは、本当の営業力とはなんだろう？ということです。ぼくたちの仕事は、ある意味、歯科医院を訪問して、先生やスタッフの人たちと世間話をしているだけでもなんとかなる…それもちろん大切なことなんです。が…しかし、営業の本質というのはもちろん、十分な商品知識とコンサルタント力をもって、歯科医院を育てていくということなんです。それが私にできているか、ということ許さない」

新しいテーマが見つかってしまった。それではまだまだ、試行錯誤をつづけるしかない？

リフティング。

とつぷりと陽が暮れたところに、オフィスに戻る。一通りの報告をした後、自然とサッカーボールに手が伸びていく。最近、フットサルのチームができた。以来、オフィスのなかをサッカーボールが飛びかうようになった。リフティングが何回続くか、大人達が本気になってる。

とても自由！

仕事さえきちんとしてれば、誰にも文句を言われない。学校じゃないんだものね。



