

# 日本食糧新聞

# チーム営業

◎◎ 10 ◎◎

◎◎◎◎◎◎  
競争原理の活用

日本ハムグループの  
中日本フードでは、豊  
橋営業部のベテラン社  
員と若手社員に大きな  
力の差があった。そこ  
で若手の力をつけるた  
め、売るのが難しい和  
牛について競争プロシ  
エクトを企画した。あ  
えて若手とベテランに  
分かれてのチーム対  
抗。若手組6人、ベテ  
ラン組7人で、人数は  
若手が不利であった。



◎マンガエッグ・エンターテイメント

## 若手の潜在力を引き出す

なく、新たな販路を見  
つけることができたこ  
となく、若手の潜在力  
が大いに発揮された。  
営業部の業績にも貢献  
し、若手育成と利益の  
両方を得ることに成功  
した。さらにベテラン  
チームもまさかの敗北  
に経験が先入観を生み  
可能性を小さくしてい  
たことに気付くなどさ  
らなる成長へのきっか  
り組みやすかった。若

◎◎◎◎◎◎  
自由な発想

プロシエクト終了後  
何が若手の潜在力を引  
き出したのか。彼ら自  
身に要因分析をしても  
らった。「勝負のルール  
が明確であったため取  
り組みやすかった。若  
手チームは得意先への  
先入観がなかったため  
自由な発想ができた」  
「売ると夫をみんなだ  
する楽しさがあった」  
「勝ってみんなでお祝  
いするのが楽しみだっ  
た」仲間を助ける気持  
ちが出てきた。模造紙  
の貼紙で進捗(しんち  
よく)が見え共有でき  
た。話し合いをするよ  
うになった。「勝った若  
手を褒めることに集中  
。普通業務がある中で  
の実施であったため、必  
然的に助け合いが生ま  
れ、チーム全員が対抗  
戦の期間和牛を売るこ  
とに集中して一体化し  
た」成功体験の共有。  
仲間とともにハードル  
の高い目標に向かって  
いく楽しさを共有し、  
達成後のお祝い、職場  
を明るくし、さらなる  
成長を促す。

◎◎◎◎◎◎  
いいチームの特徴

手チームの話し合い回  
数はベテランのそれを  
大きく上回っていた」  
などが挙げられた。  
三つにまとめてみよ  
う。①大いなる機会の  
発見ができています。若  
手はどこなら和牛を売  
れるか毎日相談し、機  
会を見つけてはすぐに  
行動するというPDC  
Aを繰り返した②成果  
私がこの3年間で手  
掛けた数は8社183  
チーム。ちょうど今月  
東京大学大学院で開催  
された日本広報学会研  
究発表大会で「チーム  
マーケティングと組織  
風土改革」をテーマに  
発表する機会を得たた  
め、他業種も含めてあ  
らためて高業績チーム  
について共通要素の整  
理を試してみた。  
「トップダウンはな  
く、ボトムアップで目  
標を設定」「仕事の優  
先順位が明確でムダな  
ことを止めると決めて  
いる」「上下左右の関  
係が良質でチームの雰  
囲気が明るい」「問題  
や不安はすぐに相談す  
る風土がある」「日々  
創発を起こすことをチ  
ームの当たり前にして  
いる」「内発的動機付  
けがベースとなり、や  
らされ感がない」。  
チームメンバー一人  
一人が「必要とされて  
いる」「仲間がいる」  
「成長している」こと  
を実感できていた。チ  
ームのよい雰囲気、職  
場全体に広がれば会社  
の業績向上と組織文化  
構築にもつながるので  
はないか。  
(アイマム代表取締役  
役社長嶋谷光洋、JFOO  
代表取締役)