



日工株式会社
代表取締役専務

阿形 精三 様

営業職一人ひとりの 伸びしろが変わった

— 人の伸びが、会社の伸び —



日工株式会社 様

1953年創業。従業員数120名
(2025年11月時点)。

広島県内をはじめ、福岡から大阪まで
西日本に複数拠点を展開。

造船・プラント・建築・食品関連などの
産業系企業に対し、工業用資材の
販売・加工や建築工事を手掛ける。

営業の特徴



既存顧客メインの
ルート営業



産業系企業向けの
BtoB営業



既存顧客との関係構築や
紹介獲得が重要

—— 導入前の課題 ——

取引を広げるのは、「人との繋がり」

背景として、弊社は既存顧客との取引が中心です。業界の特性上、エリアによっては取引ルートが固定されていることもあり、新規取引の開始は容易ではありません。そのため、既存顧客との関係を深めたり、ご紹介をいただいたりしながら取引を広げていく営業が求められます。



営業ノウハウを 共有できていなかった

営業職それぞれが顧客から受注を増やしたり、別部署へ提案を広げたりと成果を上げていました。しかし、そのやり方を他の営業職や拠点へ伝えるのは難しいと感じていました。

会社の営業教育としても先輩社員から後輩社員へ伝える形が中心で、拠点ごとに教え方や考え方に違いがありました。若手社員が増えていく中で、会社として営業をどう教えていけばいいのか悩んでいました。

—— 導入の経緯 ——

個人の営業ノウハウを 会社の財産にしたかった

私自身、数年前までは別の会社の技術職でした。日工に入社し、会社の将来を考える立場になって初めて営業に関わったところ、顧客と何をどう話せばいいのかわからず戸惑ってしまいました。そこで初めて、**営業ノウハウが個人の経験にとどまっており、社内で共有できる形になっていないと気づきました。**

ただ、営業のやり方は人それぞれです。上手くいった事例があっても、そのとき本人が何を考え、どう行動していたのかを**言葉にして共有するのは難しい**んですよね。



会社として営業職を 育てるべく、導入を決定

会社として営業の育て方を考えなければなりません。営業の考え方を言語化し、共有できる形にする必要があると感じていました。

そんな時に高原さんを紹介してもらいました。営業の考え方を言語化し、基礎から体系的に学べる研修であることに魅力を感じ、すぐに導入を決めました。

—— 導入時の不安と期待 ——

社員の時間を使う以上、弊社の課題に合った内容なのかという不安はありました。ただ、改めて営業を基礎から体系的に学ぶことには期待していました。また、社員には前向きに参加してほしいかったので、「楽しみながら学ぶ内容にしてほしい」とお願いしました。

—— 「土台」を重視した理由 ——

世の中の営業研修には新規開拓など応用的なテーマもあります。しかし、その土台となる基礎を理解していなければ応用はできないと思っています。

営業職一人ひとりが、自分の営業を言語化し、「なぜそうしたのか」を説明できる状態になることが大切だと思っていました。人へ伝えられる状態にするためにも、まずは基礎を体系的に学ぶ必要があると考えていました。



—— 研修当日 ——

土台で終わらない、幅広い内容

研修で初めて知ることがたくさんありました。今まで自分が実践していたことの他にも、さまざまな考え方やアプローチがあることを実感しました。

営業の土台を学ぶ研修だと聞いていましたが、例えば新規開拓に関する応用的な内容や具体的な手法の紹介など実践的な内容も多く、「こういう方法もあるのか」と驚きの連続でした。

社員が現場で即実践できる研修だった

ワークショップ形式で、皆が興味を持てる内容で構成されていました。私も楽しく参加できましたよ。

実際の顧客を想定したロープレもあり、学んだことをすぐに営業現場に取り入れて試せる内容だったと思います。

研修によって営業の言語化が進んだと思います。ベテラン社員はこれまで感覚的に行っていたことを体系的に整理する機会になったでしょうし、若手社員は客観的な視点から営業を学べて理解しやすかったと思います。

—— 研修で感じた効果 ——

- 営業の考え方や行動を言語化できた
- 個々の社員の経験を共有できる形が見えた
- 受講者が学んだ内容をすぐに実践しようとしていた
- 社員一人ひとりの伸びしろが広がったと感じた

—— 受講した社員の声 ——



「ちょうど今日、提案の道筋を作ることができ、いい機会でした！」

最近ヒットした製品を他にも展開しようと考えていたので、一部修正をして早速アウトプットしていきます」

(営業経験6～9年目)



「商談時の準備をこんなにしっかりとすることがなかったので、今後生かしていきたい。お客様の些細な話の中の悩みを見つけていけるよう努力したい」

(営業経験10年以上)

—— 研修によって見えた可能性 ——

営業職の伸びしろが変わった

営業職一人ひとりの提案のしかたや声かけが実際に変わったかどうかは、まだ分かりません。しかし、今回の研修によって営業の考え方ややり方を言語化できたことは大きな変化だと思います。言語化できれば、自分で再現できますし、人にも伝えられます。

もし高原さんの研修を受けなかったとしても、弊社がうまくいかなかったわけではないでしょう。今までどおり社員たちは頑張ってくれたと思います。ただ今回の研修によって、**さらに良くなる可能性が見えました**。社員一人ひとりの伸びしろが変わったと感じています。



営業だけでなく 「人のこと」を考えられる人材に

今回の研修によって期待できるのは、もちろん商談が上手くいくことです。しかし私は、社員たちが**営業の場面に限らず「人のこと」をもっと考えられるようになる**のではないかと感じました。お客様だけではなく仲間や仕入れ先など、その人が何を求めているのか、なぜそう考えるのかに目を向けるようになるのではないのでしょうか。

人のことを理解しようとする姿勢は、仕事だけでなくプライベートでも役立つと思います。社員一人ひとりが、仕事でもプライベートでも信頼される人になり、充実した生活を送ってくれたら嬉しいですね。

人を理解する力は
全ての仕事につながる



より良い
提案ができる



信頼関係が
より深まる



プライベートも
充実する

—— 今後の展望 ——

実践してこそ、人が伸び、会社が伸びる

これからの課題は、研修で学んだことを日々実践し、磨いていくことです。

相手の気持ちを考えながら伝えるべきことを伝えることや、ゴールに向かって会話を組み立てることは、学んで終わりではありません。意識しながら実践していくことで磨かれていくものだと思います。社員たちにはまだまだ伸びしろがあります。

会社としてやりたいことはたくさんありますが、結局会社を動かすのは「人」です。**社員一人ひとりの伸びが会社の伸びにつながる**と思うので、**今後もステップアップの機会をつくっていきたい**ですね。

「AIは、分析はできる。でも、アプローチするのは"人"。」

—— 日工株式会社 代表取締役専務 阿形 精三 様

受講者アンケート結果



※日工株式会社様 全受講者 有効回答。全3回、のべ15回答より算出。

取材・執筆：堀部 真由美



〒103-0027
東京都中央区日本橋2-16-4 remix日本橋 6F
info@tb-sales.com / <https://tb-sales.com>
代表／高原 一寿

