

忘れえぬ言葉（１）「セールス・イズ・サイエンス（Sales is a science.）」

現代に通ずる夏目漱石の３つの心

『住みにくき世から、住みにくき煩いを引き抜いて、ありがたい世界をまのあたりに写すのが詩である、画である。あるいは音楽と彫刻である。こまかに云えば写さないでもよい。』

ただまのあたりに見れば、そこに詩も生き、歌も湧く。着想を紙に落さぬともきゅう鏘の音は胸裏に起る。丹青は画架に向って塗抹せんでも五彩の絢爛は自ずから心眼に映る。ただおのが住む世をかく観じ得て、霊台方寸のカメラに澆季溷濁の俗界を清くうららかに収め得れば足る。この故に無声の詩人には一句なく、無色の画家には尺けんなきも、かく人世を観じ得るの点において、かく煩悩を解脱するの点において、かく清浄界に出入し得るの点において、またこの不同不二の乾坤を建立し得るの点において、我利私慾の羈絆を掃蕩するの点において、千金の子よりも、万乗の君よりも、あらゆる俗界の寵児よりも幸福である。

この文章のなかから私は現代に通ずる夏目漱石の三つの心を感じる。（中略）三つめは千金の子、万乗の君、あらゆる俗界の寵児を超える何かを求め続ける起業家的アーティストの心を感じるのである。』

（「本書」P34～P35より引用）

セールス・イズ・サイエンス（Sales is a science）の意義

『「セールス・イズ・サイエンス」という言葉は、「逃げるな、嘘をつくな、数字に強くなれ」という私の座右の銘の「数字に強くなれ」から生まれたものである。（中略）』

アメリカ現地法人（サイト管理者注：キヤノンUSA）の社長時代、「数字に強くなれ」という言葉を英語でなんと表現するかと考えたが、適当な表現が見当たらない。

日本語で数字に強いということは、計数に明るいとか、考え方が緻密でロジカルとかを意味し、必ずしも数字やコンピュータに詳しいということではないようである。すべて経営は科学的でなければならぬというような意味で英語で言う場合は、「数字に強くなれ」を「セールス・イズ・サイエンス」（Sales is a science.）と表現することにした。（中略）』

経営も販売もその業績は、投入したエネルギーの質量に見合うものであり、それ以上でもそれ以下でもないはずである。意味なく楽観的になったり、悲観的になったりすることは無意味である。』

（「本書」P126～P127より引用）

セールス・イズ・サイエンスと私

「セールス・イズ・サイエンス」という言葉をトップバッターとして取り上げた理由をまず記したい。

熟練した空調設備設計技術者から、これからはコンピュータの時代が来るとの強い思いから、前述の滝川精一氏が経営するキヤノン販売株式会社に中途入社した。

導入研修を終えるまでは良かったが、さあよいよコンピュータの仕事に就けると意気揚々としたのも束の間、配属されたのは予想もしない複写機の訪問販売部隊（当時の我が国の複写機市場はX社とR社が群を抜いたシアを有し業界3位のキヤノンとの間には大差があった。セールスマンのマンパワーも同様な差があった。）

しかし、初めての業界とは言え、迂闊にも私は上司の話を鵝呑みにし、キヤノン複写機の技術はトップであり、お客様は私を待っていてくれると信じ込んでいた。訪問すれば売れるだろうと、極めて楽観的な気分で会社訪問を始めたその時から、この楽観は見事に悲観、いや悲嘆に一変した。一流ブランドだから売れると、少なからず誇りをもってドアをノックするも、返ってくる言葉は「いらぬ、間に合っている、他社にを使っている・・・」などの断りの洪水であった。訪問を始めて僅か数日で、私は転職を悔い、この断りの屈辱から逃げ出したい思いに駆られたのである。

しかし、私には家族の生活を守る責任があり、退路は断たれている。どんなに嫌な仕事でも投げ出せないのが厳然たる事実であり、成果も上がらないまま悶々とした毎日の中、偶然目に留まったのが、「セールス・イズ・サイエンス」という言葉が印刷された1枚の紙である。

「経営も販売もその業績は、投入したエネルギーの質量に見合うものであり、それ以上でもそれ以下でもないはずである。意味なく楽観的になったり、悲観的になったりすることは無意味である。」という意義を知るとともに、目から鱗が落ちるようであった。断りの連続から自分を見失い、あれこれ嘆いていたのはなんと無意味なことだったのか。

当時の私にとって、投入するエネルギーの質量は毎日の訪問件数であり、これが少なければ当然実績は上がらないのは自明の理であると気づいた時、セールスマン・スピットに点火したのである。

「セールス・イズ・サイエンス」=「訪問件数の確保」×「クロージング確率」の図式で活動再開以来、単純でどうしようもなかった訪問販売活動に、

自分独自の自己管理目標

有効訪問率 決定権者面談率 デモンストレーション確率 クロージング確率etc.  
の向上を掲げて行動開始である。

勿論これだけで実績が上がった訳ではなく、良き指導者や上司に恵まれなければセールスマンとしての成長はなかったが、この「セールス・イズ・サイエンス」こそ、セールスマンとしてのアイデンティティを体得させてくれた忘れえぬ言葉である。