

自分の限界を自分で決めるな！

# お客さまの期待を上回る 最適なエネルギーサービスを目指す



【お客さま本部 法人営業部】

中・大規模の工場やオフィスビルなど、すでに自由化の対象となっているお客さまを担当。お客さまのニーズに合わせて省エネルギーや効率化につながる戦略的なエネルギーサービスを提案する部署。アカウントマネジャーとソリューションスタッフが連携して営業業務を行う。

## アカウントマネジャーと 二人三脚で技術面から お客さまをサポート

一般家庭、法人を問わず、お客さまとじかに接する機会が多い営業部門は、いわば「企業の顔」。特に法人営業の場合は、お客さまとの信頼関係を構築、維持していくのはもちろん、多様化するニーズに対し最適なサービスを提供することが、お互いの持続的な成長と収益基盤の拡大につながる。

入社9年目を迎えた江藤正視は、本店お客さま本部法人営業部のソリューショングループ主任として、すでに電力自由化を迎えた大口のお客さまに対する最適な総合エネルギーサービスの提案、問題解決を担っている。入社以来その道一筋のスペシャ



特定のお客さまの専任営業担当で、料金メニューの提案や各種ニーズへの対応などを行うアカウントマネジャー(左)を、技術面からサポートする。

リストだ。

大口のお客さまへの営業は、原則としてアカウントマネジャーとソリューションスタッフが二人三脚で当たる。アカウントマネジャーとは、常にコミュニケーションを図り情報を共有しあう。お客さまとの信頼関係の構築には、アカウントマネジャーとの密な連携が欠かせない。

「お客さまの工場などのエネルギー

1の使い方を調査し、省エネルギー！

省コスト・環境対策につながる最適なエネルギーシステムの提案を行います。また、空調・給湯・受変電設備などの提案に加え、生産設備の運用見直しや生産における加熱・冷却方法の変更といった、お客さまの「モノづくり」に直結する提案にも力を注いでいます」

工学部出身の江藤は、就職活動の際、中部電力が法人対象の技術営業職を募集していることを知り、志望した。「自分が学んできた技術や知識を活かしつつ、人と関わりながら仕事ができる営業職に魅力を感じま

した。」「自分の限界を自分で決めるな」専門的知識を自ら習得して隠れたニーズや改善点を見つけ出す

した」という。

「自分の限界を自分で決めるな」専門的知識を自ら習得して隠れたニーズや改善点を見つけ出す

最近では、お客さまのニーズも多様化、複雑化している。

「そうしたニーズや改善点を、お客さまとのコミュニケーションを通じて自ら速やかに見つけ出し、解決策を提案するのがわれわれの仕事。この設備をどう運用すれば生産性を落とさずコストを下げられるのか、品質の向上につながるのか、時間をかけずに作れるようになるのかなど、目を向けなければならぬところは無限にあります」

そのためにも、お客さまの事業内容、動向をとことん知る必要がある。



ボイラーは、工場の熱源として重要な設備だけに運転状態の確認が欠かせない(左はお取引先企業の工務課長様)。

「自分が担当している大規模なプラントを持つお客さまは極めて専門性が高いため、会社のパンフレットやホームページはもちろん、お客さまの生産工程に触れている特許情報などにも限なく目を通しています。関連の専門書籍のチェックも欠かせません」

社内でも、一般的な工場に比べると、大規模なプラントを持つお客さまに関するノウハウや知識の蓄積が少なく、自ら切り開いていかなければならない。くじけそうになったり、つい妥協してしまいたいそうになったとき、江藤は上司や先輩から言われた言葉を思い出す。

『「自分の限界を自分で決めるな」  
『やれない理由を考えるより、どうやったらやれるか考えろ』。そんな言葉を頭の中で繰り返し、気持ちを奮い立たせています」

名古屋支店時代、担当する鉄鋼会社から、従来の方法では実現が非常に難しい加熱条件を相談されたことがあった。

「加熱時間や温度上昇などの条件に加え、イニシャルコストの低減、品質維持も条件にあげられていました。それには細かい検証実験が必要のため、当社の技術研究所で夜を徹して実験しました。同僚には大変な迷惑をかけましたが、失敗↓改善検討↓お客さまへの速報報告↓再試験の流れを何度か繰り返し、最終的には条件を満たすことができました。しかも、検証に使用した試験機と同型機をお客さまに購入していただくこともできました」



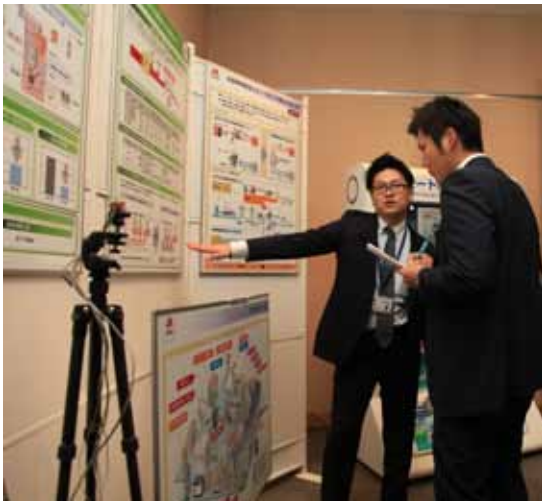
お取引先企業でアカウントマネジャーと共に打合せに臨む。

江藤正視(えとうまさみ)  
中部電力お客さま本部 法人営業部ソリューショングループ主任。愛知県稲沢市出身。2007年入社後、岡崎支店営業部法人営業グループ配属。'09年から1年間、エンジニアリング会社に派遣され、工場の設備設計業務を担当。その後、名古屋支店法人営業部を経て15年8月より現職。合成繊維・合成樹脂などを扱う大手化学企業とそのグループ企業を担当。

## Voice of the spot



お客さまの工場内で発生する排熱を有効活用した省エネルギーの可能性を探る。



お客さま向けのセミナーで、来場者にソリューションについて説明する江藤。

そういう達成感が、また次のやりがいにつながる」と江藤は言う。

### 省エネルギー、

### 省コストは永遠のテーマ

### お客さまとの「つながり」を

### 継続させることも重要な役割

前述のような成功例もあるが、江藤が担当するお客さまは大規模なプラントを持つということもあって多額の投資を伴う提案が多く、なかなか採用までは至りにくい。それでも繰り返し、いろいろな角度から改善点を見つけ提案し続けるのは、お客さまとのつながり、信頼関係の構築を継続していくことが大切だと思うからだ。

「徹底した省エネルギー・省コストを図れば、電気使用量が軽減され、電力会社の収益としてはマイナスです。しかし敢えてそうしたことに取り組み、お客さまの事業拡大につながれば、双方にとっても大きなメリットになります」

そういう仕事だけに、お客さまから感謝されたときの気持ちは格別だ。

江藤が担当する企業のうちの1社で、愛知県内に工場を持つ繊維会社の工務課長は、次のように語る。

「当工場の省エネルギー・省コストについて技術面からいろんなアドバイスをいただき、とても助かっています。分析データを見ると自分た

ちで行うよりはるかに

細かく分析されてお

り、報告書も図やグラ

フなどを多用して非常

にわかりやすい。提案

していたいただいた案件は

一つずつじっくり目を

通しています。特に工

場にとっての省エネル

ギー、省コストは永遠

の課題。こうしたお付き合

いがあるからこそ、単純に電

気料金だけで、購入先を

決めるわけにはいかない。

これからもさらに幅広い提

案を期待しています」

### 相手に喜んでもらうことが

### 次の提案や工夫につながる

江藤は最近、料理にハマっている。結婚して3年、薬剤師の妻と共働きなので、家事はファイティン・ファイティンで分担している。「結婚するまで家事全般まったくしてこなかったのですが、実際に料理をしてみると案外楽しいんですよ」。

日々の食事をはじめ、時間のある時はスープからラーメンづくりを始めた。ローストビーフや焼豚、パンを手づくりすることもある。所属している草野球チームのメンバーや



料理中は、誰かのためにつくる喜びを感じるという。

妻の同僚などを家に招いて自慢の料理をふるまう。

「好評ですよ。『塩少々』がわからないレベルだったのに、よくこまにできるようになったと思います。自分のためではなく誰かのためにつくり、それを感謝されることが喜びにつながって、またつくりたいと思うんです」

それは仕事も同じだと江藤は考える。相手に喜んでもらえれば、「じやあ次はこんな提案をしよう」「今回はこうしたので次はもっとこうアレンジしてみよう」と、アイデアや工夫がどんどん広がっていく。その中でオリジナルも生まれてくる。

これからは江藤は、自分の限界を自分で決めることなく法人営業の仕事に邁進していく。