

MM+times

メンバーズメディカルマーケティングカンパニーの顔が見える広報誌



教えて!先輩!

営業のしごと

年間表彰

最多〇〇はこの人!

そば屋の視点で内製化について考える

数字で見るMM

MMメンバーが出会った推し本

この対談では、新卒社員の本園が聞き手となって、営業担当のユニットリーダーの佐塚さんにお仕事の内容や仕事論をちよっぴりラフな雰囲気です。ブログとはまた違った佐塚さんの一面も見える内容なので、ぜひご覧ください！

教えて！先輩！

営業の しごと

DeX-1G
アシスタントプロデューサー

本園 寛太

DeX-2G
ユニットリーダー

佐塚 亮

営業の仕事について聞いてみたら
Xディカルの想いに行き着いた。

営業はディズニーランドの 受付のイメージで！ クライアントとの接点を生み出す 重要なミッション

— いきなりザックリとした質問から失礼します。営業のお仕事って、実際に何をしていますんですか？

仕事内容を教えてください！

佐塚さん(以降、佐塚)「そもそもメンバーズという企業は、大企業に対して自分たちのサービスを提供することを通じて社会貢献をするのがミッション・ビジョンっていう前提があるよね。営業は、そういった企業と接点を持つために、セミナーを実施したり、ホームページやブログを見て問い合わせをしてくれたクライアントに対して働きかけて行くというのが主な仕事。そして、実際にそのクライアント企業に対して、電話なりメールなりのコミュニケーションで繋ぎつつ、そこからMMのサービスや支援を啓蒙していく。その時点で一番気を付けているのは、サービスを買って

もらうというより、クライアントが持っているデジタルの課題の支援をMMができるというのを伝えるということかな」

— 僕も普通の業務で既存クライアントに対して課題を発見するという取り組みはしていますが、それを新規のクライアントで実施するイメージでしょうか。

佐塚「そうそう。営業は、一番最初の入り口。ライブ会場なんかの受付と同じだよ。だから、良くも悪くもそこで印象が決まってしまうわけ。ディズニーランドの受付のキャストの印象はものすごく良いんだよね。『今からここで楽しい事が起きるんだ！』っていう期待がお客さんにあるからこそ、ファーストインプレッションをメチャクチャ大事にしている。そういうイメージで、コミュニケーションの接点を作っていく仕事だと思っています」

— ディズニーランド……。言われてみればそうですね。それに、クライアントとの電話でも、佐塚さんは朗らかな雰囲気です話されていますよね。

楽しい仕事には就けなくても、 仕事を楽しむことは出来る。 新人だからこそ持って欲しい 心構え

— そもそもの質問ですが、佐塚さんが医療に入った理由を教えてくださいませんか？

佐塚「これは入社すぐのインタビュー記事でも話をさせてもらっているけど、三年前に父が他界したというのも理由の一つ。その時、治療方法や薬剤、病院の在り方に対して知識が希薄だと感じて。そういうものをきちんと身に付けたかった。それに、医療というのは生活に不可欠で、無くならない業界だからこそ、そこでチャレンジしてみたかった」

— 医療業界に携わりたい、というのが最初の理由ではないんですね。

佐塚「どちらかと言えば、入社時に会社側から提示してもらって初めて考えたかな。勿論、最初から『医療業界に



来たかった!』という人も居るけど、そうじゃない人もいるわけで。だから、今後入社する方にも考えてもらいたいんだけど、メンバーズに入社したら、色んなカンパニーや部署に振り分けられるよね。そこでメディカルマーケティングカンパニーに配属された時に『医療業界って難しそう……』というだけではなく、自分の身近なものに置き換えて興味をもってみるというのでも取り組み方の一つかなと思う。会社側から提供されたものに、自分がどうアプローチしていくのかを考えるのは大切だからね」

— MM内でずっと営業をしている理由はなんでしょう？

佐塚「自分が一番評価される場所がそこ(営業)だから。それと、自分が取って来た案件にMMの中の誰かがアサインされて頑張ってくれる姿を見られるのも嬉しい。主にその二つかな。最近意識しているのは、クライアントがウチに発注しよう!と思ってくれるような環境をいかに作っていかってこと。そして、アサインされたメンバーのモチベーションを向上させられるような環境にするのもプロデューサー兼、営業としての仕事かなと。それを意識していると、内部のパフォーマンスもすごく変わると思う」

— そこまで考えているんですね……!

佐塚「これも前に言っていることだけど、楽しい仕事には就けなくても、仕事を楽しむことは出来るから。これは一番重要。だって、仕事に一日の内の8時間も使うわけだからね。それに、仕事を楽しめるのは責任感を持っているからこそ、だと思う」

— 新卒ぐらいの経験値だと、まだその域に到達できないような……。

そういう人は、どうやったら楽しめるんでしょうか。

佐塚「自分は、新卒であろうと、経験が何年であろうと、その会社に入った時点でプロだと思っている。それは、クライアントからみたら関係ないことだからさ。例えば、本園くんが大切な人をレストランの食事に誘ったのに、店員さんに予約の日を間違えられたら困るよね。しかも、そのミスが新人だったから許せて言われたら嫌じゃない?だから、常にプロという覚悟を持ってクライアントにサービスを提供しないと、さっき言った“楽しさ”を体感することは出来ないと思うよ。それを理解したうえで、ようやく楽しさが分かるんじゃないかな」

— うーん……。

なかなか厳しい世界ですね。

佐塚「その代わりにね、そういう自覚をもって仕事をしている新人や経験が浅い人には、絶対にサポートしてくれる先輩が現れる。だからこそ、仕事を楽しみながら頑張ってるんだよね」

これからの日本の医療や業界を変えるために付けたいのは、自分たちの「ブランドバリュー」!

— 営業という仕事だけでなく、もっと深く、社会人として参考になる話が聞けました。ちなみに、製薬業界には様々な問題や課題がありますが、MMのサービスを通してどのように変えていきたいと考えていますか?

佐塚「業界を軸にして考えると、ウチがもっと力をつける、ブランドバリューを付ける事が最優先なのかなと。質問に対しての答えになっていなかったら申し訳ないんだけど。大きなブランドバリューがある会社になって初めて、業界を変える力を持てるんだと思う」

— 力をつけるというのは、品質? 成果ですか?

佐塚「とにかく実績を積み重ねることだね。あとは、口コトも大切。この辺は、ラーメン屋と一緒に。『あの店、美味しいらしいよ』っていう声が少しずつ広がって、店に行列ができる。それを見た人がまた列に並ぶ。そうやっている内に、一時間並んでも食べたい店になっていくわけでしょ。だから、まずは行列を作らないとね。そんな風にお客さまの方から来てくれるようになるのは最大の理想だね」

— ユーザー軸で考えるとどうでしょうか?

佐塚「ちょっと難しい質問だけど……。医療業界のムダを省いて、一人でも多くの命を助けられたら最高だね。何かの薬剤が開発された時に、それを今まで以上のスピードで世の中に出すことができ、多くの人の病気が治る。そして、少子高齢化社会の解消につながって行く……というのが目標。MMがそのストーリーの主人公になれば良いよね」

— ありがとうございます!

僕にも自覚が芽生えた
社会人としてプロとして



最多〇〇〇は、この人!!

MM AWARDS 2022

年間表彰

医療業界に携わっているMMメンバーは、日々健康に気を使っている!?
興味深いデータの中から、こちらの4人を表彰します。

ヘルスケア部門



激しい運動時間賞 | 10h/週



妻の冷視線の先に夫が目指すゾーンがある

佐塚さん

この度は、権威ある賞をいただき誠に光栄です。受賞を最初に伝えたいのは…やはり妻ですね!いつも運動に行く私を「自分の時間を取りやがって」という冷たい目線で見守ってくれていました(時々「またかよ」という心の声が実際に口に出ていましたが)。今後も妻の視線をかい潜り、今まで以上に運動していきます!



上った階数賞 | 30階/日



デジタル漬けな日々、アナログな刺激を

山本さん

この度は、上った階数(1日当たり30階)という名誉ある賞を頂戴し、光栄に思っています。今後も日常でのエレベーターやエスカレーターの利用を減らし更なる高見を目指します。また、一度、北九州オフィスの階段を9階まで登ってみました、死ぬ程キツかったです。業務に支障をきたす恐れもある為、僕は二度としません。

リフレッシュ部門



有給取得数賞 | 20日



理解ある仲間&ホワイト企業に万歳!

大畑さん

今回はこのような賞?をいただき大変光栄です。かなり休んでいてびっくりしました。夫婦ともども体調を崩したりと、ご迷惑をおかけいたしました。皆さまのご理解あつての受賞、大変感謝しております!来期は体調不良での有休ではなく、事前に申告して休める日を増やしたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。



酒豪賞 | 13ℓ/週



日々の習(酒)慣力をここで証明します

Tさん

この度はこのような賞をいただき誠にありがとうございます。私がなぜ、冬でも殆ど風邪をひかないのか?それは、社会人になってからの習慣、帰宅後のアルコール消毒があるからです。この健康法で体の入口にいるウイルス等を洗い流していると確信しています。冬場の乾燥対策に、こまめな酒分補給で潤いをキープしましょう。

そば屋の視点で

内製化について考える

今や多くの業界のデジタル分野でトレンドの「内製化」。製菓業界も例外ではありませんが、その実態が掴めない方も多いのでは？そんな方のため、架空の「そば屋」に例えて「内製化」と、そのメリットを説明します！

1

外注
(一時的)

Phase 1

他所の製麺所からそばを仕入れる



▼そば屋

とあるそば屋の店主は、そば打ちの時間や人件費削減のため、評判の良い製麺所からそばを仕入れることにしました。これでコストパフォーマンスを上げて経営できると安心しますが、その反面「仕入れ先が倒産したら?」、「いつかはオリジナル麺も作りたい。でも、現状じゃ難しい…」という悩みもあります。

▼製菓企業

とある製菓企業でデジタル化を任せられた担当者。これまで通りシステム開発企業に対応を依頼することにします。しかし、内心では「デジタルの事は分からないまだ」、「要件変更に対応しきれない」等の不安も抱えています。

2

定常的

Phase 2

師匠にお店にきてもらって一緒に打つ



▼そば屋

そこで店主は、そば打ちの名人を探して一緒に店内でそば打ちができるよう依頼します。これで腕を上げられる!と張り切る一方で「人件費を払い続けるのも厳しい…」という悩みも。その後、店主は名人からいち早く知識を吸収し、自分だけで店を切り盛りしたい!と考え始めます。

▼製菓企業

そこで、ベンダーを常駐させ始めた担当者。これで業務理解を深め、様々なことに柔軟に対応できる!と思うものの、ベンダーに支払う外注費も気になります。今後は自社運用を目指して部署を新設し、ベンダーと業務に取り組みつつ、内製化に取り組み始めました。

3

完全内製化

Phase 3

自身でそばを打てるようになる

手打ちそば = 麺の内製化成功!!



▼そば屋

そんな想いで、そば打ちを必死にマスターした店主。美味しいそばを作るコツを掴んだ結果、アレンジメニューも誕生しました。自分の力で店を回し、経費も抑えつつ、さらに従業員を雇い、そば打ちも教えています。そうしていく内に店舗は増え、利益まで出せるようになりました。

▼製菓企業

そんな想いでデジタルの知識やノウハウを吸収した担当者。デジタル化は自社対応が可能になり、ベンダーも必要なくなりました。しかも、社内にデジタルの重要さが浸透し、デジタル専任部署の人材も増員。担当者も内製化に切り替えてよかったですと感じています。

まとめ

内製化の感覚が何となく掴めたでしょうか？
これからの時代、避けては通れないデジタル化問題。
長い目で見ても内製化を取り入れるメリットはあると考えています。

ぜひ、検討してみてください。いかがでしょう。

MMって
どんな会社？

2022年2月時点

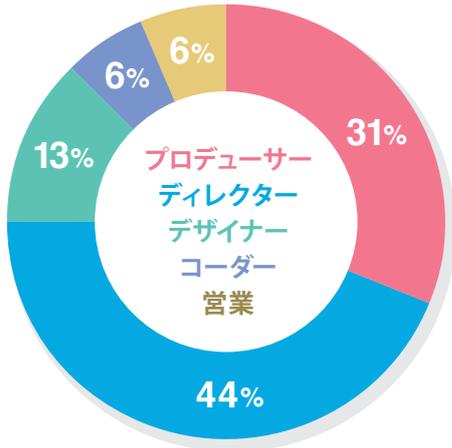
数字

で見る

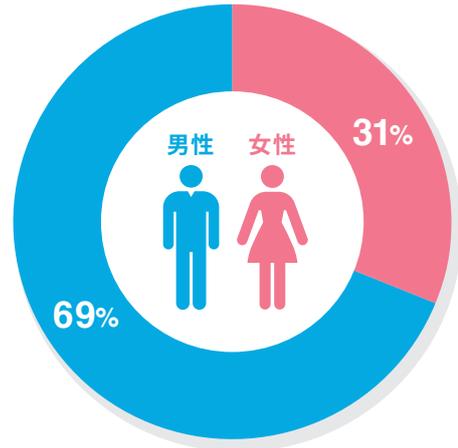
MM

MMのリアルなデータをちょっぴりご紹介します。

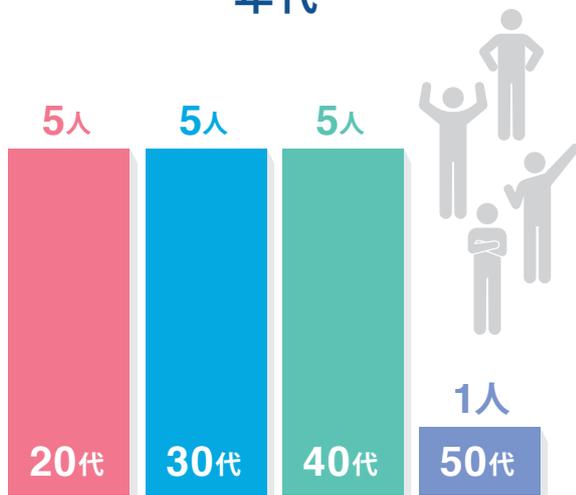
職種比



男女比



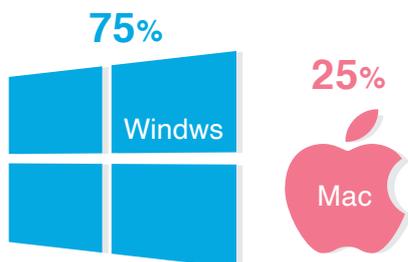
年代



所属オフィス



使用OS



月平均残業時間

2021年4月～2022年2月



MMメンバーが出会った

推し本

Books

ためになる。考え方が変わる。没頭できる。
様々な角度からの「推し本」を集めました。



考える技術・書く技術 — 山崎 康司 著

論理構造を整理するために「ピラミッド原則」を用いて論理だてて説明する(文章化する)テクニックを学ぶ実用書として、この本を推薦します。誰かに何かを明確に伝えるのは、仕事に関わらずとても重要です。せつかく良いアイデアがあっても、相手に伝わらなければ意味がありません。論理的に思考し、アウトプットする大切さが理解できる良書です。

DeX-1G プロデューサー 岡田

実験と取材に基づく追真のスパイ小説!



小説

神の拳

— フレデリック・フォーサイス 著

この本は、世界初の衆人環視の中で起きた1990年の湾岸戦争をベースに書かれたフィクションスパイ小説です。端緒、経過、結末までテレビや報道された事実が元となっており、その裏側の諜報戦や舞台裏をフィクションとして仕上げられるのは相当の取材力と知識を持っていないと不可能なのではないでしょうか。読むほどにどこまでが真実で虚構なのか分からなくさせるようなリアリティがあり、スパイ小説でありながら『007』のような派手さはなく、実際にイギリス空軍の特殊部隊にいた著者だからこそ書ける内容です。米、英、イラン、イラクの首脳など、殆どの登場人物は実在の人物で、何度読んでも面白いところが気に入っています。

DeX-1G ディレクター 嶋田

“こんな日本”を生き抜く、私達のバイブル

エッセイ

モヤる言葉、ヤバイ人 自尊心を削る人から心を守る 「言葉の護身術」

— アルテシヤ 著

価値観は変わるものだからこそ、常識のアップデートは常に必要です。私がこの本を推すのは、自分がヤバイ人になっていないか、モヤる言葉への返しなどが護身術として参考になったから。他にも、ヘルジャパン、膝パーカッション等の例えも秀逸です。当書を参考に、後に続く人への小さな道でも作ってあげたいと思っています。

DeX-2G ディレクター 大黒

どんなシーンにも万能な論理力を鍛えよ!



実用書

Message

メンバーズのメディカルマーケティング支援も2018年に事業をスタートして5年目を迎えました。これもひとえにお取引頂いているお客様のおかげでございます。感謝申し上げます。MMを更に飛躍させるために、2022年4月からカンパニー社長を谷さんにバトンタッチすることになりました。引き続きご愛顧いただけますようお願い申し上げます。

現社長

長野 清哉



新社長

谷 隆介

ただいまご紹介にあずかりました谷です。この度、長野の後任としてカンパニー社長に就任いたしました。責任の重さに身の引き締まる思いで一杯でございますが社業発展のために全力を尽くし、皆様のご期待に添えますよう、今後の製薬業界のさらなる発展に尽力してまいります。まずは略儀ながら書中をもってご挨拶申し上げます。

編集後記



人生初の広報誌作成にかなり苦労しました(笑) 一時はどうなることかと思っておりましたが、ちゃんと形になるんですね(笑) これもひとえに協力してくださった皆様のおかげです! ありがとうございます!

本園



「数字で見る」の企画に伴い月平均の残業時間を初めて知りました。こんなに少なかったんですね。通りで皆さん定時に退社連絡が来るわけです。これからもそんなホワイトなMMをよろしく願います!

平鳥