

自爆営業

「自爆営業」なる言葉を、初めて知りました。

「自爆」というのは、凄まじい言葉ですが、これに「営業」という言葉がくっ付くとどうなるのでしょうか。この「自爆営業」という活字を初めて見た時、それは、失敗を恐れず顧客に突撃営業するという意味なのかなと思ったのですが、実は全く違っていました。

11月17日付の朝日新聞に「年賀はがき自爆営業」という記事を見て、改めて、郵便局で働く社員の厳しい労働実態に驚いています。

記事の中では、中部地方に住む日本郵便の非正規社員が、上司から突き付けられた年賀はがきの販売ノルマを達成する事が難しい為、年賀はがき2600枚を首都圏の金券ショップに持ち込み換金している実態をレポートしています。この職員は、何故この様な事をしているかという、本来年賀はがきは、郵便物の配達の間客に買ってもらう事になっているが、売れ残った分は自費で買い取らねばならず、少しでも自腹の負担を減らす為に売れ残った年賀はがきを金券ショップで換金するという訳です。

とはいえ、レポートで紹介されたケースでは、2600枚の年賀はがき（13万円分）を満ち込んで10万9200円を受け取ったとの事ですので、差額の2万円は自腹となりますが、この社員は「しょうがない」と諦めています。

また、この社員の職場では毎年1万枚の目標が設定されるそうですが、約100人の社員の内8割は達成するそうですが、その中には自腹を切ってノルマを達成している社員が少なくないとの事です。

こうした、社員が自社製品を事実上買い取るという「自爆営業」は、郵便局の社員に限った事ではなく、アパレルショップの販売員や生命保険会社の勧誘員が自社製品を購入しているという話は、以前から指摘されていました。また、保険の勧誘員が、親兄弟に無理に新しい保険に加入してもらうというのも、「自爆営業」の一種でしょう。

営業マンに一定のノルマを課すというのは企業活動を維持する上で必要な事ではありますが、だからといって会社が「自爆営業」を黙認するというのは、それこそ自滅的な行為だと思います。

例えば、年賀はがきの事を考えてみると、インターネットの発達等により年賀はがきの需要が大きく減っている事がはっきりしているのに、相も変わらず膨大な年賀はがきの販売目標を立てて、社員にノルマを課し、結果として「自爆営業」を生んでいるとすれば、経営者の営業方針のミスを社員に転嫁している事に外なりません。

ニーズに合わないものをいくら市場に出しても売れる筈はありません。それを「自爆営業」で辻褄を合わせるとするのは、喩は悪いですが「蝸が蝸の足を食う」様なもので、企業がそんな営業を続ければ、企業本体が倒壊しかねません。

日本郵政は2015年に予定する株式上場に向け、「自爆営業」の防止に取り組んでおり、金券ショップの見回り等を行っている様ですが、効果は上がっていないというのが現実です。日本郵政としては、まるでブラック企業のようにいわれるのは心外な筈ですから、社員が「自爆営業」をしなくて済むよう、しっかりとした対策を講じるべきだと思います。(塾頭：吉田 洋一)