

平成19年度文部科学省委託事業
専修学校教育重点支援プラン

「日本型セールスステップを育成する専門学校用教育プログラムの開発」

ケーススタディ教材

平成20年3月

「日本型セールスステップを育成する専門学校用教育プログラムの開発」
実施委員会

1 教育プログラムの開発

本事業では、セールスステップに必要とされる基礎知識や基盤的なスキルを有する人材を育成する目的で、教育プログラムの開発を行った。教育プログラムの開発は、主として教育カリキュラムの策定とその核となるケーススタディ教材の開発からなる。

1-1 教育プログラムの目標とする人材像

セールスステップは、メーカーと販売先を結ぶ橋渡し役としての販売活動を行うが、ただ単に販売するだけでなく、メーカー、販売先双方の販売戦略について専門的知識に従いアドバイスできることが重要である。また、販売先への提案・取引交渉に当たって得られた商材の改良・改善の知見を基にメーカーへフィードバックすることにより販売先の要望に合わせた商材の最適化も行う。こうした一連の活動に必要な幅広い知識やスキルは、商品が最終的に行き渡る消費者を意識した営業のプロフェッショナルに求められる要件であり、見方を変えれば、セールスステップは営業のプロフェッショナルの異なった一つの形態ということもできる。

また、プロフェッショナルとしての幅広い知識やスキルを培っていくためには、社会における実践での豊富な営業経験も必要となってくるため、直ぐにセールスステップを目標とするよりは、段階的に、メーカーなどでの営業の実践を経験した後、セールスステップを目指すというケースが一般的ではないかと考えられる。

このような観点から、目標とする人材像の職種を、卒業後に目指す進路の幅や段階を考慮して、セールスステップあるいは広い意味での営業職全般とした。

次に目標とするレベルであるが、セールスステップは営業のプロフェッショナルであり、その全体の活動には、営業のプロフェッショナルとしての知識やスキルがエッセンスとして集約されている。一般的に専門学校ビジネス系学科では、営業知識、マーケティング、ビジネス話法、プレゼンテーション技術など営業職に必要な知識・スキルの要素としての科目は準備されている。しかしながら、営業職の一連の活動を俯瞰的に見据え、そこで必要となる知識やスキルなどを全体的に捉えた包括的な教育プログラムの例は少ない。

本教育プログラムの開発では、そうした点に焦点をあて、「セールスステップの一連の活動を素材とし、セールスステップを含む広い意味での営業に全般的に必要な基礎知識や基盤的なスキルを理解し習得する」ことをレベルの目標とした。ここで設定したレベルは、セールスステップ検定3級に相当するため、取得資格としては、セールスステップ検定3級の取得を目指すものとする。

1-2 教育プログラムの策定

本教育プログラムは、カリキュラムの策定とセールスステップに関するコア教材の開発か

らなる。1-1において設定した人材像を基に教育プログラムについての検討を行った。

目標レベルとして、セールスステップ検定3級に相当するレベルを設定するため、その基軸となる教材として日本セールスステップ協会が発行するセールスステップ3級検定テキストを参照することとした。

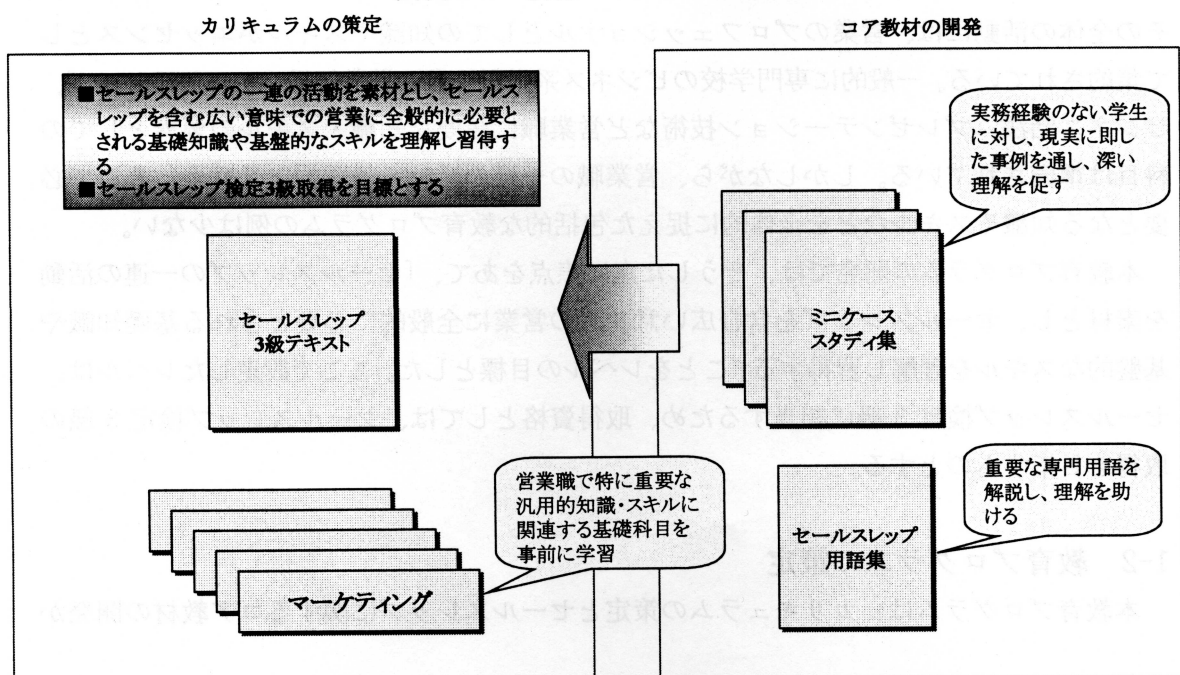
セールスステップ3級検定テキストでは、セールスステップの役割や一連の活動に沿って、必要な知識やスキルの大要を説明している。その中には、営業の実践的な内容も含まれているため、営業の実務経験がないと考えられる専門学校 학생にとって、そうした営業の場面での状況を具体的にイメージすることができず、理解するのが難しいのではないかと考えられた。このような問題を解決するために、3級テキスト中の重要と考えられるテーマに対して、セールスステップの活動事例に基づいたケーススタディ演習を補足的に付加する構成を考えた。そうすることで、さまざまな事例を通してセールスステップの実際の活動現場の状況や考え方を具体的に把握することができ、より現実感をもった効果的な学習が可能になると考えられる。

以上の観点から、コアとなる教材として、さまざまな事例に基づいたケーススタディ演習集を開発することとした。ケーススタディ演習においては、ロールプレイによる参加型の演習やグループ学習なども効果的に取り入れるよう工夫をし、セールスステップや営業職に必要なコミュニケーションスキルやプレゼンテーションスキルなどの習得が効果的に図れるよう配慮した。

また、セールスステップ3級テキスト中の重要な用語に対しては、理解を深めるための解説を施した用語集の作成を行い、ケーススタディ教材に添付することとした。

カリキュラムの内容については、次項1-3に纏める。教育プログラム策定の模式図を図表1-1に示す。

図表1-1 教育プログラムの策定



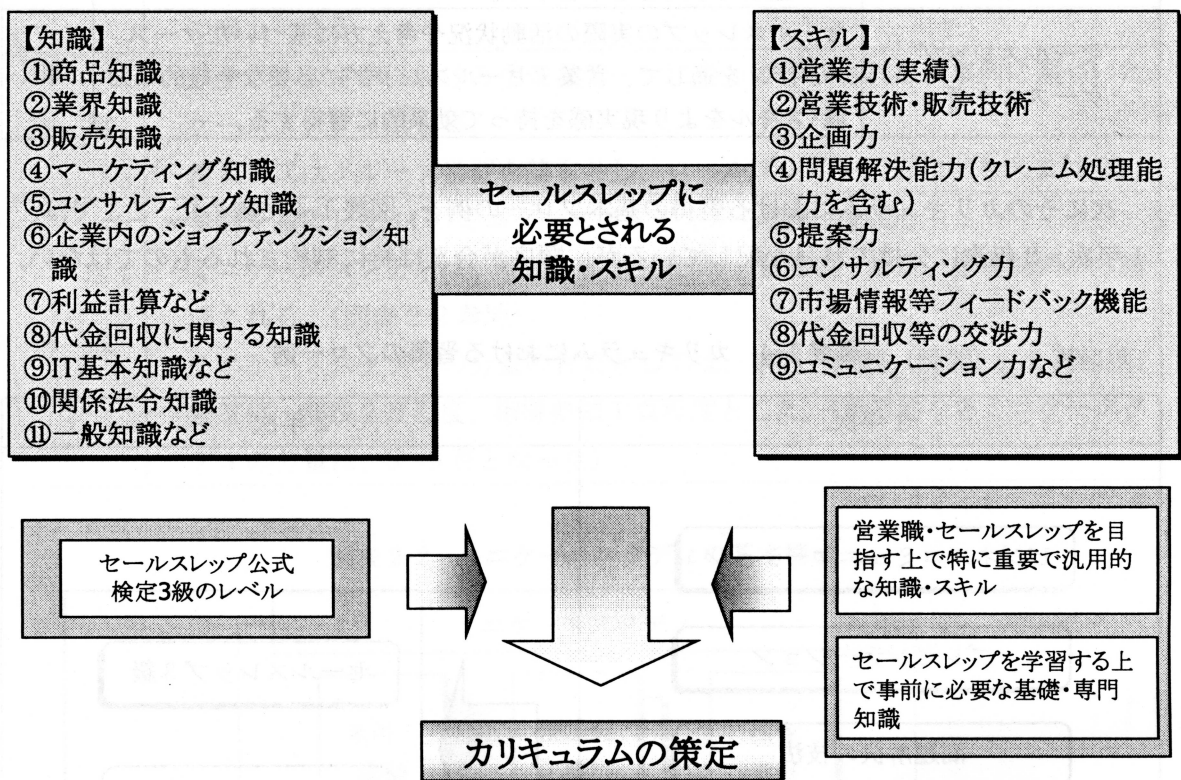
1-3 教育カリキュラムの策定

目標とする人材像の職種をセールスステップまたは営業職と設定したため、カリキュラムのフレームワークの構成としては、図表 1-2 に示すように、「セールスステップを学習する上で事前に必要な基礎・専門知識」、あるいは、「営業職・セールスステップを目指す上で、社会に出てから特に重要で汎用的と考えられる知識・スキル」を抽出し、重点的に配置した。

セールスステップ 3 級テキストを構成する要素の中で、「セールスステップを学習する上で事前に必要な基礎・専門知識」、「営業職あるいはセールスステップを目指す上で特に重要で汎用的な知識・スキル」として、図表 1-2 に挙げたセールスステップに必要な知識・スキルから抽出すると「商品知識」、「販売知識」、「マーケティング知識」、「営業技術」、「販売技術」、「プレゼンテーション力」、「コミュニケーション力」、「問題解決力」などが挙げられる。

上記に挙げた必要な知識・スキルを基に、カリキュラムの科目を設定した。

図表 1-2 カリキュラムの策定



図表 1-3 に各科目の概要を示す。時間数は、1 駒 90 分、15 駒を想定して設定している。教育プログラムの総時間数は、202.5 時間、そのうち、セールスステップに関する専門科目（セールスステップ 3 級、セールスステップケーススタディ）の総時間数は、90 時間、周辺の基礎科目の総時間数は、112.5 時間である。