

# 中小企業診断士の視点

## 第88回 中小製造業におけるソリューション営業



中小企業診断士 大村 貴志  
(一社)埼玉県中小企業診断協会

コロナ禍も収束の兆しが見え始め、社会も少しずつ動き出しました。このような中、製造業においても、多様化する顧客ニーズに対応するため、自社製品のさらなる高付加価値化が求められています。一方で、製品を高付加価値化しただけでは、顧客には届きません。そこで、「製造」と「営業」の両輪を回すことが重要になります。

近年、顧客と営業担当者が共に課題を解決するための「信頼のおけるパートナー」となり、長期的な関係性を構築していく「ソリューション営業」が注目されています。これは、顧客との双方向での対話を通じ、顧客の潜在的な課題やニーズを引き出し、解決策（ソリューション）を提案する営業手法のことを指します。

この「ソリューション営業」が注目されることになった背景としては以下の3つの要因が挙げられています。1つ目は、「顧客の情報収集力の向上」です。インターネット等での情報収集が容易になり、製品に関する情報について両者の間で大きな差が無くなっているためです。2つ目は、「製品の差別化が困難」なことです。市場には多くの製品が投入されており、機能面で明確な差別化が可能なオンリーワンの製品は少なくなっているためです。3つ目は、「急激な環境変化に伴う意思決定難易度の上昇」です。感染症や戦争等の想定外の変化が起こっており、過去の経験等に基づく意思決定が難しくなっていることから、課題解決に協力してくれるパートナーが必要とされるようになってきているためです。

こうした背景から、顧客は「何を買うか（商品）」ではなく、「誰から買うか（商人）」を重視するようになり、製造業においても「商品の差別化」から「商人の差別化」が必要となったのです。

この「ソリューション営業」の進め方については、以下のようになります。

### 1. 顧客の抱える課題に関する仮説の立案

普段からの対話と傾聴を通し、想定される課題を抽出することで仮説を立案します。

### 2. 顧客との面談・ヒアリングによる真因の特定

信頼を元にした面談・ヒアリングを実施し、その分析から課題の真因を特定します。

### 3. 課題解決策に関する企画・提案の実施

特定した真因を踏まえた課題解決策について企画・提案を実施します。その際、顧客に対して「気づき」を与え、「腹落ち（納得）」する提案を行うことが重要であり、これにより顧客は解決策実施に向けた動機付けがされることになります。

経営環境の変化が加速し、不確実性が高まっている昨今、顧客の置かれた環境や課題についての理解を深めることが重要です。中小企業診断士は、企業の現状把握から課題解決、その後のサポートまで、トータルなご支援を行います。是非お気軽にご相談ください。

#### 【問い合わせ先】

(一社)埼玉県中小企業診断協会

ホームページ：<https://sai-smeca.com/>

電話：048-762-3350

Eメール：[rmcsai@nifty.com](mailto:rmcsai@nifty.com)