

カテ室を訪問されるメーカー担当者様へのアンケート調査

アンケート調査の趣旨

鎌倉ライブデンスレーション・コメコメクラブでは、3年前より Battle Talk と題しカテール検査室を取り巻く諸問題について討論しております。今年度はメーカー営業担当者の方をお招きし、皆様のカテ室訪問について討論したいと思っております。申すまでもないことですが、カテール検査室を訪問するメーカーの方は営業職です。営業職とは顧客に自社の物品・サービスまたは情報といった商品の購入を促して、売買契約を結ぶ職業です。その仕事内容は様々であり、業界・業種、扱う商品・サービスあるいは会社の規模などによって異なりますが、その原点は人と人との付き合いであり、「コミュニケーション能力」と「意思決定を促す力」が必要とされる点では同じだとされます。このような点から Kotler¹⁾ は営業職を relationship manager と定義しています。各種のプレゼンテーションを行って、潜在顧客に商品を購入してもらおう。さらに商品の性能だけでなく、自社のブランド、用途の提案、他社商品との比較、個人的信頼関係の構築など様々な角度からの売り込みをおこないます。

また顧客から得られる情報には、商品に対する問題点や新たなニーズなどの有益な情報が含まれる事が多く、適切な部門へのフィードバックが求められます。専門性の強い商品の場合、営業活動にあたって技術的な部分のやり取りが必要となる事が多く、そのため、技術の分かる営業が中に入って、双方の言葉を翻訳、あるいは営業活動のサポートをする事が求められます。

一般的には営業職はきつい、厳しいという認識があります。仕事の結果を売上額、契約受注額や契約件数で数値化が容易なため、年俸制などの成果主義が適用されやすく、営業成績によっては高額の手当が期待できることもありますが、逆に数字（結果）というプレッシャーを受け続けます。組織からノルマ（個人別の売上目標）が設定されていることがほとんどで、ノルマなしとの条件で就職しても実際は自主目標という名目で事実上のノルマを強いられる場合が多く、ノルマが達成できない場合は上司から叱責を受けるなどして、肩身の狭い思いをさせられることが多いようです。

中村ら²⁾が男性営業職 236 名を対象に行った営業職における抑うつの実態と関連要因に関する調査では、「顧客との関係がうまくいっている」「自尊心が高い」「家族および同僚の支援が高い」の3つの要素が「抑うつ症状の無い状態」に関する独立した予測因子であることが明らかになっています。

このアンケートでは、訪問先のカテーテル検査室では気難しいドクターや配慮に欠けるコメディカルとより良い人間関係の構築を課せられ、会社ではノルマの達成を要求されるという、いわば『前門の虎、後門の狼』状態？にあるメーカー担当者の方々のご意見を伺いたいと思います。そして、当日のBattle talk ではお寄せいただいたアンケート結果をもとにカテ室におけるスタッフと担当者の上に立ちはだかる問題点を明らかにし、良好な関係を築くために必要なコンセンサスをまとめたいと思います。

1) Kotler, 1988, Marketing Management pp.695-698

2) 中村亜紀子、錦戸典子 他「営業職における抑うつの実態と関連要因」（産衛誌 47巻）

メーカー担当者の皆様へ

以下の質問を作成してみました。無記名アンケートです。忌憚のないご意見をいただければと存じます。御社の窓口となる担当者の方からまとめて回収させていただきます。アンケートの結果、回答者様もしくは回答者様が帰属される会社が不利益を受ける可能性は全くございません。よろしくお願い申し上げます。

1. 現在、担当される病院数を教えてください

件

2. そのうち一週間で訪問される病院の割合はどのくらいですか

- a. 20%以下
- b. 21-40%
- c. 41-60%
- d. 61-80%
- e. 81-100%

3. そのうちカテ室に自由に立ち入りできる病院の割合はどのくらいですか

- a. 20%以下
- b. 21-40%

- c. 41－60%
- d. 61－80%
- e. 81－100%

4. 自由に訪問できないカテ室のスタッフにはどのようなアプローチをされますか。一番多い方法を選んでください。

- a. 電話でアポイントを取る
- b. メールでアポイントを取る
- c. SNS を利用してアポイントを取る
- d. 医局秘書を通じてアポイントをとる
- e. カテ室前で会えるまで待つ
- f. その他 ()

5. 週間あたりのカテ室のべ訪問回数を教えてください

回

6. 一番訪問回数の多い病院には、週何回行かれましたか？

回

7. 一番訪問回数の少ない病院には、週何回行かれましたか？

回

8. 訪問の一番の目的はなんですか（一つ選んでください）

- a. 製品の説明
- b. 使用状況の調査
- c. 症例数の把握
- d. クレーム処理
- e. 特別の目的はない（定期的に訪問している）
- f. 特別の目的はない（訪問の意義を認めない）

9. 平均の滞在時間はどのくらいですか？

- a. 15分以内
- b. 16－30分
- c. 31－60分
- d. 61－120分
- e. 121分以上

10. 担当する病院で訪問したくない病院はありますか？

- a. ある
- b. ない

11. 10であると答えた方のみお応えください（複数回答可）

その原因は

- a. 医師にある
- b. コメディカルにある
- c. 症例数が少ない
- d. 交通の便が悪い
- e. 自社の製品を使ってくれない
- f. 訪問に制限がある
- g. その他 ()

12.11で a, b とお答えいただいた方のみお答えください（複数回答可）

医師、またはコメディカルの

- a. 度を越えたクレームや要求が多い
- b. 人柄に問題がある
- c. 治療内容（適応など）に疑問を感じる
- d. 無視される（相手にされていない）
- e. その他 ()

13. 積極的訪問したい病院はありますか

- a. ある
- b. ない

14. 13 であると答えた方のみお答えください。積極的に訪問したい原因
(理由) はなんですか？ (複数回答可)

- a. 医師にある (例：医師との話が楽しい)
- b. コメディカルスタッフにある (例：コメディカルとの話が楽しい)
- c. 自社製品がよく使用されている
- d. 症例数が多い
- e. 訪問に制限がない
- f. その他 ()

15. 訪問先のなかで、ご自分、またはご家族がカテーテル検査治療を受けることになったときに、絶対行きたくない、勧めたくない病院はありますか？

- a. ある
- b. ない

16. 御社は DES を扱っておられますか

- a. 扱っている
- b. 扱っていない

17. 話をしたくない他社の担当者はいますか

- a. いる

b. いない

18.会社からは病院訪問回数についての指示はありますか

a. ある

b. ない

19.会社からは病院訪問についての報告を求められていますか

a. ある

b. ない

20.会社からは売上のノルマはありますか

a. ある

b. ない

21.20 であると答えた方にお尋ねします。直近の期間でそのノルマは達成されましたか？

a. はい

b. いいえ

22.あなたの現在の主要担当先では、どのような取り組みが売上の向上に一番つながると思われませんか（一つ選んでください）

a. カテ室訪問による人間関係の構築・維持

b. 製品の卓越性

- c. 学術的アプローチ（術者招聘、研究会開催、講演依頼など）
- d. 労務の提供など
- e. 価格交渉
- f. その他（ ）

23. カテ室訪問を通じて、商品に対する問題点や新たなニーズなどの有益な情報を会社にフィードバックしたことはありますか

- a. はい
- b. いいえ

24. 一番印象に残るポジティブな出来事（営業職をやっていてよかった！仕事冥利に尽きる！と感じた瞬間のことなど）があれば教えてください

25. 一番印象に残るネガティブな出来事（例：印象の悪い医師やコメディカルがいた、法外な値引きを要求されたなど）があれば教えてください

26. その他、これだけは！ということがあれば自由に記入してください。

ご協力ありがとうございました