

新刊紹介

過去約2年間に発行された書籍の中から時事的で話題性があり内容豊かなものを会員のご要望に応えながら編集委員会が選択して紹介いたします。

『シン・営業力』

天野真也 著 | (発行)クロスメディア・パブリッシング
(販売)インプレス、2022年、239pp.

この書籍は、営業利益率がとても高いことで知られるキーエンス社で、約20年、営業の第一線で活躍し、現在は独立して営業支援のコンサルティングを行う著者によって書かれたものである。キーエンスの営業は、顧客企業(自動車・食品・半導体他のメーカー)の製造・生産ラインにおいて、生産効率化や自動化を進めるための機器やセンサー等を、顧客業務に合わせて提案し、高い付加価値を提供することでも知られる。顧客である企業の生産現場をみて、対処してきた営業での長い経験を、エッセンスにしてまとめたのが本書といって良いだろう。

産業財マーケティングにおける営業では、顧客企業にとっての購買は「投資」であり、その「効果」を示す必要があることや、「営業」というと、「顧客とのコミュニケーション」や「話し方が上手い」ことを連想する人もいるが、そうでなく「観察眼」や「戦略眼」が必要で、「行動量」も重要であることを、本書では示している。

産業財マーケティングで最も重要とされる営業は、私自身(清宮)の研究テーマの1つであり、かつてはその実務経験をもとに論文も書いてきたが、本書は久しぶりに基本に立ち返って、読むことの出来た書籍であったといえる。なお元々は営業の実務に関わる人に向けて書かれた書籍ではあるが、産業財マーケティングの研究を目指す人にとっても、目を通せば少なからず示唆が得られる内容であると思われる。

(評/『彦根論叢』編集委員/清宮政宏)

『プロ野球「経営」全史 球団オーナー55社の興亡』

中川右介 著 | 日本実業出版社、2021年、448pp.

この書籍はプロ野球がテーマだが、20世紀前半からの日本のプロ野球の歴史について、オーナー企業や経営者に焦点をあて、書かれたものとなっている。なお日本のプロ野球の歴史といいながら、長嶋や王、イチローのような有名選手の名前は出てこない。あくまでも球団の経営に焦点をあてた内容となっている。

日本のプロ野球の球団経営の歴史を辿ると、草創期の戦前から戦後、高度成長期を経て現在まで、まさに日本の社会・経済の移り変わりをみているようにも思えてしまう。東映、松竹、大映等の映画産業が球団オーナーであった時代があれば、南海、近鉄、西鉄等の鉄道がオーナーとなった時代もあり、さらに西武、ダイエー、オリックス等の総合的サービスを目指す企業が球団経営に乗り出して、現在はソフトバンク、楽天、DeNAなどITサービスに関わる企業が、球団経営に携わっている。

球団経営を行うオーナー企業の移り変わりは、まさに日本の社会・経済の構造変化と、それを先導してきた企業の移り変わりを映し出しているようにも思える。(もちろん、読売-巨人、阪神、中日のように、従前からオーナー企業が変わらない球団もあるが。)プロ野球について書かれた書籍ではあるものの、経営史について書かれた副読本の1つとして読むのも、良いのではないかと思われる。

(評/『彦根論叢』編集委員/清宮政宏)

