

メーカーのルート営業が、 販売店と 次の仕事を育てる

取引先全体を描く。
仕事の事実を確かめる。
次の訪問と支援を決める。



イラストは説明用・AI生成

担当販売店1社、最近の仕事1件から使えます。

まず、担当販売店 1 社の仕事 1 件から

全部を一度に埋めず、次の訪問で確かめたいことを一つ選びます。

このガイドが役立つ場面

販売店・代理店を通じて商品を供給するメーカー営業向けです。
次の訪問で何を聞き、どこを支えるか決めたいときに使います。

関係と仕事の流れをつかむ	3～5 ページ
販売店の取引先全体を描く	6～8 ページ
育てる関係と支援を考える	9～13 ページ
印刷して、訪問に使う	14～15 ページ
事実をたどる10の問いを使う	16～17 ページ

最初の一步：知っている一社と、未確認の仕事の一つ書く。

販売店が、仕事と関係を育てる主体

メーカー営業は、販売店が自ら確かめ、選び、進めることを支えます。

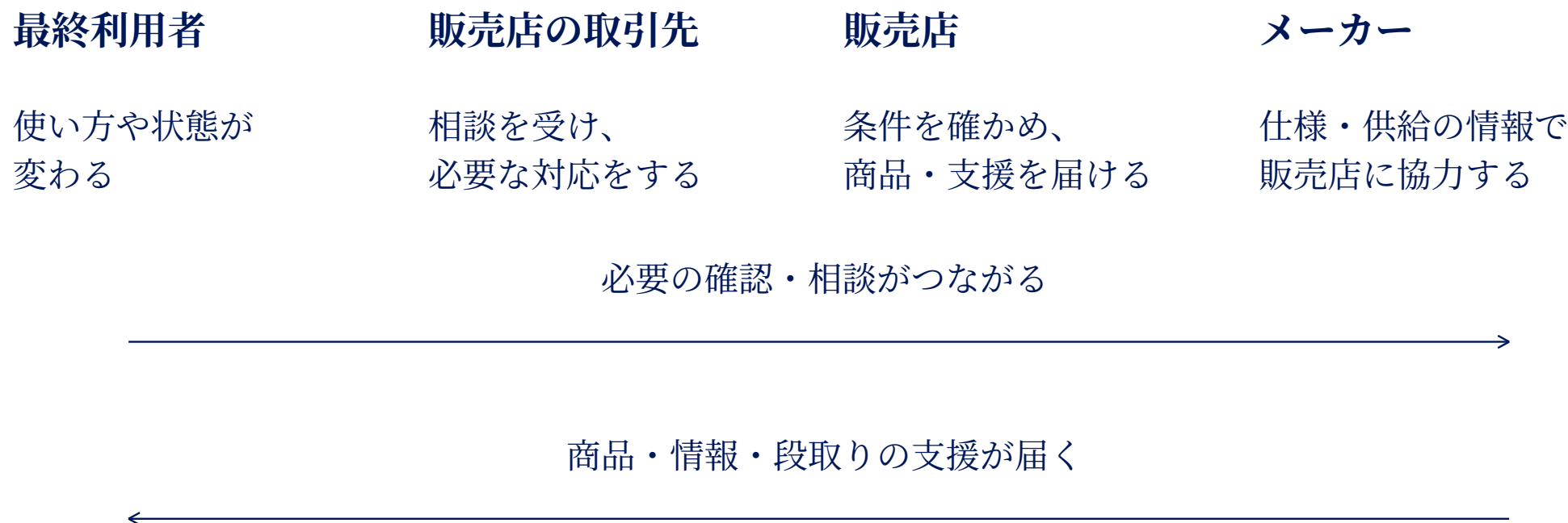
本ガイドで使う三つの言葉

呼び方	指している相手	設備部品の例
販売店	商品を仕入れ、取引先の仕事を 商品・情報・段取りで支える会社。	機材商社
販売店の取引先	販売店から支援を受け、 最終利用者の必要に応える会社。	保守会社
最終利用者	商品やサービスを、 実際の仕事や暮らしで使う相手。	工場

販売店にとって、どの相手の、どの仕事を育てたいか。

利用者の変化から、必要な支援をたどる

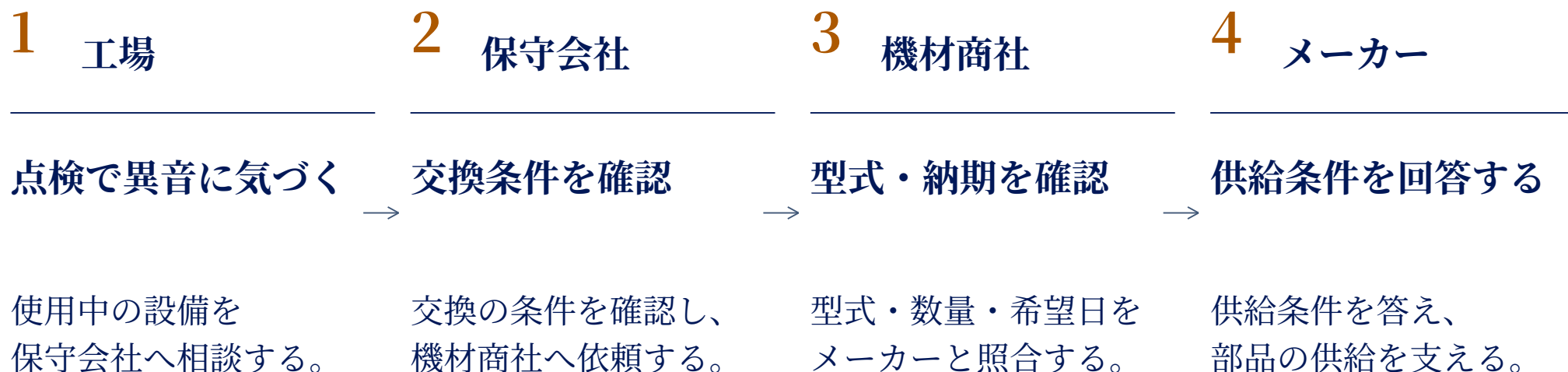
売上の数字を入口に、誰のどんな仕事から依頼が生まれたかを見ます。



利用者の必要と、販売店が支える仕事を、同じ関係の中で見る。

1 件の仕事を、点検から部品供給までたどる

架空記入例 | 設備部品メーカー・機材商社・保守会社・工場の関係です。



この例で確かめること

誰から、何の相談が届き、どの条件を確かめ、何を支えたか。

自分が見たこと・聞いたこと・記録で分かったことに置き換える。

納入先を入口に、販売店の取引先全体を見る

架空記入例 | メーカーが知る一社を入口に、販売店全体の仕事を確かめます。

メーカーが知っている範囲

自社商品を納めたB社。
交換部品の相談があった。
販売店が何を支えたかを知る。



販売店の取引先全体

A社 設備導入の相談

B社 交換部品の相談

C社 点検の仕事は未確認

D社 接点・仕事とも未確認

まだ接点がない先も、販売店との対話で描き足せます。

自社商品の納入先だけで、販売店の仕事全体を判断しない。

円を置く前に、仕事量と求める支援をそろえる

円1つ＝販売店の取引先1社。上下と円面積は、その取引先自身の仕事量です。

同じ図では、数え方を固定する

例：保守会社の年間保守案件数

1設備の1回の保守対応＝1件

作業を分けた再訪は同じ1件

範囲＝各社全体の保守案件

期間＝2025年1～12月

商社への発注回数や分納回数を、
保守案件数と混ぜない。

異なる仕事は、別の図にする。

取引先自身の仕事量



左右は品質の優劣・点数ではない

右上を目指す図ではなく、仕事と販売店の力の適合を見る。

分かった事実を置き、未確認は残す

架空記入例 | 同じ数え方で確かめた3社だけを、円で示しています。

保守案件数／2025年



まだ円を置かない先

D社
案件数と支援は未確認。
次の訪問で、
販売店に聞く。

円面積＝案件数



数える単位・範囲・期間は7ページの例と同じ。円の半径は案件数の平方根に比例。

推測で位置を埋めず、次に確かめる相手と内容を残す。

育てたい関係は、四つの条件を合わせて選ぶ

相談が続くことに加え、この販売店が無理なく必要に応えられるかを見ます。

1 利用者の必要

どんな変化や困りごとがあり、
取引先は何に応えようとしているか。

2 販売店の得意

これまでの調整・対応の経験が、
どの仕事に生かせるか。

3 販売店の供給能力

品質・納期・数量に、
どの条件で応えられるか。

4 対応負荷・取引条件

追加対応の時間と費用、
支払いや受け渡し条件は見合うか。

どの相手のどの仕事なら、販売店の力が生きるかを一緒に選ぶ。

信用と経験を、具体的な対応から確かめる

架空記入例 | 「信用」「経験」を、仕事で見える事実につなげます。

見えた事実	そこから確かめること	次の支援につなぐ
同じ取引先から、 再び相談が届いた。 納入の段取りも任された。	何の対応を受けて、 誰から相談が続いたか。 何を任されたか。	その必要に、 また応えられる 条件を確かめる。
型式・数量・納期を 照合し、変更時に 受け渡しを調整した。	何を、誰と調整し、 どの条件で進んだか。 具体的な経験を残す。	同じ条件の仕事で、 何を先に確認すると 役立つか考える。

信用は続いた相談や任された仕事、経験は行った調整から捉える。

売上・粗利・対応負荷を、分けて確かめる

誰の、どの取引の、どの期間の数字かをそろえて、結果を比べます。

売上

販売店の、対象取引先との取引売上。
商品・仕事の範囲と、比較する期間をそろえる。

粗利額・粗利率

粗利額＝売上－売上原価。粗利率＝粗利額÷売上。
率が同じでも、売上が変われば額は変わる。

対応負荷

確認・調整にかかった人員時間、追加の対応・費用。
その費用が売上原価に含まれるかも確かめる。

人員時間が増えた事実だけで、粗利率低下の原因とは断定しません。

結果の違いを見つけたら、理由は同じ取引の仕事過程で確かめる。

結果から仕事をたどり、試す支援を決める

架空記入例 | 機材商社の、保守会社Bとの取引。数字は説明用です。

1 結果を見る

2 仕事を確かめる

3 試すことを決める

1～3月の取引

2025年 → 2026年

売上 100 → 130万円

粗利率 25 → 25%

粗利額 25 → 32.5万円

何の仕事が増えたか。
交換相談が増えたか。
型式確認のやり直しは
どの依頼で起きたか。
記録と相手に確かめる。

やり直しの条件が
分かったら、1件で
型式・数量・希望日を
先にそろえて試す。
確認日も決める。

原因と効果を、数字だけで決めない。試した後、仕事と結果を再び見る。

この例は効果の実証ではなく、事実をたどる手順の例です。

双方の事実を、同じ構成図で確かめる

販売店が知る仕事と、メーカー営業が見聞きしたことを持ち寄ります。

1 知っている一社を描く

何の相談を受け、何を支えたか。

2 未確認の点を聞く

案件数、求められる支援、条件。
分かった事実を図に描き足す。

3 1件の試行を合意する

誰が何を試し、いつ何を見るか。



構成図：取引先と支援

記録：依頼と納入条件

イラストは説明用・AI生成。構成図や記録は、本人が確かめた事実で作成します。

販売店の合意を得て、試すことと確認する日を一つ決める。

記入シート | 販売店の取引先構成

分かる範囲で描き、位置が未確認の先は下欄に残します。

販売店：_____ 更新日：_____ 把握：_____社／全体：未確認・_____社

仕事量の単位：_____ 1件の定義：_____ 集計範囲：_____ 期間：_____

円1つ＝1社。上下・円面積＝取引先自身の仕事量。左右＝販売店に求める支援。



未確認の取引先・仕事：_____

記入シート | 次の訪問と、1 件の試行

販売店と合意したことを残し、次回は同じ仕事の事実を確かめます。

販売店：_____ 対象取引先：_____ 記入日：_____

最近の仕事 1 件・見た／聞いた／記録で分かったこと

まだ分からないこと・次に誰へ何を聞くか

合意した試行：誰が、どの 1 件で、何をするか

確認日：_____ 見る事実・数字：_____

確認後の判断：続ける・変える・保留 / 次に確かめること：_____

訪問で確かめる10の問い | 1～5

前の答えで確かめた事実を使い、仕事と関係をつないでいきます。

1 販売店は、取引先のどんな仕事を支えているか

取引の始まり、依頼後の対応、その後を、見聞きした事実でたどる。

2 その取引先は、最終利用者とどう関わっているか

問い1の仕事を使い、届ける前・届けるとき・使い始めた後を確かめる。

3 利用者の変化は、どう相談や依頼につながるか

問い2の接点で、どの変化が、いつ誰を通して伝わったかを確かめる。

4 取引先の対応を、販売店はどこで支えているか

問い3の相談への対応をたどり、問い1の販売店の仕事とつなぐ。

5 対応の積み重ねから、何が続き、何を任されたか

問い4の後の再相談、任された仕事、具体的な調整経験を拾う。

未確認は残し、次に誰に何を聞くか決める。全問を一度に埋めなくてよい。

訪問で確かめる10の問い | 6～10

前の答えで確かめた事実を使い、仕事と関係をつないでいきます。

6 市場や仕事が変わるとき、どの関係が役立つか

確かめた環境の変化と、問い2～5の関係・仕事をつないで考える。

7 この販売店にとって、良い取引先の条件は何か

問い6を踏まえ、利用者の必要、得意、供給能力、負荷・条件を見る。

8 取引先の構成で、販売店の仕事と売上はどう変わるか

問い7を全体に広げ、各社の仕事の生まれ方と、依頼・売上を確かめる。

9 蓄積した信用や経験は、次の仕事のどこで役立つか

問い5の具体的な対応経験を、問い8のこれからの仕事につなぐ。

10 取引先構成を、なぜ販売店とメーカーが一緒に考えるか

問い1～9から、販売店が求める支援と、メーカーの協力範囲を決める。

未確認は残し、次に誰に何を聞くか決める。全問を一度に埋めなくてよい。

自分の業種に置き換え、確かめながら使う

仕事量の数え方と、販売店の役割が同じ範囲で使ってください。

使える場面

販売店・代理店を通じて商品を届けるメーカー営業が、販売店と、取引先の仕事・関係・支援を考える場面を想定しています。

販売店が、利用者に直接販売する場合

中間の取引先を省き、問い2～6は販売店の対応とメーカーの支援をたどります。
問い7～9の「取引先」は、販売店の顧客を指します。
構成図は、顧客の仕事量を同じ指標・期間で比べられる場合に使います。
比べられない場合は、まず仕事1件をたどる手順から使います。

編集の背景

建材分野の実践資料を、メーカーのルート営業向けに編集しました。
他業種での効果検証や診断尺度ではありません。数値・事例は架空例です。

発行・編集：リクエスト株式会社 | <https://requestgroup.jp>