

私たちの道

MCWAY を感じる

前職での自分と入社 3 ヶ月での気づき

1. 前職での自分

地方新聞社に入社し企画職を経て、グループ会社の広告代理店に出向し広告営業職に従事。
「お客さまに必要なもの以外は売らない」「丁寧な営業活動」を心がけていたものの、実務では以下 3 つの乖離現象が生じていた。

・「既存の枠組み」に縛られた提案
　既存通りの提案が優先され、一からつくりあげる深い提案はできていなかった。
・「質」より「量」の営業活動
　担当件数の多さに追われ、全力を注ぐ ＜ 可能な範囲でこなす守りの営業に終始。
・お客さまとの関係性の違和感
　厳しい要求にも応じることが多く、一部対等な関係を築くことにむずかしさを感じる。

2.MC 入社後の気づき

・対話をおこない、全力で完遂する姿勢
　お客さまやメンバーと全力で対話する
　お客さまにとって本当に必要なことを提供するために、手間や時間を惜しまない

・クリティカルな視点を持ち、本質を見極めるための思考をめぐらす
　お客さまの言葉の背景やその妥当性を検討する
　さまざまな要素を勘案し、結論を導きだす力が必要

・知識以上に共感でよりそい、お客さまの羅針盤となる
　お客さまサイドに立ち、MCがプロジェクトの羅針盤となる
　知識や経験以上に想いでお客さまによりそう支援=真の伴走支援

3. 今後のなりたいコンサルタント像

・知識をつけることは前提として、気持ちで深くお客さまによりそう
・思考や理解に時間をつくり、本質的なアドバイスや提案をおこなう
・コンサルタントとして、広い視野・視座・視点を持つ

2026 年 2 月