



でまるごと理解



営業を辞めたいと 思った人の新たなキャリア

社内講師への
キャリアチェンジがおすすめ！



はじめに

「このままずっと営業を続けていけるのだろうか…」

そんな不安や迷いを抱えていませんか？営業職は、男性・女性、法人営業、個人営業を問わず、会社の業績を直接的に支える重要なポジションです。

一方で言い換えれば、常に数字のプレッシャーと向き合い続けなければならない厳しい職種でもあります。実際、営業職は決して人気のある職種とは言えず、離職率は他職種と比べて高い傾向にあり、「営業を辞めたい」と一度は考えたことがある人が多いのではないのでしょうか。

ノルマのプレッシャーや、長時間労働、休日出勤、さらには人間関係の悩みなど、その理由はさまざまです。しかし、「営業を辞めたい」と感じたとき、**すぐに退職を決意するのは得策ではありません**。なぜなら、**営業経験は他の職種に転職する際にも大きな強みとなる可能性がある**からです。

また、営業のスタイルを変えることで、今の悩みが解消される可能性もあります。

本資料では、営業職を辞めるべきかどうかの判断基準から、具体的な出口戦略まで、あなたの決断をサポートする情報をご紹介します。



目次

1. 営業を辞めたいと思ったら研修講師がおすすめ
2. 営業を辞めたいと思ったらまず考えること
3. 営業を辞める前に知りたい職種の価値
4. 営業を辞めるかどうかの7つの判断基準
5. 営業を辞めたいと思ったら確認するポイント
6. 営業を辞めたい人が選べる3つの選択肢
7. 営業経験を生かせるおすすめ職種4選
8. 営業を辞めたいと思ったら際の相談方法
9. 営業研修講師を育成する3つのステップ
10. 社内講師にキャリアチェンジし組織に貢献している事例

終わりに
ソリューション紹介



01

営業を辞めたいと思ったら 研修講師がおすすめ

1. 営業を辞めたいと思ったら研修講師がおすすめ

営業職に限界を感じ、次のキャリアを模索している方にとって、**営業研修の講師という選択肢は意外にも魅力的な道**となります。営業の第一線から一步引きながらも、これまでの経験を最大限に生かせる職種だからです。さらに、安定した労働環境で働きながら、次世代の営業人材の育成という形で会社に貢献できる点も大きな魅力となっています。

自社での営業経験が無いと
できない仕事



営業を続けている人は
講師になりたがらない



1. 営業を辞めたいと思ったら研修講師がおすすすめ

自社での営業経験が無いとできない仕事

営業研修の講師は、単なる理論や机上の空論を教えるだけの仕事ではありません。

実際の営業現場での経験があつてこそ、「説得力のある指導」が可能となる専門性の高い職種です。営業の現場で培った経験は、研修の質を大きく左右する重要な要素となります。

特に以下のような場面で、実務経験は大きな価値を発揮します。

- 商談シーンでの実践的なアドバイス
- 営業特有の心理的プレッシャーへの、対処法の指導
- 失敗から学んだ教訓の共有とその活用方法の解説

現場での経験を持つ講師だからこそ、教科書やマニュアルには書かれていない暗黙知を効果的に伝授することができるのです。そのため、受講者からの具体的な相談に対しても、実体験に基づいた説得力のあるアドバイザーとなれるのです。



1. 営業を辞めたいと思ったら研修講師がおすすめ

営業を続けている人は講師になりたがらない

実は、営業のハイパーフォーマーほど研修講師への転身を選択しない傾向があります。その理由として、現場での成功体験が強く、第一線での活躍を望む気持ちが強いことや、営業職での高収入やインセンティブに魅力を感じていることが挙げられます。また、マネジメントポジションを目指すキャリアプランを持っているケースも多く見られます。

このような状況は、営業経験を持ちながら新しいキャリアを模索している方にとって、むしろチャンスとなります。なぜなら、以下のようなメリットがあるからです。

- 社内に競合する人が少ない分野である
- 営業職に比べてプレッシャーがあまりない環境で働くことができる
- 実務経験がフルに生かせる



さらに、講師という立場には営業職とは異なる独自の魅力があります。数字のプレッシャーから解放され、知識やスキルを体系的に整理しながら自身も成長できる環境で働けることは、大きなメリットと言えるでしょう。また、次世代の営業人材育成を通じて社会に貢献できる点も、やりがいのある要素となっています。

営業研修の講師は、営業経験を生かしながら、より安定した環境で専門性を発揮できる理想的なポジションと言えます。特に、営業職での経験を持ちながら、新たなキャリアステージを探している方にとって、検討に値する選択肢となるでしょう。

ただし、営業というライン職ではなく、スタッフ職という位置づけになるため同じ年収という訳にはいかないでしょう。インセンティブ分が減少してしまうことは念頭においておきましょう。

1. 営業を辞めたいと思ったら研修講師がおすすめ

参考：営業研修の講師が研修成果に与える影響

営業研修の成果は、講師のアプローチと深く関連しています。優れた講師は、**単なる知識やスキルの伝達にとどまらず、受講者の意識や行動の変容まで導くこと**ができます。詳しくは「[営業研修・セミナーは社内講師での実施が最適！？おすすめの理由を紹介！](#)」で紹介しています。

研修終了時に「自分でもやれそうだ」という実感を持たせる

優れた講師は、受講者に**実践的な自信を持たせる**ことができます。

これは、単に「できる」と言葉で伝えるのではなく、**具体的な成功体験や段階的な習得プロセスを通じて、実践的な自信を醸成**します。



受講者への個別の関わりを増やす

効果的な講師は、一方的な講義形式だけでなく、受講者一人一人との対話や個別フィードバックを重視します。これにより、受講者の理解度や課題を的確に把握し、個々の状況に応じた適切なアドバイスを提供することができます。

また、個別の関わりを通じて、受講者が研修終了時に「自分でもやれそうだ」と感じる度合いを高めることにつながります。

受講者に研修後も学習意欲を持たせる

優れた講師は、研修中だけでなく、研修後も受講者が自主的に学び続けたいと思えるような動機付けを行います。

実際の営業現場での具体的な活用シーンを示しながら、継続的な学習の重要性を理解させ、実践的な目標設定をサポートします。

研修後も受講者を継続的にフォローする

研修の効果を最大化するためには、研修後のフォローアップが重要です。

優れた講師は、以下のような継続的なサポート体制を構築します：

- 定期的なフォローアップの実施
- オンラインツールを活用した質問対応や相談受付
- 実践での成功事例や課題の共有機会の提供

02

営業を辞めたいと思ったらまず 考えること

2. 営業を辞めたいと思ったらまず考えること

営業職で行き詰まりを感じた時、すぐに退職を決意するのではなく、まずは冷静に状況を分析することが重要です。感情的な判断は、その後のキャリアに大きな影響を与える可能性があるためです。

ここでは、営業を辞めたいと感じた時に、まず考えるべきポイントについて解説していきます。

焦って退職を決めない



今の気持ちを
書き出して整理する



自分の本当の不満は
何かを見極める



2. 営業を辞めたいと思ったらまず考えること

焦って退職を決めない

「今すぐにでもこの状況から抜け出したい」という気持ちは理解できますが、焦りによる判断は避けるべきです。

特に、収入が途絶えることによる生活への影響や、次の仕事が決まっていない状態での転職の困難さを考慮する必要があります。

慎重な判断が特に重要となるのは、以下のような状況です。

- 社歴が浅い場合
- 市場環境や業界全体が厳しい時期
- 扶養家族がいる場合



このような場合は、まず現在の状況を客観的に見つめ直し、本当に退職が最善の選択なのかを冷静に検討することが賢明です。

多くの場合、一時的な感情による焦りであることも多く、状況の改善を待つことで、より良い判断が可能になります。

今の気持ちを書き出して整理する

漠然とした不満や不安を具体的な形にするため、現在の状況を書き出して整理することが効果的です。この作業により、これまで曖昧だった問題点が明確になり、より客観的な判断が可能になります。

書き出す際は、以下の点について具体的に考えてみましょう。

- 現在の仕事における具体的なストレス要因
- やりがいを感じる場面や良いと感じる部分
- 理想とする働き方や将来のキャリアイメージ

この整理作業を通じて、現在の状況に対する理解が深まり、より建設的な解決策を見いだせる可能性が高まります。また、自分自身の価値観や優先順位についても、より明確な認識を持つことができます。



2. 営業を辞めたいと思ったらまず考えること

自分の本当の不満は何かを見極める

営業職への不満の中には、実は別の要因が隠れていることが少なくありません。表面的な不満の背後にある本質的な問題を見極めることが、適切な解決策を見いだすために重要です。

例えば、「営業が向いていない」と感じる場合でも、その原因はさまざまです。商品やサービスへの共感が持てないのか、コミュニケーションそのものに苦手意識があるのか、あるいは単に経験不足による自信のなさなのか、慎重に分析する必要があります。

特に以下の観点から、問題の本質を見極めることが重要です。

- 現在の不満が一時的なものか、本質的なものか
- 環境の問題なのか、適性の問題なのか
- 自身のスキルアップで解決可能な課題なのか

この分析により、本当の課題が見えてきたら、その解決方法を具体的に検討することができます。場合によっては、必ずしも退職が最適な解決策とは限らず、現在の環境での改善策が見つかることもあります。

重要なのは、一時的な感情に流されることなく、自身のキャリアや生活全体を見据えた判断を行うことです。慎重な分析と熟考を重ねることで、より良い選択への道が開けるはずです。



03

営業を辞める前に知りたい 職種の価値

3. 営業を辞める前に知りたい職種の価値

営業職を辞めることを検討する前に、この職種が持つ本質的な価値について理解を深めることが重要です。時として見落としがちな営業職の重要性と意義について、改めて考えてみましょう。

会社の売上に直結する
重要な存在である



顧客の課題解決を通じた
やりがいがある



他職種よりも
スピーディな成長も可能



努力が評価に
反映されやすい職種である



3. 営業を辞める前に知りたい職種の価値

会社の売上に直結する重要な存在である

営業職は企業活動において、最も重要な役割の一つです。企業の収益を直接的に生み出す最前線の役割を担うだけでなく、**市場のニーズを直接把握し、製品やサービスの改善につながる貴重な情報を提供する存在**でもあります。

実際の営業活動を通じて得られる価値として、以下のようなものがあります。

- 市場の生の声や最新トレンドの把握
- 競合他社の動向に関する情報収集
- 新規市場開拓の可能性の発見

この立場にあるからこそ、企業の意思決定に大きな影響を与えることができ、事業の成長に直接的に貢献することができるのです。



顧客の課題解決を通じたやりがいがある

営業職の本質は、単なる商品販売ではありません。顧客の抱える課題を深く理解し、最適なソリューションを提供することで、ビジネスパートナーとしての信頼関係を築いていく仕事です。

このプロセスを通じて、以下のような深い満足感を得ることができます。

- クライアントの業績向上や問題解決への貢献
- 長期的な信頼関係の構築
- 提案から成約までの達成感

特に、顧客から「あなたに相談して良かった」という言葉をいただいた時の喜びは、他の職種では得難い特別なものです。



3. 営業を辞める前に知りたい職種の価値

他職種よりもスピーディな成長も可能

営業職は、他の職種と比較して短時間で大きな成長を遂げることもできます。日々の商談や折衝を通じて、ビジネスパーソンとして必要不可欠なスキルを実践的に身に付けることができます。

具体的な成長が実感できる領域として、以下が挙げられます。

- コミュニケーション能力の向上
- 交渉力の向上
- 問題解決力の強化
- 自律心の獲得
- ビジネス感覚の醸成

これらのスキルは、キャリアの次のステージにおいても生きてくる普遍的な価値を持っています。



努力が評価に反映されやすい職種である

営業職の大きな特徴として、努力と成果の関係が明確である点が挙げられます。売上や成約件数という具体的な数字で成果が可視化されるため、自身の成長や貢献度を客観的に把握することができます。

この特徴は、以下のような形でキャリア形成にプラスとなります。

- 実績に基づく適正な評価
- 具体的な目標設定と達成感
- スキルアップの方向性の明確化



さらに、営業職での成功体験は、強い自信とモチベーションの源となり、長期的なキャリア形成においても大きな価値を持ちます。

このように、営業職には他の職種には見られない独自の価値や魅力が数多く存在します。これらの価値を十分に理解した上で、今後のキャリアについて判断することが重要です。一時的な困難に直面していたとしても、それを乗り越えることで得られる成長の機会を見逃さないようにしましょう。

04

営業を辞めるかどうかの 7つの判断基準

4. 営業を辞めるかどうかの7つの判断基準

営業職を続けるべきか、それとも転職を選択すべきか。この重要な決断を行うための客観的な判断基準について、詳しく解説していきます。
以下の7つの観点から、自身の状況を冷静に評価してみましょう。

1 数字のプレッシャーで心身が限界に達している

2 コミュニケーションに強い苦手意識がある

3 商品やサービスへの共感が持てない

4 残業や休日出勤が生活を圧迫している

5 上司や同僚との人間関係に問題がある

6 将来のキャリアビジョンが描けない

7 給与や評価に不満がある

4. 営業を辞めるかどうかの7つの判断基準

1 数字のプレッシャーで心身が限界に達している

営業職特有の数値目標によるストレスが、心身の健康に重大な影響を与えていないかを確認することは極めて重要です。

一時的な疲労ではなく、継続的な影響が見られる場合は特に注意が必要です。無理しないことが大切です。

注意すべき主な症状として、以下のようなものが挙げられます。

身体面での変化

- 食欲不振や胃腸の不調
- 慢性的な疲労感の蓄積
- 継続的な睡眠障害



これらの症状が長期間続いている場合、早めの対処が必要です。心身の健康は何より優先されるべき事項だからです。

2 コミュニケーションに強い苦手意識がある

営業活動の基本となるコミュニケーションへの苦手意識が、業務効率や精神的な負担に大きく影響している場合があります。

ただし、これは必ずしも致命的な問題とは限りません。経験を積むことで改善できる可能性も十分にあります。

特に以下のような状況が慢性的に続く場合は、職種変更を検討する価値があります。

- 新規顧客との接触に極度の緊張や不安を感じる
- 商談の場面で必要な情報を適切に伝えられない
- 電話でのコミュニケーションに強い抵抗がある



4. 営業を辞めるかどうかの7つの判断基準

3

商品やサービスへの共感が持てない

自社の商品やサービスに対する信頼や共感は、営業活動の根幹となります。この部分で疑問や不信感を抱えている場合、長期的な成功は難しいかもしれません。

特に以下のような状況が続く場合は、職種や会社の変更を真剣に検討する必要があります。

- 商品の価値や優位性を心から説明できない
- 提供価格が適正だと思えない
- 顧客に対して誠実な提案ができないと感じる



4

残業や休日出勤が生活を圧迫している

ワークライフバランスの崩壊は、長期的なキャリア形成の観点からも大きな問題です。

残業や休日出勤が常態化している場合、それは個人の問題というよりも、組織や業務プロセスの構造的な問題である可能性が高いと言えます。

以下のような状況が継続している場合は、特に注意が必要です。

- 毎日の残業が恒常化している
- 休日出勤が月に複数回発生している
- 急な休暇が取得できない状況が続いている



4. 営業を辞めるかどうかの7つの判断基準

5

上司や同僚との人間関係に問題がある

職場の人間関係は、業務効率や精神衛生に大きな影響を与えます。特に営業職は、チームワークや情報共有が重要な職種であり、良好な人間関係は必要不可欠です。

深刻な問題として以下のような状況が考えられます。

- 上司から過度なプレッシャーや非合理的な要求がある
- チーム内での情報共有や協力体制が機能していない
- 社内の競争が過度に激しく、健全な関係が築けない



6

将来のキャリアビジョンが描けない

現在の仕事を通じて、将来のキャリアが見えない状況は深刻な問題です。単に今の仕事がつらいというだけでなく、長期的な成長や発展の可能性が見えないことは、モチベーションの維持を困難にします。

具体的に以下のような不安を感じる場合は、キャリアの再考が必要かもしれません。

- 5年後、10年後の自分の姿が想像できない
- スキルアップの機会が限られている
- 昇進・昇格のパスが不明確である



4. 営業を辞めるかどうかの7つの判断基準

7

給与や評価に不満がある

努力や成果が適切に評価され、それが処遇に反映されることは、モチベーション維持の重要な要素です。特に営業職は、成果が数字として明確に表れる職種であるだけに、評価の公平性は極めて重要です。

以下のような状況が続く場合は、転職を検討する理由となり得ます。

- 業界水準と比較して低い基本給
- 成果に見合わないインセンティブ制度
- 昇給の見通しが立たない

これらの判断基準は、単独ではなく総合的に評価することが重要です。一時的な感情に流されることなく、長期的な視点で自身のキャリアを考えることが、より良い決断につながります。



05

営業を辞めたいと思ったら 確認するポイント

5. 営業を辞めたいと思ったら確認するポイント

営業職からの転職を考える前に、確認しておくべき重要なポイントについて解説します。これらを慎重に検討することで、より良い判断を下すことができるでしょう。

今の状況が一時的なものである
可能性を確認する



自分の市場価値を
冷静に分析する



転職後の
具体的なキャリアプランを描く



5. 営業を辞めたいと思ったら確認するポイント

今の状況が一時的なものである可能性を確認する

現在直面している問題が一時的なものなのか、それとも構造的な問題なのかを見極めることは非常に重要です。多くの場合、一時的な困難は時間の経過とともに解決される可能性があります。

特に以下のような要因については、一時的な可能性が高いものとして慎重に検討する必要があります。

時期的な要因による影響

- 繁忙期特有の業務過多
- 特別プロジェクトの期間限定の負荷
- 季節変動による売上の波

これらの要因を冷静に分析することで、現在の状況が改善可能なものかどうかを判断することができます。上記に当てはまる場合、目の前の仕事が忙しすぎて「辞めたい」と思っている可能性があります。

まずは、冷静に状況を捉え、目の前の仕事をしっかりと行いましょう。忙しさが落ち着けば気持ちも変わる可能性があります。

自分の市場価値を冷静に分析する

転職を検討する際は、自身の市場価値を客観的に評価することが極めて重要です。

現在の経験やスキルが、転職市場でどのように評価されるのかを理解することで、より現実的な転職プランを立てることができます。自分のことを過大評価してしまっていることも少なくありません。

市場価値を評価する際の主なポイントとして、以下の要素を考慮します。

- **営業活動を通じて培った専門性**
 - 商談力や提案力
 - 顧客管理能力
 - 業界特有の専門知識
- **具体的な実績**
 - 達成した売上目標
 - 獲得した主要顧客
 - 社内での評価や表彰



5. 営業を辞めたいと思ったら確認するポイント

転職後の具体的なキャリアプランを描く

漠然と転職を考えるのではなく、具体的な将来像を描くことが重要です。転職後のキャリアについて、明確なビジョンを持つことで、よりの確な判断と準備が可能になります。

キャリアプランを検討する際の重要な観点として、以下が挙げられます。

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 短期的な目標設定 - 習得したいスキル - 携わりたい業務 - 目指すポジション | <ul style="list-style-type: none"> ● 中長期的な展望 - キャリアの方向性 - 収入の見通し - ワークライフバランス |
|--|--|

このような具体的なプランを描くことで、単なる現状からの逃避ではなく、建設的な転職を実現することができます。

また、面接時にも自身のビジョンを明確に伝えることができ、より良い転職先との出会いにつながります。



06

営業を辞めたい人が選べる 3つの選択肢

6. 営業を辞めたい人が選べる3つの選択肢

営業職からの転身を考える際には、実現可能性の高い選択肢を慎重に検討することが重要です。

ここでは、現実的に選択可能な3つの道筋について、それぞれの特徴と実現のためのアプローチを詳しく解説していきます。

1

社内での職種転換に
チャレンジする



2

営業経験を生かせる職種へ
転職する



3

未経験から挑戦できる
職種を選択する



6. 営業を辞めたい人が選べる3つの選択肢

1

社内での職種転換にチャレンジする

現在の会社の環境や文化になじみがあり、業界知識も豊富な場合、社内での職種転換は非常に現実的な選択肢となります。もちろんこの選択には、**企業文化や業界知識を生かせることに加え、既存の人間関係やネットワークを維持できる**という大きなメリットがあります。

社内転換を実現するためには、以下のようなステップを意識することが重要です。

- 具体的な異動希望部署の検討と準備
- 上司への相談と意向の伝達
- 必要なスキルの事前習得

特に、「営業経験を生かせる部署」という視点で検討することで、より実現可能性の高い転換プランを立てることができます。例えば、社内講師やマーケティング部門であれば、現場で培った知見を直接生かすことができるでしょう。



6. 営業を辞めたい人が選べる3つの選択肢

2

営業経験を生かせる職種へ転職する

営業で培ったスキルや経験は、実は多くの職種で高く評価されます。特に、**顧客との関係構築能力やコミュニケーション力**は、さまざまな職種で求められる普遍的なスキルです。

営業経験を生かせる代表的な職種として、**営業企画職やカスタマーサクセス、営業支援**などが挙げられます。

これらの職種は、営業の経験がある人だからこそ、その視点を生かして効果的な業務遂行が可能となります。

転職を成功させるためには、**自身の営業経験で得た具体的なスキルや成果を、新しい職種でどのように生かせるかを明確にする**ことが重要です。

また、必要に応じて追加のスキルを習得することで、より魅力的な候補者となることができます。

ただし、営業職で転職を考えた場合、営業職から営業職への転職は実現の可能性があります。営業職から他職種への転職のケースでは他職種の経験がない場合、うまくいかない可能性もあります。

業種によっては未経験でも歓迎してくれる可能性もありますが、まずは社内で他職種の経験が積めるようであればそちらの方が得策と言えるでしょう。



6. 営業を辞めたい人が選べる3つの選択肢

3

未経験から挑戦できる職種を選択する

全く新しい分野にチャレンジすることで、新たなキャリアを構築することも可能です。

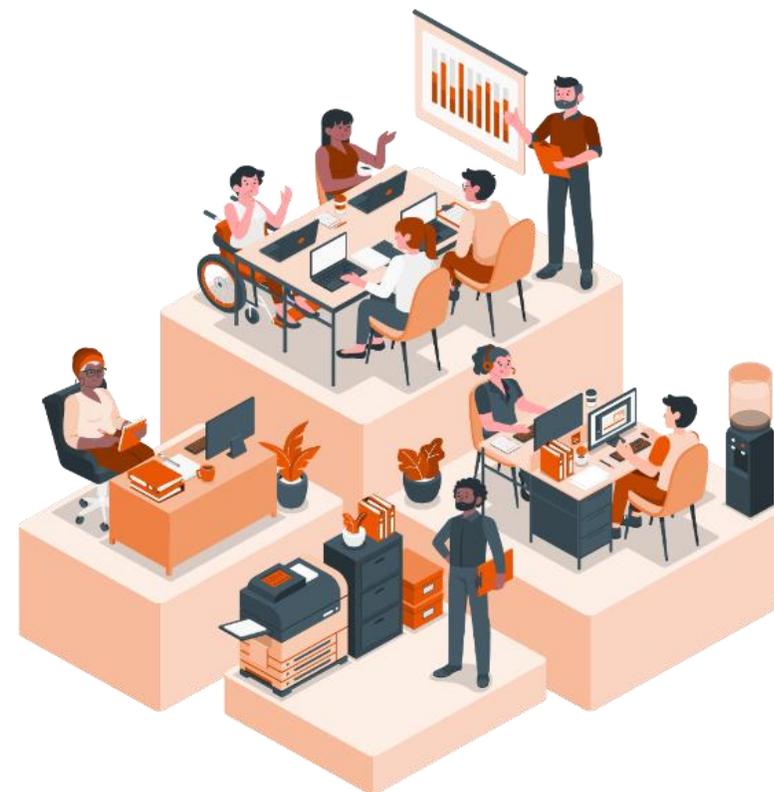
ただし、未経験分野への転職を成功させるためには、綿密な準備と覚悟が必要です。

具体的には、基礎的なスキルの習得や資格の取得、業界研究などを事前に行うことが重要です。また、場合によっては一時的な収入減を覚悟する必要もあるかもしれません。

未経験分野への転職で特に重要なのは、なぜその分野を選択したのか、どのように自身の経験を生かせるのかを明確に説明できることです。

営業で培った粘り強さやコミュニケーション能力は、新しい分野でも必ず生きてくる強みとなります。

どの選択肢を選ぶにせよ、十分な準備と計画的なアプローチが成功への鍵となります。自身の状況や志向性を考慮しながら、最適な選択肢を検討していきましょう。



07

営業経験を生かせる おすすめ職種4選

6. 営業経験を生かせるおすすめ職種4選

営業経験で培ったスキルや経験は、実は多くの職種で生かすことができます。

ここでは、営業経験者が特に活躍しやすい4つの職種について、具体的な特徴や求められる能力を解説していきます。キャリアチェンジを考える際の参考にしてください。

営業研修の 社内講師職



既存顧客向けの カスタマーサクセス職



マーケティング職



営業事務・ 営業アシスタント職



6. 営業経験を生かせるおすすめ職種4選

営業研修の社内講師職

営業経験者だからこそ務まる重要な職種の1つが、**営業研修の社内講師**です。

現場で培った経験と知識を後進の育成に生かすことができ、直接的な営業活動とは異なる形で組織に貢献できます。

営業の難しさや課題を理解しているからこそ、受講者の悩みに寄り添った効果的な指導が可能です。

以下のような強みを生かせる職種です。

- 営業現場での具体的な成功・失敗体験
- 営業プロセスの理解と説明能力
- 後進育成への意欲と指導力



筆者自身も営業経験を生かし、時に社内講師として、営業研修や勉強会などを行い、社員の育成に努めています。

既存顧客向けのカスタマーサクセス職

営業経験者とその経験を生かせる職種としてカスタマーサクセス職があります。

カスタマーサクセスは、契約後の顧客サポートや価値提供を通じて、顧客の成功を支援する職種です。営業活動で培った顧客理解力やコミュニケーション能力が直接生かせる仕事と言えます。

新規開拓の圧力がなく、既存顧客との良好な関係構築に注力できる点が特徴です。筆者自身も営業経験を生かし、カスタマーサクセス職を担当していたことがあります。

営業経験がある分、顧客の何気ない一言から課題を深掘りし、アップセルやクロスセルにつなげやすいという強みを発揮できます。



6. 営業経験を生かせるおすすめ職種4選

マーケティング職

営業経験者がその経験を生かせる職種として**マーケティング職**があります。

マーケティング職はさまざまな情報発信を通じて、顧客に自社を見つけてもらい営業のきっかけをつくる職種です。

営業経験者は、顧客の課題やその課題に対して自社が提供できる価値を実際の事例としてたくさん見てきています。

その経験を生かし、顧客が抱える課題に対して自社がどのような価値提供できるのかをWEBサイト上の記事として公開したり、ウェビナーで情報発信したり、お役立ち資料としてまとめたりすることが可能です。



営業事務・営業アシスタント職

営業の現場を知る者だからこそ、効果的なサポートができるのが営業事務・営業アシスタントの事務職です。

営業部門の業務フローを理解していることで、先回りした対応や効率的なサポートが可能です。直接的な営業活動はないものの、営業経験で得た知識やスキルを十分に生かすことができます。



上記のような職種は営業職のようにインセンティブ給が多くないため、営業職と比べると一般的には年収が下がる傾向にあります。その点も考慮しておきましょう。

08

営業を辞めたいと思った際の 相談方法

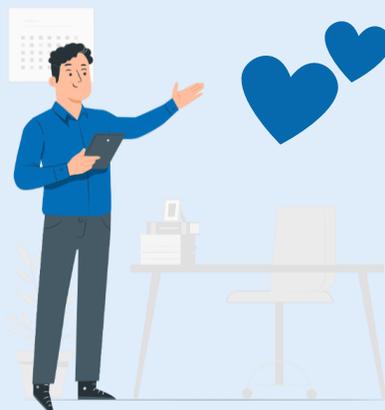
6. 営業を辞めたいと思った際の相談方法

営業職を辞めたいと考えた時、どのように上司や会社に相談すべきでしょうか。建設的な話し合いを行い、より良い結果を導くための具体的な方法について解説します。

営業という仕事に
限界を感じていることを伝える



自社の商品やサービスは
好きであることを伝える



営業研修の社内講師や
マーケティング職に異動できる
余地はないかを相談する



6. 営業を辞めたいと思った際の相談方法

営業という仕事に限界を感じていることを伝える

上司や人事との相談では、感情的にならず、具体的な事実に基づいて状況を説明することが重要です。

ただし、単に不満を述べるのではなく、自身の成長や会社への貢献という観点から話を進めることが建設的な対話につながります。

特に以下の点については、明確に伝えることが重要です。

- これまでの具体的な努力と成果
- 現在直面している課題の本質
- 今後のキャリアビジョン

これらの要素を整理して伝えることで、上司も適切なアドバイスや支援を検討しやすくなります。



自社の商品やサービスは好きであることを伝える

会社や商品自体への理解や愛着は持っているものの、営業職としての適性に疑問を感じているという状況を適切に伝えることが重要です。この姿勢は、建設的な対話を進める上で非常に重要な要素となります。

例えば、「商品やサービスの価値は十分に理解し、その素晴らしさも実感しているからこそ、より効果的に市場に届けられる方法があるのではないか」といった視点で話を展開することで、上司も前向きに検討しやすくなります。

また、これまでの営業活動を通じて得た気づきや、改善のアイデアなども併せて共有することで、より具体的な議論につなげることができます。



6. 営業を辞めたいと思った際の相談方法

営業研修の社内講師やマーケティング職に 異動できる余地はないかを相談する

営業経験を生かしながら、新たな形で会社に貢献できる可能性を探ることが重要です。

特に、営業研修の講師やマーケティング職といった選択肢は、営業の現場で培った知見を直接生かせる職種として、検討の価値があります。

相談の際は、以下のような具体的な提案を準備しておくことが効果的です。

- 現場での経験を生かした研修プログラムの改善案
- 顧客接点での1次情報を基にした情報発信案



このような具体的な提案を行うことで、単なる「辞めたい」という消極的な相談ではなく、会社の発展に寄与できる建設的な話し合いとなります。

相談の際は、一方的な要望として伝えるのではなく、会社と自身の双方にとってプラスとなる方向性を探る姿勢が重要です。

上記のような具体的な案を持って相談することで、その案に興味を持ってくれる可能性もありますし、その案が採用される可能性もあります。

また、すぐに結論を求めるのではなく、時間をかけて検討する余地を残しておくことも大切です。上司や人事部門との対話を通じて、新たな可能性が見えてくることもあるでしょう。

もし、社内に社内公募制度や社内フリーエージェント（FA）制度などがあり、異動や職種転換を申請できる仕組みがある場合は、上記の流れに限らず利用するのがよいでしょう。

09

営業研修講師を育成する 3つのステップ

9. 営業研修講師を育成する3つのステップ

社内で効果的な営業研修講師を育成するためには、計画的なアプローチが必要です。ここでは、その具体的なステップについて解説します。

STEP1

営業成績、適正、
本人の意向から候補者を選抜



STEP2

社内トレーナー養成講座への
派遣



STEP3

研修実施を通して
指導力の磨き上げ



9. 営業研修講師を育成する3つのステップ

STEP1 営業成績、適正、本人の意向から候補者を選抜

まず重要なのは、適切な候補者の選定です。以下のような観点から総合的に評価を行います。

- ある程度の営業成績
- 後進の指導に対する意欲と適性
- コミュニケーション能力と説明力
- 組織への理解度と貢献意欲

特に営業成績については、営業成績が良すぎる人は営業研修の講師をやりたがりません。プレーヤーとして営業活動をすることを望みます。逆に営業成績が悪すぎると営業研修の講師としての説得力がなくなります。

ある程度の営業成績を上げている人の中から、社内講師職への意欲や能力を見て人選することが重要です。



STEP2 社内トレーナー養成講座への派遣

人選された候補者には、体系的な指導力を身に付けるための教育が必要です。インストラクションスキルやファシリテーションスキルなど、講師として必要な基本的なスキルを習得させます。

この段階では、外部の専門機関による研修プログラムを活用するのが効果的です。



[社内トレーナー養成講座についてはこちら](#)

9. 営業研修講師を育成する3つのステップ

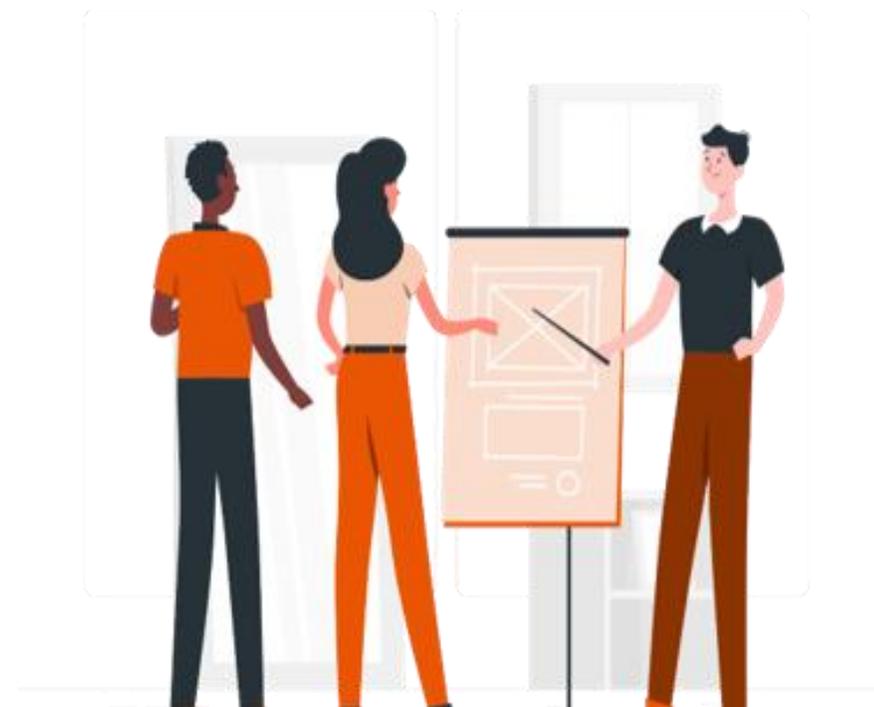
STEP3

選抜研修実施を通して指導力の磨き上げ

実際の研修経験を通じて、指導力を徐々に向上させていきます。この段階では以下のようなポイントに注意を払います。

- 研修実施後の振り返りと改善点の整理
- 受講者からのフィードバックの収集と分析
- ベテラン講師からのアドバイス
- 社内講師同士の相互フィードバック

このように段階的なアプローチを取ることで、効果的な社内講師の育成が可能となります。



10

社内講師にキャリアチェンジし 組織に貢献している事例

10.社内講師にキャリアチェンジし組織に貢献している事例

リコージャパン株式会社様

背景・課題

リコージャパン株式会社では、2010年の販売会社統合以降、各支社の固有の課題に対応できず、教育施策が本部主導で一方的になるなどの課題がありました。

また、コロナ禍以降、会食などの機会が減ったことにより、コミュニケーションの希薄化を招いていました。これらの課題を解決するために、社員自らが強みや弱みを理解し合い、横のつながりを強化する取り組みが求められていました。



LIFOプログラム（社内トレーナーライセンス）の導入

その中で、LIFO（Life Orientations）を導入しました。LIFOの活用を通じて、社員一人一人の個性を診断し、自己理解と他者理解を促進しました。これにより、非公式なコミュニケーションが減少する中でも、社員同士の相互理解を深めるための新たな手段を提供することができるようになりました。

また、LIFOプログラムライセンスを取得することで、社内トレーナーが自主的に研修を行えるようになり、組織風土改革を進めました。LDcubeとの協力により、多様なワークショップを展開し、各支社・部門が抱える具体的な課題に対応できるようになりました。

＼ 詳細はこちらから ／



10.社内講師にキャリアチェンジし組織に貢献している事例

リコージャパン株式会社様

社内展開

プログラムの展開においては、事前のLIFO診断、ワークショップの実施、職場での実践、効果検証のサイクルを組み込みました。

参加者は、研修後の職場実践を通じて得られたスキルを評価し合い、PDCAサイクルを回すことで、持続的なスキルアップを図っています。

ラーニングプラットフォーム「UMU」を活用し、受講者同士が学び合う環境も整備しました。



＼ 詳細はこちらから ＼



社内トレーナーによる研修実施後の反応

導入後、プログラム受講者の満足度は高く、多くの支社で「対人関係」や「マネジメント能力」などにおいて数値的な改善が見られました。

LIFOを活用したレクチャーは「人」の問題の解決に寄与し、特にアウトプット重視の体験学習が効果的でした。

UMUの活用と一連の学習サイクルの設計により、事務局の負担軽減と学習効果の向上が実現しました。



10.社内講師にキャリアチェンジし組織に貢献している事例

リコージャパン株式会社様

今後に向けて

今後は、各支社や部門の課題に寄り添い、人材育成を継続的にサポートすることで、社員個々の自己成長と組織全体の活性化をさらに推進する予定です。

また、LIFO以外のライセンスプログラムも組み合わせ、人材育成のプログラムラインナップを増やしていきます。

これにより、組織内のさまざまな課題を解決し、全体の一体感を更に高められることを期待しています。

[インタビュー記事全文はこちらから](#)



人事・コーポレート本部 人財開発センター 人財開発部 部長
武田 佳祐 様

リコーグループは、日本、米国、欧州、アジア・パシフィックに拠点を置き、全世界約200の国と地域で事業を展開しているグローバルカンパニーです。2036年に創業100周年を迎えるリコーグループは、「“はたらく”に歓びを」という価値観を基に持続可能な未来をつくる活動をしています。

「人のこころとからだに携わり、現場に寄り添った教育施策を実現したい」という個人の想いを持ち、活動しています。

おわりに

営業職を辞める決断は、決してキャリアの後退ではありません。むしろ、新たなステージへの第一歩として捉えることができます。ただし、その一歩を踏み出す前に、**自身の市場価値を客観的に分析し、具体的なキャリアプランを描く**ことが不可欠です。

特に重要なのは、**感情的な判断を避け、冷静な分析に基づいて決断を行う**ことです。

上司や人事との建設的な対話を通じて、社内での職種転換という選択肢を探ることも、有効な方法の一つとなるでしょう。また、**営業経験を生かせる職種への転職や、全く新しい分野へのチャレンジなど、さまざまな可能性が開かれている**ことを忘れないでください。

最後に、この決断は**自身のキャリアを大きく左右する重要な選択**となります。

株式会社LDcubeでは、営業スキル向上に向けた研修会やeラーニング、社内の学習環境づくりなどを総合的に支援しています。ここ数年間で、営業スキル向上のデジタル化への支援が増えています。営業スキル向上のDXを推進することで、これまで以上に業績向上につながった事例が多数出てきています。

無料でダウンロードできる営業スキルチェックシートの提供や、**デジタルツールの無料デモ体験会**なども開催しています。お気軽にご相談ください。



ソリューション紹介

効果的な社員研修の実施・人材育成の課題解決に向け、LDcubeが提供する総合ソリューションをご紹介します。



LDcubeが提供する『社内トレーナー養成支援』

LDcubeでは、社内トレーナー養成（プログラムライセンス取得講座）プログラムを提供することで、コミュニケーションスキルなど汎用的なスキルの習得を支援しています。

使いやすい テクノロジーを提供

プロの研修講師が長年にわたり活用し、使い勝手の良さや効果性の高さが実証されている理論・モデル・ツールを提供します。これらは日本のみならずグローバルに通用するもので、米語、英語、中国語、韓国語、ドイツ語、フランス語、スペイン語など日本語以外のツールも充実しています。

実践的な トレーニングスキルを提供

トレーニングの場では、単にうまく説明できるプレゼンテーションスキルだけでは足りません。様々な演習や実習を実施する際に必要なインストラクション（提示）スキル、インタベンション（介入）スキル、フィードバック（指摘）スキル、ファシリテーション（促進）スキルなどが研修の成否の鍵を握ります。また、プロの研修講師が実践で培ったノウハウ、教科書に載っていないポケット・ノウハウのほか、社内トレーナー向けのオンライン実施スキルも提供します。

トレーナーサポート体制の 充実

ライセンス取得後も必要があれば研修プログラムの作成や実施段階での質問、不明点の確認など専任コンサルタントといつでも相談することができます。また、WEBでの情報発信、スキルアップのための機会も半年に1回程度用意しています。さらにLDcubeのコンサルタントが直接伺って（有料）研修をコーディネートすることも可能です。

『社内トレーナー養成支援』プログラムラインナップ



LIFO (ライフオ)

行動科学に基づいて個人の行動スタイルから個人の「強み」を明らかにするツールです。「強み」を把握し、コントロールすることで、対人関係上の問題解決やチームワークの円滑化を図ることができます。



MSS

LIFOプログラムを使い、職場実践を推進するツールです。マネジメント実践スキル講座（1日）を受講いただき、受講者にサブレシエンスを発行いたします。認定者は職場で簡単なLIFOを活用したワークショップを実施することができます。



HEP

人が高い成果を上げるために深い自己理解と人間理解をする中で、高いセルフエスティーム（自己評価）を得られるように気付きの場を提供します。また、無意識に行う自己の防衛行動に気づくことで、生産性向上につなげていきます。



行動の柔軟性開発

対人行動に焦点を当てた「エレメントB」というツールを用いて自己への気付きを深め、固定化している自分自身の行動パターンに気付くことにより、対人関係における行動の柔軟性の開発を図ります。



ITS

組織としてイノベーションを起こしていくために、パターン化した思考の“たが”を打ち壊し、新たな価値を生み出すイノベティブな発想力と実践力を開発することで、個人の能力開発と組織の風土改革を目指しています。



SBRP

失敗を恐れ、挑戦もせずに逃げ出すのではなく、困難な状況に直面したときも、柔軟で合理的な思考を持ち、前向きに問題解決につなげるトレーニングを行うことで、レジリエンス力＝復元力・回復力の啓発を図ります。

ラーニングプラットフォーム『UMU』



『UMU』は、データ活用による効率的な学習を実現するラーニングプラットフォームです。

各個人の学習進度や理解度を把握し、必要な学習内容を効率的に提供することで、研修効果の最大化を図ります。

学び合い、教え合う インタラクティブな学習

yoU（あなた）・Me（わたし）・Us（わたしたち）という名前の由来を持つUMUは、誰もが教え手にも学び手にもなることができる学習プラットフォーム。学習の科学を応用した機能開発により、インタラクティブな学習設計を、手軽な操作で実現可能です。

インタラクティブ・・・双方向性、相互作用。ユーザーが積極的に参加し、ユーザーの操作や反応を通じて情報を得る形式。

オンライン・オフライン問わず すべての学習シーンで活用できる

UMUは、オンライン・オフライン・集合・個別といった様々な学習シーンにおいて利用可能です。学習に関わるすべての行動を一つのプラットフォームに集約させることで、ブレンディッドラーニングはもちろん、将来的にアダプティブラーニングの実現を可能にします。

ブレンディッドラーニング・・・オンラインと対面を組み合わせた学習方法。

AIフィードバックをはじめとする 最先端テクノロジー

GoogleやAlibabaといった最先端テクノロジー企業出身のエンジニアたちによる機能開発により、AIを活用したトレーニングや手軽なコンテンツ作成が可能です。現場のノウハウを簡単にコンテンツ化し、共有することができます。

アダプティブラーニング・・・学習者の能力や進捗に応じて学習内容や進行速度を自動的に調整する学習方法。

ソリューションの概要

「ラーニングプラットフォーム『UMU』とは



業務マニュアルを作成することや、それらを活用して情報提供をすることは既存のシステムで可能です。しかし、知っているを出来るに変えて、学習を成果に繋げるトレーニングまでワンストップで実施できるのはUMUだけです。

知っている ⇒ 出来る

「知ったこと」を
「生産性」に転化する



インフォメーションを生産性に転化できるのは「学習」だけ

知らない ⇒ 知っている

インフォメーション (情報)

情報共有・コミュニケーション



eラーニング・学習管理システム『CrossKnowledge』

クロスナレッジ(CK)社（本社:フランス）が開発し、世界中に1,200万以上のユーザーが存在します。

ビジネスにおいて基礎となる内容から、専門性を磨くeラーニングまで幅広いジャンルに対応するeラーニングで企業内学習をサポートします。

学習管理システムは日本語・英語・中国語をはじめ多言語に対応しており、研修運営における事務局負担を軽減します

豊富な学習コンテンツ

- ✓ 標準46コース
- ✓ ソーシャルラーニング
- ✓ Eラーニング受け放題
- ✓ マイクロラーニング
(世界MBAレベル講義動画)
- ✓ 一般コース（日本国内向け）
- ✓ PDU取得コース
- ✓ スキルパス
- ✓ サステイナビリティ
(SDGs) コース

多彩な学習システム

- ✓ 学習管理システム（LMS）
- ✓ エンゲージメント向上（CK-Connect）
- ✓ 自社学習ポータル設計（Learning Channel）
- ✓ 研修管理サポートツール（Blendedx）
- ✓ グローバル対応

会社概要・問い合わせ

ABOUT US

会社名	株式会社LDcube
代表者名	代表取締役 新井澄人
所在地	〒101-0029 東京都千代田区神田相生町一番地 秋葉原センタープレイスビル8F
事業内容	組織の活性化、人材育成並びに営業強化のための 各プロダクト並びに関連サービスの販売・提供
設立	2023年4月
資本金	3,000万円

CONTACT

ご不明な点やご質問・ご相談がございましたら
お気軽にご連絡ください。



03-3525-7002 (平日9:00~17:30)

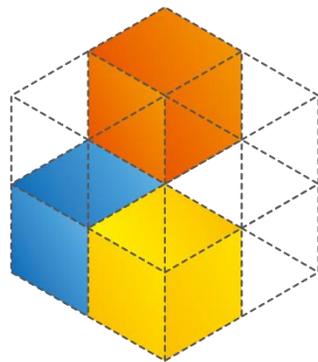


<https://ldcube.jp/contact>



<https://ldcube.jp/>





学 び に 発 展 と 奥 行 き を

LDcube

Learning Development × Design × DX