

特集 1

Special Feature 1

お客を魅了する20人の門外不出ノウハウ

史上最強の 営業マン



セールスが伝説になるとき	28
トップセールスの手法を盗め!	34
「伝説の営業マン」の金言	37
アサヒビール社長が語る「営業の極意」	45

本誌がよりすぐったスーパーセールスマン20人。販売の達人たちの知恵と努力とアイディアとノウハウが満載。すぐ効く、よく効く、タメになる。

特集 2

Special Feature 2

養育費は天引き 年金も妻に分割 離婚の値段

1分48秒に1組が離婚。現在、年金分割と養育費の天引き制度を設けるための法改正が進んでいる。男から「離婚を言い出せない時代」が来る。

Diamond Eyes

Close up

- 厚生労働省に噛み付いたドン・キホーテの次の秘策
- 儲けのタネは社外で探せ 沖電気・生産部門の自立

Inside

- 長期金利上昇で逆ザヤ解消 それでも苦しい生保の事情
 - 収益回復著しい鉄鋼業界でJFEと新日鉄に生じた差
 - 株価高騰に乗り遅れた国内機関投資家の憂鬱
- ピックアップ/東急リアル・エステート投資法人 堀江正博執行役員社長
- 三菱商事にお株を奪われた日商岩井、航空事業の窮地
 - 超高級車の好調が追い風 軌道に乗ったヤナセの再建
- 人事天命/NTTドコモ

News Maker

- 諸井 虔・日本道路公団改革本部長/太平洋セメント相談役

Market

- 金融/景気回復を反映していない消費者物価上昇のカラクリ
- 株式/長期金利上昇で浮き彫り 株式を売った銀行の苦境

Data Focus

- 高山憲之・一橋大学教授/所得税の2倍強の高負担 年金保険料の徹底議論を



14
16
18
18
19
19
20
21
21
23
24
24
25



表紙は語る
一流の営業マンは自ら目標を設定し、その目標を達成するためのプロセス管理を徹底しているといわれる。一般常識、ファッション、会話能力……など、さまざまな分野でセンスを磨くことも重要だ。

Photo by
Mitsuyo Karasawa

強の営業マン

本誌がよりすぐったスーパーセールスマン。販売の達人たちの知恵と努力とアイデアとノウハウが満載。すぐ効く、よく効く、タメになる。明日からの営業活動が楽しみだ。

本誌「最強の営業マン」取材班

セールスが伝説になるとき

一時間で

二〇〇〇万円を

売りさばく

カリスマ通販マン



ベガス味岡 (三六歳)

「ちょっと奥さん、これを使ってみてください」

純白のタキシードに身を包み、オバサン言葉で笑顔を振りまく味岡栄は、今テレビショッピング界で人氣沸騰の通販マンだ。

通販マンとは、聞きなれない職業だが、メーカーから仕入れた商品を、自らテレビショッピング番組に出

演じて売りさばく実演販売人のことである。百貨店などで時々見かける実演販売人のテレビ版だ。

味岡の通販マンとしてのすごさは、数字のうえにも表れている。

テレビショッピング専門チャンネルQVCジャパンで、美容パックを六〇〇〇万円も売り上げ、同番組の



二〇〇二年、美容・健康部門年間売上高ランキング一位」を獲得したほか、今年も新商品の歯ブラシを半年で二億円も売り、同部門の「上半期ベストワン」を受賞した。

味岡が一時間の通販番組で売り上げる金額は、約二〇〇〇万円。超有名タレントの一日のテレビ出演料の約一〇倍に上る。

成功の秘訣は、扱う商品の範囲を美容・健康部門に定め、しかも消耗品に限定したことにある。「家電製品などの耐久消費財を販売するのは違い、何度でも再注文してもらええる利点がある」からだ。

つとも、商品はすべて買い取るから、売れ残りは損失に直結する。そのため、「これは」という商品情報を手に入れると、味岡は必ず製造会社の社長に会いに行く。

誰に何を聞かれても答えられるようにする

「社長がどれだけの思い入れをその商品に注いでいるかを知りたい。わが子のようにならば可愛がって作った商品



プレゼンテーション用に持ち歩いている端末(右)。自分が出演した通販番組を再生し、テレビ局などへの売り込みに使う

商品知識を身につけるため、単行本から抜き書きしたり、開発者や専門家を訪ねて取材する(左)

には力がある」

メーカーの工場を見学し、開発者からその商品の開発データをもらう。そして、テープにとって持ち返った社長の話を、何度も何度も

特集 史上最

Photo by Mitsuya Karasawa

お客を魅了する 20人の門外不出 ノウハウ

繰り返し聞きながら、社長の商品に懸ける思い入れを自分のものにする。
次に、その商品に関連する書籍を手当たり次第に購

入する。本から得た知識の要点は、個条書きにしてノートにまとめる。
現在、味岡が力を入れて販売している歯ブラシ「コロコロブラシ」の販売を決めたときは、審美歯科や歯科医院などの専門家を訪ねて、歯に関する専門知識を吸収したという。

T. Usami

「誰に何を聞かれても答えられるようにしたい。商品開発者よりもその商品について詳しくになりたい」
こうして十分な商品知識を身につけてから初めて、「いかに売るか」を考え始めるのだ。

味

岡の実収入は、テレビ局へ卸す商品価格と自ら仕入れた商品価格との差額。したがって、限られた放映時間内で視聴者に商品の魅力をいかに伝えるかが、通販マンとしての勝負どころである。

製造工場の映像を使うか、商品特長を書いたフリップを使って説明するか……。その演出はすべて味岡に委ねられている。

味岡は常に視聴者の心理を考えながら番組を進める。テレビの前の客が商品説明に飽きてきた頃を見計らって手品を披露。客の目先を変え、商品の美容バックを自分の顔に白塗りし、視聴者の度肝を抜いたこともある。

味岡は、三六五日、朝と晩、鏡に向かってこう唱えるという。「私はテレビショッピング界のナンバーワンを目指します」。

本名は味岡栄。大学卒業後、あるテレビ局の通販事業部で制作スタッフとして働いた。「通販マン」としてのキャリアはまだ1年半