【第三種郵便物認可】

テレビ通販 役者ぞろい

現場のすご腕

デフレ経済下にあって、勢いの良さが際立つテレビ通販業界。商品・企画提案力などと共に、活気を支えるのがキャスターやナビゲーターなどと呼ばれるすご腕の出演者たちだ。スチュワーデスなど異色の経歴を持つ人も多い。成長を支える新進気鋭の売り手たちに迫った。

テレビ通販専門チャンネルＱＶＣでナビゲーターを務める湯浅明美さん（千葉市美浜区）

商品にほれ、語り自然体

ジャパネットたかたテレビ制作部副部長 塚本慎太郎さん（30）

ユニークな語り口で有名な高田明社長が人気のジャパネットたかた（長崎県佐世保市）。その中でメーンキャスターとして番組に出演、着実に売り上げを伸ばしているのがテレビ制作部の塚本慎太郎副部長（30）だ。

地元、長崎県の出身。大手自動車メーカー系ディーラーの営業マンを経て九七年に入社。商品調達を担当していたが高田社長に見込まれキャスター兼任となった。

入社半年後、まずラジオ通販番組のキャスターを四年間務めた経験を買われ、二〇〇一年二月にＱＶＣに入社。同年四月の開局当初から出演している。ただ商品の売れ行きに合わせた臨機応変な対応が求められ、番組進行の方法などはまるで違うという。

テレビ通販で売る秘けつは「とにかくしつこく同じことを繰り返すこと」と言い切る。テレビ通販では、顧客が実際に商品を確かめて購入できない。それだけに商品の特徴や性能に。この時、高田社長の話し方を徹底的に分析した。ラジオ通販では商品が見えないだけに「名刺と同じくらいのサイズ」など聴取者がイメージを持てるような話し方に努めた。表現方法の幅も広がり、次第に売り上げも伸びていったという。

二〇〇〇年末からはテレビ通販にも進出。徐々にお茶の間の人気者として浸透しつつある。「車の泥汚れもこんなに落ちます」。最近、ローカルテレビ局向けの生放送通販番組で、高圧洗浄機の実演販売をしたところ、約二百回線ある注文受け付け用電話がパンク状態になったという。

「販売する商品を実際に自分で使ってほれ込み、自信を持って誠実に機能や性能などを紹介することが売り上げにつながる。基本はリアルの小売業と同じ。通販番組に細かい台本はない。接客と同様に自然体でやるのがミソだ」と強調する。

過剰な演出はせず、期待はずれにならないようにすることで、リピーター獲得にもつなげている。また後継キャスターの指導、育成にも力を入れ、視聴者に実際の使用感がわくように話すよう助言している。

「うちは高田社長のイメージが強いが、『ジャパネットだから』と選んでもらえるよう、ジャパネットブランドの確立を進めたい」。こう意欲を燃やす。

高田社長㊨やタレントの大東めぐみさん（中央）と共にテレビ通販番組に出演する塚本慎太郎さん（長崎県佐世保市のジャパネットスタジオ242）

体験談を何度でも

ＱＶＣジャパン ショッピング・ナビゲーター 湯浅明美さん（32）

テレビ通販専門チャンネル「ＱＶＣ」で番組進行を務め、生活感にあふれた商品紹介が消費者の心をつかむショッピング・ナビゲーター、湯浅明美さん（32）はスチュワーデス、ＮＨＫキャスターを経てＱＶＣジャパン（千葉市）に入社した異色の経歴の持ち主だ。

エアーニッポンで客室乗務員として三年間活躍。ＮＨＫ福岡放送局でニュース番組などのキャスターを何度も繰り返したり、番組内で商品に触って感想を述べたりして、安心感を与える必要があるという。

番組で販売する商品の大半を自ら使っているのも強みだ。「巷に買ったパンツがこんなにダブダブになってしまいました」。最近、ダイエット補助食品を紹介した際、ウエストが細くなった経験を述べると注文電話が殺到。約四百回線ある受け付け電話がつながりにくい状態になった。

湯浅さんは、売り上げという毎日出てくる“通信簿”をもとに、売り方の研究に余念がない。

紙芝居・手品でクギ付け

ベガス味岡さん（36）

ユニークな歯ブラシを紹介するベガス味岡さん

紙芝居や手品を使った軽妙な商品紹介で、爆発的な数量を売りさばくテレビ通販マンがいる。リーノ・ワークス（東京・渋谷）のベガス味岡こと味岡淳社長（36）だ。

通販会社のフジサンケイリビングサービス（東京・中野）に入社。バイヤーとして活躍したが、九五年に家業の和食レストランを手伝うことに。ただテレビ出演の夢が断ち切れず、通販に再び目を向けた。

二〇〇二年に化粧品卸を設立。テレビ通販専門チャンネル「ＱＶＣ」で、ブラシ部分がローラー状のユニークな歯ブラシ（セット四千二百円から）の販売を始めた。

いかに商品を楽しく販売するか、考えた末に思いついたのが手品や紙芝居。全く経験がなかったが、手品師や紙芝居屋などプロに頼み込み、技を伝授してもらった。

こうした工夫も奏功、八月二十二日の放送では一時間の生放送だけで、計千百五十本のブラシ（約五百三十万円）を販売した。最近では、関西テレビやテレビ朝日の通販番組にも出演するなど引っ張りだこだ。味岡社長は「ユーカリスプレーなど商品などの幅も広げたい」と話す。

テレビ通販番組に出演する主なタレント

ジャパネットたかた	
	大東めぐみ、石川小百合、岡部玲子、桑野信義、ダチョウ倶楽部、宮前真樹、モト冬樹、橋本志穂
東京テレビランド	
	梅宮辰夫、沢田亜矢子、山田邦子、バンチ佐藤、湯原昌幸、荒木由美子、長門裕之、南田洋子
プライム	
	小西博之、根本りつ子、天宮良、いとうまい子
テレビ朝日（「セレクションＸ」）	
	市田まりや、根本はるみ、寺門ジモン（ダチョウ倶楽部）
メディア・ブライス	
	あべ静江、岡田真澄

テレビ通販番組に出演する（左から）梅宮辰夫、山田邦子と実演販売する丹野雅之助さん

辛口タレント、消費者を代弁

「人」という面で見逃せないのは、出演タレントたちだ。テレビ通販の認知度が高まってきたのに合わせて、知名度のあるタレントたちが登場するようになった。だが「一般的に人気の高いタレントを出演させても必ずしも消費者の商品購買には結びつかない」（テレビ通販業界関係者）という難しさがある。

東京テレビランド（東京・渋谷）の佐々木敏郎社長によると「テレビ通販は番組に出演するタレントを納得させる一種の説得劇」。商品の長短をきちんと説明することが大切」。タレントたちは消費者の代表という役割を担っており、出演者の選定ポイントは「ウソをつかず、消費者の代弁ができるような疑い深い人」（佐々木社長）。

実際、厳しいコメントも飛び交うぐらいの時の方が、売り上げは好調だという。

同社番組に出演する山田邦子や梅宮辰夫も「素朴に商品の感想を言っている」と話すが、単に商品をほめるだけでなく、消費者の疑問を解消し、共感を与えるような厳しい目を持ったタレントの登用が売り上げにつながっているようだ。

（野田元尚）