

特集 ダイレクトセリングで働く 1

可能性に挑戦し、世界を広げる

ダイレクトセリングは対面販売を基本とする伝統的なビジネスであり、販売者、消費者双方にさまざまなメリットをもたらしている。

その一つが多様な労働環境の提供である。実際に性別や年齢、国籍を超え、障害の有無を問わず、多くの人がダイレクトセリング企業のさまざまな持ち場で力を発揮している。

どのような人が、どのように働いているのか。ダイレクトセリングが持つ可能性を探るために、今回は、二人の販売員に登場していただき、ダイレクトセリングの魅力についてお聞きした。

半世紀を超えて輝く 81歳のベテラン。ポーラレディ

ポーラ 千葉エリア東市川中央営業所 森本早苗さん



競争する仕事
性格に合っていた

新聞の求人広告でポーラレディの仕事を偶然見つけたのが、訪問販売

を始めるきっかけとなりました。半世紀以上前のことです。広告を片手に営業所を目指し、たどり着いたのは人形町の小さな事務所でした。印象的だったのは、事務所の入り口に堂々と貼られていた棒グラフの表で

す。「この仕事はグラフで成績を競い合うのね。面白そう」。そう感じました。28歳で登録してから、棒グラフで一番なることを目指して必死に化粧品を持って回りました。当時は人

形町に限らず、神田まで足を伸ばしてお客さまを増やしたものです。洋服屋、おもちゃ屋、木材屋などの商店を中心に回っていました。商店の奥さまは気前が良く、午前中に持ってきた商品がなくなるほどの売れ行きでした。商品がなくなるとすぐに会社に戻り、持ってまた出掛ける。毎日、その繰り返しです。登録して1年半が経ち、ふと事務所の棒グラフを見ると、なんと他のポーラレディを抜いて売り上げが一番になっていきます。「売り上げを競争する仕事は私の性格に合ってい

る。競争できる仕事って楽しい！」
と思いました。それに人に会って話
すことが好きな私にとって、この仕
事は適職だったのです。訪問販売の
魅力が私を強くひきつけました。

当然のことですが、ドアをノック
してみないと何も始まらないのが私
どもの仕事です。特に商店が少なく
なった今、個人宅を訪問する機会が
増えました。知らない方を訪問する
のはドキドキしますが、「どんなお
客さまなのか？」「どんな反応を
するかな？」「購入していただける
かしら」などと、思いをめぐらせて
インターホンを押す。そこからのド
ラマを楽しんでいます。

勇気は人の100倍ある

新規のお客さまを訪問するとき、
まずインターホンを通して興味を持
っていただけのように工夫していま
す。例えば、次のような流れです。

玄関のチャイムを鳴らし、「ポー
ラ東市川営業所から、化粧品をおす
すめに参りました、森本です。お話
を聞いていただけますでしょうか」
と名乗った後、インターホンに向か
ってこう言います。「奥様、私の顔
が映っていますか？ いくつに見え
ますか？」すると、お客さまは
「65歳くらいかしら」と答えてくだ

さる。それに対して「ありがとうございます。
ごいいます。実は81歳です」とお礼と
ともに、実年齢を申し上げます。「本
当に！ きれいなね」。お客さまがこ
う言ってくださったら、次の一言が
続きます。「奥さま、近くで見たら
もっときれいですよ」。

自分のことをきれいと言うなん
て、凶々しいと思うかもしれませんが
が、こう言うと大抵のお客さまは玄
関に出てきてくださいます。この言
葉はとても勇気のいる言葉です。し
かし、人の100倍勇気がある私に
とって、そんなに難しいことではあ
りません。

自信を持つてお客さまを訪問する
ためにも、自分磨きには力を入れて
います。お化粧品はもちろんのこと、
服装にも気を遣います。若い方が好
む洋服を着てみて、周りの反応を伺
います。家族に「そんな若づくりし
て。もつと地味なものにしたら」と
言われるときもありますが、何も言
われないときもある。何も言われな
いと「似合っているのね」と自信を
持つて、派手な色の洋服でも着るこ
とができます。これも勇気とチャー
ンジ精神がないとできないことでは
よう。

こうした勇気を基本に、訪問販売
員として心掛けていることが二つあ
ります。

一つはマナーです。言葉遣いや訪
問する際のマナーはとても大切に
す。人様のお宅を訪ねて商品を販売
するわけですから、お客さまに不快
に思われることがないように気を付
けています。例えば、お客さまのご
都合で夜遅くに訪ねる、長居しない
等々。お客さまとそのご家族の迷惑
になるようなことは絶対にしませ
ん。マナーがなければ、お客さまと
の縁が切れてしまいます。逆にマナ
ーがあれば、疎遠になってしまった
お客さまでも、また縁が巡ってくる
でしょう。それをいつも心掛けて仕
事をしています。

もう一つ心掛けているのはお客さ
まのご家族に気を配ることです。息
子さんやお嬢さん、お嫁さんなど、
別の階に住んでいるご家族にもきち
んと挨拶をして「今日はお母さまか
ら、こちらの注文をいただきました。
よろしいでしょうか」と確認してい
ます。私たちが提供している商品は
決して安いものではありませんか
ら、ご家族はお母さまが何を買った
のかを知ることによって安心するはず
です。

ご家族とのコミュニケーションが
うまくいくと、「母をきれいにして
あげてくださいね」という言葉が聞
けるようになります。お客さまの美
を託される。これほど、販売員とし

てうれしい言葉はありません。

訪問販売だからこそできる サービスや心遣いがある

現在、お付き合いのあるお客さま
にはご高齢の方も多くいらつしやい
ます。ご高齢の方にとって、化粧品
をデパートに買いに行くのは簡単な
ことではありません。それにデパー
トの場合、いつも同じ販売員が担当
してくれるとは限りませんので、毎
回、一からコミュニケーションを取
る必要があります。それでは肉体的
にも精神的にも疲れてしまう方もい
ることでしょう。

その点、私どもの場合は販売員が
商品を持って赴きますし、一人のお
客さまと長くお付き合いすることが
できます。それぞれのお客さまが持
つ肌の悩みや肌質を理解して、お手
入れをさせていただくことが可能で
す。これは訪販売の強みであり、
店舗販売や通信販売ではできないこ
とだと思えます。

私の仕事は、ボランティア活動の
一つだと思っています。お客さまの
中にはご主人に先立たれお子さんた
ちも自立して、一人で暮らしている
方が少なくありません。定期的にお
伺いすることによって、元気がそう
でないか知ることができます。一、

二か月に一度は必ず顔を出したり、お電話して元気な声を聞くことが私の役目である。そういう思いで訪問させていただくのです。

孤独な人が増えている今だからこそ、私のような販売員が定期的に訪問し顔を出し、話し相手になるべきだと思います。そうすれば、高齢の方でも孤独を感じる事が少なくなるでしょう。こういった活動ができる訪問販売が大好きですし、社会的

に意義のある活動だと感じています。

これまで50年以上、ダイレクトセリング業界で働き、人生を歩んできたと言っても過言ではありません。その中で、たくさんのことを経験してきました。お客さまに喜んでいただいたり、褒めていただいたり。逆に嫌われたり、怒られたりしたこともありました。どの経験も私のキャリアにつながっており、貴重な体験

だったと感じています。

何よりも強く思うことは、扱う商品が化粧品で良かったということですね。お孫さんの結婚式に出席されるお客さまをきれいにさせていたたく。そうすると「きれいな方ね」と相手のご家族から褒められ注目されるそうです。お客さまが美しいと褒められること。それを私の手で実現できること。それこそが私の最大の喜びなのです。

訪販歴3年 ルートセールスとの違いを越えて

京セラソーラーFC武蔵野 株式会社平沢商会 中村高志さん



同じ「営業」でも大違い

訪問販売に携わるようになったのは3年前、平沢商会が新規事業として太陽光発電システムの販売を始めたときからです。

それまでは、木材や足場を扱う建築関係の会社で営業の仕事をしました。太陽光設備の設置のために

足場を組む現場が増えていると感じていて、そんなとき求人を知ったのです。伸びている分野のようだから、そこに身を置いて仕事をするのも悪くない、と考えて転職しました。

ところが、同じ「営業」とは言っても、前の会社で携わっていたルートセールスと、お客さまを一から開拓する訪問営業とは大違い。商品知識第一、雑談などもつてのほか、すばやく本題に入って理屈で攻めてい

たルートセールスときの手法は、まったく通用しませんでした。見ず知らずのお客さまが相手です。初対面で世間話のひとつや二つできなければ、営業のきっかけすらつかめないので訪問営業でしょう。はじめは大きい戸惑いました。

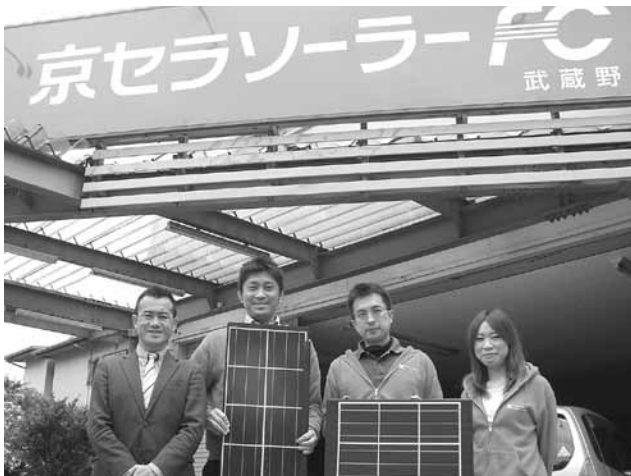
お客さまの立場で考えれば、警戒するのは当然です。いったい何者だろうと思っている人に話を聞いてもらうには、まず笑顔を引き出さな

ければ。オチのある話で笑いをとれなくても、受けない駄洒落を連発して失笑されるのであっても、とにかく笑ってもらえたら緊張がとけます。話を聞いてもらえるのは、やっとそこから。ですから、笑いはいじです。

転職したばかりのころは、井戸端会議の延長のような世間話というのが、実は大の苦手でした。それもなんと克服。今では、話しかけて時間をいただいている間は、せめて相手に楽しんで過ごしてもらいたいと考えています。何が変わったのか。そうですね、「気持ち」ですかね。

お客さまの開拓は、訪問営業を基本に、一方でイベントも実施して、両方で行っています。越谷にあるイオンの店舗内に京セラ直営のコーナーを利用し、来てくださるお客さまに対応するというのがイベントです。そこで説明をして、後にご自宅にも伺うのですが、屋根の構造によっては設置が難しいために成約に至らない場合もあります。

訪問営業の場合は、外から屋根を見て、設置できそうなお宅に声をかけることができます。犬に吠えられくるくらいでは動じません。インターホンを押して、応答してもらえないこともあります。お家の方が庭に出ているところに声を掛けることが



京セラソーラー FC 武蔵野の皆さん。左から二人目が中村高志さん

できたら理想的です。丹誠込めた庭のお花を話題にしたり、それぞれの家のアピールしているものに目をとめて、それを糸口に「あなたに関心があります、知りたいです」という思いを前面に出して伝えます。口先だけの言葉では伝わりません。気持ちこもってないとだめです。

会話のやりとりができて、うちとけるまで、太陽光の話はしません。話せるかなと思つたときに初めて本題を切り出すのですが、玄関先で話すこともあれば、応接間で話を聞いてもらえることもあるし、奥さんかご主人どちらかのことであれば、ご夫婦そろって聞いてくださることも

あります。揃って聞いてくださったときは、とんとんと話が進むことが多いです。

件数ではイベントのお客さまが多いのですが、訪問営業で一から関係を築いたお客さまとは信頼関係が強いなあと思います。成約してから再確認のため、屋根の詳細調査、取り付け、と工事の完了まで二か月くらいかかるので、この間になにかとトラブルは起こり得ます。そんなときも、訪販のお客さまは後々もめるところがないように思います。あなたに任せただけだから、と預けてくださる。

ヒットか、ホームランか

ルートセールスでは、失点しないことがだいじで、野球で言うところのヒットを打ち続けられる人が向くと思います。対して訪問販売は、お客さまを獲得できればそれが得点になる加点式ですから、波があっても「一発」を打てるホームランバッター向きです。9件断られても、10件目で成約できれば得点になり、それまでの9件が失点になるわけではない。だいじなのは、9件断られたところであきらめてしまわないことです。もう

1件行ってみようと思える粘り強さがあるかどうか。最後の1件で成約に至るといふケースは多いです。

そうは言っても、契約が取れず断られることが続くと心が折れそうになります。そこをどう乗り越えるか、ですね。過去の辛かった経験を思い起こして、あれに比べたらまだ踏んばれると思うこともあるし、逆に成功体験を想い浮かべてモチベーションを上げることもありま

す。お客さまと話をし乗り越えることもあります。自分のことを認めてくれているお客さまに、「その後どうですか」とアフターケアの電話をして話をします。すると元氣になります。仲のいいお客さまができます。人間関係が商売を超えるというのか、お客さまとそういう付き合いができるのは、訪販ならではのし

個性と相性

営業のルールやマナーの基本を押さえておくことは必要ですが、売る人の個性が出るので、皆同じようにはいきません。

訪問営業には個性的な人、アクの強い人もいます。好き嫌いが分かれても、皆にそこそこ好かれるより、嫌われても何人かに熱烈に好かれる

ことが契約につながりますから。でも、押しが強ければよいということでもなさそうです。

おもしろいもので、お客さまとの相性が表れるのか、私にはどうも気が強いお客さまが多いようです。押しの強い営業を好まないお客さまに受け入れられているみたいで。

ただ、自分と相性のいいお客さまに巡りあうまでには断られ続けることもありますから、モチベーションを維持するのが課題です。

「典型的な一日」というのは、語れませんね。お客さまとの商談最優先でその日その日の予定が決まりますから。いろいろです。

オンとオフの切り替えはなかなか難しいです。仕事100%で余裕がなくなるのも、世間の話題に疎くなるのも困るので気をつけてはいます

が。きのうは、休みの日だったのでゴルフに行きました。リフレッシュしますね。ラウンド中は携帯電話もマナー違反になるので使いませんし、オフの時間です。

サイクリングも好きで自転車よくあちこち出かけます。ただ、気がつくときやっぱり屋根を見ています。仕事に繋がっていますね(笑)。