

# 訪販営業に係わる全ての営業マン必読本！「21世紀型の営業とは！」

★夢の別荘地を売るダークスーツの営業マン

時代は高度経済成長期に入っていた。夕日に映る風景が広がっていた。東京タワーの完成とともにテレビの普及が進み、冷蔵庫、掃除機、洗濯機とともに家電製品が家庭に入り始めた。また東京オリンピック開催に向けて、東海道新幹線も開通するなど交通インフラが急速に整備されていく特需に湧いていた。自動車、家電、機械など、日本の繁栄を先導したメーカーが巨大企業へ向けて邁進し始めていた。街は現代のように洗練されてはいなかったが、活気に満ちていた。電機製品とともに人々の生活を大きく変えたのが電話だった。赤電話と呼ばれた公衆電話や黒い家庭用電話機が徐々に普及し始めた。この時代に家庭に出入りしていた訪問販売員は、かつぎ屋さん、富山の薬売り、保険屋さん、新聞屋さんなど、野菜などの行商のことだ。かつぎ屋さんと姉さん、かぶりして、大きな籠を背負って、首をすくめて、野原の千草を採り、富山から薬屋さんに売っていた。置薬の身をチェックして、子どもには紙風船をくれた。それによって、生命保険の外資員などもあった。子どもには親しみや、おばさんや子どもに近かった。営業マンは「セールスマン」という言葉からは遠かった。一線別荘地の営業マンが、ダークスーツに身を固めた高級車に乗って、各方面に散らばっていった。何で黒塗りの高級車に乗って、各

おそらく目標などの確認をして、気合を入れていたのだろう。黒塗りの車には会社のポールが立っていたが、それは1社ではなかった。手にアプローズマンという職業を世間に知らしめたのかもしれない。彼らが扱っていたのは、那須などの別荘地だ。そのうち高速道路が開通して、大きな観光地となるのは間違いない。日本人もいまパカンスを楽しむ時代になる。いま買っておくと、必ず値上がりする。彼らの営業トークは、このようなものだった。迷っている。「庶民の夢、別荘地が手に入るんですよ」と煽る。「別荘地ブルームが起ころい、訪問販売の世界では一つの時代を築いたといっている。いざ、歌舞伎町の高級飲み屋街は夜になると、別荘地の営業マンたちが占領される」という噂までが飛び交った。現在では別荘の飛び込み販売は姿を消している。別荘地は現在では、主に新聞広告や、リゾート関連書籍に広告が掲載されている。リゾート地の不動産業者にて販売されている。商品は、ミシン、ベッピンなどの高級家庭用品に加え、互助会も登場している。訪問販売業界の夜明け前の、薄明りの時代だ。

主な出来事  
昭和33年  
39年  
東京タワー完成  
東海道新幹線開通

本文より抜粋

お申し込み好評受付中！

☆ 冊数 \_\_\_\_\_ 冊 × 1575円(税込)

☆ お名前 \_\_\_\_\_ 様

☆ ご住所 \_\_\_\_\_

☆ お電話番号 \_\_\_\_\_

お申し込み先 (株)JAE  
TEL03-6907-9171  
FAX03-6907-9172

お申込はFAX, メールでお願いします。

「訪販業界で成功する3つの法則」

訪販会社を再生させる最強の営業術

伝説のセールスマンが今語る訪販業界

著者 平井 熙