

誰でもトップセールスになることができる

伝説の

トップセールス

大図鑑



超有名
セールスマンから
知る人ぞ知る驚きの
トップセールスマン
21名を公開

**この書籍の目的は、伝説のトップセールス研究を通じて、
誰もがトップセールスマンになれるということを証明することである**

まえがき

この度は、伝説のトップセールス大図鑑を手にして頂き、誠にありがとうございました。この書籍の目的は、世界中の伝説のトップセールスを研究することで、その共通点を見出し、誰もがトップセールスマンになれるということを証明するために、書かせて頂いたものです。

ひとくちに、トップセールスといっても、町内会でトップになるのか、地域でトップになるのか、日本でトップになるのか、世界一になるのか、幅広いトップセールスマンがいます。

そして、本書で紹介させて頂くのは、世界記録を持つセールスマンや、日本一を何度も達成している営業マンなど、名実共に、伝説と言われる方々ばかりです。

私たちが生きていく上で、人と関わりなくビジネスを行っていくのは不可能であり、営業という仕事について知っておくことは、とても重要なことだと考えております。

今回は、選りすぐりの一流セールスマンばかり研究しております。

本書は全21話構成となっており、読み物形式で一話完結となっております。ずっと読み進めることができますが、読み進めていくごとに、徐々にトップセールスに共通する本質が掴めるようになっております。

この書籍でお伝えすることがきっかけとなり、あなたのビジネスがより良い方向へ繁栄されることを心より願っております。

(※本書に登場するトップセールスマンは、直接面識がある方もいれば、故人であったり、お会いしたことない方もいらっしゃいます。当研究所の独自の目線より、素晴らしいと感じた方をご紹介しますので、気になった方がいらっしゃれば、その方を中心に深く学習されたり、直接に会いにいかれることをお勧めいたします。)

それでは、本編へお進みください。

目次

内容

| | | |
|-----------|----------------------------|----|
| 第1話 | 国から勲章を授かった営業マン | 3 |
| 第2話 | 私に売れないものはない！と言い切るセールスマン | 8 |
| 第3話 | 得意先は漁師？東北のトップセールスマン | 11 |
| 第4話 | カンブリア宮殿で話題のトップセールスマン | 15 |
| 第5話 | 日本一の営業成績を13年間続けたセールスマン | 18 |
| 第6話 | 日本一BMWを売ったセールスマン | 21 |
| 第7話 | 伝説の積水ハウスの営業マン | 23 |
| 第8話 | 【動画】電話対応コンクールで日本一になったのは… | 26 |
| 第9話 | 大塚家具のトップセールス | 28 |
| 第10話 | 日本最高位のトップセールスマン | 31 |
| 第11話 | ギネスブックに2度認定されたセールスレディ | 33 |
| 第12話 | アフリカの靴という話を知っていますか？ | 36 |
| 第13話 | 箱根駅伝優勝に導いた伝説の営業マン | 39 |
| 第14話 | 綺麗な工場は最高のセールスマン | 42 |
| 第15話 | 富裕層営業の達人、せえるす侍見参！！ | 44 |
| 第16話 | あの上場企業社長もトップセールスマン | 47 |
| 第17話 | 保険の神様と言えばこの人 | 51 |
| 第18話 | 営業で成功したお笑い芸人と言えば | 56 |
| 第19話 | レストラン事業の合間で世界一のセールス実績を上げた男 | 59 |
| 第20話 | 東京日産でお茶くみから社長になったセールスレディ | 63 |
| 第21話 | 83歳にして現役トップセールスレディ | 66 |
| 終わりに | | 70 |
| 【参考文献・付録】 | | 73 |

第1話 国から勲章を授かった営業マン

この度は、数ある書籍の中から
トップセールス研究室厳選の

書籍「伝説のトップセールス大図鑑」をご購入頂き、
誠にありがとうございました。

これから全21話、当研究室が独自にリサーチした
研究結果をお届けさせていただきます。

当研究所の目的のひとつとして、
伝説のトップセールスマンの研究を通じ

誰もがトップセールスを
実現できるところまで
落とし込みたいと考えております。

どうぞよろしく願いいたします。

さて早速ですが、
お伝えさせて頂く一人目は、

原 一平(はら いっぺい)さんです。

既に亡くなられてから20年以上
経ちますが、今でも生命保険営業の
神様といわれる方です。

- ・生命保険セールス17年連続世界1位
- ・当時の総理大臣に提案
- ・マッカーサー元帥夫人に保険提案
- ・天皇陛下に保険を提案しようとした
- ・JAIFA設立

ここには上げられないくらいの
実績を上げておられます。

本日は、その原一平さんの
営業術の一部をご紹介します。

当研究所が、原一平さんを研究する中で

最もインパクトを感じたのは、
「仕事のほとんどを、リサーチに費やしたことです。」

原一平さんは、自身の著書で、
「私はセールス活動の大半を 事前調査に置く」と
いうぐらい大切にしていたといえます。

現代では、理解しにくい部分かもしれませんが、
興信所(現代でいうと探偵に近い)さえも活用したそうです。

※現代でも企業取引であれば、 与信調査は事前にしますね。

ここで、なるほどと思った点が一つ。

原一平さんと言えば、
総理大臣やマッカーサー夫人にまで
営業活動を行う

行動力があります。

これはあくまでも
一つの要因にしかすぎませんが、

顧客の事がわかれば、
分かるほど、

営業マンとしては、
躊躇なく行動できるようになります。

逆に、雲を掴むように、

情報がない人だと、行動しようという意欲が
営業マンに湧かず、足がストップしてしまうものです。

営業マン時代に筆者も、
一つの得意先を開拓するのに、
50回以上訪問した事がありますが、

大変なのは、顧客の事がわからない、
最初の数回の訪問。

相手の状況など、
知れば知るほど、

こちらの打つ手や選択肢も浮かび、

自然と行動力は増えてくるものなのです。

伝説のトップセールスであり、
営業の神とまで言われた

原一平さんの、行動力。

その秘密は、徹底的なリサーチに
あるのではないのでしょうか？

その他にも、原一平さんには、
参考になる逸話がたくさんあります。

以下名言集も

ご参考にして頂けましたら幸いです。

【原一平さんの名言】

- ・彼の笑顔は“百万ドルの笑顔”といわれた。・・・
夜中鏡の前で、あるいは街を歩きながら一人で懸命に笑っている彼を見たら、人は気がふれたと思うだろう。
彼の笑顔は訓練によって築き上げたものである。
- ・目で話す。手で話す。表情で話す。心で話す。
全身をぶつけて、全力を傾ける
- ・人間は誰でも自分が愛されたい、同意されたい、自分の価値を認めてもらいたい、という気持ちがある。・・・
自分を愛せるようになれば、他人を愛せるようになる。
- ・「成功者が成功談だけで飾られていると思ったら間違いだ。
成功者とは自分の失敗を大切にする人である」
- ・「失敗を失敗のまま勝負を捨てない。
最後に逆転させる根強さと辛抱強さ。」

以上、

「第1話 国から勲章を授かった営業マン」
についてお伝えさせて頂きました。

キーワードは、
「リサーチ」と「行動力」です。

当研究室では、

伝説のトップセールスを研究することは
もちろんのこと、

それを誰もが実践できるところまで
落とし込みたいと考えています。

第2話 私に売れないものはない！と言い切るセールスマン

第1話では、日本の伝説のトップセールスマンを
ご紹介させて頂きました。

そして、
本日ご紹介させて頂くのは

世界的に有名なトップセールスマン、
「ジョー・ジラード」です。

- ・米国の自動車販売セールスマン
- ・世界一の販売実績として
ギネスブックに12年連続で掲載
- ・シボレーの販売店で十五年間で
13001台の新車を販売。

いまだに彼の記録は破る
営業マンはあられていません。

著書「私に売れないものはない！」
にも書かれていますが、

彼が卓越しているのは、
広報力です。

彼はとにかく、どこへいくにも
名刺を配りました。

レストランでお勘定するときも
お金と一緒に名刺を置いていき、

会う人会う人に、

とにかく名刺を渡しています。

彼は、フットボールの観戦中にも
名刺をばらまき、

観客が盛り上がり、拍手をしているときに、

紙袋に入れた名刺を
一斉にばらまいたと言われています。

その観客の中で、誰か一人でも、

後に連絡をしてくれたら、
彼にとっては意味のある広告費と
捉えていたのです。

彼が扱う商品は自動車。

車を運転しない人はほとんどいません。

つまり、営業マンの捉え方次第では、

誰でも見込み客として
捉えることが出来るのです。

そしてその捉え方が、

ギネスブックに12年連続で掲載されるほどの

営業成績を生み出したことは
間違いないのです。

この、ジョージェラードの捉え方は、
人によっては、奇異な行動に見えるかもしれません。

しかし、常日頃から、どのようにしたら、

「自動車を販売出来るのか」

その事を真剣に考え、
行動に移してきた営業マン。

その思いが行動となり、

他の営業マンと比較して

抜きんできた発想へと
繋がったのではないのでしょうか？

本日のキーワードは、
「広報力」と「見込み客の捉え方」です。

第3話 得意先は漁師？東北のトップセールスマン

今回、ご紹介させて頂くのは

インターネットでも
一時話題となった、

「東北のトップセールスマン」
杉浦実さんです。

東北三菱自動車販売で活躍された方で、

30年以上にわたり、
全国の三菱系ディーラーでも
常に1、2位を争う販売実績を
上げ続けました。

彼の得意技は、
「会わずに自動車を売ること」

人口15万人の地方都市でありながら、

全国トップの成績を上げ続けた彼の

上得意客は「漁師」さん。

以下は、R25に掲載された
杉浦さんへのインタビュー記事の
引用です。

(原文そのまま)

何百隻もの大型船団が次々と

出漁していくシーズン本番、

杉浦さんは三菱の全車種のカタログを本に綴じ、
手作りの“総合カタログ誌”を大量に作成。

それを1隻ごとに数束ずつ配って回った。

長い出漁中、漁師さんには娯楽が少ない。
おのずとこのカタログの束に手を伸ばし、
繰り返し目を通しては

「家に帰ったら、今度はこのクルマを買おう」と
考えるようになっていく。

豊漁であれば、なおさら新車購入への
想いは膨らむ。

なかには帰港を待ちきれず、
船舶電報で注文してくる漁師さんも数多くいた。

注文を受け取ると、杉浦さんは直ちに
留守宅を守る奥さんのところに出向いて契約、
登録手続きを済ませる。

そして帰港当日。

ピカピカの新車に、
お父さんの帰りを心待ちにしている
奥さんや子供たちを乗せ、港までお出迎え。

陸（おか）に揚がった漁師さんが
真っ先に目にするのは、

愛する家族の笑顔と、
待ちに待った新しいクルマ！

まるでドラマみたい。

長い漁の間、一生懸命に
頑張ってきた自分への最高の
ごほうびではありませんか！

こうした心憎いサービスによって、

杉浦さんは顧客のハートをガッチリつかみ、
次々と新規客を開拓していったのだ。

(引用、ここまで)

ここで当研究室が注目したのは、

販売手法に目がいきがちですが、
それだけではないと思います。

恐らく杉浦さんは、エリアが変わっても

顧客の層が変わっても
成果を上げ続けるのではないのでしょうか。

世間的にみて、
恵まれていない市場で

成果を出せる営業マンは
本物だと思います。

筆者も過疎地域と言われるエリアで、最終的に、

180社あるなかで、
120社の企業を開拓しましたが、

年から年中、
どうしたら売れるか？

ということを考えて続けていると
おのずと答えは見えてくると
思うのです。

やはり、
トップセールスマンを
目指すからには、

反響営業に対応する力ではなく、
ゼロから新規を生み出す力こそ。

必要なのではないのでしょうか？

杉浦実さんの事例を通じて、
セールスの面白さ、

そして無限の可能性を
改めて感じた次第です。

第4話 カンブリア宮殿で話題のトップセールスマン

今回ご紹介させて頂くのは
カンブリア宮殿で

話題になった
トヨタ東京カローラのトップセールスマン

湯浅真弓(男性)さん。

彼は、他の営業マンが月平均4台
販売するのに対し、

月14台販売し、これまでに、
1300台=26億円分を販売しています

その湯浅さんが
すごいと思ったのは、

販売スタイルが
「飛び込み営業」であること。

2008年3月24日に
放送されたカンブリア宮殿では、

いくつかの販売手法を
公開されていましたが、

当研究所が印象に残ったのは、

湯浅さんの
「傷の修理用タッチペン630円を売る、
それが販売に繋がる」。

という一言です。

湯浅さんが販売するのは
自動車なのですが、

いきなり車を
販売しようとする、

見込み客はぐっと
少なくなります、

カーディーラーとして、
お客様の要望にあったものを、

車以外に販売して
良いのであれば、

見込み客の数は
増えます。

第2話でお伝えしたジョー・ジラードも
そうでしたが、

一流のトップセールスマンは、

見込み客に対する
捉え方が違います。

すべての人が見込み客。

その発想に近い人が、
売り上げも上げる。

のではないのでしょうか？

数多くのトップセールスマンを
研究することによって、

見えてくるものがあると思います。

第5話 日本一の営業成績を13年間続けたセールスマン

今回ご紹介させて頂くのは、

明治安田生命で、13年間連続で日本一の
業績を上げ続けた、

岡田基良さんです。

営業所長、営業部長として
赴任した先で、

1年以内に全国1位の業績を上げ、

明治安田生命の社内報で、
特集を組まれたこともある

伝説のセールスマンです。

当研究室も、岡田基良さんとは
懇意にさせて頂いているのですが、

現在では、
2015年で創業して10年になる
営業コンサルタント会社を
立ち上げていらっしゃいます。

岡田基良さんの
営業スタイルで、

ポイントだと感じたのは、

「宣言すること」

日本一を13年間連続で
維持し続けた秘密は、

目標を絶えず、言葉に出し、
宣言したことだと言います。

日本一を宣言し、

その為の準備を行い、
話し方を変え、
行動を変え、

ただ諦めなかったことで、
成果を出す事が出来たというのです。

また、

日本一を目指したことで、
実際に「日本一」と言われる
セールスマンに

会いにいかれたそうです。

このメールマガジンでは、
敢えて伝説のトップセールスマンを
中心に取り上げていますが、

もし、可能であれば、

実際に「伝説」と言われる
トップセールスマンに会いにいき
学んでみる事が出来れば

最高なのだと思います。

第6話 日本一BMWを売ったセールスマン

第6話目となりました。
今回ご紹介させて頂くのは、

BMWを日本一販売した
飯尾昭夫さんです。

当初は全く売れない
ゼロセールスマンだった飯尾さんですが、

苦難を乗り越え、

約40年の営業人生で
積み上げてきた販売実績は

2400台を超えるまでに
なっています。

成績を出すために、

1分1秒も無駄にせず、
営業するための時間を作りたかったと
自著で語っていらっしゃるが、

行きついた答えは、
「無心になったとき」に売れる。

ということでした。

『では、一体どのように営業活動をすれば、
「無心」になれるのか?』

当研究室が推測するに、

飯尾さんは、

とにかくお客様の為に尽くされたのが、

成功の秘訣だったのではないかと
思うのです。

それは、「売れなくても良いから」

お客様の話を、
2時間でも聞き続けると、

飯尾さんが話されていた節からも
感じ取ることが出来ますし、

とにかく、
「お客様をリスペクトすること」

と飯尾さんがお話されていたことから
読み取ることが出来ます。

無心になるまで、
顧客のために尽くす事。

ここにも、
伝説のトップセールスマンに
なる為の秘密があるようです。

第7話 伝説の積水ハウスの営業マン

今回ご紹介させて頂くのは、

カンブリア宮殿にも出演した
積水ハウスの伝説の営業マン
田中敏則さんです。

住宅業界では2ヶ月に1棟売るのが
平均的な数字とされていますが

田中さんは1ヶ月で3棟を売り続け、
これまでに1000棟以上を販売しています。

田中さんの販売実績は、
すべて紹介から発生したものです。

ひとりのお客様から
10数件の紹介を受けることも
珍しくないと言われるぐらい

紹介の輪は、
どんどん広がっており

ある地区では、

田中さんが契約した家ばかりが建ち、
田中ストリートと呼ばれる場所もあるほどです。

田中さんの営業スタイルは？

そんな田中さんの車のトランクには

セールス7つ道具が
積まれています。

その一つであるスコップを取り出し、

お客様の自宅周辺の
草取りを行うこと。

これも営業活動の一環だと言います。

時には、仕事に関係のない
お客様の相談にのることもあり、

この姿勢は、

前話でご紹介した
日本一BMWを販売した飯尾さんの

「(お客様の為に)無心になった時に売れる」
という言葉から見ても、

共通するものを感じます。

それでは、最後に、

積水ハウス伝説のセールスマン
田中敏則さんの格言を

ご紹介します。

(以下、田中敏則さんの言葉)

ご紹介営業とは・・・
人様の力をお借りする営業

ご紹介営業とは・・・

誰にでも実践できます

ご紹介営業とは・・・

たった一人のお客様を徹底的に大切にすることです

ご紹介営業とは・・・

すすんでお力を貸してくださるほどの信頼関係です

営業に、テクニックなどありません。

ただひとつ、心です。

本日もお読み頂き

ありがとうございました。

これまで、

ご紹介したトップセールスマンに

共通しているのは、

「人間性」

それこそが、最高のセールスカ、

なのではないでしょうか。

第 8 話 【動画】 電話対応コンクールで日本一になったのは…

今回は、趣向を変えて
こちらの動画をご紹介します。

<https://youtu.be/V3jDbQmljLE>

(※YOUTUBE で「電話対応コンクール日本一」と検索ください)

紹介させて頂いたのは、
「公益社団法人日本電信電話ユーザ協会」が
開催する電話対応コンクールなのですが、

毎年開催され、
全国 13000 人以上の中から
選ばれた 60 名が

電話対応を競うコンテストで、
1962 年から続いている

別名「電話対応の甲子園」と
言われるものです。

この大会で
評価される項目として
最もポイントが高いのが、

「セールスカ」

なのですが、

なんと、2011 年の大会で
優勝したのが、

靖国神社の職員さん
なのです。

靖国神社の職員ともなれば、
通常の業務で接するお客様には、

神聖な気持ちで
敬意を持って接しなければ
ならない場面がほとんど、

この映像をみて頂くだけで、
電話営業に関する姿勢も

変わると思いますし、

全国レベルの電話対応の凄さを
お感じ頂けると思います。

百聞は一見にしかずです。

第9話 大塚家具のトップセールス

今回ご紹介するのは、

大塚家具のトップセールス

森久美子(通称：モリクミ)さんをご紹介します。

モリクミさんは、

38歳専業主婦から営業の世界に

飛び込まれたそうです。

大塚家具では

時給1000円のパート社員でありながら

1日で3200万円の売り上げを上げるなど、

伝説の記録を生み出し、

1000番中トップの成績を

維持され、

最終的には、

人材教育の責任者にまで

なられました。

【大塚家具でトップになれた理由】

二級建築士の資格を活かした事など

様々な理由がありますが、

モリクミさんが、

常に大塚家具のトップセールスとして

上位の成績を上げ続けられた理由。

そのコツは、
「お客様を好きになること」

と一言で表現されていました。

お客様を好きになるという
ことは当たり前の事だと、

思われるかもしれませんが、

実際の現場ではなかなか
簡単にいかなかったりするものです。

しかし、

訓練することで、
誰でもその域に達することは出来ると
モリクミさんはおっしゃっています。

-余談-

モリクミさんには、何度かお会いした事があり

大変懇意にして頂いているのですが、

商談中の雰囲気は、まるでサロン。

落ち着いた物腰での話し方が、
相手に安心感を与えるように思いました。

モリクミさんが醸し出すオーラも、
顧客への思いが形となり、

目の前の方が感じるものなのかもしれません。

第10話 日本最高位のトップセールスマン

今回は、日本最高位のトップセールスマン。
小林一光(いっこう)さん

についてご紹介いたします。

小林一光さんは、
外資系生命保険プルデンシャル生命で、

2002年に営業マンとして日本一。
2005年に営業マネージャーとして日本一。

という偉業を成し遂げています。

名実ともに、日本最高位の成績を
納められている

一光さんの体験などを
研究して感じたのは、

これまで、
伝説と言われてきた保険営業マンの実践法を、

自分ごとに置き換えて
実行に移されていること。

実際に、
一光さんの書籍からも、

そう思わせる箇所が
随所に感じられました。

私たちも同様に、

伝説のセールスマンから学び実践することで、

成果を出せると、
筆者自身も思います。

また、一光さん独自の発想として、
以下のような事も言っています。

小林一光さんの言葉

「見込み客の発見と、
アポイントに、
8割の労力を注ぎ込む」

ここまで、

明確に絞り込むと、

自分が一体どのような
セールス活動を行えばよいか

ぶれることなく行動することができ、

とても分かりやすいですね。

第 11 話 ギネスブックに 2 度認定されたセールスレディ

今回は、39 歳で生保セールス日本一となり、
以後連続 30 年間その座を守り抜き、

ギネスブックに 2 度も掲載された。

柴田和子 (75 歳、2015 年) さんをご紹介します。

「生命保険業界で、
柴田和子さんの名前を
知らない人はいない。」

というほど有名なセールスレディであり、

年間に 444 億円の保険を売った
記録はいまだに破られていません。

柴田さんが得意とするのは、

会社が法人として取締役にかける
役員保険。

契約金額が大きくなり、
1 つの会社から契約を取ることで、
全役員に保険をかけることになる商品です。

【エピソード】

そんな柴田さんが

役員保険を取り扱うきっかけになったのは、

日産自動車の元社長である
久米さんとの出会いだっただといます。

久米さんは当時常務であり、

紹介を通じて、
面談の約束をした柴田さんは、

美人が訪ねてくるからと
紹介してもらい、

元日産の社長である久米さん(当時は常務)は、

柴田さんの顔をみるなり、
開口一番「な〜んだ」と口にしたそうです。

それに対して、柴田さんは、

「常務さんも下駄みたいな顔」と
言ってケタケタ笑ったそうです。

そして柴田さんは商談中に、

当時、社長レースを勝ち抜くと
決まったわけではない久米さんに、

「社長になったら保険契約ください。」
と言ったそうです。

お客様の利益第一が
信条の柴田さんは、

役員保険を提案する理由として、

日本の大企業の役員は、
責任ばかりが重くて
大した報酬も得ていない。

保険を社外に積み立てておけば、
会社の業績変動にかかわらず、
退職金や弔慰金として

役員に報いることができる。

からだと言います。

柴田さんの極意は
「人を大切にすること」

「偉大なる母」といって
契約する経営者も少なくありません。

筆者の親しい保険営業マンの方も、

以前、柴田和子さんに
会いにいかれたことが
あるのですが、

同業他社であるにもかかわらず、
面談後、高級なネクタイをプレゼント
してくれたそうです。

伝説のトップセールスとなる方は、

人間力が素晴らしいと
つくづく感じます。

第12話 アフリカの靴という話を知ってますか？

今回は、

有名な営業の話なのですが、

「アフリカの靴」という
話をお届けさせていただきます。

まずはこちらをご覧ください。

(以下、引用)

靴を販売する営業マン2人が
現地調査をしにアフリカへ行きました。

現地を見て驚いたのは、
アフリカ人には靴を履く習慣が
ありませんでした。

「裸足」で生活しています。

それを見たひとりの営業マンは、
こう報告しました。

「アフリカ人は靴を履いていないので
市場はありません・・・」

しかし、

もう一人の営業マンは違う報告をしました。

「アフリカ人は誰も
靴を履いていないので、市場は無限大です！！」

(引用ここまで)

実際にこの話の続きでは、

当時アフリカで靴を
誰も履いていない状況から

市場を開拓し、
非常に売れたというのが
オチになります。

ここまで、

12話の伝説のトップセールス大図鑑を
お読み頂いておりますが、

この文章を読んだあなたは

一体、どのような事を
感じたでしょうか？

捉え方次第で、
営業成績はいくらでも変わります。

断られたからと言って、
落ち込むのか、

さらに良い提案を準備するのかわでも

結果は大きく違うはずなのです。

ご参考になりましたら幸いです。

第13話 箱根駅伝優勝に導いた伝説の営業マン

今回ご紹介するのは、

中国電力で、
約1200万円の省エネ空調機の
販売で伝説的な記録を打ち出した

原晋(はらすすむ)さんという方です。

セールスマンを研究していて
思うのは、

そのままセールスマンの
道を極めるのか、

別業界や経営の世界に
挑戦し、

シフトチェンジしていくのか、
様々なタイプの方がいらっしゃいます。

その中でも、
今回ご紹介する

原晋さんは、営業職から転身し、
青山学院大学の陸上部監督となり

箱根駅伝で、
青山学院大学を初優勝に
導いた人物なのです。

一見すると畑違いの
マラソン部監督というジャンルですが、

「営業マンとして培ったことを
生かせば、結果が出せる」と

直感したというのです。

そんな原監督が
重視した項目の一つに、

「生命力を感じる」人を

学園内で発見すると
マラソン選手に勧誘したといいます。

セールスでも、スポーツでも
言われることなのだと感じますが、

生命力があると
感じる人と

ないと感じる人では、

やはり成果の出方は
違うのではと思います。

もちろんこれは、
トレーニングで養うことが
出来ると、

原晋さんは言います。

それは、

「笑顔を忘れない」こと。

伝説のトップセールスを
目指すうえで、

根本的に大事なこと、

それは、

「生命力」と「笑顔」。
なのだと思います。

第 14 話 綺麗な工場は最高のセールスマン

今回、ご紹介するのは、

赤字同然だったキヤノン電子を救った
酒巻久社長です。

酒巻さんは、
会社を立て直した秘訣を
聞かれると、

必ずこのように答えます。

(引用：酒巻さんの言葉)

「工場は最高のセールスマン。

いらぬものを全部捨て、
残したものはきちんと整理・整頓して、
ゴミ 1 つ落ちていない工場を取引先に見てもらえば、

自然に注文は増えます。

当社の営業担当者が取引先に
当社の強みを 100 回説明するよりも、

きれいな工場を 1 回見てもらうほうが
営業効果は高いですね。

工場がきれいになると、
そこで働く人まで光って見えてくるからでしょう」

(引用ここまで)

営業マンが商談するなかで、

プレゼンテーションの
プロセスは、とても大事です。

この場合、
酒巻さんにとっての
プレゼンテーションは、

綺麗な工場を見て頂くこと。

お客様は、何を提案してもらえた時に

「その商品が欲しくなるのか。」

そのピントさえ合えば、

ある意味、
セールスマンがいなくても

大きな数字を上げることが
出来るのです。

顧客の求めていることに
柔軟に対応し、

それを提供すること。

とても参考になる内容でしたので、

トップセールス大図鑑を一部に取り上げさせて頂きました。

第15話 富裕層営業の達人、せえるす侍見参！！

今回、ご紹介するのは、

ソニー生命で伝説的な記録を
叩き出した

大坪勇二さんです。

大坪さんは、

大手企業からフルコミッション（完全歩合制）の
生命保険営業マンに転身するものの、

成績不振のため月収が3,000円以下に
3度ほど落ち込み、どん底を味わった方です。

しかし、その半年後には一転して
月収が1,000万円を超え始め、

ついには、

生命保険業界で世界トップクラスの成績を
達成しないと加入できない

「MDRT日本会」で
大会委員長・国際委員長を歴任されています。

当研究員も実際に
お会いしたことがあるのですが、

笑顔が素敵で、とにかく腰が低くて、

以前メールでやり取りし、

「寡聞(かぶん)な言葉を頂き恐縮です」
という言葉が返ってきたほどです。

実績や見た目の印象とは違い、
とても優しい方に見えました。

その、

大坪さんが講演で話していた
印象に残ったのが、

ある講演会後の、
名刺交換会に、

「自己PR」と「お願い」をしてくる人が
とても多かったそうです。

もしその時に、

「あなたのお役に立ちたい」
というスタンスで、

話しかけられたら、

私は、その人に興味を持ち、
何か購入していたと思う。

とお話されていたのが、

とても印象的でした。

これはどのセールスマンにも
言えることですし、

これまで研究してきた
トップセールスマンの方も

共通しておっしゃっていたのですが、
「売り込む」と売れない。

と言います。

そうではなく、まず与えること。
お客様に満足していくこと。

一見すると真逆のように感じるかもしれませんが、

これこそが、「売れる法則」

ではないでしょうか？

第 16 話 あの上場企業社長もトップセールスマン

今回、ご紹介させて頂くのは、

大手通信機器販売会社
株式会社ネクシーズの
創業社長、近藤太香巳さんです。

近藤さんは、
二度の中退ののち、

ホームテレホンの訪問販売営業マンとなり、
わずか 19 歳で会社を設立。

卓越した、企画力と営業力で、
通信機器の販売で次々に事業を拡大。

その販売力と実績が
認められ、

なんと、

ソフトバンクの社長
孫正義さんの目にとまり、

のちにブロードバンドの販売代理店の中で
契約獲得数が日本一になった方です。

一代で築きあげた会社は、

2004 年 11 月に
東京証券取引所一部上場を果たし、

東証一部上場の創業社長としては、
当時の最年少記録を更新しました。

孫社長さえ、

目に止めた営業力の秘訣。

それは、

近藤さんの作る力と売る力。

つまり、

企画と営業の二つが
優れていたからというのです。

以下は、近藤さんの言葉です。

商売の基本は、

「一万円で仕入れて、二万円で売ることによって
一万円の利益が出る」

これは商売の基本であるかもしれませんが、
僕はそこからイマジネーションしません。

商売というのは、

そんなことではなくて、

”世の中にもしこんなものが、
こんなサービスが、こんな価格で出来たら、
自分だったら絶対欲しいな、

人日はみんな欲しいと思うだろうな”

その理想を叶えるために、

どうしたらよいのかということに
対して、

脳みそがちぎれるぐらい、
考えていきます。

そして、誰もが簡単にはできない
「いかに重い設定をするか」という
ことが非常に重要です。

と言っています。

確かに、

トップセールスマンになる方は、

企画力というか、
提案力に優れていると思います。

相手が絶対にNOと言わない方法。

それは、
相手が求めているものを
提供するか、

相手の想像を超えて、
相手の欲求を満たすものを
提供するかのどちらかなのです。

近藤太香巳さんの
日本一になった営業力の秘密。

それは、

企画力と営業力。

ご参考になりましたら幸いです。

第 17 話 保険の神様と言えばこの人

今回、ご紹介させて頂くのは、

生命保険営業の神様と言われた
トニーゴードンです。

トニーゴードンは、

全世界の保険外交員の
全体の 0.1% (600 名) しか
入会することが出来ない、

TOT (トップ・オブ・ザ・テーブル) に
30 年以上連続で入り続け、

「保険の神様」と言われました。

トニーゴードンで有名な言葉は、

「話法を変えて売れた訳ではない。
自分の考え方を変えたら売れた」
という言葉です。

その中で、

トニーが営業の場面で
活用していたトークがありますので、

少し長くなりますが、
ご紹介させていただきます。

(トーク例1)

お客

「トニー、保険なんかいらないよ。
何かあれば女房が働くさ。」

トニー「そうですね、貴方の奥さんの性格ならばすぐにいい仕事が見つかるでしょう。
でも考えて下さい。
貴方に万一のことがあると
貴方のお子さん達は愛する父親を失うばかりか、
母親まで仕事でいなくなってしまうんですよ。」

お客 「でも、どうして私が死ぬと
女房が大金を儲けなくちゃならないんだい。」

トニー「少し違います。奥さんではなく、
未亡人がお金を受け取るのですよ。」

お客 「どうせ女房は再婚するさ。」

トニー「本気ですか貴方！！
貴方だったら今の奥さんと
もう一度結婚する気になりますか？！」

(トーク例2)

主婦

「夫が死んで得をするなんて、なんだか嫌だわ」

トニー

「そのお気持ちはよく分かります。
でもこんな風に考えてみて下さい。」

貴方の家の台所の角に、スイッチを押すと
30万円の現金を出す機械があります。

機械は月に1回しか動きませんので
邪魔かもしれませんが、
操作が終わったらカバーをしてしまっておきます。

ある日その機械が故障してしまいます。
業者に修理を頼んでも
その機種は製造中止で部品がないので
直せないと断られます。

ところが壊れる前に
月何千円かでメンテナンス契約を
結ぶこともできたのです。

もし、申込んでおけば、機械は故障することなく
現金を作り続けます。
どうですか、申し込みたくなるでしょう。

月数千円のメンテナンス料金で
機械は故障しらずで
毎月毎月現金を作り続けてくれるのです。

この現金製造機はご主人なのです。
感情を別にするとご主人は現金製造機なのです。

ご主人が万一お亡くなりになった場合、
なによりも一番最初に
精神的ダメージを受けることになるでしょう。

その次に襲ってくるのは
生活苦という名のダメージです。
残念ながら人は愛情だけでは生きていけません。」

お客

「でも、月2万円はとて払えないよ。」

トニー「今現在貴方が働いていて、
月2万円も払えないのに、貴方が亡くなった後に
何処から月20万円の生活費を捻出するつもりなのですか？

保険に入り過ぎて破産する人は居ません。
でも、保険に入っていなかったばかりに
家族が離散する悲劇は五万とあるのです。

さあ、申込書を用意する間に、
小切手を切ってください」

お客 「でも、これは終身保険だよ。
定期保険の方が安くてすむんだろ」

トニー「そうですね。
一見定期保険の方が保険料は安く見えます。

教会で結婚式を挙げた時牧師の前で
誓った言葉を覚えていますか？

『富めるときも、貧しき時も、病める時も、健やかなる時も
65歳まで1年更新で愛することを誓います。』と誓いましたか？

それとも、『主が二人を分かちまで愛する。』と
誓いましたか？

一生の愛には一生の保障が必要なんです。」

(以上、トーク例)

このトークを読んで感じたのは、

トニーが、

「口のうまい営業マンである」
ということではなく、

「本質を理解している人」
だということです。

卓越したトップセールスほど、

例話法が面白く、
分かりやすい方がいらっしやります。

セールスのコツは、

おもしろ、おかしく、
役に立つ話、為になる話をする事。

その為には、
やはり場数を踏み。

商品の本質を掴み、
お客様の本質を知ることだと思います。

第 18 話 営業で成功したお笑い芸人と言えば

今回、ご紹介するのは、
切り口は変わりますが、

営業で成功したお笑い芸人
「テツ&トモ」です。

一時、

「なんでだろう～」のギャクで
お茶の間を沸かせたテツ&トモですが、

その後、一発屋で終わったのかと
いうとそうではなく、

今では、

テレビ出演時よりも
地方営業の方が稼いでるといいます。

※注 地方営業
全国各地でお笑いのイベントを開催すること

理由としては、
いくつかあるのですが、

1.

「何でだろう」のネタが誰にでも
分かりやすく決して、下品なネタをしないことから、
会場に来ている観客が見ていて安心できる

2.

また、客の性別や年齢を問わない。
トークが上手く間がしっかりと持つため、
イベントの運営サイドとしても使いやすい。

3.

出演したステージでは一切手抜きすることもなく、
見に来ている客を巻き込んでネタを行い、
サービス精神にも富んでいるので人気不衰えぬ。

などがあるようです。

あくまでも、

上記はほんの一要因であるのですが、

テツ&トモのお二人は、
協力者を得ること、

そして、

協力者を喜ばせることが、
とても上手なのだと思います。

これは別の業界の話なのですが、

事務機器業界の
トップセールスマンを見ると、

営業と技術。

が名コンビである場合が
多いようです。

営業という仕事を
支えてくれている人は
必ずいます。

周囲の人を味方につけ、
お客様も味方に出来る人は、

トップセールスになれるのだと思います。

第 19 話 レストラン事業の合間で世界一のセールス実績を上げた

男

今回、ご紹介するのは、

当時、レストラン事業の経営者で
70店舗を運営し、

2000人を雇う立場でありながら、

その合間で、

教育教材の販売で、
世界一の販売実績を上げた

佐藤康行さんです。

私自身も大変お世話になった方なのですが、

佐藤康行さんが、
卓越した成果を生み出したのは、

「1分1秒も無駄にせず
毎日真剣勝負で生きているから。」

そのように、
感じさせられる方でした。

そんな佐藤康行さんが
提唱するのは、

「サンタ営業」

顧客から奪うのではなく、

サンタクロースのように
「与える」ことだといいます。

以下は、

そのサンタ営業に関する
佐藤康行さんの言葉です。

はっと、気が付くことが
あるのではないのでしょうか？

今、あなたの目の前に、
大きな袋を背中にかかえ、

そっと忍び込むように
誰かの家に入ろうとする人がいる。

誰だろうか？

ひょっとして、
何かを盗もうとしている
ドロボーだろうか！？

いや、シルエットは子供たちに
喜びを与えるサンタクロースにも見える…

暗い夜には、

この正反対の両者がすぐには

区別できないかもしれません。

「与えるサンタさん」と
「奪う」ドロボー。

この対象的な両者の性質は、

世の中のビジネスマン、
営業マンの中で大きく分けて二種類のタイプ、

「サンタさん営業とドロボー営業」を
説明するのにぴったりの例えになります。

誰からも愛され、大歓迎され、
人を幸せな気持ちにさせるサンタさんと、

みんなから嫌われ、常に警戒され、
自分の利益しか考えないドロボー。

どちらが永続的に繁栄し、
幸せな結果を生み出すかは明白なのです。

(以上)

お読み頂きいかがでしたでしょうか

自分自身が、

トップセールスになりたいと目指す時に、

「一体何を行動指針にして良いのか」
わからない時。

そんなときに、

「サンタ営業」

という言葉はとても分かりやすい
行動指針だと思います。

第 20 話 東京日産でお茶くみから社長になったセールスレディ

今回、ご紹介するのは、

東京日産でお茶汲み&コピー取りの
OL時代を経て、
社長になったセールスレディ、

林文子さんです。

林さんは、

31歳で自動車セールスの世界に
自ら飛び込み、

当時、営業所初の女性セールス
だったといいます。

1日100件の飛び込み営業を
自分に課し、

1ヶ月後には
支店トップの販売実績をあげ、

その後に転職した
高級外車の販売会社でも
トップセールスになり、

支店長、社長を歴任。

2005年には、
ダイエー再建のために、

会長兼CEOに就任したほどであり、

2008年には、
東京日産自動車販売の
社長に就任されました。

そのセールス達人、
林文子さんの

「販売の4鉄則」は
以下のとおりです。

- ・ お客様のためにバカになれ
- ・ 満足感、ワクワク感を共有せよ
- ・ 非日常性を創出すべし
- ・ 女性こそ「壁」を
正面突破せよ

(以上)

また、

女性セールスにとって、

一番大切なのは清潔感。

行動の清潔感。

ご夫婦のお客様の場合、
奥様に可愛がられるような
女性セールスであること。

という事をおっしゃっています。

セールスの達人の4鉄則。

ご参考になりましたら幸いです。

第 21 話 83 歳にして現役トップセールスレディ

いよいよ最終話です。

今回、ご紹介するのは、

55 年間化粧品販売ポーラの
訪問販売を続け、

83 歳になった現在も、
先頭集団で走り続けている

セールスレディの
森本早苗さんです。

森本さんは、

ポーラのセールスレディとして、
1967 年に月間売上 100 万円
第一号となり、

その 6 年後には、

累計売上 1 億円達成
第一号となった
伝説のセールスレディだといいます。

森本さんの営業スタイルは、
訪問販売。

とにかく大事にしているのは
お客様の時間だといいます。

現在の森本さんの顧客には、

お年を召した方が多く、
夫に先立たれて、
一人暮らしをしている女性も

少なくないといえます。

そんなお客様は、

森本さんとの話を楽しんで
下さるかたもありますが、

1件の滞在時間は
45分と決めて、

森本さんは、
お客様のところに
長居をしないと決めています。

理由は、

「セールスマンがお客様の時間を
割いてもらっていることに変わらないから」
といえます。

その限られた時間で、

「お客様にお化粧をして、
綺麗になってもらう。」

身だしなみを整えれば、

たとえ予定がなくても
誰かに会いたくなったり、

行動的になる。

そして、
綺麗になって喜んでいる
お客様を見ることが、

何よりのモチベーションだといい、
訪問販売は高齢化の社会の今だからこそ
必要とおっしゃります。

一体なぜ仕事を続けるのか？

良く聞かれる質問のようなのですが、
そもそも仕事を続ける、続けないを
考えたことないといいます。

仮に、

今ほどの収入がなくても
生涯現役で、

仕事を続けるという森本さん。

「仮にボランティアでも今の仕事を
続けたいか？」

これは、

ある他のトップセールスの方が
おっしゃっていたことなのですが、

表面的ではなく、
本当にそのように思えているか。

その姿勢も、

私たちの数字に
つながっているのではないのでしょうか？

終わりに

- 誰でも伝説のトップセールスになれる -

最後までお読み頂きありがとうございました。本書では、世界各国の一流と呼ばれる伝説のトップセールスを研究し、誰でもトップセールスになれるということをお伝えするために執筆させていただきました。

この書籍を読んだあなたが、「トップセールスマン」というものが身近に感じ、「よし、自分にも出来そうだ!」と思えたのであれば、この本書の目的の一つは達成されたのではないかと思います。

最後に各トップセールスマンのまとめをお届けさせていただきます。

第1話 国から勲章を授かった営業マン

原一平さんの「リサーチ力」

第2話 私に売れないものはない!と断言するセールスマン

ジョージェラードの「広報力」

第3話 得意先は漁師? 東北のトップセールスマン

杉浦実さんの「ゼロから新規を獲得する力」

第4話 カンブリア宮殿で話題のトップセールスマン

湯浅真弓さんの「見込み客の捉え方」

第5話 日本一の営業成績を13年間続けたセールスマン

岡田基良さんの「宣言し、やりぬく力」

第6話 日本一BMWを売ったセールスマン

飯尾昭夫さんの「お客様をリスペクトする姿勢」

第7話 伝説の積水ハウスの営業マン

田中敏則さんの「ご紹介営業の極意」

第8話 【動画】電話対応コンクールで日本一になったのは…
靖国神社にお勤め職員さんの「さりげないセールス力」

第9話 大塚家具のトップセールス
森久美子さんの「お客様を好きになる力」

第10話 日本最高位のトップセールスマン
小林一光さんの「伝説を忠実に再現する力」

第11話 ギネスブックに2度認定されたセールスレディ
柴田和子さんの「人を大切にする力」

第12話 アフリカの靴という話を知ってますか？
アフリカの靴に学ぶ「ビジネスの捉え方」

第13話 箱根駅伝優勝に導いた伝説の営業マン
原晋さんの人の選び方「生命力を感じる人」

第14話 綺麗な工場は最高のセールスマン
酒巻久さんとキヤノンの工場に学ぶ「プレゼンテーションの極意」

第15話 富裕層営業の達人、せえるす侍見参！！
大坪勇二さんの「お役に立ちたい姿勢」

第16話 あの上場企業社長もトップセールスマン
近藤太香巳さんの「企画力と営業力」

第17話 保険の神様と言えどこの人
トニーゴードンの「本質を理解する力」

第18話 営業で成功したお笑い芸人と言えど
テツ&トモの「周囲を協力者にする力」

第19話 レストラン事業の合間で世界一のセールス実績を上げた男
佐藤康行さんの「サンタクロースのように与える営業」

第20話 東京日産でお茶くみから社長になったセールスレディ
林文子さんの「非日常の演出」

第21話 83歳にして現役トップセールスレディ
森本早苗さんの「時間を大切にする姿勢」

(※ここで挙げさせていただいた特徴は、ほんの一部です。)

これらの項目一つ一つを、意識して
日常生活で実践するだけでも、あなたの営業力は上がり、
伝説のトップセールスへの道が拓かれることは間違いありません。

また、トップセールス研究所の運営母体である
トップセールス・トレーニングスクールでは、
これら伝説のトップセールスマンを研究した結果を、更に分析し、

誰もが、実践できるところまで落とし込んだ
カリキュラムも提供させて頂いております。

詳しくは、<http://topsales.link> をご覧ください。

この度は、本書をお手にとって頂き誠にありがとうございました。
あなたの更なるご発展を心より祈念いたしております。

(※本書に登場するトップセールスマンは、直接面識がある方もいれば、故人であったり、
お会いしたことない方もいらっしゃいます。当研究所の独自の目線より、素晴らしいと感じた方をご紹介しますので、気になった方がいらっしゃれば、その方を中心に深く
学習されたり、直接に会いにいかれることをお勧めいたします。)

【参考文献・付録】

YS コンサルタント株式会社 サンタ営業メソッド

<http://www.santasales.jp/>

【R 2 5】 会わずに売る伝説のセールスマン

http://r25.yahoo.co.jp/fushigi/wxr_detail/?id=20130502-00029451-r25

【YOUTUBE 動画】 電話対応コンクールで日本一

http://r25.yahoo.co.jp/fushigi/wxr_detail/?id=20130502-00029451-r25

【日刊スポーツ】 箱根駅伝優勝に導いた監督はもと伝説の営業マン

<http://www.nikkansports.com/sports/athletics/news/p-sp-tp0-20150104-1417227.html>

【IT 経営の最前線】 綺麗な工場は最高のセールスマン

<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20070205/260737/?ST=smart>

【ウーマンタイプ】 83歳にして現役トップセールスレディ

<http://womantype.jp/mag/archives/51548>

■書籍名 伝説のトップセールス大図鑑

■著者名 トップセールス研究室・編集部

■発行者名 トップセールス・トレーニングスクール

発行年月日 2015年2月26日

住所 東京都渋谷区桜丘町17-12 渋谷ジョンソンビル 4FS102229

電話 05058980372

URL <http://topsales.link>

■著作権表記

ドキュメントの著作権ならびに使用許諾条件

本ページ、の著作権は、日本国の法令ならびに国際条約に基づいて保護されています。

特に断りがない場合、本ページ、および「著作権・使用許諾条件・掲示責任者の表示」として本ページの著作権は、トップセールス研究室にあります。

著作権法により認められる場合を除き、ドキュメントの一部あるいは全体を無許可で複製することを禁じます。