

目次

序論.....	1
1 訪問販売に関して.....	2
1.1 訪問販売とは.....	2
1.2 特定商取引に関する法律.....	2
2 現状の研究.....	2
2.1 インターネットについて.....	2
2.2 楽観主義と悲観主義.....	3
3 調査.....	5
3.1 調査方法.....	5
3.2 調査対象.....	5
3.3 契約までの流れと営業トーク.....	5
4 結果と考察.....	8
4.1 結果.....	8
4.2 考察.....	15
終論.....	19

卒業論文テーマ 楽観主義における成功体験の存在
学籍番号 19061054 番 大城戸拓也
指導教員 立木茂雄

要約

キーワード 訪問販売、飛び込み営業、楽観的説明スタイル、Martin Seliguman、

筆者が今現在行っている飛び込み営業の訪問販売における営業トークの違いについて研究する。ここでは稼働時間に応じて目標が設定されており、目標を軽く超えてかなりの金額の歩合をもらう人も数人いるのが現状である。しかし一日に何十件も飛び込み営業して契約の見込みがあると思われる人は一人か二人ぐらいである。飛び込みの訪問販売の目的は1人でもいいから契約の見込みのあるお客様を見つけることである。筆者はこのアルバイトを始めたばかりでなんとか目標ラインを超えるぐらいしか契約は取れない。先輩方のなかには2年以上このアルバイトをしている人もいる。調査の対象に選んだのは目標件数よりも大幅に契約を取ってくる3人の先輩方である。やはりたくさんの契約を取ってくるには理由があり、彼らと筆者との間には何か違いがあるはずだと感じたからである。

先輩方の営業現場に同行し、お客様に対してどのような態度で、どのような営業トークを使用しているのかを観察しメモを取りながら記録した。そしてどのようにしてお客様を納得させ契約までにいたっているのかを観察した。そしてそれを Martin Seliguman (1991=1994) のモデルを使って考察した。

結果としてわかったことは、困難な状況に陥った時、それをどう楽観的に彼ら自身の中で捉え説明するかということである。つまり楽観的説明スタイルの違いが筆者との大きな違いだったのである。また先輩方3人が成功体験を数多く経験しており、彼ら独自の勝ちパターンを持っていることも筆者との違いだったのである。

序論

筆者は四回生の夏頃からNTT西日本の代理店にてアルバイトをしていた。仕事内容は、飛び込みでお客様の住宅を訪問し、インターネットの利用状況をヒアリングして、お客様に最適のプランをご提案するというものである。例えば、お客様が電話回線を用いたADSLをご利用の場合、月々の料金を聞き出し、光ファイバーを用いたデジタル回線に切り替えた際の料金や性能の違いをプレゼンテーションして光ファイバーに切り替えて頂くことをする。また、パソコンをお持ちでなくてもインターネットに興味がある場合は格安のパソコンも一緒に販売することもある。

お客様の都合など無視して飛び込みで訪問し契約をしてもらうものなので、相手は警戒する方もいるし、セールスマンを毛嫌いする方も多し。門前払いや居留守を使われることも多々ある。一日に何十件も飛び込み営業して、玄関先まで出てきてくれて話を聞いてくれる人に会えばほんの数人だけである。全く会えないときさえもある。その中で契約の見込みがあると思われる人は一人か二人ぐらいである。飛び込みの訪問販売の目的は1人でもいいから契約の見込みのあるお客様を見つけることである。

時給制であるが基本的に会社の外で活動するので実際にちゃんと働いているか社員さんは把握できない。だから稼働時間に応じて何件の契約をとらないといけないという目標が存在する。働いているかは結果でしかわからないのでそれは仕方ないことである。目標件数よりも多く契約をとることができれば契約数に応じて歩合が発生する。

筆者の他にもアルバイトとして働いている学生は何名かいる。個人個人の稼働時間が違うので目標件数も違うが、目標を軽く超えてかなりの金額の歩合をもらう人が数人いるのも事実である。社員さんもよくおっしゃっているがこのアルバイトよりも楽で時給がいい仕事は探せばいくらでもある。何十件も断られ、門前払いされ、毛嫌いされるようなきつい仕事をわざわざ選択する人は少ないからである。しかし筆者を含めこの仕事を選んだ人は目標ラインを超えて、自分の頑張り次第でより多く歩合を稼げるというところに大きな魅力を感じているのである。

筆者はこのアルバイトを始めたばかりでなんとか目標ラインを超えるぐらいしか契約は取れない。先輩方のなかには2年以上このアルバイトをしている人もいて、目標件数よりもかなりたくさん契約を取ってくる人もいる。筆者もいずれそうなりたいので、先輩方と筆者との間には何か違いがあるのではないかと興味を持ち、このテーマについて研究することにしたのである。

なお、この論文は序論から始まり、第1章では訪問販売について述べ、第2章では現状の研究としてインターネットについてとマーティン・セリグマンの著書『オプティミストはなぜ成功するのか』(1994)を用いた先行研究について述べる。第3章で調査に入り、第4章で調査の結果と考察を述べ、最後に終論で結びとする。

1 訪問販売に関して

1.1 販売訪問とは

訪問販売(ほうもんはんばい)とは、無店舗販売の一種で、販売業者の営業マンが一方

的に消費者宅に訪問し、訪問先で商品の販売活動を行う小売形態であり、訪問商法という呼び名も存在する（伊藤 2009）。営業マンが一般家庭などに出向いて販売する商品としては、古くから富山県などの置き葉が有名である。現在では、住宅リフォームやシロアリ駆除など比較的高額な商品の販売や、新聞の購読契約が訪問販売で行われることが多い。

1.2 特定商取引に関する法律

訪問販売は特定商取引に関する法律の規制対象である。特定商取引に関する法律第3条1項によると「訪問販売を行う時は、勧誘に先立ち、消費者に対して、事業者の氏名、契約の締結について勧誘をする目的である旨、そして販売しようとする商品（権利、役務）の種類を告げなければいけない」と規定されている。また原則として一定期間（契約書を受け取ってから8日以内）、無条件で解約が可能なクーリング・オフ制度が規定されている（特定商取引に関する法律第9条1項）。

2 現状の研究

2.1 インターネットについて

2.1.1 インターネットの歴史

1993年から1995年まではアナログとISDNが主流であった。アナログは56kバイトで課金制であり利用中は電話が使用できなかった。ISDNは64kバイトで課金制だが電話と同時使用が可能なものだった。1997年頃からはADSLが利用され始めた。1Mバイトから50Mバイトまでありここからは定額制となった。もちろん電話も同時使用が可能である。

2003年頃から光ファイバーを用いたデジタル回線のものやケーブルテレビ、データカードを使い、屋外でも使用できるものが登場した。高速で大容量の情報の送受信が可能になった。

ただし、これらのようなブロードバンド回線が都市部を中心に普及する一方で、地方部では過疎地などで展開の遅れが目立ち、情報格差と言う新たな問題も発生している。地域的に見ると、インターネットが広く普及しているのは東京や大阪などを中心とする大都市圏に限られる。地方でも一応回線が整備されているが、都市部と比べて利用料が高いため利用をためらう者が多い。また、インターネットの利用を開始するにはプロバイダ会社との契約など手続きが必要であるが、プロバイダ会社が要求する複雑な手続きは、昔からパソコン関連の手続きに慣れている都市住民以外には理解が難しく、利用を開始したくてもできないのが現状である。

2.1.2 インターネットの利用状況

総務省の情報通信白書（2009）によると、2008年末のインターネット利用者数は、2007年より280万人増加して9,091万人で対前年比2.3%増加した。人口普及率は75.3%となった。また、個人がインターネットを利用する端末については、モバイル端末での利用者が2007年末より219万人増加して7,506万人で対前年比3.0%増加した。パソコンからの利用者は、442万人増加して8,225万人で対前年比5.7%増加となった。

2008 年末における個人の世代別インターネット利用率は、13 歳から 49 歳までは 9 割を超えているが、60 代以上の世代の利用率は以前低い。6 歳から 12 歳でも 7 割近くが利用している。また、所属世帯年収別の利用率は、所属世帯年収の小さい区分での利用の伸びが小さい一方、大きい区分での利用率が伸びており、所属世帯年収 2,000 万円以上では 2007 年末より 10%以上増加している。所属世帯年収が高いほど利用率は高い。

自宅のパソコンを使ってインターネットを利用する際にブロードバンド回線(ケーブルテレビ回線、固定無線回線、第 3 世代携帯電話回線、光回線、ADSL 回線のいずれか)を利用している人の割合は、2008 年末時点で、6 歳以上人口全体の 47.0%、自宅のパソコンを使ってインターネットを利用する人の 86.9%となっている。これを個人の属性別に、2008 年末と 2007 年末で比較すると、世代別の利用率はすべての世代で増加している。

また、所属世帯年収別の利用率は、200 万円未満の世代が横ばいであるのを除くと、いずれの層においても 2007 年末から伸びており、特に 2000 万円以上の層においては、特に顕著である。自宅のパソコンを使ってインターネットを利用する人のブロードバンド利用率を見ると、最も低いのは所属世帯年収が最も低い 200 万円未満の層で 81.4%、最も高いのは 1,000 万円から 1,500 万円未満の層で 89.6%となっている。

2008 年末のブロードバンド回線の契約数は、3,011 万契約で対前年比 6.4%増加した。そのうち ADSL 契約数は 1,159 万契約で対前年比 11.7%減と減少傾向にある一方、光回線契約数は対前年比 27.3%増の 1,442 万契約と増加しており、ブロードバンド契約数に占める光回線の割合は 47%を超えた。契約純増数の推移を見ると、ADSL は純減傾向が続いている一方、光回線は 2004 年以降、一貫して純増となっており、光回線がブロードバンド契約の増加を牽引している。

2.2 楽観主義と悲観主義

2.2.1 オプティミストとペシミスト

アメリカの心理学者 Martin Seligman (1991=1994) によると、自分が不幸なのは自己責任であり、永続的で運が悪いのだから自分は何をやってもうまくいかない、と常に信じている人は、そのように思っていない人よりもさらに不運に見舞われることが多い。また、こういう考えにとらわれていると能力以下の業績しかあげることができず、病気にもかかりやすい。悲観的な予測はその通りの結果を招くものであると述べている。彼の著書に『オプティミストはなぜ成功するのか』(1991=1994)がある。Martin Seligman (1991=1994)はこの著書で、オプティミストとペシミストを分ける特徴的な目安をこのように説明している。

大なり小なり不幸に見舞われえた時、人は何が原因だと思うだろうか？簡単にあきらめる人々は習慣的にこう言う。「私が悪いんだ。この状況はずっと続くだろう。このせいで私は何をやってもうまくいかないだろう」一方、不運に屈しようとはしない人々はこう言う。「状況そうだったただけだ。この状態はすぐに終わる。それに人生には他にもいろいろ楽しいことがある」悪い出来事を習慣的にどう説明する〈説明スタイル〉かは、単に失敗した時に口にす言葉以上の意味がある。(Martin Seligman 1991=1994:78)

ペシミストは悪い出来事が永続的に続き、そしてそれは自分の責任だと考える。いっぽう、オプティミストは悪い出来事は一時的ですぐにこの状況はよくなると前向きに考えるのである。

2.2.2 説明スタイル

Martin Seliguman (1991=1994) によれば、悪いことがずっと続くと思っている人は悲観的説明スタイルの人である。反対に、状況を限定し、悪いことは一時的な状態であると思っている人は、楽観的説明スタイルの人である。

また、良い出来事には永続的な理由があると信じる人々は、成功した後もさらに一生懸命努力する。いっぽうで、良い出来事は一時的な理由であると思っている人は成功がまぐれだと決め付けて、たとえうまくいってもそれ以上はやろうとはしないのである (Seliguman1991=1994)。

2.2.3 反論と元気付け

人は困った状況に直面すると、それについて考えをめぐらす。そしてそれはすぐに思い込みとなって考えが固定的になる。思い込みがあまりに習慣的になっていて自分では気付かないことも多い。思い込みは結果を生む。どのような思い込みをするかで、落胆して諦めるか、また満足して建設的な行動を取れるかが決まる (Seliguman1991=1994)。

Martin Seliguman (1991=1994) は以下のように説明している。まずは〈困った状況〉と〈思い込み〉と〈結果〉の因果関係を知ることから始まる。〈困った状況〉として、友人から借りたお気に入りのCDをなくしてしまった。それに対する〈思い込み〉は、自分は本当に無責任だ。友人のお気に入りのCDだったのに。きっとすごく起怒るだろうな。それも当然だ。私が友人の立場だったらやはり怒るだろう。自分はなんてぬけているのだ。もう絶交だと言われるかもしれないと考える。その〈結果〉として、がっかりして友人に電話してことの次第を説明する勇気もでないまま、座り込んでしまうということになる。このように考えると落胆と諦めが続いてしまい悲観的説明スタイルになってしまう。

自分が悲観的な思い込みをしていることに気付いたらその考え方に〈反論〉することで対処でき自分を〈元気づける〉ことができる (Seliguman 1991=1994)。〈困った状況〉として、友人から借りたお気に入りのCDをなくしてしまった。それに対する〈思い込み〉は、自分は本当に無責任だ。友人のお気に入りのCDだったのに。きっとすごく起怒るだろうな。それも当然だ。私が友人の立場だったらやはり怒るだろう。自分はなんてぬけているのだ。もう絶交だと言われるかもしれないと考える。その〈結果〉として、がっかりして友人に電話してことの次第を説明する勇気もでないまま、座り込んでしまうということになる。ここまでは先程と同じである。これに〈反論〉して、自分は本当に運が悪かった。友人のお気に入りのCDだったから、きっとがっかりするだろう。でも友人だって事故だったことはわかってくれるはずだし、このことで私を嫌いになることはないだろう。CDをなくしたからといって、自分がひどく無責任な人間だと考えるのは間違っていると考えることができる。そしてさらに〈元気付け〉として、CDをなくしたことはやはり申し訳ないと思うけれど、これで友情が終わってしまうとは思わない。そう思い直すと、もっと気持ちを楽にして友人に電話することができるというふうになるのである。これが楽観的説明スタイルである。