

口説く技術

内藤 誼人



ソフトバンク新書

011

著者略歴

内藤 誼人 (ないとう よしひと)

心理学者。慶応大学文学部卒。慶応大学大学院修士課程修了。『パワープレイ』『パワーロジック』『パワーマインド』(小社刊)ほか著書多数。

ソフトバンク新書 011

くどぎじゅつ 口説く技術

2006年5月25日 初版第1刷発行

著者：ないとうよしひと
内藤 誼人

発行者：新田光敏

発行所：ソフトバンク クリエイティブ株式会社
〒107-0052 東京都港区赤坂 4-13-13

編集：03(5549)1236 営業：03(5549)1201

装幀：松 昭教

組版：クニメディア株式会社

印刷・製本：図書印刷株式会社

落丁本、乱丁本は小社営業部にてお取り替えいたします。定価はカバーに記載されております。本書の内容に関するご質問等は、小社第2書籍編集部まで必ず書面にてご連絡いただきますようお願いいたします。

©Naitou Yoshihito 2006 Printed in Japan

ISBN4-7973-3354-5

口説く技術

内藤 誼人



ソフトバンク新書

011

目次

はじめに 8

第1章

口説くための準備

相手の心を開いた状態にする 12

雰囲気をつくる最初の世間話 16

状況を問わずとにかく褒める 19

相手のムードを「視線」で判断する 23

お互いの共通点を探し出せ 26

自分自身がリラックスできる場所を選ぶ 31

不安と緊張はリハーサルで消せる 35

初対面だからこそ第一印象が大切 38

第2章 見た目で口説く

人間、見た目で決まるもの 42

最良の顔の向きを知る 43

目を見開いて接する 46

「ひたい」も見せるべき部分 49

背筋を伸ばすと、堂々として見える 52

すべての印象を左右する服装のまとめ方 55

体型に合わせた服装術 59

服装が生み出す「強さ」と「弱さ」 62

顔の一部「メガネ」で印象を作る 67

身のまわりのアイテムにも気を遣う 70

染み込むように相手に伝わる色と香り 73

第3章 話し方で口説く

言葉なくして口説きは始まらない 80

まずしっかりと声を出す 81

スピーチのための訓練 83

一度目の交渉は議題設定をしてから 87

3秒で区切る発言のテクニック 90

ポイントを1つに絞り込む 93

強意語を多用する 96

弱さを伝えてしまう受身表現と「……的」「……性」 101

オシの強さだけでは、人の心はつかめない 105

イメージを喚起させる 109

相手の集中力を持続させる予告話法 112

発言の重みを倍加させる情報制限法 115

注意を引きつける「問いかけ」 118

会話を進展させる仮定法 121

分割価格法でアプローチする 124

「質問攻め」で、上位に立つ 128

第4章 行動で口説く

アクションが言葉を補完し、強化する 132

まばたきを減らす 133

視線は自分からそらさない 135

正しいアイコンタクトの比率 138

注意を引きつける大きな動き 140

会話をコントロールするしぐさ 143

ミラーリング効果を活用する 147

主張すべきポイントを指で知らせる 149

テーブルには肘を立てて話す 152

動きはフェイシングエリアで見せる 155

視覚効果を最大限活かす 157

曖昧さを利用するデフォルメ・テクニック 160

資料と自分に注目させる「パワーリフト」 163

迅速さ以上の謝罪はない 165

クイック・レスポンスで相手を引き寄せる 168

あとがき 172

はじめに

どんな職業のビジネスマンもそうだが、仕事でうまくやりたいなら、“人の心をつかむ”ことを第一に考えなければダメだ。仕事が成功するかどうかは、どれだけ“人の心をつかめるのか”という問題にかかっている。出会う人すべての心を瞬時につかめるようにならなければ、仕事は決してうまくいかない。

筆者は、どうすれば人の心をつかめるのかというテーマだけを追求して、10年以上も心理学の勉強をつづけてきた。

その結果、“人の心をつかむ”というのは、言い換えれば“相手の心を奪う”ことであり、“こちらに惚れさせる”ことであり、つまりは「口説く技術」なのではないか、と思ひ至るようになった。仕事ができる人は、異性だけでなく、同性をも口説くのがうまい。彼らと10分もおしゃべりしていると、本当に心が奪われてしまう。

口説く技術を一番実践しているのは、営業、販売、セールスなどの外務員たちだ。

お客というのは、商品がほしいから購買するのではなくて、セールスマンや販売員に「口説かれる」ことによって、購入決定をする。

たとえば、生命保険。普通の人は、自分から保険会社に電話をかけて、「ぜひとも、加入させてくれ」などと頼むことはしない。きちんと調べたわけではないが、おそらく9割以上の加入者は、外務員に加入を勧められ、その外務員に口説かれるからこそ、「わかった。わかりました。加入します」ということになるのだろう。商品のことはよくわからないが、外務員の人柄に惚れるからこそ、お客は保険に加入するのである。その証拠に、お客のほとんどは、もし外務員に口説かれなければ、保険などに入らないはずだ。その意味では、お客がそんなに積極的に加入しようとも思わない保険に加入させてしまう一流の外務員の手腕は、まさに口説きの達人にふさわしいものだといえる。

もちろん、営業や販売以外の職種でも、「口説く技術」は必要だ。

後輩や部下に仕事のやり方を教えるとき、一般的には「指導力」という言葉が使われるが、指導がうまくいくかどうかには、部下に慕^{した}われること、心を奪うことが前提

にあるのであって、それなどはまさに「口説き力」にほかならない。

クライアントにプレゼンをするときも、好かれる人柄かどうか、企画書の良し悪しなどよりも、何倍も大切だ。企画書がちよつとくらい悪くても、人柄さえ良ければ、絶対に受け入れてもらえる。たとえ内容が薄っぺらであろうが、誰からも愛される人物がプレゼンをすると、採用されてしまうのだから不思議である。

逆にいうと、無愛想で、だれからも煙たがられる人物が、完全無比な企画書を提出したとしても、「俺、あいつ、嫌いなんだよ」で簡単に拒絶されてしまうものなのだ。本書を読めば、人に好かれるノウハウ、すなわち、「口説く技術」の秘訣がわかるはずである。口説く技術などという、恋愛を想像してしまう読者が大半だと思うが、そうではない。口説く技術は、まさにビジネスシーンでこそ必要とされ、絶対に欠くべからざる人間関係のスキルなのである。

どうか最後までお付き合いいただきたいと思う。

第1章

口説くための準備

◇相手の心を開いた状態にする

異性でもクライアントでも、口説こうとするならまず何より「最初が肝心」だ。人間関係というのは、「出だし」でつまずくと、取り返しのつかない状況に追い込まれる。もちろん、出だしでつまずいても、その後に修復していく方法がないわけではないのだが、それはなかなか面倒だ。

最初が肝心というが、より具体的にいうと、相手の心をこちらに開かせる、ということである。心に鍵がかかった状態ではなく、開かれた状態に仕向けていくからこそ、こちらの話を聞いてもらえるのだ。

人に会うとき、「余計な先入観を持ちたくありませんからね」などといって、相手のことをまったく調べない人がいる。そういうこともあるかもしれないが、あまりに

危険すぎる、というのが個人的な感想だ。

むしろ、とにかく徹底的に相手を調べておけ、と筆者はアドバイスしたい。手に入る情報は片っぱしから調べておくからこそ、こちらにも余裕を持って、相手に会うことができるのだから。

たとえば、取引先の担当者が代わってしまったことがある。こういう場合、相手と会う前には必ず「事前情報」を仕入れておくことだ。事前情報を仕入れておかなければ、どんな対応で接していいか決めかねるからである。

人を動かす基本は、とにかく相手のことを考えてあげることだ。あらかじめ、相手が知識の豊富な人であるとわかっていれば、専門用語を交えて簡潔に説明することができるし、まだ仕事に慣れていない人だという事前情報が手に入れば、やや冗長じょうちようと思われるくらい丁寧な説明のほうが喜ばれるだろうな、と見当がつく。そういう対応を考えるうえでも、まずは相手の事前情報を知ることが大切なのだ。

初対面の相手に対しては、何より事前情報がモノをいう。とにかく相手あってこそビジネスなのだから、調べられることは何でも調べて、丸裸にしてしまえばいい。

そうすれば、いかようにも料理できる。この点は、探偵がやるような身辺調査をイメージしてもらえばわかりやすいのではないだろうか。

たとえば、新任の担当者の肩書きが「37歳。〇〇大学文学部卒。企画営業部長」という3つの情報が手に入ったとしよう。

筆者なら、まず「37歳」という年齢にまず注目し、ある程度の経験があるから、こちらにもスキのない仕事をしなければ納得してもらえないぞ、と覚悟する。ただし、将来に対する不安を少しずつ感じ始めている年代でもあるから、そういう不安には相談に乗ってあげると喜ばれるかもしれないな、と察する。さらに、健康にも気を配り始める年代だから、世間話をするときには、健康になれるコツのようなものを話してあげよう、と計算をたてる。

また、「文学部」という情報からは、筆者自身も文学部卒であるから、それを共通の話題として話を進めよう、と考える。

さらに「部長」という肩書きからすれば、その会社の職員録や人事興信録に必ず名前が出ているはずで、生年月日や出身地など、話題のタネになりそうな情報も仕入れ

ることができる。生年月日がわかれば、星座についてもわかるだろう。筆者自身はあまり信じていないが、星占いのようなもので、どんな性格タイプなのかを漠然とイメージしておくのもいいかもしれない。

なぜ、こんな面倒な事前調査をするかといえ、調べれば調べるほど、相手と会うのが、「楽しみになっていく」からである。「どんな人なんだろう?」「本当に、自分のイメージどおりの人なんだろうか?」とワクワクすれば、相手に興味を持つことができる。興味を持たれて気分の悪い人はいるはずがないから、これはプラスだ。

不思議なことに、相手に一度も会ったことがなくても、相手の情報を調べれば調べるほど、その人に親密感を抱くものである。「ああ、なるほど。この人はこういう性格なのか」ということが事前にわかっていれば、とっつきやすい人物であるかのように思えてくるのだ。これを心理学では「熟知性の法則」と呼んでいる。1回も会ったことがない人物でも、調べれば調べるほど身近に感じられるものである。

さらに、しっかり事前調査しておく、自分も安心する。いきなりぶっつけ本番に向かうのではなく、リハーサルができるので、いらぬ緊張もなくなる。