

作家

生井利幸

ビジネスマンは〈雑談力〉を極めよ！

「できるビジネスマン」は、コミュニケーション能力が高い。社外の相手と一緒に仕事をする場合、良好な人間関係を築くことが大切だ。対外交渉をスムーズに進めるための鍵となる〈雑談〉の重要性について、作家の生井利幸氏が解説する。

ビジネスにおいて、

雑談はどのようにして重要か

私は、「ビジネスとは人間相互間におけるコミュニケーションの総体」と考えている。感情を有する人間が企画を練り、商品開発を行って世に送り出す。そして、それを「買う」「買わない」と判断するのも人間だ。

ITが進化し、企業間の競争が激化している現代のビジネス社会においても、〈人間間におけるコミ



ユニケーション」は最も重要な行為であることに変わりはない。ビジネスそのものを遂行したり、会社組織を構成する一員として価値ある振る舞いをする上においても、「他人と、いかなるコミュニケーションを図るか」が重要な意味を持っているのだ。

私は、優れたビジネスコミュニケーションを図るための中心的役割を担うものは、間違いなく他人との「雑談」だと考えている。それは、雑談こそがお互いのコミュニケーションを円滑にする上で、基本的な条件であり得るからだ。具体的なビジネスシーンを考えてみよう。例えば、あるプロジェクトが決まって社外スタッフとの

初顔合わせをする場面で、もしも相手が即、仕事の話を始めたとしたら「何だ、この人は！ いきなり仕事の話をしやがって……」とあなたは不愉快に思うだろう。

あるいは、営業マンが飛び込みで会社に来て来て、会った途端に商品紹介を始めたとしたら、あなたは買いたい気持ちになるだろうか。雑談とは、ビジネスコミュニケーション成立における前提条件として、非常に重要なのだ。

よく真面目な人は、交渉事においてすぐ本題に入りたがる傾向にある。だが、スムーズに話を進めるには、最初の5分ほどは天気の話や新聞、雑誌などで話題となっている事柄について、世間話をしながら間を取った方がよいだろう。

世間話の重要性は、なにもビジネスだけのことでなく、普通に生活していく上でも必要なことだ。家庭の主婦も、近所付き合いの中で、相手にいきなり用件から話す人は少ないだろう。「今日はいい天気ですねー」から始まって、「お宅の○○ちゃん、最近どうなの？」と家族の話題をするのが通常だろう。ビジネスにも日常会話においても、雑談は欠かせないコミュニケーション要素なのだ。

できるビジネスマンは「雑談上手」といえる

できるビジネスマンは、「雑談上手」でもある。私は、優れた実績を挙げるビジネスマンになるための基本的条件の一つに、「雑談いかに巧みにこなすか」があると思っている。

だが一方で、「基本的に業務が遂行できれば、ビジネスをする上で問題は無い」と考える人も多いだろう。しかし、実際のビジネス現場において、人間の情緒はそれほど単純ではない。

仮に、周囲から「仕事ができる」といわれる人と自分が一緒に仕事をすることになったとしよう。でも、その相手がまったく雑談もせず、業務上の会話しかなかったら、あなたは一体どう思うだろうか。「こんなに雑談下手で、雰囲気づくりもできない人間と一緒に仕事なんかできない」と思うはずだ。せいぜい、1回くらいは自分の方が折れて仕事をすればいい、次回またビジネスパートナーとして組みたいとは思わないであろう。これが人間の心情というものだ。人は「心」で仕事をしている場合が多い。対外的な交渉の場面に

において、これからお互いが同じ仕事をするとときに、その場の雰囲気と和やかにする話術がないと、相手も気持ちよく仕事をする気にはならないものだ。

ビジネスにおける人間関係づくりは、時として、商品・サービスにおけるクオリティーの追求よりも重要になってくる。雑談術とは、すなわち「ビジネスコミュニケーション術」と言っても過言ではない。今後、自らを取り組むビジネスをダイナミックに遂行するためには、仕事上で接する人たちと円滑なコミュニケーションを図り、確かな人間関係を築くことが重要なのだ。

効果的な雑談を展開するためのコツ

雑談の重要性を理解していたところで、ここからは意味のある効果的な雑談をするためのポイントを解説したい。

まず雑談のためのネタ探したが、主に2つの考え方が存在する。1つは「情報」を基盤とするもの。これは毎朝、出勤する前にテレビのニュースを見たり、「通勤電車の中などで新聞を読めば簡単に実践できる。また、ヤフーをはじめと

する、インターネット・ポータルサイトで、常に最新の情報を仕入れるのもよいだろう。

そして、もう1つは「発想」を基盤とするものだ。テレビや新聞のニュースを見なくても価値ある雑談をすることは可能で、「雑談のネタは常に自分の目の前にある」という考え方が基になっている。

例えば、商談相手と会ったときに、相手がおしゃれなネクタイをしていたらとしよう。そこで「△△さん、今日は素敵なネクタイをされていますね」と切り出す。すると相手も、「実はこれ、うちの子どもからの誕生日プレゼントでね」



取引先との商談や打ち合わせなどでスムーズに話を進めるには、最初の5分ほどは世間話をしながら間を取った方がよいだろう

と話が展開していく……。

発想を基盤とする場合、目の前にあるアイテムは雑談をするためのネタであるという大前提を持ち、目に映ったアイテムから話のネタになるものを巧みに選択していくとよいだろう。

情報を基盤とするか、発想を基盤とするか、その判断は状況や相手によって異なる。相手に合わせて多様な雑談ができるようにコントロールしよう。

バカ話はプラス作用、 自慢話はマイナス作用

雑談をする際に忘れてならないのは、「バカ話はプラスに、自慢話はマイナスに作用する」ということだ。バカ話の最大の利点は、「自分が率先してバカになることで、相手の緊張感をほぐす」ことにある。話を聞いて大笑いするだけで後を引かないジョークこそ、バカ話の真髄である。

だが、たとえバカ話といっても、話す内容が陰湿な個人攻撃や批判である場合は、何らよい効果も生まれないということは言うまでもないことだ。

一方、聞きたくない話、嫌気がさす話として挙げられるものに、

自慢話がある。人は誰でも「他者に認めてもらいたい」「よく見られたい」といった自己顕示欲がある。しかし、それが度を超して、聞きたくもない話を無理強いすることは、相手にネガティブな感情を生み出すものにもなるので、話題選びには注意が必要だ。

取引先に対して、 どんな雑談をするか

さて、取引企業とは、どのような雑談するのが好ましいだろうか。もちろん、普通に世間話をするのもよい。また、相手の様子を伺いつつ、取引先の業務内容や業績などから入るのも一手だろう。

今後、一緒にビジネスを展開していくパートナーになるわけだから、相手企業のことについて話題を振ることは有効である。相手企業のこと熟知していれば、「こんなうちの会社について、リサーチしてくれているんだ。これなら安心してビジネスができるな」という好印象を持つてもらえる。ただし、相手企業についての事前勉強が不十分だと、話しているうちに「ボロ」が出てしまい、かえって信頼を失い逆効果になってしまうので注意が必要である。

一番無難なのは、先方の業務内容そのものではなく、取引先企業が属する業界の話題や周辺のニュースを雑談の中に取り入れることだ。関連する業界とマーケットを押えておくことで、本題に入る前の導入段階から、「この人は、うちの業界についてよく勉強している」という印象を相手に持たれ、交渉がスムーズに進んでいく。

親しき中にも礼節を！ 〈雑談嫌い〉にも注意

最後に、雑談についての注意点についても触れておこう。

まず、相手企業の担当者と長く付き合っていて親しい間柄の場合でも、信頼関係が崩れないように話題選びには注意することが大切である。どんなに親しい仲でも、触れてほしくない話題があるものだ。相手のプライドや気持ちを注意深く察して、心情に配慮しながら話すことが大切である。

逆に、現時点で良好な関係の築けていない相手に対してどうするか。これには2つの方法がある。1つは相手の人柄を見る意味で、会うたびにいろんな話題を丁寧に投げかけながら、心の距離を縮める方法。これが一般的だ。

もう1つは多少荒削りなのだが、最初から自分の失敗談や、あまり他人にはしない個人的な話ををさしつけ出す方法である。すると相手も「この人って、正直で性格がいいんだ」という印象を持ちやすくお互いの緊張感を解くことができる。

そのほか雑談で注意すべきこととして、「引っぱり過ぎない」ことがある。交渉を始める前の雑談が盛り上がり過ぎると、本題は置き去りにされてしまうので、相手の顔の表情や場の空気などを見ながら、引き際を意識して話さなければならぬ。

加えて注意すべきは、世の中には雑談が嫌いな人も存在するということだ。〈雑談嫌い〉は、いわゆる職人気質の人に多い。誰にでも雑談をしなければならぬという固定観念を持っていると、思わぬ失敗をするときがある。

以上のように、ビジネスにおける雑談の大切さについて解説してきた。雑談とは交渉を成立させるための重要な前段階である。

相手の反応を見ながら、自分が臨機応変に対応できれば、あなたの〈雑談力〉は必ず上がるはずだ。場数を踏んで、〈雑談の達人〉を目指そう。

今号では、社会人のコミュニケーション能力の現状と〈意思疎通不全〉になりがちな部下への指導のポイントについて、特集をお送りいたしました。

特集の取材を通じて分かったのは、「どんなにITや伝達ツールが発達しても、ビジネスにおいては、人と人とのコミュニケーションが基本」ということ。〈仕事ができるビジネスマン〉は必ずと言っていいほど、社内外問わず円滑な人間関係を築くことができるコミュニケーションの達人です。これは、今特集の取材をお受けいただいた作家の生井利幸氏も断言されていました。また生井氏は、「雑談こそが、優れたビジネスコミュニケーションを図るための中心的役割を担う」とも述べております。

ビジネスにおける雑談の重要性について、詳しくは本誌の特集をご一読いただくとともに、生井氏のご著書『仕事に活かす「雑談」の技術』も参考にしていただければと思います。（鈴木）