

『僕は明日もお客さまに会いに行く。』

川田修 著 ダイヤモンド社 1,600 円 (本体)

明日もお客さまに会うことが楽しくなるビジネス書

会員 松井 秀樹 (42 期)



弁護士であれば、法律事務所の所長やパートナーであれ、インセンティブやアソシエイトであれ、立場にかかわらず、新たに顧客を獲得し、また、既存の顧客との良好な関係を維持することで、業務を拡充したいという思いを、多かれ少なかれ持っているであろう。

そのためには、目の前にある案件に全力投球すること、専門分野を極めるべく研鑽を積むこと、いろいろな会合に顔を出すことなど、やるべきことはあろうが、私は、これらに加えて、ビジネス書や自己啓発書を読むことを心がけている。

この種の本は、読む限りでは面白くても実際に自分自身の役に立つものは少ないが、中には自分の生き方にまで大きな影響を与えるものもある。本書は、5年前に読んだその中の一冊であるが、当時、大いに感動し、知り合いの経営者や後輩弁護士などに一読を薦めたものである。

著者は、プルデンシャル生命保険に所属するトップセールスであり、本書は、著者の実体験をベースに、小説仕立てで書かれている。大手生命保険会社に所属する売れない若手営業マンを主人公とし、その主人公をメンターとして1か月間指導することになった先輩のトップセールスが、手取り足取り指導し、トップセールスに成長させていくストーリーを描いている。

本書には、興味深い営業テクニックが豊富にちりばめられている。たとえば、お客様を訪問した際には、来客用の駐車場には車を停めず、わざわざ近くの別の駐車場を探して停めるというくだり。生命保険のセールスマンはお客ではないから（お客は訪問先）、というのが

その理由であると聞くと納得がいくが、そこまで細かい気配りをするものなのかと、私のような全く気配りのできない者には目から鱗である。

もちろん、生命保険のセールスと弁護士とは取り扱う商品・サービスや営業スタイルが異なるので、これらのテクニックの一つ一つが弁護士にとって有用とは限らないが、共通するものも多いことに気づく。たとえば、お客様との会話では、話すこと2割、聞くこと8割を心がけるというくだり。商品の説明の前に、聞くことによりお客様をよく理解することが、ベストな商品の提案につながるという教訓は、つつい自分の知識・経験をそのまま当てはめて、事件の方針を決定しがちな弁護士のお客様対応にも当てはまる。

ただ、本書が伝えたいのは、そのようなテクニックそのものではなく、それらの行動の底流にある心の持ち方であり、私が本書を薦めるのもその点である。すなわち、生命保険を売るということは、商品売るのではなく、お客様の問題を解決すること、お客様の物語を感じることで、そして、その前提として、お客様を愛すること。このようなフレーズは、生命保険に限らず、他の業界の営業担当者のもとより、経営者や政治家、宗教家なども口にすることで、しばしば、偽善的で胡散臭い匂いがするものであるが、本書にはそのような嫌味はない。

読み終えた後、また、明日から頑張ろうという意欲が湧いてくるのは、そのような心の持ち方が、どのような行動として現れ、それがどのように成果につながるか、実例をもとにわかりやすく書かれているからであろう。