

## 住宅産業CS大会を開催

令和2年10月12日(月)国立オリンピック記念青少年総合センターで開催された住宅産業CS大会において、K.コム.トレード代表の川合健三氏より「聴ける販売員を育てる」をテーマにご講演頂きました。

住宅産業CS大会を「CSへの取り組み～“新しい生活様式”に対応したCSのあり方～」をテーマに10月12日(月)に国立オリンピック記念青少年総合センター カルチャー棟大ホール(渋谷区)にて開催し、201名(スタッフ含む)の参加者がありました。コロナウイルス感染拡大防止対策を十分とって、会場収容最大人数の26%に抑え、全体プログラムを50分短縮し、従来通りの集合型にて開催いたしました。事例発表を会員企業2社(サンヨーホームズ株式会社、積水ハウス株式会社)に、特別講演を「聴ける販売員を育てる」をテーマに、元・高島屋お客様相談室長の川合健三氏に依頼いたしました。



### プロフィール

かわい けんぞう  
川合 健三

1974年 中央大学経済学部卒業後、(株)高島屋に入社  
1980年 横浜店人事部教育課にて教育担当係長として社員教育を実施  
2007年 横浜店顧客グループマネージャーとして、お客様からの声に対応し、相談室員へのスキル指導、売場責任者へのクレーム対応のノウハウを指導  
現在 K.コム.トレードのクレーム対応コンサルタントとして活躍中

### はじめに

私は大学を卒業して1974年に高島屋に入社しました。58歳で退職する迄の34年間の半分位は現場で販売員をしました。その他は総務や人事部におりまして、特に教育担当を長い間やりました。退社の6年前から、お客様相談室の責任者を務めました。そこで学んだことが今日に生きています。34年間勤務する中で、2,000件ぐらいクレーム対応をしました。この実体験が独立の時には宝物になりました。今日は「聴ける販売員」ということとお話をします。サブタイトルには「聴く力、返す力」をあげました。この「聴く力、返す力」を持っている人が少なくなってきましたね。今、コロナ禍で食事をする時は話をしてはいけないそうです。益々コミュニケーション能力が落ちてしまいます。さて、本題に入りましょう。クレーム発生のメカニズムについてのお話をいたします。今回、事前に事務局の方々からどんなクレームがあるのかを教えてくださいました。それを見て感じたことは、お客様と企業とのコミュニケーションが足りないのでは?ということでした。私は色々な業界で講演をしますが、例えば学校の校長先生や教職員の皆さん、刑務所、葬儀社協会などにも、呼ばれて行きます。担当者の方が異口同音に「うちのクレームは特殊なんです」と言います。どの業界も自分の所のクレーム対応が一番難しいと思っています。クレームを受けて、その後の対応でこじれる原因の大半はコミュニケーション不足にあります。だから、どのクレームも表面的にはみな事象は違いますが、コアになるものはコミュニケーションが上手く取れないことが原因です。その意味で、今日はコミュニケーションを振り返ってみましょう。

### 1. 会話の『質』と『量』

会話というのは、話をしている、一つでも、二つでも、徐々に大きくなり、質もどンドン良くなって行くものがよい会話なんです。そういうのをコミュニケーションが回っていると言います。コミュニケーション不足は、会話の量と質が豊富な状態ではなく貧弱なんです。そんな時は不適合が起きてきます。皆さんの実際の会話を聞いた訳でもなく大変僭越なんです、会話を回していない人が多いと感じました。量というのは会話の回数のことではなく、一つ一つの会話を大きくすることです。一つの会話をした時にその会話の内容を大きくすることを、量を増やすと言っています。質も同じです。例えば会話の質1ぐらいのことを話した時に、会話が終わると10ぐらいに膨らんでいることを言います。膨らむというのはホラを吹くことではなくて話が回転しやすくなるように量も質も増やすことです。これを「会話を回す」と言います。

### 2. 会話を回しましょう

会話を回すと、質、量が増えていきます。そして、会話を回すことを本当に理解している人の周りには人が集まります。その人と会話していると楽しいからです。職場の部下管理も同じです。部下との会話も回すような会話ができることがマネジメントの元になります。会話を回すと相手は話をすることが楽しくなり、思わず本音が出てきます。それが会話を回す、会話の量と質を増やすということです。例えばお客様が「私はAよりもBの家の方がいいです」と話をしてくださいました。私は「Bの家の方がいいのですね。はい、分かりました」と返します。これでは一方的に話が来た

だけです。コミュニケーションが回っていません。その話を受けて「はい、分かりました」と返事をします。次に私が「Aはどうしますか?」と尋ねて、お客様が「Aは必要ないと思います」と仰り、私が「Aはご不要なんです。はい、分かりました」と返します。これでは駄目なんです。単発の会話がポツンポツンと途切れて話は回っていません。会話を回すには、相手の話を受けて話が更に膨らむように返さないといけません。「話に花が咲く」という言葉があります。友達と会って5分10分話をすると、話が面白くて30分1時間経ってしまうことはありませんか?話に花が咲くとあつという間に時間が過ぎてしまうものです。野球のヒーローインタビューも同じです。アナウンサーは余計なことは言いません。ヒーローが話をしたくなる様に「あのボールを打った瞬間、どんな感じでしたか?」とアナウンサーが尋ねると、ヒーローは気分良く話します。会話というのは相手がいい気分になるような話し方・返し方をしていくことが重要なのです。

### 3. 回すための『4つのスキル』

相手が更に話したくなるようなスキルを皆さんにお伝えします。スキルはたくさんありますが、今日は4つのスキルを紹介いたします。うなぎ、あいづち、繰り返す、質問の4つです。

1番目のうなぎは、声を発しません。相手が話をしてくれた時に、タイミング良くうなぎとことです。一番簡単ですから、早速、身につけて頂くといいですね。2番目はあいづちです。あいづちは、うなぎとタイミングで短い言葉を挟みます。「そうだったんですか」「それは大変でしたね」これみんなあいづちです。あいづちは相談の『相』に鉄槌を下す『槌』と書きます。鍛冶屋さんは、刀に焼を入れるときに弟子が小さな槌でカーンと打つと、大きな槌をタイミング良くドーンと打ち下ろします。そういう具合にタイミング良く打つことを「あいづちを打つ」と言います。3番目は繰り返すです。繰り返すは相手が話したことをそのまま繰り返します。「昨夜眠れなかったんだよ」と言われたときに「昨夜眠れなかったんですか」と同じ言葉を返して差し上げると、相手は分かってくれたと思ってお互いの「こころ」の距離が近づきます。4番目が質問です。質問すると、あなたの話に関心がありますよという意味が相手に伝わります。質問される人は気分がいいんです。ただ質問というものには、閉じられた質問と開かれた質問との2種類があります。閉じられた質問は、答えが制約をされています。例えば「プロ野球の球団で一番好きな球団は?」と質問すると、プロ野球の12球団の中でということと答えは制約されます。会話を回そうとする時には、できれば開かれた質問がいいですね。開かれた質問は、質問された人が自由に答えを考え、自分主体で物事を答えられます。「今このコロナ禍で皆さんは外出を避けるようにと言われてますが、Go Toキャンペーンはやっています。経済との両立を考えると、どのようにしたら良いと考えますか?」と質問されると、これは開かれた質問ですから、自由に答えられます。だから会話は更に膨らんで話ができます。話を回すための質問というのは、開かれ

### 3. 回すための『4つのスキル』

さ	さすがですね・最高ですね
し	知りませんでした・信じられませんね
す	素晴らしいですね・すごいですね・素敵ですね
せ	センスいいですね・説得力ありますね
そ	そうですか(ねエ)・そうだったんですか

た質問のことで、聞き上手の人は上手な返しをするから、相手が気分良く話ができるのです。会話にも花が咲きます。うなぎ、あいづち、繰り返す、質問したり、繰り返したり、この4つをバランス良く入れて会話をしていくといいですね。

ここであいづちの「さ・し・す・せ・そ」を皆さんにご紹介いたします。さしすせその「さ」。「さすがですね」って、所ジョージさんみたいです。「昨日ね、こんなことがあってさ、ビックリしちゃったよ」と言われたときに「さすがですね」というあいづちが返ってくると、気分がいいですね。「し」。「知りませんでした」「昨日ね、あいつがああで、こうだったんだよ」「え!そんなことがあったんですか。それは知りませんでした」、あいづちです。「す」。「素晴らしいですね」。「じゃあ、ハワイに行かれて、ああでこうで、こうだったんですね。それは素晴らしいですね。家族4人で行かれたんですか。いや、すごいですね」と。「せ」。「センスいいですね」。「じゃあ、昨日のゴルフではラウンドでスコアは100を切ったんですか。センスいいですね」なんてね。「そ」。「そうですか」「そうだったんですか」。これらが「あいづち」のさしすせそです。会話を回すための4つのスキルのうちのあいづちです。今度皆さんが研究して、あいづちのスキルで「た・ち・つ・て・と」を作ってくるといいかも知れません。

### 4. 会話を回して良好な関係に

例えばある4人家族が夏休みで一週間ハワイへ行ったとします。休暇が終わって出社したら自慢話をしたいですね「先週一週間かけて、家族4人でハワイへ行ってきたんだよ」。話を聞いた人は、ここで話を回さないといけません。それなのに「ハワイ?ハワイなんて外国じゃないよ」「大体お前、日本語が通じるしさ。今時、ハワイなんか行ったってしょうがないよ」これではもう会話が終わってしまいます。返す側は、会話を回すようにしないといけません。日常のことでしたら、こちらが5分間主役として思う存分話したら、今度は、主役を相手に譲って5分間は相手の話を聞く、ということでのよいのです。年中、相手を立てていると疲れますから。でも、ビジネスの世界ではいつでもお客様が主役です。年中、相手は主役なんですから、主役が気分良く返すことが重要です。会話を回すと企業とお客様相互に良好な関係が構築されます。良好な関係というのは、こ

ういう会話から始まるものなのです。家を建てるのは、一生に一回、せいぜい二回で、相手は数千万円を払う訳です。だからこれはヨイショと持ち上げていつでも主役の『座』に置いて差し上げないといけません。八百屋さんで100円の大根を買うのとは違います。俺は3,000万円、4,000万円払っている客だぞという気持ちでいますから。良好な関係ができると、お互いにある程度自由に話ができるようになります。「何でも聞いてください」と営業マンが言うと「また相談にのってくださいね」という関係になることが理想です。プラス情報、マイナス情報、両方とも提供してみて、お客様が判断しやすくするのが親切だと思います。

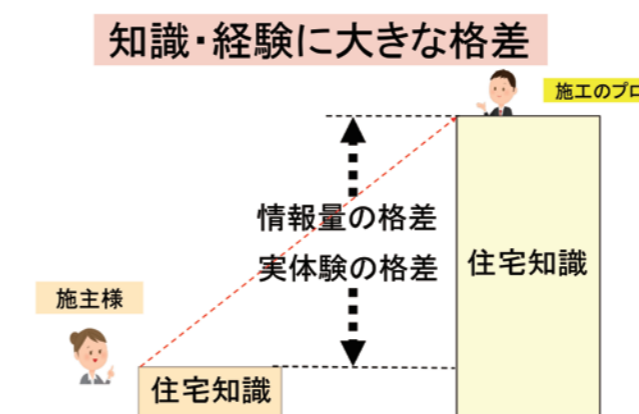
### 5. 知識・経験に大きな格差

私たちとお客様とは、知識・経験には大きな格差があります。お客様というのは建築に関しては素人です。一方、我々営業マン、企業側、施工担当者の方々は建築のプロです。この道で10年、20年飯を食っています。自分が建てた訳じゃないけれども、そういう依頼を受けて家を建てているので、実体験、模擬体験はたくさん持っています。企業側の方々はものすごい量と質の情報を持っているのですが、相手は全くの素人です。住宅に関する知識や実体験に大きな格差があるのです。だからこそ営業マンの皆さんにとっては、このギャップをどうやって埋めていくかが大きな課題になります。会話でお互いの関係を深めていくこと、これが担当者の大きな役割です。でも、闇雲に情報や知識を提供するばかりが能じゃないのです。情報や説明は、お客様から教えてと言われたらお教えするのです。百貨店でよく販売員に注意するんですよ。「お客さん、この商品、今売れていますよ。これ今、一番売れている商品です」と呼びかける販売員が大勢います。そうではなくて、お客様と、日常によくある話をするのです。その中で、この人はこういうことを望んでいるんだと分かりますから、じゃあ今のお話からするとこれが良さそうだとご提案できるのです。情報の提供・提案は、相手のニーズに合わせてするものです。ただ単に情報や知識を提供するわけではありません。目線をお客様と同じ高さにしてお客様が自分で判断できるように情報を提供します。プラスもマイナスも提供するのです。全然悪気なく、目線を下ろさない人がいます。同じ目線で情報を伝えながら、お客様がご自身で

決定できるように誘導するのが皆さんの役割です。分かりやすく情報を伝えましょう。

### 6. 伝えたことは伝わらない

情報を伝える時の注意点として、相手に伝わるように伝えないといけません。そのためには情報伝達の特徴を知る必要があります。情報伝達の脆弱性ということの説明します。量の通減性、内容の変容性、時間経過による通減性の、3つをあげます。一つ目、「量の通減性」です。話をする人がA、B、C、D、E、Fのような情報を伝えます。でも相手には10伝えても、3つか4つしか伝わりません。二つ目、「内容の変容性」です。A、B、C、D、E、Fと色々なことを伝えました。でも受ける側は「AとBなんだ」と聴いてしまいます。しかも、AとBといっても、スモールA、スモールBと、ちょっと違った捉え方をしてしまいます。三つ目、「時間経過による通減性」。情報は10伝えたとしても、一晩寝てしまえばだいたい忘れられます。一週間後になると聞いたことすら忘れてしまうそうです。話したことについて、聞く人は自分に都合良く解釈します。これらのことから、情報は伝わらないと認識する必要があります。感情は更に伝わりません。よく耳にする話ですが、上司があなたに「先方さんは聞いてないと言っているぞ」と注意したとき、「私、丁寧に説明しました。そんな意味で言ったのではありません。誤解です」と返すことがあります。情報伝達の脆弱性がよく分かっていないようになります。どうしたらいいの?例えば紙に書いて説明する、文書で渡す、何度も伝える、などの工夫をしないといけません。伝えたからといって相手は理解した訳ではありません。伝えたことが伝わってないかもしれないという発想を持たないと、ビジネスでは通用しません。ときどき見受けられることで、専門家は難しい内容を難しい言葉で伝えることがあります。もっと目線を下ろして簡単な言葉で説明することがプロの役割です。例えばレジェンド。安倍前総理が残したレジェンドは何だろうって。レジェンドと聞いたって、分かる人はそんなに多くないです。こういう難しい言葉は、皆さん方の中では一般的かもしれませんが、世間一般では違います。易しく言い換えないといけません。



## 7. 事例を見てみましょう

お客様からの声で「私たちの要望通りに提案するのではなく、もっとプロとしての提案が欲しかった」と結構キツイことを言われますね。「私たちの希望をただ聞くだけでなく、プロとして、特にデメリット面を建築前に言って欲しかった。建ててから気づい

ても手遅れです」と。今日話してきたことを振り返れば、このようなことは起きません。お客様がご自分で選ぶのですから、お客様が選びやすいように提案するのが我々の仕事です。時間が参りましたのでこれにて終了いたします。どうもありがとうございました。

### 住宅産業CS大会参加者の主な声

- 参加人員を含めてコロナ対策が徹底されていると感じた。今後の業界のセミナー・シンポジウムの良い手本となった。
- コロナ対策をかなり意識された会で、リモートではなく開催できたことが何よりも良かった。
- 住宅メーカー2社様において「現在」の取り組み、しかもCS大会の名前のとおり「お客様のために」という発表が聞いて良かったとともに、参考になった。
- CSとして他社の新しい取り組みや事例発表を聞いてとても参考になりました。今後の自社における新しい取り組みへのお手本となりました。
- 「傾聴」の大切さは、何度も教わってきたが、特別講演「聴ける販売員を育てる」では「会話を回す」というキーワードを学べた。成功している時は、無意識にそれができていたことを理解した。今回、人に教える際のスキルとしてポイントを教えていただき、たいへん勉強になった。

## 資格更新講習会

# 2020年度プレハブ住宅コーディネーター（PHC）資格更新Web講習会を開催

PHC資格更新講習会は、「プレハブ住宅コーディネーター」として認定を受けた有資格者の1回目の資格更新時に、知っておくべき新しい情報を提供することを目的として開催する合同講習会です。本講習会の受講はPHC資格更新のための必須条件で、教育委員会が年1回開催していますが、今回は新型コロナウイルス感染拡大防止のためWeb形式での開催となりました。

例年は全国各地の会場での集合型講習会を行ってまいりましたが、本年度は、新型コロナウイルスの感染状況を鑑みて、Web講習会を7、8月に開催いたしました。結果437名が受講し、資格更新いたしました。

当認定制度は、1990年（平成2年）からスタートした制度です。さまざまな建築法規や関連法令、インテリア、エクステリア、住宅税制、コンプライアンスなど、会員の営業担当者として必要とされる多岐にわたる専門知識を身につけ、社会規範の遵守を徹底することにより、より信頼される住まいづくりのエキスパートを育成することを目的としております。2019年度末での資格認定者は、累計33,751名になります。

講習会のテキスト



教育委員会のホームページ



講習会のホームページ



講習受講者の専用ホームページ