

# 一流の人はなぜそこまで、 雑談にこだわるのか？

---

仕事力を常に120%引き出す会話術

---

小川晋平 Shimpei Ogawa | 俣野成敏 Narutoshi Matano

## はじめに

お金になる雑談。これが本書のテーマです。

この本の出版オフアをいただいたとき、まっさきに頭に思い浮かんだことがあります。それは、巷にあるような世渡りのための雑談術をビジネス書で取り上げてはいけないということ。

世間で認識されている「雑談」とは、「いかに人に好かれるか?」「いかにその場を盛り上げられるか?」「いかに間を持たせるか?」といった話に終始していきません。たしかに話術に長けていけば人生も楽しくなるでしょう。しかし、いくらトークが上手で人気者であったとしても、そのこと自体はビジネスにおいてなんの価値もありません。ましてや私は芸人でもアイドルでも会話の先生でもないわけですから。

そのため、この本で取り上げる雑談とは「ビジネス上の意図をもってしかけていく非公式のコミュニケーションすべて」と定義つけることにしました。

ちなみに「公式」なコミュニケーションとは会社の会議やかっちりした商談のことで、この領域についての本もたくさん売られているのを見ると、ビジネスパーソンたちからの需要が高いことが伺えます。

しかし、です。

一日のなかで交わす会話の量は、公式なものより非公式な会話のほうが圧倒的に多いわけです。それにもかかわらず、雑談を軽んじているビジネスパーソンがいかにも多いことか。なんなら、雑談ばかりする人をさして「さぼってばかりいて」と文句を言う人までいます。

例えば社内の会議をひとつとってみても、会議というのは本来、「物事を決める」場所です。その会議に乗せるテーマ自体を生み出したり、企画の精度を高めたり、会議での合意形成を有利に運ぶための仕込みをしたりする役割を担っているのは、すべて雑談の領域です。

だからこそ、仕事で大きな成果を出しているビジネスパーソンほど、その成果の源である雑談を「雑」に扱うことは絶対にしません。そして、常に戦略的な意

思をもって非公式な雑談をしかけています。

私が一流の経営者たちと雑談をしていると「あなたと会うたびに仕事が増えて困ります」と冗談を言われることがあります。時間潰しでも人気取りのためでもなく、あくまでもビジネスを創発するために雑談をしかけている私にとっては最高の褒め言葉です。

ではそもそも雑談が上手い人と下手な人の差はどこで生まれているのか。

それはひとこと言えば「目的意識の違い」です。

もつといい仕事をしたい。

もつと契約が取りたい。

もつと評価を上げたい。

もつと世の中を変えたい。

もつとアイデアを思いつきたい。

こうした願望が日に日に強まってくると、一日の雑談の総量は変わらなくても、目的をもった雑談をしかける機会が増えていきます。それにもなって「雑

談であって雑談ではないもの」、つまり、意図を持った戦略的な雑談が増えてきて、徐々にその精度も高くなるというわけです。

逆に言えば、雇われ発想、受け身発想で毎日を過ごしている人は、雑談でお金を生み出したり、人を動かしたりという発想がそもそも湧きません。

恋愛に興味がない人に異性を口説くスキルが身につかないのと同じで、仕事で成果を出すことに関心がない人はいつまでたっても成果に直結する雑談力は身につかないのです。

では、仮に目的意識は持てたとして、どうやったら雑談力は身につくのか。

それは経験を積むことです。

なぜなら雑談力はすでもっている言語スキルを「チューニング」しながら精度を高めていくものだからです。新しい言語を習得するかのようにまったく知らないスキルを学んでいくことはありません。

最初はたくさん失敗することでしょう。でも、「これは逆効果だったな」、「このパターンは使えるな」という小さな経験を重ねていくことで必ず上達します。

この本は、そうしたチューニングを少しでも容易にする指南書としての側面もあります。

すぐに職場で使えるようなテクニックもあります。ただ、それよりもテクニックの根底に流れている「なぜ、そこまで雑談にこだわっているのか？」に注目しながら読み進めていただくと、読後に得られるものはより大きくなるはずです。

読者のみなさまのご支援のおかげでこの『一流の人はなぜ』シリーズも第4弾まで来ることができました。本当にありがとうございます。

今回の共著者は『一流の人はなぜ』まで、習慣にこだわることの『』に引き続き、アラサー世代の起業家代表で、経営者仲間のなかでもオジサンキラーとして名高い小川晋平氏です。随所に炸裂している小川節にもご期待ください。

実際、2015年4月にシリーズ前作の打ち合わせの前後の雑談に端を発し、我々は6月からの4ヶ月間で一人あたり売上2億円のリアルビジネスの実績を創りました。雑談は商談の一部である。そんな世界と一緒にのぞいてみましょう。

俣野成敏

# CONTENTS

---

## 第 0 章

---

# 戦略的雑談とはなにか？

はじめに



# 相手の心が開く雑談の基本

- 1 相手の「ベルト」を褒める
- 2 基準値をつくれれば違和感が見える
- 3 雑談では土足厳禁
- 4 「毒舌」と「下ネタ」に関する考察
- 5 SNSはリテラシーよりデリカシー
- 6 過去はダメな話を、未来は良い話を
- 7 目的に応じて選ぶ雑談の6つの領域
- 8 自分の「ブロッコリー」に気付け
- 9 柔らかかアタマで相手に合わせる

## 情報を引き出す質問と相づちの技術

- 1 会話は「100%聞く」くらいがちょうどいい
- 2 MCより雑壇芸人を目指せ
- 3 無口な人にしゃべらせるコツ
- 4 はぐらかされたら2回聞く
- 5 聞きづらい情報には代替指標を使う
- 6 質問を研ぎ澄ませ

94 92 90 85 83 81

## 世代差を飛び越える雑談

- 1 雑談でしか得られない情報をとりにいけ
- 2 鉄壁の城門をこじ開ける戦法

101 99

## 第4章

# 交流会・飲み会が有意義になる雑談

- ③ 一流の人に好かれる雑談相手とは
- ④ 「イケてない」質問とは何か
- ⑤ オジサンキラーになる秘訣
- ⑥ アホを演じて期待値を下げる
- ⑦ 上司の壁うち相手になれ
- ⑧ 部下の「やりたいこと」を探る
- ⑨ 仲間内では夢を語る
- ⑩ 未来を語るときの比率

- ① 大勢での会食では照明係になる
- ② 飲食店でひいきの客になる雑談テク

## 第5章

# 社内でも有利なポジジョンをつくる雑談

- 3 小さいことこそ神経を使え
- 4 愚痴だらけの飲み会を有意義な時間に変える
- 5 内輪ネタを語る関係になれ
- 6 役に立つことで人とつながる
- 7 「コネと利権」はフル活用
- 8 上司に連れてこられた店はうまく使え
- 9 名刺交換よりLINE交換
- 10 気になる人がいたら海を越えても会いに行く
- 1 オフィシャルなサボリ場をつくる
- 2 掛け算のはまる領域をとりに行く

## 第6章

# 営業が思い通りに進む雑談

- 1 売れる営業、売れない営業
- 2 説得、納得、お釈迦の手
- 3 雑談の鉄則「オセロ理論」
- 4 相手の心を先読みして布石を打つ
- 5 切りたくない相手になるマル秘テク
- 3 ルーチンワークの手放し方
- 4 ドリームキラーの対処法
- 5 同期は究極の諜報部隊
- 6 カード審査理論で可能性を広げる
- 7 気安く「わからない」と言わない

- 6 「本音と建て前」を見抜く方法
- 7 究極の営業トーク
- 8 口約束をオフィシャルな約束事に変える
- 9 架空の第三者を活用した交渉術
- 10 雑談のビッグウェーブを見逃すな
- 11 商品を高く買ってもらうコツ
- 12 交渉に臨むときは代替案をもつ
- 13 ビジネスにはかならず意図がある
- 14 信じるな、疑うな、確かめる
- 15 イフトークで話を引き出す
- 16 いい企画は連想ゲームと持ち球開示で生まれる

おわりに