

岩松正記

誰からも

「取引したい」と

言われる会社の条件

はじめに

かつて、創業間もない個人商店がまさかのことをやってのけた。日本を代表する大手商社がどこもなし得なかった、米国のフードチェーンとのライセンス契約を勝ち取り、日本国内での独占販売権をもぎとったのでした。その個人商店オーナーは「日本人の食生活を変える」と宣言し、日本に戻るやフードチェーンの店舗をまたたくまに全国へ広めました。この個人商店は藤田商店といい、オーナーの名前は藤田田（ふじた・でん）。そう、日本マクドナルドの創業者です。

一つの取引で会社が劇的に変わる。そのような事例は、実は私たちの身の回りにゴロゴロ転がっています。

もっと身近なところの例を挙げますと、私がかつて所属したメーカーは、もともとは問屋に商品を卸すプラスチックメーカーでした。それが問屋を介さず、直接ホームセンターに商品を販売できるようになった結果、売上が急拡大しました。つまり、全国にある数多くのホームセンターと直接取引したことが、躍進のきっかけだったのです。ホームセンターは時代の波に乗って次々出店をしていき、全国で店舗

はじめに

数が増えて行きましたから、それに乗じて、比例級数的に商品の納入先が増えて行ったのでした。

これらに共通することはただひとつ、「取引先が変わった」ということ。取引関係が変わっただけで、大成功をおさめたということなんです。

このように、取引先ひとつで会社は劇的に変わります。取引先として選ばれるだけで会社が成長すると言っても過言ではありません。では、どうやったら取引先から選ばれるようになるのでしょうか。決して運が良かったということと簡単に片付けられるようなことではありませんし、ましてや安売りすればいいというわけでもないことだけは確かです。

そこで本書では、「取引」という視点から、どうやったら選ばれる会社になるのか、選ばれる担当者になるのか、ということを解説していきます。精神論だけでなく、本格的なテクニックや小手先の手法まで、より実践的なやり方を説明します。

こういうと、本書は題名にも「会社」とありますから、「私は社長じゃないし、関係ないや」と思う方もいるかも知れません。しかし、取引というものを考えた場合、会社が判断される最大の要因は担当者なのです。社長や経営者だけでなく、営

業や受付などすべての担当者、社員なんです。だから、決して他人ごとにして欲しくない、むしろ、自分が会社の代表であると自覚している人すべてに読んでいただきたいと思っています。

また、本書では新規開拓と、それ以上に既存客のフォローが重要だという観点に立っています。取引引きというのは一回こっきりのものではなく、できるだけ永続的に続くものでなければなりません。新規開拓にだけ目を向け、既存をおろそかにしてしまうようなことのないよう、既存客との関係についても論究しています。

私はこれまで2千人以上の社長と会い、会社の状況を見てきました。現在は税理士ですが、証券会社の営業マンとして多くのオーナーともやり取りをし、その後はメーカーで商品企画や営業企画をしつつ、数多くの店舗を見てきました。そこで出会った多くの社長や会社が、さまざまな取引をしています。そこで繰り返されるのはすべて、選び選ばれるというビジネスの姿でした。本書では、それらの現場で見知った出来事を説明しています。本書を読み終えたあと、きつとあなたの会社は取引先から選ばれ、あなたは選ばれる担当者になっているはずですよ。

誰と取引するかで人生は変わる。一緒にそれを実現しましょう。

はじめに 2

## 序章

# 取引したい相手とは、自分がそうありたい姿だ

相手に求めることは、実は自分も求められていること 12

良い取引先とつながれば、自分も会社も伸びる 14

良い取引先と商売するのは自分のためだけじゃない 18

相手に関心がないから取引につながらない 22

## 第1章

# あなたの会社は、取引先として選ばれる会社か？

ズルいやツが選ばれて真面目な者が選ばれないのか？ 26

取引の9割は「担当者」で変わる 28

担当者は面倒なことをしたくない 31

取引されない会社の5つの絶対条件 34

その1 利益を共有できないところとは取引しない 37

その2 態度が悪いところとは取引しない 39

その3 悪評のあるところとは取引しない 42

## 第2章

# あなたのこういう取引が嫌われる

- その4 能力のないところとは取引しない 44
  - その5 義理を忘れるようなところとは取引しない 47
  - 選ばれる会社の5つの絶対条件 50
  - その1 値段・価格に魅力があれば選ばれる 51
  - その2 紹介してくれた相手次第で選ばれる 53
  - その3 お金の面で信用できれば選ばれる 57
  - その4 担当者が気に入られれば選ばれる 61
  - その5 トップが惚れられれば選ばれる 66
- column* 魅力ある会社の条件 その1 明るく元気 68
- 取引先の変化に全然気づかない 70
- 見栄えを気にしない 73
- 積極営業と売り込みの違いがわかっていない 75
- 手ぶらで毎日足を運ぶ 78
- 「挨拶」に伺う 82
- 売りっぱなしでフォローをしていない 84

## 第3章

# あなたの社長には要注意

- 若さでアプローチする 86
- 隣の商談の声、書類の名前に鈍感 89
- お客の手間を考えていない 92
- column* 魅力ある会社の条件 その2 技術がある 94

- 外面のいい社長が当たり前 96
- 社長が付き合うのは社長 99
- 社長は愛想とお世辞と本音と冗談を駆使している 102
- 社長の見た目に騙されない 104
- 露出が多いのは「取材」なのか「自費」なのか 107
- 「ヒーロー戦略」に引っかかるな 111
- 胡散臭い人はやっぱり胡散臭い 113
- 会社のふところ具合はモノに出る 116
- だまされたところのあるところはやっぱりダメ 118
- 講演で全国を飛び回っているのは本業がオソツカ 120
- column* 魅力ある会社の条件 その3 時流に乗っている 124

## 第4章

# 取引していい会社、ダメな会社

- ネットや雑誌で会社情報を調べる 126
- 付き合う相手で値踏みはできる 129
- 調査会社の評点を鵜呑みにしない 131
- 公表していない数字を知る方法 133
- なぜホームページに顧問弁護士や顧問税理士を掲載するのだろうか 138
- 社員の出入りに注意する 140
- 反応(レスポンス)こそが相手の本質 143
- 経理の人間に気をつける 145
- 現場や事務所に行ってみる 147
- 良い引越し、悪い引越しを見極める方法 149
- 嫌な要求をしてくる理由のウラを考える 153

## 第5章

# 上手な取引の仕方、条件の見直し方

- 良い取引は、良い契約から始まる 156
- お金に「シビア」なと「せこい」のは違う 158
- 相手に嫌な思いをさせない 161

- 落としどころを考える 163
  - 社長が交渉の場に出ない 166
  - 条件は信用でなく約束 169
  - 転んでもタダじゃ起きない交渉上手のやり方 172
  - お中元お歳暮や年賀状など定期連絡をする 174
  - 条件の見直しは他人のせいにする 176
  - 相手にとって重要な取引先になる 179
  - 相手の都合に合わせる、相手を儲けさせる 183
  - 儲けさせるは問題解決 186
  - 単価の引き下げではなく、工程の改善で対応 189
- column* 魅力ある会社の条件 その4 経営者が魅力的 192

## 第6章

# どこからでも取引される会社になる

- とにかく最初が肝心 194
- 取引先がいいと銀行もお金を貸す 196
- 情報のアンテナを常に立てておく 198
- 社長は仕事を一生懸命する人を好む 200

経営者の性質を押さえる 203

切られてもいいような準備をしておく

なかなか会えない社長こそ素晴らしい 208 206

目標との比較を常に心がける 211

逆算の発想が大事 217

数字で考えるクセをつける 220

「経営者マインド」を理解する 223

「やってはいけないこと」をしない 225

意識して付き合う人間を変えるにはまず髪を切る

227

正しい自己投資を心がける 230

人を好きになる 232

今スグ外へ出てみよう 235

おわりに 237