—NEXT TO YOU—
東日本銀行コンサルNEWS
平成21年8月26日　№10

作成
税理士法人タクトコンサルティング
株式会社タクトコンサルティング
TEL　03－5208－5400
URL　http://www.tactnet.com
(※) 本ニュース内容についてのお問い合わせ先
代表社員　税理士　田中　誠

比較説得法のすすめ

1.　平面的な表現では・・・

通常の提案では、下記のような段取りになります。

①　現状分析
②　問題点（デメリット）
③　提案（解決策）
④　提案のデメリット（問題点）

順序どおりに話を進めていくと、3 の提案を実行するときに、4 のデメリットや問題点がクローズアップされてしまいます。

4 の問題点が出てくると、結局「無理はしない」と考えて、先に進みません。元に戻って、現状どおりになってしまいます。平面的に説明していくと、どうしても最後のデメリットにぶつかり、3 の提案が実現しません。まして、お客さまは「現状維持」何もしない、保守的な人が多いのです。

2.　比較説得法のすすめ

平面的な表現では、最後のデメリット（問題点）がネックになって、「やめる」ことになってしまいます。ここを打破するために、下記の図、「比較説得法」を利用してください。

≪比較説得法≫

提案	メリット	デメリット
やらない	現状（A）	問題点（X）
やる	（B）	（Y）

この比較法ですと、現状（A）に対する、問題点デメリット（X）がはっきり認識されます（この認識は重要）。

提案のメリットが（B）に提示され、（B）が実行される時の問題点とデメリットが（Y）に提示されます。

確かに（Y）のデメリットはあるものの、（Y）のデメリットと（X）のデメリットと比較してどうなるのか。（Y）と（X）のデメリットの比較は重要です。

さらには（B）のメリットを得るための、（Y）のデメリットと考えてはどうか。そして（A）と（B）の比較をして、どちらが望ましい姿か、と様々な角度から検討が出来ます。勿論この提案をしたところで、「打率は 3 割」です。全部がうまくいくわけではありません。何度も挑戦していけば、必ず打率は上昇します。

さらにこの比較説得法は、コンサルをする専門家自身がしっかり頭に入れて、立体的視野でしっかり見ておくことです。説得する人自身が、「何が大事」をしっかり認識しておくことです。ここが最も大事な点です。

全体が見えなければ、「決断を売る」コンサルタントにはなれません。

3.　比較説得法を進化させると・・・

≪比較法を進化≫

比較説得法を進化させると、もっと説得力が増してきます。

提案	メリット	デメリット	自分家族	3 年～5 年後
やらない	現状（A）	（X）	病気（1）	最悪（3）
やる	提案（B）	（Y）	ハッピー（2）	良かった（4）

メリット、デメリットの要素以外に、「人間」と「時間軸」を入れてみます。

仮にメリットとデメリットを、やる、やらないと検討してはみたものの、結局「現状維持」になることがあります。問題の先送りです。本人が問題を抱えたまま、深刻に考え込む人だと「病気」「ノイローゼ」「うつ」になる。もっと時間が経って「意思能力なし」になることもあります。家族の角度から考えることも重要です。配偶者や相続人にとってどうかです。会社が客体であれば、会社、社員はどうかと、判断基準を広げてみます。

時間軸は大切です。数年先から見てどうか？これはコンサルタントとして重要な見方です。数年後のあるべき姿から見て、どう判断するかです。「先が見える」この判断能力を持っているかどうかは、コンサルタント能力は「天と地」の開きがあります。何もしないまま 3 年後～5 年後はどうなるか、3 年後～5 年後の予想される姿から、今何をなすべきか、この判断が出来れば一流です。時間軸を取り入れると、全体が見えてきます。

マクロを捉えて、ミクロの問題に対処し、「決断」します。決断とは、まさに読んで字の通り、「決めて、断ち切る」ことです。

お知らせ　東日本銀行では、事業承継対策・相続対策・M&A・ISO 取得支援・企業年金制度など様々な内容について、コンサルティングのご相談をお受けしております。ご相談については、お取引の東日本銀行支店窓口または営業統括部お客さまサービス室（03－3273－6221）にお問い合わせください。