

《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2017年1月号》
パワーネゴシエーターの要諦（その2）

パワーネゴシエーター初級編

はじめに；

交渉事は、営業やマーケティングやマネージメントの仕事とされていた時代は終わりました。今や研究開発や製造などの技術に携わる人達にとっても、交渉力勝負の時代です。素晴らしい製品を開発できるかどうかは、個人同士はもとより社内外での交渉力に懸っています。

なぜならば、研究のテーマ選定や、誰が何を何時までにやるのかの調整や説得、また部下やステークホルダー等、諸々の人達の説得は交渉力そのものであり、納得が得られなければ何も前に進まなくなります。

企業や大学で、いくら素晴らしい研究開発がなされても、それを採用してくれる相手がいなければ宝の持ち腐れになります。また、戦略的に売り込むこと無しには、折角の研究成果を溝（どぶ）に捨ててしまうことになります。

適正な価格(できれば高価格)でなおかつ、将来的に大きく拡大発展させてくれる相手先に売り込まねばなりません。

私が外資系の世界企業でマーケティング部長をしていた時の経験です。USでの研究委託先になっていたアリゾナ大学や、UCLA大学の研究機関を数回訪問する機会がありました。

そこで驚いたのですが、現役の教授や研究員が、自費で数年仕事を休んでまでMBAを取りに行く事実を知ったのです。

私は、“どうして工学部の先生方が、MBAを必要とするのですか？”とお聞きしました。するとこう答えられたのです。



USでは、一流大学の工学部の教授が2年休んでMBA修得に行く事はざらにある。

“今や、技術の開発だけでは生き残れない、いかに世のニーズを的確に捕えられるか、そして、いかに戦略的に売り込めるかに懸っている。その基礎になる知識を得る為にMBA取得をするのです・・・”と。

すなわち開発パーソンは、マネジメントやファイナンスの勉強はもとより、営業パーソンであり、なおかつ、戦略的な交渉術に長けていなければ務まらない時代になったのです。

1.(強力な交渉人)パワー・ネゴシエーターとは？

私は「パワー・ネゴシエーター」の育成研修を天職とし、人生の後半戦の花道にしたいと思っています。過去に30年間、営業やマーケティングの分野を歩いてきました。実は、何回もトップセールスになったことがあります。

自分の交渉力は生来のものかと自負していた時期もありました。実はそれは誤りで、なまじ一流企業を歩いて来たからいけないと思うようになりました。転職して渡った企業が、いずれも業界でトップ企業でしたから、素晴らしい正に黙っていても売れる商品に恵まれていたのです。

私自身を今振り返ってみますと、心構えができていなかったし、交渉術その物を理解していませんでした。スポーツ等のゲーム感覚で捉えていたのです。

たまたま、体育会系出身の私は、人の2倍足を使えば勝てると思って疑わなかったのです。だから、確かにフットワークのお陰でトップになったことはありますが、交渉術の観点からは、レベルが低く結局は「鳴かず、飛ばず」だったと言えるのです。

過去10年間、縁あってある交渉術のカリスマ講師に出会い、交渉術に関しては徹底的に勉強したつもりです。

これからの「*パワー・ネゴシエーター」は、海賊を祖先とするアングロ・サクソン系の人達であろうと、ディベートはご飯より好きだと豪語する、ゲルマン系の人達とも渡り合って勝てる人材でなければいけません。

お隣の中国や韓国そして、インド、タイ、フィリピン・・・、彼らも、口にかけては「*行徳の俎（まないた）」を彷彿させる人達が多いと思います。

*パワー・ネゴシエーターとは；組織の将来を左右するような決定的な商談を決める交渉担当者、一般的には、できる営業パーソンや強靱な買い付けパーソン（バイヤー）の事です。

*行徳の俎（まないた）とは；夏目漱石が「吾輩は猫である」のなかで書いています。大してその事に精通していないのに、口だけは天才的（口八丁）というような意味のようです。

この日本は、勝海舟や阪本龍馬の様な、世界のどこに出しても引けを取らない名パワー・ネゴシエーター続出の歴史を持っています。

一見、おとなしそくに構えていますが、一皮むけば、グレスリーであろうとワニであろうとマンガースの様な相手であろうとロジックとパッションで生けどりにしてしまうやり手なのです。

このシリーズでは、グローバルに通用する日本流パワー・ネゴシエーターの極意（要諦）をお伝えしたいと思いますので、できれば最後までお付き合いくださいね。

おわり