

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol.746 2021.10.26

ネットジャーナル

経済・金融フラッシュ 2021年10月22日号

## 消費者物価(全国21年9月)

～コアCPI上昇率は年末にかけて  
1%程度まで高まる見通し

経済・金融フラッシュ 2021年10月20日号

## 貿易統計(21年9月)

～自動車の減少ペースが加速し、  
輸出は回復の動きが一服

経営TOPICS

統計調査資料

## 月例経済報告

(令和3年10月)

経営情報レポート

## 怒りを上手にコントロールする! アンガーマネジメント実践法

経営データベース

ジャンル:営業管理 > サブジャンル:営業テクニック

## ドア・イン・ザ・フェイス(door in the face)という手法 電話営業でアポイントをとるための5ステップ

発行:税理士法人 常陽経営

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

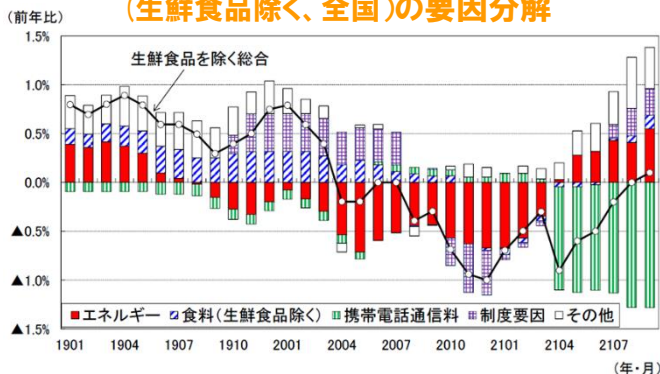
# 消費者物価(全国21年9月) ～コアCPI上昇率は年末にかけて 1%程度まで高まる見通し

ニッセイ基礎研究所

## 1 コアCPI上昇率は1年6ヵ月ぶりのプラス

総務省が10月22日に公表した消費者物価指数によると、21年9月の消費者物価(全国、生鮮食品を除く総合、以下コアCPI)は前年比0.1%(8月:同0.0%)となり、20年3月以来、1年6ヵ月ぶりのプラスとなった。事前の市場予想(QUICK集計:0.1%、当社予想も0.1%)通りの結果であった。生鮮食品及びエネルギーを除く総合(コアコアCPI)は前年比▲0.5%(8月:同▲0.5%)、総合は前年比0.2%(8月:同▲0.4%)と1年1ヵ月ぶりのプラスとなった。

消費者物価指数  
(生鮮食品除く、全国)の要因分解



(注) 制度要因は消費税、教育無償化、Go To トラベル事業  
(資料) とともに総務省統計局「消費者物価指数」

## 2 上昇品目数が増加

消費者物価指数の調査対象522品目(生鮮食品を除く)を前年に比べて上昇している品目と下落している品目に分けてみると、9月の上昇品目数は284品目(8月は279品目)、下落品目数は175品目(8月は181品目)となり、上昇品目数が前月から増加した。上昇品目数の割

合は54.4%(8月は53.4%)、下落品目数の割合は33.5%(8月は34.7%)、「上昇品目割合」-「下落品目割合」は20.9%(8月は18.8%)であった。

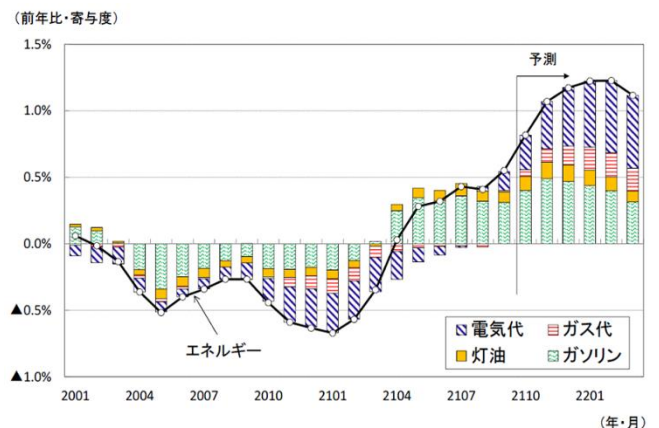
食料(生鮮食品を除く)の上昇品目割合が1年ぶりに50%を上回った。物価上昇の裾野は徐々に広がりつつある。

## 3 コアCPI上昇率は年末にかけて1%程度まで高まる見通し

コアCPI上昇率はエネルギー価格の上昇ペース加速を主因として1年6ヵ月ぶりのプラスとなった。足もとの原油価格高騰を受けて、エネルギー価格は10月には前年比で二桁の伸びとなり、その後も上昇ペースの加速が見込まれる。

エネルギーによるコアCPI上昇率への寄与度は9月の0.55%から年末には1%台前半まで高まることが見込まれる。

コアCPIに対するエネルギーの寄与度



# 貿易統計(21年9月) ～自動車の減少ペースが加速し、 輸出は回復の動きが一服

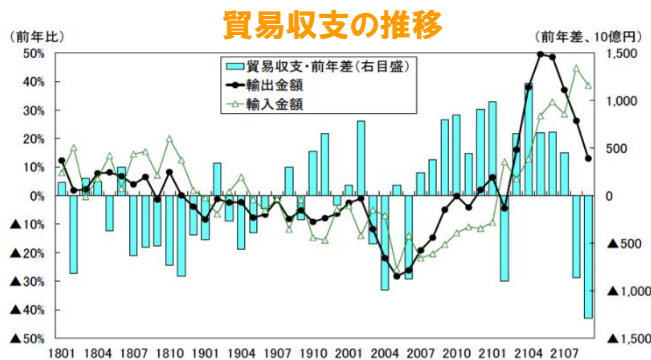
ニッセイ基礎研究所

## 1 自動車輸出が大幅減少

財務省が10月20日に公表した貿易統計によると、21年9月の貿易収支は▲6,228億円の赤字となり、事前の市場予想（QUICK集計：▲5,192億円、当社予想は▲4,984億円）を下回る結果となった。

輸出の伸びが8月の前年比26.2%から同13.0%へと大きく鈍化する一方、原油高の影響などから輸入の伸びが前年比38.6%（8月：同44.7%）と高止まりしたため、貿易収支は前年に比べ▲12,901億円の悪化となった。

供給制約に伴う生産調整の影響で自動車輸出が前年比▲40.3%（8月：同4.0%）の大幅減少となったことが輸出の伸びを大きく押し下げた。



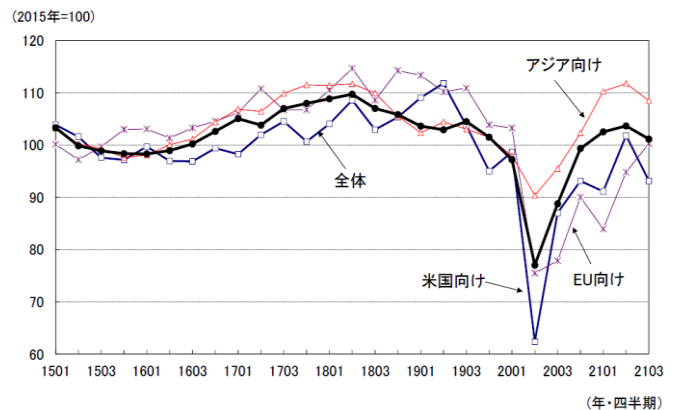
(資料) とともに財務省「貿易統計」

## 2 米国向け輸出が減少

21年9月の輸出数量指数を地域別に見ると、米国向けが前年比▲9.8%（8月：同13.2%）、EU向けが前年比18.6%（8月：同30.2%）、アジア向けが前年比9.1%（8月：同11.2%）、うち中国向けが前年比3.3%（8月：同5.9%）となった。

21年7-9月期の地域別輸出数量指数を季節調整値（当研究所による試算値）で見ると、米国向けが前期比▲8.5%（4-6月期：同11.7%）、EU向けが前期比5.8%（4-6月期：同12.8%）、アジア向けが前期比▲2.9%（4-6月期：同1.3%）、中国向けが前期比▲4.6%（4-6月期：同▲0.6%）、全体では前期比▲2.4%（4-6月期：同1.1%）となった。

### 地域別輸出数量指数(季節調整値)の推移



## 3 7-9月期の外需寄与度は前期比0.1%程度のプラスに

9月までの貿易統計と8月までの国際収支統計の結果を踏まえて、21年7-9月期の実質GDPベースの財貨・サービスの輸出入を試算すると、輸出が前期比▲3%程度の減少、輸入が前期比▲3%台半ばの減少となった。この結果、7-9月期の外需寄与度は前期比0.1%（4-6月期：同▲0.3%）のプラスとなることが予想される。

# 月例経済報告 (令和3年10月)

内閣府 2021年10月15日公表

## 総論

### 1 我が国経済の基調判断

景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるなか、持ち直しの動きが続いているものの、そのテンポが弱まっている。

- 個人消費は、弱い動きとなっている。
- 設備投資は、持ち直している。
- 輸出は、増勢が鈍化している。
- 生産は、このところ一部に弱さがみられるものの、持ち直している。
- 企業収益は、感染症の影響により、非製造業の一部に弱さが残るものの、持ち直している。  
企業の業況判断は、一部に厳しさは残るものの、持ち直しの動きがみられる。
- 雇用情勢は、感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人等の動きに底堅さもみられる。
- 消費者物価は、このところ底堅さがみられる。

先行きについては、感染対策を徹底し、ワクチン接種を促進するなかで、各種政策の効果や海外経済の改善もあって、景気が持ち直していくことが期待される。

ただし、サプライチェーンを通じた影響による下振れリスクに十分注意する必要がある。

また、国内外の感染症の動向や金融資本市場の変動等の影響を注視する必要がある。

### 2 政策の基本的態度

政府は、東日本大震災からの復興・創生、激甚化・頻発化する災害への対応に取り組む。デフレからの脱却に向けて、大胆な金融政策、機動的な財政政策、成長戦略の推進に努める。

新型コロナウイルス感染症に対しては、様々な事態を想定し、ワクチン接種、治療薬の普及を図るとともに、医療提供体制を確保する。また、人流抑制等の影響を受けた方々への経済支援を実施する。同時に、ワクチン接種証明等も活用しながら、通常に近い社会経済活動を一日も早く取り戻すことができるよう取り組む。

さらに、こうした課題に切れ目なく対応し、新型コロナウイルス対応に万全を期すとともに、「成長と分配の好循環」と「コロナ後の新しい社会の開拓」による「新しい資本主義」を起動させ、国民の安全・安心を確保するため、新たな経済対策を策定する。

その間も、新型コロナウイルスの感染状況や、企業や暮らしに与える影響には十分に目配りを行い、必要な対策は、予備費なども活用して、柔軟に行う。

日本銀行においては、企業等の資金繰り支援に万全を期すとともに、金融市場の安定を維持する観点から、金融緩和を強化する措置がとられている。

日本銀行には、感染症の経済への影響を注視し、適切な金融政策運営を行い、経済・物価・金融情勢を踏まえつつ、2%の物価安定目標を実現することを期待する。

## 各 論

### 1 消費・投資などの需要動向

#### 個人消費は、弱い動きとなっている。

需要側統計（「家計調査」等）と供給側統計（鉱工業出荷指数等）を合成した消費総合指数は、8月は前月比 2.0%減となった。個別の指標について最近の動きをみると、「家計調査」（8月）では、実質消費支出は前月比 3.9%減となった。販売側の統計をみると、「商業動態統計」（8月）では、小売業販売額は前月比 4.1%減となった。

消費動向の背景をみると、実質総雇用者所得はこのところ横ばい圏内となっている。また、消費者マインドはこのところ持ち直しの動きがみられる。さらに、足下の状況について、ヒアリング結果等を踏まえると、新車販売台数は、供給面の影響により、減少している。家電販売は、このところ弱い動きとなっている。旅行は、極めて低い水準が続くなか、弱い動きとなっている。

外食は、引き続き弱さがみられるものの、持ち直しの兆しがみられる。こうしたことを踏まえると、個人消費は、弱い動きとなっている。先行きについては、感染対策を徹底するなかで、持ち直しに向かうことが期待されるが、感染症の動向に十分注意する必要がある。

#### 設備投資は、持ち直している。

需要側統計である「法人企業統計季報」（4－6月期調査、含むソフトウェア）でみると、2021年4－6月期は前期比 3.2%増となった。業種別にみると、製造業は同 3.9%増、非製造業は同 2.8%増となった。機械設備投資の供給側統計である資本財総供給（国内向け出荷及び輸入）は、増加している。ソフトウェア投資は、緩やかに増加している。

「日銀短観」（9月調査）によると、全産業の 2021 年度設備投資計画は、増加が見込まれている。「日銀短観」による企業の設備判断は、依然過剰感が残るものの、改善している。

先行指標をみると、機械受注は、持ち直しの動きがみられる。建築工事費予定額は、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、不透明感が残るものの、成長分野への対応等を背景に、機械投資を中心に持ち直し傾向が続くことが期待される。

#### 住宅建設は、このところ持ち直しの動きがみられる。

貸家の着工は、底堅い動きとなっている。分譲住宅の着工は、おおむね横ばいとなっている。総戸数は、8月は前月比 7.7%減の年率 85.5 万戸となった。

なお、首都圏のマンション総販売戸数は、契約率は 70%前後で推移しているものの、このところ弱含んでいる。先行きについては、持ち直しの動きが続くと見込まれる。

## 2 企業活動と雇用情勢

### 生産は、このところ一部に弱さがみられるものの、持ち直している。

鉱工業生産は、このところ一部に弱さがみられるものの、持ち直している。鉱工業生産指数は、8月は前月比 3.2%減となった。鉱工業在庫指数は、8月は前月比 0.3%減となった。

また、製造工業生産予測調査によると9月は同 0.2%増、10月は同 6.8%増となることが見込まれている。業種別にみると、輸送機械は弱含んでいる。生産用機械は増加している。電子部品・デバイスが増加している。生産の先行きについては、持ち直しが続くことが期待される。

ただし、感染症によるサプライチェーンへの影響及び半導体不足による影響、海外経済の下振れリスクに十分注意する必要がある。

また、足下の状況について、ヒアリング結果等を踏まえると、第3次産業活動は、このところ個人向けサービス業を中心に弱さがみられ、持ち直しの動きに足踏みがみられる。

### 企業収益は、感染症の影響により、非製造業の一部に弱さが残るものの、持ち直している。企業の業況判断は、一部に厳しさは残るものの、持ち直しの動きがみられる。倒産件数は、減少している。

「法人企業統計季報」（4－6月期調査）によると、2021年4－6月期の経常利益は、前年比 93.9%増、前期比 1.8%増となった。業種別にみると、製造業が前年比 159.4%増、非製造業が同 64.2%増となった。規模別にみると、大・中堅企業が前年比 74.1%増、中小企業が同 278.6%増となった。「日銀短観」（9月調査）によると、2021年度の売上高は、上期は前年比 6.1%増、下期は同 0.7%増が見込まれている。

経常利益は、上期は前年比 43.5%増、下期は同 3.9%減が見込まれている。企業の業況判断は、一部に厳しさは残るものの、持ち直しの動きがみられる。「日銀短観」（9月調査）によると、「最近」の業況は、「全規模全産業」で上昇した。12月時点の業況を示す「先行き」は、「最近」に比べやや慎重な見方となっている。倒産件数は、減少している。8月は466件の後、9月は505件となった。負債総額は、8月は909億円の後、9月は908億円となった。

### 雇用情勢は、感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人等の動きに底堅さもみられる。

完全失業率は、8月は前月と同水準の 2.8%となった。労働力人口及び就業者数は減少し、完全失業者数は増加した。雇用者数は横ばい圏内となっている。新規求人数及び有効求人倍率は横ばい圏内となっている。製造業の残業時間は持ち直している。賃金をみると、定期給与及び現金給与総額は持ち直しの動きがみられる。これらの結果、実質総雇用者所得は、このところ横ばい圏内となっている。「日銀短観」（9月調査）によると、企業の雇用人員判断は、不足超となっている。

加えて、足下の状況については、日次有効求人件数や民間の求人動向は、水準は依然として低いものの、持ち直しの動きが続いている。こうしたことを踏まえると、雇用情勢は、感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人等の動きに底堅さもみられる。



経営情報  
レポート  
要約版



労務

怒りを上手にコントロールする！

# アンガーマネジメント 実践法

1. アンガーマネジメントとは
2. 「怒り」の本質を知る
3. 「怒り」への上手な対処法
4. 自分の感情を上手に伝える方法



## ■参考資料

『アンガーマネジメント 叱り方の教科書』（安藤俊介著 文昇堂） 『アンガーマネジメント 怒らない伝え方』（戸田久実著 かんき出版） 『怒りが溶ける！ 優しくなれる！ アンガーマネジメント』（大正谷成晴、西村智宏、箱田高樹共著 コミックス出版）

## 1

## 企業経営情報レポート

## アンガーマネジメントとは

職場や日常生活において、誰しも怒りの感情を抱く瞬間はあるものですが、この怒りの感情を自分の思うがままに相手にぶつけると、周囲との関係は悪化します。

職場において、怒られた部下が上司に対してパワハラだと感じた割合は、怒った側の上司がパワハラだと感じた割合の3倍以上あり、認識の違いが大きいというデータもあります。

本レポートでは、怒る際の感情コントロールを可能にするアンガーマネジメントのポイントについて解説します。

## ■ アンガーマネジメントが注目されてきた背景

## (1) 怒る人が増えた理由

社会が複雑化し競争も激化している中で、多様な価値観を持つ人が集まったビジネスの場面では、考え方の違いや世代間のギャップなどから上司と部下に考え方の食い違いが生じやすく、そのギャップにストレスを感じると、怒りが生まれやすくなります。

また、社会生活が便利になりすぎているため、不便や不快なことに対する忍耐力が低下し、些細なことに対してもイライラしやすい人が増えたのも、その要因のひとつでしょう。

## (2) アンガーマネジメントが広まった背景

アンガーマネジメントは、怒り(anger)の感情と上手に付き合うための技術であり、怒りをなくすことではありません。怒る必要があるときに、上手に怒ることも含みます。すなわち、怒りを知り、対処できるようになるための技術です。アンガーマネジメントは、1970年代にアメリカで開発された怒りの感情をマネジメントするための「感情理解教育プログラム」です。

このプログラムは、身近な人へのDVや犯罪者への矯正プログラムとしてカリフォルニア州を中心に実施され、その取り組みは大きな成果がみられており、全米の教育機関や企業でも広く導入されてきました。最近では日本でも、教育の現場や企業の研修などで広がりをみせています。

## ■ アンガーマネジメントは「怒り」の技術である

## (1) 上司が叱らない理由

上司が感情的な言葉を発すると、その後の上司と部下の関係がぎこちなくなったり、行き過ぎた指導になると、部下からパワハラであると訴えられるケースも増えています。それを恐れて上司が部下を叱らなくなると、上司の発言力は低下し、部下は好き勝手な行動をして、統制のきかない組織になってしまうかもしれません。よって、ビジネスの場面では、部下に対して叱ること、怒ることは、上司の考え方を指導する上では必要です。感情を上手にコントロールした叱り方を身に付けることができれば、部下は成長し、生産性も向上することが期待できます。



# 2

## 企業経営情報レポート

# 「怒り」の本質を知る

### ■ 怒りの感情が沸いてくる構造

#### (1) 怒りは自分の身を守るための感情

怒りは、自分の身を守る防衛のための感情ともいわれます。動物が敵に襲われそうになったときには、恐怖を抑えて敵と対峙しますが、人間にも同じような反応があります。このとき脳内にアドレナリンが分泌され、心拍数が上がり戦闘態勢になります。

感情的になって部下を攻撃してしまうのは、上司自身、無意識に自分が傷つかないようにしている場合があるかもしれません。

#### (2) 怒りに隠れた感情を探る

怒りは、二次感情ともいわれています。怒りはとても強い感情のため、その裏側にどんな感情が潜んでいるのか、私たちはなかなか気づけないのです。

怒りの裏側には、本来分かって欲しい感情である「一次感情」があります。

①一次感情：心配、焦り、不安など

②二次感情：一次感情を基にした反応

- 「こうあってほしい」「○○であるはず」という期待、理想が裏切られたとき、分かって欲しいと思うことが、分かってもらえなかったときに怒りは生まれる
- その時に感じる気持ち、「悲しい」「つらい」「寂しい」「悔しい」「不安」「困惑」…といった気持ちが怒りとなってあふれる

怒ってカッとなると、怒りの感情だけが表に出てしまいがちです。そうすると、相手に本来分かってほしかった本当の気持ち（一次感情）を理解してもらえないままになってしまうのです。

心の状態をコップと水に例えて考えてみます。心配、焦り、不安などの感情を水とし、その感情の許容量をコップとします。コップに入っている水の量が少なければ、さらに注ぎ足しても溢れませんが、水が沢山入っている状態では、すぐに溢れてしまいます。

この溢れてしまった水が「怒り」です。例えば、部下がしょっちゅうミスや失敗を繰り返すような場合、イライラしやすくなっているかもしれません。

人によって、持っているコップの大きさは違いますし、状況によって、コップに満たされている水の量も違います。この心のコップが溢れないように、水が溜まってきたら時々コップの外にこぼして、気持ちをリセットするような方法を持っておくと良いでしょう。

また、心のコップを大きくして、水が溜まっても溢れにくい、すなわち怒りにくい思考パターンをつくることで、気持ちに余裕が生まれます。

## 3

企業経営情報レポート

## 「怒り」への上手な対処法

## ■ 怒りが鎮まるのは6秒

勢いで怒りを爆発させてしまった後に、「言い過ぎた」「どうしてあんな対応をしてしまったのだろう」と後悔してしまうケースがあります。カチンときたときに「反射的な行動をとらない」ことが重要です。例えば、部下の言動に対して「売り言葉に買い言葉」というように反射的に反応すると、感情にまかせた不適切な対応になってしまう危険性があります。

怒りのピークは、ほんの数秒間、一般的には約6秒間といわれています。怒りが消失しなくても、この数秒間をやり過ごすことができれば、大きな失敗は回避できます。

怒りをクールダウンさせる方法がいくつかあります。そこで、怒りに対する反応を数秒間遅らせるためのテクニックを紹介します。状況に応じて試してみましょう。

## ■ 6秒ルール

イラっとした場面で爆発しそうになる感情を抑えるには6秒

## ■ 怒りを鎮める5つのポイント

## ■ 怒りを鎮める5つのポイント

- |             |            |            |
|-------------|------------|------------|
| ①深呼吸をする     | ②その場を離れる   | ③思考をストップする |
| ④目の前の物に集中する | ⑤感情をリセットする |            |

## (1) 深呼吸をする

怒りやストレスを感じる時は、自然と呼吸が浅くなり、緊張が高まります。落ち着いた場所で呼吸を整える時間をとることができると、リラクゼーション効果によって怒りを軽減する効果が得られます。呼吸に意識を集中することで、反射的な言動を防ぐこともできます。

その方法は、静かにゆっくりと口から息を吐き、吐ききったら自然に鼻から吸い込みます。ゆっくりと数をかぞえ、吐くほうを長くするように意識して繰り返します。

深呼吸は、誰でも簡単に取り組むことができるうえ、静かに呼吸を整えることで冷静な自分を取り戻すことができます。

## (2) その場を離れる

イライラして冷静に対応できない時は、その場を離れるという選択もあります。

その場を離れることで冷静な感情を取り戻すことができます。

## 4

企業経営情報レポート

## 自分の感情を上手に伝える方法

## ■ 怒ったときのNGワード

## (1) いつも・必ず・絶対

- 「君は、注意散漫だからいつも同じ失敗を繰り返してしまう」
- 「複数の業務が重なると必ず一つは忘れるよね」
- 「この仕事は絶対やらないよね」

「いつも」「必ず」「絶対」という言葉が口ぐせになっている人は要注意です。

これらは、一方的に相手を決めつけてしまうので、怒っているときには使わないほうが良いでしょう。言われた相手も「いつも失敗するわけじゃない」「忘れないときもある」と反論したくなり、素直に注意を聞き入れられないかもしれません。たまたま今回起こった出来事が、「いつも」起こるとは限りません。「何事にも例外がある」「違う場合もあるかもしれない」ということを念頭において、決めつけにならないように注意しましょう。また、「いつも」「必ず」とひとまとめにせず、今回の出来事だけに焦点をあてて話すように心がけましょう。

## (2) なんで？

- 「この前も教えたのに、なんでできないの？」
- 「昨日申し送りをしたのに、なんで伝わっていないの？」

「なんで？」という言葉は、相手を責めてしまうことがあります。「なんで？」と聞かれても答えようがないと、とりあえず謝るか、言い訳するか、反論するか、不毛なやりとりになるだけです。しかし、ビジネスの現場でミスや事故が起きた時は、その事実を振り返り、対策を講じ、安全性を高めていくことが求められます。

出来事を振り返る際、理由を探り分析する作業は不可欠です。その上で、「なんでできないの？」を「どうしたらできるかな？」に言い換えてみてください。

否定でなく、一緒に考えようとする姿勢が伝わると思います。

## (3) 前から思っていたけど

- 「前から思っていたけど、ちゃんとメモをしないから忘れるのよ」
- 「そのうちミスをすると前から思っていたけど、やっぱりね」

怒った時に、「前から思っていた」と過去を持ち出すのもNGです。

話の論点が逸れて、本来伝えたいことが定まらなくなります。

ジャンル:営業管理 > サブジャンル:営業テクニック

# ドア・イン・ザ・フェイス (door in the face)という手法

ドア・イン・ザ・フェイス(door in the face)  
という手法について教えてください。

お客様と長い関係になると、お互いの立場、ポジションが決まってきてしまいます。少し観点を考えてみると思わぬ成果を得ることが出来ます。ドア・イン・ザ・フェイス (door in the face) という手法を紹介しましょう。

## ■ドア・イン・ザ・フェイステクニック

このようなことはありませんでしたか？

マンションの自治会の会長就任を要請されたあなたは、忙しくて無理と最初の依頼を断った。しかし、次に相手が最初の依頼よりも小さい依頼を持ち出してきた。例えば、書記役。

そこで、はっきりと断ることができずに引き受けてしまった。これが『ドア・イン・ザ・フェイステクニック』と呼ばれるテクニックです。

例えば、あなたが修理工場を経営していたとします。

あなた : 「次は、車検を取るのを止めて思い切って新車にしましょう」

→ 最初の依頼

お客様 : 「それは無理だよ。この景気の悪いときに新車なんて…」

あなた : 「そうですかためですか。それでは車検のときにカーコーティングをしましょう。新車並に塗装がよみがえりますよ」

→ 2番目の依頼

人間はたとえどんな依頼であっても、断ると罪悪感を感じます。よって一度断ると今度はOKしなければと義務感が発生するのです。人は断り続けることを苦痛と感じるのです。

たとえ数回断ったとしても、罪悪感という不快な念に悩まされます。だから「いっそ、引き受けてしまおう」と考えるのが人間の心理です。

最初の依頼 → あなたは断る。しかし、断ってしまったという罪悪感が残ります。

2番目の依頼 → 依頼を受けなければというプレッシャーがかかり、承諾する確率が増えます。

※最初の依頼と2番目(3番目)の依頼との間に時間が経ちすぎると断られる可能性が高くなります。

※最初の依頼で怒りや敵意を起こさせてはなりません。

大きすぎる依頼はこの感情を招く危険があります。

# 電話営業でアポイントをとるための5ステップ

アポイントをとるための電話営業では、どの程度まで内容を話せばよいのでしょうか。

あまり詳しく話して「それなら結構です」と言われる可能性もあります。また相手の状況も詳しく判らないのに長々と話すのも非効果的です。せいぜい3分間でまとめて話せるように事前に用意をしておくことをお勧めします。

何故3分間なのか？

余程相手に関心がある、質問を受けるといったことは除いた場合、電話で初めて話す人にはこれが限度でしょう。

また「人間が行動をまとめる最小の限界である」とも言われています。以下に3分間トークを作成する5つのステップをご紹介します。

## ■3分間電話トーク作成のステップ

### STEP1. 相手の利益を明確にする

まず目的を伝えること。アポ取りの電話の場合は目的を明確にすると共に、訪問によって双方にメリットが生まれることを強調。特に相手の利益に最大限の関心を払う。

### STEP2. 断り文句や反対文句を収集し整理しておく

よく言われることを抽出し、それをカテゴリー別に分けておく。例えば「今は必要ない」という言葉も単なる口実か、そうでないのかの真意の読み取り分類する等も行う。

### STEP3. 収集・整理した反対や断りに対する受容話法を作る

こうして集めて分類した文句に対して一つずつ、考えられる理由を書き出し、明確にしておく。理由がわかれば別の切り口から話を進めることが可能。相手をリードできる。

### STEP4. 受容話法を3分間で言えるように凝縮させる

凝縮することによって「決め手」が分かってくる。ゆっくり話して3分以内が一つの目安だ。

### STEP5. ロールプレイングの実施

会社に内線があればそれで同僚や上司、先輩と作成したトークの事前練習を行う。これにより洗練されたものができ上がる。