

## ■序章 「しゃべる名刺」が実際に起こした奇跡の大逆転劇

### 【収入の無いクチベタ男の起業を救った一枚の名刺】

「中野君、来月から東京に転勤してくれへんか？」

全く予想していなかった上司の言葉に、私の頭はパニックになりました。大阪の中小企業で、営業販促ツールのデザイナーとして細々と活動していた私にとって、東京は全国からその道の猛者が集う激戦地。

三十代後半のおじさんクリエイターが、いまさら東京に行って果たして通用するのだろうか。正直怖い・・・そんな不安な気持ちを抱えたまま迎えた東京生活の初日。デスクには真新しい私の名刺が置かれていました。

〇〇株式会社 〇〇営業部 営業 中野貴史

「なっ、なんじゃコリャ〜」

私は目を疑いました。名刺の肩書きが「営業」になっているのです。慌てて上司に確認したところ、新規開拓の営業をやってほしいとのこと。社会に出て約20年間、内勤中心のクリエイティブ仕事だけをやってきた私にとって、営業のやり方についての知識や経験は全くのゼロでした。

こんな時は、経験豊富な上司の有り難いご指導を仰ぎたいところですが、残念ながら新規開拓の営業を経験している者は、社内には1人もいません。ここで初めて知りました。既存客へのルート営業と新規開拓営業は、同じ営業仕事でもまったく性質が違うということ。さらに、新規開拓営業の知識や経験がある営業マンは、意外に少ないという事実を。

ぼやいていても何も解決しません。給料をもらっている限り、結果を出さないと社内で居場所がなくなります。重い腰を無理矢理上げて、営業活動に出かけました。が・・・全く誰にも相手にされません。そもそも初対面の段階で、相手に興味を持ってもらえないのです。いきなり気の利いたトークでもできればいいのですが、長年職人仕事をやっていた上に、元来口ベタな私には無理な注文なのです。

そこで考えました。営業が一番初めに使うツールは「名刺」です。でもその名刺に書いてあるのが、聞いたことがない社名と、どんな仕事をしているのかわからない肩書き、そしてどんな人なのか全くわからない人の名前のみ・・・これでは相手が反応してくれなくて当然です。反応してもらえない理由が無いのですから。そこでデザインのフォーマットが決まっている会社の名刺を、許可も取らずに勝手に改造しました。これが私の「しゃべる名刺」への第一歩でした。

### ●失意のどん底から生まれた「しゃべる名刺」

しばらくして、会社の方針と自分のスタイルに決定的なズレを感じ、何の用意も計算もなく、39歳という中途半端な年齢で突発的に独立開業。会社の看板すら無くなった状態では、当然仕事なし、金なし、相変わらず人脈もなし・・・まったく仕事とれず、大ピンチに陥りました。

当時の私には、大阪に建てたばかりの住宅ローンがあり、東京の家賃とダブルで毎月払っていたのです。加えて生まれたばかりの娘と、二歳の息子を抱えていました。ここまでふがいない状態になると大阪から呼び寄せたばかりの妻にも、心配をかけたくないので相談できません。

その時の私が唯一持っていたものは、貯金が底をつくまでの一ヶ月という「時間」だけでした。そこで私は、朝から晩までドリンクバーのみでファミレスにこもり、これから何をすべきかを模索し始めたのです。

収入が無いという恐怖も、自分の力だけで商売することの難しさも、想像以上でした。夜もなかなか眠れません。何で仕事とれないのか？ どうしたら良い仕事ももらえるのか？ そもそも素の自分はどういう人間なのか？ 自分は何ができるのか？ お客様や社会にどんな貢献ができるのか？ それをどう伝えればいいのか？ 来る日も来る日も、ファミレスのウエイトレスさんに、怪しい目で見られながら考えたのです。

自分自身に投げかけた問いに答えるためには、自分が持っている全ての知識を、今こそフル活用しなければなりません。心理学やランチェスター戦略、マーケティングの知識などを総動員して、一つ一つの問いに答えを出し、文字にしました。それらの全てを落とし込む為に選んだツールが、やはり「名刺」だったのです。想いの全てを、自分が持っているモノの全てを、名刺に語ってもらおうと思ったのです。これが「しゃべる名刺」の完成した瞬間です。

ご覧の通り「しゃべる名刺」は、8面で構成された文字だらけの名刺ですが、やみくもに文字を多くして、8面にすればいいというものではありません。大量の文字量を活かすポイントや各面の果たす役割、折り方の意味、相手に印象づけるためのフックの設定等、この名刺のすべての要素に理由があります。

### 【あらゆる業界で実証された「しゃべる名刺」の実績】

今ではこの「しゃべる名刺」そのものが私の商品の一つになっているのですが、私自身この名刺を使い出してから、こんな事が起こりました。

- ・こちらから話しかけなくても、話しかけられることが多くなった。
- ・社交の場に対する苦手意識が無くなった。
- ・名刺交換後に、先方から連絡が入るようになった。※今まで一度もなかった。

- ・名刺が一人歩きし、初対面の方に「貴方のこと、知ってます」と言われることがある。
- ・ほとんど会話をしていない方に、名前を覚えてもらえることが多くなった。
- ・支援、応援してくれる人が増えた。
- ・自分と合う相手を、瞬時に見分けることができるようになった。
- ・名刺交換するだけで、仕事が入ってくるようになった。
- ・いい人と、いい仕事ができるようになって、仕事が楽しくなった。

眉にツバをヌリヌリしている人もいるかもしれませんが、これは僕が体験したことの一部分です。何より名刺がきっかけになって展開した、その後の自分の人生の変化に、自分自身が一番驚いています。

実際に私は、名刺以外には営業ツールを何ももっていないので、TV取材まで受け、今回のように書籍出版にまで発展した今のビジネス環境は、全て名刺がきっかけになって出来上がったと言えます。その証拠に、独立四年目を迎えた私は、未だにホームページすら持っていないのです。※2008年6月現在 2008年12月公開予定 [www.kotodama-m.com](http://www.kotodama-m.com)

名刺を変えただけで、いったいどれ程の変化や効果が見込めるのか？ その実例を少しだけ披露させていただきます。私の経験上「しゃべる名刺」は、下記のような業界の方々に様々な効果をもたらしています。

実例1／高額商品を扱っている営業職の方（住宅業界や、金融業界、車業界の方等）

ある保険営業マンの方は「しゃべる名刺」を使うことで、短期間に100名の見込み客を獲得しました。

実例2／差別化が図りにくい商品を扱う業界の方（印刷デザイン業界や士業の方等）

ある印刷会社の若手営業マンは「しゃべる名刺」によって苦手な飛び込む営業で実績を上げました。

実例3／認知度が低い商品を扱う会社の方（ベンチャー企業の経営者の方等）

脱サラ直後のある若者は「しゃべる名刺」で多くの人脈と独自性の強いビジネスを生み出しました。

実例4／良い商品なのに、売り方がわからない方（職人仕事の方や、営業が苦手な方等）

ルート営業専門のある方は「しゃべる名刺」をきっかけにして、提案営業ができるようになりました。

実例5／お客様に人間性や信頼性を、強く求められる方（医療業界の方等）

ある歯医者さんは「しゃべる名刺」を集患ツールや、ご紹介カードとして活用されています。

この「しゃべる名刺」の正式名称は「言霊名刺」（コトダマメイシ）といいます。「言霊名刺」の名前の由来は、長年デザインの仕事をしてきた私が常々感じていた「言葉の持つ力」です。

言葉は場合によっては、たった一言で人の命を奪うことも、救うこともできてしまう力を秘めています。そんな強力な力を持つ言葉の存在は、うまくビジネスに活用できれば当然効果が上がります。そんな素晴らしい言葉の力を「言霊」と表現したのが由来です。

よって「しゃべる名刺“言霊名刺”」の主役は、写真でもなくデザインでもない、「言葉」そのものなのです。ではどんな言葉を、どうやって名刺に盛り込んでいけば、効果抜群の「しゃべる名刺“言霊名刺”」ができるのか・・・？ その答えを、この本の中で出来る限り解説しました。

「しゃべる名刺“言霊名刺”」は、あなたの人と成りや想い、仕事内容や提案など、本来営業トークで話すべき事を、あなたの代わりに相手に伝えてくれる、小さくてかわいいけど、やり手の相棒です。実績についての詳細は第5章で詳しく述べますが、この名刺は、セカンド名刺としても好評で、すでにあらゆる業界で成果を出し続けています。

本書では私のビジネスの生命線である「しゃべる名刺“言霊名刺”」の作り方を披露させていただきます。自分らしいスタイルでストレス無く、楽しく仕事ができるビジネスパーソンが、沢山生まれることを期待しつつ・・・