

知恵と創意で
明日の集客を
考える！

実践！入校生アップ

お役立ちニュースレター

2008年

5月号

発行／教習所総研 代表 川崎広之
〒736-0085 広島市安芸区矢野西3-63-3
電話 082-888-3875 FAX 082-888-7840
Eメール：kyousyusyo_souken@ybb.ne.jp

●このニュースレターは、全国の自動車教習所640校に無料でお送りしています。

この世で一番営業に向いていない人

〇さんという人がいます。
ベテランの指導員さんです。
年齢は40代後半。
教習はとても熱心な人です。

ただ…〇さんはとても無口な人で、会社にいる時はほとんどしゃべらないのだそうです。ある幹部の方によると、ひとことも話さない日もあるという話でした。

そんな〇さんが、なぜか営業の担当になりました。

それまで営業を担当していた方が定年を迎え、一線から退くことになり、その後任に抜擢されたのです。経緯はよくわかりませんが、〇さんから「私でよければ手伝います」と手が上がったそうです。

実は、〇さんが手を挙げる前に、何名かの指導員さんに打診したそうですが、みんな固辞したといいます。その背景はこうです。

この教習所での営業担当の仕事は、取次店と呼ばれるお店などに指導員さんがパンフレットを置いてまわる段取りをしたり、大学生協との窓口になって免許説明会を開いたり、大型免許のお得意さんである事業所に、年に何回か訪問したりすることでした。

その教習所では、これまで指導員さんが直接的に募集にかかわることはありませんでした。そんなことをしなくても、多くの大都市近郊の教習所がそうであるように、立地環境が抜群によかったからです。唯一、指導員さんに義務付けていた取次店に対するパンフレットの補充も、ほとんど放ったらかしの状態で機能していませんでした。

ところが昨年、方針が変わりました。指導員の営業に対する取り組みが見直されることになったのです。経営者が少子化の進展や“免許離れ”に危機感を抱いてのことです。

とは言え、大都市周辺で経験の全くない指導員さんに訪問営業を強要しても、失敗するのは火を見るより明らかです。

そこで、営業の中心をポスティング活動に限定しました。しかも、営業色の強いチラシ等は一切入れずに、原則として交通安全に関するニュースレターを定期的にポストに投函することにしました。

ところが…どういう訳か指導員さん達の間で「今年から営業担当は個別訪問をしなければならぬらしい」という噂が広まり、みんなこぞって拒否反応を示したのです。以前から営業に協力的だった指導員さんでさえ、「やりたくない」と言い出す始末でした。

そんな中、手をあげてくれたのがOさんだったのです。

しかし、ある幹部の方が言いました。

「うーん…O君は指導員一筋、まじめ一徹、言ったことはちゃんとやってくれるんですが、営業となると話は別です。以前、大型免許を取りにきてくれる事業所にいっしょに行ったことがあるんですが、O君は一言もしゃべりませんでした。世間話ができないんです。生協の窓口としても、そんなことではちょっと務まらないような気がします」

つまり、営業には全く向いていない人材という評価でした。

さて、そんなOさんといっしょに、先日ポスティングに行ってきました。まだ慣れないということもあって、幹部2名（内1名が運転手役）とアシスタント役の新入社員、そして私とOさんという5人の陣容です。

都市近郊の場合、困るのが駐車する場所がなかなか見つからないことです。また、路上駐車に対する取締りも田舎とは比べ物にならないくらい厳しいため、私たちが周っている間も、運転手は車ですっと待機しておく必要があります。

従って、私たち実働部隊は適当な地点で降りて、周辺一帯をポスティングしてまわり、終われば駐車地点に戻ってくるという段取りになります。そのため、歩く距離は地方に比べるとうんと長くなります。

インターホンを押しながらの訪問に比べると、ポストに入れて歩くだけですので気は楽のように思うかもしれませんが、警戒色の強い都市近郊では違った意味の緊張感を強いられ、体力的にも気力的にも慣れない人にとっては意外に大変なのです。

さて、当のOさんですが、車での移動中、幹部の方の言う通り、黙ったままほとんどしゃべりませんでした。

ふと、運転手役を買って出てくれた幹部の方が、私に質問しました。

「川崎さん、ポスティングは資料をポストに入れるだけなんでしょうけど、もしも誰か外にいたりしたらどうするんですか？」

至極まっとうな質問です。

ポスティング先の住人がすべて不在、または家の中にいるとは限りません。中には、近所の奥さん連中と井戸端会議をしているところに遭遇することもあるでしょうし、お父さんが庭仕事をしている可能性もあります。

私は、いや～心配は全く無用です♪といった軽い口調で手短かにこう答えました。

「その時はこう言ってください。『交通安全の呼びかけにまわっています』と」

車は、最初のポスティングエリアの近くで停車し、私たちは降りました。

いよいよ、実働部隊の行動開始です。

静かな住宅街に、ポストに資料を入れる音が響きます。平日ということもあって、人の姿はほとんどありません。私たちは順調に任務をこなしていきました。

少し慣れたかなと思った矢先のことです。

Oさんが資料を入れたお宅で、動きがありました。中にいた若い男性がポストに投げ入れる音を聞いて、窓ガラスごしに我々を見つけ、玄関から出てきたのです。

「何を入れたんだ！」

その声に反応したOさんは、玄関に後戻りしながら、その若者に言いました。

「交通安全の呼びかけにまわっています」

よく聞こえなかったのか、男性が「は？」と聞き返します。Oさんはもう一度、今度ははっきりと大きな声で言いました。

「交通安全の呼びかけにまわらせてもらっています」

それを聞いた男性は黙ってうなずいて、そ

のまま家の中に入っていました。

私は、この時のOさんの反応を見て少し驚いていました。しばらくして、同じような事がありました。木造の小さな家のポストに資料を入れたとたん、今度はおじいさんと思われる方からこんな声を浴びせられました。

「何いれたんじゃ！」

Oさんは、落ち着いた口調で、「はい、交通安全の呼びかけにまわらしてもらっています」と言いました。やはり素早い反応でした。

すると、そのおじいさんは、こんなことを言ったのです。

「交通安全？ああそう。…最近バイクで若い奴が無茶しとるからバンバンやったって」

なんと激励の言葉を掛けてくれたのです。

Oさんは、車に戻って、運転手役の幹部にその出来事を報告していましたが、その後でふとこんなことをつぶやいたのです。

「…魔法の言葉ですわ」

さて、Oさんのつぶやいた言葉の真意はまた後で解説するとして、我々のポスティングエリアは住宅地から、今度はマンション群に移ってきました。さて、ここで質問です。

都市近郊のマンションでこうした活動をする場合、とても対応に苦慮するケースがあるのですが、それは何だと思えますか？

「対応に苦慮？ひょっとしてオートロックかな？」

なるほど、ナイスな着眼点ですね。しかし、ポスティングはポストに入れば目的は達成できる訳ですから、オートロックであるかどうかはさほど問題ではありません。問題は、そのポストの前に立ちはだかる“何か”です。

「ポストの前…あっ、管理人さん？」

正解です。マンションの管理人室を突破するのが難関なのです。

下手にチラシを入れようものなら、管理人さんは烈火のごとく怒ります。まあ、「ポストに無断でチラシを入れるべからず」という貼紙がでかでかと貼ってあるにもかかわらず、チラシを投函しようとする訳ですから、怒るのも無理はありません。それに、チラシが投げ込まれたことが住人に知れると今度は管理人さんが怒られることになりますから、ポストの前にでんと仁王のように立ちはだかるのもわかる気がします。

ということで、今度はOさん、マンションの管理人室突破に挑んだのでした。

私たちが近づくと、管理人さんは不審者を見るような目でギロっと睨みました。

ここで、Oさんは言います。

「すみません。500号室のOOさんに交通安全の呼びかけの資料を届けに来たんですけど、よろしいでしょうか？」

管理人さんは、Oさんの顔を見つめながら、すぐに「ああ、そう」と言って通してくれました。なんとOさんは、管理人室という難関もあっさり突破したのです。

車に戻って、そのことを幹部の方に報告したOさんは、また同じことを言いました。今度は少し大きな声で。

「…魔法の言葉ですわ」

もうおわかりでしょう。“魔法の言葉”とはいったい何を意味するのか？

そうです。「交通安全の呼びかけにきました」という何の変哲もない言葉こそが、営業を嫌う住人や管理人の警戒感を瞬時に解く、“開けゴマ”＝「呪文」だったのです。

そして、Oさんこそ、その呪文を見事に操ることの出来る最高の適任者だったのです。

私は言いました。

「Oさんはひょっとすると世界で一番営業

に向いていない人かもしれません。1年前なら私も無口で愛想の無いOさんの営業担当
抜擢には反対したでしょう。でも、今は違います。どこから見ても営業マンには見えない、
邪念が全くない純粋な指導員さんだからこそ、交通安全の呼びかけという言葉にも説得力が宿るのだと思います」

聞くところによると、Oさんは言葉数が少なく、気の利いたことは言えないものの、やるべきことはコツコツと継続して実行することができる人なのだそうです。まさにこうした指導員さんこそがこれから目指す「営業」には最適な人材なのです。

ところで…実は、別の教習所でも最近こんなことがありました。

卒業生のお宅に『再会教習』の案内をしに行った時のことです。出てこられたお父さんに、指導員さんが「もしもお子さんが運転に対してちょっとでも不安をお持ちであれば、1時間無料で教習をします。いつでもご連絡ください」と言うと、お父さんは目を丸くしてこう言ったのでした。

「あんたら、1円の儲けにもならんのにこんなことしとんのか？」

指導員さんが真面目な顔で、「免許を取った後、事故を起こしていないかが一番気がかりなものですから」と言うと、お父さんは、
「へえ～！！そりゃあご苦労さん！」

と声を上げ、痛く感心した様子でした。

損得抜きで実践する「交通安全の呼びかけ」に対して、驚きと感謝の気持ちをストレートに表現されたのです。

こうした訪問活動に従来の“営業力”など全く必要ありません。指導員として、生徒さんの安全運転や無事故を願う気持ちがあれば、また、地域の交通安全を願う気持ちがあれば、指導員のまま訪問することで、お客様に喜んでもらうことができるのです。

私は、こうした訪問を通じてお客様が喜ん

でくれる場面を何度も見るにつけ、「地域の交通安全センター」という言葉について何か“引っかかり”のようなものを感じます。

自動車教習所は“地域の交通安全センター”だと言います。

ところが、私の経験では、卒業されて免許を取った生徒さんに対して、教習所ぐるみで交通安全の呼びかけをしている教習所など、これまで見たことがありません。もちろん、幼稚園児や小中学生に対して行う「交通安全教室」が“地域の交通安全センター”としての立派な役割であることは否定しません。

しかしながら“地域の交通安全センター”というからには、本筋としては、地元の卒業生に対して指導員さんが行う安全運転の呼びかけこそが最も地域の交通安全に寄与するのではないかと思うのです。

ではなぜ、そうした活動をする教習所が存在しないのでしょうか？答えは簡単です。する余裕も必要もなかったからです。

指定自動車教習所制度がスタートしたのは昭和35年だそうです。モータリゼーションという追い風の中で、免許取得人口は爆発的に増えました。ただし教習所は、“地域の交通安全センター”ではなく、ただ単に免許を取らせる場所に過ぎなかったのです。

少子化の進展に加えて、今度は“免許離れ”の時代が到来しました。おそらく業界では、目先の生徒獲得に躍起となり、ダンピングや値引き合戦が過熱してくるでしょう。

しかし、断言します。

最終的に勝ち残るのは間違いなく“地域の交通安全センター”としての役割をきちんと担う教習所です。なぜならば、それこそが真の“営業力”をもたらしてくれるからです。

指定制度から48年。およそ半世紀もの“恵まれすぎた”時を経て、やっと教習所業界は本来の役割を果たすべく、スタートラインに立つ時が来ているのです。 感謝