



2,000人以上の営業研修で見出した、人生に大切なこと。 「感動・喜び・感謝」を軸に伝えていく豊かな心の社会とは？

こんにちは！サポート委員会の岡崎智紀です。第5回立志財団会員ロング・インタビュー。

今回は株式会社研修舎、QM-East 代表取締役の藤原 格（ふじわら いたる）さんです。本質的な人間力を磨く営業研修から、多くの人の心を豊かにしていくビジョンについて語っていただきました。

「感動・喜び・感謝」で琴線を震わせる

—まず、現在のお仕事について教えていただけますか？

藤原：はい。株式会社クオリティマネジメント（QM）という人材育成の会社に入社しまして、5年前にグループ内で独立し QM-East の代表として経営者や営業幹部向けの研修を行なっています。2年前には株式会社研修舎として法人化しました。入社してからの個人の実績ですと約 2,000 人の研修実績があります。やっていることは一貫して B2B の業績を上げるための研修ですが、肝になるのは「感動・喜び・感謝」ということです。

—「感動・喜び・感謝」ですか。

藤原：どこの会社も商品には自信があるけど、同じような営業をやっているとどこが良いのかわかりませんよね。なので、商品以外のところで差別化しましょうと。心の琴線に触れるようなアクションを起こして「あなたから買いたい！」と思われるような関係を作り、与え続けることで関係性をキープする。相手から選ばれるための工夫で人間力を磨いて行く。そんな本質的なスタイルを愚直に続けています。

例えば、最近では法律事務所様でもお話しさせてもらっているのですが、法律事務所ってトラブルありきでマイナスをゼロにする側面が大きいじゃないですか。でもそれだと差別化にならないので、ゼロをさらにプラスにする。ここに相談に行ったら勇気が出てきた、そういう事務所を目指しましょうと。それが「紹介」につながって来ると思います。私も個人的に使ったことがあります（笑）弁護士選んで難しいんですよ。そういう時に心理的に垣根の低いところだと良いですよ。例えばウェルカムボードがあって「岡崎様いらっしゃいませ。なんでもご相談下さい」

と入口に書いてあったら来てよかったと思いますよね。交渉能力が高いだけでなく、親しみやすい人を目指して行く。そういったところが会社全体から滲み出ているのが大事です。時間はかかるかもしれないけれど、それが本質的なことだと思います。我々の研修のベースには帝王学があるんですが、具体的には「与え続ける」ということです。結局与え続ける者が与えられるんです。それは、人間はいいことをしてもらうとお返ししたいという本能があるからなんです。そういう本能的なものを刺激するのが私たちのやっている「喜びの帝王学」だと自負しています。

人生は営業の連続

—人材育成に興味を持たれたきっかけについて教えてくださいませんか？

藤原：不動産会社で働いている時、ハワイで不動産バブルという時代、日本の不動産が高くなってしょうがない時期があったんですが、現地法人で責任者をやっていました。すると時々掘り出し物みたいな物件が出て来るんですが、当然早い者勝ちなんですよ。それを誰に紹介しようか考えた時、お客様は頭の中に何百人と浮かぶんですが、やっぱり自分に近い人に紹介するわけですよ。「藤原さん、ゴルフ行こうよ！ご飯行こうよ！」って言ってくれるような。



そう考えたとき、水面下でそういう機会損失がいっぱいあることを実感しちゃったんですよ。ご鼻屑をいただいているかどうかで人生の結果って変わってくると。それが今の「感動・喜び・感謝」によって琴線を震わせて相手に選んでもらう世界に繋がったというのはありますね。

⇒⇒裏面に続く

業者だけでなくお客様も選ばれないと損をする。それでご
最良と言うものに興味を持ちました。好かれたものが勝ち
なんだと。

会社の中でも、好かれている人間の方が協力って得られや
すいですよね。「生まれてから死ぬまで営業の連続だ」つ
て私は言っているんですが、それは何かを売ったり買っ
ただけでなくて、例えば赤ちゃんがオギャーと泣いてミルク
をせがむ。これは赤ちゃんの命をかけた営業なんです。
小学生になれば勉強やお手伝いを頑張ってお小遣いを上
げてもらうとかね。自分の意図するものに向かって知恵を
絞る営業の連続なんです。そう考えると、円滑な人間関係
を築いて自分の魅力を発揮できるかと言うのはとても大
切なことですね。

伝えることへのジレンマと想い

—ご自身のビジネスでの苦労について教えてください。

藤原：無形の商材なので中々わかってもらえないというこ
とですね。相手の心に響くような説明をしないと理解して
もらえない。「感動だ喜びだそんなのくだらない」、という
人もいます。それよりも辛いのが、「そんなのもうやって
いるよ」「やっていることの確認になりました」という人
です。自己流の解釈だけじゃなくて、もっと深くやらない
といけないよ、というジレンマがあります。



—身近な言葉だからこそですよ。

藤原：学びの世界って難しいことを難しいまま説明して
いるんですよ。その方が格調高く見えますからね。でも本物
の人っていうのは、素人にも、小学生にも噛み砕いて説明
できる人たちなんですよ。

「与え続けること」についても、「私はこれだけ出来てい
ます」と言っただけで傲慢になってしまう。もちろん指導はす
るんですが、どちらかというと教えるよりは育てる。育て
るよりは伝えるという表現が腑に落ちています。

—言葉選び一つから想いを表されているのですね。

藤原：そうですね。自分が学んだこと、大切だと思うこと
を教えるというよりは伝える。そうして一緒にやっ
て行くよ！というスタンスであろうと思っています。ノ

「豊かな心の社会」を実現するために

—今後の展望について教えてくださいませんか？

藤原：この2～3年のスパンですと、企業の顧問ですね。
「感動経営顧問」として動けるだけ動く。その後で、学生
の方面や海外も考えています。弊社の研修ではテクニック
と心の分野の両方をやりますので、日本史の経営や営業に
学ぶ意識のあるアジアや欧米では需要があるのを手応え
として感じています。

そこから先は教育に軸足を置きたいと考えています。私の
真志命は「感動・喜び・感謝の先にある豊かな心の社会の
実現」なんですが、今はビジネスの研修ですけれど、もっ
と大きなところ、人間力を高めて豊かな人生を実現しまし
ようというところに向かいます。なので、若い人たちにも
っと伝えていけたらというのは凄くあります。「就活営業
力」という言葉を勝手に作っていますが、企業に選んでも
らうには自分の魅力をいかにわかってもらうかですよ。
それは突き詰めると自分の想い、真志命のような、何のた
めに生まれてきたのかということを確認しなければい
けないのかもしれない。

—伝える人を経営者以外にも広げていきたい。

藤原：そうですね。掛け算でわかってもらえる人が増え
たらと思います。それから本も書いています。実はもう『ビ
ジネスマネジメントダイエット』という本を出していま
す。残念ながらビジネス書って競合が多すぎて売れない時
代ですから、当たり前では売れないだろうということであ
れど、ちょっと変化球なタイトルにしていますが、2冊目こそは直
球の本を出したいなと思っています。本質的なものが自分
の武器だとわかっていますから。自分の表現したいものを
文章で伝えなければと思います。

インタビューー：岡崎智紀

戦略発想を育てあげ、お客様に喜ばれながら 成果をあげる！「セールス革命・SL戦略会議」

「想・行動・結果が変わる」

感動経営革命セミナー兼説明会を開催します！

①自発的に動き出す ②行動が変わる ③お客様に選
ばれる。3つのポイントから人財と組織の育成につ
いて紐解きます。詳細は下記QRコードから。

