【第三種郵便物認可】

日経産業新聞

名刺交換とは 戦いの場なり

東京都千代田区〇一〇一〇
〇三一〇〇〇〇一〇〇〇〇

新年度入りで、新しい部署名や肩書が入った名刺を手にしたビジネスパーソンは多いだろう。新入社員のほとんどにとっては初めての名刺。何気なく繰り返す名刺交換だが、相手に自分を印象づけるまたとない機会だ。オフィス用品通販を手掛けるベンチャー企業、カスタネット（京都市）社長の植木力さん（47）は「名刺交換は戦いだ」と主張する。

自分売り込む極意あり

植木さんは五年前、勤めていた大日本スクリーン製造の社内ベンチャー制度に応募して起業した。工場で購買、開発管理などに従事してきたが、営業経験はゼロ。「何をすればいいのか分からなかったが、とにかく自分の会社を売り込まないと始まらない」と自己アピールに知恵を絞った。

名刺交換の場で相手の話を聞くだけ聞いて、自分が話をする機会がほとんど無いこともある。植木さんは「その名刺交換は〝負け〟」という。

カスタネットという社名から業務内容を想像しにくいため、当初は名刺交換のたびに丁寧に説明していた。しかし、会う人ごとに同じ話を繰り返すのも大変だ。そこで名刺の裏面に事業内容を書くことにした。

植木社長の名刺の裏側にはシールが張られている㊤。2枚目に使う名刺サイズのカードはボランティア活動の取り組みを紹介

シールにカード アピールで勝て

印刷だとデザインを変更しにくいため、シールを作って張ることにした。これが大成功。初対面の人と名刺を交換し、いきなり裏面を見る人はまずいない。シールだと、「名刺を手渡した時に指に引っかかり、裏面にシールが張ってあることに気づいてもらえる」。

こうなれば話の主導権を握ったも同然。「事業内容までは無理でも、名刺交換をしたという記憶は相手に残る」

植木さんは本来の名刺のほかに、いくつかの名刺を用意している。そのひとつが、会社で取り組むボランティア活動を紹介した名刺と同サイズのカードだ。

自分を覚えてもらっても、こちらが相手の名前を覚えていないこともある。向こうから「先月はどうも」とあいさつされたのに、もう一度名刺交換をするのはばつが悪い。そんな時、植木さんは名刺入れにしのばせたカードを使う。

自分が名刺入れを取り出せば、相手も名刺を差し出す。名前を確かめると同時に、「当社はこんなこともしているんです」と宣伝も始められる。相手に「おやっ」と思わせれば、「二回目の名刺交換も勝ち」。

カスタネットの植木力社長は名刺交換の際、会話の主導権を得るために知恵を絞る

《ポイント》
名刺交換、こうすれば自分を印象づけられる

話題の主導権を握れる名刺を作ろう
自分のことを話す機会がない名刺交換は「負け」

一目で事業内容を表現する
イラストを使って分かりやすく

名刺交換時に裏面まで見てもらう工夫を
印刷ではなくシールを張るのも手。手渡したときに指にひっかかる

いくつかの種類の名刺を使い分ける
本業以外のボランティア活動などを記した名刺サイズのカードを準備。実質的に2回、名刺交換できる

渡した名刺を机の中に埋もれさせない
「名刺入れに入れておいてください」と書いておくと、意外に効果的

TPOに合わせて
葬儀の受付では「お悔やみ申し上げます」と印刷した名刺を

服装が名刺交換の効果高める場合も
会合の雰囲気や会う相手に応じて服装を変えると、与える印象が違ってくる

せっかく配ったカードが相手の机の中で埋もれてしまわないような工夫もしている。名刺ですらいったんファイルに入れられると、ほとんど目に触れられなくなる。カードだとなおさらだ。

植木さんのカードには「名刺入れに入れておいて下さい」との一言が添えてある。名刺入れに入っていれば、「何かの機会にオフィス用品の注文をもらえる可能性がある」という作戦だ。

でも、本当に効果があるのか。植木さんはある忘年会でこのカードを配ってみた。名刺交換が増える年末年始が過ぎても、「ほとんどの人の名刺にカードが残っていた」という。

TPOによる名刺の使い分けにも注意している。自己アピールにはシール名刺が威力を発揮するが、葬儀などの受付で差し出すのにイラスト付きでは都合が悪い。

創業直後、取引先の部長が「お悔やみ申し上げます」と印刷された名刺を持っているのを知った。「こんな名刺を使っている人がいるとは」。驚いた植木さんは同様の名刺を作って持ち歩くようになった。

◇

カスタネットは〇五年十二月期まで三期連続の増収増益。名刺の威力だけではないだろうが、名刺交換を真剣勝負の場と考える植木さんの迫力が好業績につながっているのは確かなようだ。

（塚越慎哉）

服装も工夫し 印象より深く

「名刺交換の達人」である植木さんは服装にも細心の注意を払う。それが名刺交換をより印象深くする効果を生む。

植木さんは異業種交流会への積極参加を心がけている。起業家ら若い世代が中心の交流会で、こんな光景を目にした。ラフな格好をした参加者が多い中、スーツ姿の男性がぽつんと一人。「若い経営者は見た目で『自分とは違う世界の人』と思ってしまう」と植木さん。これでは名刺を配るどころではない。

植木さんは会合の主要な参加者層に合わせ、着替えてから出席することにした。ある土曜日。植木社長は四十―五十歳代の経営者が参加する朝食会にスーツ姿で出席。昼の交流会にはノーネクタイで、夜はラフなスタイルでと服装を変える。時には車の中で着替えることもあったという。

会の雰囲気に服装を合わせるが「自分の色は出した方がいい」。植木さんは「ピンクが似合う」と褒められた経験から、意識してピンクのワイシャツやネクタイなどを着るようにした。同系色を着続ければ、新参者でも覚えてもらいやすい。

何度も顔を出しているうちに、「こちら京都の植木さん」と参加者がほかの参加者に紹介してくれるようになればしめたもの。そこで名刺交換すれば、威力は一段と高まる。