

ユーモア
メリット
商い編

空気づくりが最初のステップ

サロンワークにおいて、お客様との会話ややり取りの中に笑いがあり、和やかな雰囲気であることにはメリットが多い。お客様との距離が縮まって信頼関係が生まれ、ひいては顧客単価のアップにもつながるからだ。ここでは、笑いのコミュニケーションを追求しているプロに「笑い」がもたらす商売上の利点と、そのために必要な考え方や姿勢を教えていただく。

笑いの前に大切なこと



相手に「反応がいい」と感じさせ、心を開いてもらうに必要な3つの要素「表情」「リアクション」「声のトーン」。自分が思っているより大きく表現することがポイント。にこやかに挨拶し、声は少し高め、相手の話にリアクションをとること。すると、「仕事を楽しんでいる」と思ってもらえることができ、その結果、「この人となら」と信頼してもらえ、いい商いにつながる。

笑わせることはあくまで結果！ それが生まれる空気づくりが大切

芸人という、人を笑わせるプロだった殿村政明さんが主宰するコミュニケーション講習の受講者は、多種多様な業種にわたる。会社経営者、営業マン、学校の先生、エンジニア、そして美容師…。みな「笑い」によってコミュニケーションスキルを向上させるべく参加するが、意外にも『笑わせる』という教え方はしていないという。

「笑わせるというのは、笑いが生まれる雰囲気がそこにあって初めて自然に出るもの。それにはまず相手の心を開く、相手がものを言いやすい状況をつくるというのが大切。つまり『つかみ』です。」

相手の心をつかむのに大事なこととして、殿村さんが挙げるのは「表情」「リアクション」「声のトーン」の3つだ。

「自分が話をしたとき、相手の反応がいいと自然にもっと話したくなって、結果会話も弾んでいきますよね。無表情でノーリアクション、声のトーンが低いと、話す方は気持ちが萎えて話す気持ちのなくなってしまう。コミュニケーションが苦手と思っている人の多くは、自分の反応が乏しいことに気が付いておらず、無自覚のうちに『エコモード』なコミュニケーションをしているんです。本来、コミュニケーションとはエネルギーを使うもの。それを惜しんでは、笑いが生まれる前提としての空気をつくることはできません。」



(株)ヒューマンコメディックス 代表取締役
笑いのコミュニケーションプロデューサー

とのおむら まさあき
殿村政明さん

19歳でオール阪神巨人に弟子入り。その後、吉本興業の所属タレントになるも、相方の事情でコンビを解散し、ハウスメーカーの営業職へ転職。笑いを武器に成績トップに上り詰める。その経験をもとにコミュニケーションスキルアップのための教育プログラムを開発。現在は個人や企業を対象に、講習や研修をおこない、「笑いのコミュニケーション」を広めるべく精力的に活動。



笑いを科学的にとらえ、笑いのメカニズムを活かしたコミュニケーション術をレクチャーする「笑伝塾」。塾形式で少しずつステップアップしていくコース制。個人向けのほか、法人向けプログラムもある。



マニュアルどおりではない接客から生まれた 自然な笑いのお客様からの信頼の証

よく「自分は何見知りだから」「おもしろい話ができないから」と、コミュニケーション下手を性格のせいにする人もいますが、それは違うと殿村さんは言う。

「特別楽しい話をするわけでもないのに、その人がいるだけで場の雰囲気が楽しくなる・明るくなるという人がいますよね。そういう人は表情やリアクションがいいんです。コミュニケーションは向き・不向きではなく、やるかやらないか。才能の有無は関係なく、やろうという気持ちがあれば、誰でも修得できるスキルなんです。」

相手が心を開きやすい土壌ができたところで、初めて「笑い」を仕事に生かすという次のステップに進むことができる。

「笑いが生まれるためにはメリハリが大事。丁寧で礼儀正しい場面と、ちょっと崩してプライベートを見せる場面のギャップが、相手のガードを下げます。それができると、無理なくても自然と笑いが生まれるのです。失礼があつてはいけない、とマニュアルどおりの接客や受け答えをしていたり、当たり障りのないことしか言わないと、相手には可もなく不可もない印象しか残せない。それでは相手の信頼も信用も得られません。」

無理に笑いを取ろうとするのではなく、相手が話しやすい空気があつて生まれる自然な笑い。それこそが「商いに活かせる笑い」と言えるだろう。