

効果的なビジネスコミュニケーション —ダイヤモンド買付け商談の英語と総合力—

小郷次郎

Effective Business Communication

Jiro Ogo

発表の趣旨

発表者の私はダイヤモンド海外買付け業務をインド、イスラエル、ベルギーで過去20年以上にわたり従事した。

ダイヤモンド買付けでは、まず日本の得意先を訪問して要望品の注文を受けた後、海外買付け現場ではいかに要望通りの品をリーズナブルな価格で仕入れなければならない。そのためには、現地サプライヤーとの効果的な商談が効を奏する。仕入れ現場では、ダイヤモンド・グレーディングの4C、つまりClarity(透明度), Color(色), Cut(カット), Carat(カラット)の4つ「C」で総合的な品質判断を瞬時にすることが要求される。この判断を基礎にして価格交渉する。価格交渉では「yes・no」をはっきりさせ、相手の質問には迅速な意思決定で回答することが不可欠である。「考えておく」では他の買付け人に適品を買われてしまうことになる。

買付け現場での状況を対話例と共に提示し、効果的なビジネスをするための総合力について考察する。

発表内容

1. 取引交渉の5つの流れ
 - 1.1 Proposal、Inquiry、Offer、Counter offer、Acceptance
 - 1.2 口頭による契約成立とMazal
2. ダイヤモンドの名称と評価表現、4C、専門用語
 - 2.1 名称と評価表現：table, facet, polish, girdle, culet, pavilion
 - 2.2 4Cとは：鑑定に関する表現について
 - 2.3 専門用語について
3. 買付け交渉現場の英語についてのKey phraseを中心とした表現事例と考察
 - 3.1 Proposalでの文例「最高のできばえ」
 - 3.2 Inquiryでの「取引諸条件」

- 3.3 Offerでの「オーダー」「カラット表示とその語源」
- 3.4 Counter offerでの「～してもよい」「婉曲・丁寧表現としての仮定法」
- 3.5 Acceptanceでの「receiveとaccept」
- 4. 商談のコツ
 - 4.1 失敗例について
 - 4.2 成功例について
- 5. 総合力
 - 5.1 総合力とは
 - 5.2 交渉能力について
 - 5.3 交渉成立と信頼関係について
 - 5.4 迅速な意思決定と行動力について
 - 5.5 お客様第一主義と現場体験について
- 6. まとめ

1. 取引交渉の5つの流れ

1.1 Proposal, Inquiry, Offer, Counter offer, Acceptance

- ・ **Proposal**(勧誘)：海外業界・専門誌等にサプライヤーは広告掲載している。又は現地で信頼・信用できる(reliable and trustworthy)取引先としてカタログで写真を入れ図解をして商品の特長や業界の推薦団体名を紹介している。買手(buyer)として数あるサプライヤーの中から適切な取引先として探し出し選定することになる。
- ・ **Inquiry**(引合い)：Enquiryとも言う。サプライヤーの出した価格・見積もり・数量・納期・支払条件等の詳細の問合せをする。バイヤーとして何をどのくらい買いたい希望品を用意しておいて下さいと依頼する。現地ではその要望品をあらかじめ用意して待っていることになる。
- ・ **Offer**(申込み)：サプライヤーとして引合いの内容に対して具体的に品質・価格・数量・納期・支払条件について提示することをOfferという。Offerを現地に行きそのまま承諾すれば契約は成立するが実際上、ほとんどありえない。買手としてはいかに安く仕入れるかである。仕入れに際してサプライヤーが用意したダイヤモンドを10倍(10 times magnification)のルーペで拡大して検品する。必ず検品結果を尋ねられるのでそれに応じる。

バイヤーのダイヤモンド評価(Diamond grading)能力が発揮できる場面である。

offerを拒否すると「What makes you think so?」と必ず理由を聞かれる。こちらの反応が欲しいのである。はっきりとその理由を言わないと相手は引き下がらない。具体的に品質を指摘する。例えば「私の要望はVVS、VSでGカラー(4Cで後述)クラスのダイヤモンドロットでありこのロットではSIが含まれて不満である」と理由を述べロットでの「clarity(透明度)」についてあやふやにせず明確に理由を述べる。理由としては他に要望品の品質条件(Quality)数量条件(Quantity)価格条件(Price)等を説明し、時にはその背景の日本の市場や消費者の購買意欲等を説明する。こうした説明でバイヤーとしてどんなものを買付けに来たか当方の意図を理解してもらえ。その結果それなりの対応をきちんとしてもらえ、適品が期待できる。このあたりのコミュニケーションが十分でないと、こちらの意図に反した品質のロットを持って来る。まずこちらの意図が伝えることで

将来のビジネスを確定する。

- **Counter offer** (反対申込み) : 買手が**Offer**を承諾せず部分的変更を条件として新たにサプライヤーに申込み。これを**Counter offer**と呼ぶ。**Counter offer**は先の**Offer**は消滅し、新たな**Offer**が発信されたとみなす。つまり初めにオファーを受けた者 (**Offeree**) が立場を代えて今度はオファーする者 (**Offerer**) の立場でサプライヤーに新たなオファーをするという解釈である。
実際にはサプライヤーの面前で検品して、不適品を省く (**reject**) ことで内容変更して適品のみを買いたいと新たに申し込むことが反対申込みである。その結果変更に伴う価格交渉が焦点となる。実際はサプライヤーの方から買手に対して「あなたの**Best price**はいくらか」とまず尋ねてくる。それに対してバイヤーが即答し価格交渉が始まる。
交渉の過程ではいかに効果的に「バイヤーとしての**Best price**(最良な値段、最低価格)」をサプライヤーに伝え、その値段で買付けることが焦点となる。価格交渉の駆引き (**Bargaining**) が始まる。双方が繰り返し反対申込みをすることになる。最終的に双方が互いに譲歩し妥協しながら歩み寄る。
- **Acceptance** (承諾) : サプライヤーとバイヤーの一方が示した反対申込みを最終的に受入れ承諾となる。「このダイヤモンドを買います」という意思表示をすることにより契約が成立する。無条件に承諾することが**Acceptance**である。意思表示方法は口頭である。

1.2 口頭による契約成立とMazal

契約は口頭でも成立する。必ずしも文書として作成しなければならないということではない。

その内容に関しては後日の紛争を避けるために交渉終了後に買付けるダイヤモンドの数とその重さを再チェックする。チェック後に重さの単位であるCarat (ctと略して記入) とダイヤモンドの数を畳紙(たとうしParcel paper : ダイヤモンドが入っている白い紙包)の表面に記入する。中身の内容を明確にするための方法である。そして畳紙をセロテープで厳重に封をして保管する。

ユダヤ人は取引がまとまり、交渉が終了し契約成立になったときマザール(Mazal!)と言って握手をする。マザールはヘブライ語で「幸運」を意味する。日本にはこの慣習を現す言葉も概念もない。強いて言えば「契約したのであるから契約は守れ」のような意味である。

2. ダイヤモンドの名称と評価表現、4C、専門用語

2.1 ダイヤモンドの各カット面の名称と評価表現 : table, facet, polish, girdle, culet, pavilion

• Table

Table not parallel to girdle (テーブルがガードルに平行でない)

Table not octagonal (テーブルが8角形でない)

• Facet

Unequal sizes of opposing facets (向かい合っているカット面が同形でない)

• Polish

fair (visible under 10X)

poor (obvious under 10X)

very poor

extremely poor (seriously affecting brilliancy)

• Girdle

The girdle surface is slightly rough (きめのあらいガードル)

Slightly bearded, severely bearded (ひげ状のガードル)

Thickness of the girdle : very thin, thin, medium, slightly thick, very thick extremely thick

• Culet

Abraded (すりへっている)

slightly large, extremely poor (seriously affecting brilliancy)

• Pavilion

pavilion : too deep

2.2 4Cとは：鑑定に関する表現について

4CとはDiamond gradingでのClarity (透明度) color (色) Cut (カット) Carat (重量)

• Clarity : L-N-S-N (location-nature-size-number) により決まる。

Five conditions are considered to determine clarity grade : location, nature, size, number

Flawless (FL) : free from all internal or external blemishes or faults of every description (外側、内側から見ても疵がない)

Internally flawless (IF) : 内側には疵がない

VVS1 : very (extremely) difficult to see with 10x loupe

VVS2 : difficult to see with 10x loupe (10倍のルーペ : 10 times magnification 10倍に拡大)

VS1 : slightly difficult see with 10x loupe

VS2 : somewhat easy to see with 10x loupe

S11 : easy see with 10x loupe

S12 : very see with 10x loupe. Sometimes visible to the unaided eye.

I1 : difficult to somewhat easy to see with unaided eye.

I2 : easy to very easy to see with unaided eye and/or cleavage that affect durability

• Color (D~Zまでmaster stoneで比較してチェックする)

There are 23 possible color grades for diamonds ranging from D, which is colorless to Z, which is obviously colored.

• Cut : tableは53%~57%

There are possible cut grades : Table, Crown angle, Girdle thickness, Pavilion, Symmetry, Culet, Polish

• Carat : Unit of weight, 0.2 grams equal to 1 carat

2.3 専門用語について

Graduate Gemologist : 宝石鑑定士。アメリカ宝石学会(GIA)公認の鑑定士資格

Diamond grading report : ダイヤモンド鑑定書

Evaluate the stone : 宝石を評価する。

Identify the stone : 鑑別する。

Inspect the stone : 検品する。

- Inclusion : 内包物
Included crystal : 内包結晶
Extra facet : 余分なカット面
Cloud : 雲状内包点群
Feather : 白い羽毛状の割れ目
Rough girdle : きめの粗い(あらい)ガードル
Rough : 原石。研磨、加工していないもの。「Rough diamond, Rough sapphire」と次に具体的な宝石名をつけて「原石の」と形容詞として使ってもよい
Nick : ごく小さな疵
Chip : 大きい疵
Cavity : カット面にできた穴、くぼみ
Scratch : 表面にみられるひっかき疵
Color grading : ダイヤモンドの色を評価する
Master stone : 比較石。色を評価し正確に見分け際を使用する。評価づけをしようとするダイヤモンドを比較石の左又は右において両者を比較する。
Carat : キャラット。ct表示する。1ctは0.2グラム。
Parcel paper : 畳紙(たとうし)。ダイヤモンドが入っている白い紙包(parcel)
Consignment : 委託販売契約による輸入。海外の委託者がダイヤモンドを提供して受託者である日本の業者が日本国内で販売する。販売に際してはダイヤモンドと共に送られてくるインボイス価格に適切な利益を受託者側が上乘せして販売する。海外の委託者にはインボイス価格を送金する。受託者としては品物を借りて販売し売れ残ったダイヤモンドは返送する。資金なしで輸入できるメリットがある。信頼関係のある海外委託者と受託者の商取引である。

3. 買付け交渉現場の英語についてのKey phraseを中心とした表現実例と考察

3.1 Proposalでの文例「最高のできばえ」

Supplier : Our products are of excellent craftsmanship of cutting and finishing. They are second to none in quality.

(当社の製品はカットと仕上げの技術がすばらしく、品質ではひけをとりません)

The quality of our product is better than that of any others.

Any order you may give us will receive our most careful attention.

(当社にくださる一切の注文は最大限、念入りに手当て致します)

craftsmanship : (職人の)技能,技量,熟練

be of excellent craftsmanship : theは付かない。

second to none : 勝るとも劣らない。

attention : 「注意」「心をくばる」「手配」の意味。文脈から判断する。

3.2 Inquiryでの「取引諸条件」

Buyer : The color range is from F to G, but we are much more concerned with clarity.

We focused on clarity.

Buyer : I am interested in 3ct size or bigger of VS and VVS.

The best price , please.

Buyer : We would appreciate it if you would give us your terms and conditions of business.

(貴社の取引諸条件を頂ければありがたく存じます)

貴社からの明細の返信を依頼する仮定法の婉曲丁寧表現。

Terms and conditions of businessについて

出荷、数量、価格等に関する取引条件。Termsは支払いや値段等の金銭に係わる条件を表す場合が多い。複数形で用いる不可算名詞。支払条件をTerms of payment, Payment terms という。期間や用語などの意味では加算名詞で用いる。Conditionはそれ以外の条件。

3.3 Offerでの「オーダー」「カラット表示とその語源」

Supplier : We have received several orders from you for these items.

The price is US\$1,000 per ct.

(当社は貴社からこれらの品のいくつかの注文受けています。カラットあたり千ドルです)

Supplier : We can offer you a wide range of sizes

オーダーについて

Orderは「注文」「注文品」「注文書(Your Order No123)」の意味があるので文脈で判断する。その他の意味として「状態」The goods arrived in good order. (good condition) 指図人「order bill of lading (指図人式船荷証券)」指図書「delivery order (荷渡指図書)

1カラット当たり(Per ct)の価格とその語源について

ダイヤモンドの重さはctで表示する。取引はカラットあたりの価格で表示する。At US\$100 per ct というと「1ctにつき100ドルで」例えば1.1ctのダイヤモンドは全額で\$110となる。1ctは0.2グラムで日本では1909年にダイヤモンドの重量単位となった。その語源となったのはイナゴ豆(carob bean)である。これはマメ科の植物で長さやの中に堅い種が入っており動物の飼料や時には食用にされる。英語でキャロブ、アラビア語でキラット、中世ラテン語ではカラタスと呼ばれている。種の重さが常に0.2グラム前後なので商人が宝石を計量するための量りの分銅としてイナゴ豆を使用。そこからカラットに転じたとされる。日本ではあまり目にはしないが乾燥させるとチョコレートの味がする。子供のおやつや菓子の材料として地中海沿岸地域で売られている。

Itemは商品より品目に近い。

Supplier : This item is not available now, because The manufacturer has discontinued the production. How about the alternative product?

Supplier : I can give you a 10% discount on all the list prices.

List price : 表示価格。価格表(price list)の中に表示された値段

3.4 Counter offerでの「～してもよい」「婉曲・丁寧表現としての仮定法」

Buyer : It's too yellowish and the girdle is too thick. But the symmetry is excellent.

It is slightly higher in price.

Buyer : I am willing to take 20 pieces out of this lot if you make the price \$300.

Be willing to 「～してもよい」について

上記最初の文では色についてはかなり黄色がかっている(ダイヤモンドは一般に黄色がかると価格が下がる)ガードルが厚い(厚いとcutが悪いことになる)ことを理由として少々高いことを伝える。次の文で必ずしも自分から積極的に買いたい意向ではなく価格を300ドルにすればという条件を提示して買ってもよい、全面的に気に入って買うのではない。条件付でどちらかというところ「買ってもよい」として商談の方向を探っていく。駆け引きの際、条件をつける場合にBe willing toはよく見られる表現。不満な点もあるが相手側の要請に折れ条件付きで受諾する。

上記の文ではlotから20個の適品を抜き取る(take 20 pieces out of this lot)。残りのダイヤモンドは除外して拒否する。適品以外を拒絶し除外ことをreject。名詞ではrejection。当然価格に影響する。100%満足いくLotには今までお目にかかったことがない。

従って最初から「We are pleased to～、We are glad to～、We are ready to～」の表現はなかなか使えない。Lot: 畳紙(たとうし: parcel paper)の中身全体をさす。

Buyer: We hope this alternative idea will prove acceptable to you.

(当社は本代案が受入れられるようになることを望みます)

Buyer: Our offer will be the last one we make at this price level.

バイヤーは最後のこれ以上譲れない価格を提示するがサプライヤーとして提示された価格では歩み寄りがむずかしくなると他のロットを見せて以下のように丁重な「依頼」表現で迫ってくる。

Supplier: We would appreciate it if you would let us know whether you are interested in this item.

ビジネス英語では非現実を示す仮定法は通常用いられない。過去形を用いた婉曲・丁寧表現であると考えられる。appreciate は他動詞なので次に必ずitを入れる。itはif以下を指す。

Buyer: We have no objection to accept your offer as long as your stones turn out to be suitable for the Japanese market.

(貴社のダイヤモンドが日本市場に適したものとわかれば申し出を受諾することに反対はしません)

このようにCounter offerを繰り返すことで双方が歩み寄る。

3.5 Acceptanceでの「receiveとaccept」

Supplier: We would give you the best price if you could accept this counter offer.

Supplier: We wish to continue long lasting business relations.

Buyer: We are sure that we can expect the continuing and constant order if you can guarantee the quality.

(ダイヤモンドの品質を維持することで継続的な取引と今後の見通しを伝える)

Supplier: We understand, Mazal!

サプライヤーは条件を出して探りを入れてくるのでバイヤーとしてはまさに適品ならばpayment by cash(現金払い)ではどうかと条件をつけ決断を迫る。こうした効果的な交渉に持っていくのもひとつの方法である。

Mazalとは商談がまとまり取引成立の際にマザールといって握手する。

receiveとacceptについて

counter offerをaccept(承諾)するとは貴社が出した値段で「買いますよ」という意思表示であり自己の態度決定である。

手紙等での連絡でのやり取りの受取りました(received)があるがこれは受取った事実がある。内容

までは見ていない状態である。receiveした後、その内容を検討して受諾したならばreceived and acceptedとなる。

4. 商談のコツ

4.1 失敗例について

評価技術、態度、交渉中の雰囲気のにまれてしまっは失格

・評価技術

体格のよいあご髭の大男のサプライヤーが2人で売りに来る。「これ以上の良い品質のものはない。この価格はreasonableである。他にも売り先がある」と言って迫るがあわてふためくようだったらまずい。買付け人としては、4Cに基づきはっきりと疵(きず)、色、カット等を指摘して評価した結果を伝えること。ダイヤモンド評価の知識、バイヤー経験が試されている。初期の頃の買付けでは目の前に置かれたダイヤモンドの品質評価(grading)に失敗し高く買わされてしまった。要は瞬時にいかに正確に評価しbest price を伝えることである。

・非言語の部分である顔色、態度、交渉中の雰囲気

要望品に近い品が目の前に置かれても即「買います」では「心の内」を見抜かれ相手のペースにはまってしまい、高く買わされてしまう。そのあたりの「商談のコツ」がある。いつも冷静な心で判断することが大切である。経験不足だった頃の私は雰囲気のまれ、冷静さを失ってしまった。顔色一つ変えない冷静沈着なタイプではない私は適品がくると嬉しくなって顔の表情に表れる。相手はすばやく非言語の部分の表情やしぐさを適確に読み解き、「相手の顔色」「相手の目」と「雰囲気」で推測する。表情ひとつで心の中まで見られてしまう。

日本から来たこのバイヤーは必ずこの品を買おうと判断すると「Best price」はなかなか出してこない。相手に読み解かれられないためにはバイヤーとしては買うそぶりを見せず最後までこちらの本音を出さずにできれば「ポーカフェイス」を装う方がよいが、これがむずかしい。

慣れないと見抜かれてしまう。現場経験を積むことでだんだん慣れていくしかない。

一方では信頼できそうな相手方に対しては「熱意」を知らせ「貴方の品に関心がありますよ」と伝える。そのため、その場で日本の得意先(Regular customer)に国際電話を入れて得意先の仕入価格を再確認する。通常、売手から買手に「Best priceを出してくれ」と聞いてくるので当方の利益を含めた価格を売り手に伝える。最終的にはこちらの出せる「Best price」を粘り強く伝える。

「Best price」は可能な限りいい価格を意味する(貿易用語辞典)。買手は最低価格(The lowest price)を希望する。サプライヤー(売手)にとってはそれ以上負けられない価格がベストプライスとなる。

4.2 成功例について

代案(Alternative idea)

「Best price」を相手が出さない時は交渉が長引く。そんな時は代案(Alternative idea)を提案し、持ってきた「他の品も買います。このロットに関しては数量を多くし即現金で支払います」等条件に盛り込んで歩み寄る。単に相手の申込みを拒否するのではなく自分のペースで有利に何とか買付けを達成する。

商談プロセスで相手が多弁になった時(攻撃の時)は引き下がって待ち、一段落して相手が冷静に

なった時「ポツリと言う」方が効果的である。双方から互いに言い争いをしたら、まとまるものでもまとまらない。商談では相手の出方を見て相手の話を聞く。

本題から一時離れて他の関連する商談をして方向を変えるのも一つの方法である。最終的には結論を翌日に持ち越すこともある。こうした商談の姿勢は現場経験を積むことで慣れていく。本を読んだり人の話を聞くことで身につけることはむずかしいかもしれない。現場経験が何よりも大切だ。現場は能力を引き出してくれる。現場は教えてくれる。

現場で慣れることで譲歩すべき時は譲歩し、いつも心の余裕と自然体で問題解決ができるようになる。

5. 総合力

5.1 総合力とは

顧客や市場に関するしかも生きた情報力、国際的なビジネス経験に裏付けられたノウハウ、高い専門性、国内外の取引先との間で今まで培ってきたこと、これらを統合することで生まれるカタチのないものが総合力である。

この総合力が意思決定や問題解決力となる。困難な状況や交渉は総合力を活用して適格な判断をする。失敗もあるがその時は、その失敗を糧にして次回に備えるしかない。

失敗から危機管理、問題処理能力を身につける。失敗からresilience(立ち直り・回復力)と変化に対応できる柔軟性(flexibility)を身につけ将来乗り切るための糧にする。現場経験を積み重ねることでスペシャリストとしての基礎を作る。

それが次の手を考え実践する交渉能力に役立つことは言うまでもない。ダイヤモンド買付けという専門分野で自己の能力を磨き深めることができた。専門分野で培ったのは状況把握、判断力である。これが総合力につながる。スペシャリストという枠を越えてあらゆる場面で応用、活用ができる総合力になる。総合力でお客様との対話を効果的にする。それが売上実績を作るのに役立つ。総合力は私の財産となっている。

5.2 交渉能力

現地サプライヤーに接触し自らの責任(at my own risk)と判断で動くビジネス経験を通じ判断力、行動力も磨かれ交渉能力が培われる。商談・交渉と一般的に言うが、「negotiate」は「to confer, bargain or discuss with a view to reaching agreement」である。「Bargaining」は「to discuss or dispute terms of selling, buying, etc.」市場取引での駆け引きのやり取りであると言える。値引きを要求して条件(terms)について合意に至るまでの商談がダイヤモンド買付活動スタイル(Buying style)である。商談は駆け引きを伴う。「押ししたり、引いたりすることで有利に交渉を進展させる」ことである。柔道でいえば「押してダメなら引いてみて相手を崩して、自分の得意技をもってゆき一本を狙う」感じである。合意に至って商談がまとまり、めでたくMazal!(ヘブライ語で幸運を意味する)と言って握手をする。

5.3 交渉成立と信頼関係

同じサプライヤーとの商談が数回にわたりその結果、取引が成立すると両者に信頼関係ができる。特に商談は信頼関係「relationship of trust」が肝心。その根底をなすのがintegrity(信義誠実)だ。Make no promise you can't deliver. Integrity is the bases for trust(できない約束はするな。誠実でなければ信頼

は得られない)肝心なのは一心入魂と一念を貫く意志(will to win)をもって商談する。It's up to the buyers to keep the passion alive and make it grow.

(情熱を持ち続け膨らますのは買付け人の責務)

交渉は相手があって成立するものである。相手を敵とたとえるならば孫子の言葉に

「Sun Tzu said, “If you know the enemy and yourself, you need not fear the result of a hundred battle.”」(敵を知り己を知れば百戦危うからず)「敵を知る」これは戦いに勝利をもたらす鉄則だ。敵という表現は過激である。商談を成功に導くという目的に置き換える。「相手を知り己を知って」課題と目標を明確にして戦略(strategy)を立案し、戦術(tactics)を固める。戦略とは商談のアイデアとしかるべき行動をとるためのもの。戦術とは具体的、実践的に確信をもって実行するためのもの。どうしても欲しい品を信頼できるサプライヤーから購入したい場合は現場から日本の得意先に即電話して詳細情報を迅速に電話で伝える。自分が一心入魂の精神で本気である姿勢を見せる。日本の得意先と話す時は上手にニーズを引き出すことも忘れてはならない。具体的には現場で見た珍しいダイヤモンドカットや製品のトレンドで新しいデザイン価値があると判断したら分析、判断しその情報を提供する。得意先に新商品の開発の糸口を作ってもらうためだ。

5.4 迅速な意思決定と行動力

発表者(私)の場合はベルギーへ2ヶ月に一度単身出張する買い付け業務に従事したが、要望品がいつもベルギーにあるとは限らない。適品がない場合は自分の判断で、アンテナを広げイスラエル、インドの業者に連絡をとる。少しでも可能性がある生の情報提供に接すると好奇心(Curiosity)がかき立てられる。そして現地に飛ぶ。世界には適品は必ずあるという想いを諦めず持ち続ける持続性(persistence)と強く思っていれば何とか適品に出会う心境である。

心の中では日本のお客様のため何とかしなければの心境である。もうすでに適品を買付けた「I've got it」というある種の楽観性(optimism)が宿っているかもしれない。次の行動は世界を視野に入れイスラエル、インドへ飛ぶがこれらの国でのビジネスが100パーセント成功し対処できる保証はない。リスク覚悟である。失敗して何か失うよりも新しく得られる何かにかけてみる冒険心(Risk-taking)で現地に飛ぶ。現場では思っていない日本のお客様に見せると興味を示すような思いがけない品を発見することもある。決して要望品ではないが状況に応じて柔軟性(Flexibility)を発揮し買付ける。緊張感の中での仕事だが交渉の場でひるんではいられない。交渉に失敗すれば、なぜ失敗したか帰国後問われる。スリリングでありながらも私にしかできないことを信念を持ってどこまでも探っていく。失敗を生かして次に成功に結ばばいいのである。

5.5 お客様第一主義と現場体験

買付け現場で実感した生の情報や新しいデザイン価値のあるものを把握し独自の分析をする。その内容を国際電話でお客様に伝える。日本のお客様が求めているモノ(ニーズ)と、その潜在的欲求レベルの願望(wants)段階までも聞き出す。つまりお客様自身でさえ気づいていない心の奥で求めている需要を引き出す。そして現場情報を組み合わせることが新製品を開発するヒントになる。何をどのように提案すれば「売れ筋商品」となり買っていただけるかを自分なりに創意工夫して整理する。

そして未来への確信と未来への希望(bullishness in the future)を抱き未来操作型の行動をする。提案が受け入れられてお客様に感謝され信頼を勝ち得れば更にやりがいを感じ、お客様のために精いっぱい

い誠実に良い買付けをしなければという使命感(sense of mission)が湧いてくる。スペシャリストとして適品をreasonableな価格で買付けることができる能力が高まり買付け能力も一層深めることができる。

適品を買付けお客様に喜んで頂き顧客満足(Customer Satisfaction)を得る。結果としてお互いにメリットがある。win-winの関係になる。顧客満足が実現するとリピーター(継続購買者)になり継続的に購入してくれるので売上げが確保できる。初期の頃は目に見えた仕事の広がりや伸びはなかったがこうした努力を続けていたらある日突然仕事も拡大したのである。

お客様に一旦信頼されると後の業務は順調に運ぶ。経済指標には投資利益率ROI(Return on investment)があるが、ビジネスは信頼を基本としているから(Return on integrity誠実の見返り)と言えるかもしれない。現場体験を積み重ねた経験が自然と総合力となってゆく。

仕事に誇りを持ち能力を最大限に活用できるようになるとついに天職を見つけた(I finally found my calling.)という気になる。お客様のために尽くすことはバイヤーとしての冥利に尽きる。(There is no greater calling than to serve my royal regular customers as a buyer.)

6. まとめ

日本の文化や言語的習慣では、時には「相手にはっきり断るのは失礼なこと」と思っている場合もなきにしもあらずで、断るとき遠まわしに言うのかもしれない。これをそのままの英語で表現すると、あいまいな内容の返事となる傾向になり、誤解を招く場合がある。あるいは、億劫で返事を出さないでいると、無礼な人と思われる。日本人同士の商談なら、経緯や担当者の様子から結果を察することもできるが、以心伝心(wordless communication by reading each other's mind through observation of surrounding environment)は外国人には通用しない。

従って相手が外国人の場合には、明解かつ迅速なコミュニケーションで「yes・no」をはっきりさせるように心がけることだ。

買付けではベルギーに適品がなければ冒険心でイスラエル、インドへ飛び、試行錯誤(Trial and error)と悪戦苦闘(hard time)で粘り強く、その過程では悲観的にならずいつも前向きな姿勢を崩さず何とかなると思い、臨機応変に行動しようやく要望品の獲得に成功する。現場では正確な状況把握、判断力をすることは言うまでもないが誤った判断で失敗して思いがけない品に出会い新商品の開発の材料となったこともある。人間万事塞翁が馬。災い転じて福となる。(An evil may sometimes turn out to be a blessing in disguise.)現場では失敗にこだわらず柔軟に対応する。買付けという現場経験で判断能力を磨き高めることができた。

以上述べたように大切なことは希望を持ち好奇心 (curiosity) 持続性・粘り強さ (persistence) 楽観性 (optimism) 冒険心 (risk-taking) 柔軟性 (flexibility) を駆使すると現場は能力を引き出しどうしたらよいか教えてくれる。

現場経験で専門分野を鍛えたおかげでスペシャリストとしての基礎がかたまった。商談のむずかしさも理解できるようになり商談のコツも自分なりに会得することができた。次にどうやって取り組んでいけばよいかという青写真ができたのは現場経験のたまものだ。こうして学んだ知恵が役立つ次のステージで総合力として完成する。課題と目標を明確にして戦略を立案し、確信をもって実行する。孫子の言葉にある「敵を知り己を知れば百戦危うからず」「Sun Tzu said, "If you know the enemy and yourself, you need not fear the result of a hundred battle."」で恐れることはない。自然体で行

動できる。

交渉の場でひるむことがないのは30年余りの柔道修行で培った「自然体」と「ねばり強さ」も知らず知らずのうちに総合力となって影響しているかもしれない。

イスラエルの取引先から言われた言葉は「いい時も悪い時も、その姿勢を貫くことだ(Both in good times and bad times, behave the same way.)」そして仕事に対する姿勢は「フロンティア精神、信頼はそれが私の源である。いつも変わることなく持ち続けることだ。(Frontier spirit and trust have been the source of my growing. I will keep them alive in my mind.)」

仕事は準備段階で決まる。準備していたからこそチャンスが来た時には「何とかなる」のである。

まさに心がちゃんとなされたところにチャンスは訪れる(Chance favors the prepared mind.)

参考文献

1. G.I.A.編「Gems & Gemology」 2006
2. Diamond：徳間書店 2007
3. G.I.A.ダイヤモンド辞典：G.I.A.Japan 2001
4. 橋本光憲他「実践国際ビジネス教本」：(財)世界経済情報サービス 2005
5. 岡本憲将「宝石の常識」：双葉社 2001
6. 石田貞夫「貿易用語辞典」：白桃書房 2002
7. ジェトロ編「実践国際ビジネス教本」：(財)世界経済情報サービス 2005
8. 長野格他「商業英語クエスチョン・ボックス」：大修館書店 1990
9. ジェトロ編「最新輸入ビジネス」：(財)世界経済情報サービス 1998
10. 岩田裕子「21世紀のジュエリー」：柏原書店松原

小郷 次郎（おごう じろう）

学習院大学卒業後、米国で宝石鑑定士資格G.G.(Graduate Gemologist)取得。日欧の貿易商社にて一貫してダイヤモンド買付け海外市場開拓、国内販売取引に従事する。買付け国はベルギー、イスラエル、インド等。その後日本貿易振興機構(JETRO)所属。国際交流部アドバイザー業務やジェトロシニアトレードアドバイザーとして宝飾品の対日輸出有望品発掘専門家派遣事業に従事しタイ、韓国のサプライヤーを訪問し市場調査・対日輸出促進セミナー・製品改良指導・サンプル収集・サプライヤーの開拓に携わる。

現在、中小企業基盤整備機構で国際化支援アドバイザーとして中小企業経営者に輸出入の海外取引業務アドバイスに従事。「貿易実務」「貿易英語」を大学、専門学校で教える。英検面接委員、ジェトロビジネス日本語能力テスト面接委員。