

# 顧客心理を読み取る技術！

## 【耳を澄ます、心を澄ます】

こんにちは。

阿川佐和子さんの『聞く力』は150万部を超える大ベストセラーになりました。むかしから聞き上手はもてはやされますが、「聞く」とは実に奥が深い行為です。

「カクテルパーティー効果」と呼ばれる現象をご存じでしょうか。街の雑踏や騒音の多い場所では、となりの人の話し声すら聞き取りにくいことがあります。ところが、そんな状況でも自分の名前を呼ばれると、その音だけは自然に聞き取ることができます。ほかにも自分が興味を持っている人の話や知っている人の声も、やはり雑音をすり抜けるようにして耳に入ってきます。注意を向けさえすれば雑音の中でも特定の音(声)を聞き取ることができ、注意をそらすと雑音に入り交じって聞き取れなくなってしまう。そこには「聞こう」とする自分の選択的な意識が働いています。これがカクテルパーティー効果です。

妻：「昨日言ったでしょ」

夫：「いや、聞いてないよ」

妻：「私、絶対に言ったわよ」

夫：「おれは絶対に聞いてない」



こんなケンカをしたことはありませんか？

妻は確かに言ったのに、夫は聞いた覚えがないと言う。これはカクテルパーティー効果の逆パターン。つまり夫は「聞こう」という意識で妻の話聞いていなかったため、聞いたけれど覚えていないのです。「聞いたつもり」では「聞いていない」と同じことですが、「聞いたつもり」でその場をやり過ごすことはあるでしょう。何でも真剣に聞いていたら身が持たないのは確かなので、聞いたつもりでもかまわない場面は多々あります。しかし、もちろん大事なことで「聞いたつもり」ではうまくありません。

「耳を傾ける」「耳をそばだてる」「聞き耳を立てる」「耳を澄ます」など、「耳」に関する日本語の言い回しにはユニークなものがたくさんあります。「こうやって人の話を聞かないとちゃんと聞き取れませんよ」という、先人の知恵と教えでしょうか。また、「耳」を「心」に替えてみると、「(話し手に)心を傾け」「心をそばだて」「(相手に注意を集中させ)心を澄ます」となり、真剣に話を聞くことの本質がよりわかってきます。

真剣に話を聞くことは相手を大切に思うことに通じています。そして人は、その真剣さを敏感に感じ取るものです。顧客の話をごどんな態度で聞いてきたか今一度、思い返してみてください。耳と心をしっかり使って真剣に話を聞いてきた顧客とはより良い関係が築けているのではないのでしょうか。

ところで、凶星を突かれるとイラッとします。耳の痛い意見や自分とは違った考え方を素直に聞き入れるのは難しいものです。けれど、本当に必要なことは他人の口を使って伝えられる場合がよくあります。素直に聞けないときやつい反発してしまうときは、とても大事なメッセージがあなたに届けられようとしているのかもしれない。イラッとしても少しだけ相手の話の耳を澄ましてみましょう。耳を澄ませれば心も澄みます。澄んだ心で顧客と接すれば関係は良好なものになるのではないのでしょうか。