

“たった10分”でダントツ最下位から全国1位へ

営業は最初の10分で決まる

2026年
10月14日発売

株式会社あさ出版(代表取締役:田賀井弘毅、所在地:東京都豊島区)は山崎雅行著『営業は最初の10分で決まる』を2026年10月14日(水)に発売いたします。

“伝説の営業マン”のオープニング10分の使い方

「こんなはずじゃなかった……」。入社して半年以上1件も契約が取れず、ダントツ最下位。ひたすらアポどりをしても、必死にプレゼンを練習しても、なかなか最下位を抜け出せなかった著者が、あることに気づき、実践してからというもの、破竹の勢いで全国1位になり、「伝説の営業」と呼ばれるまでになりました。その後、店長となり、部下を導く立場でこの方法を伝え、みるみる成果が上がっていきます。その魔法の営業ポイントが、「最初の10分」です。

本書では、実体験に基づいたエピソードとともに、「最初の10分」すべきこと、そのために必要なことを紹介。「初回営業の最初の10分」で、お客さまの心をつかみ、「君に決めた」と言われる営業を目指す一冊です。

タイトル: 営業は最初の10分で決まる

著者: 山崎雅行 ページ数: 200ページ 価格: 1,760円(10%税込)
奥付発行日: 2026年10月25日 ISBN: 978-4-86667-852-8
※価格は発売時点の予定価格です。変更となる場合があります。

【目次】

- 第1章 なぜ、営業は「最初の10分」で差がつくのか
- 第2章 お客様は「会った瞬間」から営業を見ている
- 第3章 お客様に興味を持たれるための“質問力”
- 第4章 「信用」を「信頼」につなげる営業の雑談
- 第5章 「また、あなたにお願いしたい」と言われる営業がしていること

【著者プロフィール】

山崎雅行(やまさき・まさゆき)

M&M connect代表 営業研修講師

1972年、島根県生まれ。鳥取県在住。中京大学卒業後、大手住宅メーカーグループで26年間、住宅営業に従事し、3,000組を超えるお客様と接してきた。個人としてグループ内の年間受注棟数全国1位を2度獲得し、所属営業所でも全国1位を経験。29歳で店長に就任する。その後、地域商社の役員を経て独立。営業一筋30年の経験から、成果を左右するのは、商品説明や巧みなセールストーク以上に、出会って最初の10分で相手との距離を縮め、安心して本音を話せる関係をつくることだと確信。その経験を独自の「初回接客10分メソッド」として体系化。現在は全国の企業で営業研修や講演を行い、お客様から「あなたにお願いしたい」と選ばれる営業の育成に力を注いでいる。



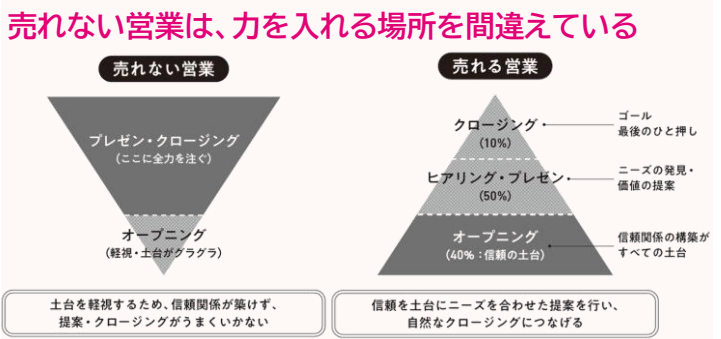
お客様の決断は、最初の 10 分から始まっている

営業成績が悪く悩んでいる方向けのセミナーでお話すると、必ずと言っていいほど、最後にお客様の背中を押す言葉、決めゼリフを知りたがります。

残念ながら、必ず売れる「決めゼリフ」などありません。信頼関係ができていなければお客様の心には届く言葉はありませんし、安心できる空気をつくれないうまま説明に入ると「売り込まれている」と感じて心が離れてしまいます

営業の仕事は「オープニング、ヒアリング、プレゼン、クロージング」の4つで構成されますが、オープニングで「この人なら話してもいい」と思ってもらえる関係を築いて初めて、ヒアリングや適切な提案が可能になります。

お客様の決断は、クロージングの瞬間に突然生まれるものではなく、最初の10分からすでに始まっているのです。



第一印象を作る「5つの力」

人は、初めて会った相手を「感じがよさそうな人」「少し話しにくそうな人」と、出会い頭のわずか数秒で無意識に判断しています。心理学では、最初に得た情報がその後の印象に影響を与えることを「初頭効果」と呼びます。だからこそ、最初にどんな印象を持ってもらうかが重要なのです。

- ① **見た目の力**(清潔感のある身だしなみや服装が整っているか)
- ② **挨拶の力**(「こんにちは」を添える会話のきっかけ)
- ③ **笑顔の力**(お客様を歓迎する気持ちが表情に出ているか)
- ④ **目の力**(アイコンタクトで相手への関心を示しているか)
- ⑤ **リアクションの力**(頷いて話しやすい空気をつくっているか)

この5つは、特別な話術やテクニックではありません。誰でも意識すれば今すぐできます。姿見に映る自分を見て、「この人なら安心して相談できそうだな」と思えるかをお客様の立場で考えるのです。鏡の中の自分に対してそう感じられたなら、目の前のお客様もきっと同じように感じてくださるはずですよ。

人は「自慢」と「不満」を話したい

場を盛り上げようとして一生懸命話しているのに、なぜか盛り上がらない。そんな経験はありませんか？このような時、あなたは「雑談できている」と思っているけど、お客様はただ聞かされているだけ、という状態になっているかもしれません。本来、雑談は「自分が話すため」ではなく、「お客様に話してもらうため」の時間だからです。

人は基本的に、自分の話をしたいものです。もっと言えば、「自慢」と「不満」には、その人が大切にしていることが表れます。

自慢には「認めてほしい」、不満には「わかってほしい」という気持ちがあり、どちらにも「自分のことを受け止めてほしい」という思いが込められています。

営業としては、お客様の自慢は認め、不満は受け止めます。「すごいですね」「大変でしたね」と返すだけで、お客様は気持ちよく話すことができます。

特に最初の10分という距離を測っている時間に出てくる何気ない言葉を軽く流さず受容することが、お客様との関係を強める重要なポイントです。