

## **Basic Japanese Customer Relations**

For real business

Many Kiwi companies are doing businesses with and building relationships with Japanese customers. Many of them have made their customers' unhappy with a series of similar issues. If you make customers unhappy, this is in effect destroying your business. The key is to learn the nature of Japanese business, and always remember that the customer is always right..

It is not only the Japanese that are a mystery to foreigners.. For all nationalities, foreigners are a mystery. Kiwis are mystery for American people and Spanish people do not understand the Germans.

Yes, the Japanese culture is very different from the culture in other Christian countries and other Asian countries. Therefore, many problems have occurred between Japanese companies and foreign companies.

In this short note, I'd like to suggest some basic advise regarding Japanese customers.

1. "You are enough."
2. A customers' smile means they are tired
3. An optimistic opinion can make customers angry very easily.
4. The issue is not only price
5. Never state "it is hard to understand"
6. The confidence of the highest quality country
7. Never say that "I know the Japanese"

1. "You are enough" (please do not visit again!)

In dealing with Japanese customers, you are the foreigner. Customers can find it difficult meeting with people who cannot share their common values and understanding of common sense and theory of Japanese (business) culture. They get tired of teaching the Japanese way to foreign suppliers (except maybe staff at Japanese trading companies like Mitsubishi, Itochu). Customers believe that "Suppliers have to learn and follow the customers' way". Therefore, the customers' will to buy would be spoiled when they feel it necessary to explain the Japanese way of doing business to you. Customers may ask themselves "why we should teach him/her?" The following thoughts then come to mind "You are enough. Please do not come back again!" They never say this to you directly, but they will advise your Japanese colleague with an expectation that the comments will reach you. I regret to say, in this situation, your importance in Japan would be walking ad board for commercial presentation.

2. A customer's smile means they are tired

Do not trust a customers' smile 100%. Sometimes their smile is the same as Buddha's abandonment smile. The customer may smile nicely to you sometimes when they feel tired about your quality and your logic and explanation. In this case the smile means "bugger".

3. An optimistic opinion can make customers angry very easily.

The first word to customers if there is a complaint must be "We are sorry", even if you do not have direct responsibility for that issue. You must never never say, "70% of them are within specification" etc. The apology must come first, and you also need to say that "a 30% defect level is something we regret, too". Never state an optimistic opinion. Customers will fell that "This guy is hopeless" and "This guy cannot understand how serious this issue is" if they hear your optimistic opinion in the early stages of the complaint story. What is appropriate in New Zealand is not always suitable for Japan. In western countries complaints are managed so that no suggesting of admitting liability is given, to protect against litigation. In Japan, the customer will be more inclined to push for damages or litigation if they do not feel that the supplier has taken accountability for the issue first of all.



#### 4. The issue is not only price

Some sales people can sell higher priced goods even when they have cheap competitors, because,

- o Customers feel that the products provide less net losses in terms of the total business.
- o Customers trust the high value of the brand
- o Customers trust the sales staff

In particular, the third point is important in Japan. If the relationship between the company and the customers is not good, then the only way to compete may be price.

#### 5. Never state “it is hard to understand”

Japanese customers believe that foreigners cannot fully understand the Japanese market situation and business customs. Customers feel very unhappy and think, “you have not got the capability to understand” if you dare to say “it is hard to understand”. Never say that.

Japanese people can remember that many Japanese companies learnt and studied hard about the common sense of products and the business standards of export markets to have good export business in the 1950’s to 70’s, even when it was difficult to understand by the Japanese way of thinking. So, if you simply say “it is hard to understand”, the customers feel that you have “no zeal or commitment to the business”, based on your words.

#### 6. High expectation for Japanese speaker

If you can speak Japanese well, it is cause of another issue. Yes if you can speak Japanese it is good advantage in business with Japanese market but you have to understand that the expectation on your knowledge of Japanese style in minds of Japanese customers is automatically increasing with level of your Japanese language skill. For example, if you are non Japanese speaker, the customer’s expectation about your commonsense and knowledge about Japanese business custom and behaviour are small. Customers think “OK, he (she) is a foreigner.

If you speak Japanese well, the customer’s expectation about your commonsense and knowledge about Japanese business custom and behaviour are absolutely same as an expectation for Japanese native sales staff. If you have method, logic and way of your country with good Japanese tongue, the view from customers’ side is very bad. They will feel unhappy with you, and the feeling is same as they met ill mannered Japanese guy. If you speak Japanese language well, beware your behaviour in Japanese custom.

#### 7. The confidence of the highest quality country

Some companies do not perform well in the Japanese market, because they simply decrease quality for short term cost reduction. A Mitsubishi motor is one typical example. Directors forgot the reason why they survived in the market (=quality, continuous improvement, high value). Now, they have become a forgotten company. However, other almost Japanese companies still keep a high quality brand image and are a force in the market. Japanese people believe that the key to success and surviving in tough world trade wars is high quality products with a reasonable price. They believe that Japanese people, who create high quality goods should use high quality goods. So, Japanese people dislike poor quality goods.

#### 8. Never say “I know the Japanese”

“I know Japan & Japanese well” is something Japanese dislike hearing from foreigners. You can destroy every relationship with Japanese people (internal and external to your organization) instantly with this phrase. Even you if you have Japanese colleagues, even you are married to a Japanese person, even you have a degree of Japanese culture and even if you are born in Japan, you never say this dangerous phrase if you are non-Japanese. Japanese people have a lot of pride in their characteristic culture. The statement “Japanese are a mystery!” supports Japanese pride and makes them happy. Japanese people love to read books about Japan written by western people, because they want to read the misunderstandings of western people, and they want to feel “we are special”.



The best style and attitude for foreigners in Japanese business would be “I want to learn about the Japanese market”. You should imply that you do not know about Japan, or say “I know a bit”. However,, asking your Japanese colleagues to say that “this western guy knows Japanese customer well” is one very important point. You may see a contradiction vs the 5<sup>th</sup> point above, but this is Japanese.

Korin Tsuruta

## 超基礎 「商取引の上で、日本人のお客様と上手につきあう方法」

ニュージーランドの多くの会社が日本の会社をお客様として商売をしています。そして殆どの会社の NZ 人スタッフは、殆ど同じような理由で、日本のお客様を不愉快な目に合わせています。もしあなたがお客様の気持ちを害したら、それは継続的商売の終焉に結びつきます。日本市場での成功の鍵は、日本の商習慣や文化を学ぶ事であり、「お客様は常に正しい」という事を理解する事です。

外国人にとって、日本人だけが不可解な民族と言うわけではありません。地球上全ての国民にとって外国人は正体不明です。米国人にはニュージーランド人のお気楽さは不可解ですし、スペイン人にドイツ人の秩序は理解不能です。

それにつけても、とりわけ日本の文化は他のキリスト教国やアジア周辺各国とは異なります。それゆえ過去も現在も、数多の問題が日本と外国の会社の間で起きてきました。この短い文章で私は、ごく基本的な助言を皆さんに差し上げたいと思います。

### 1. もう来るんじゃねえ

日本のお客様と商売する上で、あなたは、何であれ、ともかく「ガイジン」です。お客様方は、日本の商習慣や、価値観、文化を共有できない人と仕事する事に、居心地の悪さを感じます。

また、日本の商習慣などを、いちいちガイジンに教える事にも、うんざりしています(商社の社員は例外)。お客様は「売り込みに来る方が、市場の文化や要求水準を学び、それに従うべきだ」と信じていますから、もし、ガイジンにいちいち日本のやり方や、市場の要求水準を教える羽目になると、「何でこいつの先生をなきゃいけないの?」と感じて、商売する意思が大きく減退します。「そして、もう十分だよ。もう来るんじゃねえ!」と感じます。

その人たちは、外国人であるあなたに直接は言いません。でも、あなたの日本人同僚や日本人代理店などに、あなたの耳に伝わる事を期待して「もう連れて来るな」と言うのです。

そういう状態になったら、あなたの日本市場での価値は客寄せ珍獣パンダでしかありません。

### 2. あなたはうんざりされている

日本のお客様に、にこやかに対応されても、それを100%信用してはいけません。時としてそれは仏像に見られる諦観の微笑かもしれません。あなたが振り回す、あなたの母国の理論や説明にうんざりしたとき、お客様はにっこり笑って「馬鹿」と思うのです。

### 3. お詫びのしかた。

苦情を受けたら、あなたやあなたの会社に責任が有ろうが無かろうが、最初にまず「お詫び」するのが、正しいやり方です。間違っても、「70%は規格内です」等と言ってはいけません。まず、お詫びをして、「30%もの規格外れは私どもとしても、恐縮するばかりの有様です」と言いましょう。

絶対に、特に苦情を受けた初期段階で樂觀論を口にしてはいけません。言ったら最後「この馬鹿は、事の重大さが見えていない」と理解されます。NZでの最良の説明の方法は日本では最悪の方法になります。

西洋では、一言一言が、次の段階での交渉の証拠となりますが、日本では、最初にどう謝罪したかが、あとあとの交渉を左右するのです。

#### 4. 値段じゃないのよ

他社の競合商品が安くても性能が良くても、商品売ることが出来る営業担当者が居ます。なぜ、その人がそんな事が出来るかと言えば

- 長期的なランニングコストを考えれば安い製品だったから
- ブランドに信用があるから
- その担当者を信用しているから

この3番目が日本では大変大事です。売る側と、お客様の関係が良好でない場合。あなたが語れるのは「値段」だけです。

#### 5. 理解不能と言っても絶対にいけません

日本のお客様はガイジンに、日本の商習慣や文化がわかる訳無いと確信しています。その上に、あなたが「それは理解不能」などと言おうものなら、お客様は「あーやっぱり、このガイジンはヤル気が無い」と結論付けます。絶対これを口にしてはいけません。

多くの日本人は第二次大戦後 50 年代から 70 年代に掛けて、輸出産業を伸ばす為に、当時の日本人には難しかった外国文化の理解を懸命に学んで、市場に受け入れられる製品を作ってきたことを覚えています。

ですから、もしあなたが、単純に「理解不能」等と言おうものなら、あなたには「ヤル気のまるで無い奴」というレッテルが貼られます。

#### 6. 日本語を話せば良ってもんじゃないのよ

もし、あなたが日本語に堪能なら別の危険性があります。日本人は日本語を上手に話す人に日本人と同様の価値観や常識を求めます。たとえば、もしあなたが日本語を話さないなら、あなたがあなたの国の論理を振り回しても、「あーガイジンだしな」で済む事でしょう。しかしもしあなたが上手に日本語を話し、かつ、あなたの国の論理を振り回せば、日本のお客様にはあなたは礼儀を知らない馬鹿者に映ります。あなたが日本語を使う場合、日本人のロジックを十分勉強しなくてははいけません。

#### 7. 高品質国の誇り

日本のいくつかのメーカーは、今パツとしない状況です。彼らは単純に短期利益の為に品質を落としたからです。三菱自動車は典型的一例です。経営者は何故今まで会社が生き残ってきた理由(高品質、

質、持続的改良、高価値)を忘れてしまったのです。彼らはいまや過去の会社になってしまいました。しかし、他の多くの会社は依然、高品質製品のメーカーとして生き残っています。また国民は貿易戦争の中で生き残るには高品質と納得できる価格事が重要だと確信しています。そして、高品質製品を生み出す国民は高品質商品を使用すべきだと感じています。つまり、日本人はがっかりさせられる低品質品が大嫌いです。

#### 8. 最悪の発言

「私は日本(日本人)を良く知っています」

「私は日本人を良く知っています。」という言葉は日本人が外国人から聞きたくない最悪の言葉の一つです。この一言で、あなたは社内外の日本人との友好関係を瞬時に壊すことができます。

たとえあなたに日本人の同僚が居ても、あなたが日本人と結婚していても、あなたが日本で生まれていても、そしてたとえあなたが日本学の学位を持っていても、あなたの外見が日本人で無い以上、この危険な一言を言ってはいけません。

日本人は、その特徴的な文化や歴史に大いに自尊心を感じています。「日本人は不可解だ」と言うガイジンの発言は、日本人の自尊心を十分満足させます。

日本では、西洋人が書いた日本学の本がかなり人気です。なぜなら、そこに西洋人の誤解を読み取ることに面白さを感じているからです。そして、「やっぱり私たちは特別な人種だ」と感じて満足するのです。

外国人として最良の姿勢は、「日本の市場や文化についてもっと学びたいのです」と云う態度を見せる事です。

日本についてあまり知らない振りをしたほうが身の為です。ただし、あなたの日本人の同僚に、「このガイジンは日本の事をよく勉強して知っています」とお客様に言って貰うのは、大変重要で有効です。なぜなら、基本的に日本人は日本人しか信用しませんから。。

この項目は第5項と若干矛盾しますが、外国から見た矛盾が、日本人同士では矛盾でないのが日本の事です。

鶴田コーリン