

KinChu

4

April 2015

No.656

近代中小企業

オーナー社長の人生と社員の幸せ応援情報誌

 **DataAgent**
Business Know-How Publishing Company

The first page interview

株式会社マイファーム

代表取締役 西辻 一真



特集企画 成功させる地域コミュニティビジネス

地域活性の成功の秘訣は
「エコシステム」づくりに
向けた広報・PR活動にあり!!

自社の企業力と取り組み方を
見つめ直し、人々を元気にする
地域貢献ビジネスに参画する

「コミュニティビジネス」では、
活動領域を3つに区分けして
地域資源を有効に活用すべし

中山間地域における高齢者生活
支援事業から見た
QOLの向上

付録／将来管理職になったとき、やるべき考えるべき予習課題

BizRepo (ビズレポ)
<http://www.bizrepo.jp/>

CONTENTS

4

April 2015

表紙の人



株式会社マイファーム
代表取締役 西辻 一真

●特集企画 Interview -----

4 巻頭インタビュー／株式会社マイファーム

●特集企画 Special Feature -----

成功させる地域コミュニティビジネス

- 8 地域活性の成功の秘訣は「エコシステム」づくりに向けた広報・PR活動にあり!!
合同会社RegionWire／小槻 博文
- 12 「コミュニティビジネス」では、活動領域を3つに区分けて地域資源を有効に活用すべし
谷萩ビジネスコンサルティング／谷萩 祐之
- 16 自社の企業力と取り組み方を見つめ直し、人々を元気にする地域貢献ビジネスに参画する
エムアイシー／吉田 博
- 20 中山間地域における高齢者生活支援事業から見たQOLの向上
株式会社アーリーバード／三田 泰久

26 読み切り

話が上手いだけでは伝わらない「伝え方」の常識と非常識
一般社団法人日本プレゼンテーション教育協会／西原 猛

●連載 Series Reports -----

- 25 第7回：The data of Golf
近代中小企業 編集部
- 30 新連載：M&Aアドバイザーが知る現場における「M&Aマナー」
株式会社中小企業M&Aサポート／奥寺 北斗
- 34 第2回：ウチの会社にもいる こんなヤツとの付き合い方
大咲経営コンサルティング／大咲 元延
- 38 第2回：産業財産権制度の知識と活用
寺岡特許事務所／寺岡 秀幸
- 42 第2回：中小企業にもビッグデータ活用時代が来た！
有限会社緩急クリエイティブ／柿沼 朱里
- 46 第3回：社長の決断 その時、会社が動いた！
MJコンサルティングオフィス／森 淳
- 50 Information
月間ビジネス書ランキング
ビジネス図書館「BizRepo」今後の追加予定

編集部便り

地球、温暖化or寒冷化どっち!?

3月12日現在、4月号の編集作業の追い込みに入っていますが、首都圏はそれなりに寒いです。春の寒波到来で東名高速や福島県の国道の一部で通行止め規制が出ているというニュースも数日前に報道されていました。さてさて「地球温暖化」はどこへやら…。ちなみに、5月号の巻頭インタビューの取材で、昨年噴火をした「御嶽山」(長野県の岡田高原マイアスキー場)を訪れました。地域経済の復興の話を何う中で、今後、地球は温暖化と寒冷化のどちらに向かうのか? そんな議論にもなりました。諸説の解説は別にして、これは経済活動において重要なテーマになります。もしかするとビジネスチャンスのヒントになるのかもしれない。

一般社団法人日本プレゼンテーション教育協会
代表理事
プレゼンテーション・ディレクター

西原 猛

URL <http://jpea.jp>
E-mail info@jpea.jp
Blog <http://jpea.jp/blog/>

話が上手いだけでは伝わらない 「伝え方」の常識と非常識

なぜ思うように 伝わらないのか

社長として社員に経営理念を伝えたり、指示を出したり、顧客へ製品のプレゼンをしたり、と様々な場面で伝えたいことを相手に理解してもらわなければなりません。

ん。しかし社員は、他人事のように聞いている、指示通りに動かない、コンペで勝てないなど、なかなか思うようになりません。伝わらないのは話し方が下手だから。とお考えの方もいるかもしれませんが、むしろ「しゃべり上手」な人ほど伝わらない傾向があります。例えば、ある芸能レポーターは「流暢」「立て板に水」という言葉がびつたり、実に、素晴らしい話術でお茶の間に賑わしています。そこで筆者は、プレゼン研修で彼の話し方を事例に出そうとして「どんな話をしていたかな?」と思い出そうとしました。ところが全く内容を思い出せません。話し方は思い出しても、肝心の内容が記憶にないのです。

「伝える」とは「記憶に残る」と言い換えられます。その瞬間は話に引き込むことができて、5分後には内容を忘れられてしまうような「しゃべり上手」になる必要はないのです。ちなみに読者世代は、欧米では当たり前の「話し方」や「自分の考えや主張を伝える」という教育がありませんでした。社会人になつてから「なぜ、上手く伝えることができないのか」と悩んでしまうのも、そもそも伝え方を学んでいないのですから当然です。

もちろん伝える側ばかりでなく、聞き手の知識や経験不足が原因の場合もあります。ですが「原因は我にあり（松下幸之助）」です。聞き手を責めるより、伝わらない原因を探り、改善するのが伝える側の義務なのです。

図1 伝え方チェックシート

こんな伝え方になっていませんか? 該当する□にチェックしてみましょう

1 □	ついつい話が長くなる	6 □	言葉に「あれ」「これ」「それ」が多い気がする
2 □	話の途中で思いついたことはすぐ話す	7 □	間違えないよう原稿を書いて読み上げている
3 □	話が脱線しすぎて、何の話をしてたか忘れる	8 □	間をとめることはあまりしない
4 □	具体例や体験談などはあまり話さないほうだ	9 □	質問したり、問いを投げかけることはしない
5 □	1回で話で伝えたい事を必ず2つ以上入れる	10 □	聞き手に頷きや、表情の変化が少ない

1～5番にチェックが多い → 伝える内容に改善の余地あり

6～10番にチェックが多い → 話し方や伝え方に改善の余地あり

社長の話を聞いているが 聴いていない?

某IT企業の部長は、
ウチの社長は、毎月の全社会議
で冒頭5分間だけ話をすることに

なっているのですが、いつも10分以上話をします。今月は遂に20分を超えました。:

途中から社員たちはきいていないのがハッキリと分かるのですが、社長は気付かないらしく、どうにかならないものでしょうかと、企業研修会で筆者に話しました。よく聞く話です。

つまり、社長の話を、社員たちは「聞」いていますが「聴」いていない、ということ。さて、これは一体どういうことでしょうか。「きく」には「聞く」と「聴く」の二つ漢字表記があります。違いはなさそうですが、実は、コミュニケーションにおいては大きな違いがあります。

- ・聞く…言葉を音として感じる
- ・聴く…注意して話に耳を傾けること(＝傾聴)

つまり社員たちは話に「耳を傾けていない」ので、伝わらないわけです。ここで「やはり聞き手が悪いじゃないか」と言うことになる前に、自身が、社長や上司の話

図2 伝え方 5つのポイント



を「聞く側」だったときのことを正直に思い出してみてください。どれだけ真剣に「聴いて」いたでしょうか。「話が長い」「何を言いたいのかわからない」「抽象的な話ばかりで理解しづらい」などで、聞き流していませんか。やはり「原因は我にあり」です。そこで社員や顧客を聴く気にさせる、伝え方の5つのポイントを以下に紹介します(図2)。

「伝え方」

5つのポイント

①10の伝えたいことを1つに絞り込む

まず、話が長くなる人の特徴は、一度にあれもこれもと、話をしてしまうことです。

中には、話す前に「今日はこのテーマについてお話しします」と宣言していたにも関わらず、途中で脱線に脱線を重ね、気がつけば本来のテーマについて話す時間がなくなる、という事態になります。社長として伝えたいことが山のようにあることは充分理解してはいますが、社員や顧客からすると一度に多くのことを話されてもすべて理解できません。

10個のテーマについて話したとしても、覚えているのは、話の最後のたった一つか二つです。それなら最初からテーマは一つだけに絞り込んで、短時間で伝えた方が、確実に聞き手は理解し、記憶に残りやすくなります。

②内容を想像させる

次に、いくらテーマを一つに絞り込んでも抽象的な話では伝わりません。伝わる話とは「頭の中で内容が想像出来る」具体的なものです。

例えば、朝礼で「車の後部座席でも必ずシートベルトを着用しましょう」という話を具体的に伝えるためには「一点三例」を使います。これは一つのテーマを事例や根拠、具体例、体験談などを、三つ用いて説得力を高める方法です。

●「一点三例」

テーマ…車の後部座席でも必ずシートベルトを着用してください。

1. 事例…今朝の○○新聞に後部座席でシートベルトを締めないと、死亡確率が3倍になるという記事が出ていました。

2. 具体例…連休中に東名高速で追突事故があり、追突された車の後部座席に座っていた人はシート

ベルトをしておらず、衝撃でフロントガラスを突き破って亡くなったそうです。

3. 体験談・私もタクシーで移動中にシートベルトをしておらず、前から急に車が出てきて急ブレーキがかかり、運転席との仕切り盤に頭をぶつけました。

このように、ただ伝えたいことを話すだけでなく、話を聞きながら内容を頭の中で想像出来るようにすることで、より記憶に残りやすくなります。それは、人間は言葉よりも「映像」の方が記憶に残るからです。

ちなみに事例は、聞き手にとって想像しやすい、わかりやすい内容にしてください。若手社員に「説得力を高めるためにはときに、力道山の空手チョップのように力強いジェスチャーも必要だ」と話しても、ほとんどの人がピンときません。

また、必ず**1. 3.**が必要か、というとなんか事実はありません。伝える時間が短い場合は「一

点一例」で構いません。逆に、いくら時間がたつぷりあるからといって、数多くの例を挙げないことです。「過ぎたるはなお及ばざるが如し」で絞り込みましょう。

③「強調」「間」「繰り返し」で記憶させる

人は変化がなければ退屈します。話し方も同じで、ゆっくりで抑揚がなく、まるで念仏を唱えているような単調な話し方は、間違いなく退屈です。食事後や夕方の疲れてくる時間帯であれば「寝てくれ…」と言っていることと同じです。つまり、常識とされている「ゆっくり話す」というのは、伝え方としては間違いなのです。

単調な話し方になる原因は「原稿通りに話そう」とすることです。原稿を読むことが悪い、というわけではありません。意識が一言一句間違えずに読むこと、あるいは暗記した原稿を思い出しながら話すことに集中してしまい「目の前の聞き手に伝える」という目的を見失ってしまうことに問題がある

のです。

そこで、単調な話し方をしないためには変化が必要です。それが「強調」「間」「繰り返し」です。

●「強調」

伝えたい言葉を、他の言葉よりも際立たせるために「声の強弱、高低、緩急」で変化をつけます。

例えば「単調な話し方をしないためには変化が必要です」と伝えたい場合、キーワードである「変化」という言葉を強く発したり、ここだけゆっくりしたりします。人間の耳は変化に反応するようにできていますので、調子が変わると集中するのです。

●「間」

ときには、黙ることも大切です。話し慣れていない人、自信がない人は沈黙が怖いので、とにかく喋り続けることが多いのですが、一方的に話を聞かされるだけの聞き手は、たまったものではありません。すぐに疲れてしまいます。当然、疲れてくると集中力が落ちるので余

計に伝わりません。

特にプレゼンの場合、聞き手は耳で話を聞き、目はスライドを見て、頭は内容について考え、手は資料にメモし、と同時に四つもの作業が必要なので大変です。最初の3分間がひたすら一方的な場合、聞き手は明らかにプレゼンに対する興味を失います。

そこで聞き手に、聞く、考える、見る、メモする余裕を与えるために「間」を取ります。伝えたいことやキーワード、固有名詞、数字を話した後や、次のスライドに移るときなどに間を入れると効果的です。

さて、研修や講演会などで「何秒くらい間を取ればいいのか？」と質問を受けますが、「基本はゆっくり息吸う感じで、秒数にと1秒程度を目安に」と答えています。

ただし、人数が多い場合と年齢層が高い場合は、理解する速さにはばらつきがあるので、少し長めの2〜3秒程度を取ると親切です。3秒以上はさすがに「話を忘れた

のでは……」と思われるので注意しましょう。

●「繰り返し」

繰り返し返した方が、記憶に残りやすくなるのは言うまでもありません。繰り返し返すポイントは主に「伝えたいこと、固有名詞、キーワード、数字」です。前述のシートベルトの例の場合、三つの話しの後に、もう一度「だから、後部座席でも必ずシートベルトを着用しましょう」と繰り返し返すと伝わりやすくなります。

覚えて欲しいキーワードや数字などは「日本の出生率は1・43、1・43です」と直後に繰り返し返すと効果的です。特に2回目はゆつくり言うと、より伝わりやすくなりますので、ぜひ実践してみてください。

この「強調・間・繰り返し」についてオススメの教材があります。それは「落語」です。落語にはこの3つがすべて使われています。筆者も講師の勉強として三遊亭圓窓師匠に話術を学んだことが

ありますが、間の取り方など大変参考になりますので、ぜひ一度聴いてみてください。

④聞き手の反応を見る

聞き手は黙って聴いているようで、実は、態度や表情で様々な反応をしています。集中して話を聴いているときは、顔を上げていたり、うなずいたり、メモしたりしています。逆に、俯いていたり、頻繁に座り直したり、時計を気にしていたりしている場合は、集中して話を聴いていない反応です。

大切なのはこれらの反応を見逃さないことです。そのためには、聞き手を見ながら話さなければなりません。話すことに一生懸命で、用意した原稿やスクリーンの方はかり見ていたのでは見逃してしまいます。

多くの聞き手が聴いていない反応をしている場合、話の内容を変えたり、もう少し噛み砕いて説明したりするなど、すぐになんらかの手を打って聞き手の集中力を戻しましょう。

⑤問いを投げかける

学生の頃、居眠り出来ない授業がありました。それは常に問いを投げかけ、指名して質問してくる先生の授業です。きちんと聞いていないと答えられないので集中します。

この「問いを投げかける」という方法は、伝え方においても非常に効果を発揮します。人は問いを投げかけられると、そのことにについて考えます。この「考える」という刺激が肝心です。

例を挙げるとすると、

「一方的に話を聞かされることは、変化のない一本道を走ることと同じくらい退屈なので、問いを投げかけましょう」という話し方が、まさに一方的です。

これを、「一方的に話を聞かされることは、変化のない一本道を走ることと同じくらい退屈です。では、どうすればいいでしょうか？（間をとり、聞き手に考えさせる）それは問いを投げかけることです」とします。

聞き手が大勢の場合はこのよう

な自問自答形式、会議などで聞き手が少ない場合は指名質問形式を使ってみるといいでしょう。

なお、答えは必ず最後まで聴いてください。明らかに答えが間違っているからと途中で遮つてしまつと、答えた側は「ちゃんと話を聴いてもらえなかった……」と不満が溜まりますので注意しましょう。

大切なのは「どうすれば伝わるか」

伝え方で最も大切なのは「どうすれば伝わるか」を考えることです。これを、ビジネスに置き換えてみると「社員に理解してもらう」「見込み客から契約を取れるか」を考えることです。

伝えたい中身にばかり気を取られがちですが、聞き手のことを考えずに話すのは、独り言をしゃべっていることと同じです。

伝えたいことが伝わらないとお悩みであれば、一度、聞き手の立場に立って考えてみてください。きっと、伝わり方が変わります。