



30 秒以内に要点を伝える方法

How to Get Your Point Across In 30 Seconds or Less

ミロ・O・フランク著

◆著者紹介◆

ミロ・O・フランクは、俳優のエージェント、タレントの指導、CBS テレビのキャスティング、フリーおよびMGM フューチャーフィルム脚本家兼プロデューサー、シネラマのプロダクション副社長を長きにわたって務めています。また、政財界の人々にコミュニケーションセミナーを開講しています。著書に「How to Run a Successful Meeting in Half the Time」があります。

まずは3分間で理解する「本書の要点」

- ◆ 時間の限られたビジネスにおいて成功するためには、自分の伝えたいメッセージを素早く、明確に伝えられなければならない
- ◆ 30 秒メッセージを使えば、自分の考え、文章、話に集中することが出来る
- ◆ 30 秒メッセージの基本原則は 3 つあり、自分が欲しいものを明確にし、それを与えてくれる相手を理解し、それを得る方法を特定することである
- ◆ 1 つのメッセージには目的は 1 つしか持たせないこと
- ◆ 聞き手の心をとらえ、関心を引き続け、彼らを説得すること
- ◆ メッセージの冒頭でフックを使い、聞き手の心をとらえること
- ◆ シンプルな表現、感情に訴える手法を使って、聞き手の関心を引き続けること
- ◆ 自分のイメージや振舞いに気を配り、個人的な体験談を話すことで自分の信頼性を示し、信用を勝ち取ること
- ◆ 第一印象は重要である。多くの場合、30 秒メッセージの実際の内容より、それをどう伝えるかが重要である

この要約書で学べることは?

- ① 短時間で相手に確実に要点を伝えるための具体的な口ジックと方法とは?
- ② この画期的な方法を、いったいどのような場面で応用すべきか?

本書の推薦コメント

ミロ・O・フランクは、30 秒メッセージを使ってコミュニケーション能力を向上させる方法を丁寧に教えています。我々は長い時間無駄な話をしてしまいがちですが、30 秒以内に要点を伝えることが理想です。そうすることで、残りの時間を下準備やフォローアップに使うことが出来ます。30 秒メッセージを作るテクニックを学ぶことで、自分の考えや文章あるいは話に意識を集中させることが出来、より効果的に会議を進行したり、人前で話をしたりすることが可能になります。このテクニックは、目的を明確にし、聞き手を理解し、正しいアプローチを明確にする 3 つの段階に大きく分かれており、最も効果的なメッセージの組み立て方から、それを人に伝える方法まで、分かりやすく教えてくれています。また本書では、セールストーク、記者会見など様々なコミュニケーションの形で 30 秒メッセージを活用する方法なども紹介されています。この明確かつ簡潔な本書を、全てのビジネスマンに強くお勧めします。

「コミュニケーション」社会生活を送るためには、必要不可欠な事です。ビジネスにおいては尚更、自分の伝えたいことを正確に、そしてなるべく簡潔に伝えなければなりません。しかし、どうしても上手く自分の意図を伝えることができない人は多いものです。「意図を伝えることができない」原因は様々だと思います。言語表現能力に乏しいこともあるのですが、逆にあまりにも表現能力に長けていて抽象的な説明になってしまうパターン。また、自分の伝えたい事をなるべく丁寧に細かく説明した方が、相手はより深く理解してくれるであろうと一生懸命に説明をするパターンもあります。どんなパターンにしても、相手に伝わらなければ何もならないわけですし、言いたい事を誤解して受け取られてしまう可能性もあります。

本書では、タイトル通り、「30秒で自分の要点を伝える」ノウハウについて詳しく書かれています。30秒で～というのは非常に煽った表現でもあるのですが、それは決して誇張でも何も無いことは、読み進めていくうちに理解出来ると思います。ここでは8つのステップに分けて自分のメッセージをいかに簡潔に伝えるかについて言及していますが、単なる話し方の説明ではありません。

それゆえに、話すことそのものに苦手意識を持つ人もこれを読めば、要点を掴んで話す自信を持つことが出来ると思います。あなたのビジネスをより活性化させるためにもこの本はおすすめできると思います。

■集中力の持続時間

人間の集中力が持続する平均時間は 30 秒です。例えば、椅子に意識を集中させようとする、30 秒以内に意識が逸れてしまうことに気が付くでしょう。もし意識を集中させる対象物が動いたりしゃべったりして興味を引き付けるのであれば、もう30秒長く意識を向けられるかもしれません。しかし、何の動きや変化がなければ、30 秒以上集中することは出来ません。

テレビコマーシャルのほとんどは、30 秒の長さに作られています。これは、メディア調査の結果、30 秒が視聴者の集中力が持続する平均時間だと分かっているからです。よって、広告者は伝えたい要点を 30 秒以内に伝えなければなら

ません。そうでなければ、視聴者の関心を得ることは出来ません。この短い時間を最大限有効活用する為に、テレビとラジオニュースは、「サウンドバイト 1」を生み出しました。平均的なテレビのニュースは1分半で構成されています。30秒間でニュースの内容を伝え、30秒間でビデオやインタビューの編集を見せ、30秒間で締めくくります。インタビューの抜粋や、簡潔に要点を示している部分がサウンドバイトになります。とりとめのない、要点のはっきりしないメッセージではサウンドバイトを伝えることは出来ません。同じ事が人にも言えます。自分の言いたいことの要点を30秒以内に伝えることが出来なければ、聞き手の関心を失うことになるのです。

タイトルにもある「30秒」の真意、それは人間の集中力にあったのです。いわゆる30秒ルールとでも言ったら良いのでしょうか。明確なデータとして確立されていることであれば、これは確かに意識して我々も活用する必要はあると思います。

－聞き手の関心を強力に惹く!!メッセージの組み立て方－

Step1：目的

自分のメッセージを伝えることで何を達成したいと思っているのか、明確にして下さい。その会議を開く目的は何ですか?なぜその会話を始める必要があるのですか?主張したいことは何ですか?メッセージを伝える目的には次のようなものが挙げられます。

- 昇給して欲しい
- 部署の能率を上げたい
- 自分のビジネスを立ち上げたい

もしまとまりの無いメッセージを伝えたり、あるいは自分の目的をはっきり分かっていなかったりすると、せっかくのチャンスが無駄にしてしまうかもしれません。欲しいものを手に入れるためには、明確な目的を1つだけ持つ必要があります。次の質問を自分自身に問いかけて下さい。

－ 明確な目的を探る 重要な自己質問 －

- 自分は何を成し遂げたいのか?
- なぜこの手紙を届けたいと思っているのか?
- なぜこのインタビュー?
(会話をもちたいと思っているのか?)

本文中のポイントについて

ポイント1: ビジネスやあらゆる人間関係の中で生き残り、前進するには、要点を迅速かつ簡潔に30秒以内に伝えられなければならない
ポイント2: 多くの場合、話をする時間はわずかなし。よって、的確に話す必要がある

時によっては、目的を明らかにすると言う手法が適切ではない場合があります。ポーカーゲームを思い浮かべて下さい。勝つためには、ハッタリをかける必要がある時があると思います。自分の目的が明確であれば、自分の意図が他にあると見せかけることで、より上手く目的を達成させることが出来るかどうか、判断することが出来ます。

確かに目的がなければ何をするにしても上手くは行かないでしょう。ここで言及されている目的を具体化するための質問はとても有効だと思います。

Step2：対象者を理解する

明確な目的を定めたら、それを適切な人に向けて下さい。適切な人とは、欲しい結果をもたらすことのできる人です。自分が求めているものを与えてくれる人を明確にしたら、その人がどのような人か学んで下さい。その人が見返りに何を求めているのかを含め、出来る限りのことを学んで下さい。何をすれば肯定的な反応が得られるでしょう?その人の立場になって考えて下さい。

「伝える」行為は必ず相手がいるわけです。相手の事を知らねばならないのは当然のことです。

Step3：適切なアプローチを見つける

自分の目的を聞き手に伝えるための最善の方法を明確にして下さい。自分のアイデア、質問、あるいは最終目的の根源になる考えや文章をまとめて下さい。次の質問を自分自身に問いかけて下さい。

－ 最終的な目的の本質を探る 重要な自己質問 －

- 自分が本当に言いたいことは何だろう?
- 自分のプランの土台は何だろう?
- 自分が求めるものを示す上で、最も適した文章とはどのようなものだろう?
- その文章はどのように聞き手のニーズや興味に結び付くだろう?

アプローチは1つだけ選んで下さい。そして、そのアプローチは自分の目的と関連していなければなりません。なぜなら、アプローチが適切であれば、目的達成に力を注ぐことが出来るからです。例えば、昇給が目的の場合、自分の仕事が企業にとっていかに価値のあるものか示すアプローチに集中するべきです。

どういう方向性で伝えようとしているのか?これを間違えると意図としたこととは全く異なることになってしまうので絶対に失敗してはならないことです。

Step4：自分のフックを見つける

フックとは、人の注目を集める文章や要素のことです。ニュース記事や本、雑誌などで一般的に使われている要素です。フックがあると、その番組を見続けたり、ページをめくらずにはいられなくなったり、その商品を買いたくなったりします。例えばテレビの場合、番組の冒頭に劇的なハイライト、例えば爆発シーンや自動車事故、あるいは感動的な場面が流れると思います。それらは皆、フックです。自分の 30 秒メッセージの中にフックを見つけるには、次の質問を自分に問いかけて下さい。

－ 30 秒メッセージのフックを探る 重要な自己質問 －

- メッセージの中で最もユニークな要素、あるいは興味深かったり、面白かったりする箇所はどこか?
- 最もユーモアがある、あるいは劇的な要素はそれらを一文に要約出来ないか?
- いくつか候補が見つかったら、次の質問をして下さい。
- そのフックを使うことで、目的に近づけるのか?
- 聞き手と関連があるか?
- 自分の取るアプローチと繋がりがあがるか?
- 聞き手を楽しませたり、関心を集めたり出来るか?
- 30 秒メッセージの冒頭に持って来られるか?

フックを決めたら、ステートメントと質問どちらの形にするか決めて下さい。ステートメントと質問の違いを理解して下さい。例えば、ステートメントは「優秀なリーダーは皆、ある大切な能力を共通して持っています」ですが、質問では「優秀なリーダ

本文中のポイントについて

ポイント 3: 時間は待ってくれない。追いつく為にはより早く動く必要がある

ポイント 4: あらゆるビジネス・コミュニケーションの中で、自分の考えや言葉は自分の目的達成を導き、その力を与え、後押しするものでなければならない

ーが共通して持っている最も大切な能力とはなんでしょう?」となります。フックの目的は、聞き手の注意を引き付けることにあります。多くの場合、質問形式が一番良い方法です。なぜなら、聞き手はその質問の答えを考えるからです。フックには次のようなものが考えられます。

ー フックを参考にしてステート or 質問を探る ー

[ユーモア]

ユーモアをフックとして使うことは出来ませんが、ジョークには気を付けて下さい。1人が面白いと感じたものでも、他の人が不適切だと感じれば、30秒メッセージは失敗してしまいます。聞き手が共感できるようなエピソードや個人的な話を選びましょう。その際、自分の目的と合致していること、そして、目標に近づくものであることを確かめて下さい。

[目に見えるフック]

最も効果的なフックの1つが、目に見えるフックです。カリフォルニア大学ロサンゼルス校のある教授は、レクチャーを始めようと教壇に上がった時、大きく転倒して見せました。そして、学生に向かって「注目しただろう?」と言ってにこりと笑いました。ここまでする必要はありませんが、目に見えるフックを考えることは、価値のあることです。

ここでは「フック」という言葉を使っていますが「キーワード」と置き換えたほうが分かりやすいかもしれません。

伝えたい事というのは必ず「キーワード」という軸があり、そこからどのように相手の興味をそそるかという流れを作るわけで、それが次の「ステップ5」につながるということなのです。

Step5 : 主題を考える

弁護士は陪審員に訴えかける時、フックを使って関心を集め、抗弁で締めくくります。このフックと抗弁の間にあるのが、主題です。主題は弁護士の主張を強め裏付けるものです。主題には、「誰が、いつ、どこで、何を、なぜ、どうやったか」と言ったよくある表現が使われます。30秒メッセージも同じです。主題を考えるには、目的、聞き手、アプローチを理解し、次の質問を自分に問いかけて下さい。

ー 主題をつくる 重要な自己質問 ー

- 何について話そうとしているのか?
- 誰が関係しているのか?
- どの話か?
- なぜそうなのか?
- どうやってするのか?

考えた答えが自分の目的を補強し、明らかにするものかどうか評価して下さい。聞き手に通用しますか?アプローチと関連性がありますか?

主題は「フック」を中心にも5W1Hで伝えるわけですが、この5W1Hを順守すれば確実に相手に伝えることが出来るわけです。

Step6 : 詳細を説明する

効果的な30秒メッセージは、フックと締めくくりだけで作られているではありません。詳細を説明する必要があります。比喻を使って、分かりやすく説明して下さい。そして、聞き手が頭の中で絵を思い浮かべられるような、説明的な言葉を選んで下さい。また、率直でシンプルな、分かりやすい表現を使って下さい。聞き手が容易に共感できるような個人的なエピソードを使って要点を説明して下さい。感情に訴えることが大切です。もし聞き手の心に訴えかけることが出来れば、30秒メッセージを聞いてもらえる確率が上がります。

これが一番難しいことかもしれません。相手に情景をイメージさせるような言葉を見つけなければなりません。これが出来るようになれば、30秒メッセージをマスターしたことになるように思えます。

Step7 : メッセージを締めくくる

メッセージは、はっきりとした締めくくりの要請がなければ、無駄に終わります。締めくくりを求めない限り、締めくくることは出来ません。また、事前に締めくくりを決めておくことが大切です。自分自身に「自分は聞き手に何を望んでいるのか」問いかけて下さい。その答えが、メッセージの締めくくりになります。最後に聞き手に行動あるいは反応を求めることで締めくくる

本文中のポイントについて

ポイント5: 自分が求めるものを明確にし、それを与えてくれる人を理解し、それを得る方法を特定すること。これらは、あらゆる口頭および書面でのコミュニケーションにとって必要不可欠なことである

ポイント6: 自分が他人の目にどう映っているのか自覚していれば、その知識を活かして見せたい自分を見せることが出来る

事が出来ます。例えば、行動を求めるとは、「コスト削減をしなければならぬ」ということは分かりました。では、次回までにコスト削減案を 3 つ、考えてきて下さい」と言って、ビジネス会議を終わらせることです。もし行動の要求が不適切である場合、間接的なアプローチあるいは穏やかな売り込みを行って、反応を要求して下さい。例えば、「この靴を買って下さい」と言うのではなく、「素敵な靴だと思いませんか?私も購入しようかと思っています」と言うことが出来ます。

クロージングがメッセージの肝となる部分です。ここで、重要なことは、相手に共感をもたらせるような言葉が必要であるということです。

Step8：好印象を持たせる

例えば素晴らしい 30 秒メッセージを考えても、俯いてぼそぼそと単調な話し方をしたり、ポケットに手を入れたまま話をしたりしては、聞き手の関心を失ってしまいます。人は 30 秒以内で人を評価することが出来ます。そして、第一印象は長く残ります。よって、好印象を与えることが大切です。メッセージは、表情、アイコンタクト、姿勢、身振り、そして身なりなどの要素からも伝わって行くのです。

表情はとても大切です。温かく、心からの笑顔は聞き手に信頼感を与えます。ウソの笑顔ではいけません。楽しい気持ちになれるものを頭に思い浮かべて下さい。無表情では退屈させてしまいます。アイコンタクトを取りましょう。空中を見つめたり、自分の足元を見たりしては、信頼してもらうことは出来ません。アイコンタクトを取り続けることは、言いたいことを主張し、誠実さを示すためには最善の方法です。

姿勢を硬直させると、不安で緊張していると思われれます。前かがみになると、関心が無いと思われてしまいます。自分のボディランゲージやジェスチャーが示す意味に気を付けて下さい。もし座って話をするか立って話をするか選べる場合は、立って話をして下さい。その方が要点を強調する動きが取りやすくなります。また、練習をビデオに録画し、自分がどう見えるのかチェックし、落ち着かない個所があれば直すようにして下さい。さらに、本当に思っていることは声に出るので気を付けましょう。もし単調で退屈な話し方をすれば、聞き手は飽きてしまいます。早口で話したり、あるいは甲高い声を出したりすれば、聞き手は不快に思ったり、あるいは恐れたり

するでしょう。

次の助言を頭に入れておいて下さい。

－ 効果的な 30 秒メッセージをつくる ～ 重要な助言 －

- 口調に変化を付け、誠実さと情熱を持って、対話をする時のような話し方を目指す
- 暗記はしない。理由は、もし忘れてしまった場合に、対応し難いことが発生する為である
- メモを読まない。メモを読むと口調が平たんになり、不自然になる
- 適切に強調してはっきり話しているか録音して確かめる
- 大事な文を強調したい時は、文の最後を軟らかい口調で話す。例えば、「自分の言葉を強調したいと思ったら、穏やかに話さなければならない」という文のように、前半を強めに発音し、後半を軟らかな口調で話す。そうすることで注目してもらうことが出来る
- 言葉を区切って強調する。言葉を区切ることで考える時間を作り、自分が話したことを理解してもらう時間を聞き手に与えることが出来る。30 秒メッセージの中に 1、2 秒の間を開けることで、少しだけドラマ性を持たせることが出来る容姿や身なりは、聞き手に強力な信号を送ります。もし、本来の自分を偽れば、相手はそれに気付く、不快な気持ちになります。マイナスイメージが欲しいわけではないのなら、極端な格好をするのは止めましょう。ただし、明るい色のスカーフや、カラフルなシャツなど、自分の個性を出す格好をすることは出来ます。しかし、場の雰囲気に対応しいか確認することを忘れてはいけません。何よりも、自分らしくいることが大切です。

これは、伝えるための技術というよりも心構えについて示しています。勿論、人に良い印象を与えれば、話を聞く姿勢を相手に与えることもできますし、共感も得やすいのです。特に人間は情報の 70% を視覚から得ているわけですから、絶対に不快な印象を与えることは NG です。

本文中のポイントについて

ポイント 7: 服装や容姿は、本人が言葉を発する前に、その人を物語っている

ポイント 8: スピーチをする為にいるのではない。聞き手とコミュニケーションを取る為にそこにいるのだ

■スピーチの準備

スピーチを暗記したり、メモを読み上げたりするべきではありませんが、準備をする事は出来ます。次のステップに従って下さい。

ー 効果的なスピーチを生む、準備とステップ ー

- ◎ 30 秒メッセージの要素を全て使って、言いたいことの要点を書き出す
- ◎ 要点のキーワードを 3 インチかける 5 インチのカードに書き出し、メモを作る。これより大きいカードは扱いが難しく、聞き手の注意を逸らしてしまう。このカードはスピーチの案内図のような役割を果たし、これを活用すれば自然に話すことが出来る
- ◎ 必要だと思う分だけリハーサルをする
- ◎ キーワードを書いたカードが読めることを確認する
- ◎ スピーチの最中、カードをずっと見ていてはいけない。必要な時だけ使うようにし、聞き手とのアイコンタクトを維持する
- ◎ 聞き手を、楽しい会話をしている相手だと思ってスピーチを進める。そうすることで、自分らしさを保つことが出来る
- ◎ 信頼してもらう。個人的な体験談を話し、自分は信頼に足る人間だと思ってもらう
- ◎ 聞き手に止めて欲しいと思われる前に、話を終わらせる

この8項目は必ず準備していくべきことです。逆にこれさえ完璧にできていれば30秒で的確なメッセージを伝えることが出来るはずです。

「伝える」技術というのはビジネスでは必要不可欠なことであり、それでいて「話法」意外にも必要な事柄があるわけです。それをわかまえることでより良いコミュニケーションが出来るのではないのでしょうか？

注釈

1. サウンドバイト:主にニュースメディアに用いられる手法。8 秒以内にコメントをまとめるというもの。的確な言葉で短時間にまとめることにより、視聴者にわかりやすく伝えることができる

本文中のポイントについて

ポイント 9: 具体的な要望の無いメッセージは、チャンスを無駄にする。もし具体的に何も要請しなければ、チャンスは手に入れられない

ポイント 10: つまるところ、正しい 30 秒メッセージとは、自分の言いたいことを伝え、それをあるべき所ー聞き手の頭の中ーへ留まらせることが出来るものである