

はじめに

ビジネスの場では、上司と部下、同僚、取引先など、様々な人間関係の中で、コミュニケーションを図ることが必要になります。年齢も、性格も、性別も異なる相手とうまくコミュニケーションできることは、ビジネスの場において必須のスキルです。

ところが、会話でも、報告書や企画書などの文章でも、「何が言いたいのか、何を言っているのかわからない」人が少なくないようです。「会話が苦手」「文章を書くのが苦手」と感じている人もいるでしょう。「最近の若者の言葉は理解できない」「敬語の使い方が間違っている」という話もよく耳にします。

しかし、たくさんの人が集まって働くビジネスの場では、「苦手」や「わからない」で済ますことはできません。コミュニケーションがうまく行かないことが原因で、大きなトラブルになることもあります。そうなる前に、ビジネスでのコミュニケーション能力、つまり、「ビジネスコミュカ」をアップさせましょう。

このテキストでは、前半50項目を会話編、後半50項目を文章編として、ビジネスコミュカアップのノウハウを紹介しています。

会話編では、普段友達同士で話をするときと、ビジネスの場面での話し方の違いや、なんのために会話をするのかという目的設定、相手の話の聞き方、それを踏まえて自分の意見をしっかりと、伝わりやすいように論理的に話す方法などを学びます。

文章編では、わかりやすく論理的な文章を書く上で気をつけたいこと、文章の見た目を整えること、メールや報告書・企画書といったケースごとの文章の書き方などを学んでいきます。

このテキストを読み終えるころには、あなたの「ビジネスコミュカ」は大きくアップしているでしょう。コミュカは、人間関係をうまくすすめるための潤滑油です。コミュカがアップすれば、職場での人間関係もよくなり、仕事の効率も上がることでしょう。

なお、本コースでは、紙幅などの都合から参考文献は掲載しておりません。あらかじめご了承ください。

目次とスケジュール

さあ、それではテキスト学習に入ります。途中で投げ出したりしないために、計画を立ててから取り組みましょう。自分自身のペースに合わせて無理のない計画を立てましょう。

1日2項目を学習するのが平均的なスケジュールです。

は、診断で間違ったところやこれは特に重要だ、覚えておきたいという項目のところをチェックするのに使きましょう。

章	内 容	P	予定日	終了日
1	「会話力」が求められる背景	10		
	<input type="checkbox"/> 1 ビジネスにおける「会話力」の重要性	10	/	/
	<input type="checkbox"/> 2 コミュニケーション能力が求められている	11	/	/
	<input type="checkbox"/> 3 時代と共に変化する、企業が求める人材	12	/	/
	<input type="checkbox"/> 4 外国語での会話にも「会話力」が必要	13	/	/
	<input type="checkbox"/> 5 一人ひとりが組織・企業の顔となる	14	/	/
2	話す前に「準備をしよう」	15		
	<input type="checkbox"/> 6 わかりやすい話をするには準備が必要	15	/	/
	<input type="checkbox"/> 7 印象に残る自己紹介をするには	16	/	/
	<input type="checkbox"/> 8 社会現象について考える習慣を身につける	17	/	/
	<input type="checkbox"/> 9 メモの習慣が会話を豊かにする	18	/	/
	<input type="checkbox"/> 10 調べておいた数字は強い武器になる	19	/	/
3	会話力を鍛える 前編	20		
	<input type="checkbox"/> 11 イメージを明確な言葉にできるように	20	/	/
	<input type="checkbox"/> 12 大きい声を出せば、自信もついてくる	21	/	/
	<input type="checkbox"/> 13 「感想」を述べる際に役立つこと	22	/	/
	<input type="checkbox"/> 14 物事を説明するためのトレーニング	23	/	/
	<input type="checkbox"/> 15 人物を説明するためのトレーニング	24	/	/
4	会話力を鍛える 後編	25		
	<input type="checkbox"/> 16 表現力は読書で身につけよう	25	/	/
	<input type="checkbox"/> 17 褒め方のバリエーションを広げよう	26	/	/
	<input type="checkbox"/> 18 話全体の構成を意識して話そう	27	/	/
	<input type="checkbox"/> 19 説明を省略してしまう癖を直そう	28	/	/
	<input type="checkbox"/> 20 会話を途切れさせないテクニック	29	/	/
5	めざせ「傾聴力」アップ	30		
	<input type="checkbox"/> 21 相手の言葉を「受け止める」姿勢	30	/	/
	<input type="checkbox"/> 22 タイミングのいい「相づち」	31	/	/
	<input type="checkbox"/> 23 相手の気持ちを汲み取りながら聞く	32	/	/
	<input type="checkbox"/> 24 あえて相手の話を遮る上級テクニック	33	/	/
	<input type="checkbox"/> 25 最後は自分の言葉で締める	34	/	/

目次とスケジュール

章	内 容	P	予定日	終了日
6	人間関係をうまくすすめる「会話の礼儀」	35		
	<input type="checkbox"/> 26 会話における礼儀	35	/	/
	<input type="checkbox"/> 27 知っておきたい「あいさつの心理学」	36	/	/
	<input type="checkbox"/> 28 こんなにも違う「尊敬語」と「謙譲語」	37	/	/
	<input type="checkbox"/> 29 「社交辞令」を上手に活用する	38	/	/
	<input type="checkbox"/> 30 感謝の気持ちを伝えたいときの言葉	39	/	/
7	電話のマナーを知る	40		
	<input type="checkbox"/> 31 会社のイメージを左右する電話応対	40	/	/
	<input type="checkbox"/> 32 相手にいい印象を与える電話のかけ方	41	/	/
	<input type="checkbox"/> 33 ワンランク上の電話の受け方	42	/	/
	<input type="checkbox"/> 34 「電話メモ」で用件を逃さず記録する	43	/	/
	<input type="checkbox"/> 35 勤務時間中のプライベート電話について	44	/	/
8	相手を不快にさせる「使ってはいけない言葉」	45		
	<input type="checkbox"/> 36 間違った言葉遣いが相手を傷つける	45	/	/
	<input type="checkbox"/> 37 人間関係を不穏にするデリカシーのない表現	46	/	/
	<input type="checkbox"/> 38 ビジネスで使ってはいけない「禁句」	47	/	/
	<input type="checkbox"/> 39 冠婚葬祭の席で避けるべき「忌み言葉」	48	/	/
	<input type="checkbox"/> 40 相手の乱暴な言葉に不快になったら	49	/	/
9	トラブル発生！ 解決に役立つ「会話力」	50		
	<input type="checkbox"/> 41 今こそ「傾聴力」を役立てる	50	/	/
	<input type="checkbox"/> 42 会話力で、失った信頼を回復するには	51	/	/
	<input type="checkbox"/> 43 形式的な謝罪の言葉は逆効果	52	/	/
	<input type="checkbox"/> 44 それでも解決しないときは	53	/	/
	<input type="checkbox"/> 45 「角を立てない言葉」を選ぶ	54	/	/
10	「会話力」を会得して自分らしい会話を身につける	55		
	<input type="checkbox"/> 46 「クッション言葉」を自分らしく活用しよう	55	/	/
	<input type="checkbox"/> 47 「お願い定番フレーズ」を活用する	56	/	/
	<input type="checkbox"/> 48 相手との関係をより深めるための会話術	57	/	/
	<input type="checkbox"/> 49 「会話力」が向上すれば人柄も変わる	58	/	/
	<input type="checkbox"/> 50 まずはできるところからやってみよう	59	/	/
	<input type="checkbox"/> 添削課題		/	/

目次とスケジュール

章	内 容	P	予定日	終了日
11	なぜ「文章力」が求められるのか	62		
	<input type="checkbox"/> 51 ビジネスにおける文章の役割	62	/	/
	<input type="checkbox"/> 52 人に伝わる文章とは	63	/	/
	<input type="checkbox"/> 53 ビジネス用の文章とは	64	/	/
	<input type="checkbox"/> 54 「書くこと」も重要な仕事	65	/	/
	<input type="checkbox"/> 55 文書の管理も文章力のひとつ	66	/	/
12	文章を書くのが苦手な人のために	67		
	<input type="checkbox"/> 56 書くことが苦手でも、ルールにのっとれば大丈夫	67	/	/
	<input type="checkbox"/> 57 書くことを好きになるう	68	/	/
	<input type="checkbox"/> 58 文章は書き慣れるもの	69	/	/
	<input type="checkbox"/> 59 文章力を身につけるための「4つの力」	70	/	/
	<input type="checkbox"/> 60 4つの力を身につける方法	71	/	/
13	「ここが苦手！」タイプ別克服法	72		
	<input type="checkbox"/> 61 同じ言葉を何度も使ってしまうタイプ	72	/	/
	<input type="checkbox"/> 62 過去形を連発してしまうタイプ	73	/	/
	<input type="checkbox"/> 63 文章にメリハリが欲しいタイプ	74	/	/
	<input type="checkbox"/> 64 文章があやふやになってしまうタイプ	75	/	/
	<input type="checkbox"/> 65 「、」を使うのが苦手なタイプ	76	/	/
14	「文章力」を上げる方法 初級編	77		
	<input type="checkbox"/> 66 語彙力アップ、2つの方法	77	/	/
	<input type="checkbox"/> 67 新聞コラムを読もう	78	/	/
	<input type="checkbox"/> 68 結論は先に書く？ 後に書く？	79	/	/
	<input type="checkbox"/> 69 「5W 1H」でポイントを押さえる	80	/	/
	<input type="checkbox"/> 70 「推敲」のススメ	81	/	/
15	「文章力」を上げる方法 中級編	82		
	<input type="checkbox"/> 71 文章の「TPO」	82	/	/
	<input type="checkbox"/> 72 読み手の心をつかむ文章	83	/	/
	<input type="checkbox"/> 73 読む人に優しい文章を書こう①	84	/	/
	<input type="checkbox"/> 74 読む人に優しい文章を書こう②	85	/	/
	<input type="checkbox"/> 75 共感される文章の書き方	86	/	/

目次とスケジュール

章	内 容	P	予定日	終了日
16	「文章力」を上げる方法 上級編	87		
	<input type="checkbox"/> 76 「材料」を整理しよう	87	/	/
	<input type="checkbox"/> 77 「書き出し」にこだわろう	88	/	/
	<input type="checkbox"/> 78 「論点を見抜く目」を養おう	89	/	/
	<input type="checkbox"/> 79 より説得力のある文章の書き方	90	/	/
	<input type="checkbox"/> 80 自分をアピールする文章の書き方	91	/	/
17	読みづらい文章の矯正法	92		
	<input type="checkbox"/> 81 どの言葉を「修飾」するのかを明確に	92	/	/
	<input type="checkbox"/> 82 受動態と能動態の使い分け	93	/	/
	<input type="checkbox"/> 83 「が」を減らして優柔不断な印象をなくそう	94	/	/
	<input type="checkbox"/> 84 無駄の多い文章をシンプルに	95	/	/
	<input type="checkbox"/> 85 抽象的な文章を具体的にしよう	96	/	/
18	すぐに役立つビジネス文書の書き方	97		
	<input type="checkbox"/> 86 ビジネス文書あれこれ	97	/	/
	<input type="checkbox"/> 87 ビジネス文書のフォーマットと定型句（1）	98	/	/
	<input type="checkbox"/> 88 ビジネス文書のフォーマットと定型句（2）	99	/	/
	<input type="checkbox"/> 89 あいさつ状の書き方	100	/	/
	<input type="checkbox"/> 90 報告書の書き方	101	/	/
19	メールに役立つ「文章力」	102		
	<input type="checkbox"/> 91 目指せ、メールの達人！	102	/	/
	<input type="checkbox"/> 92 達人への道①～報告のときのメール	103	/	/
	<input type="checkbox"/> 93 達人への道②～依頼するときのメール	104	/	/
	<input type="checkbox"/> 94 達人への道③～謝罪するときのメール	105	/	/
	<input type="checkbox"/> 95 達人への道④～お礼のときのメール	106	/	/
20	企画書とプレゼン資料の書き方	107		
	<input type="checkbox"/> 96 企画書の書き方	107	/	/
	<input type="checkbox"/> 97 プレゼン資料は見た目も大事	108	/	/
	<input type="checkbox"/> 98 プレゼン資料の構成	109	/	/
	<input type="checkbox"/> 99 プレゼン資料は「5W2H」	110	/	/
	<input type="checkbox"/> 100 想いを巡らせながら言葉を選ぶ	111	/	/
	<input type="checkbox"/> 添削課題		/	/

第1章～第10章

ビジネスコミュカUPの会話力

ビジネスにおける「会話力」の重要性

学習のポイント

POINT ① 会話とは、お互いの意見をキャッチボールすることである

POINT ② 会話力は相手に信用してもらうための大きな武器となる

大辞林で「会話」の項目を引くと、「二人または数人が、互いに話したり聞いたりして、共通の話を進めること。また、その話」と書かれています。

会話とは、一方的に用件を話すのではなく、お互いの意見をキャッチボールすることによって、話を進めていくことなのです。

つまり、こちらの言いたいことを伝えることと、相手の言いたいことを理解することが必要とされます。この両方に優れた人が、「会話力の高い人」ということになります。

このキャッチボールには、駆け引きの要素もあります。単純に相手のボールを投げ返すだけではなく、その受け方・投げ方によって、話の流れを自分に有利な方向へと持っていくことができるのです。

人間関係においても、ビジネスにおいても、会話の主導権を自分が握ることができれば、その後の展開において大きなアドバンテージとなります。しかも、会話のテクニックによ

っては、主導権を握っていることすらも相手に気づかせずに話を進められるのです。

また、人は相手の話す言葉以外のことから多くの情報を得ています。声の大きさや語調、勢い、選ぶ語彙などから、その人の性格や育った環境、知的レベルなどを無意識的に判断します。そして最終的には、その相手が信用するに値する存在なのかどうなのかという判断につながっていくのです。

一例を挙げると、どんなに有利な条件を商談で提示しても、話し方に軽薄な印象があれば相手に決断を躊躇^{ちゆうちゆう}されてしまいます。また、自分の言い分ばかりを一方的に話し、自己中心的な印象を与えてしまうと、有利な条件も「何か裏があるのではないか」と疑われて、やはり信用できないと思われてしまいます。

相手に信用されなければ、人間関係を円滑に進めることは不可能です。そして、相手に信用してもらうための最も有力な手段が、会話力なのです。

【会話力の重要性】

会話とは

互いの意見を
キャッチボール
すること
(駆け引きの要素もある)

会話力があると…

- ・信用を得ることができる
- ・人間関係を円滑にすることができる

ビジネスの
強力な
武器になる!

コミュニケーション能力が求められている

学習のポイント

POINT ① 企業はコミュニケーション能力に優れた人材を求めている

POINT ② コミュニケーション能力は誰でも伸ばすことができる

2014年に経団連が公表したアンケート結果によると、採用選考時に重視する要素として、「コミュニケーション能力」を挙げた企業が10年連続で最多でした。

コミュニケーション能力とは、相手との意思の疎通をうまく図ることができる能力のことです。この能力に優れた人と、そうでない人とは、仕事の成果に大きく差が出ると、企業は考えているのです。

仕事にはコミュニケーションがつきものです。自分が正しいと思ったことを相手に押しつけようとする態度や、相手が納得してくれないことに気分を害し、言動に表すようなことがあれば、仕事上の人間関係をうまく進めることはできません。場合によっては会社のイメージを悪くしてしまうことさえあるのです。逆にコミュニケーション能力によって、会社のイメージアップを図れる場合もあります。

同じ会話でも、相手の受け取り方次第で「親しみやすい」と思われたり、「馴れ馴れしくて

軽薄だ」と思われたりと、全く違った評価をされることがあるのです。

従って、直感的に相手に好意を持たれるような会話ができる人が、コミュニケーション能力が高いと言われるのかもしれませんが。会話はコミュニケーションにおいて、基本とも言えるものです。

世の中には会話が上手だと言われる人も、会話ベタだと言われる人もいます。しかし、会話力は身につけようとするれば誰でも伸ばすことのできるスキルです。生まれ持った性格に左右される才能ではありません。ポイントを押さえ、コツを学ぶことによって会話力を鍛えて、コミュニケーション能力を高めることができるのです。

こうした背景から、企業は社員のコミュニケーション能力を養成する必要性を感じており、研修をおこなうなど、具体的な対策を取っています。今後もこの傾向は、ますます強まることでしょう。

【企業が人材に求めるコミュニケーション能力】

コミュニケーション能力とは

相手とのコミュニケーションをうまく図ることができる能力



時代と共に変化する、企業が求める人材

学習のポイント

POINT 1 コンピューターでは対応できない能力こそ必要とされている

POINT 2 どんな状況にも対応できる能力を持った人材が求められている

成果主義を重視する企業が増えています。あらかじめ定められた目標を達成できるかどうかで、個人の能力が評価されるのです。日本的な終身雇用制から、欧米スタイルへの変化と言ってもいいでしょう。

一方テクノロジーの進歩によるIT化で、働き方も大きく変化しています。かつては大勢の社員が時間も手間もかけてこなしていたような作業は、1人のコンピューター操作によって、短時間で終わらせることができるようになりました。それによって、コンピューターを使えばこなせるような作業に必要なスキルは、あまり重要視されなくなったのです。

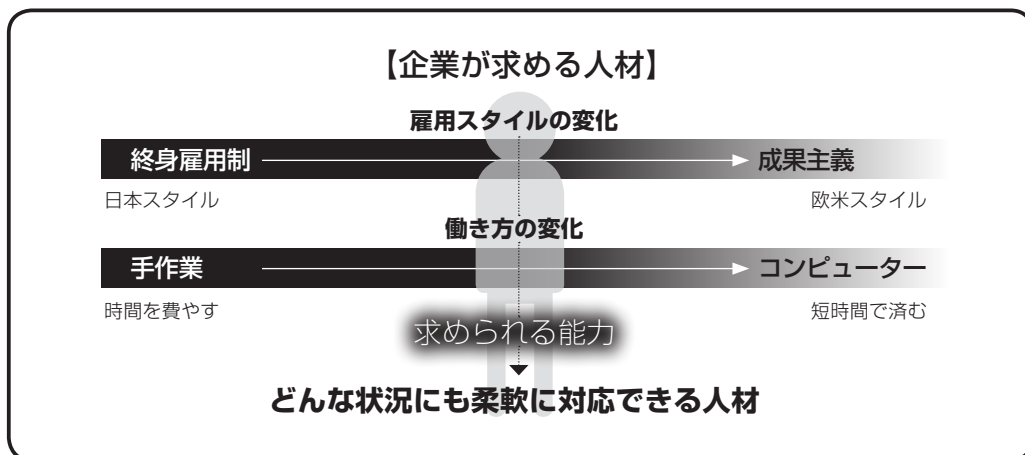
つまり、コンピューターでは対応できない能力が必要とされているわけです。そして、そのひとつがコミュニケーション能力なのです。どんなにAI(人工知能)が発達したとしても、ビジネスのベースに人と人とのコミュニケーションがある以上、コンピューターは便利な道具に過ぎません。

もし、自動的にビジネス文書をメールして交渉してくれるプログラムがあったとしても、そこに自分自身の言葉による一文を添える心配りのできる人間が、より大きな成果を出せるでしょう。その際、どのような一言が相手を喜ばすことができるかどうかを判断するためには、コミュニケーション能力が必要になってきます。

また、多くのやりとりがメールなどで済む状況だからこそ、実際に対面しての会話は貴重であり、そこで大きな効果をもたらすことができる会話力が重要になります。

社会状況の変化がますますスピードアップしていく中、企業が求めているものは、こうした変化に柔軟に対応できる人間です。つまり、どんな状況にも即応し、人間関係を構築できる能力を持った人材のことです。

あなたがそうした人材であれば、企業は喉から手が出るほどあなたを欲しがり、そして手放そうとはしないでしょう。



外国語での会話にも「会話力」が必要

学習のポイント

POINT ① 企業のグローバル化によって、語学力も重要視されている

POINT ② 「使える」だけでなく「どう話すか」「何を話すか」が大切である

企業がビジネスパーソンらしい、きちんとした会話のできる人材を求めることは、今も昔も変わりはありません。しかし、最近ではそれに加えて、外国語が使える人材を求めているというデータがあります。

求人に関する統計によれば、「英語の簡単な読み書きや日常会話ができる語学力」のある人材を求める企業の割合は、2005年では全体の4.2%だったのに対し、2012年には61.0%と大幅に増加しています。

企業は帰国子女などの外国語が使って他国の文化を理解している、いわゆる「バイリンガル」と言われる人たちを、「そうでない人よりもコミュニケーション能力が高い」と見て、積極的に採用しています。それは、彼らのグローバルなコミュニケーション能力がビジネスに生かせると考えているからです。

「言葉」は、ビジネスにとって重要なコミュニケーションのための道具です。外国語を使うのは、外国人とのコミュニケーションをより円

滑にするためです。しかし、外国語が使えるだけでは、コミュニケーションをうまく図ることはできません。大切なのは「使える」といったことだけではなく「どう話すか」「何を話すか」といった会話能力なのです。

前項でも述べたとおり、現在の社会状況は目まぐるしく変化しています。企業のグローバル化にともなう言葉の問題は、社会人であれば避けては通れない問題かもしれません。

また、将来的に見ても、外国語を含めたコミュニケーション能力、そして会話力は、より重要視されることでしょう。

今はまだ、「外国語は苦手だな」と考えている人が多いかもしれませんが。しかし、この講座を受講されている皆さんは、すでに日本語を使いこなしているはずです。すなわち、言葉は使えば自然と身につくものなのです。

これからこの講座で学ぶ会話力アップのノウハウは、将来外国語が必要になった際にも、きっと役立つはずです。

【外国語での会話も、会話力が重要】

求められる語学力

- ・ 英語
- ・ アジア諸国の言語
(中国語、韓国語など)
- ・ その他の外国語

外国語を使う理由

- ・ 企業のグローバル化
- ・ 外国人とのコミュニケーションを円滑にする



「会話力」が重要

「どう話すか」
「何を話すか」

一人ひとりが組織・企業の顔となる

学習のポイント

POINT 1 組織や企業の「格」が問われる時代になっている

POINT 2 自分の言動が会社のイメージを左右する

現在は情報の共有化が進み、どんなものでも手軽に比較することができます。例えば、家電製品を購入したいと考えたとき、価格比較サイトを使えば、リアルタイムで最も安く販売している店を見つけることができます。ホテルを探すときは、料金だけでなく、どんなサービスがあるのかも比較検討することが可能です。

企業側もそうした背景を把握しており、他社との競争を繰り広げています。その結果、どの会社で購入しても、商品やサービスにあまり差がないという状況になっています。

そんな中、会社を選ぶ際に比重が大きくなっているのが、「会社のイメージ」です。

信頼性だけではなく、その会社の持つキャラクター性も、「会社のイメージ」には加味されます。新しいことにチャレンジする革新的な会社なのか、保守的な会社なのか、利益のためにはなりふり構わない会社なのか、といったことです。

イメージ戦略としてはC.I.(コーポレート・ア

イデンティティ)活動なども有効ですが、特に対企業のビジネスにおいては、それ以上に会社のイメージを左右するものがあります。

それは、社員一人ひとりのキャラクター、いわば「人格」です。どんなに洗練されたCMを打ってクリーンなイメージを作ろうと、実際に接した社員が不誠実であれば、その会社のイメージは決して良いものにはなりません。

その会社の名刺を持って仕事をする限り、個人の印象が、属する組織や会社のイメージを左右してしまうのです。会社の看板を背負う以上、どんな立場の社員であろうと、その責任も一緒に背負わなければなりません。

実際に接したとき、その人のイメージを決定づけるのは言動です。どんな話し方をするのかで、その人の印象は大きく変わります。つまり、会話力をアップさせることで、個人のイメージ、ひいては所属する会社や組織のイメージをアップさせることができるのです。

【企業に対するイメージ】

対消費者

- ・ CM
- ・ 広告
- ・ インターネット
- ・ 口コミ
- ・ 接客
- etc.

対企業 (ビジネスパートナー)

- ・ CM
 - ・ 広告
 - ・ インターネット
 - ・ 口コミ
 - ・ 接客
 - etc.
- +
- 社員の人格

わかりやすい話をするには準備が必要

学習のポイント

POINT 1 話す前に、何を伝えたいのかを頭の中でまとめておこう

POINT 2 話す相手がどんな立場なのかによって、伝え方も変わってくる

実際に話す前に、あらかじめ準備をしておくことは大切です。しかし、準備といっても、そう大きな作業ではありません。

まず一番重要なことは、「相手に何を伝えたいのか」です。話し始めたのはいいけれど、自分も何を言いたいのかよくわかっていないようでは、相手がわかってくれるはずがありません。また、自分がよく理解していないようなことを相手に伝えることはできません。

伝えたいことを自分が十分理解しているのか。理解していないなら、まずはしっかりと話すことを理解しておきましょう。

事前に伝えたいことを箇条書きでメモしておけば、整理ができて話がしやすくなります。時間などの都合でそれが無理ならば、頭の中で、何と何を伝えたいのかしっかりと考えておきましょう。

話す相手がどんな立場なのかもある必要があります。自分と同程度の知識がある専門家同士ならば、専門用語を使っても会話はス

ムーズに進みます。しかし、そうでない場合は、できるだけわかりやすい言葉で説明することが求められてくるのです。

説明するときに「○○のことはご存じですか?」と聞いてみるのもいいでしょう。ただし、これはあまり多用すると、相手が馬鹿にされているような気分になってしまうことがあるので、注意が必要です。

また、正確に伝えようとするあまり説明が細かくなり過ぎて、話がかえってわかりづらくなってしまいます。本筋とあまり関係のない説明は、思い切って省いてしまった方がいいでしょう。

ただし、会話は、あくまでも相手とのキャッチボールで進んでいくことを忘れてはいけません。いくら事前に話すことを決めていたとしても、会話の流れも考えずに、自分の言いたいことだけを押しつけるのは、相手の反感を招くだけですからやめましょう。

【わかりやすい話をするための準備】

頭の中で整理

何を伝えるか…

メモに書き出す

・伝えたいことを箇条書きする

会話のとき

- ・わかりやすい言葉で話す
- ・「○○のことはご存知ですか?」
(確認する言葉)

✕
・自分の言いたいことだけを押しつける

印象に残る自己紹介をするには

学習のポイント

POINT 1 初めての相手に自己紹介するときは、1点に絞って自己アピールをする

POINT 2 初対面の相手のことを調べておくと、会話がスムーズに進む

初対面の相手に対しては、まず自己紹介をします。名刺を渡して、自分の名前を名乗るのが普通でしょう。

このとき、例えば、「田中と申します」と苗字だけを名乗る人が多いのですが、初対面の場合は名前までを含んだフルネームで「田中一郎と申します」と名乗った方が、印象がより強くなります。珍しい苗字や名前の場合は、その由来などをつけ加えるのも効果的です。

初対面の人が相手でも、自分に興味を持ってもらえれば会話はスムーズに進むものです。自己紹介のときには、自分のセールスポイントをアピールしておきたいものです。しかし、一方的に自分のことを並べ立てると、聞く方はうんざりしてしまいます。自己アピールは、1点に絞るようにしましょう。

もちろん、ビジネスパーソンであるあなたが、芸能人につけられているようなキャッチフレーズを使う必要はありません。

例えば、「営業部の坂本一馬です。高知県出

身ということもあり、よく、名前のことで話題にされています」や「〇〇商事の田中一郎です。体育会系でしたので、体力には自信があります」くらいの自己アピールを用意しておくといいでしょう。

そうすることで、「坂本龍馬と一字違いですね」や「体育会系というと、何のスポーツをしていたのですか？」などと会話が弾みやすくなります。

逆に事前に相手の情報を収集しておき、さりげなくその話題に触れるのもいいでしょう。優れた業績を残している人なら「〇〇を成功させた方だとお聞きして、以前からぜひお会いしたいと思っていました」などと伝えれば、相手も自分のことを評価しているあなたにいい印象を持つことでしょう。

初対面の人とは、お互いに全くの手探り状態で会話をするのではなく、事前にちょっとした準備をして、スムーズに会話を進められるようにしておきましょう。

【印象に残る自己紹介】

普通の自己紹介

「田中と申します」

印象に残る自己紹介

・フルネームで名乗る

「田中一郎と申します」

・自己アピールする

例

「体育会系でしたので、体力には自信があります」

スムーズな
会話

社会現象について考える習慣を身につける

学習のポイント

POINT 1 ニュースや流行を常に把握しておくことは会話に役立つ

POINT 2 社会の出来事は、その背景まで理解し自分なりに分析しておこう

あなたは今、世の中で話題となっているニュースや流行を把握していますか？ 会話力を高めることから考えても、こうしたタイムリーな話題は会話のきっかけになり、メリットになると考えられます。

ただし、単に何が流行っているかを知っているだけでは、軽薄な印象を与えかねません。あれも知ってる、これも面白い、といった浅い感想だけでは、「単に流行に流されるだけの人」と判断されてしまっても、仕方がありません。

ここで大切なのは、なぜその事件が起きたのか、なぜそれが流行したのか、という背景まで考えることです。

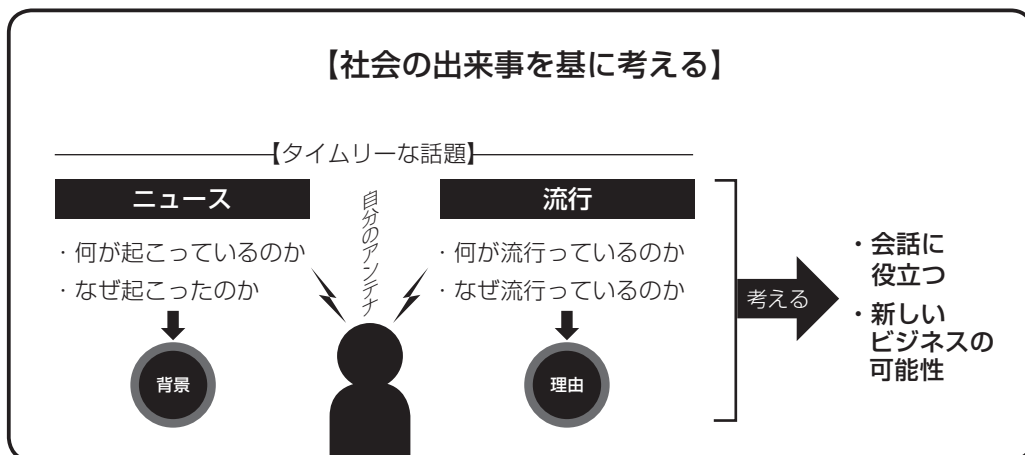
ニュースとなる事件や流行には、必ず理由があります。そこまで考えて分析すると、さまざまなことがわかってきます。

事件が起きたということは、社会のゆがみが原因となったのかもしれませんが、では、そのゆがみを正す方法は考えられないのか。

あるいは、大ヒットした商品が生まれた背景には、その商品に対するニーズがあったということです。ならば、それとは違った角度から、そのニーズに応える商品は考えられないか。

誰もが感じるような表面的な感想ではなく、自分なりに考えた意見を持ってその話題を語る事ができれば、相手はあなたの時代に対するアンテナが鋭敏だと感じるでしょう。それは、あなたに対しての評価を高めることにつながるはずです。

流行には左右されない、という生き方もカッコいいかもしれませんが、やはり仕事の分野においては、流行やニュースはできるだけ把握しておきましょう。それを直接仕事へと結びつけるのは難しいとしても、常に流行やニュースなどの社会現象から背景を考えると、ヒントが得られ、新しいビジネスチャンスにつながられるかもしれません。



メモの習慣が会話を豊かにする

学習のポイント

POINT ① 面白いと思ったことをストックしておいて、会話に役立たせよう

POINT ② 相手の話をメモして熱心さをアピールしよう

会話が上手だと言われている人は、例外なく話題が豊富です。「会話が少しだらけてきたかな」と思ったところで、ちょうどいい話題を絶妙のタイミングで振ってきます。

これは、いつでも話題をストックしてあるからこそできることです。常日頃から、「これは面白いな」と思ったことがあれば、メモを取る習慣を心がけましょう。本を読んだり、テレビを見たりしているときでも、気になった話題や気の利いたフレーズなどがあれば、こまめにメモしておく、会話の際に役立ちます。

筆記用具やメモ帳・手帳を持ち歩くのが面倒なら、携帯電話やスマートフォンでボイスメモを取ってもいいでしょう。

いつでもサッとメモを取るという習慣は、意外に身につかないものですので、最初は意識してメモを取るようにしましょう。「毎日必ず手帳の1ページ分は何かをメモする」と、ノルマを決めておくのもいいかもしれません。

「これはあまり役に立たないな」と思うよう

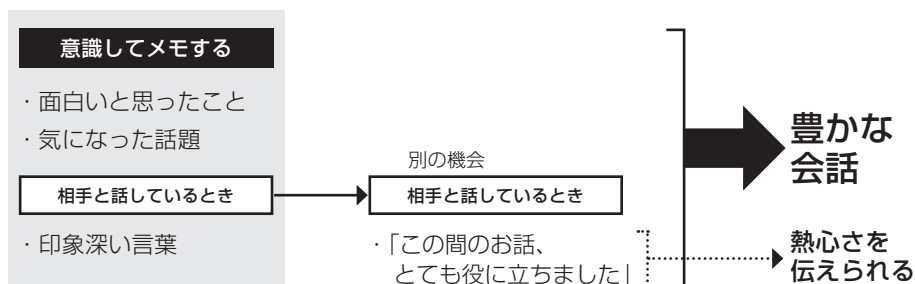
なことも、しばらくしてから見返したり、別の事柄と組み合わせると、意外に面白い会話のネタになることもあります。気になることは、とりあえず何でもメモを取っておきましょう。

また、直接会って話しているとき、相手の話の中で、面白い話題や、印象深い言葉などがあれば、それをメモするのもいいでしょう。しばらくしてから「この間、おっしゃっていたあのお話、とても役に立ちました」などと言われると、相手もうれしいものです。また、メモを取っていると、熱心に自分の話を聞いているのだな、と思われる効果もあります。

ストックしておいたメモは時折見返しましょう。そうすれば、「あのとき、あの人とこんな面白い話をしたな」などと思い出すこともでき、メモを取る楽しさが実感できるはずですよ。

このように、さまざまな機会ですこずつストックしておいたメモは、いざというときに、あなたの会話を豊かなものにしてくれるでしょう。

【メモを取る習慣を心がける】



調べておいた数字は強い武器になる

学習のポイント

POINT ① 数字は大きな説得力を持つので、事前に調べておこう

POINT ② データは、相手に理解してもらいやすい言い回しで伝えよう

説明をするときに大きなポイントとなるのが、データや数字です。「かなり多いです」「みんな欲しがっています」と言うより「1500件あります」「85%の人が欲しいと答えています」と言う方が、はるかに説得力は高いでしょう。効果的な説明のためには、データに裏づけられた数字は強力な武器になります。

こうしたデータは、事前に調べておくようにしましょう。数字が頭に入っている人は、その分野に詳しいのだと受け取ってもらえます。数字を暗記するのが苦手なら、すぐに調べられる資料を用意しておきましょう。「それに関しては、ここにデータがあります」と、データを取り出してその場で読み上げたり、相手に見せたりすれば、信頼度もアップします。

ただし、会話の中でデータを出す場合、細かい数字を出す必要はありません。「1500人中、1043人が賛成しています」というよりも、「7割の人が賛成しています」と伝えた方が相手

も理解しやすくなります。もしどうしても正確な数字が必要な場合は、資料を用意して別途渡した方が確実です。

ここで重要なのは、聞いた人がその数字をすぐに頭に思い浮かべられるかどうかです。「東京ドーム何個分の大きさ」「レモン何個分のビタミンC」という言い回しがよく使われるのも、聞いている人が頭に思い浮かべやすいからです。こうした例えの場合は、ありきたりの表現で構いません。むしろパッと頭に浮かばないような、奇をてらった例えでは意味がないのです。

肝心なことは、いかに相手に理解してもらえるかです。数字は説得力のある武器ですが、いくら数字を羅列しても相手にとってピンとこなければ、効果的とは言えません。その数字をどう伝えるのが一番いいのか。前もって考えられれば、事前の準備としては申し分ありません。

【数字の説得力】

普通に説明

- ・かなり多い
- ・みんな欲しがってます
- ・1500人中1043人が賛成しています
- ・すごく広いです

わかりやすい例えに

数字で説明

- 「155件あります」
- 「85%の人が欲しがっています」
- 「7割の人が賛成しています」
- 「東京ドーム10個分の広さです」

わかりやすい！

