

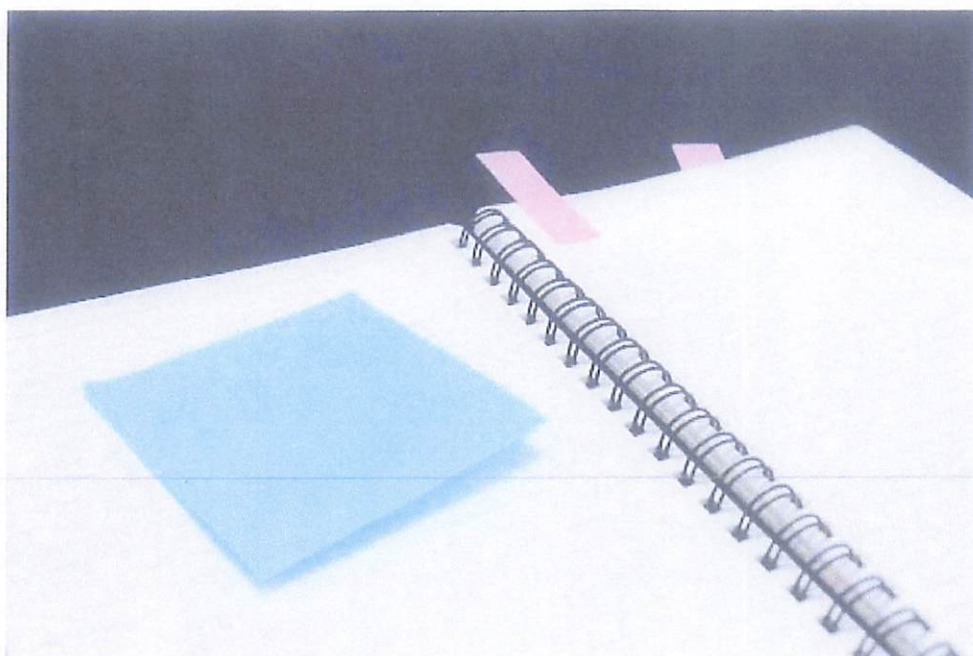


目からウロコ！  
エグゼクティブのための10分間トレーニング

## 聴衆を惹きつける必勝スキル、「SSP」とは？

### 第8回 胸を打つスピーチ構成(3)

2015年7月21日(火)山口 博



今回の演習も、付箋をご用意ください

BIGPRによるセット・アップに続いて先週、MAPを描いて全体像を示す演習を実施しました。今回は、MAPを描いた後に、本論に入り、スペシャル・セールス・ポイント(SSP)を訴求するスキルを、演習していきましょう。

#### 当たり前のように難しいSSPのセッティング

本論で最も重要なことは、聴衆の心に最も訴えたいことを、スピーチ全体を通して必ずひとつ、そして、スクリーンに映し出すパワー・ポイント資料の各頁に必ずひとつずつ、選んでおくことです。

本論で最も訴えたいことについては、さまざまな表現が用いられていますが、私には、聴衆の心に訴える最も重要なそのスピーチの売り込み内容という意味合いで、スペシャル・セールス・ポイント(SSP)という表現が、最もしっくりくるように思います。

SSPが重要だと申し上げますと、そのようなことは当たり前だとお感じになる読者の方が多いと思います。しかし、全体にも、各ページにもひとつSSPをセットするこの演習を経験しますと、「これまで、そこまで考えたことがなかった」という声が挙がる一方、「全体を通して言いたいことはひとつではない」、「各頁にひとつはない。他の頁で言いたいことの補足資料もあるので」といった戸惑いの反応に接することが多くあります。

## スピーチ全体を通して必ずひとつのSSP

まずSSPは、スピーチ全体を通して、必ずひとつだけ選ぶことを強くお勧めします。これも、あれも重要だということでは、スピーチ全体の訴求力が散漫になります。最も重要で、最も売り込みたいことはなにか、ひとつに絞ることがとても重要です。

日本のビジネス・パーソンのスピーチは、この部分が甘く、あるいはよくばりであれもこれも伝達しようと考えて結果、訴求力がそがれ、結果として、聴衆の心に残らないものになっていることが現実ではないでしょうか。

■演習 ご自身が実施する次回のスピーチを想定して、スピーチ全体を通してのSSPをひとつ、付箋に書き出しましょう(1分間)

## パワー・ポイントの各ページにも必ずひとつのSSP

パワー・ポイント資料の各ページに必ずひとつ、SSPを設けるということのセッションでは、「全ての頁にSSPはない」、「SSPを示す補足資料の頁もある」、「聴衆に手交するので、データ等の頁もある」という理由により、全ての頁にSSPを設けることはできないという反応によく出会います。こうした反応に接する度に、にっこりと笑って、全ての頁のSSPをセットしましょうと申し上げています。

繰り返しますが、ここでの演習で構成しようとしているスピーチは、相手の心に訴えるスピーチ構成です。伝達事項の説明でも、指示事項の解説でも、データの説明や手交でもありません。相手の心に訴えるスピーチ構成をする観点からは、各頁にひとつ、必ずSSPをセットします。言い換えれば、SSPがセットできない頁は、削除します。もちろん、別途、参考資料や配布資料として配布することまで否定するつもりはありません。

■演習 ご自身が実施する次回のスピーチを想定して、そのうちの1頁のSSPをひとつ、付箋に書き出しましょう(1分間)

## 聴衆は聞き飽きるものである

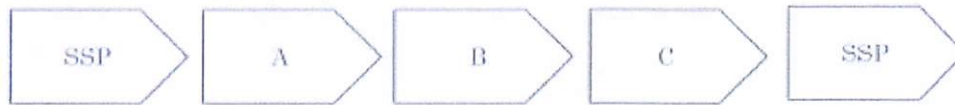
そして、各頁のSSPは、その頁の冒頭と最後に必ず繰り返して訴求するということをお勧めします。聴衆は、聞き飽きるものです。時折、「大事な説明なので、集中して聞いてください」、「眠らないで注目してください」と声高に聴衆に伝える話し手に接することがありますが、それはナンセンスです。

聴衆が集中していなかったり、眠ってしまったっていたりするの、かなりの部分、全て話し手のスピーチ構成の問題によると経験的に思います。集中して聞いてください、眠らないでくださいと恥知らずのことを言わずに、自身のスピーチの構成を改善すべきです。



聴衆は聞き飽きますので、各頁にSSPをセットする、その頁の最初にSSPを訴える、そして、補足説明や関連説明をした上で、最後にもSSPで締めくくる構成が、最初と最後に聴衆を惹きつける効果が高いと言えます。

■演習 3-3-3でSSPを書き出した1頁について、最初と最後にSSPを入れた語法を付箋に書き出しましょう(1分間)



## 集中して反復練習することが体得への早道

ここまで演習を実際実施して下さった方の中には、各演習が1分間と書かれていることに違和感をお持ちになった方も多いのではないのでしょうか。私は、語法の訓練は、ゴルフの素振り練習のようなものではないかと思います。あれこれ、一振りする毎に5分も10分も考えて、素振り練習する方は、まずいらっしやらないと思います。体で覚え込ませると言うことが大事だと実感していらっしやるからではないでしょうか。

語法の訓練も、1分考えて、まずはロールプレイや収録を実施してみる、そして振り返って修正してみるという繰り返しが最も有効のように思います。そして語法訓練には、集中力も必要と思います。時間をかければよい知恵がでてくるとは限りません。

それに時間をかけて、ああでもない、こうでもないと考えた語法は、自身の血肉になっているものではないことが多いですから、本番で言葉に出ないということもありがちです。実際に演習する場合には、参加者の方々は体力を使いますが、それだけ体得する成果につながっていますので、是非、チャレンジしていただければと思います。

## SSPのセッティング例

各ページにSSPをセットして、各頁の最初と最後にSSPを訴求する例をお示ししましょう。

「みなさんには、私の製品説明を聞いていただき、率直なフィードバックをいただければ幸いです(BIGPRのR)。よろしくお願い申し上げます。早速、本論に入らせていただきますが、その前に、本日お話しさせていただく製品説明の全体像をお示しますと、A当社従来製品の特長と、Bお客さまからいただいたご意見やニーズと、C新製品のご紹介の3点についてです(MAP)。まずは、A当社従来製品の特長についてのご説明に入らせていただきます」とMAPが終わったとします。

そしてAについての説明が数ページにわたる場合の、最初のページのSSPの例です。

「まず、当社従来製品の特長は一言で申し上げれば、広く多くのお客さまにお使いいただくために、標準化した製品設計をさせていただいているという点です(このページの冒頭のSSP)。具体的には、まず、本体の機能面からみて、A-1、A-2、A-3という特徴があり、よくご承知いただいていることと思います。

このように、本体の機能面からみて、当社の従来製品は、標準化した製品設計をさせていただいています(このページの締め括りのSSP)。では、次に、オプションの観点から当社の従来製品の特長を申し上げます(その後、次のページへ)。

- 演習 3-3-3でSSPを書き出した1ページについて、2-3-4の例示を参考にして、必要であれば修正しましょう(1分間)
- 演習 このロールプレイをスマートフォンで収録しましょう(1分間)
- 演習 動画を視聴し、改善したい点を付箋に書き出しましょう(1分間)

[このコラムについて](#)

---

## 目からウロコ！エグゼクティブのための10分間トレーニング

グローバルビジネスパーソンの研修歴20年以上の筆者が、そのノウハウを「自主トレ用」にまとめました。1回10分、本コラムのトレーニングを徹底的に習得すれば、ライバルに一步も二歩も差をつけることができます。

### **日経BP社**

[日経ビジネスオンライン会員登録・メール配信](#) — [このサイトについて](#) — [サイトマップ](#) — [お問い合わせ](#) — [利用規約](#)

[日経BP社会社案内](#) — [個人情報について](#) — [アクセス履歴の利用について](#) — [著作権について](#) — [広告ガイド](#) — [ID統合について](#)

日経ビジネスオンライン SPECIALは、日経BP社経営情報広告部が企画・編集しているコンテンツです。

Copyright © 2006-2015 Nikkei Business Publications, Inc. All Rights Reserved.