

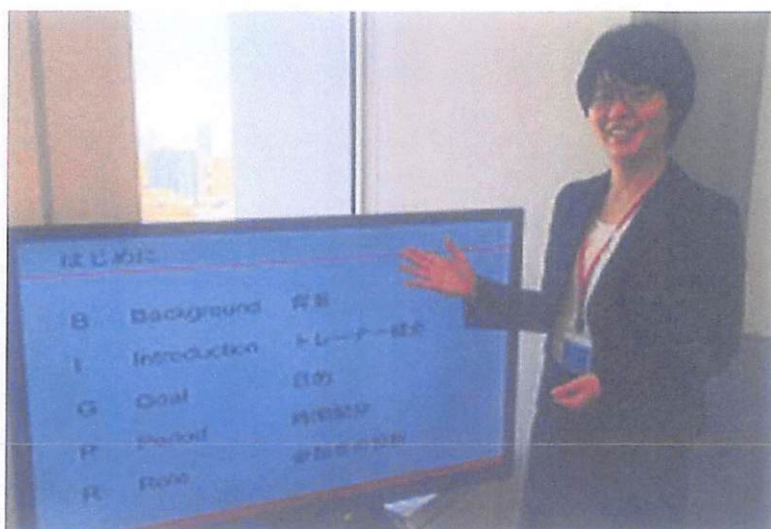


目からウロコ！
エグゼクティブのための10分間トレーニング

ジョブズを超えろ！ スピーチ構成のコツ「BIGPR」

第6回 胸を打つスピーチ構成(1)

2015年7月7日(火)山口 博



胸を打つスピーチのための「BIGPR」を身に付けよう

「〇〇さんの話には、いつも胸を打たれるなあ」と言われることの多い話し手もいれば、人前で話しても、相手の胸を打つどころか、なかなか集中して聞いてもらえないという思いをお持ちの方も多いのではないのでしょうか。たった10分で、相手の胸を打つスピーチができるようになるためのスキルを体得できるとすれば、演習してみたいと思いませんか。4週にわたり、胸を打つスピーチ構成の演習をしていきましょう。今回のテーマは、セット・アップのためのBIGPRです。

BIGPRでセット・アップ！スピーチの成否が決まる

1対多数のスピーチや会議や研修でも、あるいは1対1のミーティングでも、そのスピーチのセット・アップを行うことはたいへん重要です。セット・アップとは、そのスピーチや会議の背景(Background)、自己紹介(Introduction)、目的(Goal)、時間配分(Period)、聴衆に期待する役割(Role)を冒頭1分程度で簡潔に伝えることです。私は、これを各々の頭文字を取ってBIGPRと称しています。

BIGPRという用語を使用しようがしまいが、このセット・アップを行わないと、「いったいこの人は、どのくらいの時間話すつもりなのだろう」「何の目的でスピーチするのだろう」「聴衆である私たちには何を期待して

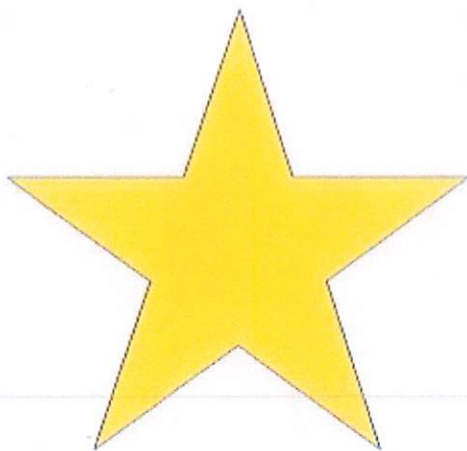
いるのだろう」などと、不安なままスピーチを聞くこととなりますので、話し手の話に集中できなくなることが多くなります。

逆に、セット・アップがしっかりしていると、「ああ、この話し手は、こういう目的で、こういうことを期待して、○○分話をするのだな」ということがクリアになるので、話し手の話に集中しやすくなります。

「聴衆が話し手の話に集中してくれないのは、聴衆が悪いのだ」という話し手がいらっしやいます。また、聴衆に対して「しっかり聞いてください」「私語を謹んで聞いてください」「パソコンは閉じて、携帯電話はオフにしてください」「内職は厳禁です」と注意事項を山ほど述べて、話し手を紹介する主催者の方もいらっしやいます。

私は、そのような注意事項を述べることに反対です。無理やり集中させるよりも、話し手が聴衆の心をつかみ、胸を打つべきだと思うからです。聴衆が話し手の話に集中してくれなかったら、自身のスピーチのスキルを高めることを考えることが肝要と思います。

■演習 ご自身が実施する次回のスピーチ、または顧客訪問を想定して、BIGPRの内容を付箋に書き出しましょう。BIGPRそれぞれ1枚ずつ計5枚に書き出します(1分間)



セットアップの五つ星「BIGPR」

スピーチでも会議でも研修でも必ず1分BIGPR

BIGPRのB、背景(Background)とは、そのスピーチを行うことになった経緯です。I、自己紹介(Introduction)とは文字通り話し手の自己紹介です。

G、目的(Goal)とは、そのスピーチの目的です。P、時間配分(Period)とは、そのスピーチの所要時間です。そして、R、聴衆に期待する役割(Role)とは、話し手が聴衆にそのスピーチの結果をふまえて何を期待しているかということです。

例えば、次のような内容になります。「本日は、年間の能力開発プログラムの一環で、演習を実施させていただきます(B)。私はトレーナーの山口博と申します(I)。この演習の目的は、スピーチ構成を体得していただくということです(G)。5つのスキルを50分で演習していきます(P)。75%がアクティブ・ラーニングですので、積極的にご参加いただければ幸いです(R)」

あるいは、顧客とのミーティングの際には次のようなケースもあるでしょう。「先日お電話させていただき、お時間をいただきありがとうございます(B)。○○会社の山口博です(I)。本日は当社製品のご紹介をさせ

ていただければと思います(G)。お時間は30分いただけますでしょうか(P)。私の説明をお聞きいただき、製品についての率直な感想をお聞かせいただければ、幸いです(R)」

■演習 ご自身が実施する次回のスピーチ、または顧客訪問を想定して、BIGPRを実施してみましょう。スマートフォンをセットして収録しましょう(1分間)

■演習 動画を視聴し、改善したい点を洗い出しましょう

Roleに言及すると相手が起きる

この演習を繰り返し実施した経験をふまえると、日本のビジネス・パーソンが慣れておらず、修得に最も時間がかかるのが、R(Role)です。演習を実施しますと、これまでRを伝えるなどという発想はなかったという反応に接したり、目的(G)と役割(R)とを混同してしまうケースも散見されたりします。

目的は「そのスピーチの目的」、役割は「話し手自身が聴衆に期待する役割」で、目的と役割の例をいくつか挙げると、以下のようになります。

- ・ 製品内容をご説明することが目的で、率直なフィードバックをいただきたいことが聴衆への期待
- ・ 製品内容をご説明することが目的で、購入するか否かのご判断をいただきたいことが相手への期待
- ・ 演習内容を体得していただくことが目的で、積極的に参加いただきたいことが参加者への期待
- ・ 方針を説明することが目的で、方針内容について質問や懸念があれば遠慮なく出していきたいことが参加者への期待

聴衆に期待する役割を冒頭にクリアに伝えることで、聴衆は間違いなく起きて、話し手に注目することになります。

■演習 GとRの部分のロールプレイを繰り返し実施しましょう

Iの変形をスマートに行うことで聴衆との距離を縮める

BIGPRは必ずこの順番で実施しなければならないということはありません。順番を自分なりに変えてもよいでしょう。

ただし、基本をしっかりと体得するために、まずはこの順番で話せるようになることを繰り返し練習することを強くお勧めします。

一方、BIGPRのいずれかを省略することは、お勧めしません。仮に何度かお会いした相手でも、話し手のことをよく知っている方々ばかりが聴衆であったとしても、I(紹介)は実施しておくことで、聴衆をセット・アップし、聴衆を引き込んでおくほうが有益です。

もちろん、名前を知っている相手に名前を繰り返して自己紹介することをお勧めしているわけではありません。

例えば「本日は、皆様方との2回目の演習で、前にも増して張り切っていますのでよろしく願い申し上げます」とか、「1か月ご無沙汰してしまいました。本日はスピーチの機会をいただき、まことにありがとうございます」などと、自身の思いを伝えることも、立派な自己紹介となります。

■演習 初対面ではない相手を想定してBIGPRのロールプレイを実施しましょう

BIGPRに必要な「マインド変革」

BIGPRのRについて、中には「聴衆に期待する役割を、話し手があらかじめ伝えるなどということはおこがましい。聴衆がどのように感じるかは聴衆次第だ」というような、いかにも日本人らしく謙虚な、言い換えれば他人本位な反応にもよく出会います。

しかし私の経験上、話し手があらかじめ聴衆に期待する役割を伝えることは、聴衆を安心させて、話し手のスピーチに引き込むために、たいへん有効だと思います。こうした謙虚さを払拭することも、スピーチ構成を体得するために必要なことかもしれません。

■演習 ご自身が実施する次のスピーチ、または、顧客訪問を想定して、BIGPRを、2-1-2で見極めた改善したい点の改善にフォーカスして、スマートフォンをセットして収録しましょう(1分間)

■演習 動画を視聴し、改善したい点が改善されているか、見極めましょう

[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るでしょう。

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](#)社会案内 — [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.