

# ストーリーで 体験を語れば 人の心を動かせる

説得力を高める「自分だけの物語」の作り方

鈴木裕子

身のまわりで起きたことや見聞きしたことを  
説得力のある体験事例に「物語化」するA to Z

納得と共感を生む  
プレゼン、説得、説明、コミュニケーションの  
ストーリー  
決め手は「物語で伝える」こと

論理や理屈だけでは  
相手の心に響かない！

## まえがき

「ちゃんと伝えたのに、わかってくれない」

そんなもどかしさを感じたことはありませんか？

上司や同僚、家族や友人に、言葉を尽くして話したにもかかわらず、相手の反応がよくないと、「どうしてわかってくれないのだろう」とがっかりしますよね。

そして、「この人には、何をいっても無駄だ」となりがちです。

でも、あきらめることはありません。

そんな相手の関心を引き、じっくりと聴いてもらえる方法があるのです。

それは、「自分だけの物語」を語ることです。

私は現在、プロの講師として活動しております。おかげさまで受講者のみなさまから、「講義がわかりやすい」という声もいただけるようになりました。

でも、特別な才能をもっているわけでは決してありません。

まだ駆け出しの頃は、私が講義をしても、受講者に眠たそうにされて、非常に困ったものでした。どうすれば受講者が顔を上げてくれるのか、どのように話せば私の話を興味をもって聴いてくれるのかと、真剣に悩みました。

この頃の私は、「話すこと、伝えること」の本質がわかっていませんでした。そのため、真剣に聴いてもらいたいと思ってとった行動が完全に逆効果だったり、正確に伝えようとして行なったことがむしろ相手の興味をそいでしまったり……と、本当にたくさんの失敗をしました。

こうした失敗談の数々は、このあと本文内でもご紹介いたします。それらをご覧になれ

ば、私が「話すこと、伝えること」について、もともと特別な才能をもっているわけではないことがおわかりいただけると思います。

そんな私を導いてくれたのが、本書のテーマである「自分だけの物語」なのです。

この手法のおかげで、私は「話す」ことが好きになり、講師という仕事にも自信がもてるようになりました。

私自身が強く魅せられ、多くのことを学んだ、「自分だけの物語」を話すという手法を、たくさんの方に知ってもらいたい――。

そういう思いで、本書を執筆させていただきました。

「自分だけの物語」とは、あなたの体験から生まれるオリジナルストーリーです。

「体験」といっても、大冒険をしたとか、何かで日本一になったというような、誰もがびっくりするような体験のことではありません。

毎日の生活のなかで見たり聞いたり経験したこと、そんな身近な体験が、相手の心を引きつけるストーリーになる――、それが「自分だけの物語」なのです。

あなたの体験を「自分だけの物語」にする方法は、誰にでも身につけられます。

「伝えたい思い」を「ストーリー」で語るができるようになると、あなたの言葉が相手の心に響くようになります。

想いを「自分だけの物語」にして伝えると、きっと「興味をもって聴いてもらえた!」「心から納得してもらえた!」と実感していただけると思います。

すると、話すことが面白くなるだけでなく、人づきあいも楽しくなります。

本書を通じて、そんなお手伝いができたら、これほど嬉しいことはありません。

2011年1月

鈴木裕子

ストーリーで体験を語れば人の心を動かせる

もくじ



まえがき…1



## 第1章 「きちんと伝えたのにわかってくれない」 には理由がある



相手の心を動かすポイント  
それは「身近な体験を話す」こと

—16—

身近な体験を「自分だけの物語」にする

\* 16 \*

説得力のある人は

「自分だけの物語」をうまく使って話している

\* 19 \*

「自分だけの物語」は世界にただひとつのオリジナル

\* 23 \*

なぜ「自分だけの物語」は  
人の心を動かせるのか

—27—

正しく話すだけでは人の心は動かない

\* 27 \*

人の体験談にはリアリティがある

\* 31 \*

誰でも物語を求めている

\* 34 \*



第2章

心に響く「自分だけの物語」は  
こうして作る



「話の神様」が私を  
「自分だけの物語」に導いてくれた

—38—

こんなに一生懸命話しているのに

\* 38 \*

「体験」を「事例」にした話にひきこまれる

\* 44 \*

## 身近にある「事例のネタ」を探そう

— 48 —

「話材」は身のまわりにあふれている

\* 48 \*

メディアから「話材」を見つける

\* 50 \*

会話から「話材」を見つける

\* 52 \*

出来事から「話材」を見つける

\* 53 \*

スピーチから「話材」を見つける

\* 54 \*

「話材ノート」を作ってストックしよう

\* 56 \*

**「話材」と「訴求点」を結んで  
「事例」のベースを作ろう**

— 61 —

話材のままではたんなるおしゃべり

伝えたいことは何かを決める

\* 61 \*

相手の心をどう動かしたいのか

\* 64 \*

「訴求点」を絞り込んで、ひと言表現にする

\* 66 \*

伝えたいメッセージが確実に伝わる「話材」を選ぶ

\* 68 \*

**相手の心を動かすには  
事例をしつかり作り込むことが肝心**

— 71 —

構成がしっかりしていないと、よい話材が生かせない

\* 71 \*

第1段階：「出だしの言葉」をつくる

\* 76 \*

第2段階：「話材」の語りを作り込む

\* 78 \*

第3段階：「話材」から得られる気づきを一般化する

\* 84 \*

第4段階：キメの言葉で落とし込む

\* 87 \*

## 事例シートを使ってまとめよう

— 89 —

「事例」を話すには準備が必要

\* 89 \*

「事例シート」で内容をまとめる

\* 95 \*

実際に話してみても修正を加える

\* 96 \*

## 相手の心により響かせるための工夫

— 103 —

自慢話より失敗談を話そう

\* 103 \*

使い古した話より鮮度のよい話

\* 109 \*

話し手の人間性に好感がもてる内容に

\* 112 \*



### 第3章

## 話し方の工夫が「自分だけの物語」を より効果的にする



準備が終わったらいよいよ本番  
謙虚に素直に率直に話してみよう

— 116 —

間違えないように話すことより

思いを伝えることに重点をおく

\* 116 \*

「話してあげる」ではなく

「聴いてもらう」という姿勢で話す

\* 121 \*

伝えたいメッセージを  
相手の心にしっかりと刻み込むには

— 126 —

構成や言葉づかいを工夫する

\* 126 \*

話の切り口や言葉づかいを相手に合わせる

\* 128 \*

「自分」「自分たち」を主語にして話す

\* 133 \*

問いかけて巻き込む

\* 137 \*

相手への思いやりや共感の言葉をかける

\* 139 \*

「事例」を生かす話し方の例

\* 143 \*

よい事例を台無しにする  
ディスカウント・トークに気をつけよう

— 149 —

自分を擁護する言い訳をしない

\* 149 \*

自分を卑下する言い方をしない

\* 155 \*

相手をばかにしない

\* 157 \*

第三者の悪口をいわない

\* 159 \*

どのように話すかで「自分だけの物語」は  
もっと心に響くものになる

— 161 —

訴求力の決定打は「見た目」と「声」

\* 161 \*

スピードと間を生かして記憶させる

\* 163 \*

情景が目に浮かぶよう、リアルにいきいきと

\* 166 \*

緩急をつけて強調ポイントを際立たせる

\* 168 \*

感動的な話ほど、淡々と話す

\* 170 \*

「自分だけの物語」  
忘れられない50年前の親切

— 180 —



第4章  
「話の神様」が  
あなたのことを見守っている



チャンスを逃さずトライしよう

— 190 —

「自分だけの物語」は  
あなたの人生も豊かにしてくれる

— 197 —

あとがき… 202

第2章

心に響く「自分だけの物語」はこうして作る



# 「話の神様」が私を 「自分だけの物語」に導いてくれた



んなに一生懸命話しているのに

私は現在、人間理解やコミュニケーションに関わる研修の講師をしています。さまざま  
な企業、さまざまな受講者の方々の前で講義を行なって、みなさんのマインド、知識、ス  
キルを高めていく仕事です。

いまでこそ毎年、年間百数十コースの研修を実施するプロ講師として活動していますが、  
その道のりは平坦ではありませんでした。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

学生から社会人となった私が最初に配属されたのは、大企業（グループ企業を含めると従業員数10万人以上）の人材育成部門でした。ここはグループ内研修の企画・運営を行なう部署で、私はアシスタント業務を担当していました。

そこには講師歴数十年のベテラン講師がいましたし、外部の有名講師をお招きして研修を実施する機会もたくさんありました。講師の方々は個性豊かで、研修の進め方に違いはあっても、みな迫力ある講義を展開していました。

最初は「忙しいこの時期に研修なんて……」としぶしぶ参加した受講者が、講師の迫力ある講義に接したとたんに、前向きで真剣に取り組むようになっていくのです。

そんな様子を目の当たりにするうちに、いつしか、

「私も講師をしてみたい！」

「こんな素晴らしい講義がしたい！」

……そんな夢をもつようになっていきました。

しかし、まだ20代前半で人生経験が浅く、専門知識も講師としてのスキルもない私が、優秀で経験も豊富な受講者を前に講義をするなんて、夢のまた夢です。

それでも私の中で、「受講者の気持ちがどんどん前向きに変わっていくような研修がしたい！」という想いは日に日に強くなっていったのです。

そんなある日、ついにチャンスがやってきました。

「新入社員研修で、複数あるクラスのうち、1クラスの講師をしてくれるかな。これなら、しっかりと準備をすればできると思うよ。やってみる？」

と、日頃から講師をしたいという私の希望を知っている上司から、願ってもない話をいただいたのです。もちろん私は、

「はい！ 頑張ります！ やらせてください！」

と嬉しさいっぱいで答えました。

大きなチャンスをもたらした私は、その日に向けて一生懸命準備をしました。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

1コースにつき1日7・5時間×2日間の研修は、プログラムのボリュームが多く、初めて経験する私にとっては気が遠くなるような準備時間が必要でしたが、夢だった講師デビューに向けて、必死で毎日、準備を積み重ねていきました。

そして研修当日。私の緊張はピークに達しました。

心臓のドキドキと鳴る音や、小刻みに震える指先が、どうか受講者に気づかれませんか。うにと心の中で祈りながら、研修をすすめていきます。

こうして緊張でわけがわからないまま、どうにか1日目が終わりました。

研修も2日目になると、少し気持ちに余裕がでてきました。

1日目は自分のことだけで精いっぱいでしたが、2日目になると、受講者の様子にも気を配れるようになりました。

「新入社員のみなさんは、話している内容をちゃんと理解してくれているかな。興味をもつて聴いてくれているかな」

と気になって見てみると、講義中、ほとんどの人がうつむいていて、無表情です。なかには、うつらうつらと眠りそうになっている人もいます。

その姿を見たとき、「一生懸命話しているのに……」と寂しい気持ちになりましたが、そうもいってはいられません。なんとかしっかりと聴いてもらおうと、声を大きくしたり、説明する量を増やしたりしてみました。最後まで受講者の様子は変わりませんでした。

KOされたボクサーのような気分で、私は教室をあとにしました。

「あんなに準備したのに……」

「せっかくのチャンスだったのに……」

そんな思いがよぎり、悔しくて悔しくて涙があふれそうになりました。

ふと目をやると、先輩女性のTさんが講義をしている教室から、研修を終えたばかりの新社員が次々と出てくるのが見えました。みんな、ひとり残らず、いきいきと満足そうな顔をしているではありませんか。私は思わず声をかけました。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

「研修はどうでしたか？」

すると、こういう答えが返ってきたのです。

「Tさんの話がすごく面白くて、ひきこまれました！」

「とにかくTさんが事例をたくさん話してくれるので、イメージしやすいし、もっと聴きたい！って思いましたよ」

「私とおなじ内容の研修をしているはずなのに、先輩のTさんと私とで、これだけ違う結果が出るなんて……」

私は愕然としました。そして、先輩のTさんが講義で多用した「事例」とはどんなものなのか、それを知りたい！と、そう強く思ったのです。



「体験」を「事例」にした話にひきこまれる

「Tさんの講義とおなじように、受講者に大満足してもらいたい！」

そう思った私は講師歴30年のベテラン男性講師・Oさんに相談しました。Oさんは社内講師として活躍する傍ら、社外ではボランティアでさまざまな研修の講師もしているプロフェッショナルなので、きっと何かいいアドバイスをくれるに違いないと思ったのです。

私が必死な顔つきでたずねると、Oさんは「それなら、ここに行くといいよ」と、ある話し方教室のパンフレットをくれました。ほかに何のアイデアもない私は、素直にOさんのアドバイスを従い、すぐに電話をかけ、講座を受講してみることにしました。

土曜日に会場へ行ってみると、そこには知らない人たちが（当たり前ですが）7、8人来ていました。年配の人、若い学生ふうの人など、年齢も性別もさまざまです。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

行く前は、先生の講義を聴くのがメインで、ちょっと発表する場面がある程度だと想像していたのですが、次第にそれがまったくの思い違いであることがわかってきました。一人ひとり前に出て、決められた時間内に、テーマに沿ってスピーチすることが求められるのです。思いがけない展開に緊張で汗だくになりながら、なんとかスピーチを終えたものの、自分が何を話したか、ほとんど覚えていません。

でも、他の人のスピーチは興味津々で聴きました。みんな緊張しながらも、一生懸命話していました。仕事のこと、家庭のこと、趣味や勉強のことなど、話題はさまざまです。

そこで気づいたことがあります。話す内容は皆それぞれ違うのですが、自分の想いを「体験」を通じて話す点は共通していたのです。

そして私は、彼らの話にどんどんひきこまれていきました。

「自分の想いを、体験したり見聞きしたことをつうじて話す」

これこそが、先輩のTさんが講義で活用している「事例」だったのです。

話し方教室で私は、「事例」が出てくるたびに顔を上げ、目を輝かせ、大きくうなずきながら聴いていました。おなじようにTさんの講義でも、受講者はTさんの話す「事例」にひきこまれていったことでしょう。だからこそ、研修が終わる頃には心から納得し、大きな満足感を味わうことができたのです。

それに対し、私の講義は理屈を説明するばかりだったので、受講者は、内容は理解できても興味がわかず、具体的なイメージも描けなかったのでしょう。そのため、最後まで「ふーん、そんなものか」という程度にしか感じなかったのだと思います。

話し方教室の講座のまとめとして、先生がこんなことをいいました。

「私たちが誰かに何かを話すとき、『話の神様』が見守っています。

話はナマモノです。自分の想いをうまく伝えることができ、相手の心を動かせることもあれば、思いどおりにいかないこともあります。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

大事なものは、相手にうまく伝えたいという気持ちや、うまく伝えようとする姿勢です。

『話の神様』は、それをちゃんと見ているんですよ」

聴き手がいる以上、話し手は、誰かに何かを伝えることに責任がある。

思いをしつかり伝えたいと努力をすれば、話すことに自信がもてる。

先生はきつと、そういいたいのだと思いました。

そして、この言葉を聴いて私は、「いい講師になりたい！」という気持ちをますます強くしたのです。

この経験をきっかけに、私は「事例」に魅せられました。そして試行錯誤を重ねて事例を「自分だけの物語」にする作り方や話し方を確立し、プロの講師としてたくさんのご依頼をいただけるようになりました。

「事例」と出会ったことで、私の人生は大きく変わったのです。

それでは、「自分だけの物語」の作り方を具体的にお伝えしていきましょ。

# 身近にある「事例のネタ」を探そう



「話」は身のまわりにあふれている

「事例を話す」というと、何か特別な体験を取り上げなければいけないと思うかもしれませんが、でも普段の生活は平凡な毎日の繰り返しで、

「ねえ、聞いて、聞いて！ こんなことがあったんだ！」

と人に教えたくくなるような特別な出来事なんて、めったにないのが普通でしょう。

だとしたら、「事例を話せる」のは一部の特殊な人だけなのでしょうか？

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

そんなことはありません。

事例のネタは、私たちの身近にたくさんあるのです。

ほんの少し注意を傾けるだけで、いろいろな発見があるものです。普段はそれに気がついていないだけです（どうやってネタを見つけるかについては後述します）。

「事例」を使って話すことに目覚めた私は、それからというもの、「事例」のネタを探すことばかり考えていました。

家においても、会社に行っても、電車の中でも、歩いていても、どこかに何か発見はないか、見逃したかもしれない——、そんな気持ちで毎日を過ごすようになりました。

そうすると、それまで目にとまらなかった些細なことが気にかかるようになりました。ものごとに対する見方が大きく変わってきたのです。

こうして、研修で使えるネタがどんどん増え、ネタの貯金が貯まっていきました。

「事例のネタ」Ⅱ「話材」は、私たちの普段の生活の中にたくさん転がっています。

大切なのは、それに気づくことです。

ただ漫然と過ごしていたら、せつかくの「話材」を見過ごしてしまいます。

私たちは毎日、さまざまなことを見たり聞いたり体験しています。そのときに、「これは話のネタに使えるかも」という意識があれば、平凡な出来事が輝く宝石になります。

意識して見聞きするだけで、誰の身のまわりもネタの宝庫になります。

では、どうやって「話材」を見つけるか。そのポイントを紹介しましょう。



メディアから「話材」を見つける

いちばん目につきやすく話題性があるのは、テレビ、新聞、書籍、インターネット、ポスターなど、メディアから得られる情報です。実際に私が見つけた話材を「例」として用意しました。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

### 【話材1】「石川遼選手のキャディバッグ」

自宅でインターネットを見ていたときのことです。ゴルフの石川遼選手のブログにアクセスしたら、こんな記述がありました。

「キャディバッグにeveryoneという刺繍を入れました。この中にはryo（遼）がいるんです。みんなの支えがあつて、いまの自分がある。そんな気持ちで文字を入れました」

これを見て、私は「なるほど。なんかいいなあ」と思いました。この気持ちやこの話を誰かに伝えてみたい、でも、何をどう伝えていいかはまだはつきりとしなない……。このときは、そんな程度でした。

でも、それでいいのです。この段階では、「話材」をいつ、どう使うかは置いておき、**まずはストックすることが大事**です。「いつか使うかもしれない話材」のひとつとして、話材ノートにストックしておきます。話材ノートのつくり方は56ページでお伝えします。



## 話から「話材」を見つける

私たちは毎日、誰かと会話しています。家族や友人、職場の仲間、お客様、ほかにも、お店や駅などでサービスを受けるときには店員や駅員などとも会話しますよね。

そんななかにも「話材」はあります。

### 【話材2】「リビングでの親子の会話」

子どもとリビングで過ごしていたときのことです。子どもがテレビを近くで観ているので、「もう少し離れて観なさい」と注意しましたが、まったく動こうとしません。

「離れて観ないと目が悪くなるわよ」といいましたが、ほんの少し移動しただけで、まだ近すぎます。

そこで「おかあさんの隣に来て観なさい」といったところ、今度はすべに移動してきま

した。

この会話のあと、「思ったとおりに動いてもらおうのって難しいわねえ」と感じました。こういうふうに「なにかを感じたとき」は、話材としてとっておくことです。



来事から「話材」を見つける

自分が当事者ではなくても、他人の会話や身近で起きた出来事を見たり聞いたりしたことも話材になります。それなら無限にあるとっていいでしょう。

たとえばこんなことも、立派な話材といえます。

### 【話材3】「新幹線ホームの売店での出来事」

仕事で出張先に向かう新幹線に乗る直前、ホームの売店で並んでいたときの事です。

もうすぐ列車が到着するというのに長蛇の列。そこへひとりの初老の男性が突然現われ、

列のいちばん前へ入ってきました。すると先に並んでいた30代くらいの男性が、

「オッサン！ こっちはずっと並んでるんだよ!!」

と、大きな声で怒鳴ったのです。

一瞬、その場の空気は凍りつきました。あとから入ってきた初老の男性は、はっとした様子で、「どうもすいません」と消え入るような声でいって、最後尾へ歩いていきました。

この出来事を見た私は、「なんか嫌な思いをしたなあ」と感じたので、「話材」としてとっておくことにしました。



### ス ピーチから「話材」を見つける

著名人の講演や、会社の経営トップの訓話、社内外研修の講義などを聴く機会もあるでしょう。大勢の人に対し周到に準備された話は、強く印象に残るものです。こういうのは

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

話材にピッタリです。

### 【話材4】「デイズニーランドの奇跡」

東京デイズニーランドを運営する株式会社オリエンタルランドの、元幹部の講演に行ったことです。そこで「デイズニーランドの奇跡」という話を聴きました。

病気で5歳の娘を失い、絶望感にさいなまれ、離婚の危機に直面していたある夫婦が、娘さんが生きていれば6回目の誕生日に連れて行っていただろうデイズニーランドに、ふたりで行くことにしました。

これが夫婦最後のイベントだと感じながら予約していたレストランに行き、「娘はもう亡くなったけれど、娘の席があるこのテーブルにいさせてほしい」と、3人がけのテーブルを希望したそうです。キャストは了承し、頼まれていない娘さんの分まで料理や飲み物をテーブルに運んできました。

しばらくすると天井の照明が落ちて、ろうそくの火がついたケーキが置かれました。そ

して「今日は特別な日です。ここにいらっしやるお子様の誕生日なのです」というアナウンス。それとともに盛大な拍手が起きました。

そのとき、ご夫婦には誰もいないはずのその席に、娘さんの姿が見えました。そして娘さんが自分たちに向かってほほえみ、「今日はありがとうね」という声を聴きました。

その日、このご夫婦は、ふたりで寄り添い、前に進んでいこうと決めたのです。

この話を聴いて胸がじーんと熱くなり、その感動を誰かに伝えたいと思った私は、「話材」としてストックしておくことに決めました。



### 「話材ノート」を作ってストックしよう

なにげない事柄を「話材」としてキャッチするには、日頃からアンテナを広く張って、ものごとに関心をもつことが必要です。これまでに紹介したいくつかの話材も、気に留め

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

なければ些細な出来事として素通りしてしまうでしょう。「話材」が欲しいといつも気にしていたから、ストックすることができたのです。

また、「これは使えるかも！」と感じたら、すかさずメモを書くことをおすすめします。私は「話材ノート」を用意して、常に持ち歩いていきます。「話材」と出会ったら、すぐに話材ノートを取り出して書きとめられるようにです。

ところで話材ノートには、どういうメモを残せばいいのでしょうか。【話材2】「リビングでの親子の会話」（52ページ）を例に紹介しましょう。

子どもと会話したあと、私は「子どもに思ったように行動してもらおうのは、結構難しいなあ」と感じました。そのとき「これは何かに使えるかも！」と思いついたので、すぐにいつもの「話材ノート」を取り出して、タイトル、状況、感情、解説、気づきの5項目について書きとめました。次ページのものが、実際に記入した内容です。

伝わらず、動いてもらえなかった)

- 2度目の注意——なぜそれをする必要があるのかという目的を伝えた。

(動かなければならない理由が伝わったので動いてはもらえたが、具体的な方法についての指示がなかったため、距離が不適切だった)

- 3度目の注意——どれくらいそれをするのかという目標を伝えた。

(どこまで動くべきなのかという基準が伝わったので、適切に動いてもらえた)

### 気づき

- 相手と自分は違う人間。自分はわかっているも、相手もおなじようにわかっているとはかぎらない。



- 相手にわかってもらえるような工夫が必要。



- 相手に期待どおりに行動してもらうには、目的や具体的な行動のしかたを示すことが大切。

## タイトル

リビングでの親子の会話

## 状況

夕食後、娘とリビングで過ごしていた。ふと気づくと、娘はテレビのすぐ近くに座って、テレビを食い入るように観ている。離れて観るように注意をしても子どもは動かない。「目が悪くなるわよ」というと、少しだけ移動した。「隣に来て観なさい」といってみたら、すぐにこちらに移動してきた。

## 感情

- 注意をしたら、すぐにきちんと動いてくれると思っていたのに、期待どおりに動いてくれないので、イライラ。
- 子どもは、いわれたとおりにしただけなのに、何でイライラされるのかわからず、戸惑っている。

## 解説

- 1度目の注意——やるべきことは何かを大まかに伝えただけ。  
(指示内容が曖昧だったので、相手にその重要性が

いきなりここまで詳しいメモを残すのは難しいかもしれませんが、「話材」を見つけたと思ったら、**とりあえずタイトルと状況だけでも書き留めておきましょう。**

残りの項目は、あとで時間の余裕があるときに、状況を思い出しながら、考えて記入してもよいでしょう。そのとき自分はなにを感じたのか、そこからどういう教訓やメッセージが得られるかなどは、ゆっくり思い出しながら考えることで、より明確になってくることもあります。

このように「話材ノート」に詳しく書いておくと、あとで「事例」を作るときに、伝えたいメッセージを確実に伝えられる適切な「話材」を選ぶことができます。

# 「話材」と「訴求点」を結んで 「事例」のベースを作ろう



材のままではたんなるおしゃべり。伝えたいことは何かを決める

いつものように新入社員研修に登壇していたある日、私はあることに気づきました。「事例」を話したあとに受講者の感想を聴いたところ、私の意図していたこととは違う受け取り方を受講者がしていたのです。それは、こんな話材を話したときのことでした。

## 【話材5】「引越し業者の名刺マナー」

以前、自宅の引越しをしたときの話です。引越し作業が終わったあと、業者さんが

私のところに来て、名刺をくれました。

「ご存じのとおり、名刺は両手で渡すのがマナーです。なのに、その人は片手で渡してきました。私が「あれ？」とっていると、彼は「片手で失礼いたします」といいました。よく見ると、もう片方の手は作業のせいで汚れていたのです。

私はそこで納得しました。彼は、名刺は両手で渡すというマナーを知ってはいたのですが、片手が汚れていたため、それができなかつたのです。

この話材を使って私が伝えたかったことは、

「かたちだけに縛られたマナーは、本当のマナーとはいえない。そのときに相手が心地よく感じるやり方を考え、行動することが大切」

ということでした。ところが、その後のグループ討議で、受講者たちはこんなふうに話していたのです。

「手が汚れたまま名刺を渡そうとするなんて失礼だよね。しっかりマナーを守らないと」

困ったなと思いました。私がいいたいこととはまったく別の解釈をされてしまったからです。

このとき私は、自分では「事例」を話していたつもりだったけれど、実は「事例」としては未完成な状態で話をしていただけということに気づきました。

私が話していたのは、毎日コツコツと集めたネタⅡ「話材」そのままだったのです。

「話材」は聴き手をひきつけますが、それだけではたんなるおしゃべりの域を出ません。大事なことは、その話材をとおして相手に何を伝えたいのかという「訴求点」を明確にし、それを伝えることです。

そうしないと、聴き手の興味をひくことはできても、受け取り方は相手まかせになってしまいます。



## 手の心をどう動かしたいのか

「訴求点」とは、相手に伝えたいメッセージのこと。言い換えるなら、その話材をとおして確実に行きついてほしい着地点のことです。

訴求点を決めずに、たんに体験談を話ただけでは、感じ方が相手まかせとなります。すると、場合によっては、こちらの意図とはまったく別のところに相手が着地してしまうことがあります。

普段のおしゃべりなら、それでもいいかもしれませんが。しかし「事例」を話す目的は、それを使って「相手の心を動かす」ことです。そのためには「何を伝えるか」がもつとも重要なのです。

「話材」を集める面白さを知ると、「この話材で何を話そうか」と、まず「話材」の使い

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

道から考えがちです。しかし「話材」は、伝えたいことを伝えるための媒体、道具にすぎません。最初に行なうべきは、「話材」の使い道を考えることではなく、「訴求点」を決めることです。

では、どのように「訴求点」を決めたらよいのでしょうか。

まず、**相手の心を動かして、その結果どうなつてもらいたいのか**を考えます。

たとえば、何かにつけて会社の体制や周囲のせいばかりしている後輩を指導するとします。あなたはその後輩に、どうなつてほしいのでしょうか。

「他人に責任を押し付けるのではなく、自分自身を素直に省みてほしい」

これが望みだとした場合の「訴求点」を考えてみましょう。

「自分について反省する」ということに焦点をあてれば、訴求点は、

「他人を気にするより、自分ができることを考える」となります。

「周囲との信頼関係」ということに焦点をあてれば、訴求点は、「感謝する気持ちだが、よい関係を作る」となるでしょう。

このように、相手の心をどう動かしたいのか、それにより、相手にどう感じてもらいたいかを、最初に決めることが大事なのです。



### 「訴求点」を絞り込んで、一言表現にする

「訴求点」を決めるときには、一言表現にすることが重要です。

ただだらと長文で表わすと、伝えたいことが不明確になり、相手にうまく伝わりません。たとえば、訴求点が次のようだったらどうでしょうか。

「落ち込んでいる人を励ますために良かれと思ってしたアドバイスが、効果的に働くこともあるが、逆効果になることもあるので、状況に応じて共感することが相手の励みにな

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

ることもある」

いいたいことは何となくわかるけれど、結局「アドバイス」と「共感」のどちらが本当に効果的なのかがはっきりしませんよね。このようなときは、

「『アドバイス』より『共感』が特効薬」

という具合に、ひとことでズバリと指摘したほうが、いいたいことが定まりブレません。

もうひとつ、このようなケースはどうでしょう。

「目標達成するためには、こうなりたいという夢や、自分ではできるといふ希望や、挑戦してみたいという冒険心が必要である」

この文章には「夢」「希望」「冒険心」と「訴求点」が3つもあって、焦点がぼやけています。それよりも、

「夢があるからこそ、不屈の意欲で目標達成できる」

という具合に、狙うのを1つに絞り込むと、いいたいことが明確になります。

このように「訴求点」を絞り込むことで、あなたの思いが相手に確実に伝わるようになるのです。



「伝えたいメッセージが確実に伝わる」「話材」を選ぶ

こうして「訴求点」が決まったら、いよいよ「話材」を選びます。伝えたいメッセージを確実に伝えるにはどの「話材」が適切か、「話材ノート」を見ながら検討します。

ある研修で講義するために、

「相手基準で具体的に伝えるとうまくいく」

という「訴求点」で「事例」を作ろうと決めたときの話です。

さっそく「話材ノート」を開き、一つひとつの「話材」を見てみると、【話材2】「リビングでの親子の会話」の「気づき」のところ（58ページ）に、

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

「相手に期待どおりに行動してもらうには、目的や具体的な行動のしかたを示すことが大切」

と書いてあるのが目にとまりました。これは、訴求点の「具体的に伝えるとうまくいく」の部分とびったり重なります。

この話材は使えそうだと感じたので、他の「気づき」や「状況」「感情」「解説」の部分をもう一度読み返し、訴求点のもうひとつのポイントである「相手基準で伝える」ともうまく重ねられるかを考えました。その結果、すべてを矛盾なくびったり合致させることができたので、この話材で事例をつくることにしました。

このときはすべての要素が訴求点と矛盾なく合致できましたが、もし要素のどこかに、どうしても訴求点と合わせられない部分があったなら、また別の話材を探したでしょう。

このように、「訴求点」と「話材ノート」の記入内容を突き合わせ、まずは「重なる部分」のある話材を探します。

それが見つかったら、他の部分も訴求点に照らし合わせてみます。

そして、話材ノートに書かれたメモを訴求点にあわせて見直すことで、すべてを矛盾のない方向に解釈・表現できたなら、それは適切な「話材」となります。

こうして「話材」を選んでいくのです。

「訴求点」を伝えるのに適した「話材」が見つかったら、あとはそのふたつをうまくつなげて、説得力のある「事例」に仕上げます。その方法は、次の項以降で具体的に説明します。

## 相手の心を動かすには 事例をしつかり作り込むことが肝心



成がしつかりしていないと、よい話材が生かせない

話のネタである「話材」のままでは、こちらの意図することを十分にわかってもらえないと気づいた私は、話の最後にきちんと自分の訴えたいメッセージを伝えようと決めました。そのうえで【話材5】「引越し業者の名刺マナー」（61ページ）に再チャレンジしてみました。

「訴求点」は「相手を思いやる気持ちをかたちにすることが真のマナー」としました。

以前、自宅の引っ越しをしたときの話です。引っ越し作業が終わったあと、業者さんが私のところに来て、名刺をくれました。

ご存じのとおり、名刺は両手で渡すのがマナーです。なのに、その人は片手で渡してきました。私が「あれ？」とっていると、彼は「片手で失礼いたします」といいました。よく見ると、もう片方の手は作業のせいで汚れていたのです。

私はそこで納得しました。彼は、名刺は両手で渡すというマナーを知ってはいたのですが、片手が汚れていたため、それができなかつたのです。

ここまでは前回とおなじです。しかし今回はこのあと、こう続けました。

かたちだけに縛られたマナーは、本当のマナーとはいえません。そのとき、その場で、相手が「心地よい」と感じてくれるやり方を考えることが大切なのです。

ビジネスマナー研修でこう話した私は、「これで大丈夫！」と思いました。ところが、

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

そのあとのグループ討議で受講者が、今度はこんなことをいつていたのです。

「かたちにとらわれず機転を利かせたところはいいと思うけど、そもそも手が汚れたまま、お客様のお宅にうかがうことが問題だよな」

たとえば最後に「伝えたいメッセージ」をわかりやすく伝えても、話の中に「引っかかる部分」があると、聞き手はメッセージをすんなりとは受け入れられず、なかなか納得できないのです。このことに気づかされました。

こうして再チャレンジの甲斐むなしく、撃沈してしまったのです。

このように、「話材」と「訴求点」をダイレクトに結ぶだけでは、訴えたいことをうまく伝えることはできません。よい「話材」を生かすためには、それを「事例」としてしっかりと組み立てることが必要なのです。

では、どのように組み立てればよいのでしょうか。

プレゼンテーションの領域では、話の構成法は3段階が適しているといわれています。

大勢の前で話し、相手に行動を促すプレゼンテーションの基準は、もともと欧米で作られたものです。日本と違い、さまざまな文化背景を持つ人がたくさんいる欧米で、まったく異なる文化の人々にも正しく、わかりやすく伝えることに重点をおいているので、最初に結論を伝え、次にポイントと根拠を示し、最後にまた結論を伝えるという3段階構成が適しているのです。

この構成法は非常にわかりやすく、内容を相手に正確に理解してもらうには最適です。しかし、面白さやインパクトに欠けます。

それよりも私は、「事例」の構成には4段階が適していると思います。4段階構成法のよいところは、3段階の構成法にはない面白さやインパクトがあることです。それは「物語」への期待感といってもよいでしょう。

出だして興味をひき、次にどうなるのかワクワクしながら聴き入っていると、思わぬ展

開が待ち受けていて、最後には「なるほど」と深く納得する——。「事例」作りは、こうしたドラマ性を最大限に生かしてストーリーを組み立てましょう。具体的には、次のような4段階になります。

◆「事例」作りの4段階構成法

第1段階 出だしの言葉

第2段階 「話材」の語り

第3段階 一般化

第4段階 キメの言葉

では、この4段階のそれぞれについて、詳しく見ていきましょう。

ここから本章の最後まで、【話材5】「引っ越し業者の名刺マナー」を例に解説します。

## 第

### 1段階：「出だしの言葉」をつくる

人は最初に聴いたことに強く影響を受け、よく記憶するという、心理学上の実験結果があります。ですから話すときは最初が肝心です。

【話材5】を話すとき、私は最初、出だしを、

「以前、自宅の引っ越しをしたときの話です。引っ越し作業が終わったあと、業者さんが私のところに来て、名刺をくれました」

としていました。しかし、これではありきたりです。

これをたとえば、こう変えてみたらどうでしょうか。

「みなさんは、名刺は両手で渡すものだと知っています。なのにもし、相手から片手で渡されたら、どんな気持ちがしますか？ でも私は、それを嬉しいと感じたのです」

こんなふうには話が始めれば、受講者は「あれ？ おかしなことをいうな。なんでだろう」と興味をわいてくるでしょう。

あるいは、こんなやり方もあります。

「みなさん、ビジネスマナーを実践することは重要だと思われませんか？

(…少し間をおいて…) 重要だと思うんですね。

でも私は、みなさんにこういいたいのです。

『いつもきちんとマナーを守ろうとしないでください』

このように、「事例」の出だしの部分は聴き手が「おや？」と感じる意外性のあることから始めるのがコツです。

## 第

### 2段階…「話材」の語りを作り込む

「話材」を上手な「事例」にするには、「語り」の部分を作り込む必要があります。

#### ① 「話材」のアレンジ

#### ② 「話材」の組み立て

という2つのステップで、作り込みがしやすくなります。順に説明しましょう。

#### ① 「話材」のアレンジ

この「話材」では、業者の手が汚れていることが気になって、受講者がすんなりと納得できませんでした。

実際に起きた出来事をそのまま話すと、こういう事態がよく起きます。実際に起きた出来事には、こみいった事情や複雑な状況が絡んでいることがあるからです。

とはいえ、事情をわかってもらうため、すべて説明しようとするれば話が長くなり、聴き手は疲れたり飽きたりしてしまいます。

かといって状況説明を省略すると、事情がうまく聴き手に伝わらず、納得してもらえない可能性があります。

そこで、**起きた出来事をアレンジする**のです。

それを「話材アレンジシート」を使ってやってみましょう。

81ページに、この話材の問題点と、その問題点を解決するためのアイデア、そのアイデアが「事例」として採用できるかどうかの検討課題を実際に書き込んだ「話材アレンジシート」を掲載しました。

このように「話材アレンジシート」を使って整理することで、実際の状況にある「問題点」と、それを解決するための「アレンジ案」が見えてきます。

この話材では、「手が汚れていたため、片手で名刺を渡さざるをえなかった」という実際の状況にある「問題点」を、「お客様にお渡しする資料を手にとっていたため、置くことができず、片手で名刺を渡さざるをえなかった」というふうアレンジすれば、解決することができるでしょう。

このように「話材」をアレンジし、**聴き手にとつてしつくりとこない点をスッキリさせれば**、相手はすんなりと受け止めやすくなり、納得してくれるようになるのです。

## ② 「話材」の組み立て

「話材」をアレンジしたら、次は「語り」の部分を組み立てていきます。

組み立てでは、まず「話材ノート」の項目から主に「状況」と「感情」を参考にします。ただし「状況」などは必要に応じ、「話材アレンジノート」で整理した案に沿ってアレンジしておきましょう。実際に私が書いた「話材ノート（\*「状況」はアレンジ済み）」（82ページ）の記述を使って説明します。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

### 話材アレンジシートの実例

問題点と理由	手が汚れたまま名刺を渡すのは失礼であり、大きなマナー違反		手が汚れていても事前に洗ってきれいにすることはできるはずなのに、しなかった
アイデア	片手で渡さざるをえない別の理由はないか		事前に洗えない理由はないか
アレンジ案	① 荷物を持っていた	② 資料を持っていた	③ 時間がなかった
アレンジ案の障壁	荷物はひとまず置けるはず	資料はひとまず置けるはず	手を洗うくらいの時間は作れるはず
採用できる状況設定	他の荷物がたくさん置いてあり、荷物を置く場所がなかった。	挨拶を交わした近くには資料を置くのに適したきれいな場所がなかった。お客様に渡す資料なので床に置くわけにはいかなかった。	引っ越し業者に無理をいってこの時間に入れてもらったため、移動で精いっぱい手洗いの余裕はなかった。
状況設定の障壁	他の荷物を多少どかしてスペースを作るくらいはできる。	特になし ⇒ 採用	移動中でも事前にバケツに水を汲んでおけば手洗いできるし、お手ふきシートを活用することもできる。

## 状況

- 自宅を引っ越すことになり、荷造りがすべて終わったところで、荷物を運搬するために引っ越し業者が来た。3人のスタッフのうち、代表の1人が私に挨拶をしてきた。彼は左手に手続きに必要な資料を持った状態で\*、「片手で失礼します」といって私に名刺を渡した。

## 感情

- 片手で名刺を渡す仕草をしたとき、一瞬「あれ？何で片手なの？」と違和感をもった。
- 「片手で失礼します」といわれて、両手で渡すマナーは知っているけど、そのとおりにできないから、一言添えたのだと納得。「気遣いができる人だなあ」と好印象を持った。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

この記述をもとに、私は次のように「話材」の語りを組み立てました。

以前、自宅を引っ越すことになったときのことです。

引っ越し当日、荷造りがすべて終わったところで、荷物を運搬するために、引っ越しの業者の方に来てもらいました。スタッフは3人とも初対面の人です。

代表の1人が私に挨拶をしようとしたときです。彼は右手に名刺を持って、「片手で失礼します」といって私に渡したのです。

一瞬「あれ？　なんで片手なの？」と違和感もちました。でも、もう片方の手には、手続きに必要な資料を持っていました。それに気づき、両手で渡すというマナーは知っているけれど、そのとおりにできないから、一言添えたのだと、私はすぐに納得しました。そして、さりげない気遣いに好印象を持ったのです。

このように、元の「話材ノート」に状況と感情がしっかり書き込んであれば、簡単に組み立てることができます。

## 第

### 3段階…「話材」から得られる気づきを一般化する

こうして「話材」の語り部分が組み立てられたら、いよいよ「訴求点」へと向かいます。ただし、「話材」からいきなり「訴求点」へとつなぐと唐突な感じになってしまい、訴えたいメッセージがうまく伝わりません。「話材」と「訴求点」を橋渡しする作業が必要なのです。

そこで、「話材」から得られる気づきを一般化します。その話だけの教訓にとどめず一般化し、「訴求点」に向けて言葉を重ねていくのです。

この作業をするにあたっては、「話材ノート」の「解説」と「気づき」に書いた内容を参考にします。参考として、次ページに私の記述をご紹介します（先ほどと同様、\*「解説」は「話材アレンジノート」に沿ったアレンジ済みです）。

## 解説

- 「片手で失礼します」という言葉を添えたということは、本来名刺は両手で渡すのがマナーだと知っていた。
- 資料を置けるようなきれいな台などの置き場所は近くになく、お客様の手にふれる資料を床に置くことは失礼だと思って、やむなく片手で渡すことにしたのであろう\*。
- お客様に不快な思いをさせないために、とっさに考え判断し行動したのだと考えられる。

## 気づき

- マナーを守ろうとすると、とかく決められたとおりのやり方でないといけないと思ひ込んでしまう。



- でも、必ずしもそうではない。相手を不快にさせないよう、自分で考え工夫することが大切。



- 相手を思いやる気持ちを「かたち」にすることがこそがマナーである。

この記述を参考に、私は次のようにまとめました。

片手で名刺を渡すことはビジネスマナー上、タブーとされています。でもスタッフの方は、あえてこのやり方を選んだのです。

持っていた資料は、あとで私に渡すものでした。近くに資料を置くような台はなく、お客様の手にふれるものを、たとえ一時的であっても床の上に置くわけにはいかないと思ったでしょう。つまり、この状況では、片手で名刺を渡すことが、私にとってもっとも心地よい方法だと判断したのだと思います。

私たちは、マナーについて決められたやり方を知ると、そのとおりにすることこそがマナーなのだと思います。でも、決められたやり方、つまり「かたち」だけに縛られると、相手の気持ちが見えなくなってしまいます。それは本当のマナーといえるでしょうか。

大事なことは、いま目の前にいる相手が、どうすれば不快にならないのか、どうすれば

気分がよくなるのかを考え、それを表現することです。

このように、起きた出来事について丁寧な解説し、言葉を重ねて気づき（教訓）をしつかり伝えることで、「訴求点」の納得度が高まります。

## 第

### 4段階：キメの言葉で落とし込む

ここまでできたら、あとはトドメを刺す（言い方は悪いですが）のみです。

これくらいしつかり作り込むことができているれば、伝えたい「訴求点」は聴き手にほぼ伝わっているはずです。それでも、最後に話の焦点がぼやけて曖昧にならないよう、きっちり締めくくることが大切です。

聴き終わったあと、深い納得と、自分の身に置き換えて考える余韻をもたらすような、印象的な「キメの言葉」を用意するとよいでしょう。

キメの言葉は、「訴求点」を表わす二言、三言くらいにまとめるのが適當です。私はこうまとめました。

マナーには、心とかたちの両輪が必要です。どちらかが欠けても、マナーは崩れてしまうのです。

相手を思いやる心をかたちにする。これが真のマナーです。

いかがでしょうか。これで「事例」の全体像が見えたと思います。

この「事例」を私は、【事例1】「本当のマナーを実践した引越し屋さん」と名付けました。

さて、「事例」の作り方がわかったら、次はそれを誰かに話すための準備をします。

## 事例シートを使ってまとめよう



「事例」を話すには準備が必要

ここまでわかってくると、「事例」を作って早速誰かに話してみたくなるものです。

でも、あせりは禁物。話す前に、しっかり準備することが大切です。

準備がどれだけ大切かをわかっていただきたために、ここで、きちんと準備をしなかったために失敗してしまった私の経験をお話ししましょう。

「事例」のおかげで社内研修で登壇することも増えてきましたが、その後も私は講師と

しての力をつけるため、話し方教室へは通い続けました。

そして1年後にはインストラクター認定試験を受けて合格し、会社に勤めるかたわら、話し方教室のインストラクターとして、企業や自治体で講師をするようになったのです。

講師として人前で話すことにも慣れ、少しずつ自信を持ち始めた頃のことです。ある飲食店チェーンの、オーナー店長の研修に登壇することになりました。

話し方教室で絶大な講師スキルと存在感をもつM先生のアシスタント講師として、研修の一部である1時間を担当することになったのです。

ところが研修の前日、私は寒気を感じていました。身体もひどくだるいので、仕事を終えて家で熱を測ってみると39・2度の高熱！

しかし、明日の研修には這ってでも行って、自分の担当時間をまっとうしなければなりません。

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

担当する講義の内容は以前、3時間コースで経験したことがありましたが、それを1時間にとりまとめ実施するのは初めてです。普段でしたら、そんな場合でもきちんと準備をしてからのぞむのですが、とにかく身体が重くて意識がもうろうとしています。

「長いものを短くするのだから、なんとかなるだろう……」

そう考えて、準備をしないまま、薬を飲んで早く寝てしまったのです。

そのおかげか、翌朝は熱が37度台まで下がっていました。気分もそう悪くなく、普段どおりに登壇できそうです。私は少しほっとして、研修場所へと行きました。

研修が始まりました。私の出番になり、いざ話し出して、私はあせりました。講義の構成が自分の中でまとまっていなかったため、話のポイントが定まらないのです。

そのまま話し続けますが、何がいいいいのか、だんだん自分でもわからなくなっています。しかも、あせればあせるほど早口になり、気がつくくと、次から次へと急展開で話をしていました。

あつというまに持ち時間は終わりました。3時間分の内容を一気にまくしたてた私は、「うまくできなかつた……」と感じながら、ふたたび熱が上がってきてぼーっとし始めた頭で、じつと部屋のうしろに座って先生の講義を聴いていました。

そして、研修終了。先生から声をかけられ、近くのカフェに行きました。

「体調が悪いのに、よくやったよ」

そんなふう<sup>な</sup>に労<sup>わ</sup>ってくれるのかも……。

この期に及んでも、そんな淡い期待をしながら先生の言葉を待ちました。

しかし先生は、おもむろに口を開くと、こういったのです。

「今日、自分がしたこと、わかってる？」

ただならぬ雰囲気<sup>に</sup>、私は凍りつきました。

「いちばんやっちゃいけないことをやったね」

## 第2章 心に響く「自分だけの物語」はこうして作る

私はドクンドクンと大きく鼓動する心臓の音を感じながら、何もいえずにいました。

「以前担当した3時間分の内容を、1時間で全部話したね。これでは、あれもこれも幅広く浅くいわれて、受講者には何も残らないよ。こういう場合にはポイントを絞ってやらな  
いとね。」

そのためには、どこをどう短縮して、どこにポイントをおくか、ちゃんと準備しないと  
できるわけないよ。そうした準備、やってこなかったよね？」

そのとおりです。先生はすべてお見通しでした。なのに私は、心の中でこう呟いていま  
した。

「だって熱があったから……。準備なんて、とてもしる状態じゃなかったのよ」

「こんな体調でも、私こんなに頑張ったのに……」

そんな私の心の中の声まで見透かしたように、先生は最後にこういいました。

「体調が悪いときや、落ち込んで元気が出ないときもあるよね。」

鈴木裕子 (すずき・ゆうこ)

株式会社東芝の本社人材開発部、同人事教育部、東芝総合人材開発株式会社を経て、平成14年に独立し、個人事務所「オフィス フレイユ」を設立。

東芝在職中から新入社員や中堅社員を対象としたコミュニケーション研修の講師を務め、また話し方指導専門の民間企業で一般受講者を対象とした会話、説得、プレゼンテーション等のコースの講師も担当。独立後は店主や従業員、幅広い業種の企業の社員を対象にコミュニケーション研修を年間100日以上実施している。

体験事例をストーリー化して伝える研修方法は受講者から「納得できた」「感動した」「私もやってみようと思った」など高い評価を得ている。

○オフィス フレイユ○

website <http://www.suzukiyuko.jp>

e-mail [fleil@info.email.ne.jp](mailto:fleil@info.email.ne.jp)

phone 045-367-8438

ストーリーで体験を語れば  
人の心を動かせる  
説得力を高める「自分だけの物語」のつくり方

© Yuko SUZUKI 2011

2011年 3月10日 初版発行

著者 鈴木裕子

発行者 鵜野大



発行所 こう書房

〒162-0805 東京都新宿区矢来町112 第2松下ビル

電話 03(3269)0581 <代表> FAX 03(3269)0399

e-mail [info@kou-shobo.co.jp](mailto:info@kou-shobo.co.jp) url <http://www.kou-shobo.co.jp/>

組版・編集 ■ Pensiero! 印刷所 ■ プロスト 製本所 ■ 共栄社製本

Printed in Japan 定価はカバーに表示してあります。

ISBN978-4-7696-1045-8 C0030