

# 相手の共感をあつめる話し方

～企業へ提案する際に注意すべき点～

## イノウエ ヨシオ さん

株式会社ファンドレックス  
ファンドレイジング・プロデューサー



私自身は、ファンドレイジングプロデューサーとして、年間3,000人ほどの方にファンドレイジングの研修をする一方、コンサルタントとしてNPOの新規事業の立上げ支援や新商品開発を行っております。まずは、皆さんもお互いに自己紹介をしながら進めていきましょう。

### ～心が近づく自己紹介～

**方法**：4つ折りの紙を用意し自分の名前と所属を左上に記載する。参加者は自由にフロアを移動し、現在着席しているグループ以外の参加者3名に名前と所属を記載してもらう。更にその3名と自分との共通点を探して記載する。共通点は朝食メニューや交通路線などで良い。

**効果**：共通点を見つけると、相手との心の距離が縮まる。団体の仲間を増やす、ボランティアをお願いするなどの際に「共通点探し」を参考にして欲しい。

今日みなさんに持ち帰ってほしいことは3つあります。1つ目は、ファンドレイジング力の向上を図るためには、共感が大切であることを理解すること。2つ目は、発信力のあるキーワードを具体的に考え、言葉を磨くこと。そして3つ目は企業訪問を行う際に必要な準備と心構えについて知ることです。

日本ファンドレイジング協会が発行している寄附白書の最新版では、日本の寄附市場は個人から約7,800億円、企業から約8,000億円で構成されています。また寄附額はメールや電話よりも、直接話す方が増えるという調査結果があります。依頼者のアクションや表情から伝わる部分も大きいかと思しますので、今日はエレベータートーク、コンパクト・ダイアログという2つのワークを通して、相手の共感を得る伝え方を考えていきましょう。

### ～エレベータートークのワークショップ～

**想定**：初めて出会った人に1分間で自分たちが取り組んでいる内容について紹介をする

#### **伝える内容**：

- 1, 私たちは〇〇〇を目的に活動しています
- 2, その実現のためには〇〇〇といった事業を展開しています
- 3, 私たちの事業の特徴は〇〇〇です
- 4, あなたも私たちの活動に参加して、ともに〇〇〇な社会を実現してみませんか

# < 組織運営 >

## 相手の共感をあつめる話し方

### ～企業へ提案する際に注意すべき点～

方法：原稿を作成し、ペアでの練習を繰り返す

- ①実際に作文し、1分間の原稿を作成
- ②ペアとなり、片方が1分間で原稿通りに話す
- ③実際に話した際、話しにくい部分を修正する
- ④再度1分間で話す
- ⑤聞き手は話し手にアドバイスをする
- ⑥更に再度修正をする
- ⑦ペアを交代する

※①～⑦を何度も繰り返すことで本当に伝えたいことがブラッシュアップされていく

### 解説

短時間で難解なことを伝えるのは難しいため、『もっとこの人の話を聞きたい』と相手に思わせることが、エレベータートークのポイントです。(図1) 1分間は文字数では約300字程と言われています。プレゼンテーションする相手によっても内容は異なりますので、初対面・企業・行政などそれぞれのバージョンを作ってみましょう。同じ団体の中で誰がプレゼンテーションを行っても、同じ事を伝えられるようになると団体の発信力が高まります。(図2)

エレベーターに乗っている程度の短い時間(1分程度)で言いたいことの**要言をわかりやすく伝える**、ショート・プレゼンテーション技術。シリコンバレーの起業家が、投資家と同じエレベーターに偶然乗り合わせたフリを装い、そのエレベーターが目的階につくまでの短時間にプレゼンテーションをして、自らの事業内容の魅力伝えることに成功し資金調達にこぎつけたことに由来した言葉



ポイントは「**短い時間で、端的にメリットを説明し、興味を持たせる**」その次のステップとして本格的なプレゼンテーションの機会を得ること。そのためには、聞き手にプレゼンテーションの内容(事業概要)についてのイメージや興味をかき立て、その結果や成果に期待感を抱かせることが重要になる

【図1】

「つかみ」トークのスキル「エレベータートーク」のコツ

- ・記録されるキーワードを盛り込む  
「イメージをかき立てて右脳に響く」
- ・論理的コミュニケーション  
「シンプルな構成で伝える」
- ・言葉以上のモノを伝える  
「短い時間で興味・期待感をもたせる」



鉄則1「全てをわかってもらおうとしない」  
鉄則2「最大の目的、興味をもってもらうこと」  
鉄則3「練習場でできないことは試合中にできない」

### 【図2】

エレベータートークでは、何をしているか(What)、なぜこれをしているか(Why)、どのようにしているか(How)を明確に表現することが大切です。

エレベータートーク達人への道をお示しますので、参考にしてください。(図3)

- 団体名称を説明する**  
⇒名前の由来については聞かれることが想定されるため、簡潔に答えられるように準備する
- 話をやめるタイミングを心得る**  
⇒自団体のことを喋り過ぎる(全てを話そうとする)のではなく、興味を持ってもらうことに主眼を置く
- 練習を繰り返す**  
⇒本番の前に友人や同僚の前に練習したり、インターネットで上手なスピーチを参考する
- データは出さない**  
⇒コミュニケーションの基本は事実に基づいたストーリーを伝えることであり、データ、専門用語を伝えることではない
- 相手のことを話す**  
⇒話しかけている相手について熟知していることを伝える
- ソーシャルメディアで練習する**  
⇒限られた文字制限の中で効果的に伝えなければならないため、TwitterやFacebookでメッセージを発信する練習をする
- 質問に備える**  
⇒「なぜ私があなたの団体を支援しなければならないのか?」という、スピーチの後に想定される質問に備える

### 【図3】

1分間で話をまとめると、どんどん相手を引き付けられるようになります。伝えたいことが1分間という短い時間の中で伝えられるようになると、それをきっかけに支援者が1人、2人と増えていく可能性があります。他の人の事例で、こういう言い方は素敵だった、分かりやすかったというフレーズがあれば、是非持ち帰ってください。

## < 組織運営 >

# 相手の共感をあつめる話し方

～企業へ提案する際に注意すべき点～

それでは次に、話の組み立て方について説明します。言いたいことが相手にうまく伝わるためには、4つのステップがあります。（図4）

相手がどういう立場の方なのか、行政・患者さん・支援者、相手の立場を確認することで、的外れな話をするのを防止することができます。次に相手が何を知らたがっているのか探り、自分のスタンスを決め、相手に話し掛けていきましょう。その時用いる話し方を紹介します。

### 【A型・B型・C型】

**A型**：結論を先に言う。「○○だと思います。その理由はこれです」という方法

**B型**：少しずつ相手を納得させて最後に結論を言う方法。「○○という根拠があります。こうこうといった理由が存在しています、従ってこう思います」という方法

**C型**：AとBを織り交ぜ、相手を立てつつ、自分の意見を主張する方法。「○○というものがありますが、それは本当でしょうか？」と最初に問題提起をし、相手に答えが出るまで注目して聞かせる方法

もし、皆さんの団体が取り組んでいる課題が既に世の中に知られているなら、皆さんがどのような解決策を持っているのかを一生懸命伝えれば良いと思います。もし課題そのものが世の中に知られてないのであれば、課題そのものを伝えていく必要があります。



【図4】

ところで、寄附のお願いをするときには、どうしても金銭的なことばかりをゴールにしがちです。しかし同時に、私たちが取り組んでいることについての価値を認めもらう、取り組みの内容を知ってもらう、この働き掛けこそが一番重要な部分ではないでしょうか。

コンパクト・ダイアログとは、相手に情報を提供して、やる気を起こさせる方法です。最近では駅前やショッピングモールの中で、NGOなどがパネルなどの資料を持って話しかけ、その場で支援を働きかけるようなことをしています。最初の1～2分間で人間関係をつくり、相手に情報を提供して支援のやる気を起こさせるという方法です。今から皆さんで体験してみましょう。

### ～コンパクト・ダイアログのワークショップ～

**想定**：街角で道行く人に自分の団体紹介をするための資料作りと声掛けをする

**方法**：白い紙に即席でメッセージやイラストを記し、グループ内で発表

# < 組織運営 >

## 相手の共感をあつめる話し方

### ～企業へ提案する際に注意すべき点～

#### 解説

実際にグループ内で発表し合っていましたか、どんなことが印象に残りましたか。イラストや数字、新しいことは印象に残りますよね。実際に、「1対10」と文字だけで書いてあるよりも、グラフがあるとパッと見て分かりやすいですね。「珈琲一杯の支援を頂きたい」という場合でも、文字だけよりコーヒーの写真が添えてあるだけで全然違います。またクイズをするのも効果的でしょう。『相手の印象に残る』ということを意識すると良いでしょう。（図5）

#### 【コンパクト・ダイアログをステップアップさせるヒント集】

##### ●クイズの活用

呼び止めることができる。みんなに呼びかける。手を挙げてもらう。参加することによって、自分事と傍目で眺めていたのが、主体的にとらえはじめる。劇的な質問は、こたえがわかるまでひっぱることができる。

##### ●印象深くイメージを残す

エピソード、インパクトあるキーワード、思わず人に伝えたいくなる。イラスト/写真の多様。印象に残るものは何か？

##### ●説明は相手に応じて、アレンジできているか

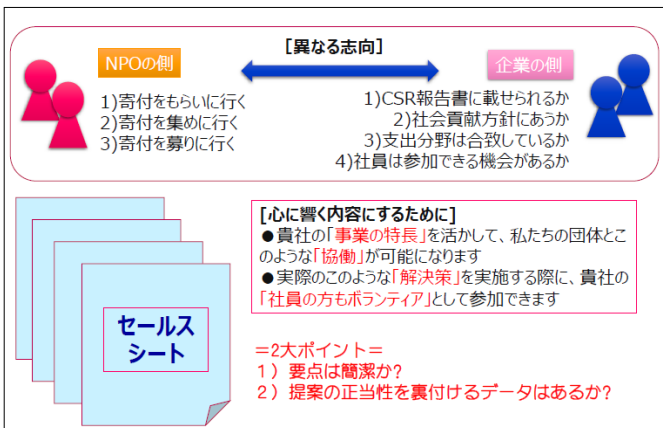
相手に応じて、ページをとばす。相手に応じて、一枚をじっくり話す。話す原稿をつくるのではない、あくまで説明用の資料として活用できているか。パンフレット、申込用紙、振込用紙、マンスリーサポーターの記入用紙を完備。どんな質問でも対応できるようにしておく。最新の内容にアップデートしておく。



#### 【図5】

最後に、支援企業へのアプローチについて、まとめます。NPOは、寄附や支援の依頼のために企業を訪問しますが、企業側は依頼を受ける際、自分たちの今年のCSR方針に合っているか、報告書に何を書けるかなどを考えています。支援を依頼するには提案ベースではなく、社会的な意義や、相手の視点にも留意することが大切です。「貴社の事業の特長を生かして、我々とこんな協働が可能になります」あるいは「社員の方もボランティアとして、こういう形で参加できます」などが相手に響く傾向にあります。

昨今、企業は、寄附金を簡単には出しにくい環境になってきています。資料作成の際は、要点が簡潔かどうか、事業の正当化を裏付けるデータが数字としてあるのかがポイントになることも、覚えておきましょう。（図6）



【図6】

企業に否定的に返される場合もあるでしょう。その場合は、一度その意見を受け止めて、徐々に自分達が伝えられる話法に変えていく必要があります。相手が拒絶しているからといってすぐに諦めてしまうのではなく、互いの共通軸を見つけて心の距離を縮めていくことを積み重ねていきましょう。相手を動かすのは説得ではなく、『納得』です。（図7）



【図7】

## < 組織運営 >

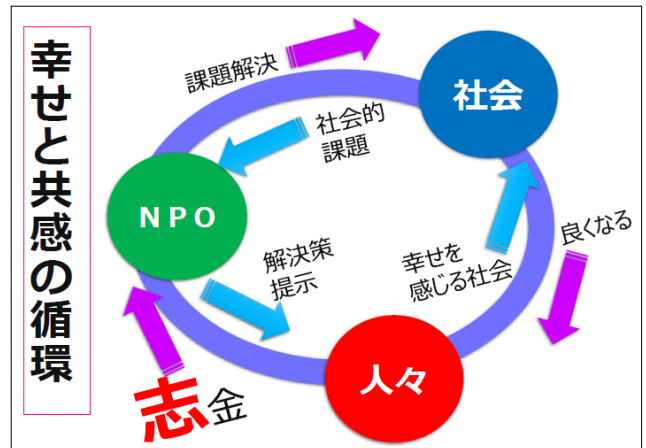
# 相手の共感をあつめる話し方

～企業へ提案する際に注意すべき点～

私たちがしなければいけないことは、言葉を磨いていくということです。「私たちは〇〇という団体です。社会問題を解決するためには、あなたの力が必要です。寄附をお願いします」ときちんと伝えることが大切です。自分たちが伝えるべきことを、言葉を磨いて明確な言葉にしていだければと思います。また、お金だけでなく、時間の寄附という意味で社員のボランティア参加の方法を提案することもできます。

寄附に対する考え方は変わってきています。昔は貧しい人に対しての施しをするという目的でされていましたが、現在は『社会には多くの課題があり、これらの課題を解決するために、私はその費用を一部負担しても構わない』という考えを持つ人が寄附を行っています。NPOや患者団体は、社会の課題を解決するために存在してきました。皆さんが人々に、具体的な解決策を提示すると、頑張ってほしいとお金が託されていきます。思いが乗っているので、志のお金として“志金”という字を使ったりしています。NPOに資金を提供するということは、その人が経済的な支援を行うことに加えて、社会への課題解決に参加してもらう機会を提供する意味合いもあります。(図8)

今日みなさんがエレベータートークで磨いた1分間の話術を持って、周りを巻き込みながら、幸せと共感の循環が回ることを期待して、私のセッションを終わりたいと思います。どうもありがとうございました。



【図8】