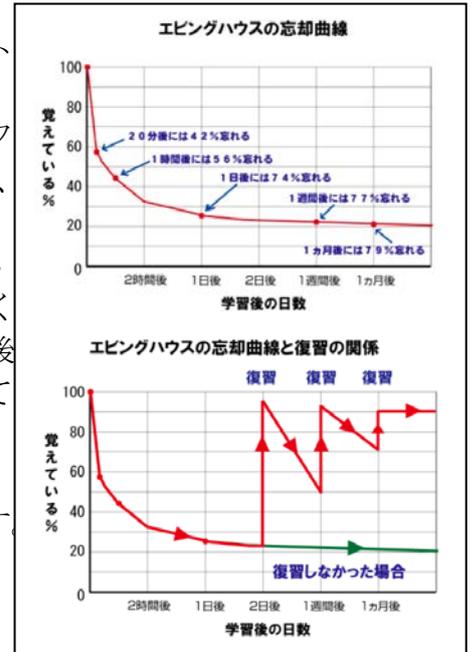


「感動」⇒「感即動」⇒「打てば響く」

1. 忘却曲線

右掲はエビングハウスの忘却曲線と呼ばれるものです。ドイツの心理学者ヘルマン・エビングハウスが意味のない3つのアルファベットの羅列(られつ)を、被験者にたくさん覚えさせて、その記憶がどれくらいのスピードで忘れられていくかを実験し調べ、その結果をグラフ化したものです。この実験から、20分後に42%、1時間後に56%、1日後に74%、1週間後77%、1ヶ月後79%が忘れてしまうという結果が出たのです。すなわち、20分という短い時間で42%も忘れるのです。しかし、1日後に残った記憶は、ゆっくり忘れていき、長く保持されるという特性があることも判明したのです。下の図は、2日後、1週間後、1ヵ月後と復習すると殆どが記憶され、忘れにくくなっている事を示しています。

これから分かる事は、早い段階に復習する事が大切であり、それを反復する事がキーなのです。この特性を活かす話し方があります。それは、まず冒頭に何を話すかを述べて、最後に何を話したかをまとめの形で述べるのです。聞く側は、何を話すのか分かっているので言葉の意味を捉えやすくなり、さらに、最後に復習するので明確に記憶されるのです。私はセミナーなどでパワーポイントを使ってお話しするケースが殆どですが、そのパワーポイントの最後に「本日お伝えしたかった事」として箇条書きで復唱することにしてあります。アンケートなどで見ると内容がよく伝わったという方が多い要因の一つと考えています。

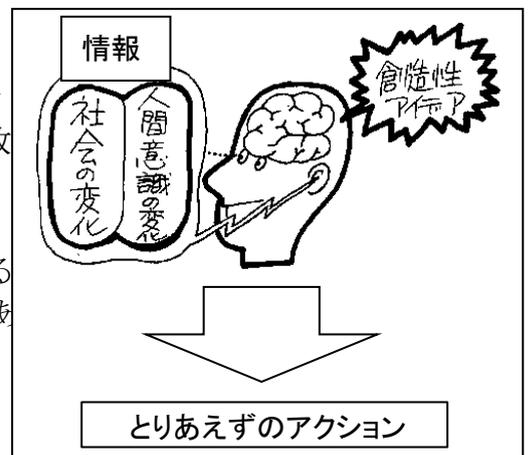


2. 「些事優先」

「忘れる」という事で重要な事として「些事優先」という事があります。例えば、重要な案件にとりかかるとすぐに終わるような案件を忘れてしまい、気がつくと相手からクレームになってしまうというケースを誰しも経験しておられると思うのです。多くの方は一度失敗すると学習されて「些事優先」という習慣をつけられるのです。

よく「To-Doリスト」などと言いますが、ここに書くような案件は、結構、重要な事柄が多いのです。問題は、このリストに書き上げるような物ではなく、例えば、電話をかければ済むというような事があるのです。やったら済むというような案件を後回しにして、案件自体を忘れる方がいらっしゃるのです。見かねて上司の方が「今日やるべきことを書き出せ！」と指導されるのですが、書き出すと遅いというケースなのです。これって、その方の性分なので、なかなか改まらないのです。

右掲のイラストは、情報に接して何らかの閃きがあるという構図になっています。イラストでは、「社会の変化」や「人間意識の変化」という事をあげていますが、もう少し幅を広げて「その話」というような軽いものも重要になるケースが多いのです。この「その話」を聞いて、その後、自分のものにできる方とできない方に別れるのです。その分岐点は、なんらかのアクションをするかしないかなのです。例えば、調べるという風な確認作業でも、また、自分に行ってみるという積極的なアクションもあるのです。卑近な例ですが、テレビなどでグルメ情報がありますが、近所であってもアクションしないと2~3日するとその情報が消えてなくなってしまうのです。お店に入らなくても、その前まで行くだけでも記憶に残り、機会があれば、そのお店に行ってみようという気持ちが起こるのです。これって、ホンマにちょっとした差なのですが、記憶から行動に移るという意味で重要なのです。



3. 伝える工夫

忘却曲線と些事優先を書きましたが、何事も「とりあえずのアクション」がキーになるのです。これは、テレビで知ったのですが、ある会社の応接室が映っていて「感即動」という書が掲示されてあったのです。まさに、「感動」ではダメで何らかのアクションを起こす必要を書いているのだと理解したのですが、その背景を考えるとこの「書」が必要な理由もあるのだとも伺えるのです。

右掲は、忘却曲線の項であげた「上手な話し方」なのですが、「メラビアン」の法則」でもあるように言葉による伝達力は僅か7%程度に過ぎないのです。この状況なのに、要領の得ない話をするると7%に届かない可能性もあるのです。例えば、朝礼などで、立たされて聞いていると内心は「早く終われよ」という物が働くので、いい話であっても受け入れられないのです。こんな場合こそ「上手な話し方」を参考にされて、言いたいことを事前に整理しておくことが大切なのです。

上手な話し方
1. まず、ポイントを先に告げる
2. そのポイントの順に例をあげて話す
3. 最後に各ポイントを復唱する

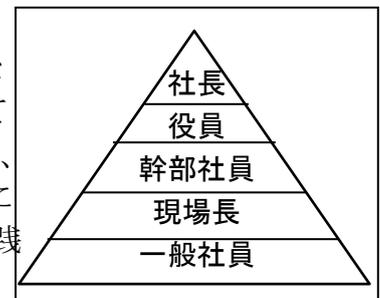
国会中継を見ていると野党側の質問ではフリップを作成してTVに映してもらおう工夫していますが、「メラビアン」の法則」で非言語のウエートが約40%程占めており、図や写真などで明示することで理解が高まるのです。「うちの社員は俺の話の聞いてらん」と嘆く前に、こういう「メラビアン」の法則」を知っておき、事前準備や社内にある場所に誘導するなどの工夫を行うことがポイントになります。

最後に、「メラビアン」の法則」で「第一印象」が約55%占めるという点を忘れてはならないのです。この為には、落語家の「つかみ」という話法が参考になります。先ほどの朝礼の話でも「これから大切な話をする」と言うと社員の意識を引きつける事になるのです。もちろん、普段から社員に尊敬されるような人格である事が大切です。しかし、人格というのは人が決めるものなので自分では分かり辛いものなので、平素の心掛けが大切です。注意したいものです。

4. 「感即動」＝「打てば響く」

忘却曲線と些事優先そして伝える工夫と書いて来ましたが、人の心を動かすというのは非常に難しいものです。前項の「感即動」すなわち社員が「打てば響く」という風土が望ましいのですが、現実的には、なかなかそうも行かないのです。人の集団は組織とも言えるのですが、中小零細企業では組織化という点で覚束ない状況でバラバラな現実があるのです。

右掲は社長をトップとする組織ピラミッドなのですが、これは理想的な姿なのです。社長が役員を招集して役員会を開き自分の方針を話して役員と共有する事から始める事が大切なのです。役員と共有できれば、幹部社員を招集して幹部会議を行い、各部の方針として共有し、さらに、現場では幹部社員が現場長を招集して方針を展開して各現場で実践されるという下方展開が重要なのです。



現実の中小零細企業でも社長が右腕となるキーマンを数多く捕まえておく事がポイントになるのです。右腕や左腕の育成が重要なのです。この「打てば響く」のキーマンは、幹部社員である事が望ましいのですが、一般社員の中にもマインドがある人材もいるので「幹部+マインド人材」というセットでコミュニケーションをよくする事を基本にする必要があります。

そして、「信賞必罰」ですが、基本は方針がどのように展開されているかを「見える化」する必要があります。組織や人単位とブレイクダウンして状況を把握した上で「見える化」した数値的な事実で「信賞必罰」なのです。「競争原理」という言葉がありますが、方針に従って行けば「信賞」で報われるようにすれば、社員の心に灯がともるのです。このポイントは、当然、一番の組織や人の「信賞」ですが、忘れてはならないのは「動き」を見せた兆候を見逃さない事なのです。「啐啄」と言いますが、人の心を大きく動かす重要なポイントなので注意したいものです。