

はじめに

## なぜ「最初の1分」が重要なのか

あなたは説明が得意ですか？ それとも苦手ですか？

この質問に「得意です」と答えられる人はあまりいないのではないのでしょうか。

私も数々の苦い経験をしてきました。

- ・整理したはずなのに、いざ話すと頭が真っ白になる
- ・「魅力を全部伝えたい」と思い、話が長くなってしまふ
- ・「理解してくれた」と思ったら、何も伝わっていない

などなど。この本を手にしたあなたも同じような経験があるのかもしれませんが。

でも、大丈夫です！ 本書を読めば、どんなに話すのが苦手な人でも今よりも説明が上手になります。しかも「最初の1分」を変えるだけで効果を実感できるはずですよ。

自分の説明が伝わらないなと思ったとき、みなさんはどうしますか？

- ・結論から話すように意識する

- ・魅力的なキャッチコピーを考える
- ・全体の流れをロジカルに整理する
- ・何か相手に刺さるようにとりあえず情報量を増やす

といったように、説明の“内容“を改善しようとするんですよ。

でも、私はそれでは根本の解決にならないと考えています。

**「いい説明」かどうかは、相手次第で決まるからです。**

「そんなの当たり前なこと言われても……」と思いませんか？

基本的なことですが、説明においてはこの視点が何よりも大切なんです。

説明される立場になった時のことを思い出してください。「なんか違うんだよな……」と自分が聞きたくない話を長々とされるときのほど、つらいことはありませんよね。

たとえ、その話がどんなにわかりやすく論理的であったとしても、嫌なものは嫌。

逆に聞きたい内容であれば、拙い話し方であったとしても前のめりに聞けますし、こちらから具体的な質問もしたくなります。

まさにこの「聞き手が前のめりになっている状態」こそ、いい説明ができてい何よりの証拠です。

相手は「今はつまらないけど、そのうちに興味が出てくるはず」なんて待ってはくれません。

**自分に関係するかどうかを判断するのは、「最初の1分」。**  
**説明が上手になりたいのなら、「最初の1分」を変えるのが最も効率がいいんです。**

最初に相手の心をつかめれば、その後の説明も話が弾むでしょうし、多少わかりづらくても理解しようとしてくれます。

反対に「自分には関係ない」と思われたら、二度と心の扉が開くことはありません。いくら説明の内容を改善しても、そもそもちゃんと聞いてもらえないので、変更したことにさえ気づいてもらえないかもしれません。それはもったいないですよ。

本書では、瞬時に相手を惹きつける「**ツカむ説明**」のコツをお伝えしていきます。

「最初の1分」に相手の心をつかめるかどうか。これによって説明の質が驚くほど変わるんです。

## ● うまく話せると思っていた私への「衝撃的な一言」

自己紹介が遅れました。

私は、株式会社LITAの代表でPRプロデューサーを務め

ている笹木郁乃と申します。

前職の寝具やクッションを扱うエアウィーヴでは、PRによって売上高を1億円から115億円まで伸ばすことに貢献し、その後老舗鑄造メーカー・愛知ドビーでは、鑄物ホーロー鍋「バーミキュラ」を12カ月待ちにして、認知度を全国区にすることも貢献しました。

この体験から「もっと多くの人にPRを広めたい」という思いで独立。企業や個人向けの広報PR支援事業を手がける会社を運営しています。

「説明とPRって関係あるの?」と思った人もいるでしょう。

ものすごく簡単に言えば、PR、とくにメディアPRは新聞・テレビ・ラジオなどのマスメディアの方々に情報をお渡しし、取り上げてもらうことで、「知らない商品」を「知っている商品」に変える仕事です。

説明がうまくできなければ、仕事になりません。

しかもメディアの人たちは忙しいので、話せるチャンスはだいたい一瞬です。電話で話せたとき、短い打ち合わせの時間……。興味がなければそこでおしまいです。

まさにエレベーターピッチのように数十秒で商品や企業の魅力を伝え、「もっと知りたい」と思ってもらわなければいけません。

私は説明することが本当に苦手でした。

PRを仕事にしているからか、話上手に見られることも多いのですが、元々は理系出身ですし新卒で入った会社では研究職でした。一日を通してほとんど話さない日もあったくらいです。

**PRを始めた初年度の実績はゼロ。1年間、どのメディアにも興味を持ってもらえなかったのです。ただ、自分に問題があるとは思っていませんでした。**

むしろ「結構うまく話せているのになんで掲載してくれないんだろう」なんて思っていました。自分の拙さに気づけないくらいレベルが低かったんですね。

当時、雑誌の記者の方から言われた衝撃的な言葉があります。愛知の会社に勤めていた私は電話でアポを取り、東京のとある出版社に向かいました。いざ打ち合わせが始まり、事前に作り込んだ膨大な資料をめぐりながら一枚一枚説明している途中、

「もういいですか。忙しいんで」

と切り上げられてしまったのです。何も言えませんでした……。意気揚々と片道2時間以上かけていったのに、開始

15分後には帰りの身支度をする事になったのです。その頃は、

- ・プレゼン途中に「まだあるんですか？」と言われる
- ・あからさまに、つまらなそうな顔をされる
- ・説明したのに、全然伝わってなくてビックリする

といったことは日常茶飯事。結果も出ないし、一年目の社内評価は最低の「C」。**もうクビ寸前だったのです。**

そこからPRパーソンとして結果を出し、「話がうまいですね」「説明がわかりやすい」「いつも話に引き込まれます」と言われるようになり、自分で会社を経営するまでになりました。

クビ寸前だった私が、なぜこうなれたのか？

**説明の仕方を変えたんです。特に注力したのは説明のツカミ。**すると、「話を聞いてもらっている」という弱い立場だったのが、相手から前向きに質問してもらえるようになり、フラットな関係に変わったことで話すのがラクになりました。結果的に今までと同じ商品を紹介しているのに、商談がスムーズになり、新しいお仕事につながっていきました。さらに、人を紹介してもらえることも増え、人間関係も広がっていったのです。

本書には、これまで私が何度も失敗し、改善してきた経験をすべて詰め込みました。

説明が苦手な人でも話下手な人でも大丈夫です。ちょっとコツをつかむだけで、絶対に説明することが楽しくなりますよ！

- **ちょっと説明を変えるだけで、仕事も人生も一気に開ける！**

私はこれまでセミナーや講演会含めて、8,000人以上にPRや起業を伝えてきて、1年間の専門学校「PR塾」も主宰しています。

**なかなか結果が出ない方を見ていると、商品やサービスは魅力的なのに上手く伝えられていないことがほとんど。**

そこで、どうしたらみながわかりやすく説明できるだろうと試行錯誤し、私がPRを説明しやすいように体系化したノウハウや、PR塾で毎月行っている1分メディア交流会を通して、受講生にやり方を指導してきました。すると、PRの仕事はもちろん、仕事全般にいい影響があったのです。

**「つかむ説明」によって、多くの方が新しい人生を切り開く姿を何度も目にしてきました。** その一例として、化粧品メーカーを経営する渡辺さん（仮名）の事例をご紹介します。

美容業界以外にも仕事を広げたい渡辺さんは、それまで自己紹介で他社と差別化しようと「エラスチン」という専門用語を使っていました。エラスチンとは、簡単に言えば肌のハリと弾力の維持に大事な成分です。しかし、美容業界以外の人には何のことかわかりません。

**説明するとき、特に重要なのは最初の一言です。**一言目に複雑な要素を話してしまうと、聞き手は「なんの話だろう？」と話を理解しにくくなります。

そのため、最初の一言は差別化された言葉やキャッチコピーではなく、とにかくわかりやすい表現を心がけるのがコツです。

渡辺さんにもこのアドバイスをしたところ、以下のように自己紹介の一言を変更したそうです。

変更前「エラスチンを使った美容化粧品を製造販売する会社です」

変更後「エステサロン向け美容化粧品を製造販売する会社です」

変更後を見ると「これだけでいいの？」と思うかもしれませんが、聞いた人がどんな商品か瞬時にイメージできることが重要なんです。

最初の「一言」だけ変えたところ、「エステサロン向けの商品を扱っているのであれば、サロンのオーナーさんを紹介しますよ」と引き合いが増えたそうです。

自分の商品が理解されるようになり、美容業界以外にも仕事が広がって渡辺さんはとても喜んでいました。やっぱり自分が「いい!」と思ったものが理解してもらえると嬉しいですよ。

読者の皆さんも、これまで伝えたい内容をわかってもらえるように頑張ってきたと思います。内容を整理したり、資料を見やすくしたり、キャッチコピーを考えてみたり……。

でも、それは全く無駄にはなりません。

説明の最初を変える。それだけで準備してきた内容が、より相手に伝わるようになります。

それは、**説明するあなた自身の意識が変わるからです**。私は今まで何千という人に説明の仕方を教えてきましたが、伝わる説明と伝わらない説明の差は、ちょっとした心掛けの違いなのだと思います。

実際塾生の皆さんから、この「ツカむ説明」を身につけることで「今まで話を聞いてくれなかった取引先が発注してくれた」「理解されなかった自社の商品について納得してくれるようになった」という声をいただいています。

本書を読んだらご自身でも試してみてください。きっとその効果を実感してもらえます。

では、これから詳しいお話をしていきましょう！

## はじめに

### なぜ「最初の1分」が重要なのか ..... 002

- うまく話せると思っていた私への「衝撃的な一言」
- ちょっと説明を変えるだけで、仕事も人生も一気に開ける！

# 第 1 章

## 【説明の基本】

# 説明の最初に何を話すべきなのか？

### 説明は、切り出し方で決まる ..... 024

- 最初にツカめば、最後までちゃんと聞いてくれる
- 「どう言うか」より「何を言うか」のほうが重要

### 説明が下手なのは、ズレているだけ ..... 028

- 説明が上手い人と下手な人の違い
- 一生懸命話しているのに、伝わらない理由
- 説明は一方通行ではなく、一緒につくるもの

### 流暢な話し方や熱量よりも大事なもの ..... 034

- 人は、人の話を基本聞いていない
- 私も「TED」のようなプレゼンを目指していた
- 自分の説明に足りなかったのはGIFT

### 聞き手が知りたいのは「ビフォーアフター」 ..... 040

- 人は皆、変化を求めている
- メリットの罠に要注意

現状とゴールで相手の頭を整理する .....	044
●ゴールがないから、わかりづらい	
自己紹介は、自分の経歴を語ってはいけない .....	047
●「なぜあなたが？」という疑問を払拭する	
●知らない人の話は信用できない	
最初の1分のゴールは「なんか面白そう」.....	050
●イメージは、映画の予告編	
●魅力の詰まった要約を伝える	
「ツカむ説明」の6STEP .....	054
●惹きつけるために、この6つを話そう	
●「ツカむ説明」の使い方	
なぜ説明の「型」が重要なのか .....	059
●試行錯誤して見つけた、惹きつける話し方	

## 第 2 章

### 【説明の準備】

# 説明が上手い人は、 話す前に聞いている

「ビフォーアフター」の仮説を立てる .....	062
●相手がどんな人か本当に知っていますか？	
●仮説はこう考えよう	
説明する「前」こそ、最大のチャンス .....	066
●目的を持って、アイスブレイクしよう	
●ヒアリングしないとわからないこと	

本音を聞くための雑談の型 ..... 069

- 雑談にも実は「型」がある

●雑談の型・STEP 1 仕事や人となりに関して質問する ..... 071

- まずは世間話からOK
- 名刺から雑談のネタを見つける

●雑談の型・STEP 2 共通点を見つける／褒める ..... 074

- 共通点を見つけて、心を開いてもらう
- 素直にいいと思ったところを褒める
- リスペクトしながら、友達のように接する

●雑談の型・STEP 3 相手の本音を探る ..... 078

- 魔法の言葉「ちなみに」を活用する

「ビフォーアフター」を腹落ちさせる ..... 081

- アフターからの景色を見せる
- 「ビフォーアフター」を見つける時間がなかったら

## 第 3 章

### 【STEP 1 一言目】

# 何を説明するかを わかりやすく伝える

①②③ Q1 最初の一言、伝わるのはどっち? ..... 086

わかりやすい「一言」からはじめる ..... 088

- 最初の一言がないと、理解できない
- 一言目は、基本同じものを使う

わかりやすい「一言」をつくる ..... 091

- 一言をわかりやすくする4つのポイント

## 第 4 章

### 【STEP 2 実績】

# 信頼されるために 「第三者の評価」を話す

クイース Q2	より話を聞きたくなる 実績なのはどっち？	098
	「第三者の評価」で聞き手を惹きつける	100
	<ul style="list-style-type: none"><li>●その人の実績や業績が「話のツカミ」になる</li><li>●大勢からの支持が、聞き手を惹きつける</li><li>●実績は後々効いてくる</li></ul>	
	どんな商品にも必ず実績はある	106
	<ul style="list-style-type: none"><li>●「人気」を表す実績をつくる</li><li>●「結果」を表す実績をつくる</li></ul>	
	自分ではなく相手のために実績を話す	111
	<ul style="list-style-type: none"><li>●実績を話すことを恥ずかしがってはいけない</li></ul>	
	第三者からのフィードバックが重要	113
	<ul style="list-style-type: none"><li>●アピールすべき実績は、意外とわかっていない</li><li>●実績の他己評価を把握する</li></ul>	
	アンケートで実績をつくる	116
	<ul style="list-style-type: none"><li>●具体的に「変化」した実例を集める</li></ul>	

実績には話す順番がある ..... 119

- 実績を伝える順番をどう考えるか

固有名詞と数字、ビジュアルを使う ..... 123

- 名前も数字も具体的な方がいい
- ビジュアルが聞き手の理解を助ける

## 第 5 章

### 【STEP 3 ビフォーアフター】

# 聞き手が一番知りたいのは「変化」

③ イ ス Q3 ビフォーアフターの説明。  
伝わるのはどっち？ ..... 130

「ビフォーアフター」で変化を想像させる ..... 132

- 特徴よりも「変化」を語ろう
- 「ビフォーアフター」は意外と飛ばされている

「ビフォーアフター」をズレずに伝える ..... 135

- 商品PRと自己PRで伝え方を変える

「変化」はできる限りわかりやすく伝える ..... 139

- 「ビフォーアフター」も1つだけでいい
- 長すぎると伝わらない

# 第 6 章

## 【STEP 4 特徴】

# 差別化要素を伝えて 納得してもらおう

クイズ Q4 特徴の説明、 魅力が伝わるのはどっち？	144
伝えるべき特徴は、2つの視点から選ぶ	146
●視点① ビフォーアフターを納得させる	
●視点② 従来品との違いを明確にする	
他社商品との違いが見つかる3STEP	150
●STEP 1 従来品の残念ポイントを書き出す	
●STEP 2 あなたの商品のよさを考える	
●STEP 3 伝えるべき特徴を選ぶ	

## 第 7 章

# 【STEP 5 ストーリー】 感情を揺さぶる ストーリーで記憶に残す

③①② Q5	自分のストーリー、 共感するのはどっち？	156
	一番記憶に残るのは「ストーリー」	158
	●あなたのストーリーはあなただけのもの ●ストーリーを語るから応援してくれる	
	感情を動かすストーリーをつくる	161
	●魅力的なストーリーには、感情の起伏がある ●失敗体験は、あなたの武器になる ●感情を動かすストーリーに必要な4つの要素	
	マイストーリーをつくってみよう	168
	●「最初の1分」で話すのは動機だけ ●ストーリーグラフで、感情の起伏を確認する	
	ストーリーをさらに磨くためには？	174
	●マイナスで終わると、不安になってしまう ●主観では、魅力ある実体験に気づかない	

## 第 8 章

### 【STEP 6 提案】

# さりげなく動いてもらう ための後押しをする

- クイズ Q6 初対面の提案、  
相手が動くのはどっち？ ..... 180
- 「何をすればいいのか」をイメージしてもらう ..... 182
- 人は手順がわからないと動けない
  - 控えめな提案からはじめる
  - 相手次第で、最終ゴールを提案してもいい
- 微調整しながら、次の行動を提案する ..... 187
- 場面によって提案を使い分ける
  - 諦めないで話せば、いつか芽が出ることもある
  - アフターフォローを忘れない

## 第 9 章

### 【ケーススタディ】

# ツカむ説明 実践編！

- ツカむ説明は、実践しながら身につける ..... 194
- 最初に話す 6 STEPのおさらい

**営業** **顧客への商品PR** ..... 196

- ケース1 プラットフォームの営業シーン
- 知りたいことを話せば、自分ごと化してもらえる
- ひとつの商品につき説明は4~5パターン

**打ち合わせ** **メディア関係者へのPR** ..... 201

- ケース2 メディア関係者への自己紹介シーン
- メディアの先にいるのは誰か
- 社会問題の解決をロジカルに説明する

**面接** **面接での自己PR** ..... 206

- ケース3 マーケティング会社での面接シーン
- 受け身の姿勢では興味を持ってもらえない
- うわべの情報だけでわかったつもりにならない

**社内** **上司への提案** ..... 211

- ケース4 上司にシステム導入を打診するシーン
- 変化した状態まで話さないと、ほしいと思わない
- 従来品と比較できる「特徴」をすべて話す

## 終章

### 【応用】

# さらに上手く説明するために必要なこと

**「最初の1分」の後は、何を説明すればいいのか？** ..... 216

- メインの説明は、ステップで話す
- 誠実に質問に答えていく

## 話してからもピントを合わせ続ける ..... 220

- 聞き手が興味を持っているか判断する
- さらに質問をして解像度を上げていく
- 「好かれること」を目的にしない

## 引き出しから取り出すように話す ..... 224

- ストックが増えれば、説明は上手くなる

## 惹きつけるテクニックをフルに使う ..... 226

- 「疑問系」と「五感」で注目を集める
- プレゼン資料はそのまま読まない
- 話す相手は初心者だと想定する

## 説明を変えるのは、なぜ難しいのか ..... 230

- 広告思考では届きづらい時代になった
- PR思考で話せば、求められる存在になれる
- 求められることで、スタートラインに立てる

## おわりに

## 最初の1分を磨き続ける ..... 236

- 説明を変えるのは、ノーリスクハイリターン
- 失敗は成長の糧。試行錯誤しながら進化を続ける

カバーデザイン

城匡史

本文デザイン

荒好見

本文イラスト

三重野愛梨

図版制作

長田周平

編集協力

流石香織