



わかりやすい「説明」をするための 注意点



中小企業診断士
米倉 博彦

- 業務のやり方を変えるとき、ミスを上司に伝えるとき、顧客のクレームに対応するとき・・・
- 仕事をするときは、言い換えれば、周囲に自分の考えを「説明」することの繰り返しとも言える。
- 説明のやり方一つで、自分の思い通りに環境を変える人もいれば、状況をさらに悪くしてしまう人がある。
- わかりやすい説明とそうでない説明にはどんな違いがあるのだろうか？

■説明とほかのコミュニケーション方法との違い

まずは、「説明」と混同されて用いられがちないくつかの単語と「説明」との違いを述べることで、説明という行為の輪郭を明らかにしてみる。

1. 弁解

弁解の一番の目的は、自分のせいではないと責任転嫁を図ることである。説明というのはそうではなく、うまくいかなかった理由・事情を相手にわかってもらうためのものだ。説明をした結果、自分の責任を認めることになるかもしれない。

弁解と説明の違いを見分けるは難しい。だからといって、全てを「言い訳・弁解」だと断じてしまうと、うまくいかなかった理由や事情が判明せず、次回も同じ失敗を繰り返してしまうだろう。

部下の「弁解」が許せない上司は、それが単なる「弁解」なのか、それとも的確な「説明」なのかをもう一度考えてみた方がいいと思う。

責任転嫁しているわけではなく、本当に部下に責任がないような場合だってあるのだから。

2. 感想

感想は誰でも言える。「私は気に入った」「私はこれでいいと思う」のように、単なる個人的な印象を述べればいだけだからだ。

説明では感想と違い、相手に理解してもらうために客観的なデータや論理を使って話す必要がある。

説明を求められたとき、相手はあなたの「感想」を聞いているのではないことに留意したい。

3. 報告

報告と説明の大きな違いはスピード感だ。報告

の場合は、事実を正確に、なるべく早く相手に伝えることが求められる。理解してもらえるかどうかは相手に任せるかたちだ。

説明では、スピード感よりも相手に応じた表現の工夫など、「理解してもらえる」ための作業が重視され、ある程度時間がかかったとしても許容される。

4. 説得

説得は説明にプラスして「相手に何かの行動を取ってもらう」ことまでを含めた行為だ。商談や提案といった相手に商品を買ってもらう、何かの意思決定をしてもらうといった行為は説得である。説明をするだけでなく、相手の決断を促すまでをカバーするのが説得だ。

■わかりやすい説明のための注意点

それでは、わかりやすい説明をするためにはどんな点に注意すればいいのか、下記にまとめた。

1. 結論から先に

よく言われることだが、結論から先に伝える。日本語の語順のせいも、自然に発言すればどうしても結論が後に来ってしまうことになりがちだ。なので、意識して話さなければ、結論から先に伝えることはできない。

新聞記事を意識して欲しい。まず大きな「見出し」があり、概要がわかる「リード文」があり、細かい内容が書かれた「記事本文」がある。新聞の読み手はまず見出しを読み、リード文、さらに記事本文を読むかどうかを決めることができる。新聞の見出しのように、結論（何が言いたいのか）を最初に持ってくるように気をつける。



2. 主語を明確にする

これまた日本語の特徴で、主語を明確にしなくても話ができってしまうところがある。「誰が」その発言をしたのか、行動をしたのか、判断を下したのかを明確にして説明すれば、わかりやすさは向上する。

3. 数字を出す

なるべく正確に数字で話すことを心掛ける。「たくさん」「大幅に」「激しく」「だいたい」「ざっくり」といった言葉を使わずに、「10%」「プラス3千万円」「前年比5%」「100個」「40人」と、できるかぎり数字で説明しよう。

4. 固有名詞を出す

「2. 主語を明確にする」にも通じるのだが、固有名詞をしっかりと使う。「彼が」とか「それを」と「あの部署が」ではなく、「営業部長が」「商品Aを」「広報部が」と固有名詞で話す。

話し手は「彼」を営業部長だと思って話しているが、受け手は「彼」を社長だと理解していれば、説明は成功しない。

5. 時間軸を揃える

今の話題をしていたのに、いつの間にか1ヶ月前のエピソードになり、その後遠い未来の展望を話して来月の予定を語る・・・このように、時間の流れが行きつ戻りつする説明は途端にわかりにくいものになる。

説明の際は、可能な限り時間の流れを過去から未来へ一直線になるように整理した方がよい。

(図1)

■説明のなかで時間が行きつ戻りつする



■過去から未来にむけて一直線で説明



6. 事実と意見を分ける

自分の説明のどの部分が「事実」で、どの部分が「意見」なのかしっかりと意識して話す。事実

とは、誰が見ても同じように解釈できるものだ。

たとえば、取引先の担当者が「今期中の発注は難しい」と発言したのは事実だ。それを聞いた担当営業が「そうは言っているが、飲み会の席では前向きそうだった。聞くと、上司が発注を渋っているようだ。上司に説明すれば可能性がある」と考えるのは「意見」だ。

上司に説明すれば・・・というのはあくまで担当営業の意見であって事実ではなく、説明すれば100%受注できると考えるのは早計だ。事実と意見を混同すると、誤った判断をしかねない。

ちなみに、感想と意見は異なる。感想はあくまで「自分はこう思う」というだけで、そこに理由は求められない。仕事で感想を語っても何の意味もない。

意見とは、事実や他のデータをもとにした、ある程度客観的なものでなければならない。

7. 適切なたとえ話を使う

説明する内容について相手が不案内な場合、適切なたとえ話を使うことが効果的だ。新しいことでも、誰もがなじみある物や事にたとえて言うことで理解が容易になるだろう。

パソコン用語は現実には存在していた物にたとえていることが多い。デスクトップは「机の上」、フォルダやファイルは現実にあるものだし、電子メールは郵便の仕組みに似せて作ってある。

ことわざや名言を使って説明するというのもひとつの手だ。

■まとめ

今回は主に会話による説明を行う前提でその注意点を解説したが、プレゼン資料やメール・SNSといった会話以外の手法でも有効なものだ。

弁解や感想との違いからわかるように、説明とは「相手に理解してもらうために、相手の視点になって考える」行為だとも言える。

理解できないのは相手が無知あるいは興味がないからだ、理解力が低いからだと思えるだけでは何も前に進まない。無知だとしたらかみ砕いて、興味がないとしたら、相手が興味のあるテーマにたとえて。理解力が低い(そう考えること自体が傲慢な気もするが)なら、理解できるレベルまで落として。手を変え品を変え「説明」しよう。