

会社の雰囲気^{1W}を明るくするコミュレポ

皆さん、こんにちは。私は、コミュニケーションについての気づきを毎月1回、振り返ることにしています。せつかくなので日頃お世話になっている皆さんにもシェアできればと思いこのようなレポートを記述することにしました。ご笑読頂ければ幸いです。

丹羽/生之

伝えたい思いが、伝わらない時

2月下旬に私のパートナーである和仁達也の著書「世界一受けたいお金の授業」が出版になりました。

この本は実際に和仁が、品川女子学院（高校）で行った授業から生まれた企画内容でもあったので、できるだけ多くの人に読んで頂きたいという熱い思いがあります。そのためにも、私は和仁の厳しいフィードバック役を担おうと、何度もその原稿に目を通しました。厳しいフィードバックをするとは、つまり私自身が、和仁のことを何も知らない読者になりきって、その原稿を読むということ。ゆえに「読者の目線に合っていないんじゃない？そんなことを読者は本当に思ってるのかな？」と感じたことを心を鬼にして（！？）何度も伝えました。

ようやくその原稿も出来上がる頃、本の出版に合わせて、ある商品教材を企画したのです。そしてそのセールスライター書きを私が担当することになりました。

とにかく和仁の原稿読みに関わり、そのメッセージや商品イメージは、私の中で膨らんでいったため、それらをセールスライターに落とし込んでいくことは、正直いつになく快感なくらい気分よくできました。

「我ながら上出来かも」と気を良くした私は、第三者に見てもらうことにしたのです。ところがその人は私に「お客さんと目線が合っていないんじゃない？」と致命的な一言を言ったのです。そう、この一言は私がさんざん和仁にしてきたフィードバックです。それゆえに気をつけてきたつもりだったことを、自分が指摘されるとは…。「**自分自身を客観視するのは難しい**…」と知りつつも、かなりショックでした。

さて、こうなってしまった要因は何か？改めて考え直してみました。それはおそらく私の商品企画に対する思い入れです。「いい商品企画だし、きっと本を読んでくれた人の役に立つはず！」という思い。そのおかげで「誰に向かって書いているのか？」があいまいになっていたのです。商品企画に対する思いから、伝えたい相手が「頑張っている学生もそうだし、20代の向上意欲に燃えている人もOKだし、若手の経営者にも当てはまるなあ」と広がって、つい欲張りになってしまったのです。するとそのセールスライターは、誰に書いたかわからないようなブレター状態です。もしブレターだったら、もらった相手は引いてしまうかもしれません。

誰に伝えたいか（相手主体）ではなく「**伝えたい**」という思い（自分主体）が強くなると、**無意識にも自分の悦に入った状態**にもなってしまうがちです。

それでは自分の思いの半分も伝わらないどころか、時に誤解されてしまうこともあるでしょう。我々が、毎日のように受け取る多くのセールスライターが、その証拠です。

「誰に向かって書いているのか？」と自問することで、少しは自分を客観視し、相手の目線に立つきっかけとなるかも知れない、と自身を戒めている今日この頃です。