

## 落語に学ぶ「4コマ・ストーリー法」

右掲は、当社が作成したお客様のホームページのリニューアル例であります。トップ頁にフラッシュで4コマ漫画的に会社概要を伝えるものであります。Web3.0(個人化)と時代は進化していますが、まず、Web2.0(双方向)でもWeb1.0(一方向)でも共通するのは、メッセージとしてお客様に深く伝わるのが大きな課題なのです。今回の狙いを落語の話術でご紹介したいと思います。

### 1. つかみ・マクラ(相槌)・本ネタ・おち

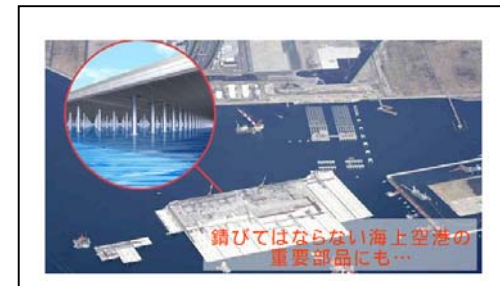
落語の話術で、まず、「つかみ」というものがあります。落語の成否を大きく左右するもので、身近なネタで観客の注意を惹きつけるのが「つかみ」という話法なのです。幾ら、古典落語で定評があると言っても、つかみで成功しないとお客様の力が悪くなって、よい高座にならないのです。

この例では、「次世代の高速期間に求められる高い安全対策にも・・・」と呼びかけ、さらに、「錆びてはならない海上空港の重要部品にも・・・」と「ねじの3大悩み」である「緩む」「錆びる」「漏れる」という事へ先進技術で応えるというメッセージを写真とともにアピールしています。

もちろん、「つかみ」で成功しないとお客様の心は離れてしまうのですが、離れさせないコツは「相槌」を打たせる内容である事と言われています。「そやそや、そういう奴がいる!」とか「そんな経験した事ある!」と心で思わせるのが上手な「マクラ振り」であり、決め手は「相槌」とです。

このケースでの「マクラ」は、「高い安全対策にも・・・」や「錆びてはならない・・・」というメッセージにあります。台湾新幹線の写真で高速移動体を表現して、激しい振動にも緩まないを連想させることで、「そやそや、新幹線には特殊な緩み止めナットが使われているのや」と心の中で相槌を打つように設計しているのです。

「つかみ」「マクラ」の次は、「本ネタ」であります。この事例の場合、「ねじのファブレスメーカー・・・」で、自社が単なる「ねじ」の商社ではなく、特殊なねじの要望に応える企業である事をアピールし、「安全・安心対策、環境対策、コストダウン」という3つの対策を提案するSince1925(創業84年)の老舗、そして、「ねじの未来を創造する」とパワフルなメッセージで締めくくっています。そして、自動的に台湾新幹線のコマに戻ってエンドレスに展開しています。



## 2. 1頁で表現する時の4コマ漫画法

右掲は、FaxDMで当社に送られて来たものです。イスのクリーニングや張替えという技術を4コマ漫画で上手に表現しています。この場合の「つかみ」は、 で囲った部分なのです。「タイトルは、本文の10倍の効果」と言っていますが、ハッキリとした表現でアイ・キャッチの役割を十分に果たしています。

このFaxDMの「マクラ」は、 で囲んだ部分であり、4コマ漫画で表現されています。「本ネタ」であるイスのクリーニングという技術サービスの重要性を社員と社長さんの会話を通して「相槌」を打たせる手法で展開しています。 の部分は「おち」であり、この場合、自社にFaxで申込むというアクションを訴求して終わっているのです。

このFaxDMの素晴らしさは、実は、4コマ漫画で見えない技術メリットと安心・安全を訴求している事にあります。お客様の立場に立って、親身にクリーニングや張替えを訴求しているので、説得力の高い「ちらし」と評価しています。単発的に、Faxして来るものとして、「親身」・「安心安全」の訴求法と学ぶ点が大い。



## 3. 落語の話術と4コマ漫画

前述のように、1枚で表現する場合には、「つかみ」は、タイトルであり、イスをマスコット化したキャラクターでアイ・キャッチしています。タイトルのパワーは、本文の10倍と言われてはいますが、まさに、興味を持って頂かないことには始まらないのです。そういう意味では、10倍以上の効果があるのかも知れません。

ところが、折角、アイ・キャッチに成功したとしても、本文で「そやそや・・・」と頷かすことが出来ないと心が動かないのです。もちろん、文章で表現するのも重要な事なのですが、メラビアン（Melville）の法則にもあるように「準言語」(グラフ・写真など)による理解力は、「言語」の約5倍に跳ね上がるのです。やはり、ビジュアルで訴求する方が、より理解されるので、上項の事例のように「4コマ漫画」でストーリー仕立てで表現する方がより伝わるのです。その威力は、メラビアン（Melville）の法則で言う5倍よりもさらに2倍、すなわち、10倍化すると評価しています。

この手法をホームページに応用すると右掲のように、企業を総合的に表現する、いわゆるCI戦略の手法としてフラッシュ化してイメージと文字で、しかも、アニメーション化して表現するとトップページでのアイ・キャッチ、そして、その結果としてのCI訴求力が高まるのです。あたかも「4コマ漫画」の如くフラッシュが入れ替わり、その都度、重要なメッセージと写真で迫って来るのです。「相槌」という点で、「4コマ漫画」でストーリー化されたフラッシュで相手の想像力に迫るのです。

### 落語話術のポイント

1. つかみ
2. マクラ・相槌で近づく
3. 本ネタ
4. おち



## 4. 会話への応用

日常会話においても「話上手な人」とそうでない人に分かれるのですが、「話上手な人」には共

通点があると思います。右掲は、日常会話の流れを書いています。

まず、「あいさつ」が重要です。この時の話題は、「今日は、いい天気ですね・・・」とか「長いことお会いしてませんが、お元気でしたか・・・」という風に慣用句ですが相手を気遣って行く訳です。

この時のポイントは、相手の方が「そやねん・・・」と相槌を打って、自分のことを話し始めることが重要なのです。この「そやねん・・・」と言わせるように「呼び水」(マクラ)となるように相手の関心事に迫ることで心がオープンになって来るのです。この状態でも、十分にこちら側の言い分を受け入れる準備が出来ているのですが、さらに、「聞き上手」で相槌を打ちながら、ドンドン、口を開くように会話を進めるのが、営業の上手な方の前準備なのです。

十分にオープン・マインドな状況になった時に、3大話法の一つ、「切り出し話法」、すなわち、「ところで、・・・」と話題を自分の方に切り替えるのです。「応酬話法」という言葉がありますが、文字通りの応酬ではなく、相槌を打ちながら、しかも、自分の方へ「だから、・・・」という風に向けながら、相手の判断を迫る「終止話法」、すなわち、「いつまでに・・・」など相手とのギャップを認識しながら、次のアポを取って終るのが上手な営業マンの進め方であります。

「相槌」は、相手を受け入れる意志表示と、同時に、会話のテンポアップになって気分を高める効果も発揮します。「ええこと言わはる・・・」と受容することで、相手は気分が良くなるのです。「相槌」は、いろんな事で表現できます。手を打つのも一つです。笑顔も笑声も同様です。「スイッチ・オン・スマイル」と言いますが、自分が笑顔になると不思議ですが、相手の方も笑顔になるのです。笑顔・笑声は、本当に、重要な武器になります。意図的に使いたいものです。

#### 日常会話のコツ

1. あいさつ  
・・・なんでもない話題
2. その何でもない話題で  
相槌を打ちながら相手  
の心をオープンにする
3. 聞き上手で逆に相槌を  
打って、ドンドン心をオー  
プン化させて波長が合  
うようにする
4. 切り出し話法  
・・・ところで、という切り替  
えして本題に入る

#### 【まとめ】

1. 落語の話術:「つかみ」→「マクラ」(相槌)→「本ネタ」→「おち」
2. 1頁で表現する場合も「つかみ」→「マクラ」(相槌)→「本ネタ」→「おち」の4要素
3. ホームページでは、「4コマ漫画」で表現する
4. 「話し上手」=「聞き上手」=「相槌上手」

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryu.html> でご覧になれます！】