

## 経営のヒント 268 人類共通の感動のツボを押す

参考記事「物売るバカ」川上徹也 角川新書より

ビジネスにおける物語は、感動につながります。

お客さん・社員・取引先などに対して語る、本当にあった（フィクションでない）「個人」「会社」「お店」「商品」などにまつわるエピソードやビジョン。

木村さんが作った「奇跡のリンゴ」V「完全無農薬無肥料のリンゴ」  
どうでしょう？

あなたはどちらが欲しくなりますか？

木村さんの奇跡のリンゴには、人類共通の感動のツボがあります。

それは、「ストーリーの黄金律」です。

1. 何が欠落しているまたは欠落させられた主人公が
2. なんとかしてもやり遂げようとする遠く険しい目標やゴールに向かって
3. 数多くの葛藤、障害、敵対するものを乗り越えていく

という3要素が含まれている物語のことを言います。

この3要素が含まれていると、人はその物語の主人公に強く感情移入して応援したくなる性質があります。

これは日本だけでなく、世界共通のもの。

だから「人類共通の感動のツボ」なのです。

ストーリーの黄金律は、わかりやすいハリウッド映画などのエンターテインメント作品に幅広く使われています。

ビジネスやスポーツなどのドキュメンタリー番組でも、取り上げられるのはこのストーリーの黄金律の主人公になれる人物です。

そのような主人公が多くの人から共感を得て、応援してもらえるということを、制作側が知っているからです。

もしあなたの商品や会社などにこの「ストーリーの黄金律」を満たした物語があると、大きな支持を受けられる可能性があります。

### <経営のヒント>

歴史を動かすスピーチにも使われています。

ルーズベルト、ケネディ、オバマ大統領。

東京オリンピック誘致を決めるプレゼンテーションの一番手「佐藤真海」さんのスピーチ。

先日の経営研究会の例会での「中村文昭氏」の講演は全て、このストーリーで出来ています。

同じ内容でも何度聞いても、知っていても、涙するのが人類の共通の感動のツボ。

映画でも同じです。

自分の人生ストーリーを「英雄物語」で語れるどうかで、未来は変わります！