



guide ガイド

Effective
communication

効果的な
コミュニケーション

英和対訳

一般財団法人 日本規格協会

Effective communication is used to change opinions and inspire action.



Communication, used wisely, can be a powerful tool to help you :

- Increase understanding and usage of your standards
- Reinforce the credibility of your work and your standards (which ultimately increases their usage and attracts more experts)
- Attract the right people to get involved in your work

Thus, effective communication is that which uses information to change opinions and inspire action that will help you meet your objectives.

In order to achieve this, you need to:

- Define your objectives clearly:

What are you trying to achieve and what action do you want others to take in order to do that?

- Identify your audience:

Who are you trying to reach?

- Define your key messages:

What does your audience need to know in order to take that action?

- Choose your communication channels:

How are you going to tell them? Better still, what communication channels do they use that you could also take advantage of in order to reach them?



Objectives

These will vary from TC to TC but will generally focus on :

- Increasing the uptake of standards
- Attracting participation

You may also have other objectives related to specific communication activities, such as communication within your committee. Generally, though, your communication objectives will be aligned with your overall objectives.

Audience

Typically, the audience for a TC includes :

- Industry experts
- Potential and current standards users

When defining your audience, bear in mind how they operate, the language they use and the channels on which they are most likely to receive your message.

効果的なコミュニケーションは意見を変えさせ、行動を促すために使われる。

コミュニケーションは、賢く使えば、あなたに役立つ強力なツールに成り得る：

- 規格の理解と使い方を深める
- あなたの業務と規格の信頼性を強化する(これは最終的には規格の用途を増やし、より多くのエキスパートを惹きつける)
- あなたの業務に加わるのに適切な人を惹きつける

従って、効果的なコミュニケーションとは、自分の目的を達成するのに役立つように、意見を変えさせたり、行動を促したりするように情報を使用することである。

これを達成するために、しなければならないことは：

- 目的を明確に定義する：
あなたは何を達成しようとしているのか、そしてそのために他の人にどのような行動をとってもらいたいのか？
- 聴衆を特定する：
誰に到達しようとしているのか？
- 主要メッセージを定義する：
その行動をとるためにあなたの聴衆は何を知る必要があるか？
- コミュニケーションチャネルを選択する：
どのように聴衆に話をするか？ さらに進んで、聴衆に到達するのに利用できるコミュニケーションチャネルはどのようなものか？

目的

これはTCによって異なるが、一般的に焦点が当たるのは：

- 規格の理解を増す
- 参加を促す

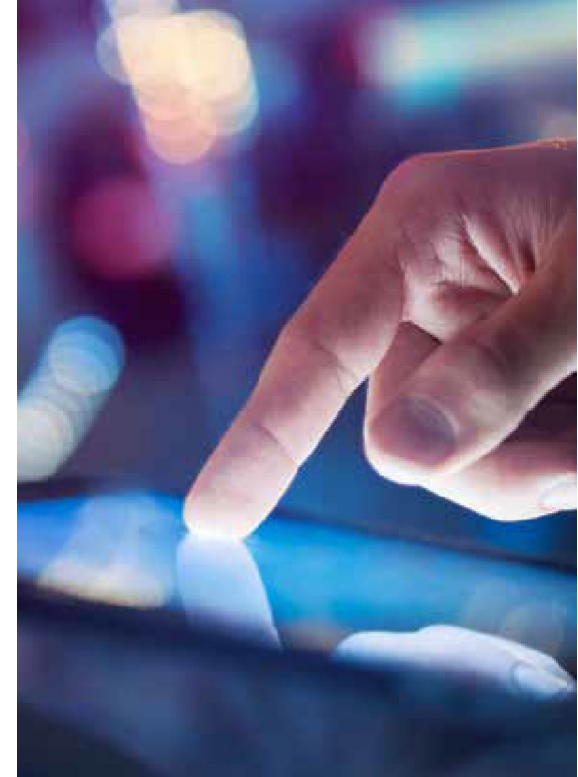
委員会内でのコミュニケーションなど、特定のコミュニケーション活動に関連した他の目的もあるかも知れない。しかし一般的には、あなたのコミュニケーションの目的は全体的な目的と整合するでしょう。

聴衆

通常、TCの聴衆には以下が含まれる：

- 業界のエキスパート
- 潜在的および現在の規格ユーザ

あなたの聴衆を定義するとき、彼らがどのように機能するか、彼らを使用する言語、そして彼らがあなたのメッセージを受信する可能性が最も高いチャネルを覚えておく。



Key messages

These will depend on your objectives but are likely to centre around:

- The benefits of participating in standardization
- The benefits of standards
- The important role of standards in society

With each communication activity, it is important to express what you are trying to say as clearly as possible. For example, if you are talking about a specific standard, what is the one thing you want people to take away from this piece of information? If you are discussing the benefits of the standard, give clear examples of how those benefits manifest themselves.

Try not to have more than one or two main messages in each piece of communication. If you have too many messages, they will get confused and your audience is less likely to remember any of them!



Imagine what your audience is likely to be reading.

Communications channels

These include media, your Website, social media, your database of contacts, as well as eCommittees and Livelink for internal committee communications.

When choosing how you are going to deliver your messages, imagine what your audience is likely to be reading and be as targeted as possible. If, for example, you are trying to reach experts in the automobile industry, consider what media they might consume (e.g. industry publications) and what key words might appeal to them when using social networks. See the page on social media for more information on this communication channel.

主要メッセージ

これは目的によって異なるが、おそらく以下が中心になるでしょう:

- 標準化に参加することの利点
- 規格の利点
- 社会における規格の重要な役割

コミュニケーション活動ごとに、あなたが言おうとすることをできるだけ明確に表現することが重要である。例えば、特定の規格について話している場合、この情報から吸い取って欲しいことは何か。規格の利点について説明している場合は、利点がどのように表れているか明確に例を挙げる

こと。
各コミュニケーションに、1つか2つ以上の主要メッセージは入れないようにする。あまりにも多くのメッセージを伝えると、聴衆は混乱し、それらのどれも覚えている可能性が低くなる！



聴衆が読んでいる可能性が高いものを想像する。

コミュニケーションチャネル

これらには、メディア、あなたのウェブサイト、ソーシャルメディア、あなたの連絡先のデータベース、そして委員会内コミュニケーションのためのeCommitteesとLivelinkが含まれる。

メッセージをどのように発信するかを選択するには、聴衆が読んでいる可能性が高いものを想像し、できるだけターゲットを絞る。例えば、自動車業界のエキスパートに連絡を取ろうという場合、彼らが使う可能性のあるメディア(業界の出版物など)や、ソーシャルネットワークを使用するときのどのキーワードが訴求できるのかを検討する。このコミュニケーションチャネルの詳細については、ソーシャルメディアのページを参照のこと。

It is important you remain consistent in your language and definitions to prevent confusion.

Consistency and regularity

Whatever your method of communication, it is important you remain consistent in your language and definitions to prevent confusion and enhance the impact of what you are trying to say. This means not using different jargon for the same thing and keeping your information consistent if it is presented in different places. For example, if you are using social media to announce a standard's progress, ensure your other channels, such as your Website, reflect the same information.

Finally, to keep your audience interested in your work, think about communicating regularly. This also brings reassurance that you are a credible and effective committee.



If you have any questions, please contact communication@iso.org.

混乱を回避するためには、言語と定義の一貫性を保つことが重要である。

一貫性と規則性

コミュニケーション方法がどうであろうと、混乱を回避し、あなたが言おうとしていることの実効性を高めるには、言語と定義が一貫していることが重要である。これは、同じものに別の専門用語を使用しないで、情報が別の場所に表われた場合でも一貫性を保つことを意味している。例えば、ソーシャルメディアを使用して規格の進捗状況を発表している場合は、Webサイトなどの他のチャンネルにも確実に同じ情報を反映させること。

最後に、聴衆があなたの業務に興味を持つようにするために、定期的にコミュニケーションすることを考えること。これはまた、あなたが信頼でき効果的な委員会であるという安心感をもたらす。



質問はこちらまで：
communication@iso.org

About ISO

ISO (International Organization for Standardization) is an independent, non-governmental international organization with a membership of 163* national standards bodies. Through its members, it brings together experts to share knowledge and develop voluntary, consensus-based, market-relevant International Standards that support innovation and provide solutions to global challenges.

ISO has published more than 21 300* International Standards and related documents covering almost every industry, from technology to food safety, to agriculture and healthcare.

For more information, please visit www.iso.org.

*September 2016

International Organization for Standardization

ISO Central Secretariat
Chemin de Blandonnet 8
Case Postale 401
CH – 1214 Vernier, Geneva
Switzerland

iso.org

© ISO, 2016
All rights reserved
ISBN 978-92-67-10698-4



ISOについて

ISO(国際標準化機構)は独立した非政府の国際機関で、163か国^{*}の国家標準機関が加盟している。それらの国代表組織を通してエキスパートを集結させ、知識を共有し、イノベーションを支援し世界的課題の解決策をもたらす、自発的でコンセンサスに基づく市場適合性のある国際規格を開発している。

ISOは、ほとんど全ての産業分野から食品安全、農業、健康管理に至るまで、21300^{*}を超える国際規格および関連文書を発行している。詳しくは、www.iso.org まで。

^{*} 2016年9月現在

国際標準化機構(ISO)

ISO中央事務局

Ch. De Blandonnet 8

Case Postal 401

CH – 1214 Vernier, Geneva

Switzerland

iso.org

©ISO, 2018

不許複製

ISBN 978-92-67-10698-4