

プレゼンテーションで大事なこと

普段プレゼンテーションをする機会の多い方々に、プレゼンをする際に大事にしていることや心がけていることなどを伺いました。

ION PRESENTATION

目の前にいる人の気持ちになって

ジャーナリスト

見城美枝子

アナウンサーなら、人前で話すのは得意だろうと思いますが、決してそんなことはありません。いざ話となると緊張します。解決策は講演でしたら、自分でも絶対に大丈夫と言えるくらいの準備をしています。

もう一つ大事なことは、話を聞いてくださる方の気持ちです。「こんにちは、見城美枝子です。今日お話ししたいのは……」と切り出しながら、集まった人の状況や反応を確かめます。「いいぞ」とか「えっ、そうなの」とか、会場から声が返ってくるはずありません。ですから、私は耳ではなく、目でそれを聞くようにしています。目で空気を読むのです。

講演でもそうですから、プレゼンは、より一層このことが求められると思います。

プレゼンは、自分が思っていることをただ訴えるのではなくて、それを相手に受け入れてもらうことが目的ですから。

ステイブ・ジョブズはプレゼンの達人と言われていますが、ジョブズは、彼が生み出す商品同様、どうすれば相手の期待に応えられるかに対して一切の妥協を許さなかった。プレゼンに集まった人たちが「もうそろそろだな。来るぞ、来るぞ」と待ち構えているところに、「じゃあ、お約束の時間だね」と新商品をお披露目する。期待が頂点に達しているから、効果抜群です。

身近なところに目を向けると、お店の人とお客さんの関係にも、共通するものがあります。店の人は、店にある商品すべてを勧めるのではなく、お客さんの話を聞いて、「そうですか。そういうことをお望みなら、

これはいかがでしょう」と応対しています。こんなところにも、プレゼンのヒントがあります。

言葉巧みで流暢な話しぶりだったけれど、何も心に残らなかったという経験は、皆さんもおもちゃではないでしょうか。聞いている相手の気持ちになって話す。そのことを、ぜひ心に留めていただきたいと思います。

(談)



けんじよう・みえこ
群馬県生まれ。TBSアナウンサーを経てフリーに。海外取材を含め五十六か国訪問。中教審など政府各種委員を歴任。現在、青森大学社会学部教授を務め、テレビ番組のコメントーターとしても活躍中。「話者が上手になりたいあなた」(リヨン社) など著書多数。

ION PRESENTATION

はるかとエリカとプレゼンと。

コピーライター

照井晶博

六年ほど前、デスクの女性が退職することになった。後任はすぐ決まった。ただ、前の会社を辞めて来るため、どうしても二か月かかる。その間、派遣を頼むことにした。当時、打ち合わせでよく行く会社に篠原さん(念のため仮名)という派遣の女性がいて、篠原さんはホスピタリティと感じのよさを兼ね備えたとてもいい人だったので、同じ派遣会社を紹介してもらい、雰囲気も能力もひっくり返るくらい篠原さんのような人だとお願いした。話がちょっと俗っぽくなる危険を顧みず、あえて芸能人だとえとしてみると、綾瀬はるか。ああいうおっとりとしてほわんとした感じだと思ってください。派遣会社の担当はわかりましたと力強く言ってくれた。

僕はふだん広告の仕事をしていて、依頼者である企業にコピーやCM企画をプレゼン

ンしているわけだが、はじめてプレゼンを受ける立場になったわけだ。そう。いつもとは逆。派遣会社はまずひとり提案してくれた。話をわかりやすくするために再び危険をおかすと、沢尻エリカ。で、提案はエリカ様ひとりだけ。一案プレゼンだった。事前の話ではふたり提案してくれるはずだったのに……。担当はいかにエリカ様がおすすめかを熱く語りだした。でも話が違う。こうなるともうだめ。熱弁がまるで耳に入って来ない。ああ、この話、早く終わらないかなあ……。

やがてあることを思い、愕然とした。待て。自分もふだん、こういうプレゼンをしてはいないだろうか。綾瀬はるかを望む相手に沢尻エリカを押し付けてはいないだろうか。熱意と独善を都合よく混同しながら。結局のところ、いいプレゼンかどうか

を決めるのは、そのプレゼンを聞く相手だ。

いくら時間をかけて準備をして自分の思いをうまく話せたとしても、自分で満足するだけではダメ。いい話が聞けたと相手が満足してくれなくては意味がない。立場を逆にすることで、コミュニケーションの基本中の基本を思い知らされたこの出来事を、今でもよく思い出す。



てるい・あきひろ
北海道生まれ。博覧強記、風とパラドを経て、二〇一二年株式会社照井晶博を設立。主な仕事に、サントリーBOOS「このろくでもない、すばらしい世界」ホンダFREED This is サイコーにちやうどいいHondaなど。TCC開演、ACCグランプリ、朝日広告賞など受賞多数。

落語家プレゼン心得

落語家 三遊亭白鳥

さて、落語家って何人いるか、ご存じですか？ ふと頭に浮かぶのは十人位でしょう。それがどっこい私の所属する落語協会だけで三百人以上いて、真打ちだけでも二百人近くいます。そんな大勢の落語家が生きていくために、都内四軒ある寄席で毎日プレゼンをしているのです。

まず寄席に出るには、それぞれの寄席の社長さん、私たちは席亭と呼びますが、その偉い人を選ばなければいけません。真打ちになっても出ることができない人もいれば、二つ目というその下の地位でも選ばれて出る若手落語家もいます。

それじゃあ、席亭はいつ芸人を選ぶのでしょうか？ それは高座の姿を毎日録画して全部見ているのです。何度となく高座に上げて、芸を磨いているかチェックするのです。基準は一つ。お客さんが喜んでいるか？ 爆笑させても感動で泣かせても芸で

感心させても何でもいい。また寄席に来たいと思わせる芸人を選びます。でもこの喜ばすのが難しい。まず持ち時間が短い。トリでない限り十五分、時間が延びていたら十分の場合もある。その短時間で喜んでもらうには事前の観察が大事。高座の脇から先に上がっている芸人の受け方、客層、雰囲気を見てネタを決める。

しかし、気をつけなければいけないのは前に上がっている芸人がバカ受けしているから自分も受けると思わないこと。お客さんを甘く見てはいけません。もし自分が思ったほど受けなかったら「何で？」と慌ててしまう。だから平常心で上がればよいのですが、悟りを開いている訳じゃないからこれは無理。なので私は、「俺は受けないだろう」と思っただけで上がっている。これなら受けなくて当たり前、受けたらラッキーです。そんなネガティブな考えでよいのか？ と

思われる方もいるでしょう。だから、受ける受けないよりもっと大事なことを心がけています。それは知ってもらいたいこと。この客席で一人でも二人でもよい。「白鳥っていう変な落語家がいるんだ。また見たいな」、そう思ってもらえたなら、私たちのプレゼンは成功なのです。



さんゆうていはくちよう
新潟県生まれ、日本大学芸術学部卒業。一九八六年三遊亭内文入門。二〇〇一年に真打ちに昇進。新作落語を自ら作り、その数は百本以上にのぼる。著書に、創作落語集「砂漠のハイ止まり木」（講談社）、「ギンギラ★落語ボーイ」（論創社）がある。

身体のコミュニケーション機能を

日本プレゼン・スピーチ能力検定協会理事長
荒井好一

昨年の九月、話し下手でプレゼンテーションが苦手だと思っていた日本人が、IOC委員九十七人の心を動かした、二〇二〇年東京五輪招致プレゼン。このプレゼンテーショントレーナーを務めたマーティン・ニューマンが「デリバリーを制するものは、プレゼンを制する」と言っています。

デリバリー（届ける）とは、How どのように伝えるかということです。日本人及び日本の教育は、What 何を伝えるかを重視してきました。メッセージや意見をいかに作るかがメインテーマで、どのように伝えるかは欠落していました。その結果、知識や教養や学歴は高いのに、人前では尻込みして意見を伝えられない人々をあふれさせてきました。

人は、この人の話を聞いてみようという気持ちで喚起されないと、実は真剣に聞か

ないものです。その気持ちを喚起させるのは、論理ではありません。感情です。

あなたに伝えたいという思いで、聞いている人の「目」を見てスピーチをする。「手」を使って図解したり、共感を呼び起こして話す。「声」も明瞭さだけでなく、情感に訴える使い方が必要です。まさに、オリンピック招致の七人のプレゼンターが実践したように。

滝川クリステルさんは、おもてなしという概念を手のジェスチャーで目に見せました。佐藤真海さんは、目で語りかけることでドラマを伝えることができました。安倍首相は、三種の声の変化で、説得と昂揚と決断を伝えました。フェンシングの太田雄貴さんは、真顔を武器に信頼を伝えました。

このように心を動かせるのは、Non verbal（非言語）情報です。目や手や声と



あらい・よしかず
京都府生まれ、広達会社に三十八年在籍し、六百余回のプレゼン歴をもつ。「目・手・声」の身体コミュニケーション機能を開発する「プレゼン・スピーチセミナー」を主催。著書に「心を動かす」「伝える」技術 五輪招致七人のプレゼンターから学ぶ（日新書）などがある。