

特集：本シェルジュ6.0——ビジネスのさまざまな悩みにお応えします

第3章 初めてのプレゼンに悩む営業へ ——プレゼンって何だ？



岡田 知子
東京都中小企業診断士協会

もう、いやだ。どうしよう。

山口葵は、ため息をつきながら駅までの道を歩く。取引先からの帰り道、突然雨が降ってきた。

何で雨なの。もう、本当に最悪。

昨日の営業部会議で、葵は上司から新商品のプレゼンをするように言われた。営業部では毎年、取引先を集めて新商品のプレゼンをしている。営業部に異動して、まだ6ヵ月。

これまでプレゼンをしたことがなく、営業会議でもうまくしゃべれないのに、いきなり取引先へのプレゼンなんて無理に決まってる。何で私なのかな。もう、どうしよう…。

雨がさらにひどくなり、買ったばかりの靴も濡れてきた。

仕方ない。雨宿りするか。カフェ、カフェ、カフェはないかな…、あった！

「いらっしゃいませ。本シェルジュカフェにようこそ」

席に着き、濡れたコートやカバンをハンカチで拭く。

食品メーカーに入社して、もうすぐ10年。プレゼン1つ上手にできないのではダメだとわかってる。でも、話すのは苦手だし、いつも「要点は何？」って聞き返されるし、どこから準備すればよいかもわからない。

「ご注文はお決まりですか？」

しまった、飲み物を選ぶのを忘れてた。

「何か温かくて落ち着けるようなものはありますか？」

「かしこまりました。少々お待ちください」しばらくすると「お待たせいたしました」との声が聞こえ、1冊の本が差し出された。えっ、この本は何だろう…。

不思議に思って顔を上げたが、すでにマスターはカウンターに戻って何かの準備をしていた。すぐに飲み物を持ってくるだろう。そう思いながら、何気なく本に手を伸ばした。

1. わかりやすく伝える方法とは

伝え方の教科書



木暮 太一 著
WAVE 出版
四六判 255頁
本体 1,400円+税

難しい経済問題をわかりやすく伝えるヒット作を書き続けてきた著者が、その「伝える技術」のすべてを公開。伝え方の初歩的なテクニックから奥義までが、この1冊に詰まっている。いくつかのポイントをしっかりと押さえるだけで、誰でも「わかりやすく」伝えることができるようになる。

「わかりやすく伝える4つのステップを身につければ、どんな人でも『わかりやすい！』と言われるようになる」って、私でも？

「まずい料理をキレイに器に盛りつけても、まずいものはまずいように、話し方やプレゼンスキルだけを身につけても、わかりにくい内容のままでは相手には伝わらない」って、たしかに言いたいことが伝わらないプレゼンでは意味がないな。

4つのステップの概要は次のとおりである。

| |
|---|
| ステップ1 「誰に」、「何を」伝えるのかを明確にする |
| なぜなら ・相手によって伝える内容は変わるから ・「何を（結論、伝えたいこと）」を決めてから話す、話の主題から外れないから |

| |
|---|
| ステップ2 相手に伝わる日本語を使う |
| 主なポイントは ・主語と述語を明確にする ・5W1Hを意識する ・1文を短くする（接続詞は1つまで） ・相手が理解しない言葉（専門用語など）は使わない |

| |
|--|
| ステップ3 話を正しい順序で組み立てる |
| 主なポイントは ・テンプレットの法則を使う 具体的には「①話のテーマ、②言いたいことの数、③結論・要点、④理由、⑤具体例、⑥結論・まとめ」をこの6つの順番で話す。 ・話の大枠を伝えてから詳細を説明する ・「言うことがわかる」と「それが正しいと納得する」は別物。相手に納得してもらうには、論理的に伝えることが必要 ・複雑な話は、シンプルな話を積み重ねる |

| |
|---|
| ステップ4 相手に伝わる言葉に言い換える |
| 同じ言葉を伝えても、伝わり方は人それぞれ。正しく伝えるには、相手に合わせた言葉選びや表現が必要 |

思い当たるところがたくさんある。いつも思いつくがままに話してたかも。それに、丁寧にわかりやすく説明しようと思って、細かいことまで話していたけれど、それが話をわかりにくくさせていたんだ。あれっ、そう言えば、まだ飲み物が来ていない。

「先ほど頼んだのをいただけますか？」

「当店は本シェルジュカフェですので、本をお出ししております」

執事風のマスターは、優しく微笑みながら、

よく理解できずに戸惑っている葵に2冊目の本を手渡した。

2. プレゼンのルール

あたりまえだけどなかなかできない プレゼンのルール



箱田 忠昭 著

明日香出版社

B6判 232頁

本体 1,300円＋税

日本一のプレゼンターが教える101のルール。プレゼンの基本心構えから実用的スキルまで、見開き1ルールで展開。パワーポイントや視線の送り方などを、図版などでわかりやすく解説する。

目次には、プレゼンの基本や話し方のルールなど、プレゼン全般のルールがズラッと並んでいる。

話したいことをただ話せばいいと思っていたけれど、プレゼンにもルールがあるんだ。

「話しているときは相手の目を見る」、か。どんなふうに見ればいいのだろうか。

そう考えながら顔を上げると、マスターと目が合った。

「お仕事でプレゼンをされるのですね」

「あっ、はい。仕事で初めてプレゼンをするようになって…。この本には、話しているときは相手の目を見ると書いてあるのですが、プレゼンでは大勢の人がいるので、どんなふうに目を見るのかな、と考えていたんです」

「大勢の方の前でも、常に1対1で大事な人に話しかけるようにしてみてもいいでしょうか。1人としっかりアイコンタクトをしながら話しかけ、それを1人ずつ順番にくり返します。そうすると、全員とコミュニケーションをとることができます」

「そっか。1人ひとり丁寧に説得していく

つもりで話すのですね。私、ちゃんと相手の目を見て話せるかな。緊張しそう…。でも、しっかり目を見て話したほうが信頼されますよね。やってみます！ところで、当日は新商品のプレゼンをするのですが、特徴だけを説明すればよいと思いますか？」

「プレゼンには、どのような方が参加されますか？話す相手によって内容は変わってくるでしょう。また、内容に意識が向きがちですが、まず目的（結論、方向性）を明確にすることが大切です」

目的か…、考えていなかったな。すぐに細かいことに目が行って、大きな視点を忘れるのが私の悪いクセなのよね。プレゼンの骨組みをしっかりと作らなきゃ。

マスターは、落ち着いた口調で続けた。

「話の中に数字やデータを入れると、正確さが増して説得力が高まりますし、具体例や体験談を交えると、わかりやすい説明になります。ただ、スライドを作るとき、数字や文字をダラダラと羅列すると見づらくなりますので、ご注意ください」

そっか、たくさん盛り込めばよいわけじゃないんだ。既存商品との違いを詳しく説明しようと思っていたけれど、プレゼンでは一番伝えたい特徴やデータだけを紹介して、残りの情報は配布資料として渡そうかな。スライドも、箇条書きやデータをグラフ化するなど工夫して作ろう。

葵はやることがわかってきたせいか、徐々に不安な気持ちが薄れ、表情も自然と和らいできた。

プレゼンを何か特別なものと思うから緊張するのかもしれない。プレゼンもコミュニケーションの1つなんだから、いつも友だちと話しているように、表情豊かに身ぶりや手ぶりを入れながら話せばいいのかもしれない。そのほうが、聞いているほうも楽しいよね！

3. プレゼンの力

続いて、葵に3冊目の本が差し出された。

日本はこうしてオリンピックを勝ち取った！ 世界を動かすプレゼン力



ニック・バーリー 著
佐久間 裕美子 訳
NHK 出版
四六判 240頁
本体 1,500円＋税

「五輪招致の請負人」と呼ばれ、2020年東京オリンピック・パラリンピック招致チームの戦略コンサルタントを務めた著者が、最終プレゼンの舞台裏を語る。そこに込められていた、21世紀のグローバル社会を日本人が生き抜くための、世界基準のコミュニケーション術と戦略を紹介する。

2013年9月のIOC総会で、2020年オリンピック・パラリンピックの開催地が東京に決まったけれど、東京はどんなプレゼンをして招致を勝ち取ったのだろうか。プレゼンは、話す相手を理解することが重要だよ。相手は本当に求めているものは何か。それに対して、こちらは何を提供できるのか。

「招致チームが最終プレゼンで話した相手は誰だったのでしょうか？」

「IOC委員でしょう。彼らは多国籍で、文化的な背景はそれぞれ異なりますが、共通の関心事は、どれだけの収入が見込めるか、どのような恩恵を五輪にもたらすか、でしょう」

それなら、「私たちの都市は美しい」や「五輪によって私たちの国の経済が良くなります」とアピールしても、彼らが知りたいことの答えにはならないよね。

解説

東京は、デリバリー（高い運営能力）、セレブレーション（東京全体で五輪を祝福する）、イノベーション（高い技術力）の3つのセールスポイントを、ライバルとの差別化やICO委員が抱える懸念点も意識しながら、プレゼンでアピールした。

たとえば、東京は公共交通機関の充実ぶりをアピールしたが、これは以前の大会で公共交通機関の質が低く、選手が時間どおりに会場に行けないことがあり、IOC委員が開催地の交通機関の質を重要視していたからだった。

また、2016年五輪のリオ・デ・ジャネイロがスポンサー集めに苦勞していることを踏まえ、東京はすでに21のスポンサーを獲得していることを伝えた。このとき、具体的な数字を挙げ、会場のスクリーンになじみのある日本企業のロゴを映し出すことで、東京は金銭的にも問題ないことをIOC委員に印象づけた。

映像や画像は、的確なタイミングで使えば、言葉よりも強いインパクトを持つ。海外では自国の選手だけを応援し、他国の選手が登場する試合会場はガラガラということがよくある。ライバルのイスタンブールやマドリードが同様の状態になることを意識し、東京はロンドン五輪後に行われたパレードの画像を流した。50万人以上の人が沿道を埋め尽くし、選手を温かく迎え入れた画像で、東京がスポーツそのもののファンであり、スポーツ全体を応援していることを効果的に伝えた。

「3のパワーはご存じですか？」

マスターが話しかけてきた。

「3って、数字の3ですか？」

「はい。3は、あらゆるコミュニケーションにおいてもっとも効果的な数字です。1, 2, 3やABCのように、文字や数字を3つ組み合わせると人の記憶に残りやすいと言われているのですよ」

そう言われてみると、最終プレゼンでも、3つの質問を投げる、3つの例を挙げるなど3のパワーを多用していたっけ。

「3って、すごい数字なんですね。私も3を意識して、新商品のプレゼンをしてみます」
マスターはゆっくりとうなずいた。

解説

オリンピックのプレゼンで、聴衆が集中できる時間は5分ほど。飽きられないために声のボリュームで注意を促す、内容に合わせて表情を変化させる、英語の中にフランス語を交ぜるなど緩急をつけて話をした。滝川クリステルさんの「おもてなし」は、聞き慣れない日本語でも聴衆の印象に残すために、1文字ずつ区切ってはっきりと言葉にした。

メリハリをつけるということか。もしかしたら、プレゼンは舞台に立つことと似ているのかもしれない。どんなに大切な話をしていたとしても、話し方が悪ければ台なし。しかも、チャンス（本番）は1度きり。はあ、失敗できないと思ったら、また心配になってきた…。

「大丈夫ですよ。最初はうまくできなくても、手のジェスチャーや笑顔、振る舞いなど何度も練習を重ねれば、最良のパフォーマンスができるようになります。練習が自信を生み、自信あふれるプレゼンが聞く人の心を動かすのです」

マスターの声は力強く、それまで感じていた不安が小さくなっていく。

やることはわかった。早く会社に戻って、プレゼンの準備をしなくてはなってきた。ワクワクする気持ちに急かされ、すぐに席を立つ。

「ありがとうございました。ここはとても素敵なお店ですね！」

岡田 知子

(おかだ さとこ)

情報処理サービス会社でアウトドアグッズの輸入、外資系銀行で人事総務などを担当。現在は独立し、経営相談や創業支援などを行っている。2012年中小企業診断士登録。

