

《理事長のコーナー&プレゼン最前線》

(プレゼンの連載記事・・・その4)

ダイナミック・プレゼンテーション (シリーズの4)

感動させるプレゼンを行なうには？

1、はじめに

今や世界的な不況に入り、これを抜け出すには数十年かかると言われています。これからは、余分なものや不必要なものは次々と淘汰されてゆくでしょう。しかしこの“大変化”の時代なればこそ、Change (変化) のgをcに変えることができれば、大きなChance (機会) をものにすることができるでしょう。

実は、このような大不況は、一部の人にとっては逆にチャンスでもあるのです。それは、その他大勢ではなく、一部のできる人に仕事が集中することになるからです。私は、このような時代だというのに、儲かって、儲かってしょうがないと言う、税理士さんや弁護士さん、研修講師、そして本の著者を知っています。その方々は、幸いにも、実に身近なところにおられるのです。

それでは、そのようなできる人とはどのような人でしょうか？彼ら成功者に共通している事は、人の気持ちを掴んで離さない高い感性力 (赤ちゃんのような可愛らしさ)に加えて、卓越したプレゼン能力を併せ持っていることです。

繰り返しになりますが、彼ら成功者はプレゼンの術に長けていて、他の人達を納得させ、自分の思う方向に動かせる人なのです。そして、感動を与えながら説得できる人です。良いレクチャーやプレゼンは、内容を伝えるだけでなく、受講生や聴衆に感動を与えます。

一方、内容は悪くない、発表技術 (デリバリーと言う) もまあまあだが、何か物足りないと言うプレゼンテーションがよくありますね。それは何が欠けているのでしょうか？簡単に言えば、気や魂が入っていないのです。気概に欠けるともいえましょうか。

例えば、ゴッホやルノアールや横山大観の絵を見て“素晴らしい！”と感動するのはなぜでしょうか？

一つの見方は、それを描く者と観る者との間に感性の交流が生まれるからだということが出来ます。魂の共振があると言っても良いでしょう。

いわば感性と感性のぶつかり合いが起きているのです。

プレゼンテーションやセミナーにおいても同じです。説く者と聴く者の間に感性の接点がなければ、感動を呼ぶことはないのです。

その感性の接点とは、心の橋、すなわち、ラ・ポールと言われているものです。

それでは、プレゼンターの感性はどのようにして表現されるのでしょうか？

それは、“熱意と自信”の発露だと思うのです。そして重要なのは、その見せ方（テクニック）なのです。

この世には感性の無い人は誰一人としていないでしょう。犬だってあります。

しかしこのところ、その感性の表現の仕方が、全く分かっていない人達が増えていると思いませんか？

私は今、浦安の海に見える喫茶店でパソコンに向かってこの記事を書いています。コーヒーとモンブランのセットを頼みました。

今私の前に置かれたモンブランのその美しい形（いわばアート）、実に美味しそう！

“心を込めて作りました、どうぞ召し上がって下さい”と、無言のケーキがシェフを代弁して語りかけてきます。お店のケーキ職人の感性と私の感性の間で共振が起きているのです。

プレゼンの定義(贈り物)



美味しそうなケーキ

2、コミュニケーションについて（語源など）

“こんなに良い内容（コンテンツと言う）なのに、それを理解できない聴衆は馬鹿だ！”と言ってしまったらおしまいです。私は、そのようなスタンスの学者や研究者を何人か見てきました。

どのような立派な研究成果でも、コミュニケーションすなわちプレゼンの仕方を間違えれば、世間は全く取り上げてくれません。

それでは、コミュニケーションとはいったい何でしょう？

お互いに理解し合うことですよね。コミュニケーションの語源は、Communi s (共有物)です。つまり、一方的に伝えるのではなく、ともに持つ事、共有することです。

- 伝達とは、送り手が一方的に自分の考えを伝えることです。
- 共有とは、送り手も受け手も互いに持ち合うことです。

成功するコミュニケーションとは双方向でなされなければなりません。

そして、ビジネス・コミュニケーションでは、共有でも不十分なのです。

なぜなら、共有のレベルでは人は動いてくれません。

[共有]を超えて、[共感]レベルになって初めて動いてくれます。

そして、民主主義教育の生き届いた現代にあっては、命令だけでは人の心は離れてゆくばかりです。戦後の教育の弊害で若い人が弱くなったと嘆く大人が少なからずいます。私は一概にそうとは言えないと思います。

しっかりとコミュニケーションをとりさえすれば、若者に限らずどんな人も、年齢に関係なく、燃えてついてきてくれるでしょう。

[命令]ではなく、[共感]させ、[感動]させねば人は自律的には動きません。

私は、[命令]以外に人を動かす方法は3つあると思います。

- ① 事実で動かす。
数字に語らせれば反論できません。
- ② 論理で動かす。
筋を追って理屈で追い込めばやらざるを得ません。
- ③ 表現で動かす。
プレゼン力です。言葉と表現力を駆使して納得してもらうのです。

3、なぜ、わかってもらえないのか？

そもそもコミュニケーションに失敗するのは、次の3つの要素がバランスよく満た

されていないからです。

- ① コンテンツが陳腐
話す内容が陳腐、又は整理されていず、何を話すのか当人が分かっていない。
- ② メッセージが多すぎる
話す内容が絞られていない。知っている事をすべて話さないとおさまらない人がいます。物知り博士のコミュニケーション知らずと言うものです。
- ③ 表現が陳腐
プレゼンが下手で、相手の心を掴めず、ましてや感動を与えられない。
プレゼンターと聴く人の間に心の橋（ラ・ポール）を架けられない人です。

成功するプレゼンには、5つの鉄則があります。

- ① 簡潔に、時には断定的にいう。
簡潔に表現できないということは、実は自分でも分かっていないということ。
例) アメリカの新大統領オバマ氏は言いました；**Yes, we can!**
まさに、自信の言葉です。きっとできる！必ずできる！と言い切っています。
これでは大衆がついてゆかないわけがないのです。
- ② 報告とプレゼンは別物だと心得る。
報告は記録を伝えたり残すことが目的で、プレゼンは理解してもらうことです。
例) 学会発表は、いわば研究報告ですから華美なプレゼンのかえってひんしゅくを
買うかもしれません。内容が無いのではと曲解される可能性もあります。
ですから、ダイナミックなプレゼンテーションも程度ものと言えるでしょう。
- ③ 無機質なロジックではだめ、ストーリー・テラーであれ。
少々のほら話も時にはインパクトを添えます。
なにしろ、相手を感じさせなくてはならない。

例) 空手の極真会という一大流派を築いた大山倍達創始者を世に知らしめたのは「空手バカー代」という大ベストセラーを書いた作家、梶原一騎氏です。

何しろ強い男だ！という事を、以下の文章で描き表しています。

「大山が、電信柱に正拳を叩き込むと、電線にとまっていた何羽ものスズメが気絶して、ポタポタと落ちてきた！」

私も45年間空手の稽古を続けていますが、そんなことが起るわけがないのです。しかし、その表現力には恐れ入りました。見事としか言いようがありません。実際に、極真会には強くなりたいたい若者が殺到し、その若者達が世界の極真を作ったという事実があるのです。

私も、梶原一騎氏の本に触発されて、流派を替えて、入門させて頂こうかと思った事があるくらいです。

そして、忘れもしないエピソード付です。

若き空手マンだった当時、鳩がとまっている木の幹に思いっきり正拳を叩き込んだ事がありました。

確かに手ごたえがあり、ポタポタと頭の上に落ちてくるものがありました。

Oh! My God Hand!

落ちてきたものは、気絶した鳩どころか、ただの臭い臭い鳩の糞だったのです。

今でもあの時の、焼きりんごのように膨れ上がった拳（こぶし）の痛さが蘇ってきます。

人を感動させることは、時には罪作りにもなるという危険さえはらんでいます。



大山倍達氏の正拳突きで電線のスズメが気絶して落ちてくる

④ 光る言葉を選べ。

凝集した印象に残る言葉を使うこと。

例) アメリカの新大統領オバマ氏は言いました; **Today is the answer!**

貴方達が求め続けてきた理想が今! 手に入った。それは、私を大統領に選んだことだ! と言ったのです。・・・大衆を酔わせる自信の言葉!・・・こんな光る言葉を所信演説で発した首相がかつて日本にいただろうか?

悲しいかな、日本の首相達は 1 年足らずで続々と敵前逃亡を繰り返しています。

⑤ 華美なビジュアルや図表は、かえって安く思われる。

私は、ダイナミック・プレゼンテーションを標榜しています。

そのような私が言うのは矛盾しているかもしれませんが、パワーポイントの使いすぎは、内容の無さをごまかしていると受け取られやすいと思います。

結局は、コンテンツ（内容）の充実度が成否を決めると思います。

4、感動させる本質は何だろう？

それは、熱意と自信であり『自分はこのテーマに関しては、これだけの経験と勉強をしてきたのだ、誰にも絶対に負けるものか！』という気概のような気がします。

気概を持って、今持っているものを、何とか人に伝えたいという気持ちの発露が人の心を打つのだと思います。

注意しなければならないことは、聴衆や受講者の感性を過小評価しないことです。

研究者や講師がどれだけ勉強しているかは、受けては敏感に察知しているのです。例えば、受講者からの質問に対して、付け焼刃ではない、本物の講師からは、きわめて具体的で、的確な答えが返ってくるでしょう。

そうでは無い講師からは、噛み合わない一般論や、いかにも誰かからの引用（パクリ）ととれる答えが返ってくるでしょう。

自分では説明したつもりでも、質問者にとっては十分な納得性を与えていないことになります。

5、感動させるテクニックとは？

人は、その人の人間的側面を知った時、好意を持ちます。ですからありのままの自分をさらけ出すことが必要です。よく、袴（かみしも）を脱ぐ、心の鎧（よろい）をはずすと言います。作った自分、見せ掛けの自分ではなく、弱さも見せた裸の自分を見せることで共感を得られるのです。

それを心理学で自己開示（Self-disclosure）と言い、人間関係を良くする方法と言われていています。

人は理性で20%、感情80%で動いているといわれています。そして、聴衆はプレゼンターの鏡だと思って間違いないのです。いかに感情に訴えるか、熱意（Enthusiasm）が決め手になるのです。

Feeling are contagious.（感情は伝染する）。
貴方が熱意を持って接すれば、聴き手も熱意を持って聴いてくれるのです。それをエコー（こだま）効果と言います。

感動させる5つのテクニック

- ① 断定的に言う。
- ② キーワードを繰り返す。(オバマの Yes, we can!)
- ③ 短い文章で話す。
- ④ 時々、キーパーソンに対してアイコンタクトを長くする。
- ⑥ 大きな声、小さな声、すばやく、ゆっくり(強弱緩急)を使い分ける。

6、おわりに

人は心の目で見えていますから、本当に感動してもらう為には、心を込めて語るしかないと思います。相手の心を揺さぶり(共振させる)、行動の渦に巻き込む(共鳴させる)には、なんといってもしゃべる内容(コンテンツ)が勝負になります。

古いですが、“独愼”という言葉があります。人の見ていない陰でしっかりと愼み、技などを磨き上げると言う意味です。それがいざと言う土壇場で発露されるのです。

過剰なお飾りや味付けは、内容をなおさらみすばらしくさせます。頑張って勝ち得てきたコンテンツを、心を込めて、全身全霊で語れば、必ずや感動を持って受け止めてくれる人が待ち受けているでしょう。

おしまい