

《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3)

ダイナミック・プレゼンテーション (シリーズの3)

プレゼンは双方向にやれば成功する

1、はじめに

人というものは基本的には自己中心です。
大多数の人達は、人の話を聞いているようで聞いていません。
なぜならば、人というものは、人の話を聞くよりも自分が話したいのです。

皆様は、旅行などの記念写真を見るとき誰から先に見ますか？
「いの一番」に探す人物は自分のはずです。
それは自然の感情ですから困ったことではありません。
人間は自分が一番可愛いのです。それが当たり前なのです。

ですから、プレゼンテーションでは、プレゼンターが一方向的に喋りまくるスタイルより、聴衆を巻き込んで彼らにも喋らせる双方向の方が成功するのです。
そうすれば、聴衆の満足度が上がり、感激し、後々の行動を喚起できるのです。

つい最近、典型的な良いプレゼンテーションと悪いプレゼンテーションを見る機会に恵まれました。まずはその体験のご紹介から入らせて頂きます。

悪いプレゼンの例は、「〇〇実践セミナー」と題するものでした。
講師の名誉を考慮して匿名にさせて頂きます。
一方の良い例は、プレジデント社の社長、藤原昭広講師による『変革時代のリーダーの覚悟』と題した講演でした。

能率協会主催の月例研究会で、聴衆は500名を超えていました。
藤原社長のご講演は、プレゼンテーションの観点からは正に完璧と言えるものでした。

2、私が体験した悪いプレゼンの例(〇〇実践セミナー)

- ①講師が一方的に喋り捲り、しかも喋りに強弱緩急がなく正に一本調子でした。
話の内容はとても良かったのですが、10%位の受講生が居眠りをしていました。
- ②聴衆に語りかけるといふより、一人で演説をしている感じでした。
聴衆へのアイコンタクトは全くなく、視線は机上のカンペないしは聴衆の頭の上の空間のいずれかに向いていました。

そして顔の動きが、あたかも暑い盛りの扇風機の首振り運動そのものでした。
(私は人間嫌いだから、貴方がた聴衆の顔を見たくない！見たくない！といわんばかりに“いやん、いやん！”の首振りをしているように見えたのです。)
- ③確かに話のコンテンツは充実していました。しかし、どうしても話の内容が私の身体に入ってこなかったのです。
機関銃の如く発せられる言葉が、スッパ、スッパと頭に入ってくるのではなく、頭の上をツルン、ツルンと滑って通り過ぎてゆくという感じでした。
- ④時々大きなジェスチャーをするのですが、聞いている私は眠くて仕方がなかった。
ジェスチャーが不自然で発する言葉とマッチングしていないのです。
- ⑤演壇の後ろに立ちっぱなしで、身体は静止状態でした。
ボディランゲージが全くなく、あったとしても、大げさな手によるジェスチャーだけでした。
- ⑥なぜか共感や共振するものを感じず、従って感動がなかった。
- ⑦講師からの完全な一方通行の発信方法だった。
したがって、講師から質問されるかも知れないという緊張感が無いために、聞く側の心が弛緩していたといえるでしょう。
- ⑧講師の主張を取り入れて実行すれば成功するであろうという実感が感じられなかった。話の内容が、自分との関わりを連想させてくれなかったのです。
正に他人事に思えた。
- ⑨講師の経験に裏づけられた話ではないので、他人事を並べている感じがして白けた。
- ⑩話の緩急やポウズ(沈黙の間)が皆無なために、内容が入ってこないのみならず、

聞いていて大変疲れた。

3、私が体験した良いプレゼンの例（プレジデント社の藤原社長の例）

- ① 演壇の後ろに立つだけでなく、時折演壇の前に出てきて左右に歩きながら話をされた。動物公園の虎やライオンが見学者の前を左右に横切るような感じがして、緊張感と一種の興奮をおぼえました。（カリスマ性の演出）
- ② 歩きながら大きくジェスチャーを入れるために内容の理解が容易だった。（ボディランゲージの活用）
- ③ 聴衆に対して左利きの体勢でジェスチャーを入れていたために、見てる方としては動きがスッキリしていて気持ち良かった。（演者は左利きに身体を使うべきである）
- ④ 会場を満遍なく見渡して、聴衆に対して満遍なくアイコンタクトをしていた。（次は私なのかと、最後まで一抹の興奮感を持ちました。）（アイコンタクト;眼力の効用）
- ⑤ 一つのセンテンスを一人の聴衆に向けて、終わりまで言い切っていた。その間、視線は一人の人に向けられていた。（One Sentence One Person の法則の活用）
- ⑥ オープニングの掴みでは、まずは聴衆を巻き込んだ質問から入っていった。（まずは聴衆に喋らせて一体感を作る、掴みの効用）
- ⑦ 背広や靴、ネクタイなどの衣類に清潔感があり好感が持てた。（きっと、高級ブランド品でしょう、身につけているもののセンスが良かった。）（人は見た目で 90% 決まるの法則の活用）
- ⑧ 全ての話が体験談ゆえ説得力があった。（相手の頭に絵を描かせろ！の法則の活用）
- ⑨ 約 500 人の聴衆の中で眠っている人は皆無でした。（聴衆が眠るのは 100% 講師に非がある、学生が眠るのもしかり！）
- ⑩ タイムキーピングが完璧だった。

(着地点でオーバーランすれば、全てが台無しになる。)

4、プレゼンターは、まずは外見で判断される

人は見た目ですべて判断されるという怖いデータがあります。プレゼンでは、プレゼンターの話その物からキャッチする情報は全体の7%しかないという理論があります。

人は五感で物事を感知していますが、ほとんどが、外見や態度、話し方などの視覚的なものから得ていると言われています。ですから、プレゼンターにとって身だしなみは大変重要なのです。スーツにネクタイ姿は当然ですが、ヨレヨレだったりくたびれているものでは印象が悪くなります。

マイクロソフト社の社主ビル・ゲイツ氏は、普段はジーンズとTシャツスタイルで通しているそうですが、これぞというプレゼンの場では、しっかりとしたスーツとネクタイで決めています。けじめが大切なのです。今は亡きアップル社の社主スティーブ・ジョブズ氏もしかりです。彼らは使い分けがしっかりしています。

嘗て、例のA社のホリエモン氏は、一世を風靡しました。確かに彼のジーンズとTシャツ姿はそれなりに格好よかったかもしれない。しかし、重要人物やこれぞというマスコミでの記者会見では、キチンとしたスーツとネクタイで決めていれば、あれ程社会の反感を買わなかったのではないのでしょうか？世間を小馬鹿にしているようにとられてしまった節があるのです。



ラフな格好のホリエモン

5、話は具体的に比喻を織り交ぜながら

抽象的な話をやたらに横文字を織り交ぜて話す人がいます。なんだか学識は高そうにみえますが、何が言いたいのかさっぱり分からない場合があります。「たとえ話にする」とか「横文字は外資系の社員に対して」というように対象に合わせて話すべきです。

対象に合わせることによって、納得度が高まり、話に説得力を持たせることができます。それはどのように訓練したら良いのでしょうか？

私は、講演や会話の中で、相手が面白い喩えを使ったら、即座にメモを取りストックしておきます。そのまま使えなければ、自分なりに焼き直せばよいのです。表現方法の訓練ですが・・・、誰か一人だけでも、好きな作家を選んでその人の文体や言い回しを真似るのです。私は、司馬遼太郎の作品を好きですので、彼の小説の節回しの真似をしています。

6、SHOW&TALK のテクニック（まず見せろ！そして喋れ！）

プレゼンテーションは、演技です。一種のショーなのです。

まず見せろ！

人は、人の話を聞いているようで聞いていないものです。分かりやすいプレゼンテーションをしようと思ったら、何しろ相手の視覚に訴えることです。

例えば、「私の彼女はすごい美人だ！」と百万遍いっても、どんな人でどれくらい美人なのかは、なかなか分かってもらえません。しかし、彼女の美しい写真を見せれば、即座に理解してもらえます。

プレゼンテーションも同じです。数字をくどくど説明してもなかなか分かってもらえません。数字はグラフにして示せば即座に理解してもらえるのです。人は、たくさんの情報の洪水の中にいます。五感を通してキャッチしている訳ですが、実に83%は視覚から得られるものなのです。「百聞は一見にしかず」は世界共通の格言です。

そして、

ビジュアルによる説明は、
それを使用しないときに比べて説得力が 43% 高まる

というデータがあります。
パワーポイントや OHP、白板やフリップチャートのような、

視覚ツールを使うときは、

何時でも、聴衆に向かって話をするのです。
スクリーンや白板に向かって話してはいけません！

そのためには、SLOT の法則を忘れないで下さい。

SHOW

LOOK

TALK

すなわち、 SHOW = 聴衆にビジュアルを見せる、
LOOK = プレゼンターが聴衆の一人を見る
TALK = 説明する

ただし、習熟したら SHOW と LOOK はほぼ同時にやっても良いでしょう。
しかし、初めのうちは3つの動作に分けて行なうべきです。
このスキルを身につけてしまえば、貴方は何時でも聴衆に向かって話すことができます。聴衆の心があたかも遊戯のパチンコの赤いチューリップのように開き続けることでしょう。

スロットマシン



スロットマシン

何時でも聴衆に向かって話をする事！
間違っても、パソコンの画面や白板やフリップチャート、足元や空
に向かって語り掛けしないで下さい。

7、おわりに

聴衆の心をパチンコの赤いチューリップのように開かせる

古いタイプのパチンコ台の例で恐縮ですが、パチンコは、チューリップを開かせてから思いっきり玉をはじきますね。ほとんどのプレゼンターは、チューリップを開かせることをせず、一心不乱に出口の溝に向けて玉を流しています。虚しくも、財布の千円札がどんどん無くなってゆくのを実感するでしょう。

プレゼンも同じです。聴衆をパチンコ台とイメージして下さい。まずは一人の聴衆の心を掴んで心のチューリップを開かせます。その為には、自分が喋ってばかりいずに質問を向けて相手に喋られます。一方的な演説から双方向の会話に切替えるのです。

そして相手の答えを心から褒めるのです。それを一人ずつ繰り返してゆきます。そうすれば、会場に真っ赤なチューリップがポツポツと咲き始めます。そして20%の聴衆の心をつかみ終えた時が、クリティカルポイントになります。いわば真実の瞬間（Point of Truth）です！

春の桜のように一斉に開花するのです。開いたらしめたものです。一気に玉を（言葉）打ち込めば良いのです。

ところが、空気が読めないプレゼンターは、チューリップが開いているのに玉をはじくことをしません。開いているのか閉まっているのか分からないのです。

それではどのようにしてチューリップを開かせるのでしょうか？
答えは簡単です。

何しろ、まずは双方向のコミュニケーションから始めることです。
プレジデント社の藤原社長は、講演の開口一番、500名の聴衆に向かって3つの質問を投げかけました。そして、それぞれの質問に対して3つのアクションを求めたのです。そして各質問毎に、全員に挙手を求めたのです。

私が申し上げる質問の答えのうちで…、

①1番が正しいと思う人は挙手をお願いします。
(少し時間を置いて…)

②2番が正しいと思う人は挙手をお願いします。
(少し時間を置いて…)

③3番が正しいと思う人は挙手をお願いします。
という具合です。

全ての聴衆は必ず一回は手を挙げざるを得ない状況になりました。
その質問の内容が、多くの聴衆が知りたがっている共通の話題だったのです。
それぞれの挙手の反応に対して、ユーモア一杯のコメントをしました。

そのウィットに富んだコメントに対して、聴衆は開口一番に巻き込まれて行ったのです。チューリップが次々に開いてゆきました。スタートで聴衆の心を掴み、その後は一人づつに視線を合わせ、シグザグと会場の全員に繰り返して行きました。

One Sentence One Person の方法で心のチューリップを開けていったのです。500分の1であった私も、いつなんどき質問をぶつけられるかもしれないという僅かな緊張感と興奮がありました。

私も間違いなく数回のアイコンタクトを感じました。
もちろん眠る人は皆無でしたし、講演の後半では会場が真っ赤なチューリップ畑になりました。

終わった時点での拍手の量は見事なものでした。

これこそが成功したプレゼンテーションの典型例なのです。
皆様も勉強次第です！もちろん名プレゼンターになれるでしょう。



たくさんのチューリップの咲いた講演会場

おわり