



THOUGHT LEADERSHIP SERIES ビジネスプロ | No. 008

PRESENTATIONS

退屈なプレゼンはNG



プレゼンに欠かせないのは、聴き手とのエンゲージメントを高い位置でキープし続けることです。ハーバード大学の研究では、耳からの情報は実は10%程度の持ち帰りしか出来ないというデータも出ています。では退屈なプレゼンをしてしまったら、どれほどの持ち帰りを得てもらえるのでしょうか。

退屈にならないプレゼンの方法を見ていきましょう。

あるプレゼンに参加した時のことです。スピーカーの方は、競合他社が羨むような驚異的な発行数を誇る出版企業の経営者でした。キャリア全体を通じて情報を発信する立場にあった方でしたので、常に出来事の背景をとらえ、影響力を与えることに専心されていたそうです。

いざプレゼンが始まると、それまでにこやかに会場に向けられていた彼の眼は、原稿に吸い込まれ、録音でも聞いているかのような読み出しが始まってしまったのです。彼のような立場にあり、何十年もの経験を持つ人が、一体どうしてこのようなスタイルのプレゼンを選ばれたのでしょうか。確かに原稿という心のよりどころがあり、更に質疑応答もないこのスタイルは安心できるかもしれません。難しい質問で不意打ちをくらう心配ありません。果たしてこのスタイルは、彼の魅力を最大限に活かすものだったのでしょうか。

一字一句間違えずに伝える、という言葉は聞こえとして完璧として魅力的に感じる

かもしれません。果たして聞き手は、スピーカーが一字や一句を間違えたかどうかを知るすべはあるのでしょうか？台本を共有しているわけではありませんのでそんなわけではないです。

プレゼンのトピックが自身の専門分野であれば、完璧に読み上げる必要はないのです。伝えるべき論点に沿って話をしていけば十分で、その為に必要なのは数ページにわたる原稿ではなく、論点を記載したメモ用紙で事足ります。どれだけよい内容でも、聴き手がエンゲージしていなければ持ち帰りはゼロに近いでしょう。プレゼンで最も大切なのは、聴き手とのエンゲージメントを高く保つことなのです。

では、その為に何に注意すべきでしょうか。

聴き手とのエンゲージメントを高く保つ為には、原稿に目を奪われている場合じゃありません。聞き手の反応はどうか、確認しながら話し方に変化を入れてください。聞き手との間にある見えない壁を壊していくのです。目線は強力なコミュニケーションツールの一つです。これを利用しない手はありません！出来るだけ多くの方と目線が合うようにしましょう。人数が多い場合は、頭の中で会場内を区分化し、ひと区分の代表人物を決め、その方々一人当たり6秒間ずつ目線が合いつづけるよう、語り掛けるように話してみましょう。6秒は長く感じるかもしれませんが、聴き手はスピーカーに落ち着きや自信を感じられ、更には自

Dr. Greg Story

DALE CARNEGIE
TOKYO JAPAN

**Dale
Carnegie**

退屈なプレゼンはNG

分との距離感が縮まるように感じるのです。

そうです、自信を感じさせるには、話すスピードも大切です。我々の中には、原稿を読み上げるときについ早口になる方もいらっしゃるかと思います。緊張しているとなれば、なおさらです。限りある時間の中で詰め込んだ内容を一字一句漏らさず伝えねば！とすれば、自然にそうになってしまうでしょう。

聴き手の表情の変化を見ながら理解度を確認し、聴き手が理解しやすくなるようにゆっくり話しましょう。プレゼンの目的は聞き手の持ち帰りを出来る限り増やすためにあります。情報で相手の頭をパンパンにする為にあるものではありません。

この点に注意さえすれば、論点が変わる時も、聴き手がついてきているかの確認をとることが出来、必要に応じて再度説明をより分かりやすくしてする、という柔軟性も身に付けることが出来ます。専門的内容になればなるほど、これは強く頭に入れておくべきことです。

そしてプレゼンの内容はどうでしょう。何も面白おかしくしなければいけないという訳ではありませんが、聴き手の興味はどこにあるのか、なぜプレゼンを聞きに来たのか、に着目してみてください。もしかすると内容そのものよりも、どうやってその内容にたどり着いたのか、スピーカーの経験や体験談、更にはスピーカーの人生を変えたきっかけが知りたい！という方もいらっしゃるかもしれません。スピーカーの観点

や人生観、意見、そういった内容をストーリーとして聴き手の頭にありありと絵が浮かび上がるように伝えられればどうでしょうか。私たちは一人一人が違ったエピソードや事例を持っているはずで、これらをスピーチに織り込むことで、伝えたい論点を強調し、共感を得られやすくすることができるのです。

聴き手に目を向け、論点を話し、そしてその論点がどのように聞き手自身に関係し影響するのかを考えさせるのです。

それこそが、聴き手をエンゲージさせる非常に有効な手段なのです。

Dr. Greg Story is president of Dale Carnegie Tokyo Japan

Dale Carnegie Tokyo Japan

TEL: 0120-987-099, 03-4563-1963 weekdays 9:00~18:00, closed Sat/Sun/Holidays

FAX: 03-4563-1964

DALE-CARNEGIE.CO.JP/EN




**Dale
Carnegie**