

## プレゼンテーションのスキル vol. 5

ファイナンシャルプランナー 岩城みずほ

雨に湿り気が含まれてきて、梅雨もそろそろなのかなあという感じですね。春はあっという間に終わってしまいます。

今年の夏は、特に関西では、さらに電力不足が心配で、昨年のように企業努力と個人の節約でなんとか乗り切れるとよいのですが。

さて、今回は、プレゼンの事前準備についてお話ししました。プレゼンの成功は周到な準備にあります！です。

では、いよいよこれからは中身のお話です。

みなさんは、「プレゼンで一番いいと思ったことがうまく伝えられなかった」という経験はありませんか？

緊張して、思い通りに進まず、肝心なことをいい忘れてしまった。あるいは、時間がたりなくなってしまった、などなど。

私も、セミナー講師を始めたばかりのことは、盛り上がりを作ろうと、変な下心？に取り憑かれ、結論にいくまでにあれこれしゃべったあげく、特に効果がなかったばかりか、結論そのものがぼやけてしまったという苦い経験があります。

自分の中で、ストーリーを作っていたのですね。

こう言えばこういう反応が返ってきて、ここで笑いが起こって盛り上がり、でも実はこう言うことなんですよと、意外性を持って結論を提示できるというようなストーリーです。

いやはや。お気楽というかご都合主義というか。今、思えば、受講者の方々がそんなにうまく乗ってくれるわけがなく…笑

プレゼンで大切なのは、まず結論をいうということです。

重要なことは冒頭でしゃべります。伝えるべきことを伝えておけば、あとは何をしゃべろうが構わないわけです。気も楽ですね。

お客さまも、気になる話題を最初に提供されれば、最後まで興味をもって聞

—コラムの無断転写・転載などを禁じます。—

いてくださいます。

だいたい、ビジネス文書やニュース原稿など、全て結論が最初です。私たちが、普段慣れ親しんでいる「起承転結」の文章にはなってはいません。

プレゼンも同じ、「まず結論」からなのです。

まず最初に、これから伝える内容の概略を伝えます。

「何がどうなる」「何がどうした」ということを短く伝えます。例えば、

「これからご紹介するのは、使用電力を2割削減できるスマート住宅です」

と、いうように。その時、パワーポイント等で映し出されているのは、

「使用電力2割削減！スマート住宅 ○○○○（商品名）」

という文字です。

お客さまが、「電気使用料が2割削減できるんだ！」と興味を持てば、そのあとの商品の概要、システムの詳細、費用などをきちんと聞いてくださいます。

順序が逆だと、「2割削減できる」ということがわからないまま、お客さまは話をきくことになりますので、興味の持ち方もまったく違うでしょう。

また、せっかくの資料に、文字がいっぱいというプレゼンもよく見かけます。これはとてももったいないことです。

人は、視覚から入る情報の方が印象に残りますし、理解しやすいものです。

画面上で、文字を読むのは疲れますし、詳細な資料を渡してしまうと、プレゼンをする意味がありません。資料を読めばわかりますからね。

冒頭部分は、新聞でいうところの見出しにあたります。一番重要なところで、みなさんもぜひ、工夫してみてください。