

プレゼンテーションのスキル vol. 8

ファイナンシャルプランナー 岩城みずほ

ようやく長い夏が終わったようですね。短い秋を楽しみたいものです。さて、前回の続きで、絞り込みについて考えていきたいと思います。何を伝えるのか、その絞り込みをする意味です。

多くの講師の方がおっしゃるのは、「プレゼンでは、キーパーソンなる人を見抜き、その人に向けて話をする」ということです。ビジネスの場合、自分の意見を相手が納得するように伝えることが最も重要です。このようにいい方をされる人が多いのです。

でも、これは、講演にも繋がります。会場の中で、一生懸命聞いてくれる人を見つけ、その人に向かって話すようにすると、ことばがいきいきとしてきますし、表情もよくなります。相手がうんうんと頷いてくれるので、緊張もほぐれてきます。

さらに、このことばの中には「説得のポイントを設定することの重要性（絞り込み）」も含まれています。これは、コミュニケーションとプレゼンの違いを考えてみるとわかりやすいかもしれません。

まず、「コミュニケーション」とはどのようなものでしょう？ コミュニケーションは、必ずしも何か目的や意図がある場合だけではありませんね。相手を説得するというよりは、情報を伝えたりすることの方が大切でしょうか。意思疎通を大切にして、関係性を良好にすることが重要視されますし、時間的な制約もないことが多いですね。

コミュニケーションを行うのは、直接話をする、メールでやりとりする、SNSを使ってなど、さまざまな媒体を通じて行うことができます。

一方、プレゼンテーションは、意思や目的は明確です。時間も限られています。話し手と聞き手の対面で行われます。最大の目的は、相手の行動を変化さ

—コラムの無断転写・転載などを禁じます。—

Copyright©2012 Skirr Japan Corporation. All Rights Reserved.

せてり、意思決定をしてもらうことです。そのため、積極的に動機付けがなされますね。

言ってみれば、プレゼンテーションは、説得的なコミュニケーションなのですね。説得のポイントを設定し(絞り込みをし)、効果的に結果を出すことです。

さて、プレゼンは、「ことば」だけを介したものですが、でも、ただ「ことば」のみで事足りるのなら、プレゼンが、いつも必ず話し手と聞き手が対面して行われる必要はありません。まとめた原稿を配布すればすむでしょう。

やはり、「ことば」の中に、或は、その他のものに、何かがなくてははいけません。聞き手が、わざわざ足を運んできてくださるのは、プレゼンターや講師の顔を見て、生の声を聞きたいからです。ボディ・ランゲージを交えるノンバーバル（非言語）なコミュニケーションも大切です。

ボディ・ランゲージは、ことばの補助的な役割ではないのです。わたしも、以前いたセミナー会社で、ボディ・ランゲージの重要性について教えてもらいました。

ボディ・ランゲージは、身振り手振りだけのことではありません。表情、立ち振る舞い、姿勢、声の質、抑揚、相手とのコンタクトなど、全てを含みます。

次回はボディ・ランゲージについてです。