

## プレゼンテーションのスキル vol. 9

ファイナンシャルプランナー 岩城みずほ

金木犀が香るすてきな季節です。でも、あっという間に冬が来そう・・・毎年、秋が短くなっているような気がするのはわたしだけでしょうか。

さて、今回はボディ・ランゲージについて考えたいと思います。

ボディ・ランゲージは、3つに分類されます。

1つは、態度やその人の外見から受ける印象を含めてのパーソナリティや社会的地位のこと。

2つめは、表情、視線、姿勢、所作、声の質や抑揚などです。

3つめは、身振りや手振り。これが、一番、既成概念に近いかもしれませんね。

これらを全部含めてボディ・ランゲージといいます。

つまりは、プレゼンテーションをする場合、これら全てにおいて注意を払い、効果的に行わなくてははいけません。

逆に言うと、意味のないボディ・ランゲージは極力行わない努力をすることです。

例えば、失敗したり、困ったときに無意識にしてしまう癖などは、相手からみて良い印象をもたないものなら意識してやめるべきです。また、手に持ったペンをくるくる回したり、貧乏揺すりをする癖がある人なども同じです。

プレゼンテーションとは、自分の考えを伝え、相手を（自分の）望むようにどう気付けることが目的ですので、その邪魔になるようなものは排除しなければなりません。なぜなら、ボディ・ランゲージは、かなり目につくからです。目障りなレベルのものはしない方がよいに決まっていますよね。それが気になって、肝心の話が入って来ないという経験をされた方のいらっしゃるのではないのでしょうか。

さて、少し、違う角度から考えてみましょう。

人はそれぞれのバックグラウンドを持っていますね。育った環境も生き立ちも違います。それ故に、同じことばを聞いても連想することは違います。

—コラムの無断転写・転載などを禁じます。—

例えば、「うつす」ということばを聞いて、あなたは何を思い浮かべますか？

(場所を) 移す、(映像を) 映す、(書き) 写す、(写真を) 写す、(風邪を) 移す、(首都を) 遷す、などなど。

同じ言葉を聞いてもそれぞれ連想するものが違うのは、これまでしてきた経験などにより、見方、感じ方が違うからですね。

でも、これらの差異はないほうがいいに決まっています。そこで、これらの違いを補っていくものとして「ラポール」があります。ラポールとは、信頼関係のこと。

プレゼンテーションでは話し手と聞き手の間に齟齬がない、ラポール状態を作り出すことが大切なのです。平たく言えば、両者の心が通い合っている状態です。

この状態を作り出すのに、ボディ・ランゲージは極めて重要なのです。むしろ、言葉よりも重要といってもよいくらいです。

ちょっと想像してみてください。一生懸命話をしているのに、相手が、あくびをしたり、退屈そうに時計を見たりしたらどうですか？言葉で「退屈だ」と言われなくても、十分伝わりますよね。

ラポールを強めるのには、言葉よりもボディ・ランゲージが重要です。相手と視線を合わせ、微笑み、適度なリズムで話をする。相手が心地よく、興味深く話を聞いてくれるように、好印象な話し手になるのに、ボディ・ランゲージが不可欠です。特に、表情や声のトーン、見た目の印象などが大切になります。ラポールを構築し、お互いに共鳴し合うような状態が作り出せれば最高ですね。さらに、話の内容が論理的で、相手に十分納得してもらえらるならそのプレゼンテーションは大成功といえるでしょう。