

プレゼン技術を活かした お客様の信頼を得る 話し方



解説●橋本歌麻呂

東京プレゼン塾代表。プレゼンテーション分野の研修では、現役アナウンサーや経営コンサルタントへのプレゼンテーション指導を行う。著書に『外資系コンサルタントの図解の技術』（秀和システム刊）

1 聞き手中心の対話が実現するカギに

どんな提案・プレゼンテーション（以下、プレゼン）がよいのか、どうすればお客様・取引先から信頼を得られる話し方ができるのか――。

私自身、多くのプレゼンを経験してきただけでなく、これまでに1000人以上の人に対してプレゼンを指導してきた。そういうことを通して私が確信していることは、一対一の対面で話す（提案すること）、大勢を前にしてプレゼンをするということにおいて、信頼される「話し方」は共通しているということ。実際の指導の中でこのことを話すとき多くの人が驚く。

聞き手に対して一方向的に話しては…

どうしてもこのような驚きがあ

るのか。それはプレゼンに対して次のような思い込みがあり、一対一の対面とは話し方が違うと考えているからだ。

1つ目は、対面とは異なり、プレゼンは話し手が聞き手に対して一方的に説明するものという思い込みだ。例えば60分のプレゼンのセッションがあるとすると、9割くらいは話し手が一方的にしゃべり、残された時間で質問を受け付けるやり方が典型的だ。しかし実際には、一方的な話し方で、聞き手の関心を惹き続けるのは非常に困難だ。このようなプレゼンでは多くの場合、質疑応答の頃には聞き手がうんざりしてしまう。

2つ目は、プレゼンなら聞き手がしっかりと話を聞いてくれるという思い込みだ。事前に詳しい資料を一生懸命に作成して本番で細かいところまで熱心に説明する。また例外や補足を次々に追加する。しかし、プレゼンにおいても聞き手はそんなに我慢強くない。つまらない内容や難しい話、多すぎる情報量に対して集中力が続かない。金融機関で働く皆さんの中にも話し手（提案側）としてこのような経験を持つ人も多いのではないだろうか。つまり大勢の前でプレゼンするときでも、一対一の対面で提案するときでも信頼される話し方、求められるスキルは変わらないのだ。

聞き手のことを考えて提案を行うことが必要

では、どうやったら上手なプレゼン・提案ができるようになるか。私はよくこの質問を受けるのだが、「聞き手（お客様・取引先）」との対話が重要」と答えている。上手なプレゼンでは必ず聞き手との対話がある。これは言葉のやりとりによる対話に限らない。目線を合わせることや、うなずき・相槌などの非言語によるコミュニケーションも対話となるのだ。



しかし、この「聞き手との対話」が難しいと感じる人が多い。その理由としては「聞き手の反応をみる余裕がない」「目を合わせると緊張する」「問いかけすることを忘れる」などが出てくる。そんな的外れな「でない理由」がなぜたくさん出てくるのか。私自身、苦悩の末に到達した結論は次のようなものだ。

実は、ほとんどの人は聞き手中心にプレゼンを考えることができていない。自分が良ければよいと無意識に考えている。そのため、プレゼンでの優先順位を間違えてしまうのだ。

聞き手を中心にした対話型のプレゼンが実践できるようなになると、変化が生まれる。まず、聞き手の反応を見ることが最優先になるため「余裕がない」と言わなくなる。聞き手の反応をみることは、対話では一番重要なことであり、反応を得られて初めて対話が成立するからだ。また、聞き手の理解と参画意識を高めるために、問いかけもするようになる。そして、情報量も聞き手が消化可能な範囲にとどめるようになる。

ここまで繰り返し述べたように、これらはプレゼンだけでなく、一対一の対面における提案でも重要である。

次ページからは、プレゼンあるいは一対一の対面でよくみられる典型的な失敗を例に挙げ、その対策を紹介したい。