女性管理職が語る

プレゼン極意、話し方にあらず

P&G 法務本部
ディレクター・アシスタント
ジェネラルカウンセル
南方 瑞紀氏

みなかた・みずき 2003年入社。3年間のシンガポール赴任などを経て現職。社内の各事業部・部署に対して法的な観点から助言や提言をする傍ら、社内研修講師なども。2児の母。

プレゼンテーションの極意と聞くと、どういう印象を持たれるでしょうか。「自分の業務と関係ない」「代理店や話すのが得意な人が行うものでは」「人前で話すのは苦痛でしかない」……。

今頭に浮かべた「プレゼンテーション」は大勢の前で資料を投映しながら意見を伝える場面ではないでしょうか。確かにこれもプレゼンです。ところが、何か目的を持ち誰かに話をすることは全てプレゼンであり、3つのことを意識するだけでうまくできるのです。

P&Gでは社員向け研修の大半を管理職が行っており、私は「効果的なプレゼンテーション」を担当しています。もともとあがり症で、人前で話す前夜は眠れなくなるくらい緊張するのですが、だからこそ、生まれながらプレゼンが得意な人よりも向いていると思って講師を引き受けました。

研修ではまる1日をかけてプレゼンの極意をお話しします。というとハキハキ話したり身ぶり手ぶりを大きくしたりという「話し方」の研修だと思われることが多いのですが、実はその前段階の「作り方」がより大切で、それこそが極意なのだと伝えています。

極意は「なぜ」「誰に」「何を」伝えるのか、をまず考えることです。当たり前すぎて何の面白みもないのですが、研修を通じて実感するのは、この当たり前の段階を飛ばして、いきなりパワーポイントの作成に入ってしまう人の多いこと。その前にこの3つの要素について考えることが何より大事なのです。

まずは「なぜ伝えたいのか」。「誰に」「何を」よりも後になりがちですが、実は最初にこの点を考えることで、この後の作業が研ぎ澄まされます。そもそもこのプレゼンの目的は何で、プレゼン後に何を達成したいのでしょう。何かのプロジェクトの承認かもしれませんし、一方的に情報を伝達して理解してもらいたいのかもしれません。

そして「誰に伝えたいのか」。経営陣向けであればその中のキーマンを特定することも含みます。誰を納得させることができれば求めている結論が得られるのか。その人が重視することは何なのか。その人は誰に意見を求めることが多いのか。

自分が口説きたい対象なので、その人にどうすれば響くのかを徹底的に分析します。研修でも同様で、私も受講者がどういう人たちかを分析しています。対象が千差万別の時もあって苦労しますが、そんなときはその中でも自分が最も対象としたい人たちに絞ります。

最後が「何を伝えたいのか」。プレゼンの目的を達成するにはどのようなことを伝えればいいのか。その中にはどのデータを盛り込むべきか。何を言えば相手は首を縦に振ってくれるのか、より理解してくれるのか。

私自身、この極意を理解するまでは、とりあえず関連しそうなデータを盛り込んだ資料を作成して漫然とプレゼンに臨んでいました。すると、不必要なデータを使ったこともあり、時間をかけて準備したのに「こんなはずじゃなかった」と思う結果に終わってしまうこともありました。

今では家族に依頼したいことがあるときにも、まずこの3点を考えるようにしています。ぜひ一度試してみてください。

掲載日：2020年10月1日　日経産業新聞

©日本経済新聞社　無断複製転載を禁じます