

今号の「型知」

“伝える”技術で どんな相手をも動かす

連

載

チェンジエージェントのための
コミュニケーションの型知（カタチ）

【SCENE】

会社説明会で異能人材に応募を促す

環境の変化が著しく、既存事業では、国内外を問わず今後大幅な成長は望めなくなってきた。前回の経営会議では、今後、次世代の基幹ビジネスになり得る事業を創造できるIT人材を増員することを決定。こうした人材は、これまで採用したことのないタイプだ。卓越したIT技術をもつ人材だけを集めた会社説明会で、人事部長がどのようにプレゼンテーションをすれば彼らに採用選考に応募してもらえるのか。

入社式での挨拶、新制度導入のための説明会など、人事は人前で話す機会が多い。しかし、メッセージを届けさえすればいいスピーチとは異なり、プレゼンテーションの目的は“人を動かす”ことにある。会社説明会における“人を動かす”とは、当然、応募してもらうこと。そのためには、内容はもちろん大事だが、伝え方に工夫が必須だ。

また、このケースではこれまでに採用したことのないタイプのIT人材が対象である。引く手あまたの彼らは、会社を品定めするスタンスで臨んでくるし、感性も独特だ。通常の会社説明

会で話す相手よりは手強い相手といえるだろう。彼らを“動かす”には、どんな“伝え方”をすればいいのか。ポイントとなるのは次の3点だ。

聞き手の興味・関心を 持続させる工夫とは？

①開始3分で聴衆を巻き込み

日本プレゼンテーション教育協会の西原猛氏によれば、「人は最初の3分でおもしろそうな話かどうかを判断してしまう」という。開始3分で惹きつけることができなければそのプレゼンは負けなのだ。既に下調べし

ている聞き手に対し、オーソドックスに会社概要から話し始めたのでは、相手は「聞く価値がない」と感じてしまう。こうなると終盤に重要な話題をもってきても、もはや訴える力はない。

そのため、冒頭には、手持ちのトピックスのなかから「相手が知りたいこと」「相手が知らないこと」を選ぶ。たとえば、採用の規模や人材育成投資額とその内容などは、今回の場合の導入としては最適だろう。

②質問を効果的に使え

1対多のプレゼンでは、コミュニケーションが一方通行になり、聞き手を退屈させてしまいがちだ。「しかし、“考える”という作業を差し挟めば集中力を持続させることができます。そのために有効なのが質問です」

たとえば、「我々が今、あえて未知の領域に進出する理由は何だと思いますか？（一呼吸）それをこれから解説しましょう」といった前問後答という手法があ

Text = 伊藤敬太郎

最初は、遠いところの人を見て、
声が届いているかを確認

会場全体の一人ひとりと対話するイメージで、ジグザグに視線を送る

原稿を思い描き「。」で視線を移す

いちばん後ろの人にも見えるよう、
普段の2倍くらいの大きなジェスチャーを

研修施設を新設し、
育成に10億円を投じます。

重要なポイントの前には1秒から2秒の間をとる

1分400文字程度のナチュラルスピードで

数字、キーワードはゆっくり大きな声で

る。質問を投げかけて一呼吸置くこ
とで、聞くだけの単調なリズムを変
えることができる。

細かい配慮で
プレゼンの質を上げる

③声や目線、身振りにも気を配れ

聞き手の関心や集中力を維持し、
プレゼンの内容をより効果的に伝え
るためには、声や目線、身振りへの
配慮も欠かせない。とくに、聞き手
の関心を持続させるために重要に
なる項目は上の図に示した通り。
このうち視線を動かしながら話す
ことは、自分のプレゼンを聞いても
らえているかどうかをその都度確認

する意味ももつ。

もちろん慣れた人であれば、伝え
る技術は知識としてインプットは
されているはず。ただし、すべてを
完璧に実践できている人は稀だと
西原氏は指摘する。「誰にも自分
では気づいていない癖があるもので
す。たとえば、文の途中で別の人へと視
線に移すプレゼンターは意外に多
いのですが、中途半端なタイミング
で視線を外された聞き手は違和感
を覚えます。視線は一文ごとに移す
のが正解。このような細かい点まで
気を配ると、プレゼンの質はぐんと
高まります」

また、会社が新しい事業に挑戦す
ることを印象づけたい場合には、従



西原 猛氏

Nishihara Takeshi_日本プレゼンテーション教育
協会代表理事。著書に「ぐるっと！プレゼン」（す
ばる舎）などがある。

来のように演台の後ろに立つのでは
なく、「壇上を歩きながら話す」とい
ったスタイルを試すのも有効だ。

こうした“伝える”技術を活用し、
さらにそこに熱意が加われば人を動
かすことが可能になる。