

想いを伝える！人を動かす！

## 社長のための

# プレゼン技術

### 第4回

## 心に響くスピーチの極意

一般社団法人日本プレゼンテーション教育協会  
代表理事  
プレゼンテーション・ディレクター  
西原 猛  
URL <http://jpea.jp>  
E-mail [info@jpea.jp](mailto:info@jpea.jp)  
Blog「プレゼンの流儀」 <http://jpea.jp/blog/>

スピーチを頼まれるのは嫌だ。できれば避けたいと願う社長や経営幹部が多いのではないでしょう。しかし、これからの季節は、忘年会や新年会、賀詞交換会などのイベントが目白押しです。そこで今回は、これまでとは聞き手の態度や反応が変わるような「心に響くスピーチの極意」をお伝えします。

### 社長としてしっかりとしたスピーチをするには

本連載のメインテーマは「プレゼンテーション」ですが、今回は

社長として自分自身のプレゼンとも言うべき「スピーチ」がテーマになります。

年齢や役職が上がれば上がるほど、人前で話す機会は多くなりま。しかし「スピーチ」の依頼を受けただけで、意味もなく緊張し頼まれた瞬間から夜も眠れなくなるほど強烈に恐怖を感じてしまう。そんな話を良く聞きます。

筆者が主催するプレゼンセミナーに参加された、某中堅企業の取締役の方は、初めて全スタッフ200人の前で今後の経営方針について話す機会がありました。壇上

フの方に向けた瞬間、全員の視線が集まっていることに急に恐怖を感じ、一瞬で頭は真っ白になり、声はうわずり、手足は震え、何を話したのか全く覚えておらず、以後、スピーチはおろか、朝礼や簡単な挨拶でさえ恐怖を感じるようになってしまったそうです。

これが一般社員クラスであれば、多少スピーチが下手でも「経験不足、仕方がない」ですみますが、社長や経営幹部クラスは、会社での簡単な挨拶に始まり、パーティー、結婚式、そして社員総会での本格的なスピーチと、様々な場面ですっきりと話すことが求められます。

ところが、このような話をする、逆の意見をお持ちの方もいます。介護福祉関係で働く営業職の方が、筆者のセミナーに参加された際、こう発言しました。

いやー、確かに口下手という自覚は、あの一、あるにはあるのですが、えー、私自身はそれでもいすごく、その一、困っているとい

うわけではなくてですね、えー、だいたい話の中身とか、伝えたいことっていうんですか、まあそれさえしっかり持っていれば、ええ、相手にはなんとなく伝わるように思うわけで…。どうですかね？

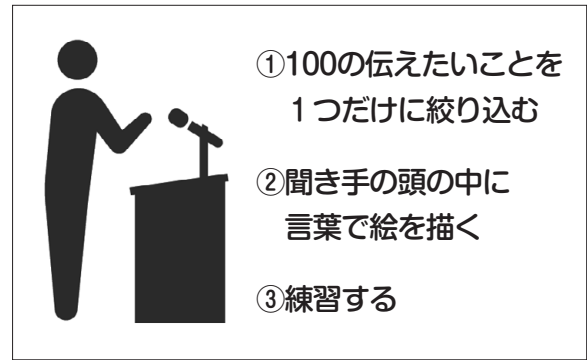
つまり、「上手に話せなくても心がこもっていれば伝わる」ということなのです。

この方は、筆者のセミナーに会社から参加するように言われたようですが、読んでお分かりのように口下手で困っているのは本人ではなく、周り（関係者）の方々であることは明白です。文章で表現してもわかりづらいのに、実際に言葉だけで聞くともっとわかりづらかったです。

そこで、しっかりとスピーチするための「これさえ覚えておけば大丈夫」というルールをお伝えしました。それは、図1に挙げた3つのことです。

ぜひ、この3つを覚えていただき、内容に共感や感動があり、心に響くスピーチを実践してみてください

図1 社長としてしっかりとしたスピーチをするには



ださい。必ず、聞き手はしっかりとあなたの話に耳を傾けてくれるでしょう。では以下に、その詳細を解説します。

まずは逆に、悪いスピーチから考えてみましょう。間違いない伝わらない、聞き手の記憶に残らない悪いスピーチ例とは、

- ・長い
- ・あれもこれもと色々話す

- ①100の伝えたいことを1つだけに絞り込む
- ②聞き手の頭の中に言葉で絵を描く
- ③練習する

・話が急に飛ぶ、あるいは脱線が多い

・原稿の棒読み

・話が一方通行で単調

・「えー」「あー」などの口癖が多すぎる

・結局、何が言いたいのかわからない

これらの特徴は「内容」と「話し方」の2つに分けられます。

①100の伝えたいことを1つだけに絞り込む

まずは「内容」です。話が長くなる、話が急に飛ぶ、結局何が言いたいのかわからない、いずれも「伝えたいことが絞りきれない」のが最大の原因です。

プレゼンはスピーチと比べると話す時間も長く、伝達手段も言葉だけでなくスライドや配付資料などの視覚物も使えるため、伝えたい内容の多くから3つ程度の選択が許されます。

しかし、スピーチは基本的に言

葉だけに頼ります。当然、話を聞くだけでは内容を覚えにくいものです。昨日の朝礼、最近出席した会合のスピーチ内容を、最初から思い出せますか？話の内容に興味や関心あり、かつインパクトがないと記憶に残らないはずですよ。

そこで、スピーチで大切なのは伝えたい内容が100あっても1つだけに絞り込むことです。しかも、なるべく簡潔で聞き手が覚えやすいものにするということです。

例えば、「製品の種類があまりにも多すぎ、保管コストやカタログ更新の広告コスト、在庫管理コストが多くかかるので、市場や顧客のニーズに合わせた製品だけに絞り込もう」ではなく、単に「製品を絞り込もう！」だけでいいのです。間違いない聞き手が伝わりやすい。

の出来る人の特徴としては、聞いているうちに頭の中に自然に状況が思い浮かび、スピーカーと聞き手との間で共通のイメージや方向性を持つことができ、いつの間にか話に引き込まれてしまっていることが挙げられます。

逆に、聞いていてつまらないスピーチは、いつまでたってもその状況を思い浮かべることができず、話に全く入り込めないことを言い続けます。

この差は、一体何なのでしょう？それは「聞き手の頭の中に、言葉で絵を描けるかどうか」なのです。言葉で絵を描くとは、聞き手の頭の中に場面や姿、状況などをイメージさせることです。前述の、話がスーツと耳に入ってくる人はこれが上手いのです。

②聞き手の頭の中に言葉で絵を描く

次に「話し方」です。スピーチがスーツと耳に入ってくる話し方

例えば、「家で猫を飼っています」という話をする場合、話が上手い人はまず、聞き手の頭の中に自分がこれから話そうとする「猫」の種類や姿、特徴などをできるだけ早く聞き手に思い描いてもらうとします。

・猫の種類、色、大きさ、特徴、性格

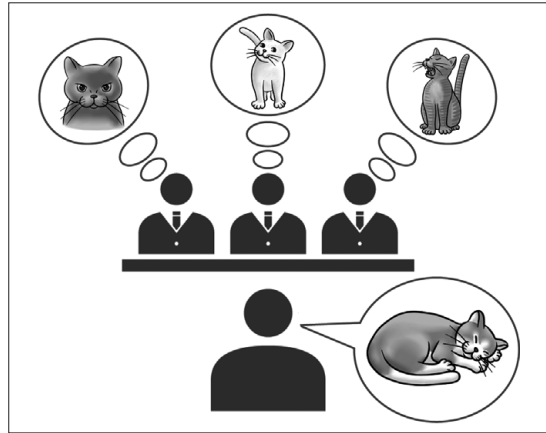
- ・いつから飼っているのか
- ・なぜ猫を飼っているのか
- ・どんなところがカワイイのか

このように、聞き手に自分と共通のイメージや状況、世界観を頭に思い描かせてから、ようやく伝えたいことを話し始めるのです。

この手順を省いてしまうと、自分は「三毛猫」のことを話しているつもりが、それぞれの聞き手はペルシヤ、アメリカンショートヘア、スコティッシュフォールドなど…を、思い描きながら話を聞いてしまいます。すると当然、話を聞いているうちに「どうも自分が思い描いている猫とは違う種類の話をしているようだ」と、聞き手との間にズレが生じてしまいます。これがスピーチやプレゼンなどが伝わらない原因の一つです(図2)。

同様に、社員に対して「もっと危機感を持って!」といくら訴えても、どうにも響かないのは「聞き

図2  
スピーカーと聞き手のイメージがズレている



手の頭の中に、言葉で絵を描くことが出来ない、または不足していることが原因なのです。

ご存知の通り、社長と一般社員の、経営意識や危機感、将来に対する認識は天と地ほどの差があります。自分は長期的な視点から「このままでは危ない。もっと危機感を持って!」と訴えても、社員は「今月も売上はクリアできていないのに、社長はいつも一体、何を

心配しているのだろうか?」と短期的な視点でしか物事を見ていません。そして「ああ、またいつもの話が始まった!」と聞き流されてしまうわけです。

スピーチに限らず、プレゼンでも朝礼でも、一刻も早くどういう前提か、どんな状況か、どんなイメージを持っているのか、どの方向角を見ているのかを、聞き手のレベルに合わせてわかりやすい言葉で、頭の中に絵を描き、全員に共通のイメージを持たせてから本題の話を始めましょう。

### ③練習する

スピーチにおける練習の重要性は、プレゼンの比ではありません。

プレゼンの場合、資料やカタログ、スライド、あるいは実物やサンプルなどの視覚物を使いながら話をするので、多少内容を忘れてしまったとしても、頼るものがあるのでなんとかあります。

ところが、スピーチで頼れるものは原稿のみです。とはいえ、ず

っと原稿を見ながら読み上げるのではなく、連載第1回でも述べたようにせつかくの良い内容も、伝えようとする意識が聞き手ではなく、原稿ばかりに向いてしまつて伝わりません。ですからスピーチの大原則は「原稿を読み上げない」ことです。

しかし、「読み上げない」であつて「決して見てはならない」というわけではありません。しっかりと練習すれば内容は頭に入りますから、原稿は次の話の流れを確認するときに見るだけにして、基本的には聞き手に語りかけるために前を向いて話してください。聞き手も下を向いて原稿を読んでいるだけよりも、前を向いて語りかけてくれた方が、きちんと話を聞くという気になります。

また、スピーチの要点のみを考へて、原稿作成は社員に任せる場合もあります。その場合は絶対に最終原稿を「声に出して」練習してください。文章にはリズムがあり、それは書く人によって全く違ってくるからです。

図3 原稿作成と練習方法のポイント

- ・伝えたいことは一つに絞り込む。そして短く、簡潔に書く
- ・難しい言葉や熟語よりも、分かりやすい言葉を使う
- ・スピーチ原稿は「である」調ではなく「ですます」調で書く
- ・原稿文字数は1分間350~400文字を目安にする(個人差あり)
- ・何度も声を出して練習し、内容を頭に入れる
- ・慣れないうちは話すことをすべて文章として書く。ただし文字は大きく、段落も分ける
- ・慣れてきたら「原稿ばかり見ない。聞き手に語りかける」などスピーチのキーワードや、ポイントのみを書いたメモを用意する
- ・他者によってもらった原稿は自分の言葉になるまで練習する



文章として目で読む分には違和感がなくても、話し言葉として声を出して読んでみると言いづらかったり、引つかかったりする部分もあります。そうなると、ますます聞き手には伝わりません。スムーズに言葉が出てくるまで必ず練習してください。

原稿作成と練習方法について、大切なポイントを図3に挙げました。ご覧ください。

**あがる、緊張、頭が真っ白…  
人前で話す恐怖を克服する**

スピーチにつきまとう悩みは、小見出しにある「あがる、緊張する、頭が真っ白になる」です。これらを解決する良薬や科学技術は世の中に存在しません。というわけで、それを少しでも軽減するためのポイントを紹介します。

・自分だけではない。誰でもあがる、緊張する、頭が真っ白になる

・最初の30秒を徹底的に練習する  
・自分のためではなく、聞き手のために話す

まず、安心してほしいのは「誰でも、あがる、緊張する、頭が真っ白になる」ということです。人前で話すことに恐怖を感じているのは自分だけではありません。会合で堂々と話しているように見えるあの人も、実は緊張で一刻も早くこの場から立ち去りたいと思っています。パーティーでユーモアたっぷりに話しているあの人も、ジョークが滑ったらどうしようとかビクビクしています。

そもそも緊張とは「気が張り詰めて集中していること」で良い状態のことです。ですから「緊張している」ではなく「集中できている」とプラスに考えましょう。

次に、どのような状況であって「スピーチ最初の30秒だけは言葉が自然に口から出てくるまで徹

底的に練習」してください。やはり緊張のピークは最初の一言を発するときです。ここをどう乗り切るかが勝負の分かれ目。30秒も話していれば、気持ちも落ち着きます。ぜひ原稿を全く見なくても話せるように内容を頭の中に叩き込みましょう。

そして最後に、「自分のためではなく、聞き手のために話す」とです。うまく話せるだろうとか、失敗したらどうしようかと考えていると、結局、自分で自分に重圧をかけていることとなります。

例えば、スピーチで笑わせようとして失敗するのは「ウケたい」という気持ちが強すぎて力みすぎることが原因です。そこで、伝えたいことが伝わるように、「聞き手のために話す」ことに集中してみてください。人は自分のためよりも、誰かのために何かをしようとするときの方が、より大きな力を発揮するものです。

ちなみに、やはり笑いの効果は絶大です。そこで次回は「ユーモア」についてお話しします。