

想いを伝える！人を動かす！

社長のための プレゼン技術

第5回

話がスベる社長 スベらない社長

「笑い」の力は、創造力を高め
良きアイデアを生みます。特に、
困難な状況を打破したいとき、例
えば、重要な案件や大型のコンペ
で絶対に失敗できないプレゼンに
立ち向かう時などに、笑いの力を
上手く使いたいです。しかし、
これがなかなか難しい。そこで今
回は、ビジネスで使える「笑い」
について考えてみます。

「笑」は必要なのか…？ そのメリット・デメリット

●笑いは諸刃の剣

人前で話をするとき、誰もが面

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
Blog「プレゼンの流儀」 <http://jpea.jp/blog/>

白い話をしたい、できれば聞き手
を笑わせたい、という意識や願望
をお持ちではないでしょうか。ユ
ーモアやジョーク、ギャグなど
による笑いの効果は絶大です。笑
うと、まず自分も相手もリラックス
できます。そして会議では良きア
イデアがひらめいたり、プレゼン
では場の雰囲気が一気に和んだり
と、いいことだらけです。

しかし一方で、ギャグが受けな
かった、話がスベってしまったと
きは、さあ大変です。場は寒くな
り、より重苦しい雰囲気になっ
てしまいい創造性が向上するどころで
はありません。実は「笑いは諸刃

の剣」なのです。

ちなみに、企業研修やセミナー
の受講生から「どうすれば聞き手
を笑わせることができるでしょう
か？」とよく質問を受けますが、
筆者は「プレゼンやスピーチで絶
対に笑わせる必要はない」と答
えています。その理由として、ある
住宅メーカーの技術職の方の事例
をあげてみましょう。

「上司や同僚がプレゼンや朝礼、
会議の場で面白いことを言っ
てジョークを言ってみたがクスッ
ともされない。それ以来、人前
で話すことが苦手になった」と、悩
んでいました。このようにスベ
たときのリスクは大きいのです。
あくまでプレゼンやスピーチの
目的は「人を動かすこと」であり、
落語家やお笑い芸人のように、お
客様を笑わせることが目的ではあ
りません。また、関西人の全てが
笑いを取れるわけではありません
し、当然、苦手な人もおり得手不
得手があります。ですから、笑
いを必ず入れる必要はないのです。

ここまで読んで「無理に笑わせ
なくてもいいんだ」と、ホッと
した方はいいのですが、イヤイヤど
うしても笑わせたい！という方
は、これから「笑いの壁」という
断崖絶壁に挑むことになります。

●笑いの全戦全勝はない

まずは「笑いは1日にしてなら
ず」を肝に銘じておいてください。
その上で、プレゼンやスピーチに
笑いは必要か？また、そのメリッ
ト・デメリットについて考えてみ
ましょう(図1)。


プロの落語家や漫才師でも「今
日はイマイチだ」と、落ち込み反
省する日もあります。であれば、
我々素人がそもそも全戦全勝を狙
うのは不可能です。ましてやビジ
ネスの場合、聞き手は、話を聞い
て笑ってリフレッシュして…とい
う意識ではありません。条件が違
い過ぎます。ですから「スベって
当然、ウケたらラッキー」程度の
気楽な気持ちでいきましょう。


ところで筆者は前職で、企業の
新製品発表会や会社説明会などの

図1 笑いのメリットとデメリット

●笑いのメリット

- ・場の雰囲気が良くなる
- ・自分も聞き手もリラックスできる
- ・自分も聞き手も脳が活性化する
- ・内容が記憶に残りやすい
- ・頭が良い人、余裕がある人、面白い人という評価を得られる





●笑いのデメリット


- ・スべると自分が精神的に大ダメージを受ける
- ・スべると気まずい雰囲気になる
- ・あまりにウケない日々が続くと、人前で話す自信を失う

広報活動を支援する会社にいました。そこで上場企業からベンチャー企業まで、様々な社長の話を聞いてきました。ソフトバンクグループ・孫正義社長の自身の頭髪をネタにした「自虐ネタ」のように笑いの絶えない社長もいれば、そ

の一方で、唐突におやじギャグを放って聞き手を混乱の渦に巻き込む社長もいました。そこで、筆者が発見したスベる社長の話し方の特徴を図2に挙げてみました。心当たりがないか一度チェックしてみてください。

図2 こんな話し方は要注意! スベる社長の話し

- ①場内大爆笑を狙っている
- ②笑わせようという意気込みが強すぎる
- ③オチにたどり着くまでが長すぎる
- ④先に自分が笑ってしまう
- ⑤ウケないとネタの解説を始める
- ⑥人の悪口や批判、失敗談で笑わせようとする
- ⑦内輪ネタや趣味など知っている人にしかわからない話をする



**間違いない
スベるパターンはこれ!**

①場内大爆笑を狙っている
前述の通り、プレゼンやスピーチにおいて笑わせることが目的で

はありませんで、場内大爆笑を狙う必要は全くありません。

②笑わせようという意気込みが強すぎる
聞き手を笑わせようとするあまり、意気込みすぎてしまうと肩に力が入ってしまい、本来笑える話でも笑いにくくなってしまいます。

③オチにたどり着くまでが長すぎる
これもよくあるパターンで、状況説明やそのときの自分の感情などを詳細に話しすぎると、いつまでたってもオチが見えないので聞き手は飽きてしまいます。

④先に自分が笑ってしまう
自分にとって、よほど面白い話なのでしょう。話す前から笑っていたり、「ブツ」と吹き出したりする人がいます。実はこれは逆効果です。聞き手は、話し手が先に笑い出してしまうと期待感をなくし、逆に醒めた目で見てしまうのです。

⑤ウケないとネタの解説を始める
全くウケなかったときに、どこが面白いポイントなのかを解説し始める方もいました。本人は、何がどう面白いのかを伝えたい一心かもしれませんが、逆に言い訳のように聞こえてしまい、周囲の人がいたたまれない気持ちになってしまいます。

⑥人の悪口や批判、失敗談で笑わせようとする

いくら笑いを取るためとはいえ、他者を笑いのネタにするのは人の上に立つ社長として避けるべきでしょう。例えば、社員が自分の悪口で笑い話に使われていることを知ったら、どんな気分になるか想像に難くないはずです。

⑦内輪ネタや趣味など知っている人しか分からない話をする

知っている人にしか通用しないネタは、意味が分からない聞き手を置いてきぼりにして、わかって笑っている人との温度差が生じる結果となります。

このように、ウケない話には何らかの理由があります。「渾身の笑える話をしたはずなのに、なぜ聞き手はクスッともし笑わないのか」とお悩みの方は、一度振り返ってみてください。

三つのウケるコツ

さて、お待たせいたしました。スベらない話ができるようになるコツは以下の三つです(図3)。

①「自然体」

②「タイミング」

③「ネタ帳」

では、順に解説してみしましょう。

①自然体で話す

スベる人の特徴は、場内大爆笑を狙い、今から面白い話をするぞと意気込み過ぎて、聞き手にもそれが緊張感として伝わり笑いにくくなることです。逆に、笑わせてやるぞ!と思わずに自然体で話すのが一番、ウケたらラッキー程度の気楽な気持ちの方が相手も聞きやすいし笑いやすくなります。

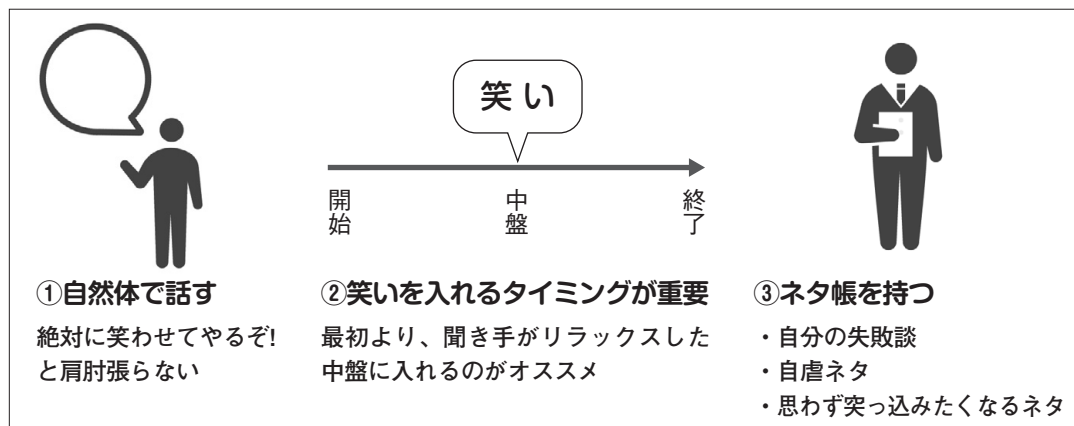
以上は既にお伝えしましたが、かく言う筆者は関西人のプライドもあり、昔は、研修や講演会になると「何としても笑わせてやるぞ」と意気込んでいました。しかし、必死になればなるほど、ネタを仕込めば仕込むほど、聞き手の心が離れていってしまうのを感じたのです。「笑わせようとするればするほど笑わない」。ぜひ、この言葉を覚えていただいて、さりげなくジョークやおやじギャグを入れましょう。

小さな笑いが起きれば御の字です。むしろ小さな笑いを積み重ねていった方が、大きな笑いが起きやすくなります。逆に、まったく受けなくても何事もなかったかのように話を続けるのが大人の対応です。ウケなかったことに悔しがるのは、誰もいないところでお願いします。

②笑いを入れるタイミングが重要

よく、冒頭に場の空気を和ませようとしてジョークから入る方がいますが、あれはかなりハイリス

図3 「自然体」「タイミング」「ネタ帳」



クなので、慣れていない方は止めた方が良いでしょう。と言うのも大抵の場合、話す側と同様、聞く側も緊張しているのでいきなりは笑いにくいものです。

例えば、テレビ番組で観覧者のいるバラエティーやトークショーでは、番組開始直後から観覧者が大笑いしていますが、これは収録開始前にスタッフや番組の出演者自身が「前説」という、緊張をほぐしスタジオを盛り上げ笑いやすくする雰囲気作りを事前に行っているのです。でなければ、収録開始直後からいきなり盛り上がることは困難です。そのくらい、最初から聞き手を笑わせることは難しいのですから、ある程度、話が進み聞き手がリラックスした頃を見計らって、ジョークやギャグを入れましょう。

オススメのタイミングは「話の中盤」です。この時間帯になると聞き手の集中力も多少落ちてくるので、ここで笑いを入れることにより再び話に集中させる効果があります。

③ネタ帳を持つ

最後に肝心な話を一つ。皆さんの関心は「絶対に笑いがとれる話とは一体どんな話なのだろう」ではないですか？ 残念ながら筆者の知る限り、そのようなノーベル賞ものの発見はされていないようです。ただし、ビジネスの場で比較的笑いが取りやすい「ネタの種類」はいくつかあります。それは、

・自分の失敗談

・自虐ネタ

・思わずツツコミたくなるネタ
 ・思わずツツコミたくなるネタです。日頃からそれらを意識して使い、ウケがよければネタ帳に書き留めて、より磨きをかけて自身の鉄板ネタとしましょう。

●笑いが取りやすいネタ事例

・自分の失敗談

私が新人の頃、メールにファイルを添付し忘れて、「添付し忘れました。再度送ります」と、再送信したメールにも添付をし忘れてしまい、上司に、きちんと確認しろよ！とよく怒られました。

他者の失敗談は厳禁ですが、自分の話ならどんなにさらけ出しましょう。役職や年齢が上がれば上がるほど武勇伝や自慢話をしたところですが、偉い人の自慢話を聞かされるほど退屈なものはありません。逆に、部下や社員に「社長もそんな失敗をしていたのか」と知ってもらった方が、心理的に親近感がわきます。

・自虐ネタ

私はまるで力士のような体型ですが、見た目に反してフットワークは「軽い」です。ちなみに性格は「超々軽い」と、なぜか周りから言われます。

このように、体型、服装、顔、性格など自分のことで笑いを取りに行くネタです。指導者にユーモアが求められるのは、どんな状況でも悲観的にならず、前向きに向き合って行く能力と共通しているからです。ポイントは失敗談と同じでどれだけ自己開示できるか、特に自分のことを客観的に見る能力があるかどうかです。

・思わずツツコミたくなるネタ
 ハンバーガーより、うどんが好物です。

とは、日本マクドナルド創業者の藤田氏の言葉です。思わず「それなら、何で、ハンバーガーを売っているの？」とツツコミたくなる場所に笑いがおきます。漫才でいうところの「ボケ」のテクニクですが、漫才と違ってツツコミを入れてくれる相方は間違ってもいません。ですからポイントは事例のように、誰もが「何で」と思わず言ってしまうような、単純な内容にすることです。

社長として笑いの力を「場の緊張をほぐす」ために活用してください。例えば、経営会議でリーダーが率先してユーモアやジョーク、ギャグを言うことで話しやすい雰囲気になり活性化します。

さて、いよいよ次回は本連載の最終回になります。「会社として全従業員のプレゼン力を向上させるにはどう教育すればいいのか」についてお話しします。