

第5回（8月号） プレゼンの軸と魂

今回から2回にわたって、プレゼンテーション（以下、プレゼン）を取り上げます。プレゼンにはコンテンツ（内容）とデリバリー（伝達）の2つの要素がありますが、今回はコンテンツ（contents）についてみていきましょう。

コンテンツは軸と魂で決まる

大学の授業で学生に聞かせたいと思うプレゼンやスピーチのひとつに、スティーブ・ジョブズのスタンフォード大学卒業式辞があります。そう、Stay hungry, stay foolish!（ハングリーであれ、愚か者であれ）のセリフで知られるあの名スピーチです。自分の人生を赤裸々に語りながら人生に大切なものは何かを問いかける強烈なメッセージは、聞く学生の心を驚ぶかみにしてしまいます。

もちろん、あのスティーブ・ジョブズだから...という点は大きいでしょう。彼の経歴と伝え方のうまさは別次元。とはいっても、TED talksのようなスライドやビデオを駆使するプレゼンではなく、手元のメモだけを頼りに語るスピーチで人を感動させる要素は何でしょうか。

それは、コンテンツの素晴らしさに尽きると思います。プレゼンの軸がしっかりしています。伝えたいメッセージが絞られており、明確です。加えて、プレゼンに魂がこもっています。単に熱く語るだけでなく、自分の本心から語っています。この軸と魂こそ、コンテンツの生命線なのです。

伝えたいことをひとつに絞る

まず‘軸’について考えてみましょう。実は、プレゼンを学生や社会人に指導する立場にいる私自身も、自分の話が思ったほど聞き手に刺さらなかったと感じることがあります。それはたいてい、伝えたいことを盛り込み過ぎていたり、スライドに凝り過ぎていたりといったときです。何を伝えたいのかという軸の部分が伝わりにくかったのではないかと思います。

よく3 point message（要点は3つ）と言われますが、3つバラバラでは聞き手の記憶に残りません。まず伝えたいことをひとつに絞り、そのメッセージを軸として全体を組み立ててみてはどうでしょうか。前述のジョブズのスピーチ

では、Stay hungry, stay foolish という 1 つの軸に 3 つのストーリーが付随している感じです。

自分の思いを語る

プレゼンの軸となるメインメッセージには、その根拠となるロジックが必要です。ロジックの弱い感覚的な主張には説得力がありません。一方で、ロジックが全てかということ、答えは No です。ロジックだけで人を引き付けることはできません。人間は機械ではないので、理路整然としていれば納得するというわけではありません。

つまり、メッセージには最低限のロジックが必要ですが、それだけでは不十分で、たとえビジネスプレゼンであっても、人間の感情の部分にアプローチする姿勢が欠かせません。その感情を動かすのが人の信念や情熱といった魂なのです。聞き手はその魂にかかわるストーリーに共感し、引き付けられるのだと思います。

企業トップのメッセージを、米国企業と日本企業のアニュアルレポート（年次報告書）で読み比べてみてください。米国企業の代表者のメッセージには軸があって、経営者の魂が伝わってくる場合が多いです。一方、日本企業の場合は業績の説明が概して総花的で、経営者の思いや個性が読み取れないことも少なくありません。自分自身の思いを率直に語る大切だと思います。

あくまでコンテンツに拘る

プレゼンを演出するために効果的なスライドは重要です。しかし、スライドはあくまで visual aid（視覚的な補助）。いい中身が合って初めてスライドを工夫する意味があることを改めて強調したいと思います。まさに Content is the king.（中身が重要）なのです。