

## 第6回 “ハイパー”プレゼンテーション



ハイパードライブ 代表取締役社長

## 浅田剛治 Takeharu Asada

株式会社ノバレーゼ創業者。挙式・披露宴の企画・運営を行う総合ブライダルビジネスを展開。同業他社とは一線を画す「モダン」で「スタイリッシュ」な結婚式場を中心に、ウェディングドレスショップやレストランを全国で運営。また、歴史的建造物や経営難に陥ったホテル、料亭、レストラン、結婚式場等を再生させる再生ビジネスにも注力するなど、経営責任者として主に店舗開発と、人材の採用・育成の面でその手腕をふるう。2007年には、「Japan Venture Awards (JVA2007)」(主催:「創業・ベンチャー国民フォーラム」/経済産業省中小企業庁委託事業)において起業家部門「中小企業庁長官表彰」を受賞。

## 全ての内容を聞かせようとするとぼやけてしまいがち

一経営者はもちろん、組織を束ねる支配人・マネージャーといった立場になると、メンバーへのメッセージも含めてプレゼンテーションする機会が増えます。聞き手を魅了するためのアドバイスはありますか？

浅田 シンプルでインパクトのあるフレーズを磨き込むことをお勧めします。プレゼン1回あたり1つか2つで構いません。

米国、オバマ前大統領の「Yes We Can」、トランプ大統領の「America First」などは、世界的な名フレーズの1つです。スティーブ・ジョブズがスタンフォード大学卒業式で述べた「Stay hungry, Stay foolish」、リンカーンの「人民の人民による人民のための政治」など、同じ言葉の反復も名フレーズの定石と言われる。

聞き手に、プレゼン内容を一言一

シンプルで記憶に残る一言を磨き込む  
受け売りでない自分の言葉で表現せよ

ハイパードライブ 代表取締役社長

## 浅田剛治 Takeharu Asada

株式会社ノバレーゼ創業者。挙式・披露宴の企画・運営を行う総合ブライダルビジネスを展開。同業他社とは一線を画す「モダン」で「スタイリッシュ」な結婚式場を中心に、ウェディングドレスショップやレストランを全国で運営。また、歴史的建造物や経営難に陥ったホテル、料亭、レストラン、結婚式場等を再生させる再生ビジネスにも注力するなど、経営責任者として主に店舗開発と、人材の採用・育成の面でその手腕をふるう。2007年には、「Japan Venture Awards (JVA2007)」(主催:「創業・ベンチャー国民フォーラム」/経済産業省中小企業庁委託事業)において起業家部門「中小企業庁長官表彰」を受賞。

句、インプットしてもらうのは不可能に近く、全てを聞かせようとするポイントもぼやけてしまいがちです。それより、一言でも二言でも、インパクトの強いフレーズを記憶に刻み付ける方が効果的だと思います。

ただし、誰かの受け売りではなく自分の言葉でなければ響きません。私は専門用語や横文字、小難しい言葉は極力避け、普遍的、且つシンプルな言葉を選びます。聞き手の立場や知識・経験の水準に合わせるというのも外せないポイントです。

事例の1つとして、ノバレーゼ時代の新卒向け会社説明会について紹介してみます。

持ち時間は40分程度。学生がプレゼンを聞き終えた後、「なんか、この会社(社長)すごい!」と思ってもらえることを目指していました。

学生の心を掴むためのフレーズは、「この業界は腐っている」「ロマンとパッション」「宛名を書いてあなたにラブレターを送りました」という大きく

3つです。もし、その他の話は忘れられてしまっても、このフレーズだけは印象に残すようにします。

この3つを、どんな風に組み込んでいたのか、簡単に説明してみます。

◆私が新卒でリクルートに入社した理由、リクルートで学んだこと(WJ 2017年7月号P4~5参照)

◆父が倒れて家業を継ぎ、現実に直面し愕然としたこと(WJ 2017年9月号P66~67参照)

◆他のブライダル企業をリサーチして、腹が立つほど幻滅したこと(WJ 2017年8月号P66~67参照)

「この業界は腐っている。だから変えようと思った」

◆父と経営方針が合わず独立起業したこと

よく、会社経営において大切なのは事業計画と言う人がいるが、私が最も大事にしているのは

## 「ロマンとパッション」

その事業を通して社会に一石を投じるなど、成し遂げたいロマンがあるか、そのロマンを実現するためのパッションがあるか、それを最も大事にしている。

◆最後にノバレーゼが求める人物像を伝えた上で

## 「今、宛名を書いてあなたにラブレターを送りました」

この言葉が胸に響いた人は、ノバレーゼに入社する運命にある。ざっと、以上のような感じです。

言い続けることで  
自分の言葉になっていく

—3つのフレーズはどのようにして編み出されたのですか？

浅田 「ロマンとパッション」は、平日頃から意識していることで、直感的に浮かんだ言葉です。一般的にはクサイ表現ですが、私にとっては最もしっくりきます。聞く側も普段耳にする機会が少ないため、一層、印象に残りやすいのではないかと思います。

「宛名を書いてあなたにラブレターを送りました」は、リクルート時代、採用広告を考える際によく言われていた社内用語の1つ。単なるラブレターではなく、誰に宛てたものか、明確にすべきという意味があり、私自身も共感していました。

会社説明会には1000名以上が集まるので、私が話す様子を横から撮影して巨大スクリーンに映し出していました。このフレーズを言う時だけはカメラ目線、参加者全員が、私と目が合っていると感じられるようにしました。

私は、これらを言い続けることで、自分の言葉にしてきました。インパクトの強い言葉を探り当てたら、日頃から意識して使い続けることもポイントの1つだと思います。

聴衆から目線をそらすと  
自信なさそうに見える

—プレゼンで強烈なインパクトを与えるには、表情や佇まい、声のトーン、抑揚、話し方など、非言語の要素も重要です。よね？

浅田 聞く耳を持ってもらえるか、耳に残せるかどうかは、佇まいや雰囲気です。「すごい!」と圧倒できるかによると思います。それほど重要な鍵を握っています。

一番やってはならないのが、スクリーンに映る資料を振り返ったり、手元のシナリオに目線を落としたりすることで

す。常に聴衆を見据えていなければ、自信なさそうに見えてしまうためです。

私の場合、シナリオは用意せず、話す項目だけを書き出し、事前準備の段階で、それぞれの項目で、どんな話をするか考えるようにしています。この時のポイントは、どんな層に向けて何を伝え、どう感じてほしいか、聴衆は何を欲しているのかなどを、想像すること。いかに、相手の立場に立って考えられるかが重要です。

会社説明会や社員総会などのイベントで話す時は、ステージの真ん中に立ちピンスポットを当てて、全身を見せるようにしています。演台などで隠れないようにすることで、自信に満ち溢れた様子を印象付けられます。マイクはピンマイクにして、自由に歩き回ったり身振り手ぶりを増やすことで、勢いやダイナミクスを感じさせる効果もあります。

プレゼンターに自信がない場合は、全身を遮るものがなくなると、手や足など様々な部分に緊張が現れてしまうので要注意です。

印象に残したい大事なフレーズの直前は、全員の顔を見渡すなど、間を取るのも効果的ですが、長さやタイミングを間違えると「間抜け」になってしまいます。

—会議やミーティングなど少人数向けのプレゼンで意識していることは？

浅田 会議の場合、終了後、参加者にどんな気持ちになってほしいかをイメージして、話す内容を考えます。例えば、理想と現実の間に大きなギャップがあることに気付いてほしい時は、象徴的な小話や最近経験したエピソードなどを話すこともあります。共感・納得してもらえれば、自発的に「あるべき姿に近づくために、私は何をすべきだろう」と考えてくれるようになります。

ミーティングは、課題やテーマについて意見を出し合う場ですが、既に自分の中に決まった答えがあることが多いので、それに納得感が生まれるよう

聴衆の心を掴む  
プレゼンテーションのポイント

- 一、インパクトのあるワンフレーズを磨き込む
- 一、目線は常に聴衆からそらさない
- 一、聞き手の立場に立ってどう感じてほしいか想像する
- 一、身振り手振りで勢いとダイナミクスを表現
- 一、大事なフレーズの前には間を取る

な話題や、その答えに誘導するための質問を用意したりします。

業界向け経営セミナーに登壇することもあります。自慢話や独りよがりにならず、受講者の方が持ち帰って実践したり取り入れたりできる「お土産」を用意できるように意識しています。ノバレーゼで実践してきたことは、どの企業にも応用できるとは限りませんが、何かを成し遂げた話をするなら、プロセスや工夫など、具体的な「証拠」を示せるように心掛けています。

どんなプレゼンにも共通して重要なのは、聞き手の立場に立って「こういう話をしたらどう思われるか」という想像力だと思います。

映画好きな浅田氏  
おススメの今号の1本

## 「ブレイブハート」

1995年 アメリカ 178分

スコットランドがイングランドの圧政に苦しんでいた時代、民衆を率いて戦ったウィリアム・ウォレスの物語。イングランド軍に敗れ、残酷に処刑されるシーンで一思いに斬ってもらうよう、観衆から「お慈悲を!」というコールが上がる中、最後に「Freedom!!!」と叫んで息絶える姿、裏切られても信じ抜く魂に心を打たれます。