

平成24年度 准フォレスター等育成研修事業
中部近畿ブロック I -③

フォレスターに求められる 合意形成に必要な コミュニケーション・プレゼンテーション力

プロセスマネージャー
リードクライム(株) 西 直人

「言った」「話した」
「伝えた」「説明した」

ら

「伝わる」とは限らない

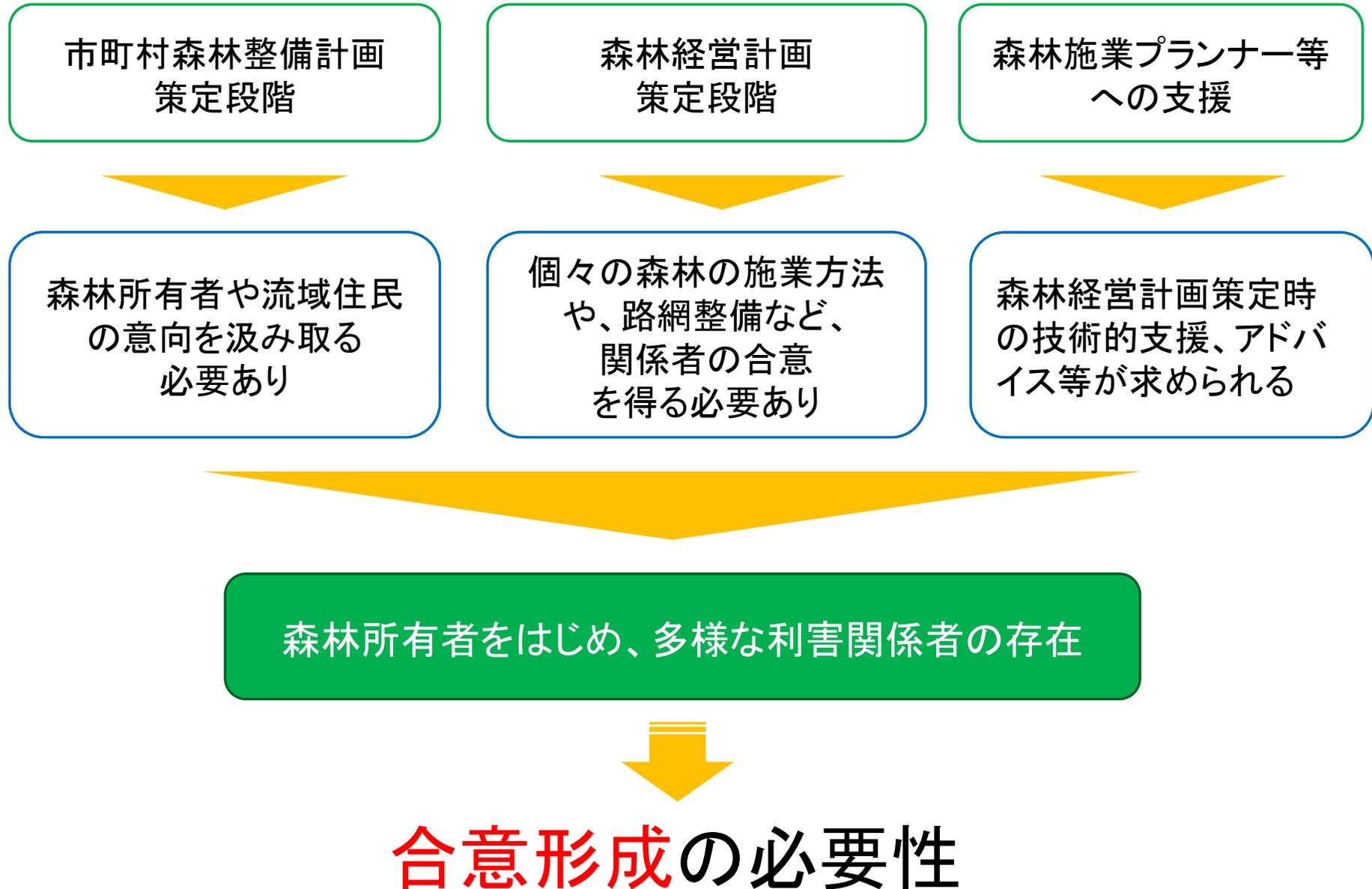
「伝えた」「説明した」

ら

「伝わる」と思うのは

“言う側のごう慢”

■ フォレスターに求められる合意形成とは



■ フォレスターに求められる合意形成とは



合意形成とは

事業計画構想段階から**関係者の参加機会を確保**して、**関心の醸成**と**計画・設計への寄与**を促し、
計画・検討時の**プロセスの透明性**や**公平性を高める**とともに、
議論などを通じて**関係者の多様な価値の顕在化と共有**をし、
関係者相互の意見の合意を目指すこと。

必要なスキル

- ・コミュニケーション力
- ・プレゼンテーション力

日本語に翻訳してとらえましょう

コミュニケーション

= 情報伝達、情報共有

プレゼンテーション

= 情報編集、情報発信

「伝達力」「共有力(相互意思疎通)」「編集力」「発信力」がフォレスターは試される、ということです

■参考：「資料作成」だってコミュニケーションを意識！

資料＝コミュニケーションツール 資料作成時から コミュニケーションを意識しましょう。

★参考★

「文字だらけ」「文字量が圧倒的に多い」資料は
できるだけ絵(イラスト)、図、写真(画像)などで文字(言葉)を補っていく。

**『その文字(文章)を読んで、頭の中に想像するイメージ(絵)が
できるだけ全員一致・相互一致になるように！！』**

→日本語は自由に解釈できるので

コミュニケーション時＝情報伝達・情報共有時にイメージのずれが生じやすい

(例)「青い車」と言われて頭の中に想像するイメージ(車の絵)は・・・

いろいろな青色×いろいろな車種＝複数の青い車となる

★市町村森林整備計画、森林経営計画で解釈が自由になりそうな言葉は？

[ある落語家さんの言葉]

そもそも落語は内容が**難しい法話に、**
庶民をひきつけようとしたことから始まった。

落語で重要なのは

「**客を観察**し、最適な声の大きさ・間(ま)や
緩急のつけ方・表情・眼差し・

ジェスチャーを使い分けること」を習得し、
話の急所をしっかりと伝える技術を
実践して身につけていくこと。

[ある企業のプレゼンのプロの言葉]

プレゼンで必要なことは、

第一に相手を把握すること。

ユーモアを交え、話を受け入れやすい
雰囲気をつくり、自分の話に引き込む。

そして、相手が理解・納得するよう、

相手の立場に立って、間(ま)・スピード・声量・

トーン・ジェスチャーや表情に留意し、

心に残るよう、要点を表現し

説得することですね。

[ある広報のプロの言葉]

より効果的な広報を行うなら

誰に伝えたいのか？

対象者をできるだけ絞って考える。

そして、何を伝えたいのか？

メッセージをできるだけ絞りこみ
わかりやすい言葉で伝える。

どんな職業でも
「相手」のあることは
“対象者理解”と
“（話の要点を）
しぼる勇気”が
もっとも大切

■コミュニケーションやプレゼンのプロに共通していること

「誰」に対して伝えるの？

- 対象者理解（上級者は話しながらも観察）
- 対象者（ターゲット）を絞っているか？

「絞る勇気！」

- 要点は明確か？
- 結局、特に「何を一番」伝えたいのか？

プロそれぞれ、人それぞれに、
いろんな考え方やテクニックがあるが
上記2点は絶対条件として
誰もが一致して大切に意識していること

プレゼンは
「話す内容」
「話す手法」以外も
大きな影響を与える！

なぜなら…

■「人」 対 「人」 だから

→話している人が発する情報にも
大きく作用される

■人は視覚・状況に影響うける

→まわりって気になるよね。
物音、暑い・寒いって気になるね。

■人が集中して話を聞ける

持続時間は極めて短いから

■ 「準備」時に意識すること / 「話す内容」以外も重要！！

いつ
(時期)
(時間帯)

どこで
(会場)
(雰囲気)

誰に
+
何人に

何分で
(持ち時間)

何を
(要点は)
(難易度)

これらの情報を意識した上で

誰が
(誰と誰が)
話す？

大事なことは「伝わること」「合意を得ること」
その意味で、“誰が話すか”は非常に重要

どういう中身を
どんな手法で話す？

「要点は何か？」×「どんな手法でプレゼンする？」
＝話す内容・・・持ち時間も十分意識する

どんな資料？
資料は相棒であり
武器と心得る！

資料は、話を聞いた人が、家に帰った後も
あなたの代わりにプレゼンし続ける相棒であり武器
考え方によっては“あなた以上に”大事です

■ 「伝わる」 確率を高めるいくつかのポイント

(1) “自分に” 親近感を持ってもらう “自分に” 興味を持ってもらう 「見た目」「つかみ」「印象」

→脳は自分に関係ないと思ってしまう話、
興味ない人の話はシャットアウトする
※参考：ベストセラー「バカの壁」

→家庭教師の追跡調査。成績が上がった子の理由。
教え方の上手い下手、話し方の上手い下手よりも
家庭教師と生徒の相性や仲の良さが大きく影響

→ある教育委員会の調査。
「授業がよくわかる先生」の理由ランキング
上位に「先生が好きだから」の回答が入る

■ 「伝わる」 確率を高めるいくつかのポイント

(2) 場の雰囲気、空間の居心地

→そもそも話を聞いてもらうことに
集中できる場所なのか？

→（行政の説明会でありがち）
スピーカーが雰囲気を和らげるために努力しているのに
まわりにたくさんの（無愛想で硬い表情の）
見学者がいないか？ 聞き手が見世物になってないか？

→部屋の温度は？
暑すぎる／寒すぎる が気になると話は頭に入らない

■ 「伝わる」 確率を高めるいくつかのポイント

(3) 集中力、注目を持続させる
・・・対象者にあわせた
しかけや工夫をつくること

→ “笑い” “適度な休憩” “失敗談”
“お茶やお茶菓子” “驚きの事例紹介” “映像”
※ただし、これらはタイミングを間違えると阻害要因に！

(4) 「共感」「驚き」「感動」を
話の中に盛り込める場合は
盛り込むように意識してみる

→失敗談＝共感を得やすい

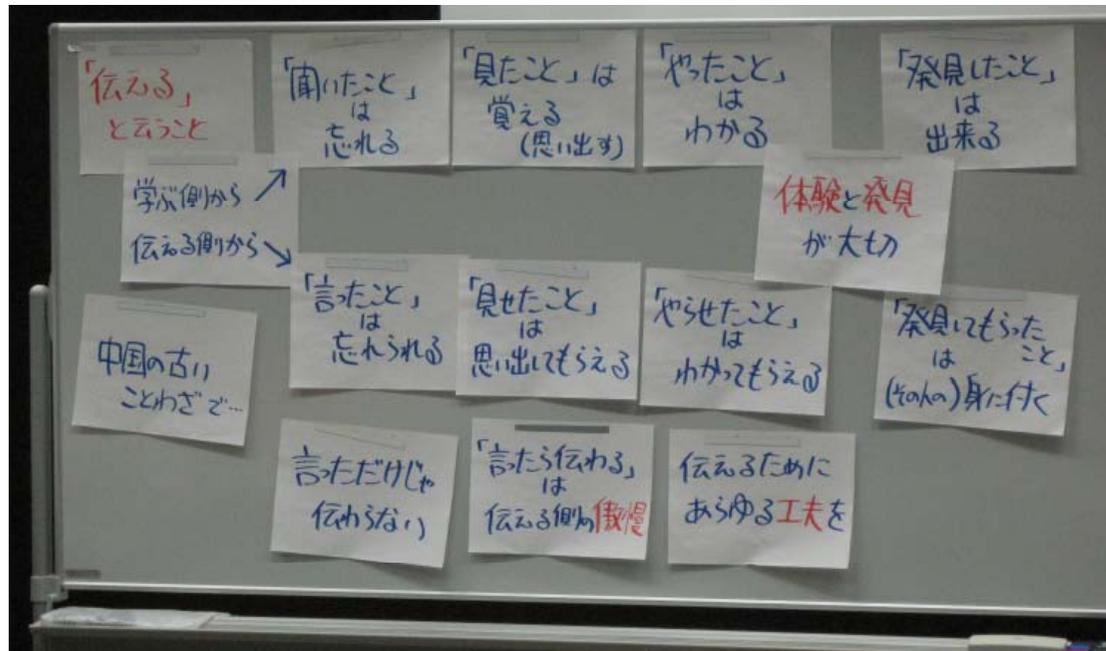
■参考：プレゼンテーション手法例：「KP法」



要点が明確になるプレゼンテーション手法

■KP法(紙芝居プレゼンテーション法)

伝えたいことを分解し、その項目ごとに要点を整理して
A4判程度の白紙に大きな字でキーワードを書き（出来れば手書き）
ホワイトボード（90センチ×180センチ）に10枚程度で貼りながら話す方法。
「プレゼンテーション法」と呼ばれているが「思考整理法」でもある。



KP法の一例

©川嶋直

■参考：プレゼンテーション手法例（KP法）

■KP法の基本技術

- 1 セット＝10枚程度（最大15枚）
- 1 セット＝3～4分で話す
- 1 セットにはひとつの話
- 要点を絞って書く
- 出来れば手書きで
- 使う色は3色以内
- 1行10文字最大3行

- 貼るレイアウトも事前に考えて
- 1枚ずつ話しながら貼る
- 聴衆の様子を見ながら使わないセットは捨てる（状況に応じて編集）
- 聴衆が多い場合は上段2段まで使い
- イラスト・ピクトグラム推奨
- 直前に作成（することも出来る）

■KP法の弱点

- 大人数対応が難しい（方法はあるが…）
- 字が汚い人には向かない（ワープロで印刷すれば良いのですが…）
- 風に弱い（特に冷房の風には注意）

■パワーポイント・プレゼンテーションの弱点

- 寝る（部屋が暗い、講演者が動かない）
- 情報量が多すぎる（配布用資料と投影用資料とを作り分けていない）
- パワーがない（パワーポイントなのに…）

参考資料

以降は、全国（他地域ブロック）共通のパワーポイントデータです
コミュニケーションやプレゼンテーションについて
整理されていますので、こちらもご参照ください

■ コミュニケーションとは



コミュニケーションとは

伝え手と聞き手の双方向の交流により、
「意思」「感情」「思考」を相手に意思伝達を図るプロセスで、
良い関係・相互に理解できる関係になること。

コミュニケーションはキャッチボール！

相手次第で、投げるボールも投げ方も変える
「ボールは言葉」「投げ方は伝え方」
誰に向かって、どんな言葉を、どのように伝えているか？

コミュニケーションはドッジボール？

如何に相手の弾に当たらないか？如何に相手を倒すか！！
(こんなコミュニケーションをしていませんか？)

■コミュニケーションの6つのスキル

①会話力

自分の情報を正確に相手に伝え、かつ相手の情報を的確に認識する

②表現力

シナリオの組み立て他、表情、しぐさ、道具を上手に使いこなし、演出する

③論議力

相手の意見を深く理解し、自ら表現するシナリオを構成して、聞き手に届くように話す

④文章力

相手の立場、状況等を考慮して、やさしい言葉で短く、はっきり、具体的に書く(話す)

⑤マナー力

相手に感謝の心や尊敬・誠意を持ち、その心を伝える

⑥デザイン力

コミュニケーションの場の、空間、時間、関係性全体をデザイン(構成)する力

■プレゼンテーションとは



プレゼンテーションとは

準備

自分の意向、アイデア、計画等を**整理**し、

実施

単数あるいは複数の人に分かりやすく**提示**し、

成果

その内容について**理解・納得**してもらう行為

何故伝わらないのか？

- ・ 情報が整理されていない＝何が要点なのかわからない
- ・ 情報量が多すぎる＝「多いほど薄まる」
- ・ 自分の言葉になっていない＝伝えるパワーがない
- ・ 聴衆との関係が出来ていない＝最初に関係を作る工夫を
 - ▶ 「**整理して・少なくして・自分の言葉で・関係を作って**」

■プレゼンテーションとは“伝える技術”



“伝える”ための重要なポイント I

情報＋その意味 をセットにする。

何なのか？＋ 何故なのか？



“伝える”ための重要なポイント II

言っただけでは、伝わらない！

- | | |
|------------------|-------------------|
| ・聞いたことは忘れる | ・言ったことは忘れられる |
| ・見たことは覚える | ・見せたことは覚えてもらえる |
| ・やった(体験した)ことはわかる | ・体験させたことはわかってもらえる |
| ・発見したことは活(応)用できる | ・自ら発見したことが、身につく |
| (伝えられる側からの視点) | (伝える側からの視点) |

伝わるための、あらゆる工夫を！

■ プレゼンテーションのテクニック

① 服装

見た目の第一印象は重要。その場の雰囲気や状況を考慮しつつ、好印象、デザインや色の服装、装飾品を上手に活用する

② 視線

相手の目を誠意を込めて見つめ、強い関心を持っていることを印象付ける

③ 表情

相手に少し微笑みかけながら、胸を張って堂々と、自信を持って伝える

④ 身振り

(ボディランゲージ)

相手の関心を掴み、飽きさせないためにも、身振りや、ジャスチャーなど、活用する

⑤ 声の大きさ

(抑揚)

大きな声ではっきりと、短い言葉で抑揚をつけて話す

⑥ 熱意

相手に伝えたい、理解いただきたいという強い思いを持って話す

■合意形成とファシリテーション



合意形成を図るための留意点

会議などの場で、
様々な利害関係者の考えや思い、意見等を
常に中立・公平な立場で引き出し、
討議の流れや手順、時間を管理しながら
意見を調整・まとめ上げる “機能” が重要

☞ ファシリテーション

その機能を “担う者” を配置することが必要

☞ ファシリテーター

■合意形成とファシリテーション



ファシリテーションのポイント

- ① **合意形成の意図と目的**を明示する
- ②参加者一人ひとりの**招集（参加）意図**を明示する
- ③**本音可言える雰囲気**を常につくる（演出する）
 - ・社内参加者で行う場合は、
上司・部下の関係性を断ち切るようにルールづける
 - ・他人の話を見批評・批判しないことをルールづける
 - ・知識のある人、経験のある人、発言力のある人に
発言が偏らないようにする
- ④何について、どのような**方法**で、どのような**時間配分**で
討議するのか指示する
- ⑤あいつち等を頻繁に入れ、相手の**話を上手く引き出す**
- ⑥話を最後までよく聞き、**ポイントをつかむ**
- ⑦討議の内容を**振り返り**、プロセスと結果を整理、**共有**する