

<夢(ドリーム)プラン・プレゼンテーション>

ドリプラ・マニュアル

<プレゼンテーション>

【感動と共感のプレゼンテーションの創り方】

[illegible]

ドリプラ世界大会では、20名の予選出場者が相互支援会において、「福島部屋」なるところで、プレゼンテーションの練習を行います。そこで、福島が話したすべての内容を書き起こし、まとめたものが本マニュアルです。

[illegible]

【はじめに】

■プレゼンターとは

自分は、誰なんだろう？生まれてきた意味は、何だろう？と、すべての人が大なり小なり、悩んでいると思います。

プレゼンターは、それを真正面から受け止めて、自分の理想を追い求め、自分らしさを貫いて生きている憧れの人たちです。

すべての人の心に灯をつけながら、プレゼンターは夢に挑戦していくのです。

■プレゼンテーションとは

「社会に貢献する夢を描き、他人に共感していただくことで、自分が生きている真の価値を見出すこと」

■プレゼンテーションの成功と失敗

夢の発表会である「夢（ドリーム）プラン・プレゼンテーション（略称・ドリプラ）世界大会」はこの8年間で、北海道から沖縄まで、さらに海外を含めるとこれまでに200回以上開催されています。

ドリプラはノウハウが公開され、どんな地域でも、会社でも、学校でも、主催を名乗り出る人がいれば誰でも開催することができます。

ドリプラを通して、私は一回のプレゼンテーションによって人生を変えた人々にたくさんお会いしてきました。

それまで、どうしたら夢が実現するかわからなかった人やまったく支援者が見つからなかった人が、プレゼンテーションによってそれらの課題を一気に解決して、夢を実現していったのです。

私はプレゼンテーションによって、誰でも思い通りに人生を変えることができますと思っています。

どんなに素晴らしい夢を描いたとしても、人は一人ではその夢を実現することはできません。足りないものがたくさんあるからです。しかし、その足りないものを集めることができれば、どんな夢でも実現することができます。

そのために大切なことは、自分の夢や思いを伝えるプレゼンテーションです。

プレゼンテーションが成功したか失敗したかは、プレゼンテーションが終わった瞬間にわかります。

まず、失敗した場合は、たいてい次のようなことを言われることでしょう。

「〇〇さん、やりたいことはわかりますが、あなたはマーケティングのことをどれほど理解しているのでしょうか？また、営業の経験はありますか？まだまだ解決しなければならない課題がいっぱいあると思いますが」

あるいは、次のように言われるかもしれません。

「〇〇さん、いったい資金調達はどうしようと思っているのでしょうか？この内容では、資金を集めることはとても無理だと思いますよ」

これらのように、プレゼンテーションに失敗すると、相手は客観的に評価をするだけになってしまいます。他人ごとにしてしまうのです。

一方、プレゼンテーションに成功した場合の相手の反応は、次のように正反対になります。

「〇〇さん、あなたはマーケティングや営業のことをまだ何もわかっていないんでしょう。良かった！私はマーケティングの専門家です。どんな相談にも乗りますよ！営業の専門家も知っていますから、紹介させてください！まだまだ課題がいっぱいあるかもしれませんが、心配いりません。一緒にすべて課題を解決していきましょう！」

あるいは、次のように言われるかもしれません。

「〇〇さん、資金が足りないんでしょう。私に少しでも支援させていただきませんか。そして、私がまずこの商品の最初の購入者になります。そして、まわりの人にも紹介させてください。是非、この夢を実現しましょう！」

つまり、プレゼンテーションの成功とは、相手が共感して一緒に行動するようになることです。それは、人の心を動かすことです。

そもそもプレゼンテーションの目的は、自分に足りない経営資源を集めることにあるのです。

人の心が動くためには、説得や説明ではなく、感動と共感が必要になります。人は、説得されてもやる気になることはありません。仕方なく行動するだけです。そもそも同じ体験や概念を持っていない人を、説得や説明で納得させることはできないのです。相手が行動するためには、感動と共感が不可欠です。

私はこれまでプレゼンテーションの研究を30年間、取り組んできました。その結果、人の心を動かすプレゼンテーションは共通体験をすることに尽きると確信しました。

そして、それを誰もが体得できるイベントにしたのが、ドリプラです。ドリプラにおけるプレゼンテーションの大きな特徴は、以下の3点にあります。

- (1) 制限時間は10分間
- (2) 説明禁止、最高の価値を物語で伝える
- (3) あきらめない理由がある

今までのプレゼンテーションとは、かなりおもむきが違っていると感じる方もいるかもしれません。しかし、わずか10分間で、説明せずに、相手との人間関係をまったく変えてしまうのですから。それどころか、そのプレゼンテーションを聞いた人の中には共感を超え、感涙する人もたくさんいます。

わずか10分間で共感者を生み出すこのノウハウは、新しく会社を創る時だけでなく、社内で新規事業を始めたり、業務改善提案をしたりする時や事業提携の提案、お客様への営業活動、さらには、地域の活性化で仲間を集めたり、学校でも卒業式に卒業生全員が夢を語ったり、するなど、様々な場で活用されています。

このドリプラのプレゼンテーションのノウハウを公開することによって、世界中が夢と勇気と笑顔でいっぱいになる一助となれば幸いです。

【第1章】 ドリプラのはじまり

■感動と共感のプレゼンテーション大会

私は、大学を卒業後すぐに会社を創りました。ある会社に就職したのですが、自分が本当にやりたいことが何なのかわからず、1日目に辞める決意をしました。

一度すべてを捨てて、何のために自分が生まれ、自分の夢は何なのか？とことん考えてみたかったのです。

その後、悩み抜いてなんとか見つけた夢をまわりの人に語ると、誰もが同じことを私に言いました。

「そんな夢、福島にできるわけがない。そもそも3日も仕事を続けることができないあなたに、何もできるはずがないでしょ」

私は、どうしたら自分の夢が伝わるのか？

自分のことを応援してもらえるのか？

どうしたら誰もが応援してくれるプレゼンテーションができるのか？

自分の思いを伝えることができなかった経験から、プレゼンテーションが私の人生のテーマの一つになりました。

その後、私はずっと、すべての人の夢が叶うプレゼンテーションの大会はできないだろうかと考え続けてきました。

そんな時、たまたま岩手県から起業家向けの連続講座（「岩手起業家大学」）を開催したいというお話をいただきました。私はその時とても興奮しました。

岩手県の人たちがみな夢を持ってワクワクするようになったら、きっと全国の地方の人たちもワクワクしながら生きていくことができるようになるようなのではないだろうか。岩手県にも、夢を持っている人や夢を持ちたいと思っている人たちがたくさんいるはずだ。その人たちと夢を一緒に実現しよう。「夢の国・岩手」を創ろう！

半年間に渡る講座でしたが、私はその主任講師としてプログラム内容はすべて任せていただき、その起業家講座の最終回に発表会を開催することにしました。

そして、その連続講座と発表会を10年間にわたって、岩手県の支援のもと開催することができました。

その後、その活動が他の地域でも認知されるようになり、島根県でも同じような「しまね起業家スクール」の主任講師を務めさせていただくことができるようになりました。さらに、全国から起業家セミナーの講師として、お招きいただくようになりました。

私は、こうしてプレゼンテーションの在り方を追求していくうちに、すべての人たちが未来に向けてワクワクする夢を持ち、それらを助け合いながら実現しようとする社会を創造したい、そのための象徴的な夢の発表会をどうしてもやりたい、と思うようになりました。

参加したすべての人たちが、夢を持って生きるということのすばらしさを、同じ空間で一緒に体験して、心の底からワクワクした気持ちになり、「夢を持って自分らしく前向きに生きたい」と思っただけで帰ることができるような夢のイベントです。

しかし、それは簡単なことではありませんでした。

まず、「体験型のプレゼンテーション」とはいても、一般には誰も見たことがありません。私は東京でもセミナーなどを開催していましたが、そのような夢のイベントを開催するのは初めてです。

短い言葉で、わかりやすく表現しようと思っただけで始めたのが、次のようなキャッチコピーでした。

「説明禁止、参加者がみな涙を流す感動と共感のプレゼンテーション」

やっぱり、意味がわかりません。

どうして、自分が知らない他人の夢を聞いて涙を流すのか？

そもそも、どうして他人の夢を聞くために参加費を払ってまでも人が集まるとは思えない。つまり、人が参加する理由がないのです。

しかし、私の中には一つ確信を持っていたことがありました。

人間が最も見たいものがここにある、ということです。

つまり、人間が最も見たいものというのは、「夢に向かって挑戦する人の姿」だということです。小説でも、テレビでも、映画でも、そこに登場する人のことを直接知らなくても、夢に向かって困難を乗り越えていく登場人物の姿に、誰もがワクワクすると思います。誰もが夢と勇気と笑顔に溢れるようになるでしょう。

オリンピックなどのスポーツでも同じことが言えると思います。夢に挑戦し続けるスポーツ選手の姿は、私たちに無限の勇気を与えてくれるのです。

夢に向かって困難を乗り越えていく人間の姿を見ることができるイベント。誰でも発表者になることができ、誰でも参加することができる、夢のイベントです。

第一回は、東京、岩手、島根から、九名の発表者が集まって開催することができました。三人ずつ、休憩をはさみながら発表することになっていました。

その最初の三人が終わって休憩に入った時、会場から最初に泣きながら出てきた観客が言ってくださいました。

「こんな感動、耐えられない・・・」

ドリプラは、だれでも発表者になることができるだけでなく、地域や会社を元気にしたい、と思っている人であれば、だれでも主催者になることもできます。また、スタッフとしてかかわることで、人の夢を応援しながら自分の夢を見つけ出すこともできますし、なによりもドリプラの体験を通して、たくさんの夢の仲間ができるようになります。

その結果、たくさんの協力者のおかげもあり、2007年に始まったドリプラは、北海道から沖縄まで全国50か所で開催されるようになりました。さらに、中国、ベトナム、タイ、ウガンダなどでも開催されています。

本当に感謝しかありません。

■ドリプラで夢を叶える

<夢を叶えられる人になる場>

- ドリプラは、人生を変える場です。ここから自分が理想とする人生が始まります。
- ドリプラは、人とつながる人になる場所です。全国に、夢の仲間ができます。
- ドリプラは、夢を叶える場ではなく、どんな夢でも叶えられる人になる場です。プレゼンで話した夢を叶えなければならない場ではありません。どんな夢でも叶えられる人になる場です。夢を叶えられる人になれば、どんな夢でも叶えることができるようになります。
- ドリプラは、夢の実現を応援しあう本当の仲間ができる場所です。何もないところから道を切り開く生き方を身に付ける場所です。自分が学び、輝いていくことで、回りを輝かせていく場所です。

●人が夢を叶えるのは、自分と同じ思いを他人が共有していくことです。夢を共有し、一緒に困難に挑んでいく真のパートナーを見つけ出す場がドリブラです。

●難しい夢ほど、ドリブラが必要です。そもそも夢に可能性はありません。可能性は人が創り出すものです。そしてその可能性が高くなるほど、夢はどんどん実現していくようになります。未来をより良く変えるために必要なことは、可能性よりも、社会性と、そこに挑戦する人の存在です。

＜人が一番見たいもの＞

●人間が一番見たいもの・・・？それは夢に挑戦する人の姿です。なぜ、人は他人の姿を見に行くのでしょうか？それは、自分も生きる勇気が湧くからです。困難に挑み続けている人の姿は、人々の心を震わせ、思いに共鳴し、同じ行動に駆り立てます。それが共感者です。

＜遠慮なく夢を語ろう＞

●会場の人々との一体感というのは、とても大切です。それは同じ感動体験によって実現します。

●遠慮なく、やりたいことの素晴らしさを伝え、見ている人々の皆さんに、届けてください。

●みなさんが堂々と遠慮なく、大きな夢を語ることは、多くの人に大きな勇気を与えます。

＜ドリブラは、すべての人が成長する場＞

●ドリブラは、プレゼンターだけでなく、支援者も、運営スタッフも、悩み、考え抜く中から、誰もが気づき、学び、成長し、感動を生み出していく場所です。そのために…ドリブラのハードルはとて高くなっています。

●一人では乗り越えられないから、仲間がいるのです。ドリブラは、困難を、力を合わせて乗り越えていくところです。そこにこそ、一人ではできないことやわからなかったことを学び、気づき、仲間と共に助け合い成長できる感動があります。そして最後は、みんなと感動の涙を共有することができるのです。

●ドリブラの体験で得たことは、これからの人生で大きく役立つはずです。

■ドリブラの3大テーマ

〔 自立・創造 〕

どのような環境に置かれても

自由に夢を描き、努力によって
それを実現できる

〔 感動・共感 〕

夢に取り組む自らの
姿勢と社会的価値によって
必要な経営資源を集める

〔 相互支援 〕

信頼と支援によって、
無限の可能性を発揮する

■ドリプラの不思議について

●なぜ、見ている人々は感動の涙を流すのか？

人が最も感動するのが、夢に挑戦する人たちの姿です。プレゼンターの本気の姿に感動しない人はいません。さらに、ドリプラの会場全体が感謝で満ち溢れた空間であり、鳴りやまない拍手の中、すべての人々が涙を流します。

●なぜ、プレゼンターは多くの人々の前でも動じないのか？

当日までに、毎日のように開催される相互支援会を通して、自分の限界を超えて、考え尽くし、とことん準備をします。その過程で、どんな困難が降りかかってきたとしても、誰に何と言われようとも、やり抜く決意ができるようになっているからです。

●なぜ、プレゼンターの夢が実現できるようになるのか

その理由は、三つあります。

第一に、共感と感動によって、まわりの力を自分に集めることができるようになります。

第二に、自分の力でどんな状況からも道を切り開く自立型の姿勢が身につきます。

第三に、支援会を通して、一生涯の真のパートナーができ、さらに、全国にドリプラ仲間ができるからです。

●なぜ、ドリプラは急速に全国に広がっていったのか

ドリプラには、プレゼンターだけでなく、そこに関わるすべての人々をワクワクさせるノウハウがあります。そのノウハウは、公開されており、誰もが自由に使うことができます。それによって、どんな地域でも、業界でも、だれでも開催が可能なのです。

●なぜ、ドリプラにかかると全国に仲間ができるようになるのか

ドリプラのテーマの一つが「相互支援」です。自分が相手を支援するほど、相手からも支援されるようになります。そして、それは国内外のどの地域・業界のドリプラに参加しても、みな自然に相互支援をする関係ができています。この相互支援の世界観があれば、戦争もなくなると信じています。

●なぜ、ドリプラの主催者やスタッフは、どこでも最高の笑顔なのか？

すべてのスタッフが相互支援によって、つながっているドリプラの世界では、誰もが、自分の存在価値を実感することができ、自然に最高の笑顔になるのです。

●なぜ、ドリプラは制約条件がたくさんあるのか？

夢とは思いつりにならない環境の中で結果を出すことです。制約条件は、今までにないものを考え出して、自分の概念を超えていく必要があります。つまり、制約条件は成長条件なのです。

誰でも、どんなに厳しい環境に置かれたとしても、必ず道を切り開くことができます。困難を乗り越える体験をすることで、自分の無限の可能性に気づくのがドリプラです。

●なぜ、市場性ではなく、あきらめない理由が必要なのか

売れそうな商品・サービスだから始めるのではなく、自分の使命として始めるからこそ成功するのです。夢は、どんなに市場性があると思って始めても、思い通りにならないことが続くものです。その時、多くの人があきらめてしまいます。ですから、どんな困難に出会っても、自分だけのあきらめない理由が必要なのです。

●なぜ、相互支援会を開催する必要があるのか

自分の限界を超えるためであり、一生涯の真の仲間をつくるためです。一人ではできないことを、まわりの力を集めることで実現する体験をするためです。

●なぜ、ドリプラでは、賞金が出ないのか？

ドリプラは、人が成長する場です。自分の力で資金を集めることができるようになることが、何よりも大切なことだと考えます。資金に限らず、何も無いところからはじめることもあるでしょう。そこで大切なことが、いかなる環境からでも道を切り開くことができる自立型人材になることです。

●なぜ、ドリプラでは、見ている人々までが「メンターシート」を書くのか

夢は、まわりの力を自分に集めることで、その実現の可能性は飛躍的に高くなるからです。

●なぜ説明禁止なのか

夢の価値に共感してくれる真の支援者（共感者）を集めるためです。

●なぜ一人で伝えなければならないのか

その方が難しいからです。これも制約条件の一つです。しっかり練習して、しっかり準備をしておかなければなりません。それができれば、その後のさまざまな状況の中でも自分の力で乗り越えていくことができるようになります。

●なぜ、数字を示すことができないのか

ドリプラでは夢の可能性を数字で示すことはできません。真の共感者を集めるためには、価値に共感してもらうことが必要です。可能性に人を集めるのではなく、価値に共感する人を集める。たとえ始めは可能性がないと思われるような夢でも、その価値に共有する人がたくさん集めることができれば、その可能性は高くなります。

●なぜ、動画を使うことができないのか

これもまた、その方が難しいからです。伝える内容によっては、動画を使うことで臨場感は強くなるでしょう。しかし、動画を使わずにその臨場感を伝えることができれば、プレゼン力を飛躍的に高めることができるようになります。

●なぜ、事前録音の音声は使えないのか

これもまた、その方が難しいからです。本番での自分の生の声で、伝えるためには、それなりの練習をしっかりとやっておく必要があります。自分の力を信じ、自分の力でやり向いていくことが必要になります。その努力は、プレゼン力を高めます。

■相互支援・仲間

＜一人では乗り越えられない壁を乗り越える＞

●夢を持つことは、自分で壁をつくっていくことにもなりますが、ドリプラの仲間がいれば大丈夫。みんないつだって一人じゃない。ここでは、どんな困難も自分たちの成長の糧にしかありません。

＜自分の本気を試す場＞

●ドリプラは、一人では本気のつもりでも、ここに来るとまだまだ本気じゃなかったことが思い知らされる場所。その意味で、本気の仲間が集まるところは、誰もが自分の限界を超えることができます。本気とは、自分がまだ本気じゃなかったことに気づくことなのです。

＜自分の限界を超えるメンターシート＞

●ドリプラの3つのコンセプトの一つが相互支援です。

相互支援とは、・・・

ドリプラでは、発表者に対して、すべての見ている人々が応援のメッセージを送ります。それがメンターシートです。

発表会では、参加者全員にも重要な役割があります。つまり、参加者は発表者のために貢献するということです。1人の発表のために参加した社員全員が「メンターシート」を書いて渡します。

書き方にも細かなルールがあります。「メンターシート」には、励ましの言葉だけでなく、「私は〇〇さんのために、〇〇をします」という形式で書きます。社員総会などで、参加者が千人いれば、発表者は千枚の「メンターシート」を受け取ることができることになります。それだけで、感動して涙を流す発表者もいるくらいです。

そして、発表内容に関して、どれほど課題があったとしても、それだけの「メンターシート」を受け取ることができれば解決の糸口が必ず見つかるはずです。

こうして一人では実現できないことでも、観客全員が支援することで、足りない経営資源を集めるキッカケができるようになります。

発表者は、このメンターシートを読み返す度に、勇気が湧いてきます。メンターシートは一生涯に渡って、発表者を支援し続けます。それは、まさに人生の宝物です。

●支援者と一緒にプレゼンテーションを創ることで、自分でも想像できないくらい成長します。発表者の誰もが、自分の限界を超えることができるようになります。

＜人は、自分が生きる勇気をもった人を支援する＞

●人間が一生懸命生きていることを体験できる場がドリプラです。自分の生き様を、人は見えています。それを見て、支援するかどうかを決めています。

＜競争相手は昨日の自分＞

●ドリプラに勝ち負けはありません。一緒になって支え合って走っていきます。自分が努力をして、準備をしてきたとしても、もっと準備をしてくる人がいます。そんな仲間たちと一緒に努力することで、自分の努力が足りないことに気づくことができるでしょう。

仲間は常に自分の見本であり、応援し、学ぶ対象でしかありません。競争相手は他人ではなく、昨日の自分です。勝ち負けではなく、すべての人の夢が叶う社会を創ることができるようになると思います。

■ドリプラで成長する

＜ドリプラは過程にあり＞

●ドリプラのすべては過程にあります。発表会がすべてではありません。今日一日、この一瞬がすべてであり、これからの人生がすべてここにあります。

だから、発表会は最終目標ではありません。発表会は、気がついたら通過しているところです。発表会の次の日からまた新しくこれまでのすべてを糧にして進んでいきましょう。

＜仲間とともに自分を超える＞

●夢を持って、行動を始めると、いろいろなことが起こります。乗り越えていくためには、仲間が必要です。仲間と一緒にそれらを一つ一つ乗り越えていきます。その仲間を創るのがドリプラ、見つけ出すのがプレゼンテーションです。

■制約条件があるほど人は輝く

＜共感を生む制約条件＞

●以下の3つの重要な制約条件について解説いたします。

＜1＞発表時間は10分間以内

＜2＞すべての映像と音楽はオリジナル

＜3＞発表者は一人、その場で口頭で伝える

＜１＞発表時間は１０分間以内

１０分間という制約条件があることで、知恵とアイデアを出し切って、伝えたいことを明確にし、徹底的に絞り込むことができます。価値を明確にすることができるのです。

また、わずか１０分間という時間で伝えることで、見ている人々は集中してその世界観を体験することができます。つまり、いつでもどこでも、プレゼンテーションを見せることができるようになります。そして、わずか１０分間で、相手との人間関係がまったく変わります。

こうして、１０分間で相手との人間関係を変えることができようになります。

＜２＞すべての映像と音楽はオリジナル

その制約条件を乗り越える努力が、共感につながります。それは画像や音楽の作り込みに関しても同じです。自分が努力をして一所懸命に撮った写真は、その思いが伝わってきます。

音楽も、自分の努力によってオリジナルで作成することで、本気の思いが伝わり、共感を得ることができるようになります。また、オリジナルであれば、既存作品ではないため、著作権に関係なく、いつでもどこでも誰にでも、広く多くの人たちに伝えることが可能です。

＜３＞発表者は一人、その場で口頭で伝えます。

そのためには、なんども練習して、しっかり準備をしておかなければなりません。それができれば、その後のさまざまな状況の中でも自分の力で乗り越えていくことができるようになります。

【第2章】 プレゼンテーションの心構え

■自分らしく輝く

＜自分らしく自分を輝かせる＞

●これからどう生きていけばいいのでしょうか？

何を目指して、何のために生きるのでしょうか？

どんな風に毎日を過ごしていけば、毎日が楽しくなるのでしょうか？

どうすれば、自分の人生を輝かせることができるのでしょうか？

本当の幸せは、どうすれば手に入れることができるのでしょうか？

プレゼンテーションとは、それらを明確にすることでもあるのです。

●プレゼンテーションを創りあげるのは、人が幸せになる未来を描くことであり、プレゼンテーションを人に見せることは、自分も他人も幸せになるスタートなのです。

●夢に正解はありません。どんな夢を持とうが、自分らしくなることしかできません。夢を実現するために、いろんなことを考え、試行錯誤する過程で、自分らしくなっていくことができます。そして、自分らしさとは、その人の最高の魅力です。

●プレゼンターを目指す理想の自分は、今のプレゼンター自身の中にいます。自分の中にいる、理想の自分に気づくこと、それがプレゼンテーションなのです。

＜夢の実現の可能性は、自分が創り出すもの＞

●夢に可能性はありません。その夢に向かう人が可能性を創り出すのです。

夢を明確に描くことで、1%可能性は高まります。人に話すことで、さらに1%可能性は高まります。ネットで調べれば、さらに1%可能性は高まります。それらを元にして、夢をより具体的にすれば、さらに1%可能性は高まります。

プレゼンテーションの準備をすることは、可能性を高める努力をし続けることに他なりません。そもそも夢に可能性は関係ありません。それは、後から人が創り出すものです。予測は、外れます。努力は、実ります。

夢に可能性あるかどうかよりも、夢に挑戦する人の魅力が可能性を高めるのです。自分に足りない経営資源を集められる人間になること。他人から応援される人間になること。夢の可能性は、その夢に関わる人によって変わるのです。

●夢の可能性に人を集めるのではなく、夢の社会性に人を集めるようにしましょう。それこそが、本当の意味で夢の可能性を高めるのです。

●今日一日の努力によって、自分の未来が変わります。

＜夢に挑戦する過程こそが自己実現＞

●プレゼンテーションで大切なことはまず、自分が幸せになっておくことです。プレゼンターが、まず一番幸せになるとは、どういうことでしょうか？

それは、自己実現です。

ゴールのイメージを明確に描きましょう。そこに向かっていく状態が、夢に挑戦しているということであり、その過程の時間こそが、「自己実現」なのです。自己実現とは、目標を達成した瞬間のことではなく、目標の達成のために努力している過程の時間そのものなのです。

つまり、それはどんな困難があろうとも、あきらめずに挑戦し続けている状態です。「あきらめない」とは、結果が見えない中で努力を続けているということであり、その「あきらめない」時間が「自己実現」なのです。それは、気づきと学びと成長の時間です。

●どういう状況であっても、人はそこで輝くことができます。どんな厳しい環境であったとしても、そこで人は幸せになることができるのです。それは、夢を持ち、夢に挑戦しながら生きることです。

●物事は思い通りにしようとするほど、上手くいかなくなります。自分が学び成長しようと思うと、すべてがありがたく、感謝に変わります。こうして、プレゼンテーションを通して、最強の自分を創り上げるのです。

●私たちは、プレゼンテーションをつくる過程において、日々、自分が魅力的な人になっていくことができます。それは、夢に向かってあきらめずにどんな困難をも乗り越えて行く、誰もが憧れる姿でもあるのです。

●プレゼンテーションの制作過程において、大切なことは、人としてどれだけ成長できるか、成長し続けられるかです。

＜サラリーマンこそ夢を持とう＞

●すべての経営資源がそろっている

起業家と違い、サラリーマンはあらゆる経営資源を持っています。

会社の経営資源が使えます。使える資金の大きさは個人の場合と比べて桁が違います。会社が培ってきた技術やノウハウを使えます。会社のネットワークが使えます。信用が使えます。イメージが使えます。話ができる上司がいます。相談できる仲間がいます・・・。

個人で始める起業家よりも、はるかに恵まれた環境でスタートすることができます。もちろん、求められる結果も大きなものかもしれませんが、やる気になれば何でもできるのが、サラリーマンだと思います。

しかし、社内には、社会とは違うもう一つの壁があります。仕事が忙しすぎて

他のことを考える時間がなかったり、なかなかわかってくれない上司がいたり、これまでの慣習が風土になっていたりしているかもしれません。

とはいえ、すべては自分の努力次第です。どんな大きな会社で働いていたとしても、未来は自分次第でどのようにでも変えることができます。

幕末の時代、坂本龍馬は封建社会の中で、しかも脱藩して何もないところからスタートして新しい日本を創る大きな役割を果たしました。坂元龍馬は自分よりも力のある人たちに夢を語り続け、その人たちを動かしたからこそ、歴史に名を残すような偉業を達成することができたのだと思います。坂元龍馬は当時、プレゼンターとして極めて高い能力を持っていたのです。

つまり、自分がどのような状況に置かれていたとしても、目指していることがどれほど大きな夢であったとしても、プレゼンテーションによってまわりの力を自分に集めてしまえば実現することが可能になるのです。

社内の壁を乗り越えて行けるかどうかは、まさにプレゼンテーションによって決まると言ってもいいでしょう。

本当の壁は、「無理」と思い込んでいる自分の心の中の壁だけなのですから。

■一回のプレゼンテーションに人生を賭ける

＜プレゼンテーションで人生が変わる＞

●一番自分が表現したいことを、いかに自分らしく相手に伝えられるかが問題です。そしてそれは、人生を変えるキッカケになります。

●本書では、夢を描いてプレゼンテーションする人たちを称して、「プレゼンター」ということにします。

プレゼンターは誰でもなることができます。能力や経験、やる気などには一切関係ありません。誰がプレゼンターになったとしても、最後には感動と共感を与えることができるようになります。

プレゼンターはプレゼンテーションを作るというよりも、発表日までの過程で、自分自身を人間的に大きく成長させることができます。

●プレゼンターは、とことん自分と向き合うことになります。自分にとって大切な価値観は何か、最終的に目指すことは何か。他人や社会とどのように関わり、どのような人生を送りたいのか。そして、なぜ今、ここにいるのか・・・。

それは、自分を見つめ直し、過去を受け入れ、自分のすべてを賭けて、未来へつなげていくことです。

プレゼンターは、自分自身を深掘りして、迷いのない状態になるまで考え続けます。こうして悩めば悩んだ分だけ、人間としても成長します。

●その結果、自分なりに導きだした自分らしい生き方、働き方は、その後の仕事に対する取り組み方を変えるほどの影響を持つことになります。そして、そこから生まれた理想の世界観、プレゼンターにとってまさにワクワクする感動の物語に溢れたものになるのです。

こうしてできあがってきたプレゼンテーションは、参加者の心を震わせ、観客は感動と共感に包まれるようになります。

<一回のプレゼンテーションで人生が変わる>

●一回のプレゼンテーションで人生が変わります。一つ一つのプレゼンテーションの機会を、「この一回のプレゼンテーションで、自分の人生も、社会の未来も変わる！」と思って、魂を込めて取り組みましょう。これからの自分の人生、社会の未来がすべて変わると思って。

そもそも、私たちは人生を賭けようと思っても、思わなくても、今日出会った人と、どのような会話をするかで、その後の人生が変わっていくのです。

■見ている人の想像を越える準備

<動じないのは、準備ができているから>

●ドリプラのプレゼンターは、みんな堂々としています。その理由は、そこまで準備ができているからです。

どんなにたくさん見ている人々がいようが、どんな状況であろうが、関係ありません。実際、突然プレゼンテーションの機会を創っても、その場で最高のプレゼンテーションができます。むしろ早くみんな見て欲しい。早くみんなに聞いてほしい。そう思えるようになっています。

そこまで自分と向き合い、悩み尽くして、迷いのない状態になっているからです。

<ゴールイメージ>

●ゴールイメージを明確に見据えていれば、今置かれている状況や感情に振り回されず、どんな困難も乗り越えていくことができます。

プレゼンテーションにおけるゴールイメージとは、プレゼンターが話している最中から、ざわめきが起こり、歓喜の声と嗚咽する声が交錯して会場に響き渡り、終了直後には、会場が一斉にスタンディングオベーションとなる。舞台を降りると、名刺交換の行列ができて、資金などの足りない経営資源を提供する真のパートナーが見つかると同時に、その日のうちに、1年以上先の予約まで取れてしまう・・・ような状態です。

<プレゼンテーションのレベルは、仕事のレベル>

●ある商品をつくりたいと思った人がいました。その人はその商品を発砲スチロールで作りました。一枚の写真を撮るためだけに商品をつくったのです。

その努力が見ている人々に伝わります。

●プレゼンテーションのレベルは、その人の仕事のレベルです。その人がどれだけの準備をして、どんな思いで仕事をするかがわかってしまいます。この人の作る商品は、このくらいのレベルでこのくらいの価値があるんだということが、勝手に伝わってしまうのです。

それはとても素晴らしいことだと思います。なぜなら将来の信用がプレゼンテーションを通して得られるのですから。

●映像に出てくる細部を徹底的に詰めていきましょう。一枚の画像にどこまでこだわるかで、その人がどこまで本気かが伝わってしまいます。プレゼンターが、仕事をする時は、どこまでこだわって良いものを創るのがわかってしまうのです。つまり、将来その人が仕事をするとき「ここまでこだわってやるんだ！」ということを画像一枚で伝えることができるのです。

<相手の想像を超える。まさかここまで！>

●「ここまで準備したのか…これはすごいね…」というくらいの姿勢で取り組むと、人はその人の姿勢、心のあり方に感動する。

●「ここまで考えたんだ！」「ここまで悩んだんだ！」「ここまでやったんだ！」努力次第で「ここまで伝わるんだ」、と見ている人々を驚かせましょう。

見ている人々の創造を超えるのです。

「まさかここまで！」と、言わせちゃいましょう！その時、人の心は震え、感動し、「応援したい」という思いになります。

●究極のこだわりはすでに、プレゼンターの中にあります。真剣に考え続けることで、その「こだわり」は勝手に発揮されるようになります。そして、オリジナルの作品、芸術となっていくのです。その意味では、自分の芸術作品を見せるのが、プレゼンテーションであると言ってもいいでしょう。

<他人に勇気を与えるプレゼンテーション>

●人は誰でも、いろいろな体験をしています。うれしいこと、楽しいこともあります。悲しいこと、苦しいこともたくさんあるでしょう。プレゼンテーションは、そのような人々の思いを代弁し、未来の幸せな姿を描き出すという役割もあるのです。

●夢に挑戦するプレゼンターは、その生きる姿で世界中の人たちに勇気を与え

る存在です。

＜最高の人生を描き切る＞

- プレゼンテーションは、最高に輝く自分の人生、そして理想の社会を描き切ることです。それは、自分と社会の未来を変えること、そのものです。
- 本気の思いに溢れたプレゼンテーションは、人の人生を輝かせ、魅力的な社会を創る珠玉の名言集といってもいいでしょう。

■理屈よりも本気が伝わる

＜本気の思いを言葉にする＞

- プレゼンテーションを見ていて、いつも私が思うことがあります。それは一見どんなに作り込んであるプレゼンテーションであったとしても、「もっと本当に伝えたいメッセージがある気がする」「魂の叫びみたいな、溢れ出るものがある気がする」ということです。
- やりたいことがある、という人には、直接的な必要性以上に、もっと深い思いがあるはずです。それを掘り下げて、その思いを誰にでもわかる言葉に変えるのです。
- 多くの人が、どこかで自分をセーブしているものです。もしかするとそれは、何かをあきらめているのか、自分の弱さを隠すためなのか、または伝え方がわからないだけなのか……。遠慮することなんかまったくありません。
- 格好つけるほど、うまく伝えようとするほど、中途半端になってしまうことがあります。それは、自分らしさがわからなくなるからです。

そうではなく、本気の思いが、勝手に言葉になり、勝手にこだわりになる。うまく伝えるよりも、自分のこだわりを見せつけましょう。

「理解してもらえない、感動させるんだ！」

＜伝わるとは、相手が行動すること＞

- 残念ながら、理屈は人には伝わりません。人は、理解できたら行動するのではなく、共感したら行動するのです。人は理屈で動いているのではなく、心で動いています。私たちの心はみな、つながっているのです。
- 自分の本気の思いが相手に伝わり、共鳴します。中途半端な思いだと、中途半端にしか伝わりません。しかし、本気ならば、本気が伝わります。ですから、本気だけしか、人の心を動かすことはできないのです。伝わるとは、相手が勝手に動くことです。

<本気は伝えようとしなくとも、伝わる>

●自分が「使命」と思った夢、自分の人生観とつながっている夢を見出した人は、迷いなく本気になってその夢に向かっていくことができます。

「うまくいかなかったらどうしよう？」という不安な思いはなくなり、「うまくいくまでやろう！」「うまくいったらどうしよう！」とワクワクしています。その夢に向かう本気の姿が、プレゼンテーションを通して人々をワクワクさせるのです。

●言葉一つ、表情一つ、どんなに小さなこと一つ取り上げても、本気の姿を見せることができます。むしろ本気の人、周囲にそれを見せようとしなくても感じさせてしまうでしょう。本気は勝手に伝わるものです。

■自分の限界を超えて成長する

<時間は有限、使い方は無限>

●何でも期限があります。人生にも、期限があります。しかし期限の中で、できることは無限です。一時間は有限であったとしても、一時間をどう過ごすかは自由ですし、一時間でいくつもの知恵やアイデアを出すことも可能です。

つまり、時間は有限であったとしても、そこでできることは無限にあるのです。何気なく一日を過ごしたりするのではなく、今日が人生最後の日と思って、一日一日を大切に過ごしていきましょう。

<手法は100万通り>

●どんな状況でも、そこでできることは100万通りあります。

●行き詰るのは勘違いです。手法が無限にあるので、人は行き詰ることはできません。

●手法は変えても、目的は変えないことが大切です。

<自分の限界を超える>

●プレゼンテーションは、単に資料や画像を創ればよいというものではなく、自分自身の究極を目指して創っていくものです。

今までであれば、「このくらいでもう充分だ！」「これが限界だ！もう無理だ」と思ったとしても、そこからさらにこだわって創り込んでいくのです。それまでの自分の限界を超える体験を通して成長し、どんな夢でも実現できるようになることが大切です。

自分の限界を超える体験は、なによりも感動に満ち溢れたものです。

●プレゼンテーションを創る過程で、大切なことがあります。それは、「自分に

言い訳をしない」「自分に遠慮しない」「やると決めたことをやり抜く」ということです。この経験は、これからの仕事、そして人生に必ず役に立つようになります。

●忘れてはならないこと、それは、どんなに完成したと思っても、それ以上に、もっと素敵な映像がある。もっと素敵な言葉がある。もっと素敵な自分になれる、と思い続けることです。大切なことは、自分を止めないことです。

●プレゼンテーションに完璧はありません。もちろん、ビジネスも同じです。「安心」ということは、ビジネスの世界にはない概念です。そこにあるのは、「安心」ではなく「感動」です。そして「感動」は、無限にあります。だから努力と成長を楽しむ。人が困難に挑む姿が、生きる姿が、社会や未来に対する勇気になります。

●プレゼンテーションに完璧はありません。永遠に、完璧はありません。どんなに完璧にできたと思っても、人間がすることはすべて改善することができます。ですから、改善、挑戦し続けていきましょう。

●究極の価値・魅力を追求し続けます。どんなに最高だと思っても、それよりも良いものが必ずできます。世の中に改善できないものはありません。今日の最高は、明日の最高ではないのです。

どんなに優れた技術も、効率の良いシステムも、わかりやすい言葉も、明日はもっとより良いものに変えることができます。どんなに最高のものでも、それは限られた世界、時間での話にすぎません。

■最高に幸せな生き方を身に付ける

●＜信頼とは、生き方＞

信頼を得るためには、何をやってきたか以上に、どんな生き方をしているか。プレゼンテーションではその人の生き方が勝手に伝わります。

プレゼンテーションの中で、社会の問題に対して、批判を繰り返せば、「あ～、この人は問題があると、他人のせいにする人だな・・・」と思われるでしょう。

そうではなく、問題に出会った時に、その解決を自分の出番にしてできることから行動している人は「この人は、必ず成し遂げるぞ！応援しよう！」ということになるでしょう。

＜人前に立つことは、生き様を見せること＞

●プレゼンテーションでは、画像だけではなくプレゼンターの心の中まで見られてしまいます。

「人前に立つ」ということは、自分のすべてをさらけ出すということに他なり

ません。話している内容以上に、自分の生き方が伝わってしまいます。

●「生き様」は、出そうとして出せるものではなく、隠そうとして隠せるものではありません。仕事も人間関係も全部そうなのです。その人の思いが出ます。生き様が出ます。電話対応にも、コピー取る時にもその人の生き様が出ます。

夢に向かってあきらめずに一生懸命に努力し続けていれば、勝手にそれは伝わってしまうものです。

●人前に立つということは、自分のすべてをさらけ出すことになります。そこに立っているだけで、その人の人柄が伝わってしまいます。舞台に立つということは、その人、すべてが伝わってしまっているのです。その人の生き様が勝手に出ています。

●立ち姿だけで、全部伝わります。何も話さなくても、そこにいて、見ている人々はその人の思いを感じています。ですから、悩む時は、大いに悩んでください。どれだけ悩んで、どれだけ壁を乗り越えてきたのかを、見ている人々は瞬間的に感じ取ってしまうものなのです。

<プレゼンテーションは自分の生き方の宣言>

●プレゼンターの姿勢は注目されています。どれだけの思いで、どんな準備を費やしてきたのか、どれだけ本気なのか。それが伝わると、大いに共感して興味を持ってもらえるようになります。

●100人の起業家がそれぞれラーメン屋さんをやったら、どうなるでしょうか？
まったく同じラーメン屋はできないでしょう。毎日、毎日、最高のラーメン屋さんを追求すると、勝手に自分らしくなっていくからです。

誰もが、真剣に考えるほど、自分らしくしかならないのです。それが、人を感動させるレベルになると事業になります。すべての人が自分らしくなることで、成功するのです。

●プレゼンターは、人生を賭けた挑戦をします。たくさんの人の前で、自分の夢を語ることは、自分自身にコミットメントすることです。

プレゼンターは、自分の限界を超える挑戦をする決意を語るようになります。それはもう、どんな困難があろうとも、どんなに大きな問題が降りかかってこようとも、ここから引き下がらない、もう立ち止まらないことを社会に宣言することです。さらにそれは、生きている限り最も大切な命の時間をそこに費やすということです。

つまり、プレゼンテーションとは、今この瞬間に、プレゼンター自身の最も大切な命を燃やしているということを、写真や映像で表現することです。

●夢を語ることは、自分の人生も、それを聞いた人たちの人生も変えることになります。そして、夢を語ることは中途半端では伝わりません。とことん自分と向

き合うことが必要です。

●人前で自分の夢を語ることは、自分自身への宣言である以上に、社会に対する自分の生き方の宣言であり、それだけの責任を伴うものでもあります。それはとても勇気がいることかもしれません。

けれども、それができるということは、とても幸せなことだと思います。その機会を得ることは、自分が生きている意味を実感することでもあるのですから。

<最も格好いい自分になる>

●見ている人々は、夢に挑戦するプレゼンターの生き方を見たいと思っています。プレゼンターが、どんなに素敵なのかを感じたいと思っています。それは、自分の生きる力になるからです。

●プレゼンテーションでは、自分が最も格好いい姿を見せます。格好いい姿とは、苦しかったこと、悲しかったことを、乗り越え、糧にして、信念を持って生きている姿です。

●自分が、恥ずかしいと思うこと、苦しかったこと、言えなかったことなど、自分の欠点と思っていることが、人とのつながりをつくります。その人の生き方に共鳴し、支援したくなるのです。

●プレゼンテーションをつくる前に、自分の生き方を決めます。これから、さまざまな問題が降りかかってくる。どんな問題が降りかかろうとも、すべてを乗り越える覚悟をしておきます。そのために、あらかじめ、どんな状況になろうとも、ぶれない軸を自分の中に創っておくのです。

●良いことは、わざとやるようにします。毎日、一番格好いい自分になりましょう。

●誰がなんと言おうとも、ぶれないように、自分の中にワクワクする言葉をいっぱい探し出しておきましょう。

●自分らしさを追求することは、自分の中にぶれない軸を創ることです。それを言葉にします。何があっても、この言葉の意味を生きていく、と決めると、それがぶれない自分の軸になります。つまり、それはポリシーを決めることです。

●そして、何よりも、プレゼンターが伝えたい夢を、その実現に向けて実際に行動していることが大切です。プレゼンター自身の生きる姿が、何事にも代えられない説得力なのですから。

●「やらされている」と思うことがあったとしても、「やっている」のは自分自身です。まわりが何と言おうが、最後にやると自分で決めてやっているのですから、楽しんで格好良くやりましょう。

●自分という最高の作品を見せましょう。最高の作品で魅せましょう。究極の作品は、自分自身ですから。あなたの中に、最も素敵なあなたがあります。

<成長とは、すべてに感謝できるようになること>

●以前、難病の子供たちの支援をしていました。その時、信じられないような光景を見ました。難病の子供が生まれたことに感謝している、ご両親の姿でした。とにかく愛に溢れていました。笑顔に溢れていました。それまでの私の思い込みがいっぺんに吹っ飛んだ瞬間でした。幸せは自分の心が決めているということに気づかされました。その子が生まれたことに、感謝できると、家族が幸せになるのです。

●人は、自分が悩み苦しんだ分だけ、自分らしくなり、人の役に立つことができます。悩んでいる時間は成長している時間です。

●すべての起きたこと、辛かった過去に、感謝できるようになった時、人は最も強くなることができます。

<自分の過去を他人や未来のために活かす>

●プレゼンターがたどった人生の出来事によって、人の心を癒したり、人に勇気を与えたりすることができます。

●プレゼンターのすべての過去が、人のため、社会のためにあるのです。

<プレゼン創りは、理想の自分創り>

●発表日までの過ごし方は、理想の毎日を送るようにします。

どんな行動をとり、どんな言葉を使い、どんな風に人と接するか、自分が考える最もなりたい自分になって過ごしましょう。一番カッコいい素敵な自分になっていいのです。

素敵な人になるということは、今、この瞬間に素敵になるということです。自分が最も過ごしてみたい日々を送ることで、最高の自分になっておくのです。

●瞬間、瞬間を大切にしていきましょう。すべての瞬間が、未来を変えています。これから人生を飛躍させ、輝かせる大きなきっかけを「今」つくるのです。

●日々の過ごし方が、商品・サービスに出ます。最高のものを創り出すために、どのような生活をするかを考えましょう。そして、それを今日から始めるのです。生き方がプレゼンテーションに出ます。

<夢はみんなで一緒に叶えるもの>

●自分だけの成功を追い求めたりすると、喜びは小さくなっていきます。たとえ一時、成功したとしても、そこに感動はないでしょう。あるのは、ただの満足にすぎません。心が震え、涙を流すような感動はそこにはないのです。

自分一人の喜びは小さなものですが、他人と一緒に味わう喜びは、その何倍も

大きいものです。感動は他人と共有すると、大きく膨らむのです。

●人に会うのは相手の夢を応援するためです。

100人の人が集まったら、お互いに相手の夢を応援し合うのです。自分以外の99人の夢を応援します。誰かが夢を語ったら、何が足りないかを見つけ出し、そこに自分の出番を見出すのです。その一方で、99人が自分の夢を応援してくれます。

こうしてお互いに、助け合うために人が集まると、100人の経営資源が共有できるようになります。そういう社会になれば、みんなが夢を叶えていくことができるようになります。競争は勝ち負けをつくりますが、すべての夢が叶い、人が幸せになるためには、競争ではなくお互いに支援し合うことが必要なのです。

【第3章】 どうしたら共感が生まれるのか —共感を生む二つのポイント

■共感者を集める

- 自分らしいプレゼンテーションを追求していくと、本当にすべての人の心を一つにすることができます。
- 共感者は、社会に貢献する夢を持ち、それを使命と思っている人のまわり集まります。
- 夢を実現する過程で、共感者を集めるのがプレゼンテーションです。プレゼンテーションを通して夢に挑む自分の姿を見せることができます。困難に対して、どんな風に考え行動するのかを目の前で見せることができます。
人が最も見たいもの、それは夢に向けて困難に挑む人の姿なのです。

<共感者は、真のパートナー>

- 夢を実現するためには、お金で動かない人を集めることが大切です。それこそが真のパートナーであり、共感者です。損か得かではなく、どんなにうまくいかない時でも力を合わせて困難に挑んでいくことができるのが、真のパートナーです。
- 共感者になりうる人々は、うまくいくかどうかよりも、一緒にやりたいかどうかを見ています。ですから、そういう人々の心を動かすプレゼンテーションをする必要があるのです。
- プレゼンテーションによって、見た人がみんな共感者になることを目指しましょう。

「この夢を是非、実現してほしい。そのためには、もっと応援が必要だ！自分の出番だ！」

うまくいきそうだから支援するという人は、共感者とは言えません。どんなにうまくいきそうもないことであっても、一緒にうまくいくまで苦勞するのが、共感者です。苦しい時こそ助け合える仲間が本当の支援者であり本物の仲間なのです。

<人が動くとは、人の心が動くこと>

- 説明や説得では、同じ体験、価値観を持っている人しかわかりません。それでも、説得をしようとすれば、反論されてしまうでしょう。多くの人は説得されそうな時、反対に、相手の欠点を探して反論するようになります。なぜなら、説得は、相手の否定につながるからです。

また、危機感で人を動かしたとしても、動かされた人々は次第に疲れていくで

しょう。さらにまた、同情で人を動かしたとしても、それは一時的なものにすぎません。確かに、同情でも人は動きますが、しかしそれでは、本気の人は集まりません。また、同情で人が動いたとしても一度きりで、その後は、多くの人が去って行ってしまいます。

人を動かすということは、単に行動させることではなく、人の心を動かし、ワクワクして自ら行動してくれるようになることです。

●人は、問題や課題を見せられただけでは、同じ気持ちにはなりません。それぞれがみな、それぞれ違う問題や課題を感じ、抱えながら生きているからです。ですから、いくら問題や課題を訴えたとしても、「それはわかるが、私も今はやらなきゃならないことがたくさんあって・・・」となってしまう。

●プレゼンテーションで目指すことは、危機感でもなく、同情でもなく、共感を生み出すことです。

プレゼンテーションは、夢の価値とあきらめない理由に共感し、一生の仲間をつくることです。

●プレゼンテーションは、それを見ている人たちが、「自分たちもそうになりたい！」と憧れるものであり、一緒にやりたくなるものであり、じっとしていられなくなるものであり、どうしても欲しくてすぐに予約を申し出てしまうものであり、聞いた時からその後の人生が変わるものです。

どんなに辛いことがあったとしても、それを一緒に共有し、たとえどんなにうまくいなくても、応援し続けたいと思われるものです。そういう共感を呼ぶものがプレゼンテーションなのです。

●プレゼンテーションの目的は、相手の心が震え、動き出すこと。相手が自ら行動するようになること。お願いしなくても、勝手に相手が行動してくれるようになること。苦しいほど、応援してくれるようになることです。

■誰もが自分の出番を見つけたくて事業計画書を見る

<プレゼンテーションと事業計画書>

●事業計画書は支援者が出番を探すために見るものです。

●プレゼンテーションを見て共感した人たちは、事業計画書を見たくになります。なぜなら自分の出番を見つけて応援するためです。

●プレゼンテーションで共感した人は、事業計画を細かく見て、自分の出番を探してくれるようになります。共感者は、プレゼンターの足りないところを見つけて、「自分の出番があった！」と、喜んでくれるのです。

●そもそもプレゼンテーションと、事業計画書はその役割がまったく違うのです。

プレゼンテーションでは、細かな説明は必要ありません。共感に徹して創り上げていきます。

一方、事業計画書は、できる限り緻密に創ります。それは夢を実現することを前提に細かなスケジュールも入った実施計画書であり、説明する必要がないものです。

なぜなら、プレゼンテーションに共感してくれた人々は、事業計画書をつぶさに見てくれるからです。そして課題を見出し、「応援できることが見つかった！」と喜んでくれるようになります。

つまり、プレゼンテーションは、共感者を生み出すためにするものであり、事業計画書は、共感者が自分の出番を見つけ出すためのものなのです。

事業計画書は、お願いして見てもらうものではなく、相手がワクワクしながら出番を探すために見てくださるものです。

プレゼンテーションを見て共感した人が、自分の出番を探すために見るものが事業計画書です。

プレゼンテーションと事業計画書、それぞれに明確な役割をつけて創ることが大切です。

<プレゼンテーションと事業計画書の優先順位>

●事業計画書は、詳細に作り込みましょう。

そのためにも、夢が明確でなければ、事業計画書を作ることができません。その意味でも、まずは最高の価値を明確にするために、プレゼンテーションの作り込みが最優先になります。

●人は共感によって動きます。人は共感した時、プレゼンターの欠点を探して出番にします。

■どうしたら共感が起こるのか

—共感が起こる2つのポイント

<共感はどのようにして起こるのか>

●人はなぜ共感するのでしょうか？

プレゼンテーションは、最も魅力的な自分、素敵な自分に気づき、それを表現することです。そして、それはすべての人の心の中にある本当に望んでいることを代弁することでもあります。その瞬間、相手もワクワクして夢を共有します。それが、共感です。

●共感するということは、同じ「思い」を共有し、同じ行動をしたくなることです。その際、大きな壁があるほど挑戦する意欲が高まり、力を合わせて乗り越え

て行きたくなります。

では、そのような共感はどうしたら起こるのでしょうか？

それは、理解してもらうのではなく、ワクワクさせることです。そのワクワクする気持ち起こさせるために必要なのが、「体験」です。

私たちは、共通体験があると、相手の言っていることを心底から理解することができるようになります。

しかし、そのような体験を、どのようにしてプレゼンテーションで伝えたらよいのでしょうか。

「夢」は、「理想」ですから今ここには存在していません。今、世の中にないものを体験することはできません。とはいえ、それでもできることがあります。それは、疑似体験です。

つまり、さも自分がそこにいるかのような物語の世界を、オリジナルの映像と音楽、そして語りで伝えるということです。

最も感動的なシーンを描き切り、その場面を誰もが体感できるように、できる限り五感で伝える工夫をするのです

＜二つの共感―「最高の価値の体験」と、「あきらめない理由」＞

●共感には、「夢の共感」と「人の共感」の二つがあります。それらは、どれだけ社会に貢献する素晴らしい夢を、どのくらい本気の人がやるのか、ということです。

「この人がやる、この夢を応援したい！」という気持ちになってもらうことです。

共感とは、体験によって生まれます。しかし、夢はまだ、現実にはありません。現実にはないから、夢なのです。それは、そもそも実体験できないものです。

しかし、実体験をすることができなくても、疑似体験ならばすることが可能です。たとえば、映画やドラマ、アニメなどの世界の多くは、まさに疑似体験の世界です。そこで私たちはさも主人公と同じ体験をして同じような気持ちになることができるのです。

そのためにはまず、夢が実現した時の光景をはっきりイメージすることが必要になります。

つまり、夢が実現した時に、社会がどのように変わるのか、誰がどのように幸せになるのかを、物語で伝えるのです。体験は、物語によって疑似体験することができるからです。

要するに、プレゼンテーションとは、夢が実現した時の疑似体験なのです。

■最高の価値の体験

<ビジネスとは、人が幸せになる世界観を創り出すこと>

●ディズニーランド、ゲストはみな、架空の世界を体験し、感動しています。現実にはない世界。働くスタッフ（キャスト）は、その世界観の住人として、違和感なく働いています。

世界観を描き切る、つまり人が幸せになるシーンを描き切ると、そこに新しいマーケットが生まれます。

自分らしい世界観を自分で理解し、描き出す。そしてそれを伝えていくのがプレゼンテーションです。

●ビジネスとは、商品やサービスを売るのではなく、自分が創り出す新しい世界観によって、人々に感動を与え、幸せにすることです。

●はじめにビジネスになるかならないか、を考える必要はありません。感動を与え、人を幸せにする世界観は、必ずビジネスになるからです。その意味でもまず、誰もがワクワクする世界観を描くことから始めましょう。

●遠慮なく自分ワールドを思いっきり、描きましょう！今まさに、日本を変えている、世界を変えている、と勘違いして進めることが大切です。

●世界観を描くことは、正解を探すのではなく、自分の感性で最高を創り出すことです。

●プレゼンターは、目指す世界観に身も心も浸り切って、自分の幸せな気持ちを伝えます。

●理想とする世界観の中に、みんなが浸り、同じ気持ちになります。観客は、このような体験型のプレゼンテーションを通して、プレゼンターと一体化します。

●プレゼンテーションとは、プレゼンターが目指す理想の世界を疑似体験することです。それは、プレゼンターにとっての「最高の理想の世界」です。その世界観が、プレゼンター自身を突き動かす夢そのもののなのです。

<最も伝えたいこと>

●夢は、価値が不明確だと実現しません。プレゼンテーションは価値が不明確だと伝わりません。

●価値とは、「人が幸せになること」です。価値を明確にすることは、人が幸せになるシーンを描き切ることです。

●どういう価値を伝えていくか？

本当に伝えたいことを伝えるということは、それ意外を排除していくということです。そして、伝えたいことを徹底的に絞り込みます。

本当に大切なものを、一つ決めましょう。伝えたいことはいっぱいあるかもし

れませんが、「一つだけ」と言われたら何を伝えるか？それこそが、一番伝えたい価値になります。

<機能の説明ではなく、価値の体験>

●プレゼンテーションに、機能の説明は必要ありません。誰がどのようにして、どのくらい幸せになるか。プレゼンテーションとは、その価値を伝えていくことです。最高の魅力や価値はどこにあるのか。それを明確に描くことが大切です。最も人が幸せになる最高のシーンを描き切りましょう。

●機能と価値の違いについて。

いくら機能が付いていたとしても、それが人を幸せにするものでなければ、お客様が購入することはありません。

プレゼンテーションで伝えることは、機能ではなく、価値です。価値とは、それは夢を通して、誰がどんな風に幸せになるのかを、具体的に示すことです。

たとえば、最近では携帯電話に様々な機能が付いています。たとえば、動画を見ることができる、というは機能です。しかし、それを見ない人にとっては、価値がありません。反対に、その動画を見ることで、ニュースや情報を得て、自分の仕事に役立てようとするれば、価値があることになります。

つまり、それは携帯電話を使って、自分の生活や仕事がどのように変わるのか、そのイメージがはっきりとわかるということです。

●「誰でも幸せになることができる」という生きる力を与えることがプレゼンテーションです。

<最高の価値の体験>

●プレゼンテーションとは、夢が実現した時、そこで起こる感動の物語の体験です。

私たちは一人一人が、それぞれ違う体験をして、違う価値観を持って育っています。それによって、同じ言葉を使ったとしても伝わり方が違ってきます。

たとえば、私は中学生の時に次のような体験をしたことがあります。その頃私は、卓球部に所属していました。たまたま、小学生の頃によく遊びに行っていた友人の会社の工場に卓球台があり、そこで遊んでいたことがきっかけで、中学生になった時に卓球部に入部したのです。

ある日、私の仲の良い友人から、「テニスをしよう！」と誘われたことがあります。彼はテニス部に所属していました。彼は、次にテニスが面白いスポーツであるかをいろいろと説明してくれました。しかも、何度も誘われるので、次第に私はうんざりしていきました。

私はテニスにまったく関心がありませんでした。なぜなら、あれほど大きなラ

ケットで、あれほど大きなコートで、あれほど大きなボールを打つよりも、小さなラケットで、小さなコートで、小さなボールを打つ方が、はるかに難しくてやりがいがあり、楽しいと思っていたからです。

しかし、私が卓球の楽しさをいくら話しても、彼は言い返してきます。

「あんな体育館の隅っこで、コソコソやる卓球なんかよりも、青空の下で伸び伸びやるテニスの方が楽しいよ！」

こうしてその時は、お互いにその楽しさを理解することができませんでした。

今までの人生の中で同じ体験を過去にしたことがある人は言葉でだけでも伝わるかもしれませんが、しかし、同じ体験をしたことがない人にとっては、言葉の説明だけでは限界があります。言葉だけでは、具体的なイメージができず、実感することができません。共通体験のない人に対しては、言葉に頼らず、体験してもらうことが必要なのです。ワクワクする共通の体験をすることで、同じ意識で行動することができるようになるのです。

では、そのような体験を、どのようにしてプレゼンテーションで伝えたらよいのでしょうか。

夢は、まだ今ここには存在していません。今、世の中にないものを体験することはできません。とはいえ、それでもできることがあります。それは疑似体験です。

つまり、さも自分がそこにいるかのように、オリジナルの映像と音楽、そして語りで伝えるということです。最も感動的な最高のシーンを描き切り、その場面を誰もが体感できるように、五感で伝える工夫をするのです。

夢が実現した時、そこで起こりうる最も感動的な物語を、誰にでもわかるように映像化して伝えます。それは、誰もが共感する感動の物語であり、夢の疑似体験です。それは体験型プレゼンテーションと言ってもいいでしょう。

●経験や概念の違う人たちにも伝わるプレゼンテーションとは、体験です。

●体験型のプレゼンテーションでは、ワクワクする最高の一日を過ごすシーン、商品を購入して幸せになっているシーンなどを、中学生の子どもたちが見てもわかるように伝えます。

●知識や経験のない人たちでも、誰もがその価値を体験できるようにします。そのためには、できるかぎり五感に訴えることが必要です。

なので、人が幸せになる最高の物語を創作し、それを映像のみならず、音楽も活用することで、今その世界にいるかのように伝えます。

●実現しようとしている夢、創造しようとしている商品やサービスによって、「実際にこんなにも、人の人生が変わるのか！」ということがわかるようにします。

●プレゼンテーションで一番大切なことは、最高の価値を具体的に描き切るこ

とです。

＜人が幸せになる最高の物語＞

●プレゼンテーションでは、人が幸せになる最高のシーンを描き切ります。

「もう、できているんだ！」「ここにあるじゃない！」と思わせてしまうくらいに。

●最高の価値とは、人が幸せになる物語です。

●観客が知りたいのは、仕組みよりも、どういう人がどういう風に幸せになるのかということです。人が幸せになる光景を見たいのです。そして、幸せな気持ちを共有したいのです。

●夢が実現すると、誰がどのような体験をして、どのように幸せになっていくのかを、物語で伝えます。すべての人たちが共感する物語をつくるということです。

●プレゼンターが考える理想の世界観を、遠慮なく描いて、その中にプレゼンターの伝えたい「思い」をしっかりと表現します。

●描いたら、遠慮せずに人に見せましょう。そして、何度も何度も、修正を繰り返します。わからなくなったら、遠慮なく人に相談しましょう。大切なことは、今までの自分の中だけで解決しようとするのではなく、今までの自分の「最高」を超えることです。

■あきらめない理由

さらに、より大きな共感を得るためには、もう一つ大切なことがあります。

人は、魅力的な夢を聞くほど、一方で「なぜ、あなたが？」と思ってしまいます。どんな人なのかを知りたくなるのです。その背景や、ここに至るまでの過程を、プレゼンターの価値観などを、もっともっと深く知りたいと思うのです。

そして、プレゼンターの背景や価値観がわかると、「なるほど！」と疑いがなくなります。いわば、見ている人が、腑に落ちる、納得することができるようになります。そして、心から応援したくなり、共感者になるのです。

それは、やろうとしていることと、その人自身とのつながり感です。それがあると、誰もが納得し、共感します。

人は、その人が描いた夢とその人の生き様の魅力に出会うことで、応援したくなるのです。

どんな困難や問題が起ころうとも、どんなに時間がかかろうとも、それらを乗り越えて、夢を実現することができる自分だけの理由を明確にします。

自分の過去の体験や感性、人生観と、これからやろうとしている夢をリンクさせます。支援者は、あきらめない理由がある人を支援します。

＜あきらめない理由＞

●あらかじめあきらめない理由を明確にすることで、自分があきらめなくなり、他人が応援したくなります。

●マーケットよりも、あきらめない理由が必要です。

予測は外れても、創造はできます。人を幸せにする価値があれば、そして困難を乗り越えて行く理由があれば、どんな夢でも実現することができます。

●現状がどうかではなく、自分がどうしてこの「理想の会社」を実現したいのかという自分だけの理由が必要です。

●置かれている状況は変わってもわっても、信念は変わりません。信念があれば、どんな状況に置かれているとしても、新しい世界を創りだすことができます。それは、とても難しいことかもしれませんが、信念を持っている人にとっては、難しいかどうかも関係ありません。

そして、信念はあきらめない理由を明確にすることによって生まれます。

＜迷いがなくなり、最強の自分になる＞

●自分の人生観と夢をつなげることができれば勇気が湧いてきます。そして、勇気が湧くほど、できるかどうかは気にならなくなり、迷いなく夢に突き進むことができるようになります。

自分自身と夢がつながっていない時、夢が実現するかどうかは気になってしまいます。しかし、成功が保証されている夢はありません。いくら考えても、いくら調べても、成功の保証は見つかりません。そうすると、動けなくなります。

それでも、勇気を振り絞ってスタートしたとしても、うまくいかないことが続くと、すぐに耐えられなくなり、やめてしまうことになります。

一方、はじめにあきらめない理由があれば、うまくいかないことから学び、そこからノウハウを積み上げていくことができるようになり、その結果、成功するので。

あきらめない理由を持つことは、始める前に成功の準備をすることなのです。

●過去がある人ほど迷わない

過去のつらい体験に、その人の使命があります。過去の辛い経験を忘れるのではなく、その経験から学び、社会に活かそうとすることで、そこに夢が生まれ、それは使命に変わります。

過去を受け入れることは、とても難しいことかもしれませんが、そのためには勇気が必要でしょう。しかし、その勇気が観客に勇気を与えることにもなり、そこに共感が生まれます。自らの過去を受け入れ、過去から学び、過去に感謝することが、共感となるのです。

●過去に意味を見出すことができると、人は強くなります。さらに、すべての起

きたことに感謝できると、人は最強になります。それは、すべての過去、すべての自分を受け入れることで無限に勇気が湧き起こってくるからです。

●勇気とは、過去を受け入れる勇気、夢に向かう勇気、生きる勇気、そして自分自身を受け入れる勇気です。

●過去の自分と、今の自分、そして未来の自分が、一直線につながった時、人は最高に輝くのです。その状態が、まさに自己実現なのです。自己実現とは、夢を持ち、迷いなく困難に挑んでいる状態です。

●それらがつながった時、すべての迷いがなくなります。辛そうな道が、自分らしい道に思えるようになります。進んでいく勇気が湧いて、ワクワクしながら進んでいきたくなるのです。

●自分自身をしっかりと振り返る経験は、その後の人生に大きな影響を与えます。何となく迷っている時間、何となく過ごしてしまう時間を、ワクワクする時間に変えることができるのです。

●プレゼンテーションというのは、未来の自分が幸せになっている最高の場面のことです。自分自身が、もっともっと幸せになっていくために描くのがプレゼンテーションです。

そのために過去が必要です。誰にでもいろいろな過去があります。人生すべてが順風満帆な人は、世の中に一人もいません。自分の過去を、未来と他人に活かそうとしていくことが、自分の存在価値になるのです。

<好きなことなら、誰よりも好きになる>

夢のきっかけは、好きというだけでもかまいません。なぜ好きになったのか、どのくらい好きなのか、何があってもあきらめないほど好きな理由を具体的な事例で見せましょう。

<夢と過去をつなげる>

●夢と自分の人生観をリンクさせる

人はあきらめる人を支援しません。なぜなら、その人の夢を応援するために、人を紹介したり、資金を提供したり、その他その人のために努力したことがすべて無駄になってしまうからです。支援者を見つけ出すためには、まずプレゼンターが、どんな困難があろうともあきらめない姿勢を伝えていかなければなりません。

どんなにつらくとも、やり抜いていける自分だけの理由を明確にしておきます。自分の過去が未来を創造すると言ってもいいでしょう。

●プレゼンターが目指す夢とプレゼンターの過去が繋がっているとわかると、「どうして、やりたいのか?」「なんでこんなにもこのことにこだわっているの

か？」という疑問が、「そういうことか！だから、これなんだ！」「この人は、だからあきらめないんだ」と納得できるようになるのです。

そのためには、プレゼンターの過去や人生観が、やりたい夢とリンクしていることが重要になります。やりたいことと過去がつながっていることを、具体的な体験事例によって伝えます。

＜リアルに再現する＞

●過去のさまざまな体験の中に、プレゼンター自身が気づき、感動したことがあったと思います。プレゼンター自身の中にある具体的な体験を、リアルに再現して、その世界に見ている人々を連れ去っていくのです。

●自分の過去の体験を通して、そこから何をプレゼンターは学んだのか、気づいたのか、そしてそこからどんなことを会場の人たちと共有したいのか。

自分が過去に体験した思いと、これからの夢とのつながりがはっきりわかるように創ります。

●プレゼンテーションのストーリーに感動した人は、それを実現しようとしている人に関心が集まります。どのような人なのか、なぜこのような夢を考えたのか、どうしてそこまで本気なのか、など、その背景にあるものを知りたくなるのです。

●夢の内容が魅力的でわかりやすいほど、それに取り組む人に関心が集まります。「どうしてやりはじめたのか？」「ここまでくるまでにどのような経緯があったのか？」ということを知りたくなるのです

●支援者が応援したくない人は、途中であきらめる人です。ですから、プレゼンターは、自分の人生観や過去に、その人だけのあきらめない理由がなければなりません。

●人が支援したい人は、あきらめない人です。どんなに悩んでも、すべてを糧にして、成長し、あきらめない姿は、周りの人に勇気を与え、ファンになってしまいうでしょう。

●プレゼンターの夢と、その人の生い立ちや人生観がつながっていて、まさしく人生を賭けていることがわかるということと、見ている人々は心を奪われてしまいます。

●自分と他人の心をつなぐのが「あきらめない理由」です。何かに挑戦する際、自分の中に「あきらめない理由」があれば、どんな困難でも乗り越えていくことができます。そして、他人はあきらめない理由がある人に共感し、支援者になっていただくことができます。

●夢に挑戦する過程では、次々と想定外の問題が起こります。予定通りに行くことは、ほとんどないでしょう。

どんなにすばらしい夢や企画であったとしても、現実挑戦してみると、予想外の壁が必ず立ちふさがっているからです。そして、その壁が高いほど、あきらめてしまう人が出てきます。せっかくすばらしい夢や企画であったとしても、あきらめてしまったのでは意味がありません。その壁がどんなに高くとも、乗り越えていかなければなりません。

つまり、人が共感し応援したくなるためには、その壁を乗り越えられる理由が必要なのです。自分が体験した出来事や、信念など、どんな壁が立ちふさがろうとも、やり続けられる理由を見い出しておくことです。

それが、なぜ実現したいのかという「あきらめない理由」です。

あきらめなければ、すべての失敗は糧になります。あきらめない理由が、現状と理想の間には必要です。それは、現在と未来をつなげるかけ橋なのです

<自己開示は、信頼関係を創る>

●共感、イメージよりも真実から生まれます

理想に向かって裸で挑む人に、人は共感します。自分の心を開きさらけ出すほど、相手の心も開くようになるからです。お互いの心が開くことで、そこから共感が起きます。

●自己開示が信頼関係をつくる

自分のこと、特につらかったこと、苦しかったことを人に話すことはとても勇気がいることです。そのためには、起きたことを受け入れる勇気、自分を受け入れる勇気が必要です。

そして過去を受け入れる勇気を湧かせるためには、その過去から学ぶことです。単なる知識以上に、自分が体験したことから学ぶことが、人生を変えるキッカケになります。

体験したことは、どこか心の中にずっと残っています。一生忘れることができない体験もあるでしょう。忘れようとしても忘れられないもの。特に、辛いことは、思い出すだけでもその時の気持ちがよみがえってきて、時間が経っても辛くなることもあるかもしれません。いつも心に引っかかって、気持ちが前向きにならないこともあるでしょう。

だからこそ、人生を変えるキッカケにするのです。その過去から学び、未来に活かすのです。それが人間としての真の成長になります。そして、その勇気が相手の心を開く勇気にもなるのです。なぜなら、人は勇気のある人に出会うと、自分も勇気が湧いてくるからです。

自己開示は、相手に勇気を与え、相手の心も開示します。

●夢を自分の使命と確認できると、自分を隠すことなくさらけ出す勇気が湧い

てきます。

●また、信頼関係を創るためには、まず自分が相手を信頼することが必要です。自己開示は、相手を信頼していることの意味表明でもあるのです。

●自分の人生を語るところで客観的にならず、さらけ出しましょう。自分の感情をもそのまま出すことで、見ている人々も一緒に疑似体験をすることができます。

自分をさらけ出すことで、観客と心と心が共鳴します。それは、自分が他人と心でつながる瞬間であり、大いなる感動です。

自己開示することは、自分にとっても辛いことかもしれませんが、思いを共有し、共感を得るためにはとても大切なことです。いかなる時でも勇気は、感動につながる。

要するに共感とは、あきらめない人の生き方に触れた時に湧き起こるのです。

私たちが最も大きな影響を受けるのが、自分と出会った人たちの生き方です。他人の生き方を見て、私たちは何かに気づき、自分の生き方を変えることがあります。というよりも、今の自分の生き方は、今まで出会った人たちから大きな影響を受けて、できてきたものと言っても過言ではないでしょう。

ですから、プレゼンテーションでは自分のあきらめない姿勢を見せることが大切になります。なぜ自分がこれをやり遂げたいのかを、自分の過去の体験や人生観と照らし合わせて、誰にでもわかるように伝えるということです。

「・・・過去にこういう経験があったからこそ、絶対にあきらめたくない」

「・・・私がこの会社に入社したのは、そのためになら人生を賭けてもいいと思ったからです」

「・・・これらが仕事を通して、私が気がついたことです。そして、この3つが私の信念になりました」

これらはもちろん、一人ひとり違った内容になります。大切なことはそれらが、その人だけのあきらめない根拠になっているかどうかということです。

私はこれらを、「あきらめない理由」と呼んでいます。

このように、どんな困難や問題が起ころうとも、どんなに時間がかかろうとも、それらを乗り越えて、夢を実現することができる自分だけの理由を明確にします。

自分の過去の体験や感性、人生観と、これからやろうとしている夢をリンクさせます。支援者は、あきらめない理由がある人を支援します。

この「あきらめない」ことは、夢を実現するための必須条件でもあります。す

すべての「成功者」と言われる人が、問題が起き続ける中で、成功しています。マーケットがあってもなくても成功しています。どんな人にも、問題が起きています。置かれる状況は誰もが一緒なのです。

つまり、成功の条件とは、その人間がどれだけ夢をあきらめなかったかということ以外にはないと言っても過言ではないでしょう。

最高の共感は、「感動の物語（疑似体験）」と「あきらめない理由」によって生まれるのです。

この二つをテーマにプレゼンテーションをつくり上げていきます。

■ 10分間で伝える

— 制約条件が共感力を高める

過去のプレゼンターは、ドリプラのプレゼンテーションは、「人間関係を変える魔法」「奥の手」「天下の宝刀」と言う人もいます。いざとなったらこれで勝負すると言っています。

今まで、いくら説明しても話を聞いてくれなかった人が、10分後には支援者になっているからです。

＜制約条件が、価値を明確にする＞

● 知恵とアイデアを出し切って、伝えたいことを明確にし、徹底的に絞り込む必要があるからです。

また、10分間ならば、見ている人々も気軽に、そして集中して聞くことができる時間でもあります。いつでもどこでもわずか10分間でプレゼンテーションをすることができれば、10分間後には、相手との人間関係を変えることができます。

● プレゼンテーションの時間はたった10分間。けれどそこに、人生のすべてをかけていくのです。人生をかけた一瞬一瞬が、10分間に凝縮されていきます。

自分の世界観、理想、夢、そして自分という人間。そのすべてがプレゼンテーションを通して、相手に伝わります。

● 10分間にした理由があります。一言一言、一画面、ワンカットが勝負になります。

限られた制約条件の中で、今あるそれが、本当に伝えたいことか、どうか。一瞬で勝負を決めるのです。

一画面のために、どれだけ努力をしたか、「まさかここまで！」と言わせるくらいまでやったのか。それは見ている人はすぐにわかります。

仕事やビジネスを始めた時も、同じことが言えるのです。制約条件の中でプレ

ゼンテーションを創り上げる、その努力が、将来必ず仕事にも活きます。「まさかここまで！」と言わせることができれば、どんな夢でも実現します。

夢は、お客様が感動すると実現します。それは、どんな業種でも、どんな職種でも同じです。プレゼンテーションで、自分の仕事の仕方を変えることができるようになります。

ドリプラは、自分の生き方、人生、未来を変えるところです。

●10分で人間関係が変わります。プレゼンテーションづくりを通して、魂を込めたからこそ、自分を越えたからこそ、たった10分間で、相手との人間関係が変えることができるのです。

●どれだけ多くの内容も、10分間で伝えられます。それは、理屈よりも、最高の言葉、最も幸せな気持ち、それらを極めて、人生を賭けて、一瞬に集中するからです。10分間で相手との人間関係を変えることができるのです。そうすることで、自分の人生の時間を最大限に活用することができます。

●わずか10分間をイキイキと感動的に伝えることができれば、「この人の仕事の仕方って素晴らしいなあ！」って思われようになるでしょう。そうすると、そこから共感が生まれます。

●10分間、限られた時間だからこそ、知恵とアイデアをたくさん出すことができます。制約条件の中で、成長することができるのです。

●10分間だと、最高のシーンを徹底的に絞り込むことが必要になります。わずか10分間では、すべてを伝えられないからこそその10分間。最高の価値を表現します。

●10分間で、写真は100枚前後を使います。多くのプレゼンターが、その100枚の写真のために、10000枚以上撮ります。一言一言、一枚一枚に人生を賭けて創っていきます。それによって、本当に人生が変わります。

<制約条件は、成長条件>

●ドリプラのプレゼンテーションのルールはとても厳しいものになっています。その理由は、厳しい環境の中で結果を出すことができるようになるためです。そうすれば、どんな環境でも結果を出せるようになります。

●ドリプラには、制約条件がいっぱいあります。制約条件の中で最高の自分になり、結果を出せる人間になることが大切だからです。

「自分が一番伝えたいことは、本当にこの言葉でいいのか？本当にこの写真がいいのか？自分自身のベストなのか？」

これらのことを、プレゼンターは否応なく自分自身に問いかけ続けることになります。だからプレゼンテーションをつくる過程で、どんどん本物に近づいていくことができるのです。制約条件とは成長条件です。

●なぜ、制約条件が多いのでしょうか？

ドリプラの発表を経験した人は、その後の仕事に対する取り組み方が自立型に変わります。

制約条件が、魅力や特徴を明確にします。そして、それを最も象徴的な物語にして伝えることで、その魅力が誰でもわかるようになります。制約条件が厳しいほど、本質が問われ、本物になることができるのです。

どんな仕事も簡単に成果を出すことはできないものです。制約条件が、自分の限界を超えて成長することができます。そこではいろいろな工夫が必要になります。それは、仕事の仕方そのものにも大きな影響を与えることでしょう。制約条件がたくさんある中で、成果を出すことを体験することで、自立型人材に成長する機会になるのです。

それは、本気とは何か、を体験することでもあります。それは、どんな困難も関係なくなることであり、すべてのことに感謝したくなることでもあります。

このように、制約条件は人を成長させます。「やる」と決めてしまえば、制約条件は成長条件になるということです。物事はどんな制約条件があろうとも、すべて自分の決意と努力次第で成果を変えることができるのです。

<人は制約条件の中でこそ輝く>

●プレゼンターは、制約条件を苦にしていません。人は制約条件のなかでこそ輝くことができるのです。

●制約条件は、人を輝かせます。

そこにあるのは、知恵を出し、工夫し、行動し続ける、あきらめないプレゼンターの姿です。制約条件があるということは、過去のやり方、常識的なやり方が通用しないということ。つまり、新しいやり方を探し出し、新しい考え方をしなければなりません。

その結果、他人が思いつかなかったこと、他人とは違う自分らしい感性が発揮されるようになります。つまり、その人らしくなるのです。それは、個性的になることであり、魅力的になることです。

その人の魅力は制約条件があることによって輝きだすのです。

【第4章】これが、共感を生み出すノウハウだ！

それではここから、具体的にどのようにして共感のプレゼンテーションを創り上げていくかを、解説していきたいと思います。

まずは夢を描くこと、そしてその価値を明確にすることです。

■まずは、夢を見つけよう

＜夢を持つことは、幸せになること＞

●挑戦する日々と人間関係の中に、幸せがあります。夢の実現の過程、つまりプレゼンテーションを制作する過程に、人間としての成長があり、気づきと学びという幸せがあるのです。また、プレゼンテーションとは、人と夢を共有することです。自分と同じ夢を他人と共有する。そこに大きな幸せがあります。

●夢に挑戦するということは、幸せになるということです。

そこにあるのは、充実感、感動、自己成長、仲間、そして、すべての人が生きている喜びを実感することです。

●夢が実現すると、どんなことが起こるのでしょうか。その一つは、感謝の手紙で郵便受けが開かない状態になることです。

つまり、人に感謝され、喜ばれ、人を幸せにすることで、自分も幸せになることが夢なのです。

●夢に挑戦することは新たな仲間との出会いを創り、人と人との幸せな関わりを創ることでもあります。人と人との関わりの中に、本当の幸せがあるのです。

●夢は、簡単に実現しない方がいいと思っています。その夢に向かう過程にこそ、成長と感動があるからです。ですから夢が実現した瞬間は、もう次の夢に向かう瞬間なのです。

●夢の10か条

【第一条】夢は、自分がどのような状況にあっても、自由に描くことができる

【第二条】すごいことだけが夢ではない。身近で些細なことでも、
すばらしい夢がたくさんある

【第三条】夢を描く時は、できるかできないかを考えないこと

【第四条】夢は、雰囲気を感じるほどまで、明確にすること

【第五条】まわりの人や社会に役立つ夢を持つ

【第六条】夢は、同時にいくつでも持つことができる

【第七条】常に、今日指している夢を、一つ以上は持っていること

【第八条】その夢を考えると、ワクワクすること

【第九条】夢とは、どんな困難を乗り越えても達成したいものであること

【第十条】 行動してこそ夢。行動の伴わないものは、幻である

＜夢の見つけ方＞

●人を幸せにすることは、すべて夢になります。そして、それを実現する手法は、どんな時でも100万通りあります。「行き詰った・・・」と思うのは、勘違いなのです。

●自分の過去の体験が、自分の夢になります。

私は、これまでの人生の中で、自分の体験をきっかけにその都度夢を見つけては一つ一つ実現してきました。自分が悩んだこと、困ったことを夢にしてきたのです。以下に、これまでやってきた主な事業を紹介したいと思います。

＜私の夢＞

○就職予備校

―何のために就職するのかわからなかったため、私はせっかく就職した会社を、わずか一日で退社する決意をしました。その体験をきっかけに、自分が社会の中でどのような役割を担うのかを考える事業を始めました。その後、この事業は当時の社員が引き継ぎました。

○感動ムービー

―何のために働くのかわからずに悩んだ経験を元に、「働くことは感動であり、人として成長すること」を映像で伝える事業を始めました。

○起業家育成

―私は23歳の時、資金もなく、何もわからないまま事業を始めましたが、何をやってもうまくいきませんでした。どうしたら事業が成功するのか、それを研究し、起業家を支援する事業を始めました。

○メンタリング（やる気に溢れた人材を育成する）

―人を育てることの難しさを体験したことで、どうしたらやる気になる人を育てることができるのかを研究し、そのノウハウを公開することにしました。

○最強の組織づくり（自立と相互支援）

―社員を増やすことで、社員の意識がバラバラになっていきました。どうしたら最高のチームを創ることができるのかを研究し、実践しながらノウハウを構築しました。それを活かして強い組織をつくる支援をする事業を始めました。

○夢（ドリーム）プラン・プレゼンテーション

―私自身が夢を叶える難しさを体験したことで、すべての人の夢が叶う社会を創るために、新規事業のプレゼンテーション大会を開催することにしました。開催ノウハウを無料で公開し、世界中を夢と勇気と笑顔でいっぱいにすることを始めました。

■夢を見つける9つのキッカケ

—「ファインドリーム」(<http://findream.info/>) 参照

<1>価値観系

—もともと好きなこと、得意なことを夢にする。

(例) 趣味のお菓子作りが近所で評判になり、お菓子作りの教室を開くことになった。

<2>体験系

—自らの過去体験の中から夢を見つける。

(例) 自分自身の起業体験や海外での起業家との交流体験がキッカケで起業支援の会社を立ち上げた。

<3>出来事系

—身近な出来事から夢を見つける。

(例) 職場ですぐに転職する人が多く、どうしたら、長く勤めてもらえるか行動しているうちに会社で第一号のキャリアカウンセラーになった。

<4>「夢」「志」系

—考えるだけでワクワクすることを夢にする。

(例) こどもの頃から音楽が大好きだった。サラリーマンを退職して時間ができ、忘れていた過去を思い出した。40年ぶりにバンド組んで、近くの福祉施設でライブをやっている。

<5>問題解決系

—社会に対する疑問、問題解決を夢にする。

(例) 学生のころに海外旅行に行き、まだ、水も満足に行き渡らない国があることを知った。今は、ある団体に入り、井戸掘りの技術を教えて今年で3年目になる。

<6>価値創造系

—すでにある仕事をより良くすることを夢にする。

(例) 人通りの少ない商店街の中にある1つのお店だが、周りのお店に声を掛け、週末に婚活イベントを商店街で主催したら、マスコミが駆けつけ、街が活気づくようになった。

<7>逆転系

—マイナスだと思っていたことが、夢に変わった。

(例) 人前に出ると、緊張してうまく話せなくて、外へ出るのも辛かった。でも、ある治療法に出逢うことができ克服できた。今は同じ境遇の人を助ける仕事をしている。

< 8 > メンター系

一人の出会いや言葉によって、夢が見つかった。

(例) 会社に新入社員として入社し、3ヶ月。何のために仕事をしているか分からず、上司に会社を辞めまうと言った。怒鳴られるかと思ったが、全部見透かされているように諭された。今は、後輩に自分がその上司のように接することができるように仕事をしています。

< 9 > 共感系

一会社の理念や他人の夢を自分の夢にする。

(例) 自分に夢がないことを悲観していた。しかし、今できることをやろうと、会社に貢献できることや友人の夢を応援することに決めた。今では、職場の雰囲気盛り上げたり、友人の相談に乗ったりすることが自分の生き甲斐になっている。

■人の心が動くリアルな疑似体験

●見ている人々は、プレゼンターと一緒に幸せになることを望んでいるのです。それを体験するために、集まってきてくださっています。ですから、見ている人々と一緒に幸せになる理由、意味を考え、提供するのがプレゼンテーションです。

●どんな夢でも、必ず人が幸せになっていくストーリーがあります。

< リアルな体験によって、人の心が動く >

●人はストーリー性があり、同じ思いを共感できた時に行動を始めます。

●「ここに行きたい!」「これが欲しい!」「これをいっしょにやりたい!」「これを支援したい!」と、思っただけのようにプレゼンテーションを創りましょう。

そこには、見た人が幸せになるシーンが描かれています。観客は、そのリアルな体験がしたくなるのです。

人は体験を疑似的に共有することで、その幸せな感覚を共有することができます。それをもっと、リアルに実感したいと思って、自ら行動を始めます。また、それをたくさんの人たちと共有したいと思って、支援者になるのです。

●リアルなものは、伝わります。映像に加えて、言葉の表現一つでも印象が変わり、共感を得ることができるようになります。

「これは大変です」→「もう誰にも、この苦しみを体験させたくない!」

「悔しいです」→「なぜ、もっとお客様のことを大切にしていなかったんだろう!」

●その商品を購入した人が、どんな風に幸せになるのか？

お店に来た人が、どんな体験をして、どのくらい幸せになるのか？

そしてその情景はどのようなものなのか？

その時のお客様の表情は？発する言葉は？

お客様が最も幸せになる素敵な光景を見せましょう。それは、見た人たちが、「私もそうなりたい！」と、心の底から思えるような光景を描き切ることです。

<未定ではなく予定>

●未定な部分を残さず、すべての予定を決めます。

6W4H1Dを決めましょう。

Why (なぜ), When (いつ), Where (どこで), Who (だれが), What (何を), Whom (誰に)

How much (いくらで), How to (どのように),

How many (どのくらい), How long (いつまでに)

Do (やるのか)

たとえば、「いつか、町の人たちが元気になる企画をやる」という場合には、「来年8月21日、市民会館にて、市民1000名（内、中学生・高校生500名）を集めて、ドリームプラン・プレゼンテーションを開催する。プレゼンターは、地元から6名を予定。説明会は、第一回1月16日、第二回2月5日、第三回は3月1日に行う・・・」といった具合に、できるかできないかを考えず、できたらワクワクするものを自由に描き切ります。

■感動の物語をつくる

<最高の物語>

●感動のドラマを創りましょう。その商品の最高の価値が伝わるように創ります。

説明では、伝わるようで伝わりません。伝えたつもりでも、相手が自分と同じ気持ちになっていなければ、伝わったことにはならないのです。

伝えるとは、相手が自分と同じ気持ちになることです。

●「一般的に」ではなく、「社会にとってどれほど大切か」をリアルに、丁寧に、見ている人の心に響くように表現します。相手の心に響いたら、その人はもう共感者です。

●新しいデザインを提案するのならば、全世界のパッケージのデザインがそのデザインになる。家も、飛行機も、電化製品も・・・

例えば、部屋の中を新しいデザインでコーディネートすると、家の中が目を見

開くほど素敵になり、そこに住む人、来る人が幸せになる世界を描き切ります。人々の心の豊かさを、新しいデザインによって叶えることができることを、体験していただくのです。

新しい街を創るのであれば、新しい最高の街を一周したような体験ができるように創ります。とにかく、その夢の最高のシーンを体験できるように。

元気な町を創りたい時は、元気な町ができると、その町ではどのようなことが起き、どんな生活が繰り広げられているのか、その町を訪ねた人がどんな気持ちになるのかなど、を事例で伝えます。

(例) =====

私がはじめてこの町を訪ねた時、すべての町の人が笑顔で「こんにちは！」と、声をかけてくれた。

家の前を掃除しているおじさんも、こちらを振り返って、手を休めて、「こんにちは」と、軽く会釈をしてくれる。

この町の人たちは、みんな知り合いで、仲良しだから、私が外から訪ねてきた人であることがわかってしまう。

「知らない人を敬う」という、この町の間は、隅々にまで行き届いている。通りすがりの店で、菓子を購入した時、隣の本屋さんの主人が、「ありがとうございます」と、笑顔で頭を下げた。

自分のお店に来たお客様ではなく。この町に来た人はすべてお客様なのだ。この町の人たちは、ここにきたすべての人を受け入れてくれる。

今まで探していた、自分の心の居場所がここにあるようだ。

小さな民宿に泊まったが、その1か月後、なんと旅館とお菓子屋さんが一緒に写った写真が送られてきた。

そこには、次のような言葉とともに。

「大好き〜！」
=====

というような物語を。わかりやすく表現します。

●地域の魅力であれば、風景や、食べ物といったもの以上に、「その地域にいる人たちが」一番の魅力なら、その地域の人たちとの出会い、会話などをストーリーにして体感してもらいます。

例えば=====

私が最愛の旦那と大喧嘩して、「もう死にたい」と思って、その地域へ行った時、その地域の人たちは、このような雰囲気、このような笑顔、このような素敵な対応をしてくれた。どのように生きる力を与えてくれるのか？

=====

<感動事例から感動マニュアルをつくる>

●「こういう時には、ここまでやる」

「このようなお客様には、まさかここまで！のサービスで感動していただく」

「こういう課題に対しては、全社員が一つになって感動的な対応をする」

そこを具体的に掘り下げて、事例として描いていきます。それらはそのまま、実際のマニュアルにもなります。プレゼンを創りながら、理想のマニュアルもできてしまいます。

その事例（マニュアル）を見た時、「これがやりたいことなんだ！」ってわかるようなレベルにまでしましょう。

・例えば、感動の旅館を描く場合＝＝＝＝＝

旅館の夕食に出てきたのは、普通の焼き魚。なのに、料理を運んできた中居さんは、「焼き魚です」って出さない。一言、うんちくを述べるのです。

「今日のアユはアユ釣り名人の田中仁兵衛さん 78 歳が、釣りました。仁兵衛さんは、最近では目が悪くなって一日に 3 匹しか釣らないんです。釣ったアユには名前が付けられております。太郎、次郎、三郎。今日あなたに召し上がっていただくのは、次郎です……。どうぞ、お召し上がりください」

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

もう、目の前の焼魚は、ただの魚じゃありません。他に代わりがない「次郎」になってしまうのです！

このように、プレゼンテーションの内容がそのまま「感動創造マニュアル」になるように描くのです。

●しっかりとテーマを決めて、ストーリーを構成します。

「何を伝えたいのか？」

「最も大切なことは？」

「プレゼンテーションが終わった後に、どんな気持ちになってもらいたいのか？」

「どんな言葉を覚えておいてほしいのか？」

「見た人が、家族や仲間にどのように伝えてほしいのか？」

●その商品・サービスの素晴らしさを伝えるためには、人の生き方が変わる、家族の関係が変わる、などの事例があるとわかりやすくなります。

人の人生が変わる、人が幸せになる光景を見ると、人は共感します。

●情景は会話にすると、イメージが湧きやすくなります。

< 13 歳の子供が感動する様に >

●プレゼンテーションの対象者のイメージは、13 歳の子供たち。その子供たちが感動するようなプレゼンテーションを創り上げます。

子供たちが感動するということは、物語が描き切れているということです。そ

れは、誰にでも感動を与えることができるレベルになっているということなのです。

●子ども向けの漫画は、なぜ引き込まれるのでしょうか？

人は、輝いているもう一人の自分になりたい（充実感、感動のある毎日）という、願望を持っています。憧れの自分、格好良くて、一番素敵な自分になりたいという願望があります。

「幸せな自分になりたい！」

自分が幸せになる疑似体験ができるものに、心が動くのです。

■物語の設定

＜特徴を一言でまとめる＞

●夢の特徴や魅力を、最も印象的に伝えられるキーワードを決めます。

お店の名前、コンセプト、象徴的なメッセージなど

「大丈夫ですよ！」

「ごめんなって」

「もう誰にもこの苦しみを味わってほしくない」

「秋田には、バスケがある！」

＜登場人物のプロフィールを描く＞

●登場人物の生い立ち、性格、ライフスタイルなどのプロフィールをできる限り具体的に決めておきます。伝える時は、その登場人物になりきって、自分が話し、伝えます。できれば、生い立ちや子供のころの体験などもみんな決めておきます。

○名前は—沙耶

○年齢は—25歳

○体型は—細身

○身長は—160センチメートル

○髪型は—ショートヘア

○表情は—無意識でいるとムスツとしているが、笑顔になるとクシャクシャ

○性格は—基本、わがまま。好き嫌いがはっきりしている。即断、即決で行動するが、勢いで始めてしまうため、失敗ばかりで落ち込むことも多い。しかし、立ち直りは早い。

○好き嫌いは—スポーツ全般、体を動かすことが好き。スポーツジムにも通っている。おしゃれなお店で、読書をすることも好き。しかし本は、漫画オンリー。好きな漫画のことを話し始めると止まらない。

○将来の夢は—漫画家、または空間デザイナー

○家族構成は—3兄弟。兄一人、姉一人の末っ子

- 子供のころの体験は一転んで背中に10針を縫う大けがしたことがある。
- 最も辛かった体験は一ずっと何でも言うことを聞いてくれたおじいさんが3年前に亡くなったこと
- 最も楽しかった体験は一憧れの漫画家と一緒に食事をしたこと

<最初の状況設定>

●最初の設定がわからないと、せっかくのストーリーに入り込めなくなります。情景設定は、あらかじめ初めての人がわかるように描きます。

ただし、できる限りシンプルに最小限の情報を提供するようにしましょう。詳しく描きすぎると、観客はすべてを覚えることができないため、かえってわからなくなってしまいます。

■感動の脚本づくりのコツ

<人生が変わる物語>

●ストーリーの中で、主人公の発言やメッセージが、出来事ともに変わっていくようにします。具体的に、どのような体験をして、どのように変わっていくのかということを、その世界観を描いて伝えます。どんな状況でも、そこから学び、成長することができる、決して終わりじゃないんだという確信、気づくことで自分が変われるんだという自信を伝えます。

●脚本は、意外性と、納得性が重要です。つまり、「次はどうなるんだろう？」というワクワク感と、今そこにいるかのような現実感が必要です。

●最後の落としどころ、結末をしっかり。そこに向けて、ストーリーが盛り上がっていくように創ります。

<全体の構成はシンプルに>

●全体の構成はできるかぎりシンプルにします。一か所理解できないところがあると、全体が理解できなくなってしまうことがあるからです。

しかし、プレゼンターは創っていくうちに、自分の頭の中では整理できているため、どんどん複雑になってしまう傾向があります。そして、複雑になるほど見ている人々は理解ができなくなっていくます。

<伝えたいキーワードをちりばめる>

●伝えたいキーワードを、全体にちりばめます。脚本の中で違和感なく、入れておくようにします。

<何度も作り変え続ける>

●脚本は、一度に完成することはありません。脚本の骨子を創ったら、人に見せます。語ります。そして、わかりづらい箇所を指摘してもらって、何度も修正しながら作り込んでいきます。

はじめはストーリーが長くなっても構いません。後で短くすることで、伝えたい要素を絞り込んでいくことができますから。

■起承転結をつくる

<起承転結について>

起承転結をストーリーに物語に取り入れることで、話がとても興味深いものになります。

起承転結とは、それぞれの漢字に意味があります。

「起」—物語の始まり。状況設定。

「承」—物語が推移する。深堀する。

「転」—新しい出来事が起こる。話の流れが変わる。

「結」—すべてが一つにつながる。物語の終結。

実際に物語に当てはめると、以下のようになります。

「起」—元気で明るい駐車場の管理人さん

「承」—荷物を持ってくれたり、傘を貸してくれたり・・・

「転」—突然、一週間後、辞めることに。

「結」—最終日、町中の人たちが集まり、駐車場は感謝の言葉で満たされた

<時間配分>

●10分間の時間配分がとても大事になります。伝えたいことをストーリーにしたら、どこにどのくらい時間をかけるのかを、秒単位で計算するようにしましょう。

■ストーリーをつくる心得

<感情曲線>

●見ている人の気持ちの変化を考えながらつくります。

はじめは・・・、

その後・・・、

最後は・・・、

感情の変化を曲線でイメージしながら、ストーリー全体の構成を考えます。はじめに、物語のストーリーの山場を決めておきます。プレゼンターの人生観と、夢の価値が重なる時、プレゼンのストーリーは最高の山場を迎えます。

＜見ている人々の気持ちの変化を創造する＞

- 基本、ストーリーは観客の立場から、観客の気持ちになって創ります。
- ストーリー創りは、見ている人々の心がどんなふう動くのか、変化していくのかをイメージしながらつくります。見ている人々がハラハラするようなストーリーほど、その世界観に引き込まれます。

「これから、どうなっちゃうんだろう？」

「このあと、どうするんだろう？」

「どうやって、この状況を乗り切っていくんだろう？」

観客は、問題や困難を、具体的にどうやって解決するのか、どんな風乗り越えていくのかを見たいのです。

- 見ている人たちと一体感が持てるストーリー構成を、見ている人たちの気持ちの変化を考えながらつくります。

「ここではこう、ここではこんな気持ちになってもらう」

＜山場を緻密に描き切る＞

- 最高の山場に、一番の労力を費やします。その一枚の写真に惜しみなく労力をかけます。
- 一番伝えたいところ、キメ（夢の価値）の部分がしっかりと表現され、できあがっていると、前後が締まり、内容にメリハリが生まれます。

＜夢と自分をストーリーの中でつなげていく＞

- ストーリーが重要であり、10分間の構成が大事になってきます。そのために必要なすべての材料（体験、思い、夢、最高の価値の判断基準・・・）は、プレゼンターの中にあります。
- 自分の素直な感情を大切につくっていきましょう。

辛かったことも、楽しかったことも、自分が感じたことは自分の中に基準があり、その基準に従って心が動いたことです。

過去のすべてが、夢につながっています。バラバラなようでもすべて繋がっています。それをプレゼンの中でストーリーとして繋げていくのです。

＜感情の動きをしっかりと描く＞

- ストーリーは見ている人が疑う余地も、考える余地もないくらい、明確に描き

切ります。その際大切なことは、感情の動きをしっかり描くことです。

●ストーリーは、順序立てて最初から作る必要はありません。

■テーマ構成の仕方

＜スタートシーンとラストシーンの関連性＞

●スタートシーンと、ラストシーンに関連性、つまりつながりを持たせると、プレゼンテーション全体に一体感が生まれます。

●自分が夢を見つけるキッカケが、大きな出来事や、辛い体験でなくてもかまいません。ただし、そのきっかけとそれまでの自分の人生観や、過去の体験がどのように関わっているのかを、具体的に繋がっていることが必要です。

例えば、「子供が真剣に野球をやっている姿を見て、夢の意味がわかった」とすれば、その時の自分の心の変化を詳細に表現します。

「子どもが野球を通して真剣になっていた」状況だけではなく、自分の過去の経験や心の中でしまっておいた思いを一緒に出します。それらがすべて、つながるきっかけが、その子供の姿であったことを伝えます。

「自分の子供が野球をしている真剣な姿を見て、一生懸命にこの瞬間を生きている姿がうらやましかった。そんな子供の姿に、自分がいままで何事に対しても、真剣に取り組んでいなかったことに気がついた。いままで、私には夢がない、何のために生きているのかわからないと思って苦しんできた。しかし、それは一生懸命に生きることを無意識に拒んでいただけだったのだ。一生懸命は大変なことだから、楽に生きていきたいと思っていただけなんだ。だから、人生を賭けるほどの夢が見つからなければ、一生懸命にやりたくないと思っていた。しかし、一生懸命にこの瞬間を生きている子供の姿は、まぶしいほどに輝いている。プロの野球選手になるという夢は、そう簡単には実現できないだろう。もちろん、子供もそれはわかっているはず。それでも、まずこの試合に勝つことを夢にしている。このバットでヒットを打てることを信じている。今、目の前の夢を信じている。その夢に向かって、必死に、今できることをやっている。その姿は、生きる意欲に満ち溢れている。人生を輝かせるということは、どんな夢であれ、その夢に向かって一生懸命に生きることそのものなんだ。夢は人生を賭ける大きなものでなければならないのではなく、日々、その瞬間を一生懸命に生きるために必要なものなんだ。夢は大きさに関係ない、夢はいくつあってもいい、そう考えると、生きる意欲が湧いてきた」

そして、その時の心の在り方を、わかりやすく短い表現にまとめます。

「夢は何でも構わないんだ！挑戦する気持ちが、生きる意欲になる」など。

それに対して、プレゼンターがどのくらい感動したか、そこから何を感じたか、

自分のどんな行動につながったかをリアルに表現します。

この場合、野球を通して、プレゼンターが子供から生きる意味（夢）や、大切なもの（宝物）を教わった体験をもとに、「子どもたちからもらった宝物」というテーマで、プレゼンしてもいいでしょう。

■推敲について

<文章は、何度も作り直す>

●文章作りは、センスよりも努力です。何度も作って壊し、作っては壊しを繰り返します。それによって、クオリティはどんどん高くなっていきます。

ある大手新聞社の編集者とお話した時のことです。とてもわかりやすく素晴らしい記事を書く方だなあと思い、そのような文章を書くコツを伺いました。

すると、何とも意外な答えが返ってきたのです。

「いや実は、私は文章を書くことが苦手なんです」

「え！でも、とてもわかりやすい文章ですよ。どうしたら、こんなにわかりやすい文章を書くことができるんですか？」

「どうしたらわかりやすくなるのか私にもわからないので、何回も、何回も、書き直すんですよ。誰が読んでも、わかりやすいって言われるようになるまで・・・」

私はとても驚きました。文章を書くのもセンスが必要だけど、何よりも必要なのは努力なんだ、ということを思い知らされた瞬間でした。

■つかみについて、共感の準備

●物語のはじめに誰もが感じていることからスタートしてもいいでしょう。

「こういう人っているよね」

「こういうことってあるよね」

「そうそう、私も同じ」

(例) =====

朝起きた時、頭がガンガンして顔をしかめた。

昨夜の深酒がまったく抜けていない。

こんな日は、会社に行きたくない。行かないですむ何か理由はないか？

昨夜から体調が悪くて・・・、家族が病気で・・・。

でも今日中に、やらなければならない仕事がいくつもある。

誰かにやってもらえないか・・・。

お客様に連絡をして、一日遅れることを理解してもらおうか・・・。

でも、いまさら何となくバレバレだな・・・。

仕方ない・・・それにしても、頭が痛い・・・。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

<物語の初めのつかみ>

- 最初のつかみから考えます。

まず一言目、何を伝えるか？

- ・もっとも、伝えたいことは何か？
- ・なぞかけのような質問から？

その一言で、見ている人々の関心度がまったく変わるとしたら、どんな一言を伝えるか。

スタートのつかみをどうするか？

みんなが注目して、おもしろく始まっていくストーリーとは？

- 誰でも関心を持って物語に入ることができるようにするのが導入です。

意外なところから入ってもいいでしょう。

「なんだろう、これは？」

<物語の中でのつかみ>

- つかみとは、「緊張」の中に「弛緩」を入れます。真剣な時に、落ちを入れる。

「待ちに待ったサンタが来た～！なぜか、軽トラックで・・・」

「これから、寒中水泳をやります。息を大きく吸って～、吐いて～。両手を大きく開いて～、太陽に光を全身で受け止めて～、もっと！もっと～！もっと、もっと～！まあ、そこまでやっても、寒いものは寒いですが・・・」

<言葉選び>

- 瞬間、瞬間に、自分の人生をかけた言葉を選んでいくことが大切です。

世界観を一緒に体感するのがプレゼンテーションです。

- 一枚一枚、一言一言、「これは凄いな～！」と思わせられるほど、人は物語に引き込まれ、見た人たちはみなファンになります。

- 言葉一つ一つに、自分の人生、魂を注ぎ込むのです。

- 日々、自分の心が反応する言葉を集めておく習慣を持っておきましょう。

自分が好きな表現、自分の座右の銘、好きな音楽の歌詞、以前、言われてハッとした言葉など。

<まさかここまで！思いを届ける>

- プレゼンターの思いを、思いきり遠慮なく、見ている人々に届けましょう。

- 徹底的に、小さなことまでこだわしましょう。

見えないところにまでこだわる。「まさか、ここまで！」と、言わせるくらいがちょうどいいです。

●「わかってくれるだろう／イメージしてくれるだろう」と、見ている人々に期待したプレゼンテーションは、伝わりません。そもそもプレゼンテーションは、プレゼンターの思いの、半分も伝わらないものです。はっきりと、誰にでもわかるように明確に伝えなければ、相手はわかりません。

●できる、できないではなく、こんなことをできたらいいよね、という光景を究極の形で描き切りましょう。

そして、自分にできるやり方、自分らしいやり方に落としていく。それは試行錯誤すること。正解はありません。自分らしくとことんやり抜くだけです。

●一番伝えたいことを絞り込んで明確にすることが必要です。伝えたいことが、多いほど伝わりません。いろいろなことを伝えようとするほど、プレゼンが難解になってしまいます。

「一番大事なこと、一番伝えたいことは何か？」

常にそれを自分自身に問いかけ続けることが大切です。

■ 1 画面、1 情報にする

＜一画面で人生が変わる＞

●自分自身がやりたいことを、一画面、一画面、こだわりを持って創り込みます。

●プレゼンテーションで出す一画面は、究極のものを目指します。

その究極のシーンには、どんな映像を出すのかを考えます。

＜画像は、1 秒で理解できるように＞

●画像は、1 秒で理解できるくらいがちょうどいいです。瞬間的に理解ができると、話に集中することができます。話を画像のイメージとともに、印象的に伝えることができます。画面の内容を考えさせないようにしましょう。

考えさせてしまうと、客観的になってしまい、同じ気持ちにならず、共感ができなくなってしまいます。その意味でも、画面に出す情報は、1 画面 1 情報がベストです。

＜情報は少ないほど伝わる＞

●情報は少ないほど、伝わります。伝えたいことを一つに絞り込みましょう。

一画面では、一情報に絞ります。写真は、一画面につき、一枚が基本です。

●原則、文字を出す必要性はありません。文字を出すと、見ている人々は読んでしまい、その間、話に集中できなくなってしまいます。

基本的に文字を出す必要はありません。出す場合は、瞬間的に理解できるキーワードくらいで充分です。それは一回のプレゼンテーションの中で、繰り返し出してもかまいません。そのためにも、見ている人々に何を残したいかを決めておきます。

<見ている人々に何も考えさせない>

●画面上に情報が多いと、その情報を見たらいいのか、見ている人が分からなくなることがあります。

例えば、絵の中に、何人も人が映っていると、見ている人は誰が主人公なのか、わからなくなってしまう。なので、一人をクローズアップするようにします。

主人公を丸で囲む、主人公以外をぼやかす、主人公に画像がフォーカスしていく、など・・・。

映像の基本は、見ている人に推測させないことです。無意識に見ているだけで、すべてがわかるようにします。

●話がシンプルでない場合、何を言っているのかわからず、聞いている人が考えて客観的になってしまうことがあります。

何も探させず、何も考えさせず、その世界観に、どっぷりと浸っていただくように作り込んでいきましょう。

そうすることで、プレゼンテーションに、誰もが自然と入り込んでいくことができるようになります。まさにそれが「体験型プレゼンテーション」です。

■ 1 画面に複数の情報がある場合

<会話のシーンは誰のセリフかわかるように>

●複数の人が会話している様子を画像で魅せる場合、誰が今話しているのか、わからなくなってしまうことがあります。誰のセリフか、誰の気持ちなのかが、わかるようにしましょう。

- ・それぞれの名前を、画面に入れる。
- ・相手の名前をあえて言う「〇〇さんの、こういうところがステキですね」
- ・笑顔で言っている人、落ち込んでいる人・・・、など、表情で違いがわかるように。

見ている人が一瞬で判断できないような場合は、セリフを言っている人だけの画像を出すようにするといいでしょう。

■写真の重要性

＜ないものを写真で魅せる＞

- その夢が実現した時、幸せになったお客様の表情を見せましょう。そこには、どのくらいの幸せがあるのかがわかるように。
- できるかぎり写真を使いましょう。写真は、なによりもリアルにその状況を伝えることができます。
- 伝えたいメッセージ、言葉の表現、写真のアングルなどを、とことん突き詰めていきます。言葉一つの伝え方、写真一つの見せ方で、その後の自分の人生が変わるのですから。

最も伝えたいことはこういうことだということが、一言や一枚の写真でわかるように。一つ一つに、意味をつけて、魂を込めて準備しましょう。

＜言葉よりも写真＞

- 感情の変化は、写真の人の表情で伝えます。「みんなが幸せ」なら、みんなが最高に幸せな表情のシーンを見せます。最も感情を伝えやすいのが、人の表情です。

＜象徴的画像を使う＞

- 印象深い場面では、そのイメージを象徴的に表現する画像を使いましょう。言葉でなく、その雰囲気一枚の映像で伝えます。
「結婚しました」と言葉で伝えるよりも、結婚式の「招待状」の画像を入れる。
「離婚をしました」と言葉で伝えるよりも、「離婚届」とはずした「指輪」の画像を一枚入れる。

＜一枚の写真に人生を賭ける＞

- 写真は、簡単に撮ったものよりも、手間をかけたもの、思いを込めたもの、こだわり抜いたものを創り出して使うようにしましょう。
- 「この写真は、人生をかけた最高一枚か？」
「このプレゼンテーションで人生変わるけど、本当にこの一言この写真でいいのか？」
「これ以上の画像は、あり得ないか？これが本当に、自分の限界か？」
「一生を懸けるに値する画像か？」
これらの言葉を常に自分自身に問いかけ続けましょう。
- 一枚に写真に人生を賭けましょう。
その一枚の写真には・・・

その商品を持って、子どもが喜んでいる
その隣では、お父さんが、真剣な表情で解説書を読んでいる
その横には、商品が入っていた箱が置いてある
その箱には、商品名が印刷されている
机の上には、その商品が掲載されている雑誌が開かれたまま置いてある
壁には、子供の文字で、「僕の夢は〇〇を、いつか手に入れること」と張り紙が
してある
奥から、お母さんが笑顔で部屋に入ってくる
など・・・

リアルであればあるほど、効果があります。

●何気ないところに、労力をかけます。

後ろに映っている人の表情は？

机の上に置いてあるものは何？

カバンの中に、何気なく見えるものは？

テレビには何が映っている？

着ている服は？

.....

すると、見ている人はそこにいるかのような気持ちになります。

●とことんリアル感を追求していきましょう。もっともっと！という感じで。

●例えば、一番伝えたいメッセージが、

青森のリンゴを食べた人が笑顔になるシーンに集約されていたとしたら…

「リンゴが海外の人たちのもとに届いて、食べている人が最高の笑顔」であれば、
海外に行って笑顔を撮影し、その人たちのメッセージをスクリーンに流したり
することで、現実感が高まります。

●自分が伝えたいことを、徹底的にこだわりぬいた画像を使いましょう。

朝陽の画像を見せたい時は、朝陽が最もきれいな場所へ撮影に行く。

結婚式の写真を伝いたければ、仲間を集めて模擬結婚式をやる。

海外の子供たちの笑顔を見せたい時は、その撮影のために海外に行く。

労力は惜しまないようにしましょう。労力で解決できることは、できる限り労
力をかけて解決するのです。

●一番伝えたいシーンを表すためには、意外に時間がかかります。

どこで撮る？何をどんな風に？どこにお金をかける？…早い段階から準備を
していきましょう

●一つ一つの写真や絵などの画像に、なぜこの画像を使ったのか、この画像によ
って何を伝えようとしているのかなど、はっきりとした目的としっかり意味を
つけましょう。

＜とにかく、たくさん撮る＞

- 絵でも写真でも、そこにいる人の感情や想いが溢れ出ている画像を使うと伝わりやすくなります。
- 写真はできるかぎりいっぱい使いましょう。そのために、自分の過去の写真も、みんな探し出しておきましょう。
- いっぱい写真を撮りましょう。ドリプラでは、多くのプレゼンターが1万枚以上の写真を撮ります。その中から10分間のプレゼンテーションのために100枚前後を選んで使います。

■現実感をもたせる

＜否定できないほどの現実感＞

- 否定できないほど説得力のある現実感を追求しましょう。
- 目指すのは、「まさかここまで！」と、相手が言うレベルです。
- あえて極端に表現するほど、イメージは伝わりやすくなります。
- 現在はまだ、世の中になかった商品であったとしても、さもあるかのように作ります。
- 一流ブランド品の広告は、ブランドの「顔」となる一つの商品しか出しません。これだけ素敵な商品があるのだから、他も・・・と思ってもらえるように。値段も出す必要はありません。価格が高くとも、欲しくなるものを出せばいいのですから。

＜写真の背景に映っているもので勝負＞

- どんな風に、自分の世界観を創り出すか。後ろの壁に書いてある言葉一つ一つまでこだわしましょう。

たとえばメニューを見たら名言が書いてある。

「夢しか実現しないー200円」「え！なにこれ！ほ、欲しい・・・！」

- 写真の背景にもこだわります。

例えば、

- ・何気なく、ポリシーが壁に貼ってある
- ・後ろに映っている人の背中には、新しいロゴデザインが印刷されている
- ・後ろで働いているスタッフの中に、キャラクターである「クマ」が、何気なく働いている。

＜その場にいるような会話＞

●会話はとても現実感があります。

プレゼンテーションの中で、状況設定をしっかりと、会話だけで伝えていく、という形式もとても有効です。

(例) =====

柴田が、驚いた顔をしながらトイレから帰ってきた。

「この居酒屋、すべてバリア・フリーになっているぞ！」

「それだけじゃないよ。この店のスタッフは皆、手話ができるらしいよ。さっき、もらった名刺の裏を見てみろよ」

「なに・・・『この店の過ごし方』って書いてある。『私たちは手話が大好きです』」

「こっちには、点字のメニューもあるよ」

「お～、いいじゃねえか！このメニューの最初の言葉もいい。『私たちの真心を楽しんでください』だぜ」

「メニューの内容も面白いな『誠心誠意の鶏のから揚げ』『漁師が命をかけて獲ったマグロの刺身』『一年間で23回涙を流しながら栽培したナスの天ぷら』『魂の梅干し』」

「わけがわからないけど、どれも中途半端な気持ちじゃ、食べられそうにないな。ははは！」

「本気で、食うか！わっはっは！」

=====

■文章を画面に出さない

<文章を画面に出さない>

●一枚の画像に文字がたくさん入っていると、それを読んでしまっ、プレゼンターの声が耳に入りづらくなってしまいます。

人は、視覚の印象が強いため、目に見えたものを追ってしまうからです。話に集中してもらうために、文章と言葉はなるべく画面に出さないようにします。

●写真などの画像と、話す言葉が相乗効果を生み出します。その世界観を、見ている人々はイメージすることができるようになります。

ところが文章を画面に出すと、いつ消えるかわからないために、見ている人々は急いで読もうとしてしまうのです。読むことに意識が集中し、冷静になってその場の世界観に浸ることができなくなってしまいます。

ただ、どうしても長文を画像に出したい場合は、以下のような工夫をして世界観に浸れるような工夫をしましょう。

- ・ゆっくりロールで流す
- ・文章を短文に分けて、一つずつ出す。または、文字一つ一つを順番に出してい

く。「今、ここを読んでください」ということがわかるように。

- ・ゆっくり見ている人々が読むスピードに合わせて、文字を一つずつ、あるいは文章を一行ずつ、フェードインで表示する。

- ・文字はできる限り漢字を少なくする。ゆっくりと世界観を楽しんでもらえるように。

- 話す内容と同じ文章を画面に出す必要はありません。

その場面を今ここで体験しているかのようなイメージの画像とともに、話を進めていきます。それが耳と目で伝えることで、疑似体験ができるようになります。

原稿をそのまま画面に映すことはとても簡単な作り方です。しかし、自分にとって簡単なものよりも、見ている人々にとって感情移入できることを考えることが大切です。

大切なことは、見ている人々にどんな気持ちになってほしいのか、ということです。もちろん、その気持ちを伝える短い言葉の表示は問題ありません。

- 言葉は厳選して、一番自分の思いに最も近い言葉を選んで伝えるようにします。

言葉だけで伝える場合と、言葉とそれに合った画像で伝える場合、記憶量は7倍違うと言われています。

■情報はひとつがベスト

<写真に文字を重ねない>

- 写真に文字をかぶせると、そのままではどうしても文字が見づらくなってしまいます。そうすると、見ている人々は意識を集中しなくなくなります。背景の写真よりも、文字に意識がいくため、伝えようとしている写真の意味が伝わらなくなってしまいます。

また、その見づらい文字を目で追ってしまうため、写真のインパクトも薄れてしまいます。その意味では、写真だけにして言葉で伝え、文字がない方が、写真と言葉が連動して、印象が深まります。

そもそも、文字と写真の2つ以上の情報がある場合は、いずれにしても印象はどちらも薄くなってしまいます。見ている人々はどちらを見ていいかわからなくなってしまうのです。目に見える情報はひとつがベストです。

それでも、同時に映したい場合は、はじめに写真を出して、ややぼかした後に文字をはっきりとわかるように重ねて出す、と言ったような工夫をすることで、写真と文字のそれぞれの情報を印象深く伝えていくことも可能です。

＜象徴的デザインのフォーマット＞

●すべての画像に共通するフォーマットを使う方法があります。ただし、あまり印象の強くないものを使うようにします。伝えたいことは何かが、見ている人々にとってわかりにくくならないように注意しましょう。

■長文を出す場合、文字の出し方

＜人は動くものに注目する＞

●人は動くものに注目します。ゆっくり浮き上がるように出てきたり、横から流れるように現れたりすることで、見ている人々の関心はその動いているものに注がれます。文字を動かすことで、その文字に見ている人々の注目を集めることができます。

＜文字の出し方に感情を入れる＞

●文字の出し方にも、感情を入れましょう。上から出すか、下から出すかどのくらいのスピードで出すか、それらによって観客に与える印象も変わります。たとえば、前向きな時は、下から登って行くように出します。反対に、後ろ向きな時は、上から落ちるように出すようにします。

＜表示時間はゆっくり＞

●文字のスピード、はじめての人が気持ちを入れながら読めるようにしましょう。

＜スクロールの文字は、もっとゆっくり＞

●大画面にすると、パソコン上の動きよりも何倍も速くなるように見えます。小さな画面で、ゆっくりでも、大きな画面になると、ハイスピードになってしまいます。なるべく大きな画面に実際に映してスピードを確かめるようにしましょう。

＜文字の大きさ＞

●文字の大きさでも、感情を表現することができます。
●訴えたい言葉を大きくします。気持ちが後ろ向きな時は、小さな文字で、反対に、本気の思い、情熱に溢れている時などは、太字のゴシック体を使うようにします。

＜文字フォント＞

- 基本の文字のフォントは、自分が伝えたい世界観に合ったものを使いましょう。

画面ごとに違うフォントを使ってしまうと、かえって統一感がなくなってしまいます。基本の文字のフォントは統一しましょう。

■究極の言葉で表現する

<究極の言葉を追求する>

- 「これ以上の表現は絶対はない！」

そう言い切れる表現を見い出しましょう。そのために、どういう表現が最も自分が伝えたいイメージに合うか、一つ一つの言葉を気に掛けて、検討します。

たとえば、「見る」という一つの行為であっても、いくつもの印象の異なる言葉が日本語にはあります。「見つける」、「見やる」、「見かける」、「見上げる」、「見渡す」、「見回す」、「眺める」、「見据える」、「見とれる」、「目撃する」、「目前にする」、「見学する」、「視察する」、「鑑賞する」、「にらむ」、「目をとめる」、「目にする」、「垣間見る」、「覗き見る」、「透かし見る」、「遠目に見る」、「こそっと見る」、「遠慮気味に見る」、「上目づかいに見る」・・・。

私たちは、無意識に、習慣的に使う言葉を決めてしまっています。プレゼンテーションでは、自分が習慣的に使っている言葉にとらわれず、最高の表現を探し出す努力を惜しまないようにしましょう。

<キーワードは魂の叫び>

- 自分にとっての「キーワード」を決めて、それを画面に出すようにします。

たとえば、「つながる」という言葉をキーワードにしたい時は、そのキーワードに気づいた「きっかけ（体験）」を伝えます。するとそこに、プレゼンターの人生観が見えてくるようになります。

- どれだけその言葉に、意味があるかで伝わり方が変わります。

「こういう経験をしたから、私にとってつながりは大切」

「〇〇だから、つながりを感じて生きていくことが素晴らしい」

見ている人は、綺麗な言葉だけでは、共感できません。そこに理由やストーリーがあると腑に落ちて、心が動きます。

共感のためには、プレゼンターの言う「言葉」がどんな意味を持っているのが大切なのです。そういった、自分の人生のターニングポイントから、生み出された言葉は、まさに魂の叫びに他なりません。

■形容詞・副詞はできる限り使わない

＜便利な言葉を使わない＞

- 「良い会社」「おしゃれなお店」「すごいサービス！」・・・

形容詞や副詞など、便利な言葉ほど、伝わりません。その理由は、あいまいだからです。形容詞、副詞をなるべく使わないようにします。曖昧な表現を無くし、具体的な事例で示します。

たとえば、「不安」な状況を伝えたいとしたら、言葉だけではなく、事例で伝えたり、または不安になっている人の表情で伝えたりします。

例えば、「一生懸命」であることを伝えたいときは、「1年間、風邪をひいても、熱が出ても、一日も休まずに働いた」という表現にします。

また、「がんばった」ことを伝えたい時は、以下のような表現で伝えます。

「一か月間、毎日睡眠時間は3時間で頑張りを続けた。目の下にひどいクマが出てきて、疲労はピークに達し、ついにはクマの耳まで生えてきた。慌てて鏡を見ると、耳は生えていなかった。幻想が見えるようになるほど、頑張りを続けたのだ」

このように表現することで、見ている人は、どのくらい「頑張った」のかがわかるようになります。

- 「とてもつらかった」「みんなと違った」・・・これらのような形容詞や副詞は、人によって、みなその意味が違います。

■言葉と画像を一致させる

＜言葉と画像を一致させる＞

- 今、話していることと、画面が一致するようにします。

例えば、「階段を降りて、地下に行きました」という場合の映像は、階段を下りて（階段の映像）、地下に（階段を地下に降りていく映像）降りました（地下についた映像）というように、シーンごと自分の言葉や感情ごとに、写真や絵を合わせます。話していることと画像をマッチさせるのです。画面にないことを言葉で伝えないようにします。

- ・海から逃げた⇒逃げている写真

- ・物資運んだ、⇒重そうにしている写真

- ・暗闇で泣いている⇒悲しさ、悔しさ、寂しさ、それが伝わるような暗闇で泣いている写真。

- ・「がれきに花を」だったら、がれきの間から花が咲いている写真。

- ・「疲れた・・・」を伝えたい時には、疲れ果てている姿の写真を出します。

- 言葉のイメージを映像とともに伝えます。

例えば、人によって「疲れた」という意味合いが違うので、どれほど疲れているのかを、そのイメージ画像で伝えるのです。

それによって、見ている人々が今その世界にいるような体験をすることができます。

●いかに想像をさせないで、見ている人が「いま、ここにいる」という世界観に浸ることができるかが問題です。

想像してもらうのではなく、体験してもらうのです。そのために、すべての言葉と映像をリンクさせます。観客は、何も考えないままごく自然に、その世界観に入り込んでしまう状態がベストです。

■自分をさらけ出す

＜自分をさらけ出し、自分の姿で伝える＞

●なるべくプレゼンター自身の写真を出しましょう。自分が努力している姿、悩んで頭を抱えている姿、社員と抱き合っている姿、お客様からの感謝の手紙を読んでいる姿・・・自分を出すことで夢との一体感が生まれます。その人でなければ、その人の夢は実現できないのですから。

●自分を、できる限りさらけ出しましょう。自分を画面に出す、自分の言葉を出す。自分の魂の叫びを出します。

●あきらめない理由を伝える時は、できる限りその当時の自分の写真を使いましょう。写真がない場合は、その様子を再現したイメージ写真を撮ります。

その当時のイメージに近い場所で、できればその当時の服装、身なりで、その時の気持ちになって撮るようにします。

●辛い時は、辛い時の自分の写真を見せます。そのためにも、自分が辛い状況に置かれた時は、すぐにまわりの人に頼んで写真を撮ってもらうようにしましょう。

「今、俺、辛くて仕方がないから、今の表情を写真に撮ってください」

そのような時の写真は、他人に勇気を与えるものになります

「あなたにも、こんな時があったんですね!？」

辛い時ほど、写真を撮っておくことで、プレゼンターに対する共感と、見ている人たちの勇気になります。そして、辛い時の写真は、将来、振り返った時に、伝説になります。

多くの人が、うまくいった時にしか写真を撮りません。ですから、「はじめから能力や才能があって、落ち込んだことなんてないんじゃないか」と、勘違いされてしまうことがあります。人に勇気を与えるのは、どん底から這い上がる姿なのです。

■写真以外の画像について

●映像の中で、写真で表現できるものと絵でしかできないものがあります。たとえば、新しい施設の外観や今までにまったくないものを開発するような場合、また写真にすると中途半端な映像になってしまうような場合は、アニメなどの絵で表現すること良いでしょう。

ただ、まずは写真で表現できるかどうかを検討してみてください。写真にはリアルな映像としてのインパクトの強さとしての強みがあります。そして、それ以上に、仲間に協力してもらいながら写真を撮っていくことで、協力してくださった人たちは、将来の支援者であり、最初の顧客であり、人生のパートナーになる可能性が高いからです。

<写真がなければ、アニメで>

●絵でしか伝えられないところは、絵を描きましょう。ただし、絵は作者の作風がかなり大きく影響しますので、自分のイメージ合った作者を見つけ出す努力が必要になります。

●自分の思いをしっかり伝えて、それを象徴的に描いてもらいましょう。

けれども、ここが結構、難しい点でもあります。手間をかけて作ってもらうと、どうしても、製作者に気を使ってしまい、自分が本当に納得していなくてもそのまま使ってしまうことがあります。

しかし、一回のプレゼンで人生が変わるのです。人生を賭ける画像に妥協は必要ありません。自分が納得できる絵を描いてくれる人を探し、作者に対する敬意を払いながら、何度も納得がいくまで調整していく努力をしましょう。

■専門用語は使わない

<専門用語は使わない>

●できる限り専門用語は使わないようにしましょう。見ている人がプレゼンテーションの中で、一つでも言葉の意味がわからないと、話全体がわからなくなってしまうからです。

●どうしても専門用語を使いたい場合は、まずその内容を画像で示すことができるかどうかを検討します。つまり、専門用語の意味が分からなくとも、ちょっとリアルな体験をしてもらうのです。はじめての人が見たとしても、その専門用語の意味がわかるように。

または、専門用語の解説を簡単に入れるようにします。

見ている人々に対する思いやりは、プレゼンターにとってとても大切な姿勢だと思います。それは、プレゼンターの人柄を伝えることにもなります。

＜地域性が強いものは、そのまま生かす＞

●地域性の強いものも、同様にその画像を映し出すことで、地域独自の言葉を使いながら伝えてもいいでしょう。

地域独自の言葉は、その世界観を象徴的に伝える時に有効な一つの方法です。ただし、地域性を重視する場合には、できる限り誰でも理解できる内容を地域独自の言葉で伝えるようにしましょう。

■最も伝えたい言葉を考える

＜観客に持ち帰っていただくものを決める＞

●プレゼンが終わった時、見ている人々がどんな気持ちになっているかをイメージします。

見ている人々が見終わった後、いったい何を見ている人々の心に残したいのか。一番、持って帰ってほしいものは何かを明確にします。あらかじめ、これだけは忘れないでほしいというものを決めておくのです。

仮に言葉を残したいのであれば、その言葉だけを最後に文字で出すと、その言葉は見ている人々の心に残るようになります。

●画面に文字を出す場合には、見ている人々に持って帰ってもらいたいこと、自分の伝えたいことだけを絞り込んで出すようにします。

たとえば、自分の仕事への誇りを持ってもらいたい場合は、画面の中で、「誇り」という言葉だけがストーリーに合わせて、何度か表示されるようにします。

また、他の文字を一切出さずに、最後にその文字だけを画面に出します。

他に言葉がいろいろ画面に出てしまうと、その分だけ、最後の言葉の印象は薄くなってしまいます。いろいろな言葉を画面に出してしまうと、最も伝えたい言葉が不明確になってしまうので注意です。伝えたいことは、少ないほど伝わります。一つがベストです。

＜伝えたいキーワードを決める＞

●プレゼンのキーワード、大切にしたいメッセージを決めます。

●「笑顔」を伝えたいのなら、「笑顔って、こんなにすごいんだ！」って感じさせることが大切です。

●「いいものはいいい！」という言葉がキーワードであるとすれば、その最高に「いいもの」を見せて、体験させてから、その表現を最後に使うようにします。

■伝えたい特徴・ポリシー・こだわり

<こだわりたいことを、こだわり抜く>

●今一番自分が伝えたいこと、それが本人にとって、当たり前すぎて、さらっと言っただけになってしまうことがあります。自分の当たり前と、他人の当たり前は、まったく違います。自分の常識と、他人の常識もまったく違います。自分の中ではしつこいくらい、くどいくらいに伝えようとしないと、他人には伝わらないものです。

<まさかここまで！>

●「こだわり」のポイントは「まさか、ここまで！」

<伝えたいポリシーをまとめる>

- 例えば、まずわかりやすく、自分が学んだ経験「10か条」などにまとめます。
- 自分の夢の世界のルール、ポリシーがあると世界観が伝わりやすくなります。

<ポリシーに基づいた独自のルール>

●ポリシーに基づいて、人が幸せになる独自のルールを決めておきましょう。それらを事例で紹介します。

例えば、朝の挨拶

「世界を変えるために出社しました！」

朝、社員が出社した時の挨拶

「世界を変えに来ました！」

それに応える上司

「君が来るのを待っていたよ！世界を変えるために、コピーを二枚撮ってくれないか？」

社員は笑顔で応える

「私が世界を変えてもいいのでしょうか？」

上司も笑顔で言う

「是非、君にやってほしい」

社員は真剣な眼差しで素早く行動する

「では、世界を変えるためにコピー機に向かっていきます！」

●地域の活性化であれば、どのようなテーマの町にするかに基づいて具体的なルール、さらには儀式があるとわかりやすくなります。

例えば、その町のどこの旅館に宿泊したとしても、すべての旅館の露天風呂に入ることができる「露天風呂めぐり」を、町のルールとして取り入れたのが、熊本

県の黒川温泉。

その黒川温泉では、その地域の人たちは、道路のことを廊下と呼んでいる。また、この町の人々は、通りすぎるすべての人にあいさつするなど、誰もが幸せな気持ちになれるルールや儀式を楽しそうにやっている。

以前私が、仲間とレンタカーで訪れた時のこと。町営の小さな駐車場に車を止めて、荷物を出そうとしたら、たまたま近くを通りがかった町の女性が、声をかけてくれました。

「どちらの旅館においでですか？」

「〇〇です」

そう答えると、女性は急に笑顔になり、駆け寄ってきました。

「それじゃ、ご案内いたしますので、荷物もお持ちしましょう」

その女性はなんと、4人分の荷物を軽々と持って、すたすたと道を案内してくれました。

宿に着くと、「お客様、御到着です！」と、玄関で声を張り上げた。中から、お迎えが出てくると、その女性は荷物を玄関に置いたまま、

「それじゃ、私はこれで。ごゆっくり、黒川温泉を楽しんでください」

といって、外に出て行ってしまったのです。

お店の方に、「今の方は？」と、聞くと、意外にも次のような言葉が返ってきた。

「3軒となりの旅館の従業員さんです」

他にはない「こだわり」がリアルに感じられるように。どういうポリシーで、それをどのように実践しているかが、疑似体験できるようにします。「あ～！、ここまで人が幸せになる町があったら、本当に素晴らしいな～！」って、遠慮なくわかるように。

見ている人々はプレゼンテーションの終了後に、その町にどうしても行きたくなるようにその世界観を描き切りましょう。

■まとめ方

<伝えたいことを繰り返し伝える>

●途中で使った象徴的な画像を、最後にもう一回見せるなど、特に印象的に見せたい画像は、繰り返し使うという手法もあります。

●最も伝えたい言葉をもう一度、最後に出すことも印象を強める方法の一つです。

＜世界観が実現した時の人々の表情＞

●最後の映像の中に、伝えたい世界観にマッチする人々の笑顔の表情や理想の世界の風景があると、世界観の印象は強くなります。

■音楽を使おう

＜音楽があると印象は3倍になる＞

●プレゼンテーションにおいて、音楽の役割はとても重要です。プレゼンターの目指す世界観の印象が3倍以上になって伝わります。

●ただし、音楽が日本語の歌の場合は、その歌詞を聴いてしまう場合があります。その瞬間、見ている人々の集中力が切れてしまうことがあります。音楽は、あくまで主役ではありませんので、小さく流すか、できれば歌のない音楽、外国の歌詞の音楽がお勧めです。

●日本語の歌の入った音楽を入れる時は、その間、話をしないで、聞いてもらいながら画像を見ていただくといいでしょう。

また、話をする場合は、はじめに日本語の歌の入った音楽を入れ、少し聞いていただいてから、音量を下げて話すようにすれば集中力を高めることができます。あるいは、途中で音楽と画像を合わせると一体感が生まれることもあります。

いずれにしても、日本語の音楽の場合は、そこに意味があるだけに、見ている人々が歌と話のどちらを聞いていいのか迷わないように、工夫するようにしましょう。

●効果音を、必要に応じて入れてもいいでしょう。

●音楽ではなく、自然の音を取り入れることで、その世界観に浸ることができるようになります。

●全体の構成に合わせて、盛り上げるところを盛り上げ、語るところは静かに語ります。

●音楽家を探し出しましょう。その探す努力が、自分の限界を超える一つの体験にもなります。

「そんな人、まわりにいない」「どうやって探せばいいかわからない」など、あらかじめ自分で限界をつくってしまうことがあります。しかし、何事も無理と思わず、本気で探せば必ず見つかります。どうしていいかわからない時ほど、自立型姿勢を発揮することができるのです。

見つからない理由はただ一つ、探す努力が足りないからと考えましょう。

■テストマーケティングのすすめ

＜テストマーケティングで、真実をつくる＞

●最も信頼性があるのは、その事業の価値を直接体験した人の声です。テストマーケティングをすることで、その事業の価値をまぎれもない真実として伝えることができるようになります。

●テストマーケティングで関わった人たちの言葉や表情を記録に残しておきます。可能であれば、その人の思いや、経験してきたことも聞き出したりして、それらを元にプレゼンテーションで紹介します。

この夢が実現すると、人はこんなふうに幸せになれるんだよって伝えることは、とても現実感があります。

＜テストマーケティングをやろう！＞

●テストマーケティングでは、とにかく、遠慮なく実際にやってみましょう。今までの経験と思いをそこに思い切りぶつけてみましょう。

●夢はできることから実際にやってみることで、より具体的にどうすればいいかが見えるようになってきます。

●自分のイメージに近いお店や場所を借りたりして、実現したい夢をできる限り具体的に再現してみましょう。

●テストマーケティングをやることのメリットは、次のようなものがあります。

(1) そのシーンを、プレゼンテーションの画像として使うことができます。

テストマーケティングの中で、お客様が喜ぶシーンなどすべて撮影しておきましょう。

(2) 実際にやってみることで、ノウハウをそこでつくることができます。そして、そこで得たノウハウを、それとなくプレゼンテーションの中で伝えます。

(3) お客様の声を集め、それをプレゼンテーションの物語の中に入れることができます。

(4) 仲間を集めて行うことで、将来のお客様や支援者につながります。

(5) 何よりも自分がワクワクして、思いを強くすることができます。実際にやってみると自分自身も価値、魅力がよくわかります。なにより自信が湧きます。

(6) 本気を見せることができます。

こうして、自分の夢に迷いなく伝えることができるようになります。

●テストマーケティングから得られるものは、事実であり、実績であり、真実です。それらをもとに創られたプレゼンテーションは、誰も否定できない現実感のあるものになります。何事も、根拠があるもの、つまり、事実、実績、真実に勝るものではありません。

●テストマーケティングをする時の注意点は、テストマーケティングは、テストだからと言って、中途半端に行ったり、辛そうにやらず、楽しんでやることです。「こんなことをしよう！」と、しっかりとテーマを決めて、まわりの仲間を巻き込んで、一緒に盛り上げていきましょう。

そこで、真の夢の仲間をつくることを目的の一つにするのです。

何となく行うのではなく、夢を叶えることができるかどうかでここで決まる、というくらいの本気の姿勢で取り組むことが大切です。

●プレゼンテーションで、本気を伝えたい時は、次のような方法があります。

本気で、人を幸せにしたければ、プレゼンテーションを創る過程で実現しましょう。はじめに「100人をプレゼンテーション大会前の半年間で幸せにする」という目標を掲げます。100人でなくとも、5人でも1人でも、本当に幸せにしてしまうのです。

また、本当に英語が話せるようになる英会話教室をつくりたいのであれば、一人でも二人でも、受講生になって短期間に英会話が話せるようにしてしまうのです。

それができたら、プレゼンテーションの共感力が何倍にもなって、見ている人々の心を動かすことでしょう。プレゼンターの本気が伝わります。

●知人の店舗で、テスト販売するなど、とにかく実際にやってみることが大切です。

●手間がかかることを、遠慮なく手間をかけてやることで、本気の思いを伝えることができます。共感のプレゼンテーションの基本は、手間をどれだけかけて準備をしてきたかです。

【第5章】 話すのではなく、夢の世界に連れて行く

■大舞台でも動じない5つのポイント

＜プレゼンターが、大舞台でも堂々としているのは？＞

●ドリプラの舞台で、プレゼンターが堂々としているのは、次のような理由があるからです。

- (1) 夢が実現した時のイメージがはっきりとできているから。
- (2) その価値を実感しているから。
- (3) 自分の人生観とのつながりを実感しているから。
- (4) 準備過程で、とことん自分と向き合ってきたから、迷いがなく、何を言われても、やると決めることができているから。
- (5) 徹底的な準備ができているから。

■伝え方の心構え

＜まずはプレゼンターが幸せになる＞

●プレゼンターが今、その世界にいるような気持で伝えることが必要です。
プレゼンターが幸せな気持ちでいなければ、幸せな気持ちは伝わりません。

＜話すのではなく、連れて行く＞

●「伝えることは話すこと」と思っていると、原稿をただ読んでしまうことになります。

プレゼンテーションでは、「話す」という意識ではなく、「幸せにする」という意識が大切です。つまり、「話すのではなく、幸せな世界に連れて行く」ということです。「相手の心を動かし、自分が目指す理想の世界に連れて行く」と言ってもいいでしょう。

プレゼンテーションは、10分間の「幸せ体験」なのです。そして、見ている人々の頬に幸せの涙が流れた時、人は心からの共感者になります。

●自分も見ている人々も一緒に世界観に入り込むために、プレゼンテーションする時の自分の人格（ポリシー）を決めておきましょう。

伝えたい世界観の中で、自分はどんな立場で、どんな気持ちで、何をやっているのか。性格や考え方も決めて、自分が目指す理想の人になりきって話をするようにします。

●言葉を話すのではなく、原稿を読むのではなく、自分の世界観に浸って、夢の世界を、「今」見ているように話します。自分の言葉ではなく、その登場人物の

言葉として、魂を吹き込むように話しましょう。

■共感を起こす話し方

<語り部になる>

- 話す時に、主人公がウサギならウサギの気持ちになって話します。
- 登場人物になりきって話します。そのために、登場人物の性格や特徴などのプロフィールをできる限り詳細に描いて、まとめておきます。

また、自分自身が登場人物の場合は、その時のことを思い出す言葉を使ったり、情景を描いたりして、その場にいるような気持ちになって話します。

- ストーリーテラー（語り部）になったつもりで、その物語の主人公になりきって、一言一言、思いを込めて見ている人々に語りかけましょう。
- ストーリーに合わせて、気持ちを盛り上げていきます。
- 丁寧に、わかりやすく話しましょう。

<シーンごとに気持ちを入れ替える>

- 笑顔の画像が映っている時は、自分も笑顔になって話します
- シーンごと、どんな景色を思い浮かべながら、話をするかを決めておきましょう。発表する際、シーンごとに自分の感情を入れ替えるのです。

一つのシーンを伝える時に、何を脳裏に浮かべ、何を見ながら話すのか。それを決めて練習しておきます。

- シーンごとにどういう気持ちを伝えたいのか、意識をしながら話す練習をします。感情の違いを、わかるように伝えるのです。伝えたいメッセージがそれぞれある。それを、一章節ずつ精査していくのです。

ドリプラ第一回のプレゼンターである八丸さんは、馬のダイちゃんが写真に出てくると必ず泣きます。練習でも何回も。なぜか？と聞いたところ、次のように答えてくれました。

「その時の気持ち、つまり、大好きな可愛いダイちゃんが、連れ去られ、処分されるかもしれないことを思い浮かべるんです」

- 「この文章を話す時は、こんな気持ちで・・・」、というように、その時の情景を思い出せるキーワードを決めおくと良いでしょう。シーンごとに感情が入りやすいキーワードを決めて、原稿の中で並べておきます。
- よく使われる「感動した!」。この言葉の意味は、100万通りあります。

そのシーンで伝えたい気持ち・感情をはっきりさせることが大切です。言い換えると、シーンや言葉によって、自分の感情を使い分けるということです。

<歌うように話す>

●話すことは、歌うことと大変よく似ていします。カラオケなどで歌う時、感情がどこまで入っているか、伝わり方がまったく変わる経験をした方は多いと思います。

プレゼンテーションは、自分の世界観を最高の言葉と、最高の画像と、最高の音楽と、最高の思いで伝え、体験してもらうことです。上手い下手よりも、どれだけ相手に伝わるかが問題です。

<必ず声を出して練習する>

●声を出すことで、体に原稿を刻み込むことができます。

感情を入れて練習することで、本番での感情をどうコントロールするかもわかるようになります。原稿を読む練習を、涙を流しながらできたら最高です。

<一言一言、発音をしっかりとる>

●多くの人が、緊張するとどうしても早口になりがちです。一言一言、発音をしっかりとる練習をしておきましょう。

●特に、語尾をはっきりと発音します。読み込んで練習をしていくほど、また、感情を入れようとするほど、語尾の発音があいまいになってしまうことがあります。若干、ゆっくり目に、語尾までしっかりと表現することを心がけましょう。

<原則、原稿は暗記する>

●勝手に口が動くくらい、何度も練習して、感情を入れて話ができるようにしましょう。

<観客の視線を集める>

●手振り、身振りを大きめに使ったりすることで、観客の視線を集めましょう。

<観客に判断を委ねる>

●「こうですよね?」「こうだと思いませんか?」など、見ている人々に判断を押し付けないように注意します。プレゼンテーションは感動体験であり、判断はすべて観客にゆだねます。

■毎日改善する

<改善で大切なことは、回数>

●原稿の改善は、毎日することを心がけましょう。このシーンで伝えたいことは

何なのか、そのイメージに最も合う言葉であるかどうかを心から納得できるまで何度でも修正しましょう。一つの言葉に、人生を賭けた思いを乗せます。

●一度に長時間かけて制作しようとしても、人が集中できる時間は限られています。時間ができたらやろうとしても、時間はいつになってもできないものです。

長時間やることよりも、毎日10分間でもいいので繰り返し制作することが大切です。また、一度にやるよりも、繰り返すことの方がより良いものができます。

<迷ったらやってみる>

●思いついたアイデアをプレゼンテーションに取り入れてみたら、意外に盛り上がらないかもしれませんし、想像以上に盛り上がるかもしれません。

迷ったりわからないことがあったりしたら、まずはとにかくやってみましょう。実際にやってみると、さらにどうしたらいいかがわかるようになります。

常に、試行錯誤をし続けましょう。その姿勢がプレゼンテーションのレベルを高めていきます。

<繰り返し練習する>

●一言一言をどう伝えるかで、未来や人生が変わっていきます。

●何度も繰り返し、練習すると、自分の一つの行動、一つの言葉に魂が宿るようになります。毎日、どんどんレベルアップさせていきましょう。それが伝わって、人の心が動いていきます。練習の回数と、人の心を動かす強さは、比例します。

●どんなにうまくできたとしても、完成したと思わないようにしましょう。改善できないものはありません。改善し続ける姿勢が大切です。

常に高いハードルに挑戦し続けることで、あきらめない姿勢を身に付けることもできます。

<うまくやるより、全力でやる>

●直前までの練習では完璧を目指し、本番ではうまくやることを考えず、思いを伝えることに集中します。

【第6章】 自立型人材になって、道を切り開く

■迷って、悩み抜いて自分らしくなる

＜プレゼンテーションは悩み抜いて、創り出すもの＞

●うまくやろうとするほど、成功させようとするほど、本来の目的を忘れてしまうことがあります。どんなに苦しくても、うまくいかなくても、目指すことを忘れないようにしましょう。

ゴールを、しっかり見続けている人は、どの道を選択して行こうが、いつか必ずゴールに到達することができます。

●プレゼンターは、自分の夢を真剣に考えていくうちに、本当にその夢がやりたいことであつたのかわからなくなり、頭の中が白紙になることがあります。

「本当にこれが自分の夢なのか？」

「何のために、なぜこの夢を実現しようとしているのか？」

しかし、心配する必要はありません。実は、それはステージが変わるところなのです。どれだけ悩んできたか、どれだけ感が尽くしてきたかは、伝えようとしなくても伝わります。

●やりたいこと、やった方がいいと思ったことは、やってみましょう。労力をかければできることなら、遠慮なく労力をかけてやりましょう。

●プレゼンテーションを創っていくうちに、本当にこれがやりたいことなのか、本当に人に宣言してしまつていいのだろうか、と悩むことがあるかもしれません。

けれども、悩んでいる時間は、自分の中で迷いを一つ一つ解決している時間です。その意味で悩んでいる時間はとても大切な時間なのです。悩むほど自分らしくなることができます。そして、自分らしくなるほど、魅力的になることができます。

●正解がない中で、何事も自分が決めていくのですから、迷い出すと正解を探し始め、見つからずに迷路に入り込んでしまうことがあります。

しかし、そこからが本当の勝負です。悩む時は、とことん悩みましょう。安易に正解を求めるのではなく、とことん自分と向き合ひましょう。

自分は何を目指しているのか、本当に求めていることは何か、何のために生きているのか。

その時に悩んで、悩み抜くことで、本当の自分の思いを確信し、そこからワクワクする未来をイメージすることができるようになります。それは自分自身の存在価値を創造した瞬間です。

その瞬間、自分の使命が見つかった喜びの涙とともに、生きる意味が実感でき

るようになると思います。そうすると、どんな困難が待っていようとも動じなくなるのです。どのような場面で、どんな相手に対しても、自分の存在価値を堂々と社会に宣言することができるようになります。

●プレゼンターが「上手くいこうがいくまいがやる！」という、そこまでの思いを、まわりの人々は知りたいのです。

＜自分の力で創りあげる＞

●プレゼンターは、楽をしないこと。とにかく、自分の限界に挑戦し続けることが大切です。

●プレゼンテーションで一番大事なことは、自分らしい夢を、自分らしく表現して人を感動させることです。そのためには、できる限りプレゼンターが自分自身の力でプレゼンテーションを創り上げていかなければなりません。

他人が創ってくれたものは、やはり他人のものなのです。そこに自分の魂を入れて伝えることはできません。他人のつくった画像で、他人がつくった原稿を読むだけでは、聞いている側も思いが伝わってこないでしょう。

他人に協力してもらうことは問題ありませんが、どの画像を使うか、どの言葉を使うかなど、最後の意思決定はすべてプレゼンター自信がすることが大切です。

たとえどんなに稚拙であったとしても、必死に悩んで苦しみながらここまで創ってきたというものには、その人の思いが溢れています。

また、その経験自体が勇気になり、それらが相乗効果を発揮して観客の心を動かすことができるようになるのです。

■第三者の意見をもらう

＜白紙になることは、ステージが変わる瞬間＞

●行き詰った時、一人にならないようにしましょう。紙に思いを書きまくったり、みんなに相談したりして、とにかく、自分を放っておかないことが大切です。

●プレゼンテーションは、一人で作り込んでいくほど、本当に共感してもらえるレベルになっているかどうか、わからなくなることがあります。ですから何回も何回も、人に見てもらおうようにしましょう。

●描いたら、気兼ねなく人に見せましょう。そして、何度も何度も、修正を繰り返します。わからなくなったら、さらにまた人に相談します。

大切なことは、自分だけで解決しようとするのではなく、まわりの力も借りながら、今までの自分の「最高」を超えることです。

●迷ったら人の意見を聞きましょう。できるだけ多くの意見を聞くことをお勧

めします。そして、最後は自分の感覚を信じて、決断します。正解は自分の中にしかありません。

●なるべくわかってくれない人に、プレゼンテーションを見ていただきましょう。業界に詳しくて、その中で一番厳しい意見を言ってくれる人に見ていただくのです。何が問題かを客観的に指摘してもらうことができます。

わかってくれない人ほど、自分を成長させてくれます

●わからないことは、「わからない」と言いましょう。自分の人生を賭けた夢ですから、わかったふりをして何も得るものはありません。それより何よりも、わからないことがあれば、わかろうとする努力が大切です。

<他人の意見はすべてアドバイス>

●人に相談する時に、否定されるのではないかという不安を感じる人がいるかもしれません。しかし、プレゼンテーションのレベルを高めるためには、否定されることを怖がらないことが大切です。

怖がらないためのコツは、まず、相談する前に「やる」という決意を確認しておきます。そして、自分が学ぼうとする姿勢で人に相談するようにします。そうすると、他人の意見がアドバイスにしか聞こえないようになり、何を言われても、感謝の言葉が出てくるようになると思います。

●夢を持ち、それを周りに伝え始めると、さまざまな課題が見つかると思います。それらの課題に対して、一緒に考えてくれる人もいるでしょう。そういう人は、厳しい意見や、アドバイスを言ってくれるかもしれません。

しかし、それらは夢を実現するために支援してくださっている証拠です。厳しい意見ほど、自分を変えるキッカケになります。

●迷っている時は、何を言われても批判に聞こえてしまいます。その指摘が的を得ていればいるほど、それまでの自分が否定されているような気持ちになってしまうからです。

自分が迷っている時は他人の意見に、反論したり、言い返したりしたくなります。それは自分の思いに共感して、納得してもらおうという気持ちが無意識に起きているからです。迷っている時は、心が弱くなっているために、自分を守ろうとする意識が強くなるのです。

また、評価してもらおうと思って人に見せると落ち込みます。それは無意識に、高い評価を期待しているからです。

もっと欠点を知りたい、自分を変えたい、と思って人に見せると、どんな意見にも感謝したくなるはずです。そうすると、どんどん成長していくことができます。

「やる！」と決めた人は、何を言われたとしても、気づくこと、学ぶことしか

なくなります。すべてが夢の実現に活かすことができると思っているからです。やると決めてない人は、成功するか失敗するかを気にしますが、やると決めた人は、やめないのですから、成功するか成長するかしかなくなるのです。

やると決意して、人に見せると、どんな意見もアドバイスにしか聞こえなくなります

■最後は自分で決める

<正解は自分の中にある>

●また、プレゼンターは、人に相談するほど、さまざまなアドバイスをもらうことになります。しかし、それらすべてが正解ということではありません。あくまでも、参考にするだけです。どのようなアドバイスも一度は自分に落とし込み、自分が一歩踏み出すきっかけにすればいいのです。

答えはいつも自分の中にあります。他人から正解を教えてもらうためではなく、自分のそれまでの殻を破り、自分の中にある答えを見つけるために、他人に相談するのです。

●学ぼうと思うと、世の中にはありがたい人しかいなくなります。一方、会いたくないと思う時は、自分が変わりたくない時です。どんな意見をもらおうと、誰がなんと言おうと、最後に決めるのは自分自身なのです。

●プレゼンターは、さまざまな意見をたくさんもらうことができますが、最終的意思決定権は自分にしかありません。

●自分が正しいと思うことしか、自分にとって真実ではありません。

●新しいことは、必ずと言っていいほど賛否両論になります。どれだけ意見を聴いても、支援者の中に答えがあるわけではありません。答えはプレゼンターの中にあります。最後の判断はプレゼンター自身が自分で決めるものです。

<最後は、自分の感性を信じる>

●何が正しいかを考えると正解が見つからずに、迷路に入り込んでしまいます。

プレゼンテーションでは、うまくつくるよりも、自分がワクワクするものを創るようにしましょう。

つまり、何かに迷ったら、自分がワクワクする方を選択すればいいのです。最後の選択基準は、自分自身の感性なのです。

うまくいく選択よりも、自分らしい選択をするようにしましょう。人生に正解はありません。自分の感性で選んだものが正解です。

●楽にできる道を選択するよりも、苦勞しても行きたい道を選択しましょう。生きたい道であれば、苦勞を苦勞と感じなくなるでしょうし、たとえ苦勞したとし

でも、そこでの苦労は必ず自分の人生の糧になりますし、そして最後は感動に変わることでしょう。

●感覚の後に、理屈がついてきます。理屈を超えた自分の感覚の中に答えがあります。

●苦しくてもつらくても、誰もわかってくれなくても、やり続けられるか？

その先に、笑顔があるのか？みんなの幸せがあるのか？

それらを確認し続けていれば迷わなくなります。

●正解は自分の中以外にはありません。だから、自分の中の感覚を信じるのが大切です。純粋な、私利私欲を越えた感覚が正しいと思ったら、それを信じることです。

●プレゼンテーション創りの中で迷ったら、うまくいくかどうかよりも、自分の心の声を聞くようにします。理屈で考えるよりも、感じること、感性を大切にしましょう。言葉で説明できなくてもかまいません。自分の直感を信じましょう。

●意思決定の際は、自分の感性を信じます。何が効果的か、何が確実か、ではなく、何のためにするのか、何を大切にしたいのか、何が自分らしいか、など、自分の心の声をよく聞いて判断するようにしましょう。

●自分を超えるとは、自分の感性が、過去の自分の習慣を超えることです。つまり、習慣を変えることです。

<すべてに感謝する姿勢>

●何を言われようが感謝で返しましょう。そういう生き方が、まわりの人をすべて自分のファンにしていまいます。

●他人が自分の人生を決めることはできません。最後は自分が決めるのですから、いただいたアドバイスや助言、意見、すべてを有り難く感謝して、受け止めましょう。

●みんなサポートしてくれています。みんな応援してくれているのです。すべての人に感謝し、困難を乗り越えていくのは、自分しかいません。

●他人が言った通りのことをやる必要性はありません。すべての意見に感謝をして、最後は自分で決めるのです。

<正解とは、自分らしさ>

●プレゼンテーションは、自分との闘いです。自分がどこまで、自分の未来を具体的に描き切るか。どこかで妥協せず、どんなに迷ってしまいそうな時も、あきらめずに、挑戦し続けます。プレゼンテーションを、自分が変わるきっかけにするのです。

●正解はありません。人は無意識に正解を見つけたくなってしまう。でも、

正解はないのです。

考え抜いて、悩み抜いた人が、心の底から気づいたことが正解なのです。つまり、正解とは、自分らしさであり、自分らしいこだわりです。考え続けるほど、悩み続けるほど、自分らしくなっていくだけなのです。

●伝えたいメッセージは、すでにプレゼンターそれぞれが持っています。

<一度始めたら、止まらないこと>

●大切なことは、一度始めたら止まらないことです。止まらない限り、進化し続けることができます。止まらないとは、毎日やることです。毎日、毎日一歩ずつ進化する。どんどん自分を進化させていきましょう。

●実現したい夢に向けて、少しでもいいですから必ず毎日できることをやりましょう。今日少しやれば、必ず一歩前に進むのですから。飛行機の中、お風呂の中、寝る前、ちょっとだけでもかまいません。毎日のちよつとが未来を創っていくのです。

<すべては自分で選んだこと>

●「やらされている」と思うことがあったとしても、「やっている」のは自分自身です。まわりが何と言おうが、最後にやると自分で決めてやっているのです。

他人が自分の人生を決めることはできません。自分の人生を決めることができるのは自分自身だけです。ですから、どんなことでも楽しんで格好良くやりましょう。

<思いの7段階>

●思いの強さに、明確な段階があるわけではありませんが、以下のような基準で7つの段階に分けて考えることができます。

第一段階 誰かにやってほしい

第二段階 楽にできるのならば、自分がやってもいい

第三段階 楽ではなくても、確実な方法があればやりたい

第四段階 何とかできる方法を考え出してもやってみたい

第五段階 たとえ捨てるものがあってもやってみたい

第六段階 すべてを捨ててもやってみたい

第七段階 命を懸けてもやってみたい

他人が共感するのは、第五段階以上の思いです。

■自立型人材になろう

＜最も格好いい自分になる＞

- 最も素敵で格好いい自分になりましょう。
- プレゼンテーションの準備の段階で、不可能を可能にする姿勢を身に付けましょう。

＜お願いされる人になる＞

- 本当に夢に価値・魅力を感じた人からお願いをされる人間になりましょう。お願いは自からするものではなく、相手からされるものです。
「是非、応援したいのですが、できることはないでしょうか？」
「お願いします。資金を提供させてください！」
以上のように、お願いしなくとも、支援される人になることを目指しましょう。

＜ピンチはチャンス＞

- 私たちは無意識でいると、問題をピンチと思ってしまう傾向があります。そして、ピンチだと思えば、他人のせいにしたくなります。そして、他人のせいにしてしまうと、無意識に他人を変えようとするようになります。その結果、他人を変えることができずに不満になって自分に返ってくるのです。他人と環境は思い通りにはなりません。こうして、人のせいにしたものは、解決できなくなってしまいます。

そうではなく、何か問題が起きたら、はじめにまず、「チャンス！」と決めるのです。そして、根本的原因を自分の中に見出します。どのような問題に会おうとも、出番と思って突き進んでいくのです。ピンチかチャンスかは、客観的なものではなく、人の意志によって決まるものなのですから。

- チャンスかピンチかを、自分の意志で決めます。チャンスにならない出来事はありません。チャンスにしないことがあるだけなのです。

ピンチに感じるものがあっても、それはチャンスです。何のチャンスかは、その後考えればいいだけです。

＜行き詰るのは、飛躍するため＞

- 行き詰るのは、飛躍するため、次元を変えるためです。

行き詰る背景には、理由があります。それは、過去と同じやり方、考え方でやろうとしているからです。

いままでにない新しいやり方、考え方を見つけ出せば、行き詰ることはなくなります。どんな状況に置かれていたとしても、そこでできることは100万通りあります。その人が過去のやり方にこだわらなければ、誰も思いつかなかった新し

いやり方を見出して、飛躍することが可能になります。

行き詰ったと思ったら、自分を変えるチャンスです。

＜無限に改善し続ける＞

●たとえば、自分の提案が通らない時、自分の提案方法に問題があると考えましょう。そして、自分の提案方法を、提案が通るまで改善し続けるのです。それを繰り返していくことで、どんな提案でも通るようになります。

●相手の創造を超える準備をしてから提案します。どんどん提案しても構いませんが、どこまでの準備をしてきたか、それが問われます。

＜他に期待せず自分自身に期待する＞

●これからどうなるかを心配よりも、自分がこれからどうしたいかを考えます。

他人や環境に期待すると、思い通りにならずにイライラします。自分に期待すると、自分の努力次第なのでワクワクします。

問題が起きていることを、批判をしたり、不満を言ったりするのではなく、自分自身の出番にするのです。

「あ～、この人は問題を見つけると不満を言うのか・・・」

「お！この人は問題を見つけると自分の出番にするのか！」

見ている人々はそのような生き方を感じ取って、応援するかどうかを決めるのです。

＜人はあきらめない人を応援する＞

●人が応援したいのは、あきらめない人です。

支援者は知っています。どんなに素晴らしい夢も、実際に実現しようとする、困難の連続であることを。どんなにうまくいくと思っていたことであっても、実際にやってみると、簡単にできるものなど何一つないでしょう。

どうしてもやり抜く強い意志がなければ、うまくいかないことが続くと、あきらめてしまうことになるのです。そうすると、支援者にとってみても、せっかく応援したことが無駄になってしまいます。だから支援者は、あきらめない人を応援するのです。

支援者は一緒に感動を味わいたいと思っています。その思いを汲んで、夢に挑戦していく必要があります。

＜困難の先で、感動が待っている＞

●感動は、困難の先にしかありません。うまくいかないことが続くほど、その先にある感動は大きくなっていくだけなのです。うまくいかないことから学べば、

ノウハウもどんどん増えて、いつか実現する日がやって来ます。

夢が実現するまであきらめずに自分を成長させ続けることができるかどうか
が問題です。だからこそ、あきらめない理由が必要なのです。それは夢の可能性
ではなく、夢の可能性を高めるものです。それは、その人にだけあるものです。

＜自分自身に根本的な原因を見出す＞

●私たちは無意識でいると、問題を他人のせいにしてしまいます。その方が楽だ
からです。しかし、他人のせいにした問題は解決できなくなります。

自分の出番を見つけ出すために、自分に根本的な原因を見い出すことを自己責
任と言います。

＜どんな時も一流・本物を目指す＞

●一流とは。常に挑戦者であり続けることです。本物・一流は、他人の評価に左
右されません。他人との競争ではなく、毎日、昨日の自分と競争しています。そ
れは、毎日、自己成長している状態です。

このように、常に目標を持って、自分を成長し続けている状態を、自己実現と
言います。自己実現とは、目標が達成できた瞬間ではなく、常に先に目標を持っ
て挑戦し続けている状態です。そこにあるのは、成長と感動の毎日です。

【第7章】 本番では、最も素敵な自分になる

■最高の自分になる 自分をさらけ出す

＜舞台は、最も素敵な自分になる場所＞

●私も講演会の直前に、必ず思うことがあります。

「今日の自分が、一番格好いい！」

「今日は、自分が一番会いたかった人たちに会えるんだ！」

まず、なりたい自分になりきることが大切です。

●プレゼンテーションの直前に、自分のポリシーを復唱して、最も素敵な自分になりましょう。

●見ている人々が、何千人いたとしても、全員が自分のファンだと思ってみましょう。みんなが自分の夢を待っていたんだ、と思って、ワクワクしながら夢を届けます。みんなが、もっと自分のファンになってもらえるように。

●最も自分らしく輝いていい場所がプレゼンテーションの舞台です。

●夢の世界観の中にいる自分をイメージします。

＜直前までは緻密、本番は思い＞

●プレゼンテーションは直前まで完璧を目指して創っていきましょう。

しかし、本番では体当たりで魂の叫びを出します。そんな溢れ出る思いがあるはずです。格好つけるよりも、いっちゃってください。かっこわるくなっちゃってください。もっともっと自分をさらけ出してください。

■プレゼンター心得 10か条

- (1) 決して夢をあきらめないこと
- (2) 常にプラス受信をして、前向きに考えること
- (3) 毎日どんなに小さなことでも、進歩すること
- (4) 自分一人で悩まないこと
- (5) 他人の意見に、感謝すること
- (6) 自分の過去や欠点などを受け入れること
- (7) 一枚の写真、一つの言葉に、人生を賭けること
- (8) 誰かに聞いてもらう練習を繰り返すこと
- (9) 他のプレゼンターを支援すること
- (10) 最後は、自分で決断すること

■ドリプラに参加した子供たちの声

「最初は、学校が休みなのによくわからないイベントに行くのは面倒くさいなと思っていました。でも、大人が本気で泣きながら夢を伝える姿を見て、本当に心を動かされました」

「この10分間の発表のためにどの位の時間をかけたのだろう。そしてどれほどの思いを持って今日この舞台に立ったのだろうと思うと、拍手を送らずにはいられませんでした」

「世の中にはまだやらなければならないことがたくさんあって、それを実行するために、こんなにも頑張っている人がいることを知りました。今日のことを感動だけで終わらせず、自分も何かできることを探して実行していきたいと思います」

「実現するのは難しい夢を相互支援によって叶えようとするってすごいなって思いました」

「一番印象的だったのは、表彰式の時プレゼンターの皆さんが抱き合って喜んでいる姿でした。夢は競い合うものではなく、お互いに支え合って叶えるものなんだなと感じました」

「隣の席で一緒に感動して泣いている友達を見て、心がほっこりしました」

「とにかく、行ってよかった！聞けてよかった！会えてよかった！！僕も自分の夢を見つけない！」

「こんなに感動したの、もしかしたら人生で初めてかもしれません。会場が一つになって、共に感動し、共に笑い、共に涙するというのは本当に素晴らしい事だと、強く思いました。また来たいです！」

【いつも空は青い】

誰もが何かを背負いながら生きている

心に深く刻まれた忘れられない出来事
拭い去ることができない苦しみ

不安な毎日、眠れない夜、見えない未来
心に立ち込める暗い雲

生きているだけで精いっぱい
生きることは、辛いこと

でも、このままでいいわけがない
いつまでも、ここにいるわけにはいかない

そろそろ立ち上がる時
もっと幸せになるために

それはいつから、それは今日から

自分を信じよう
君には無限の可能性がある

夢を信じよう
どんな時も夢は自由に描くことができる

人を信じよう
いつだって君の周りに仲間がいる

人の夢を応援しよう
そうすれば、みんなの夢が叶うようになる
みんなが君の夢を応援してくれるようになる

君はなんだって今日からできる
足りないものは後から集めればいい

さあ、一歩踏み出そう
それは、必ず百歩になる

君は決して一人じゃない
君は自分自身を信じていい

だって、どんな時も君を信じている僕たちがいるから

雲の上で、いつも空は青い

そんな君の姿を見た子供たちは
心を奪われる