

第10期わかやま塾（第1回）の概要

第10期わかやま塾(第1回)を、仁坂塾長、中野塾頭(中野BC株式会社 代表取締役会長)、野口師範(株式会社営業会議 代表取締役)、山本雅史師範(株式会社アワーズ 代表取締役社長)、塾生48名が出席し、ホテルアバローム紀の国において開催しました。つきましては、講義概要について報告します。

◎ノウハウ編講義「成功するプレゼンテーション技術」

株式会社営業会議 代表取締役 野口 明美 師範

1 はじめに

- ・講演会や勉強会に参加するにあたって、受講される方々にとってためになるポイントはリアクションをとること。リアクションをとるといのは、「なるほど」「同じ考えだ」という時にはうなずいたり、「納得できない」という時には首を横に振るなど。
- ・講演会や勉強会の講師は、こうしたリアクションを見ながら、伝え方を工夫する。首を振ると、違う言い方に修正したり、うなずいていると、もっと多くの情報をつたえようと、講師は工夫する。その結果、最終的には参加者が得をすることになる。

2 プレゼンテーションの基本

- ・プレゼンテーションとは、伝えることであって、聞き手に感動を与え、次の行動を起こしてもらうことが目的。そして、営業という仕事のプレゼンテーションは、商品やサービスの販売のみならず、お客さまのお役に立てるかを考えること。
- ・問題と課題は異なる。問題は、不具合な状態のことを指すのに対し、課題とは、相手が解決したいという意味を持った問題のこと。つまり、プレゼンテーションは、課題を解決するための提案の機会である。
- ・プレゼンターに必要な能力は、①顧客の役に立ちたいというマインド、②扱う商品やサービスに関する知識、③自分らしく表現する表現力、④嘘をつかない／ごまかさない／わからないものは「わからないので調べてきます」と正直に言える態度と人格。

3 プレゼンテーションの状況と種類に応じた対応

- ・コロナ禍でオンラインによるプレゼンテーションが増加した。カメラに視線を合わせると画面が見えず相手の表情や意思表示が確認できず、相手を見ていると視線を合わすことができず、対面のプレゼンテーションよりも、難易度が高い。2人体制でプレゼンターと相手の様子を観察する人に役割を分けてみるのがよい。
- ・プレゼンテーションの状況は、①1対1(自己紹介や商談)、②1対多(講演やセミナー)、③多対多(説明会や商談会)に分類される。相手のことがわかりやすい1対1に対し、多数の人を相手にするプレゼンテーションは、相手の事を把握しきれないため難易度が高い。
- ・プレゼンテーション前に使用する、自己紹介ツールは、学歴、経歴や単なる趣味の羅列

ではなく、人となりがわかるようなところを入れておくのが重要。例えば、ゴルフの平均スコア145、回転寿司で最高28皿食べた、沖縄で幽霊を説教したなど、相手の興味を引く内容を記載しておくことがポイント。すると双方向のコミュニケーションが生まれやすい。

- ・「1対多」のプレゼンテーションは難易度が高い。なぜなら、目的が様々な人に対して、一人で対応しなければならないから。この場合、①参加者の目的を把握し、②相手が最終決定権を持っているかどうかを把握し、③相手の意欲を把握し、④信頼関係が構築された関係性かどうかを踏まえてプレゼンテーションすることが重要。
- ・難易度の高い「1対多」のプレゼンテーションで結果を残すためには、①事前に参加者の属性や目的などを把握し、②参加者の課題やニーズを把握し、③メインターゲットを決定し、何をどのように伝えるかを定めること。状況に応じて納得させることは無理だと判断し、参加者に情報を伝えるだけと割り切り、「メインターゲットは決めない」とする判断もある。
- ・「1対多」のプレゼンテーションで最も重要なことは、どんな人に対して、どんな内容を、どんな形で伝えるかを定めること。縦軸に聞き手の意思決定への関与度合(間接的・直接的)、横軸に聞き手のプレゼンターへの信頼度合(懐疑的・確信的)をとって「参加者×コンテンツ×提示方法」の観点から準備を進めると良い。

4 営業場面におけるプレゼンテーションテクニック

- ・営業におけるプレゼンテーションのテクニックは、“YES の続く企画書・メモ用紙”を用意すること。これは、事前準備の段階でヒアリングしたことを、事前にまとめておく。そして、再度確認する目的で、すべて YES と答えられるような箇条書きにまとめた企画書を作成するという。この企画書に沿って状況を確認しながら、課題の解決策を提示することで、お客さまは反論しにくく、また、納得しやすくなる。
- ・YES の続く企画書・メモ用紙を作成するためには、事前の情報収集が欠かせない。営業の成否の 8 割はプレゼンテーションの事前準備段階で決まる。ポイントは、いかに有効な情報を入手するかどうか。相手のことを把握しないで、自分が伝えたいことばかり話しても決して成功するプレゼンテーションにはならない。
- ・どんな人が、どんな目的で、何を求めて聞いているのかを事前に把握し、お客さまの役に立つことを提供するという意識で準備することが、成功するプレゼンテーションで最も重要である。

◎知識編講義 「笑顔溢れるテーマパークの秘密」

株式会社アワーズ 代表取締役社長 山本 雅史 師範

1 理念経営との出会い

- ・株式会社アワーズは、私の祖父が創業し、父から経営を引き継いで私が三代目。アドベンチャーワールドの運営事業を行っている。
- ・経営者になる前から、父の跡継ぎとして、いろんな方にいろいろと教えていただいた。若くて経験がないにもかかわらず、マネージャーという役職をいただいていた。
- ・「お客様を大事にしなきゃいけない」と教えられてきたので、「こうすればお客様が喜んでくれる。」という手法を常に考えてきた。周囲の社員は全然考えてくれないと感ずることがあ

ったので、自分の考える手法を強制的にやらせることもあった。こんなことをしていたため、自分から人がどんどん離れていった。

- ・祖父のようなカリスマ創業者でもないし、父のように頭が切れて数字でしっかり管理するタイプでもない、自分にはどんな経営ができるのだろうと悩んでいた。
- ・そんな時に、スターバックスコーヒー日本の元 CEO の岩田さんの「MISSION」に関する講演会に参加した。ここで取り上げられていた、理念経営という手法であれば、自分でもできるかもしれないと感じた。

2 理念経営とは

- ・理念経営またはパーパス経営と呼ばれる経営手法は、経営陣のみならず、全社員で、共通の目的／理念というものを大事にしていく企業経営のこと。
- ・私たちが運営するアドベンチャーワールドは、テーマパークであり、「こころにスマイル 未来創造パーク」をテーマに、今の感動だけではなく、未来の Smile (= 幸せ) を創り出すパークでありたいという想いを掲げている。
- ・このようなテーマパークを運営しているアワーズの企業理念は、「こころでときを創る Smile カンパニー」である。「思いやりのこころ」「素直なこころ」「前向きなこころ」の3つのこころを大切にすることで、「社員の Smile」「ゲストの Smile」「社会の Smile」の3つの Smile を作るということ。
- ・私たちは、3つの Smile の創る順番を決めている。一番目は「社員の Smile」。二番目は「ゲストの Smile」。三番目は「社会の Smile」。
- ・サービス業において、この順番は少し意外に思われるかもしれない。もちろんお客様(ゲスト)は大事な存在だと思っているが、「社員の Smile」がなければ、お客様に対して、本当の意味での Smile (= 幸せ) を届けることができず、社会にも Smile の輪を広げていくことができないと考えた。

3 アワーズの理念経営と今後の展望

- ・理念が決まれば、浸透させ、それに沿った経営をするだけ。例えば、採用。理念に共感する人を集めたいので、学歴でもなく、能力でもなく、理念に共感していただける方を採用するという方針を徹底。
- ・また、社員のみなさんの人間関係をよりよくするために、社内サークルを作った。さらに、企画稟議書のフォーマットも、企業理念を考えないと書けないようなフォーマットに変更した。
- ・最も象徴的なこととして企業理念を具現化するため、社内プロジェクトチームを組織し、新社屋「麗しの我が家」を建設したことが挙げられる。
- ・それまでは、広いアドベンチャーワールドのパーク内に、部署毎のオフィスが点在していた。オフィスごとに文化が違ったり、他部署の社員と会う機会がないため、顔は知っているが、名前はわからないといった状況さえあった。こんな状況では「社員の Smile」を作れない。
- ・この企業理念を具現化するため、社内プロジェクトチームを組織。新社屋建築プロジェクトの開始にあたり決まっていたのは、期間／予算／建築場所という3点と、理念を具現化

したオフィスを作るという点のみ。「企業理念を具現化させていくためには、こういう設備が必要だよ」とか「こういうエリアが必要だよ」となど、具体的な手法をプロジェクトチームで考えてもらった。

- 期間も予算も倍になってしまっていて、どうしようかと思ったが、「ワンフロアがいい」、「食べたら必ず健康的でおいしい食事が出てくる社員食堂が必要だ」など、企業理念を具現化するためにはもっともな意見だと思い提案を採択した。
- 「社会のSmile」の一環として、SDGsにも積極的に取り組んでいる。理念経営やSDGsに取り組むことで、仲間がどんどん増えていく。また、社員も本当に成長した。コロナ禍で初めての赤字を経験したが、若手もベテランも関係なく、社員一人一人が出来ることをやろうと自発的にアクションをとってくれた。
- 理念経営では理念が全ての軸となる。意思決定をする際にこの理念を軸とする事で、社員全員が同じ方向を向いて物事に取り組めるようになる。また、何か苦しいときでも、この理念に立ち戻って行動を判断することができる。私たちは個人及び企業の理念を今後も大切にしていきたいと思っている。