

JNTO 国際会議主催者セミナー 質疑応答

有限会社 フルフォードエンタープライズ CEO アダム・フルフォード氏

【質問 1】

・日本人の感性でつい「馴れ馴れしくないかな？」と危惧してしまい、説明口調や他人行儀な言葉をチョイスしてしまいます。言葉の距離感の違いがあることはわかりますが、プレゼンでの距離感の感覚はどれくらいの感じが良いのでしょうか？（難しい質問で申し訳ありません）

【回答】

・プレゼンする相手を、同じ職場で働く同年代の友人に例えて考えてみてください。職場で重要な話をするとき、その人にどのように話しかけますか。このようなシチュエーションを想定してみると、距離間のイメージがつきやすいかもしれません。英語では、自分よりずっと年上の人に対しても、これに似た距離感で話すことができるのです。

【質問 2】

・1980年代、どちらかという地味な存在だった日本が、観光地として選ばれるような人気のある国になったのはなぜなのかどうしても理由が分かりません。もちろん、自然や和食、観光地の魅力は理解できますが、ここ30年ほどで劇的に受け止められ方が変わっています。どうしてでしょうか。フルフォード先生のような方がいらして、情報の発信力が強化されたというのも理由の一つでしょうか。

【回答】

・日本には世界に共有すべきもの、発信できるものがたくさんあります。来日後40年経ってもなお、新しい発見があるので、私にとっては日本が最近人気の観光地になったことが不思議なくらいです。

・日本に関する私の（尽きることのない）熱意を日本語でお伝えする折には、たくさんの（日本語の）間違いをおかしていることは重々承知しています。それでも、ご質問くださった方を含む MICE 関係者の方々がそれぞれの日本の魅力を「英語で」伝えるプレゼンテーションをされる折の勇気を与えることになっているとうれしいです。また、海

外の日本ファンの目を通して、日本の新たな価値を発見するどんなチャンスも見逃さないように。そうすることで、新しい日本の価値が見えてくることがあります。

【質問 3】

・今後は国際会議もハイブリッド開催が定着されていくと考えますが、ハイブリッド形式提案の際に留意すべき点等があれば教えてほしい。

【回答】

・観光の DX 化に伴い、オンラインでも様々な体験ができるようになりましたが、遠隔地の参加者が何らかの形で AX"アナログトランスフォーメーション"を共有する機会を模索し続けてください。遠隔地からの参加者を温かく迎え入れる方法を考えていただきたいです。

・日本は、来日される方にとって人生を変えるような体験になる可能性があります。リアル参加者と同様に心から歓迎されていると感じられるような、おもてなしをもってすれば、オンライン参加者にも同様の感覚を提供できる可能性があります。MICE イベントに遠隔で参加する人たちと地域の文化を共有する方法として、どんな方法が考えられるでしょうか。何十もの可能性があるはずです。

【質問 4】

・アメリカ英語、イギリス英語、オーストラリア英語など、使う英語の種類によってプレゼンの印象は変わるものなのか。

【回答】

・オフィスで友人と大事な話をするイメージに立ち戻れば、基本的にプレゼンスタイルは変える必要はないと思います。プレゼンする相手は皆、何かしらの目的を達成したいと思っているはずで、あなたはその手助けをすることに注力してください。

・自信をもって、また親しみやすくあることに加え、よく（注意深く）聞くということも大切です。今回のオンラインプレゼンテーション（主催者セミナー）のように、日本全国にいる様々なタイプの聴衆を想定した私のケースでは、難しいことでした。しかしながら、みなさんのケースでは、ご自身のプレゼンを聞く方が誰なのか、正確に

把握できる場合が多いはずですが。彼らが求める理想的な内容は何なのか？プレゼンをする前に質問し、探しあててみてください。そして、プレゼンしながら、その内容が相手のニーズに合っているかどうかをチェックしてみてください。

・良い結果へ導くために、インタラクティブなプレゼンになるよう目指してください。あなたのプレゼンテーションの聴衆（のみなさん）に親しみやすく、相手のニーズに受けられるようにしましょう。

【質問 5】

・心配性かつ人見知りなプレゼンでは台本を作り機械的に読んでしまいが、臨機応変に話せるコツなどはありますか。

【回答 5】

・人前で話し始めた当初は、手が震え、目もうまく動かないほど緊張していました。しかし、回数を重ねるうちに、しだいに容易になり、書いた言葉よりも頭の中にある言葉を使いたいと思うようになりました。

・今日では、スピーチやプレゼンをするとき、かなりリラックスして臨めるようになりました。最も、日本語の間違が多いことは承知していますが。もちろん、間違いを減らす努力は続けますが、完璧ではない方が聞き手にとって、同じ人間として共感しやすいのではないかと考えています。コミュニケーションにおいては「つながり」が大切です。

・聴衆は、あなたのプレゼンテーションから何かを得たいと考えていることを忘れないでください。ご自身の話す情報が価値あるものと思えば、自信を持って話すことができます。そこで、あなたのプレゼンテーションに目を通し、各スライドの強調すべき点は何か探してみてください。なぜそれを強調すべきなのでしょう？例えば、「このサービスは、私たちの都市でしか利用できません。」あるいは、「空港がとても近くにあります！」、「日本で一番おいしいラーメンがあります！」など、たとえ原稿をほとんど読むことになったとしても、重要なポイントは聴衆をまっすぐ見て、そのキーとなる理由を直接、笑顔で伝えてみてください。そうするとかなり違ってきます。

・また、設問 4 で回答したように、質問をすることが大切です。例えばプレゼン前に、

聴衆からすでに得ている情報をもとに、聞き手に追加で質問してみるとよいでしょう。

「このイベントの参加者は何人くらいですか?」、「イベントの開催時期は4月のみでしょうか?」、「これまで日本のどこに行ったことがありますか?」など、質問をすることで一方的に話すのではなく、会話をしているようなイメージを持ちやすくなるはずです。

・また、世間話をするのもよいでしょう。「私の住んでいる町の今日の天気は最高です。お天気はどうですか?」「桜が咲き始めました。あなたの住んでいる地域で今咲いている花は何ですか?」「あなたの声はとてもクリアですね。マイクの性能がいいのですね!」など、聴衆との雑談がプレゼンそのものに自信を持たせてくれるのです。

【質問6】

・例えば国内対抗の英語でのプレゼンの際にコンサルティングをお願いすることも可能ですか?費用感も教えていただけると助かります。

【回答】

・ぜひ、よろしくお願いいたします。お客様のニーズに合わせて柔軟に対応させていただきますが、実際のコミュニティで、そのコミュニティを代表する方々と、活用可能な重要な競争力を一緒に確認することが非常に重要だと考えています。

料金に関しては柔軟にご対応させていただくため、

Fulford Enterprise (contact@fulfordent.com) までご相談ください。

プレゼン指導に限らず、通常、お伺いする点は次の通りです。

- * 外国人観光客に強くアピールできる地域や文化は何か?
- * MICEの差別化ポイントとして、どのような点を新たに開発可能か。
- * 異なるMICEイベントに、どのような施設が利用でき、体験ができるのか。
- * これまでで最も成功したイベントは?
- * うまくいかなかったイベントは?
- * MICEや観光に関連する現地での調査は?
- * MICEイベントや観光に関する情報収集のために、地元でどのような調査を行ったことがあるのか。

* 来日される方に地元由来の製品・商品、農産物等成功事例として挙げられるものは何か？

* MICE イベントの成功に大きく貢献する地元個人／団体／企業はどこか？
など