



伝わるプレゼン術



プレゼンはない方がいい？

土屋 のっけから言うのもなんですが、僕はプレゼンに懐疑的なんです。僕ら制作側は、みんなが面白いと言っているものを一緒に面白がっているのはだめなんじゃないかという強迫観念のようなものがある。だからもしプレゼンの場で満場一致の企画があったとしても、番組として面白いかどうかはかなり疑問。考えてみたら僕自身、きちんとプレゼンというのはしたことがないんです。



菱川 局の中で、上層部へのプレゼンもないんですか？

土屋 一応あるんですが、うまく行ったものってきちんと企画書をしたためて参じるというものはなかったですね。「電波少年」も、ある番組が急ぎ終わることになって、「明日までに番組の枠を埋める企画を持ってこい」と言われて急いで作った企画なんです。ただの3ヵ月間の枠埋めですから、ほとんどノーチェックでした(笑)。

菱川 もしプレゼンしていたら…。

土屋 通らなかつたでしょう。だから、いわゆるきちっとしたプレゼンに関しては、少し消極的です。番組のコーナー企画を考える時も、「よし、次は猿岩石のヒッチハイクをやらう」といって「よし

やりましょう!」なんて言ってくれる人は誰もいない。「ああ、土屋がまた変なことを言っているから、やることになるんだろうな」という雰囲気なんです。その時点では、面白いという感覚は僕の頭の中にしかない。面白さって、制作の過程で修正しながら、状況に応じて作られるものだと思うんですよ。企画書通りやってうまくいったことなんてないんじゃないかな。

菱川 それはありますね。特に理路整然とした企画書があるときは危険な匂いがある。「ソリューション」とか、日常会話で使わないようなカタカナがやたら出てくるステレオタイプなのは(笑)。

土屋 そうそう。ただ、本気を図るためのプレゼンならありだと思っています。5年ほど前に編成部長を務めていて、企画を審査する側だったんです。以前は企画書だけで決めていたんですけど、僕はあえてプレゼン方式にしたんです。そして、圧迫面接みたいなことや、すごい意地悪なことを言う(笑)。でも、本当に時間をかけて真剣に企画を考えている人間は、目を見ればわかるんです。意地悪を言った時、うろたえるのか、しっかりとこちらを見据えてくるのか。その違いが熱の入れようがわかるんですよ。僕はうまい企画書やプレゼンが見たいんじゃないって、その企画に対する熱を知りたいわけです。

菱川 僕は、プレゼンでも会議でも、物事が面白く進むときっていうのは、振音が飛び交うんですよ。「グワッ」とか「ドバッ」とか。表現的には幼稚でも、関わっている人たちの熱がそこに表れている。依頼してくださるクライアントにも同じことが言えて「こういう商品を、こういうふう売り出したい」ときちゃんとオリエンがあるより、「どうしていいかわからないけどとにかく売

KITAYAMA TAKAO



HISHIKAWA SEICHI

TSUCHIYA TOSHIO