

戦略会話3 次回の議論に持ち越す

立場：A(提案する人) < B(提案に反対する人)



- A 5 : _____ ① _____。→相手の感 触 を探る
- B 5 : そうですね……まあ、_____ ② _____ということになるでしょうね。
_____ ③ _____と思いますが……→断 定 を避 けて返 事 を保 留 する
- A 6 : よろしくお願 います。
- B 6 : じゃあ、今日 はそう いうこと だ。
- A 7 : お疲 れさ までした。

下 の表 現 を使 っ て、戦 略 会 話 を完 成 させな さい。

- ①ファイナンス部としてはどんな感じでしょうか/
宣伝サイドとしてはどうでしょうか/経営企画部としてはいかがでしょうか
- ②やるとしても、当行として丸抱えはできないので、シンジケーションを組むことも視野に入れて/そのようにするのなら、どの媒体にするのか再検討する/
中途採用するのなら、採用した人たちが定着するような人事のシステムをきちんと整えてから
- ③持ち帰って部内で検討して、来週初めあたりにまた協議させていたきたい/
広告代理店とも相談の上、素案をお出ししたい/
我々としても、他社の事例を調べたり、専門職の処遇のあり方を至急検討してみたい

<応用練習>

適切な表現を使いながら、自分の場面で戦略会話3を作りなさい。

課題3 戦略会話1~3を通して話す



チェン：では、今日の本題に移らせていただきます。北東電子工業のインドでの工場建設の件ですが、これは、お手元の資料にもありますように、同社の価格競争力強化を図るとともに、成長力のあるアジア市場に布石を打つ大事業です。同時に、社の将来を託すものでもあります。また、雇用確保や技術移転という面からも、現地の全面的な支援が得られるということです。こうしたことから、私どもとしては、技術力に定評のある同社を引き続き支援したく、前向きに検討したいと考えています。



石井：総事業費は100億円ということですが……

チェン：はい、北東電子と関連会社、取引先、それに現地企業も一部出資して新会社インド北東エレクトロニクス社を設立し、そこが主体となります。資本金は25億円で、北東電子本体の持ち分は51%です。

石井：そうですか。日本の企業としては初めての進出地域だそうですが……カントリーリスクを考えると、ちょっとリスクすぎませんか。

チェン：まあ、確かにリスクはありますが、人件費などのコスト抑制、将来的なアジア市場でのシェア確保のための先行投資といったことも含めて総合的に考えると、避けては通れない道であろうかと……

石井：それはわかりますが、北東電子としてはけっこう冒険ですね。治安や人材、部品の安定調達、インフラ、それに為替や金利の見通し、税制など、不確定要素が多すぎるんじゃないでしょうか。



本田：その辺のところは、お手元にあります北東電子の事前調査レポートに詳しく書かれています。まあ、おっしゃるように不確定なファクターはあるものの、現時点の判断では中長期的に期待されるメリットを勘案すると、おおむね取り得るリスクということになるかと思いますが……

チェン：プロジェクトのキャッシュフロー予測については、お手元の資料の5ページをご覧ください。原材料費、製品価格、出荷量、金利などの前提を変えてシナリオが描かれています。中心シナリオでは8年で初期投資回収という見込みですので、財務的にはそう無理のない計画かと思います。

第11課

プレゼンテーション

ビジネスプレゼンテーションで大切なのは、「限られた時間でいかに相手を説得し、動かすか」ということです。そのためには、データを使ってわかりやすくポイントを説明したり、アピールしたりする力が必要です。この課では接続詞の使い方や表・グラフの説明の仕方などを含め、プレゼンテーションに効果的な戦略と表現を学習します。

課題1 ロールプレイにチャレンジ

コンサルタント会社トゥマロー・コンサルタントのライアンさんは、ある化粧品会社に依頼された日焼け止め商品の拡販について、関係者にスライドを使って市場調査の結果報告と提案をする。

立場：ライアン(トゥマロー・コンサルタント社員・提案する人) < 三浦(化粧品会社商品企画部・提案される人)

1. 序論 ～本論を紹介する～

1-a. あいさつ

ライアン：社名と名前を言う。

先方に対する感謝の言葉を述べる。

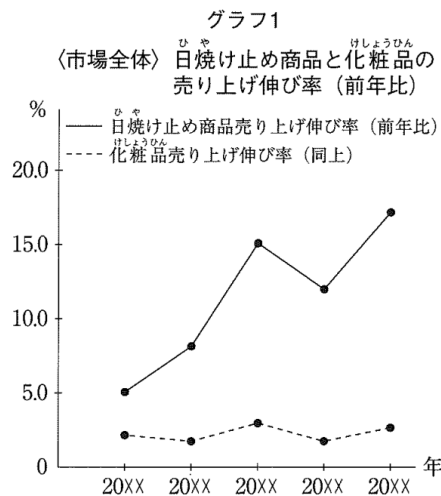
調査結果の報告と提案に入ると開始の宣言をする。

所要時間はおよそ30分で、質問は発表終了後にしてほしいと言う。

1-b. 背景説明

ライアン：日焼け止め商品の市場の現状について、手元の資料2ページのグラフ1を見るように言う。

グラフを説明し、その背景には紫外線の健康への悪影響の認識の広がりがあると言う。



日焼け止め商品は、従来の女性・アウトドア・夏場が相場といった市場イメージから、より広い客層・用途・季節に拡大しているという認識を持つべきだと問題提起をする。

1-c. 提案

ライアン：シェア拡大のための提案をしたいと言う。

- ・ポイント1(目次(1))を述べ、顧客のニーズをすぐに読んで、商品に反映させなければ、シェア拡大どころかシェア確保も難しく、ジリ貧になってしまうと、ポイント1を補強する。
- ・ポイント2(目次(2))を述べ、日焼け止め商品のマーケットを単に成長が見込めるだけでなく、新たな市場の形成が期待できる分野だと考えていると言う。メーカーが新しいコンセプトの商品を市場に出していくことによって、拡大する需要にこたえるだけでなく、潜在需要を掘り起こしていくことが重要だと、ポイント2を補強する。
- ・ポイント3(目次(3))を述べ、これについては最後に話すと言う。

スライド

目次
(1) 多様なニーズを捕捉する商品ラインナップの構築
(2) メーカー主導の積極的な商品開発
(3) 具体的な販売戦略

2. 本論 ～目次に沿って詳細に説明する～

ライアン：目次(1)を切り出す。

目次(2)を切り出す。

※目次(1)(2)については、切り出しの練習のみとし、具体的な内容の練習は抜かない。

グラフ2

