

# プレゼンテーション 技能検定

**2 級**  
/ 準 2 級

---

公式テキスト

---

見本誌

## はじめに

ビジネスではプレゼンテーション、略してプレゼンという言葉を目にしない日はありません。商談や企画提案、新製品発表会など、様々なプレゼンが今日もどこかで行われています。

ところでこのプレゼン、きちんとやり方を学んだ、という人はどのくらいいるでしょうか。

実は最近、学校でプレゼンの授業が増えています。例えば大学ではゼミの研究成果を発表するプレゼン大会を開催したり、中学校では自分たちの住む街を他の都道府県に住む人にPRする、というテーマで、街の歴史や観光スポット、名産品などについて調べてプレゼンしたりします。

しかし、多くの授業で教えられているプレゼンのやり方では、残念ながらビジネスでは通用しません。なぜなら授業で教えられているのはプレゼンではないから。多くの方が勘違い、あるいはきちんとプレゼンを学ばないまま社会人になります。

さて、社会人になるとプレゼンは「仕事」なので、やらないわけにはいきません。そこで学校で学んだプレゼンを実施するわけですが、前述の通り本来のプレゼン方法ではないため、やってもやっても結果が出ません。そこで上司や先輩に同行したり、アドバイスを求めるわけですが、残念ながらその上司たちも、きちんとプレゼンのやり方を学んでいない「自己流」の方が殆どです。ですからコツを尋ねても「わかりやすくゆっくり話すこと」「とにかく場数を踏め！」程度しか教えてくれません。

……これは困りました。

そこで本検定は、そもそもプレゼンとは何をすることかに始まり、話し方、スライド・資料の作り方、そして困った時の対処方法まで、体系立てて学ぶために作られました。プレゼンの基本をしっかりと学んで、実務に役立てていただきたいと思います。

# 本書の構成

## 本書について

---

本書はプレゼンテーション技能検定2級／準2級を受験される方のための解説および演習問題集です。原則として「プレゼンテーション技能検定2級／準2級」に準拠して作成しています。

## 本書の構成

---

### 第1～3章

プレゼンテーションを実施するにあたって押さえておきたいポイントや、出題傾向の高い内容を、各章で解説しています。

### 第4章

この章は演習問題と模擬試験で構成されています。

- ・演習問題

プレゼンテーションの基礎を身につけるにあたり、内容を考えながら身につけるためのトレーニングです。

- ・練習問題

検定試験で出題率の高い内容をまとめています。



# プレゼンテーション技能検定について

本検定は、就職やビジネスにおいて必要不可欠な「プレゼンテーション」に関する幅広い知識や技術、教育・指導能力を客観的に証明するものです。この資格を有することで基礎知識から実務レベルのプレゼンテーション能力を身につけていることを社会的に証明出来ます。

## 資格取得のメリット

---

### プレゼンテーションについて学べる

学校や会社では教えてくれなかった、社会人として会社で働く上で必要なプレゼンに関する知識・技術を基礎から体系立てて学べます。また改めて学ぶことで、見よう見まね、自己流、なんとなくやってきたプレゼンに関する知識や技術、経験の棚卸にも最適です。

### 仕事・授業に役立つ

商談や面接、ゼミでの発表、プレゼン大会など、私たちは日々様々なプレゼンを実施しています。検定を通じて学んだことは、すぐに仕事や授業で役立ちます。なによりも自分自身のスキルアップを実感出来ます。

### 就職・転職に有利

プレゼン能力は様々な業種、業界で必要とされています。そこで多くの企業の採用基準のひとつである「プレゼン能力」の客観的な証明として履歴書に書けます。さらに、面接自体が自分自身のプレゼンなので、就職・転職で有利になります。

### 社員教育に役立つ

会社にとって全社員のプレゼン能力の底上げが重要です。そこで、プレゼンを部下や後輩に教える立場になった時、体系立てて学べる検定は役に立ちます。さらに1級を取得すれば、実務能力に加え、部下・後輩の教育・指導能力を有することも証明され、昇進・昇格に有利になります。

## 各級に求められるレベル

---

- |     |                                       |
|-----|---------------------------------------|
| 1級  | 3級、準2級、2級の内容に加え、基本的なプレゼン教育・指導能力を有している |
| 2級  | 3級、準2級の内容に加え、より高度な知識と実技能力を有している       |
| 準2級 | 3級の内容に加え、より高度な知識を有している                |
| 3級  | プレゼンテーションに関する基本的な事柄を理解している            |

## 受検対象

---

社会人 あらゆる階層：新入社員、若手から中堅、管理職、経営者・経営幹部  
あらゆる職種：管理職、営業、技術職、人事・総務、企画、設計など  
あらゆる業種：メーカー、IT関連、商社、小売業、医療、教育、サービス業など

学生 就職活動や研究発表、学内外プレゼンなど、自己表現能力を証明したい学生  
※3級、準2級のみ受験可

## 資格取得方法

---

1. 公開試験で受験する
2. 学校や会社、団体での集合試験で受験する
3. 認定講座を受講する……当協会主催の指定講座を受講することでも資格を取得出来ます。  
(講座終了後の試験に合格することが条件)

## 検定概要

---

受験方法	1.東京・大阪・名古屋・広島・博多などの公開会場で受験する (当協会または当協会と特別に提携した機関が一般の受検者のために設けた会場) 2.在宅受験(3級のみ)
受験資格	1級 2級資格取得者、実務経験5年以上の社会人 2級 実務経験3年以上の社会人 準2級 制限なし 3級 制限なし
試験方式	1級 一次：解答選択式(一部記述式)、二次(一次合格者のみ)：実技 2級 一次：解答選択式(一部記述式)、二次(一次合格者のみ)：実技 準2級 解答選択式(一部記述式) 3級 解答選択式(一部記述式)
併願	3級と準2級のみ併願可能
試験時間	1級：一次試験60分間、二次試験10分間の実技試験 2級：一次試験60分間、二次試験5分間の実技試験 3級、準2級：50分間

詳細は日本プレゼンテーション教育協会ウェブサイトをご覧ください

>>> <http://jpea.jp>

目次

はじめに

本書の構成

プレゼンテーション技能検定について

**第1章 準備する**

**7**

プレゼンテーションとは

プレゼンテーションの結果 = 内容 × 伝え方 × 熱意

目的を明確にする

相手は誰か

構想を練る

# 第 1 章 準備する



# プレゼンテーションとは

## プレゼンテーションの本質

### 信用出来るか、一緒に仕事をしたいか、任せられるかを見極めるため

- ✓ 緊張する
- ✓ 頭が真っ白になる
- ✓ あがる
- ✓ 胃が痛くなる
- ✓ 逃げ出したくなる
- ✓ 手足や声が震える など

上記のような状態になるからプレゼンしたくない人は多い。しかしそもそも、なぜプレゼンテーションする必要があるのか、を考えなければならない。例えば、企画書や提案書を読んだ顧客や上司が「では、ちょっとプレゼンしてもらおうか」となって実施することになるのだが、すべて企画書や提案書に書いてあるはずなのに、なぜわざわざ同じ内容を口頭で説明しなければならないのか、と疑問に思ったことはないだろうか。

実はここにプレゼンテーションの「本質」がある。相手からすればプレゼンテーションでは、内容はもちろん、「プレゼンター（人または会社）」の確認も重要な目的だ。なぜなら、どんなにすばらしい製品や企画でも、作った会社や企画した人間が信用に値しなければ、ビジネスは上手くいかないからだ。よって、信用出来るか試される場がプレゼンの本質と言える。

### 説明、発表、プレゼンの違い

説明	相手に理解してもらうこと
発表	相手に知らせること
プレゼン	相手を動かすこと

実は多くの方がプレゼンを説明、または発表することと勘違いしている。説明とは「内容を理解してもらうこと」、発表とは「内容を知ってもらうこと」。つまり説明や発表は話を聞いてもらうことが目的で、相手に具体的な行動を求めることはない。

一方、プレゼンの目的は相手を動かすことだ。

相手を動かすとは、例えば新製品のプレゼンの場合は「購入してもらうこと」、面接の場合は「採用してもらうこと」、企画提案の場合は「承認してもらうこと」だ。いくら話が上手くても、説明がわかりやすくても、この目的を達成できなければ意味がない。ビジネスプレゼンでは、常に結果を出さなければならないことを肝に銘じておくこと。

内容	例：コードレスクリーナーについてのプレゼンテーション		
	説明	発表	プレゼン
目的	使い方を理解させる	どんなものか知ってもらう	買ってもらう



# プレゼンテーションの結果 = 内容 × 伝え方 × 熱意

一般的にプレゼンが上手い人のイメージは？と尋ねると「話し方がうまい」「堂々としている」「自信がある」という答えが返ってくる。しかしそれは表面的な話だ。上手い人はなぜ上手いかというと「内容」「伝え方」「熱意」の3つが優れているからだ。

## 「内容」に価値があるか

---

買ってもらいたい商品やサービス、提案、アイデアそのものに価値があるか？

価値とは相手にとって価値があるかということ。プレゼンターがいくら価値がある、と思っても、相手がそう思わなければどんな伝え方や熱意をもってしても、相手の心が動くことはない。

## 「伝え方」が出来ているか

---

伝え方とは、声の使い方（大きさ、滑舌、抑揚など）や態度（表情、姿勢、視線など）、スライドや資料の使い方、デモンストレーション（実演）など、相手が内容に理解してもらい、動かす方法のこと。スライドを見せながら話すことだけがプレゼンではない。デモンストレーション（実演）や試食、工場見学など、目的達成のための伝え方を考えよう。

## 「熱意」を持ってプレゼン出来ているか

---

人は論理的に正しい、理屈に合っているだけでは動かない。感情に訴えかけることも重要だ。そもそもなぜ、人前でプレゼンしなければならないのか。それは企画書や提案書だけでは読み取ることが出来ない、プレゼンターの「人間性」を知ってもらうためである。

熱意は服装や声、強い眼力、堂々とした姿勢、力強いジェスチャー、そして自信あふれる表情となって現れる。内容も大事だが、それをどのくらい熱意を持って伝えられるかも、相手を動かすためには必要不可欠であることを忘れてはならない。

## 【参考】「説得の3原則」アリストテレス（古代ギリシャの哲学者）

1. ロゴス (logos) 論理、理屈
2. パトス (pathos) 情熱、共感
3. エトス (ēthos) 信頼、人間性

メモ

## 目的を明確にする

### プレゼンを実施する側の目的は何か？

#### 相手を動かすこと（何を、誰に、どうしてほしいか）

今度実施するプレゼンテーションについて考えるにあたり、まず考えなければならないのが「何のためにプレゼンするのか」である。説明や発表と違い、プレゼンテーションの目的は相手に対して、具体的な行動や変化を求めることである。



- ・顧客に商品を買ってもらおう
- ・お客様に保険の契約してもらおう
- ・上司に企画を承認してもらおう
- ・転職面接で企業に自分を採用してもらおう
- ・情報や考え方を他の人にも伝えてもらおう など

### プレゼンを聞く側の目的は何か？

#### 抱えている問題を解決すること

一方で、当然プレゼンを「聞く側」にも目的がある。それは問題を解決することだ。

- ・売上を伸ばしたい
- ・販売数を増やしたい
- ・コストを減らしたい
- ・痩せたい など

#### 相手の課題を知るには？

- ・事前にヒアリング（聞き取り）
- ・相手の立場で考える
- ・自分の思い込みを捨てる
- ・相手のことを調査する など

演習：プレゼン相手の「目的」について考えてみよう

# 相手は誰か

## 本当に動かすべき相手は誰か

### 「決裁者」「重要人物」は誰かを見極める

プレゼンテーションで結果を出すには、誰が決裁者かを絶対におかなくてはならない。なぜなら決裁者を動かすことがプレゼンの最大の目的だからだ。

例えば、相手が新入社員と社長の場合、いくら新入社員にわかりやすく伝わるプレゼンをしてでも全く意味がない。なぜなら新入社員には何も権限がないからだ。ということは、プレゼンの内容を考える上で考えなければならないのは、いかに「権限を持つ人」に理解してもらい、首を縦に振ってもらえるかである。必ずしも全員に理解してもらう必要はないということだ。

## 決裁者と重要人物

### 決裁者とは

プレゼン内容の最終判断をする人のこと。商品の購入を決めたり、企画を承認したり、他との優劣を決めたり、就職・転職の面接で採用するかを決定する。

### 重要人物とは

決裁者に影響を与える人、あるいは報告・意見する人のこと。高度な専門知識を持つ人や、技術責任者、現場担当者等を指す。

演習：あなたのプレゼンの場合、決裁者や重要人物は誰？

## まず目の前の相手を動かす

ビジネスにおいて、プレゼンの場に最初から決裁者がいない場合もある。

例えば自社新製品について顧客にプレゼンする場合、まずは顧客の担当者が聞いて、内容を上司に報告する。その報告を元に、上司は自分も話を聞くかどうか、あるいは会議の議題として取り上げるかどうかを判断し、最終的に社長や部長などの決裁者が購入するかを判断する。

社外 担当者 → 上司 → 社長

社内 第一回開発会議（チームメンバー） → 第二回開発会議（部長） → 経営会議／最終プレゼン（経営陣）

## 担当者には好感触だが……

よくある結果に繋がらないパターンは、顧客の担当者には「今度の新製品は良いですね！」と話は盛り上がり、好感触も得たが、その後、音沙汰なし。後で聞いてみると、相手の担当者の上司に上手く魅力が伝わらなかった、というものだ。

その原因は、手渡した資料が分かりにくかったり、相手の上司に対する説明力・プレゼン力不足、つまり上司に上手く伝えられなかったりしたことにある。

自分の代わりに、相手がいかに決裁者や重要人物にわかりやすく報告してもらえるか、上手くプレゼンしてもらうかを考えることも重要だ。

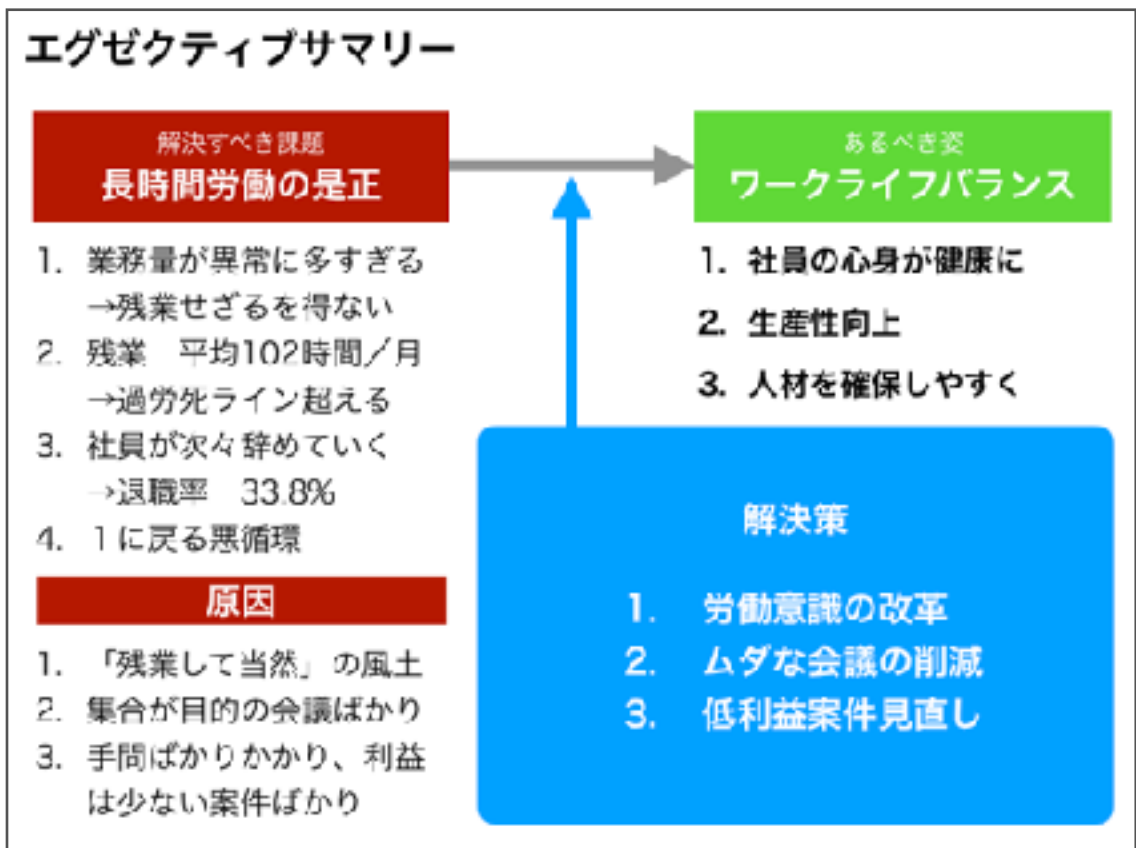
### 1. わかりやすい資料を準備する

当たり前だが、自分が理解できていないことを他人に説明、報告することはできない。

相手はプレゼンを聞いた直後は十分理解できたつもりでも、時間が経ってみると「これってどういうことだったっけ？」と不明点や疑問点がいくつも出てくるものだ。よって、相手の上司に対するプレゼン力に期待せず、読めばわかる資料を準備すること。

### 2. エグゼクティブ・サマリーを用意しておく

エグゼクティブ・サマリーとは、企画や提案内容を一枚にまとめたもののこと。多忙な経営者や役員、部長などは最初からじっくり資料を読む暇がないので、A4用紙1枚に要約したものを、企画書や提案書の「表紙の次」に入れておくとよい。



## 構想を練る

【構想】これからしようとする事柄について考えを組み立てること。また、組み立てた考えの内容。「一を練る」「雄大な一」「新しい交通体系を一する」（大辞泉）

### いきなりスライドを作り始めてはいけない！

---

大抵の人がプレゼンすることが決まったら、とりあえずスライド、あるいは企画書、提案書を作り始めることだ。これがプレゼンの準備に時間がかかる元凶である。スライドや提案書はアウトプット、つまり最後に形にするもの。まずは基本構造に沿ってアイデアをまとめることが先決だ。

#### 効率的なアイデアのまとめ方

- キーボードを叩くより、ペンで書くほうがおすすめ（図や絵などもサッと描けるから）
- 複数で行う場合、全員に見えるようホワイトボードや付箋紙などに書き出すこと
- 思いついたことはとにかく書き出す。アイデア段階なので良し悪し、コスト、実現の可否などを判断しない
- 簡潔にわかりやすく書く
- 制限時間を決める（締め切り効果で効率が上がる）

#### アイデアを整理する

アイデアが出尽くしたら、次は整理段階だ。似たような内容をグループ化して整理するちなみに慣れてきたら、書き出しながら整理できるようになる

- グループ分けする（特徴、価格、事例など）
- 重複するものをまとめる
- 残念ながら明らかに実現不可能なアイデア（予算がないから無理など）は外す

#### メモ

## プレゼンテーションの基本構造

---

### プレゼンの流れ



### 構想を練る順番

構想を練る時はまず「結論」から考えること。今度のプレゼンで何を伝えなければならないのかがはっきりしていなければ、まとまりのない内容になってしまうからだ。

- |          |                         |
|----------|-------------------------|
| 1. 結論    | 相手に何を伝えたいのか、どうして欲しいのか   |
| 2. 詳細    | 内容を裏付ける根拠やデータを3つ以内にまとめる |
| 3. 概要    | どのような流れでプレゼンを進めるのか      |
| 4. まとめ   | 内容の要点のみ簡潔にまとめる          |
| 5. アクション | 相手に次の行動を促す              |
| 6. つかみ   | 相手の注意を引き、興味を持たせる        |

## 1. 結論

---

今回のプレゼンで相手に何を伝えたいのか、どうして欲しいのか、これだけは忘れないで欲しいというメッセージはなんなのかを考える。具体的な言葉で、ハッキリと言い切れるようになるまで考え抜くこと。絶対に結論が曖昧なまま内容を考え出さない。何を言いたいのかよくわからないプレゼンになってしまうからだ。

- 例1 新しい顧客管理システムは、営業効率を3倍にする
- 例2 利益を上げるためには、長時間労働を是正しなければならない
- 例3 プレゼンで結果を出すためには、まず基礎から学ぶ必要がある

## 2. 詳細

---

詳細とは、結論を裏付ける理由や説明や事例、データのこと。例えば「会議を減らせば、残業時間も減る」という結論であれば、相手が十分納得できる具体的な理由や、統計、他社事例などを話さなければならない。ただし、詳細は多ければ良いというわけではない。

### 人は短時間が覚えられるのは3つまで、と心得よ

一般的なビジネスプレゼンは15～30分程度だが、この限られた時間であれもこれも話しても結局、どれが重要なのか分かりにくいし、内容も覚えられない。短時間で覚えやすいのはたった3つまでと覚えておこう。例えば、1.どんな効果が得られるか、2.他社との違いは何か、3.価格、という具合だ。

# プレゼンテーション技能検定2級／準2級 公式テキスト

---

2018年12月 初版発行

著者 一般社団法人 日本プレゼンテーション教育協会  
発行者 西原 猛  
発行所 一般社団法人 日本プレゼンテーション教育協会  
〒541-0053 大阪府中央区本町2-3-4 アソルティ本町4F  
<http://jpea.jp>  
編集・デザイン ココロコネクト

本書の著作権は一般社団法人 日本プレゼンテーション教育協会が所有しています。本書の全部または一部を著作権法の定める範囲を超え、無断で複製・複写・転載・デジタル化等することを禁じます。

(C)Japan Presentation Education Association. All rights reserved.