

# プレゼンテーション 技 能 検 定

## 2級 / 準2級

【改訂版】公式テキスト

見本誌

## 目次

### 第1章 準備する

プレゼンテーションとは	4
プレゼンテーションの結果 = 内容 × 伝え方 × 熱意	5
目的を明確にする	6
相手は誰か	7
構想を練る	9
スライドをデザインする	15

### 第2章 伝える

どう伝えるかで相手に伝わるが変わる	27
印象をコントロールする	28
緊張をコントロールする	32
話し方をコントロールする	35
演習：ボイス・トレーニング	38
身体をコントロールする	43
話のコントロール	46
時間をコントロールする	50
スライドを効果的に使う	53
大勢の前でプレゼンする時のステージ技術	56
緊張を緩和するには	62
オンラインプレゼンで好印象を与えるコツ	63

### 第3章 磨きをかける

プレゼンの流れを見直す	65
ストーリーの力を使う	69
練習する	72
質疑応答(Q&A)に備える	77

### 第4章 演習と練習問題

プレゼン構成シート	83
【演習】スライドを描く	84
練習問題	87
練習問題（解答）	91

# 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

### 信頼出来るか、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頼に値しなければ、ビジネスは上手くいかないからだ。よって、信頼を得ることこそ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 (ethos) 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う
- ・お客様に保険の契約してもらう
- ・上司に企画を承認してもらう
- ・転職面接で企業に自分を採用してもらう
- ・情報や考え方を他の人にも伝えてもらう 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

## 第2章 伝える

## どう伝えるかで相手に伝わるが変わる

### 「伝える」は手段、「伝わる」は結果

---

「伝える」とは、こちらの意思や思考、感情を伝達するための言語や文字、身振り手振りなどの手段のこと。一方、「伝わる」は様々な手段を用いて伝えた結果、つまり相手が理解し、納得することを指す。よって、「伝わる」という結果を出すためには、どのような手段を使って「伝える」かを考えることが大切だ。

### プレゼンテーションは相手とのコミュニケーションの場

---

**【コミュニケーション】人間が互いに意思感情思考を伝達し合うこと。言語、文字、その他視覚・聴覚に訴える身振り、表情、声などの手段によって行う** (大辞林)

プレゼンテーションでは、スライドや資料を使いながら相手に話を聞いてもらう。そこで分かりやすい「話し方」を身につけなければならない。どんなに内容が優れていても、話が分かりにくければ、結果として相手に伝わるのが激減してしまう。逆に多少、内容が見劣りしても一生懸命に話すことで熱意が伝わり、相手の心が動かされることもある。

ところが、態度に落ち着きがない、話し方が軽い、えーと、あの一等の口癖が多すぎて聞きにくいなど、プレゼン内容の良し悪し以前にプレゼンター自身の印象が悪いと、本当は良い内容であるはずが、悪い印象の方が強く残ってしまい、相手に信頼されなくなってしまう。

よってプレゼンを成功させるにはまず、信頼できそうな人に見えなければならない。

メモ

# 緊張をコントロールする

## 過度な緊張はもちろん、緊張しなすぎも危険

緊張することは悪いことだ、と思われがちだが、実は気分が張り詰めて緩みの無い「良い状態」。逆に緊張していないのは気分が緩んでいる状態で、とんでもないミスをする可能性がある。例えば「なんだかわからないが今日は余裕だ！」とリラックスしていたら、直前で忘れ物を思い出し一気に余裕が吹っ飛んでしまった、という事態を招く。よくわからない余裕は気の緩み、失敗の元と心得ること。

特に何事も慣れてきた時が一番危ない。何度もプレゼンをしていると経験も増え、慣れてくるものだが「今回のプレゼンは、先週と内容が同じだから楽勝だな」と高を括っていると、時間や場所を勘違いしてしまったり、配布資料の宛先が前回の相手の社名になったままになっていたり、思わぬ失敗をしてしまう。何事も慣れてきた頃が一番危ない。油断大敵<sup>1</sup>である。

## 緊張してしまう原因は何か

- ✓ 準備・練習不足
- ✓ 未知の恐怖（初めての相手や場所、プレゼン内容 など）
- ✓ 自分を良く見せようとしすぎる（上手いと思われたい、笑わせたい など）
- ✓ 過去の失敗（以前のプレゼンで大失敗したトラウマ）

## 準備・練習不足

まず準備・練習不足が緊張する主な原因だ。つつい仕事忙しいからと、プレゼンの準備や練習を後回しにしてしまう（プレゼンも重要な仕事のはずだが……）。そしてプレゼン直前に資料に目を通す程度で本番に臨んでしまう。「ま、なんとかなるだろう」と自分に言い聞かせてはみるものの、心の奥では（うまく話せなかったらどうしよう……忘れたらどうしよう……）と不安を感じている。案の定うまく言葉が出てこない、内容をド忘れする、など不安が現実になってしまい、ますます緊張してしまう。

## メモ

<sup>1</sup> 油断は失敗の原因であることが非常に多く、何よりもこわい敵である

# 話し方をコントロールする

## 音声のコントロール

声	1 大きさ	相手が聞き取りやすい大きさ
	2 滑舌	口を開き、舌を動かす。語尾の上下、消えるのを無くす
	3 速度	一定速度で話すから単調に。緩急・強調・間で変化をつける
	4 口癖を減らす	1.話したい事を整理してから話す 2.無意識の癖を知る
態度	5 視線	相手に伝えなければ、相手を見て話す
	6 ジェスチャー	話に合わせて動かす。ただし同じ動作の繰り返しはただの癖。
	7 姿勢	真っ直ぐ立つ。揺れない、傾かない、猫背にならない
	8 表情	硬いと損。ずっと笑顔も変。プレゼンに集中すれば自然に変化

## プレゼン時の声の大きさ

### 小さすぎてもダメ、大きすぎてもダメ

プレゼンでは、相手が聞き取りやすい声の大きさに話しかけること。

声の大きさの基準は、相手が聞き取りやすいこと。大人数の場合は、最後列の人が聞き取りやすいこと。そしてプレゼン中も、相手が聞き取りにくそうにしていなければよく観察すること。なお、マイクは会場にもよるが、一般的には基本的に相手が20人を超えると使った方がよい。

### メモ

# 第3章

## 磨きをかける

# プレゼンの流れを見直す

## 時間を空けることで、客観的に見ることが出来る

やっと終わった……とホッとしたのもつかの間、質疑応答で矛盾や説明不足の部分などを鋭く質問され、答えに窮して台無しになる……という失敗をよく聞く。最後の最後で失敗しないためにも、必ず「客観的に」確認することが必要だ。企画書や提案書、スライド作成後は一旦、見ない時間を作ることを「寝かせる」という。最低でも2〜3時間、出来れば1日を時間を空けることで頭が冷静になる。

- ✓ 誤字脱字に気づく
- ✓ 内容の矛盾に気づく
- ✓ 説明や内容の重複に気づく
- ✓ もっと良いアイデア、良い表現が思いつく など

## その情報は本当に必要か？

現代社会は情報が氾濫している。SNS、ネットニュース、電車内広告、街頭ポスターなど、望む・望まないに関わらず、常に我々の目と耳に飛び込んでくる。そして多くの人がうんざりしている。会社に到着すれば待っているのは大量のメールに書類、報告、打ち合わせ、そして会議、会議、会議……。本当にうんざりだ。そこに加えてのプレゼンテーションだ。

なぜ、相手はプレゼンを集中して聞いてくれないのか。話し方が単調で退屈……というのがあるが、多くは情報過多だからだ。情報を受け取る側としてはうんざりしているのに、なぜか発信する側になると、すっかり忘れてしまう。

例えば、システムの使い方をログインから全機能の説明と使いかた、そしてログアウトまで全て説明する。果たしてログインの説明は必要なのだろうか。そもそもシステムを導入するかも決めていないのに、使い方を説明されたところで、果たして誰が覚えていると言うのか。

人間が記憶することは、自分にとって本当に必要なことだけだ。それ以外はあるという間に消えていく。その情報は相手にとって本当に必要か、知りたいと思っていたことか。相手の立場に立って、常に問い続けることが必要だ。

メモ

# ストーリーの力を使う

「成長」とは最高のエンターテインメントである

ヒーローズ・ジャーニー（英雄の旅）／ジョゼフ・キャンベル（神話学者）

## どのような困難に立ち向かい、乗り越えたか

ストーリー（物語）には力がある。小説や映画、ドキュメンタリー番組、ゲーム等は読んだ人、観た人、遊んだ人を感動させる。中には考え方や価値観が変わるなどの大きな影響を与えるものもある。また、ストーリーはエンターテインメントの世界だけではない。ビジネスにもストーリーの力は使われている。例えば、今や世界的な企業となった社長がインタビューで語るのとはどれほどの挫折を味わい、どれほどの困難を乗り越えて今に至ったかだ。そこに人々は共感し、感動する。これが成功者としての自慢話だけなら、皆そっぽを向くだろう。

では、プレゼンテーションでどのようにストーリーの力を使えば良いのだろうか。

## 共通の「敵」に立ち向かう

桃太郎	主人公は村人を苦しめる鬼退治を決意、仲間と共に鬼を倒す
スター・ウォーズ	主人公が数々の困難を乗り越え、成長していく
ハリー・ポッター	冴えない主人公が実は伝説の魔法使いで、仲間と共に成長し悪を倒す
ロミオとジュリエット	対立する家の男女が恋に落ち、苦悩し、そして死ぬ悲劇
経営者自伝	幼少期の苦勞、転機、ピンチ、チャンス、決断、会社の成長

## 相手の抱える課題＝敵

主人公が「失望から希望へ」「弱者から強者へ」「憎しみから愛へ」と至るポジティブな成長のストーリー。全ての生物にとって成長とは「生存確率の向上」を意味している

つまり、相手の抱える課題＝敵、と考えればよいわけだ。

例えば、経営陣に生産性向上についてプレゼンする場合、生産性向上を妨げる諸悪の根源「長時間労働」という共通の「敵」にどう立ち向かうか、という分かりやすいストーリーを使う。

顧客に自社のAI（人工知能）を使った自動経費精算サービスについてプレゼンする場合、多忙な社員の手を煩わせる「経費精算」からいかに解放し、注力すべき営業活動に専念してもらうか、そのために弊社のAIが営業支援できる、という分かりやすいストーリーを使う。

メモ

## 【商品情報】

サイズ：B5版  
ページ数：100ページ  
定価：2,200円

# プレゼンテーション技能検定2級／準2級 公式テキスト

---

2021年03月 第二版  
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 〒542-0081 大阪市中央区南船場4-10-5 南船場SOHOビル702 <a href="http://jpea.jp">http://jpea.jp</a>
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.