



一般社団法人

日本プレゼンテーション教育協会

プレゼンテーション 技能検定

【公式テキスト】

3級

見本誌

木の長きを求むる者は必ず根本を固くす

大きな発展を願う者は、基礎をしっかり固めなければならない

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。

また最近では、学校でプレゼンの授業が増えています。

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。

ところが、この多くの授業で教えられているプレゼンは、厳密にいうと「ビジネスに必要なプレゼン」ではありません。一体、どういうことでしょうか？

実は学校でプレゼンだと教わっているのは、「説明」や「発表」です。

ところが、ビジネスに必要なのは「相手を動かす」ためのプレゼンです。

では、どうすれば相手を動かせるのでしょうか？

答えを求めて、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」が殆ど。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……かな？」

「とにかく場数を踏め！」

「絶対にこのプレゼンを成功させるぞ!!、という気持ちが大事だ！」

このように、下手すると根性論になってしまうことも……。

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かにかに始まり、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。

検定対応表

【無料】 オンデマ ンド配信		・今度初めてプレゼンをすることになった方 ・何度もプレゼンしても結果が出ずに苦労している方	言われてみれば……。失敗するプレゼンの共通点とは？ ・失敗その1.「〇〇が不明」 ・失敗その2.「スライドが〇〇」 ・失敗その3.「〇〇な話し方」	
3級 認定講座		・初めてプレゼンする方 ・数回したプレゼンしたことがない方 ・改めてプレゼンのやり方をしっかり学びたい方	1. プレゼン内容の考え方の基本が学べる 2. スライドと配布資料(印刷物)のデザイン方法の違いが理解できる 3. 話し方や緊張を制御する基本が身につく	
		・技術者、研究者の方 ・プレゼンや研究発表、説明することが苦手な方 ・プレゼン経験が数回程度と少ない方	初級プログラムに、研究開発に長く従事してきた工学博士の講師が、技術者・研究者として行う発表や説明時に、必ず押さえておきたいポイントを解説した『特別講義』を追加したセミナー	
準2級 認定講座		・プレゼン実施回数が5回以上の方、または3級を取得された方 ・自己流、見よう見まねのプレゼンを行ってきた方 ・一度、自分のプレゼンを見直して、より上達したい方	1. プレゼンで上手くいく時、いかない時の差が理解できる 2. 相手視点で考えることの重要性和方法が身につく 3. 相手に伝わり、動かす方法が身につく	
2級 認定講座		・【必須】検定準2級取得者 ・ビジネスでのプレゼン実施経験が10回以上の方 ・部署異動や転職、起業など様々なプレゼン対応能力が必要な方	1. プレゼン目的別内容構成の方法が学べる 2. より高度なスライドデザインのテクニックが身につく 3. 人を惹きつけるプロの話し方の技術をビジネスに応用する方法を学ぶ	
1級 認定講座		・【必須】検定2級取得者 ・新人や若手のプレゼンを指導する立場の方、またこれから指導する機会がある方	1. 人に教えることで、自分自身も多くの気づきと学びを得られる 2. 人に教えるための基本が身に付く 3. 新人や若手を成長させることができる	

第1章

プレゼンテーションの基本

プレゼンテーションとは

プレゼンテーションの意味

Presentation：商品・企画などについての説明、発表、プレゼン（大辞泉）

元々は広告代理店が顧客に広告案を説明することをプレゼンテーションと呼んでいたが、業種業界にかかわらず、商談で商品について説明したり、社内会議で新企画を提案することをプレゼンテーションと呼ぶようになった。

最近では学校教育でも、自分たちが住む地域について調べ、スライド作成ソフトで資料を作り、スクリーンに投影したり、タブレット端末でプレゼンテーションする等の授業を取り入れられている。

なぜプレゼンテーションが必要か

人（会社）が信用できるか、任せられるかを見極めるため

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の「本質」がある。相手からすればプレゼン内容はもちろん「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できなければ、任せようと思えなければビジネスは上手くいかないからだ。

よって、人間（会社）を見極めるための場として、プレゼンが必要となる。

メモ

プレゼンテーションと教育

アメリカでは「Show & Tell」という、自分の好きなものを一つ見せて、なぜ好きか、どこが気に入っているかなどを話し、相手から質問を受ける、といった授業が初等教育から取り入れられている。

日本と違い、多国籍国家である欧米諸国では文化、宗教の違いにより、多様な考え方がある。そのため自分の意見や主張を明確にし、わかりやすく伝え、様々な意見や質問、反論に対しても答えられるよう早い段階から教育に組み込まれている。

これは伝わらないのは聞く側ではなく、話す側に責任がある、ということを早いうちから身につけるためのトレーニングだ。

一方、長らく日本では「読む・書く・覚える」が中心の教育だったため、教科書の音読など書かれた言葉を読み上げることはあっても、何もない状態で頭の中で考えながら、人前で自分の意見を話すことは少なかった。その影響もあって、プレゼンやスピーチなど人前で話すことが苦手な人の多くは、まず原稿を書き、それを暗記、または読み上げるという方法を採用してしまうのではないかと考える。

現代では、小学校からパソコンやタブレットなどのデジタル機器を使い、スライドを作って、調べたことについて発表したり、学生プレゼン大会など様々な場所で人前で話す機会があり、以前に比べて遙かに話し慣れていると言える。

国際化の流れを受け、黙って教わるスタイルが主流だった日本の教育現場でも、自分の意見を人前で話したり、議論したりする機会が少しずつ増えている。職場でも変化が起きており「会議で突然指名されても堂々と意見を言う」(55歳男性)、「自分が同じ年の頃はそんなにはきはき答えられなかった」(40歳男性)など、好印象を抱く声が多かった。

【参考】新人 VS.先輩 会社で「びっくり体験」ランキング<先輩のおどろき>¹

- 1位 友達感覚で話しかけてくる
- 2位 プレゼンなど人前で話すのが上手
- 3位 プライベートを優先する
- 4位 周りと競わない
- 5位 手取り足取り教える必要がある

メモ

¹ 出所：NIKKEIプラス1 2018年3月24日より

プレゼンテーションの目的

プレゼンテーションは、説明や発表とは目的が異なる



- 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

社会人や教育現場で多くの人が混同しているのが、プレゼンテーションをしているつもりが、実は単なる説明や発表だった、ということだ。「はじめに」のページで触れた、学校の授業で教えているプレゼンは実はプレゼンではない、という話はこのことである。

例えば、会社概要や商品仕様の説明、市場調査や分析結果の発表などは、情報を知ってもらうこと、理解をしてもらうことが目的である。しかし本来あるべきプレゼンテーションの姿とは、相手に情報を知ってもらい、内容を理解させたうえで、こちらの望む行動を相手にとってもらう事をいう。

内容	例：ロボット掃除機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

何度やっても結果が出ないプレゼンに共通して言えることは、自分と相手の「目的」が不明確であったり、ずれていたり、間違っていたりすることだ。まず「2つの目的」を明確にしてから、内容を考えよう。

メモ