

## 1. プレゼンテーション (presentation) とは？

贈呈、授与

紹介、披露、発表、提示

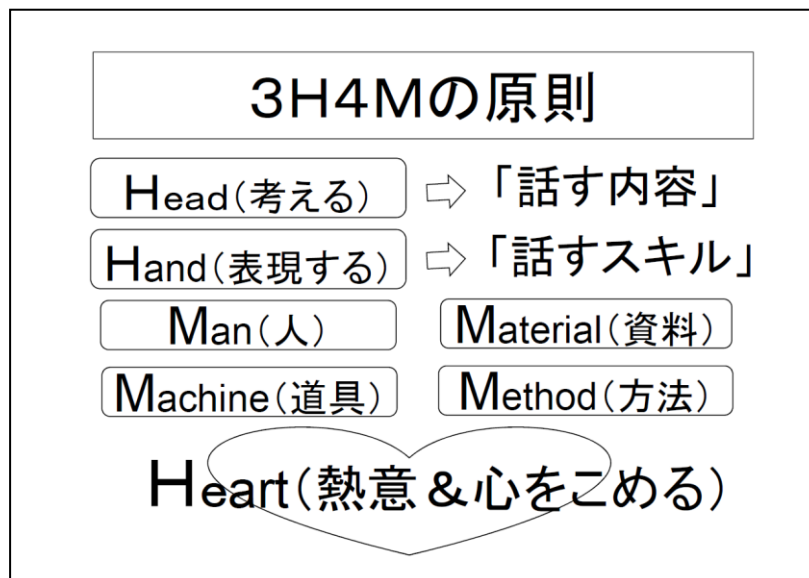
演出、上演、上映、公開

★相手に自分の意見や情報を伝え、理解し・納得し・行動してもらい、それにより、自分の目的を達成すること

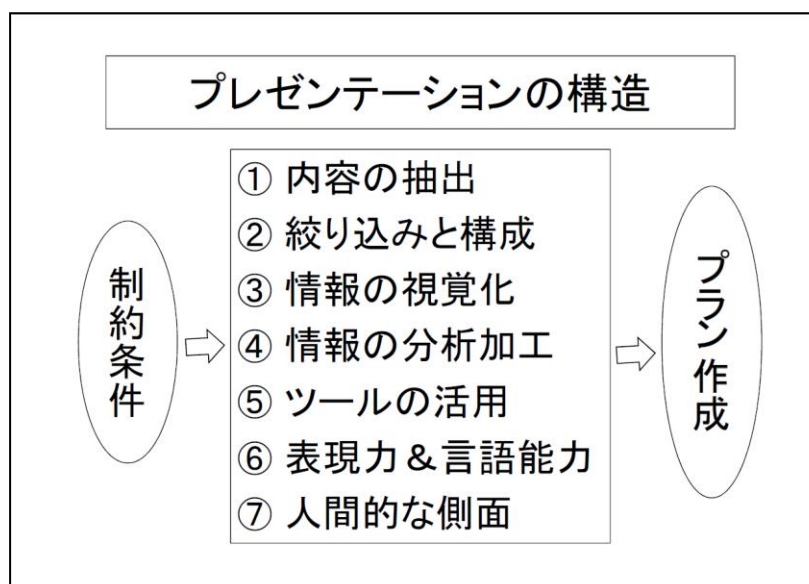
### ① プレゼンテーションの種類

- ・ 固定規格型プレゼンテーション
- ・ 自由対話型プレゼンテーション

### ② 3H4Mの原則



### ③ プレゼンテーションの構造



#### ④ プレゼンテーションの制約条件の 4W

- ・ When (時間)
- ・ Who (人)
- ・ Where (場所)
- ・ What (ツール)

#### ⑤ プラン作成の必要性

- ・ 言い落とし防止
- ・ 時間制約を考える
- ・ 内容の密度を考える
- ・ 内容の構成を考える
- ・ ツールを使うタイミングを考える

#### ★盛り込むべき内容

- ・ 準備の段階では100項目の内容を抽出する努力をする
- ・ グループのメンバー数名で行う方が能率的で歪みも少なくなる
- ・ ブレーン・ストーミング法（自由に意見や考えを出し合って、すぐれた発想を引き出す方法）を使用し、アイデアを抽出する



※一切批判せず、数をたくさん出すことに専念し、そのアイデアの整理は別の時に行う

#### ⑥ 内容の構成方法

##### ●結論後発型

- ・ 順を追った内容の展開になり、理解しやすい
- ・ 順序よく忠実に説明すればよいので、プランがたてやすい

##### ●結論先行型

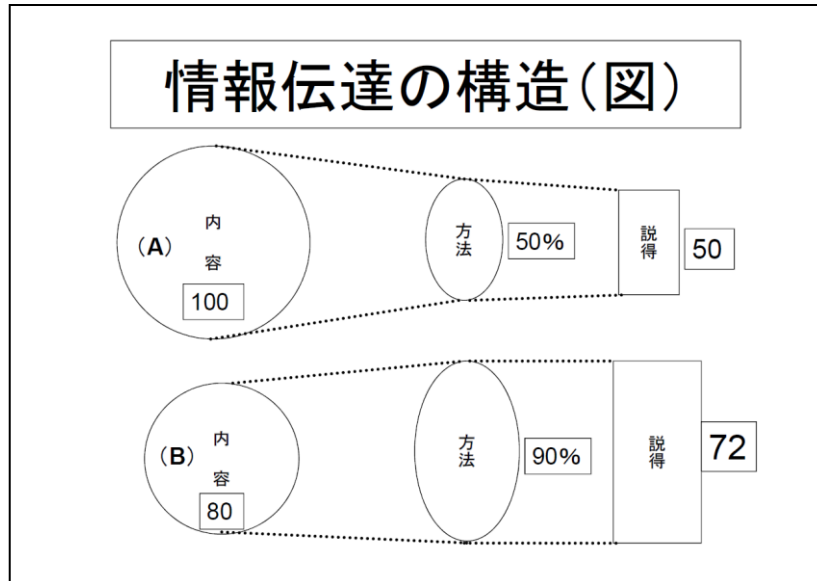
- ・ 目的が分かりやすい
- ・ 全体と部分との関係がとらいやすい
- ・ 時間の調整がしやすい

#### ⑦ まとめの大切さ

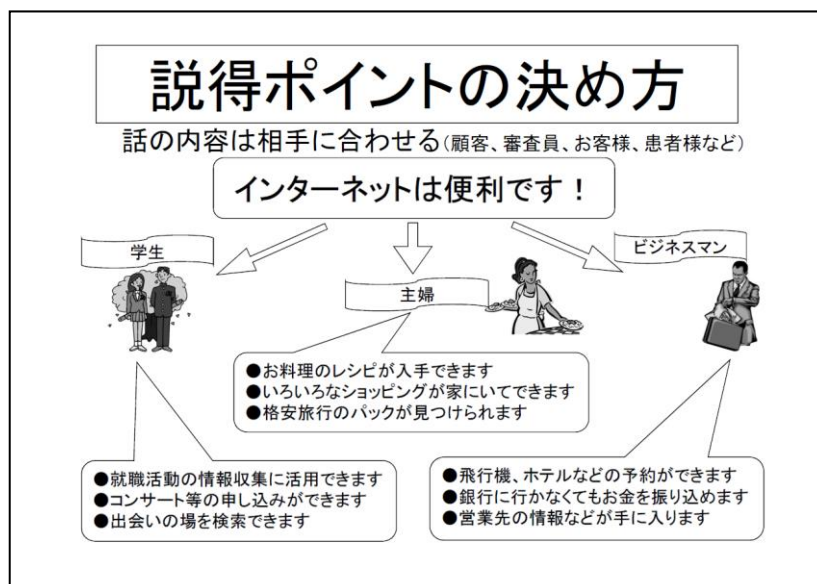
- ・ 終わりよければ全て良し
- ・ ポイントになる重要なことを正しく認識しているかどうかを確認する
- ・ 聞き手とプレゼンターとの認識のずれを是正する
- ・ 大切なことは何回でも繰り返して聞き手の頭に定着させる

## 2. ビジュアルプレゼンテーションとは？

### ① 情報伝達の構造

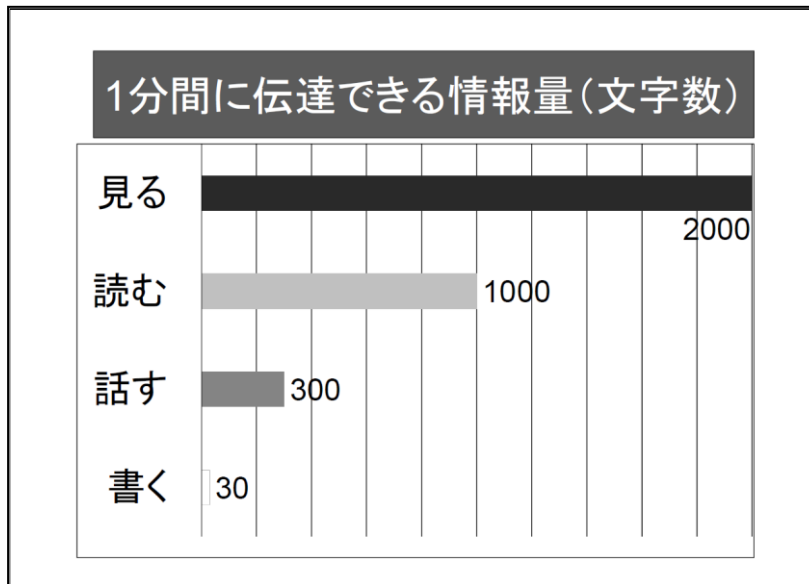


### ② 説得ポイントの決め方



### ③ 人は情報を何で感じるか？

- ・味覚 (1%)・・・味
  - ・嗅覚 (2%)・・・におい
  - ・触覚 (3%)・・・凹凸、電氣的刺激、温度
  - ・聴覚 (7%)・・・声、音
  - ・視覚 (87%)・・・形、色・光、動作、自然環境
- (文字、記号、図記号、マーク・シンボル、図形、図表、地図、図面、  
絵画・イラスト、写真、映画、テレビなど)



※ビジュアルプレゼンテーションは相手に伝える効果大きい

**文章情報と視覚情報のコミュニケーション特性**

比較項目 \ 情報の種類	文章	ビジュアル
伝達スピード	遅い	速い
記憶性	低い	高い
インパクト	弱い	強い
確実性	高い	低い
ユニバーサル性	狭い	広い
特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報を正確に伝える</li> <li>・情報を詳細に伝える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報の概要を伝える</li> <li>・イメージを伝える</li> </ul>

#### ④ ビジュアル化の特徴

● 分かりやすさ

- ・受け手の知識レベルに影響されない

● 印象の深さ

- ・記憶の残存率が高い

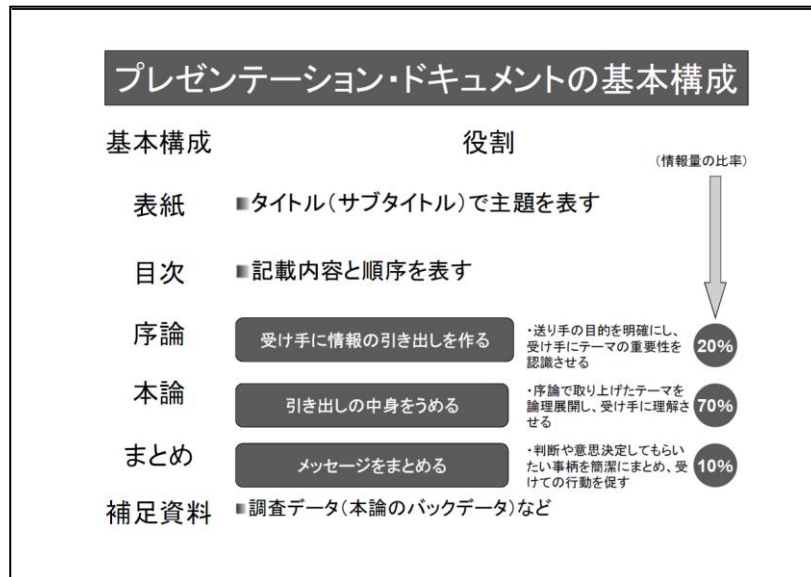
● 伝達の速さ

- ・一度に多くの情報を伝えられる



親しみやすさ (読む気にさせる)  
 注視率の高さ (受けての注意を引く)  
 見やすさ、楽しさ (疲労感が少ない)

## ⑤ プレゼンテーション・ドキュメントの基本構成



## ⑥ 色彩の原則

- ・暖色系は大きく近づいて見える
- ・寒色系は小さく遠ざかって見える
- ・原色ほどハッキリ見える
- ・明度が高いほどハッキリ見える
- ・着色面積が大きいと存在が強調される
- ・同色系を並べると見えにくくなる
- ・全体の色づけは、全面着色はかえって単調がいい

## ⑦ ツールの効果

- ・聴き手を飽きさせない
- ・話に集中させる
- ・話の流れに変化を与える
- ・表現方法が多様である

## 3. 聞き手にアピールするポイントは？

### ① 話すスキルの3つのポイント

#### ●簡潔

- ・テーマをはっきりさせる
- ・センテンス(文)を短くする
- ・ポイントを絞る

#### ●分かりやすい

- ・身近な具体例をあげる
- ・専門用語は使わない
- ・順序立てて話す

#### ●印象深い

- ・最初の一言を工夫する
- ・体験談を話す
- ・感情を込めて話す

## ② 聴衆にアピールする5つのポイント

- ・ **視線** Look at : 一人ひとりの目を見て語りかけよ  
See : 聞き手を全体として眺めるのではない
- ・ **声** ゆっくりと大きい声で(わかりやすさ)  
抑揚をつける(集中力が増す)  
大事なことは低い声で(信頼感、安心感)
- ・ **動き** 顔の表情に動きはあるか  
身体は動いているか  
視線は固定されていないか  
話し方が単調になっていないか  
立ち位置に動きはあるか
- ・ **向き** 顔は聴き手に向いているか  
視線は聴き手に向いているか  
声は聴き手に向いているか
- ・ **刺激** \*聴き手の、脳・心・身体に刺激を与えよ
  - ・ 質問をする ・ 会話をする ・ 考えさせる ・ 手を上げさせる
  - ・ 聴き手自身を例に挙げる ・ 身体を動かさせる

## ③ 説明内容は腹八分目がよい

- ・ あまりにも多い情報は、聞き手の理解の妨げになる。
- ・ 「プレゼンターが多少説明不足気味で不安が残る」ぐらいが客観的には丁度いい。
- ・ プレゼンターが満足した時は、多くの場合、情報過多と考えてよい。
- ・ 熱心に話しをすることが相手を説得する条件であるが、熱を入れすぎると時間の観念が薄れる。

## 4. 念には念を!

### ・ 質疑応答集を作成する

長所の場合は返答しやすいが、短所・欠点の場合返答しにくい。不信感を募らせないためには、質問事項をなるべく多く抽出し、相手が十分納得できる説明を準備しておく必要がある。

### ・ リハーサルを行う

When (時間) Who (人) Where (場所) What (ツール) を想定し、実践的に行う。できれば会場の下見をして現地でリハーサルを行う。