

プレゼン基本の基本

心理学者が提案するプレゼンリテラシー

下野 孝一 ● 共著
吉田 竜彦

コロナ社

はじめに

あなたはいま、大きな会場で有名なプレゼンター（本書ではプレゼンをする人をこう呼びます）の登場を待っています（図0.1）。会場は少し暗く、ステージの上だけが明るくなっています。彼のように話せるようになりたいなあ…。あなたは憧れを抱きつつ彼の話に聴き入ります。彼のようになれるでしょうか。



図0.1 憧れのプレゼンター

もちろんなれます。技術と戦略が必要ですが。でも本書はいきなりステージ上の彼のようになるための本ではありません。この本の対象は初心者です。特に、まだあまり他者の前で自分の考えや、自分の仕事について発表（プレゼンテーション、本書ではプレゼンと略します）をしたことがない人が、最初に知っておくべきことが書いてあります。大学生がゼミや卒業論文発表会で行うプレゼンに必要な、また新入社員が同僚や上司に対して、あるいは顧客に対して行うプレゼンに必要な、最も基本的なことが書かれています。

本書の目的はあなたにプレゼンに関する基本的な技術を身に付けてもらうことです。あなたがこの本に書かれていることを実践し、満足のいくプレゼンを人前で示すことができれば、本書の目的は達成されます。もちろん卒業論文の発表の仕方は学問分野によって多種多様であり、就職してからのプレゼンのやり方も職種や提案先、提案する内容によってさまざまです。しかしそれでも、大多数のプレゼンには共通となる基本的な考え方があるのです。本書を読んでその基本的な考え方を知り、それを実現する技術を身に付け、あなたを評価する立場にある人（例えば、上司、顧客、先生など）に自身をアピールしてください。繰り返します。本書の目的は、あなたにプレゼンの基本的技術、考え方—この本ではこれを**プレゼンリテラシー**と呼びます—を身に付けていただくことです。ちなみに、英語辞書で literacy というとき「(読み書きの) 能力、技術」とかいうような意味です。Presentation literacy でプレゼンに必要な能力、技術という意味になります。

プレゼンリテラシーで最も大事なことは、プレゼンの前に、自分のいいことを、自分本位にならず、相手（プレゼンの場合は聴衆）にわかりやすく説明するためにはどうするかを考えることです。プレゼンをするということは、いいことはすでに決まっているはずです。そうすると、プレゼンに必要な材料は、ほぼ揃っています。ただ、同じ材料から作ったものでも料理の仕方や体調によって美味しかったりまずかったりするように、プレゼンもそのやり方によってわかったり、わからなかったりするものなのです。相手の状態をよく考えて（自分本位にならず）、自分の主張を論理的に構成することで、相手が理解しやすいプレゼンを作る。そういう考えこそがプレゼンリテラシーの最も基本的な部分です。すべてのプレゼンは「話者中心」ではなく、「聴衆中心」に考えられるべきなのです。

上記の目的達成のために、本書は3部構成となっています（**図 0.2**）。第1章ではプレゼンをうまく乗り切るための基本的な考え方について、第2章ではその考えを実現させる技術（方法）について、第3章では基本的な考え方や方法を反映した例について説明しています。また、第3章では、プレゼンを行う

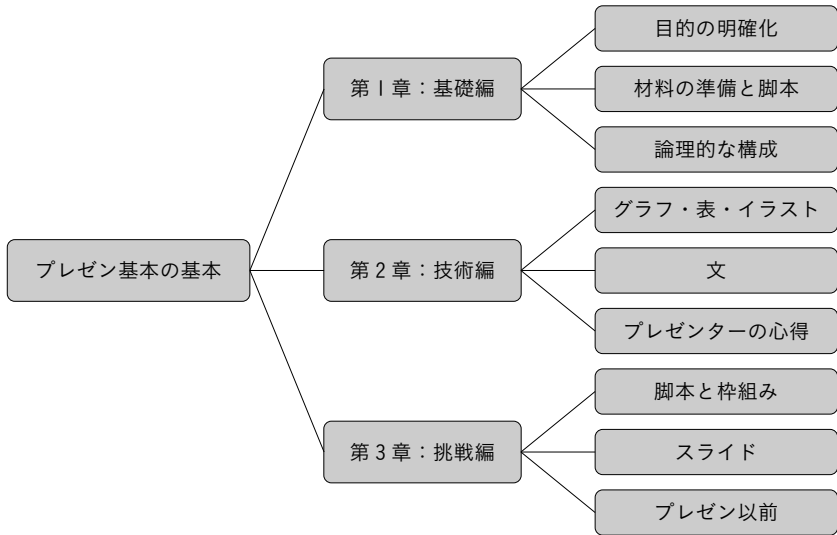


図 0.2 本書の構成

前に知っておくべき知識にも言及しました。そして、それぞれの章はまた三つの節に分かれていて、それぞれの話題について説明しています。本書をこのような構造にしたのは、このほうが読者にわかりやすいと考えるからです。この考えの根拠については第1章（1.3.2項の①）で説明します。

本書ではまた、プレゼン技術の根拠を心理学的側面から解説しています。プレゼンは自分の考えを他者に伝えるという意味で、対人コミュニケーションの一つの形式です。そのため、プレゼン技術には心理学的知見に基づいたものが多くあります。プレゼン技術でいまでも使われているものには根拠があるのです。本書では、プレゼン技術の背景にある根拠を説明し、その技術を使う理由を説明することで、読者の技術習得の意欲が高まることを期待しています。心理学的説明は本文に加え、各章に二つの「心理学ミニ知識」に見ることができます。加えて本書では、各章、各節で三つのテイクホームメッセージ（筆者がいたいこと）を挙げています。これも心理学的知見の応用です。読者の皆さんは、それぞれの節を読み終わってこれらのメッセージにたどり着いたら、それぞれ

の節で筆者が何をいいたかったかを思い出してみてください。頭の中で復習をしてください。心理学的知見は、そうすることで記憶が定着する可能性が高くなることを予測しています。

さて一口にプレゼンを行うといっても、ポスターを使ったり、資料のみを使ったりと、さまざまな方法が考えられますが、本書では基本的に「スライドを使ってプレゼンをすること」を前提にして書かれています。最近では、スライドを使ってプレゼンをすることが多くなりましたので、それに合わせました。プレゼンは技術ですから、基本的な考えを理解し、正しい方法で繰り返し練習すれば、誰でもうまくできます。いい指導者に会えれば尚更です。ですから本書がその手助けになれば大変うれしく思います。ただし本書では、マイクロソフト社の Excel（以下、エクセル）や PowerPoint（以下、パワーポイント）、アップル社の Numbers（以下、ナンバーズ）や Keynote（以下、キーノート）などの使い方は、少しの例外を除いて扱いません。それについてはほかの本やインターネットを参照してください。

2020年12月

筆者を代表して 下野 孝一

目 次

1. プレゼンリテラシー：基礎編

| | |
|--|----------|
| 1.1 プレゼンの目的をはっきりさせる | 2 |
| 1.1.1 自分の伝えたいことを考える：「伝えたいこと」を書き出す （段階①） | 3 |
| 1.1.2 大体の戦略を考える：5W1Hを考える（段階②） 心理学ミニ知識 1-1 | 4 7 |
| 1.1.3 「伝えたいこと」を洗練する：テイクホームメッセージを決める （段階③） | 8 |
| 1.2 材料を準備し、脚本を考える | 10 |
| 1.2.1 「一人」ブレインストーミング：材料を集める（段階①） | 11 |
| 1.2.2 脚本・枠組みづくり：材料を分類する（段階②） | 12 |
| 1.2.3 枠組みの再構築：練習、修正を繰り返す（段階③） | 16 |
| 1.3 論理的なプレゼンを作る | 17 |
| 1.3.1 なぜ論理的にプレゼンすべきなのか：意味のネットワーク | 19 |
| 1.3.2 論理的なプレゼンを助ける考え方：科学論文を参考に | 20 |
| ① 科学論文の構造とプレゼンの枠組み 心理学ミニ知識 1-2 | 20 23 |
| ② パラグラフとスライド | 24 |
| ③ パラグラフの特徴 | 26 |
| 1.3.3 考え方：結論を先に | 28 |

2. プレゼンのテクニック：技術編

| | |
|------------------------|----|
| 2.1 グラフ・表・イラストの基本的な書き方 | 31 |
|------------------------|----|

| | | |
|-------|----------------------|----|
| 2.1.1 | グラフの基本的な書き方 | 32 |
| ① | 棒グラフ | 33 |
| ② | 折れ線グラフ | 36 |
| ③ | 散布図 | 38 |
| ④ | 円グラフ | 39 |
| ⑤ | 帯グラフ | 40 |
| 2.1.2 | 表の基本的書き方 | 41 |
| 2.1.3 | イラストの描き方 | 42 |
| ① | プロセス図 | 42 |
| ② | ツリー図 | 44 |
| ③ | ベン図 | 44 |
| ④ | リスト図 | 44 |
| 2.2 | 文の書き方 | 47 |
| 2.2.1 | 悪文を避ける：長くて曖昧な文は書かない | 47 |
| 2.2.2 | 基本は単文で書く：わかりやすさを心がける | 49 |
| ① | 単文にする | 49 |
| ② | 箇条書きにする | 49 |
| ③ | 抽象的な単語の使用，表現を避ける | 51 |
| 2.2.3 | 文の効果的な使い方：強調法 | 52 |
| ① | 字体を操作する | 52 |
| ② | 配置を考える | 53 |
| ③ | 図やイラストと組み合わせる | 54 |
| 2.3 | プレゼンターの心得 | 55 |
| 2.3.1 | 話し方 | 56 |
| ① | 声量・発音・速度 | 56 |
| ② | 身振り手振り（ジェスチャー）と表情 | 57 |
| ③ | 視線方向 | 59 |
| | 心理学ミニ知識 2-1 | 60 |
| 2.3.2 | 時間の管理 | 61 |
| 2.3.3 | 緊張の管理 | 63 |
| ① | 練習で自信を作る | 63 |
| ② | メモを作って安心を得る | 65 |
| | 心理学ミニ知識 2-2 | 67 |

| | |
|-----------------|----|
| ③ 考え方を考える | 68 |
|-----------------|----|

3. プレゼンへの第一歩：挑戦編

| | |
|--|----|
| 3.1 脚本と枠組み | 71 |
| 3.1.1 卒業論文の場合：実験研究の例（仮説演繹型）を中心に | 72 |
| ① 研究の理由 | 73 |
| ② 方法 | 74 |
| ③ 結果 | 75 |
| ④ 議論 | 75 |
| 3.1.2 会社内の場合：提案型を中心に | 76 |
| ① 問題の指摘 | 78 |
| ② 考えられる原因 | 79 |
| ③ 解決策の提案 | 80 |
| 3.1.3 会社外での場合：講演 | 81 |
| ① 自己紹介 | 83 |
| ② 仕事の説明 | 83 |
| ③ 振り返り | 84 |
| ④ 伝えたいこと | 84 |
| 3.2 スライド | 85 |
| 3.2.1 スライドの作成時の基本姿勢 | 85 |
| ① 一つのスライドには一つの考え | 85 |
| ② 用語の定義を明白に | 86 |
| ③ その他：スライドの数, 統一性, 具体と抽象の間 | 86 |
| 3.2.2 共通のスライド | 87 |
| ① 題目 | 87 |
| ② 目次 | 89 |
| ③ 結論 | 90 |
| ④ 質問への準備 | 90 |
| 心理学ミニ知識 3-1 | 91 |
| ⑤ キャッチーなスライド：写真・イラスト, アニメーション・動画 など | 92 |
| 3.2.3 スライドの構成の具体例 | 94 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 心理学ミニ知識 3-2 | 95 |
| ① 卒業論文プレゼン（仮説演繹型） | 96 |
| ② 会社内提案型 | 98 |
| ③ 会社外でのプレゼン（講演の場合） | 100 |
| 3.3 プレゼン以前の基本的知識 | 102 |
| 3.3.1 経験科学の手法の応用 | 102 |
| ① 経験科学的手法 | 102 |
| ② 事実と意見の区別 | 104 |
| ③ 因果と相関の区別 | 106 |
| 3.3.2 論理的構成への手がかり：帰納法と演繹法 | 107 |
| 3.3.3 問題発見法：つねに自問自答する | 109 |
| ① 問題発見のトレーニング | 110 |
| ② 解決策の模索 1（視点の変換） | 111 |
| ③ 解決策の模索 2（類推） | 112 |

引用・参考文献 115

索引 117

1. プレゼンリテラシー：基礎編

プレゼンという用語を聞く機会が増えています。大学の卒業論文の発表会ではプレゼンをします。学会でもプレゼンをしますし、会社に入ってもプレゼンをします。最近ではNHKのE-テレで小学生がプレゼンの練習をするという番組もありました^{1)†}。今後も社会においてプレゼンの需要は高まりそうです。では、なぜプレゼンが求められているのでしょうか。その答えは、聴衆側の視点から考えるか、プレゼンター側の視点から考えるかで少し違ってきます。

まず聴衆側から考えてみましょう。彼らにとって、**プレゼンは情報を手早く集め、その中から有用なものを選択する**ための道具です。現代社会にはさまざまな情報があふれています。情報の受け手である聴衆はなるべく短時間でその情報の価値を判断し、自分のつぎの行動を決定しなければなりません。そのためには、情報発信者にプレゼンをしてもらい、直接彼らの話を聞いて判断するのが便利な方法です。疑問点もすぐに聞けますし、じかに話をする事で**新しいアイデアが生まれる**可能性もあります。また、**自分の詳しくない事柄についての情報を得る**こともできます。場合によっては、貴重な話が聞けた、ということもあるでしょう。このような利点があるゆえに、現在プレゼンが求められているのです。そして当然のことながら、聴衆は何をいっているのかわかりやすく、自分にとって情報価値の高い、自分の行動を変えるきっかけとなるプレゼンを求めることとなります。

今度はプレゼンターの立場から考えてみましょう。もし聴衆が望まなければプレゼンそのものが存在しませんから、プレゼンターは「要求されるから」プ

[†] 肩付きの数字は、章末の引用・参考文献の番号を示す。

2 1. プレゼンリテラシー：基礎編

プレゼンを行っているということになります。この考えが間違っているわけではありませんが、もう少し積極的な意味はないでしょうか。プレゼンターにとってプレゼンは自分の考えたことを聴衆に伝え、彼らを説得するための道具です。もし聴衆がプレゼンターであるあなたの考えを受け入れ、行動を変えたとすれば、そのプレゼンは「成功」です。例えばあなたが、自分の勤める部門の仕事をテレワークで行う方法を提案した結果、会社がその方法を採用したとしましょう。それはすなわち、あなたのプレゼンが人々の行動を変えたのです。そのような成功を収めることができれば、あなたは自分の技術、能力の一部をプレゼンで示したことになります。プレゼンはあなたにとって自分の能力を示すための道具なのです。そして、自分の能力を示すためにも、プレゼンターは自分の主張を聴衆にはっきりとわかりやすく伝える技術を磨くべきなのです。これが、「なぜプレゼンが求められているか」という問いに対するプレゼンター側の答えです。

聴衆にとってもプレゼンターにとっても、プレゼンでは、主張が明白であること、その主張が効果的に伝わることが重要です。本章ではその実現のために、プレゼンターが知っておくべき三つの基本について説明します。一つ目の基本は、プレゼンター自身が「そのプレゼンで何を伝えたいのか（目的）」を明白に意識することです。二つ目の基本は、主張を支えるための材料を準備し、全体を通した脚本を考えることです。そして三つ目は、そのときの基本となる考え方、すなわち脚本を論理的に作るということです。以下、それぞれの基本について説明していきます。

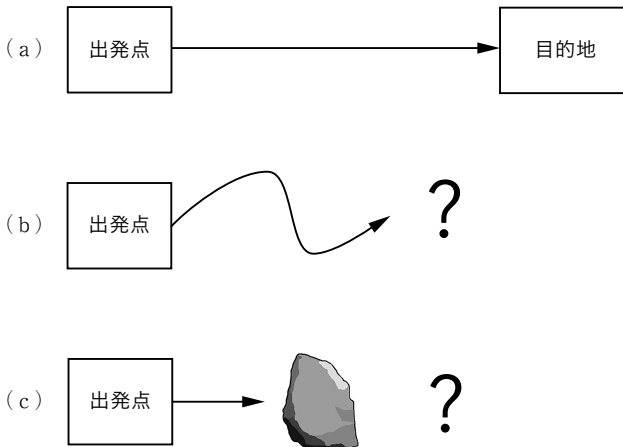


1.1 プレゼンの目的をはっきりさせる

プレゼンをするときあなたが知っておくべき最初の基本、それは「そのプレゼンで伝えたいこと」を可能な限り明白にすることです。そのためにプレゼンの初心者が行うべきことは、以下の三つです。

1.1.1 自分の伝えたいことを考える:「伝えたいこと」を書き出す(段階①)

繰り返しますが、伝えたいことを可能な限り明白にすることがプレゼンの第一歩です。聴衆に伝えることをはっきりさせ、そこへ向かってまっすぐに進むような話の流れを作ることができれば、プレゼンの成功はほぼ保証されます。読者の皆さんは初心者ですから、話の流れを作るときには、結論をわかりやすく伝えることをまず学ぶべきです。そのためには、もちろんわかりやすい表現を使うことも学ばねばなりません。ですが初心者は、言葉を巧みに使って聴衆に良い印象を与えようとするまで考えなくてもいいでしょう。それよりも、聴衆をあなたの目的地まで、負担をかけずに連れて行くことが大事です。というわけで、プレゼン(資料)を作るときは、出発点から目的地までまっすぐ進んでいくというイメージを実現することを目標にすればよいと思います(図 1.1 (a))。そのためには、途中でわき道にそれないように(図 (b)), また途中で障害物(わかりにくい表現, 曖昧な表現, 読みにくい文字, わかりにくい表, 見にくい図など)を置かないように(図 (c))する必要があります。



プレゼンは目的地までまっすぐな道を進むイメージ (a) で行う。途中でどこに進んでいるのかわからなくなったり (b), 途中で障害物があるようなプレゼン (c) はしない。

図 1.1 プレゼンのイメージ

それでは、伝えたいことを明白にするために最初にすべきことはなんでしょう。初心者にとって大事なことは、まずそれを書き出すことです。書き出して明白な形で言語化することで、自分の頭の中でぼんやりと考えていたことがはっきりとしてきますし、自分の考えの不十分なところも見えてくるからです。書き出したら段階②に移ります。

1.1.2 大体の戦略を考える：5W1Hを考える（段階②）

段階②では、つぎのことを考えてみましょう。あなたはいつ（when）、どこで（where）、誰に（who）、どんな内容を（what）、どのように（how）話すつもりですか。伝えたいことを書き出すときに大雑把には考えていたかもしれませんが、この段階②ではそれらをしっかりと意識してください。聴衆に伝えたいこと（what）が同じであっても、いろいろな条件が異なれば、プレゼンの仕方（how）、あるいはプレゼンの戦略が異なってくることは明らかです。特に、who（聴衆の特性—聴衆がどのような人々なのか）を考えることは重要です。聴衆があなたのプレゼンにどの程度興味があるのか、また聴衆があなたのプレゼン内容についてどの程度知識があるかなどによって、効果的なプレゼンの仕方は変わってきます。よりわかりやすいプレゼンを作るためには、聴衆の知識・特性を考慮するという戦略的な目が必要なのです。相手のことを考える視点、客観的な判断をする視点といいかえてもいいでしょう。

ここで、聴衆の特性によってプレゼンがどのように異なってくるのかを二つの具体的な特性を挙げて考えてみます。そうすることでプレゼンには戦略が大事である、ということがはっきりするからです。例えば、まず、

特性 1：あなたのプレゼンへの興味があるかどうか

について考えてみます。この特性は比較的長いプレゼンの場合に注意したほうがよい特性です。聴衆に、あまり積極的でない理由でプレゼンに参加していた人が多かったとしましょう。プレゼンターはどうすればいいでしょうか。何か彼らの興味を引く話（1.3節を参照）を意識して使ったほうが良さそうですね。ただ自分の主張を並べ立てるよりはプレゼンを成功させる確率が高くなりそう

です。もちろん、どんなプレゼンにおいても聴衆の興味をプレゼンターへと引きつけることは必要です。しかしその引きつけ方は聴衆の特性の一つ、興味をもっているかどうかによって異なってくるのです。つぎに、

特性 2：あなたのプレゼンの内容に詳しい人かどうか

について考えてみます。この特性は、短いプレゼンでも長いプレゼンでも考慮すべきことです。例えばあなたが学生で、自分の研究内容をプレゼンする場面を想像してください。同じ内容を伝えようと思っても、聴衆があなたの研究分野に詳しい人か、あるいは詳しくない人かによってあなたのプレゼンは異なってくると思いませんか。詳しい人ならば専門用語の解説をしなくてもさほど大きな問題はありません。しかし、あなたの分野に詳しくない人を前にして最初から専門用語を連発しては、彼らはチンプンカンプンですぐに話を聞いてくれなくなります。ではどうしたらいいでしょう。当然、あなたはもっと一般的な話からプレゼンを始める必要がありますし、なるべく専門用語を使わずに話す必要があります。会社のプレゼンでも同様のことが起こります。同じ会社の同じ部署の人に話すのか、社外の人に話すのかでプレゼンの戦略が違ってきます。

また、比較的長いプレゼンをする機会が多いであろう中級や上級のプレゼンターは、上記以外にも、聴衆の年代構成はどうなっているのか、聴衆の男女比はどうなっているのか、などを考えるだろうと思います。というのは、年代によって使われる用語が異なっていたり、同じ用語でも世代や男女によって感じ方が違ったりするかもしれませんから、それらにも配慮する必要があります。初心者の間はそこまで考えなくてもよいですが、参考にはなるかと思えます。ともかく、プレゼンの戦略を立てる際は、when, where, who, what, howをつねに意識することを心がけるようにしてください。

さて、ここからは少し余談をします。プレゼンを作るときに重要な、when, where, who, what, howですが、頭文字をとれば四つのWと一つのHですね。あなたは学校の授業で、「5W1H」という言葉を聞いたことがありませんか。ほかの人に情報を正確に伝えるときに考えるべきこととして学びました。思い出しましたか。5W1Hは、さきほどの4W1Hにもう一つW, why（なぜ）を加

索引

| | | | | | |
|--------------|-----|---------------|-----|--------------|-----|
| 【あ～お】 | | 【さ～そ】 | | 展開文 | 26 |
| 意見 | 104 | 逆茂木型 | 28 | 【は～ほ】 | |
| 一貫性 | 27 | 散布図 | 38 | 破壊的リーダー | 67 |
| 意味のネットワーク | 19 | ジェスチャー | 57 | 発音 | 56 |
| 因果関係 | 106 | 時間の管理 | 61 | ハーディ | 69 |
| 演繹法 | 107 | 自己愛者（ナルシスト）的 | | パラグラフ | 24 |
| 円グラフ | 39 | 行動特性 | 67 | パラレル構造 | 50 |
| 帯グラフ | 40 | 自己効力感 | 7 | 反証可能性 | 103 |
| 折れ線グラフ | 36 | 事実 | 104 | 凡例 | 35 |
| 【か～こ】 | | 視線 | 61 | ブレインストーミング | 11 |
| 箇条書き | 49 | 視点の変換 | 111 | プレゼンリテラシー | ii |
| 仮説演繹型 | 73 | 主題文 | 26 | プロセス図 | 42 |
| 感情の表情フィードバック | | ストレス対処法 | 69 | 分配公正 | 95 |
| | 60 | 精神病質者（サイコパス）的 | | ベン図 | 44 |
| 記憶の構成要素 | 91 | 行動特性 | 67 | 棒グラフ | 33 |
| 起承転結 | 18 | 声量 | 56 | 【ま～わ】 | |
| 帰納法 | 107 | 相関関係 | 106 | 目標設定理論 | 7 |
| 脚本 | 10 | 速度 | 56 | 問題発見法 | 109 |
| キャッチーなスライド | 92 | 【た～と】 | | リスト図 | 44 |
| 緊張の管理 | 63 | 単文 | 49 | 類推 | 112 |
| 経験科学 | 102 | 知性化 | 69 | 連結文 | 26 |
| 結論 | 26 | つなぎ言葉 | 27 | 枠組み | 12 |
| 現実逃避 | 65 | ツリー図 | 44 | | |
| 現象発見型 | 76 | テイクホームメッセージ | 8 | | |

| | | | | | |
|---------------|---|-----------------------|----|-------------------|----|
| 【英・数字】 | | Hardy | 69 | self-efficacy | 7 |
| 5W1H | 4 | IMRAD 形式 | 21 | take-home message | 8 |
| | | parallel construction | 50 | TED | 58 |

— 著者略歴 —

下野 孝一 (しもの こういち)

1978年 九州大学文学部哲学科卒業
1988年 九州大学大学院文学研究科博士課程
修了 (心理学専攻)
文学博士
1990年 東京商船大学講師
1991年 東京商船大学助教授
1999年 東京商船大学教授
2003年 東京海洋大学教授 (校名変更)
現在に至る

吉田 竜彦 (よしだ たつひこ)

2005年 東京商船大学商船学部交通電子機械
工学科卒業
2005年 大手食品メーカー 入社
現在に至る
2013年 東京海洋大学大学院海洋科学技術研
究科修士課程修了
(食品流通安全管理専攻)
2017年 中小企業診断士登録

プレゼン基本の基本 心理学者が提案するプレゼンリテラシー

Learning how to present : from the most basic of basics

© Koichi Shimono, Tatsuhiko Yoshida 2021

2021年2月12日 初版第1刷発行



検印省略

著者 下野 孝一
吉田 竜彦
発行者 株式会社 コロナ社
代表者 牛来真也
印刷所 壮光舎印刷株式会社
製本所 株式会社 グリーン

112-0011 東京都文京区千石 4-46-10
発行所 株式会社 コロナ社
CORONA PUBLISHING CO., LTD.
Tokyo Japan
振替00140-8-14844・電話(03)3941-3131(代)
ホームページ <https://www.coronasha.co.jp>

ISBN 978-4-339-07824-4 C3050 Printed in Japan

(柏原)



JCOPY < 出版者著作権管理機構 委託出版物 >

本書の無断複製は著作権法上での例外を除き禁じられています。複製される場合は、そのつど事前に、出版者著作権管理機構 (電話 03-5244-5088, FAX 03-5244-5089, e-mail: info@jcopy.or.jp) の許諾を得てください。

本書のコピー、スキャン、デジタル化等の無断複製・転載は著作権法上での例外を除き禁じられています。購入者以外の第三者による本書の電子データ化及び電子書籍化は、いかなる場合も認めていません。落丁・乱丁はお取替えいたします。