

ロジカルプレゼンテーション研修

概要

BEFORE・AFTER

プログラム

講義内容

アンケート結果

プレゼン 研修の 必要性

「で、結局、あなたは何が言いたいの？」
「最後まで聞かないとわかんない話だねえ」
「情報が多すぎて、どういうことかわからないよ。つまり何なの？」

上司やお客様から、こんなことを言われたことはありませんか？

自分では状況を完全に伝えたつもりでも、相手からすれば、聞きたい情報、必要な情報がなく、結局何が言いたいのか疑問を持たれるような説明では困ります。これでは単に時間のロスだけでなく、ビジネスチャンスを失ってしまいます。

また結論や意見を最後に示したり、前置きや関係する情報や前提を話の冒頭に羅列し、情報の多すぎという状況も同様に問題です。こんなプレゼンや説明を繰り返していると、あなた個人の信頼はもちろん、会社や組織の評価も下がってしまいます。

この問題の原因は、聞き手の立場に立った分析や内容構成が不足です。本研修では、聞き手の分析から組み立て、そしてプレゼンまでを一貫して学習し、わかりにくい話し方を改善します。（下図参照）

また「BEFORE・AFTER」では、研修を受講する前と受講後の違いを、現場からの声や受講者の変容をもとに記しました。

「プログラム」では、プレゼンに必要な全ての要素を2日間のタイムテーブルまとめました。またプレゼンの課題についてもサンプルや事例を示してあります。

「講義内容」では、プログラムの詳細内容として、プレゼンのステップごとにどのような説明をしているか、代表的な理論やケーススタディを記しています。

「アンケート」では、これまで受講された方の評価の一部を掲載しました。

研修の特長

- 貴組織、受講者の業務内容（会議資料、報告、お客様への提案書など）を用いて研修します。
- スタイルや感情ではなく、**分析や論理を重視し、論理構築のハウツー**を習得
- 人が納得するメカニズムなど心理学を活用したプレゼン形式を採用
- 参加者のプレゼンを**ビデオ**撮影し、再生しながら良い点、改善点を具体的に指導

課題

汎用課題もしくは、貴社、実務課題そのもの

形式

体験学習
「理論の説明→演習 →フィードバック→演習→ 理解・定着」の繰り返し

日数

2日間
9：00—17：00 昼休 12：00—13：00

人数

講師1名 8名程度 <一人ひとりのビデオ撮影&フィードバック付き>
・大人数の場合でもご相談に応じます。ビデオ撮影は代表者のみ
過去最大数:950名超。

応用範囲

ビジネス全般： ミーティング、商談、コンペ、プレゼン、
コンサルティング、交渉、その他

場所

貴社研修室

ロジカルに考えられる

目に見えない
不可視

理論

頭でわかる≠出来る

ロジカルに書ける

目に見える
記録

演習1

理論の有効性
を実感できる

ロジカルに話せる

耳で聞こえる
消える

演習2

活用・応用出来る

発表＝ビデオ撮影

再生&コメント

修正



人を動かす3つの要素

根拠の理解 理論・理由

根拠が判らなければ、その場限りで継続しない

事例の理解 エピソード、
たとえ話、比喩

事例がなければ、実感がわからない

手順の理解 方法、動作、作法

どうすればよいかを知らないと、動けない

序:プレゼンの準備

- ・問題の発見：わかりやすい話とわかりにくい話
- ・情報の3 分析：WHYとWHOを考えて、WHATを決める

1.構成技術:話の根拠や筋道を明示する



2.伝達技術:聞きやすく、力強く話す



3.対話技術:聞き手を内容にひきつける



ロジカルプレゼンテーション研修

概要

BEFORE・AFTER

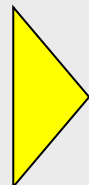
プログラム

講義内容

アンケート結果

目標分析

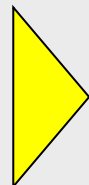
で、何が言いたいのか？
結論から話してくれないかなあ...
依頼した内容と違う話だぞ...



なるほど！あなたの言うとおりで！
もっと詳しく話が聞きたい
そこが知りたかったあ！

聴衆分析

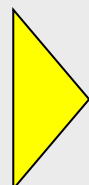
多すぎる情報に混乱してます...
情報の羅列をされても...
専門用語がわかりません...



ポイントが整理されていて、わかりやすかったよ
理由が良く分かりました。
初めて聞いたけど、納得したよ

表現技術

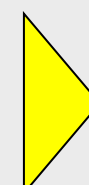
あなたの会社の事情なんかどうでもいいよ
あーあ、そもそもこの人、内容がわかってないんだなあ
できない理由は聞きたくないよ



なるほど、当社にこんなメリットがもたらされるんだ
この人に任せれば、安心だな
なるほど、そうすればできるんだあ

対話技術

あなたの話に勝る睡眠薬はない
退屈だなあ
しっかり質問に答えて欲しい



あなたの話を聞いたたびにワクワクするよ
知らないうちに引き込まれていたなあ
なるほど、そうだったのかあ

発声

聞こえません...
そんなに早口で話されたのでは...
本日は要務御多忙の折、御臨席を賜り...



プレゼンに自信が感じられるなあ
メリハリがあってわかりやすい
お忙しいところ、ありがとうございます

特長



左に掲載した目標、聴衆、表現などの課題について、各種アドバイス用のスタンプを用意しております。



一人ひとりに、添削・コメントいたします。
ご自身の課題と対策がすぐわかります。



ここまで細かな指導は他社ではございません。

ロジカルプレゼンテーション研修

概要

BEFORE・AFTER

プログラム

講義内容

アンケート結果

2日間集中プログラム

	1日目	2日目
9:00	1. オリエンテーション	(発表 & パワーポイント修正)
	2. プレゼンの情報分析 1) 目標分析：ニーズを聞き出す4つの質問 2) 聴衆分析：AIDMA、用語選択、役職と聞きたい内容 3) 内容分析：目的と聴衆を考えて、話すべき内容を整理する。 (WhyとWhoを考えてWhatを決める)	4. 説得力・表現力 1) 発声方法 ボリューム トーン スピード 2) ボディランゲージ プレゼンターのボディランゲージ 聴衆のサイレントメッセージ分析
12:00	昼食	昼食
13:00	3. プレゼンの内容構築 1) シナリオの基本形 メンタルモデルで、わかりやすく話す ナンバリングで、情報を区切る 情報の流れを作り、聞きやすく話す 2) 根拠の示し方 ベネフィットに根拠を示す (FAB) 情報を漏れなく整理 (マトリクス) 手段と特性で端的に訴求する 3) パワーポイント 図解の技術と説明のポイント カラーリング アニメーション効果、文字サイズなど (パワーポイント修正)	【発表】プレゼンテーション実習② ・ビデオ撮影 & 振り返り (発表 & パワーポイント修正)
18:00	【発表】プレゼンテーション実習① ・ビデオ撮影 & 振り返り	3) 対話技術 (説得力) 発問 質疑応答 あがりを防ぐ方法 【発表】プレゼンテーション実習③ ・ビデオ撮影 & 振り返り 5. まとめ

事前課題

● 設定

あなたは、ある玩具メーカーのマーケティング部に勤めています。玩具業界では、タカラが先日売りに出した「バウリングル」という商品が、15,000円という価格にもかかわらず大ヒットしたというニュースが話題となりました。そこで、バウリングルのヒット理由について、商品企画部からポイントをまとめて説明をして欲しいと依頼されました。あなたは、トップバッターとして、バウリングルについて説明することになりました。下記の情報を参考に説明してください。

注意 資料の日本語が文法的に正しいという保証はありません。
必要な情報が欠けている場合は、創作してかまいません。
3分で話せるように (1200文字、スライド6枚以内) まとめてください。

● 資料 (抜粋)

一般的に、商品開発にはユーザー情報や市場調査の分析により、新商品の企画が提案されることが多いが、バウリングルの場合は違った。開発のきっかけは、日本音響研究所がTBSの番組を通じて行った、声紋鑑定を応用し犬の鳴き声からその気持ちを分析する試みだった。番組を見ていた携帯電話のコンテンツ企画・開発会社から商品化を打診されたタカラの佐藤慶太社長の、社運を賭ける勢いでの商品化指示により開発はスタートした。そこには「売れるはずだ！ 絶対に売れる！！」という答えが先にあり、開発やマーケティングへは、ヒットを生むためにどういった商品を開発するか、そしてどう売るのが命題であったのだ。

バウリングルは、犬の感情判断の基礎に、犯罪捜査の声紋分析で有名な鈴木松美・日本音響研究所長らが突き止めた声紋パターンを用いた。パターンは六種類あり、いずれも「楽しい」「悲しい」「威嚇」「要求」など、犬の特定の感情と結びついている。

「6種類というのは少ないようで、実はそうでもない」と動物行動学の専門家・小暮規夫博士は言う。犬の祖先のオオカミは、遠ぼえをするくらい。犬ほど表現能力を持たない。犬は人間との約1万5000年にわたるつきあいの中で、いろいろな鳴き声を取得していったと小暮博士は… (以下略)

その他の汎用プレゼン課題

問題解決： パソコン機種選定、eラーニングの提案営業
比較利点： 発明者の特許権
情報伝達： バウリングルヒットの理由、AIBO、ノーベル賞受賞理由
 当社の特長、当社の商品・サービスの特長、私の知的発見

各企業でのオリジナル課題

重工業： 当社のアンモニアプラントの優位性を3つ述べよ
自動車： 新車のアピール、安全性、新型エンジンの特長、デザインの特長、環境対策
レストランサービス： 社食アウトソーシング提案
農業： 農業の選択基準と散布方法
投資銀行： 確定拠出年金のご提案、評価機関向けファンドマネジャの運用報告
コンサルティング： BS7799取得のコンサルテーション、自治体への業務提案
専門学校： 学校説明会、オープンキャンパスでのカリキュラム紹介
IT関連： JAVAとは コールセンターの役割 (新入社員向け)
 病院の自動再来受付装置の提案 (中堅)

ロジカルプレゼンテーション研修

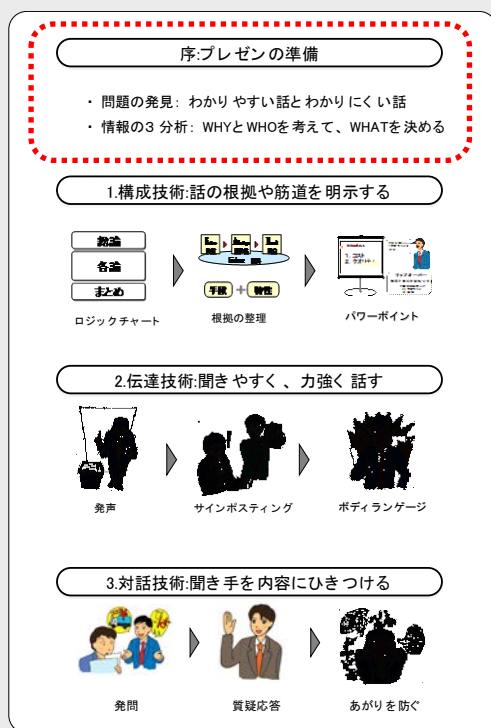
概要

BEFORE・AFTER

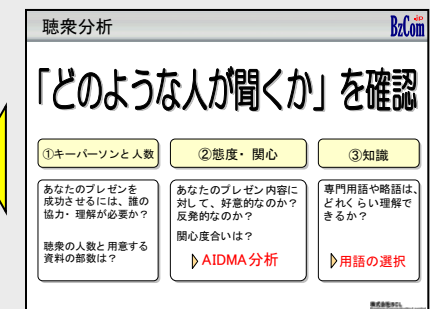
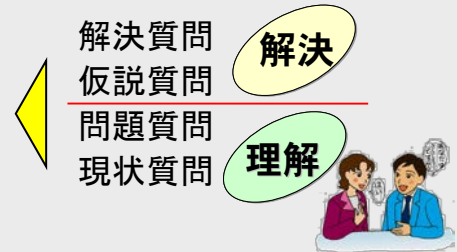
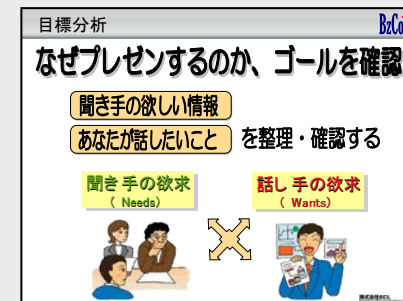
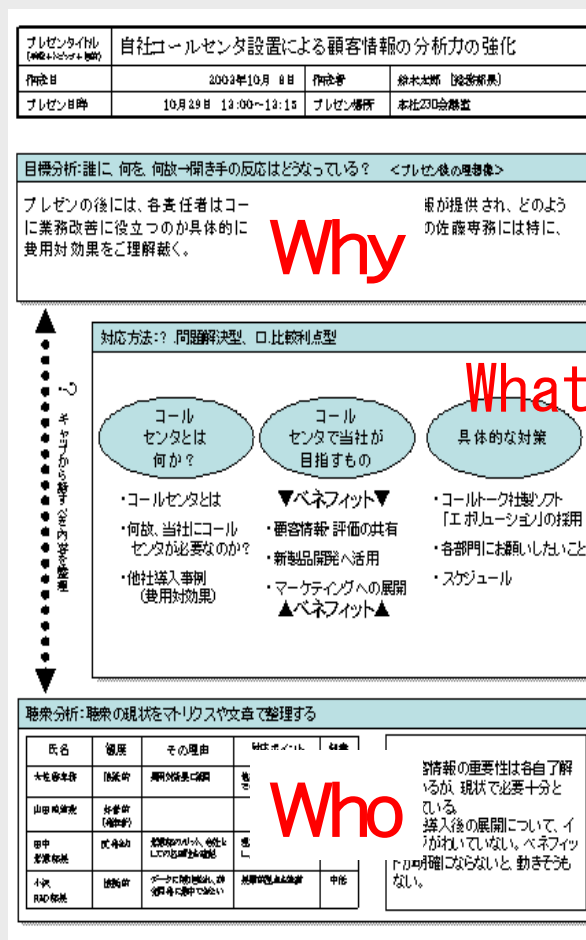
プログラム

講義内容

アンケート結果

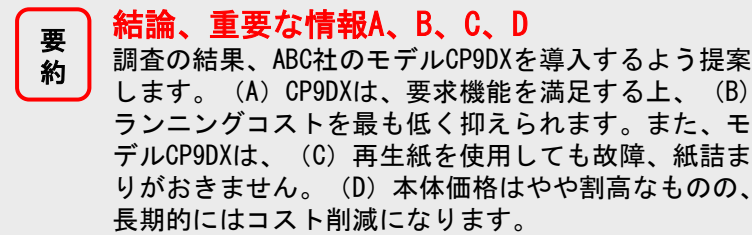
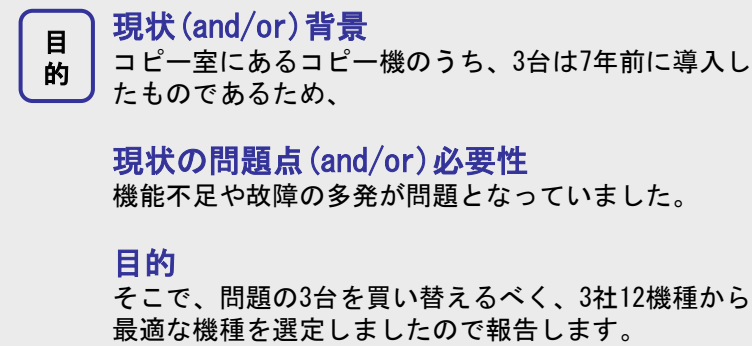
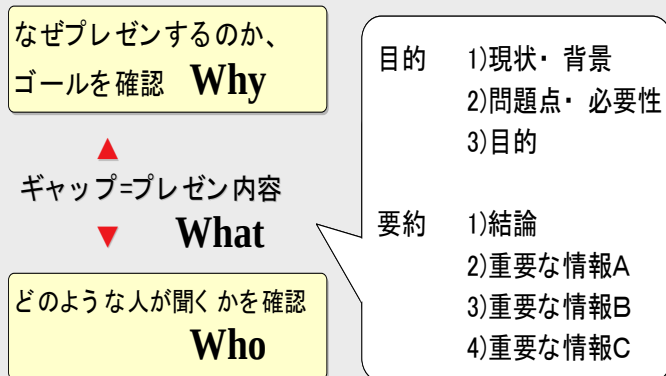


本プログラムは、汎用です。
貴組織や現場のニーズに即して
内容、順番を入れ替えるほか、
弊社の他の講座で使用している
理論、演習なども追加できます。



A I D M A		顧客の関心レベル	目標
Attention (注意)	知らない	知らない	認知度向上
	知っているが、イメージ出 来ない	知っているが、イメージ出 来ない	再生知名度 向上
Interest (興味)	興味がない	興味がない	商品の 評価育成
Desire (欲求)	欲しいと思わない	欲しいと思わない	ニーズを喚起
Motive (動機)	欲しいとは思うが、買おう としていない	欲しいとは思うが、買おう としていない	メリット提示 障害除去
Action (行動)	買おうか、買わないか、ど れにすべきか、迷っている	買おうか、買わないか、ど れにすべきか、迷っている	障害除去

1. プレゼンテーションとは? 1)研修の目的、方法	プレゼンは技術訓練。練習で誰もが上 達できることを確認
2. プレゼンの準備 1)目標分析 2)聴衆分析 3)内容分析	目標分析をし、プレゼンはゴールでは なく、通過点である。聞き手は、話を 聞いた後に何をしたらと考えているのか、 あるいは考えさせるのかを整理する。 また4つの質問のテクニックを学び、 聞き手が欲しい情報や確認方法を学ぶ ・現状の理解 ・問題の理解 ・仮説の確認 ・解決策の確認 聴衆の知識や関心、役職などを分析す る。聞き手の現状を把握(A I D M A 分析など)し、目標分析と連動して、 プレゼン内容を整理する 目標(WHY)と聴衆(WHO)を考慮 し、最適なプレゼン内容を決定する。 特に背景、現状、問題点、必要性を的 確につかみ、提案内容を確認、検討す る(右下図参照)



ロジカルプレゼンテーション研修

概要

BEFORE・AFTER

プログラム

講義内容

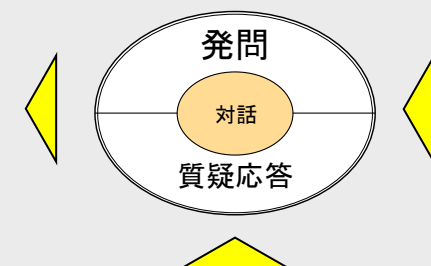
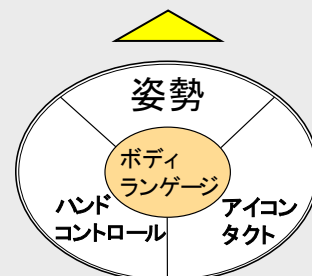
アンケート結果

プレゼンテーション実習① 【演習】ビデオ撮影&振返り @4分間	一人ひとり前に出て、パワーポイントでプレゼン。それをビデオ撮りし、再生しながら、講師や他の受講者が、良い点と改善点を 内容、構成面を中心に コメント
発声方法 ボリューム トーン スピード	ボリューム、トーン、スピードを意識し、プレゼンを棒読みから、強いメッセージへと変える視点を学習
ボディランゲージ プレゼンタのボディランゲージ 聴衆のサイレントメッセージ	姿勢、アイコンタクト、ハンドでしてはならないことと、すべきことを対比で学習。演習で確認 聞き手の反応を観察し、深層心理を読み、対策をとる
プレゼンテーション実習② 【演習】ビデオ撮影&振返り @4分間	一人ひとり前に出て、パワーポイントでプレゼン。それをビデオ撮りし、再生しながら、講師や他の受講者が、良い点と改善点を 発声、ボディランゲージ面を中心に コメント
対話技術 発問 質疑応答	聴衆に質問を投げながら、プレゼンすると、最も話しに惹きつけられる 聴衆からの質問にどのように回答すればよいかのハウツーを学習
あがりを防ぐ方法	なぜ緊張するのか、どうすれば緊張が和らぐかを学習
プレゼンテーション実習③ 【演習】ビデオ撮影&振返り @4分間	一人ひとり前に出て、パワーポイントでプレゼン。それをビデオ撮りし、講師や他の受講者が、良い点と改善点を 対話を中心に コメント
まとめ	研修内容を整理、今後の課題を確認

プレゼン本番

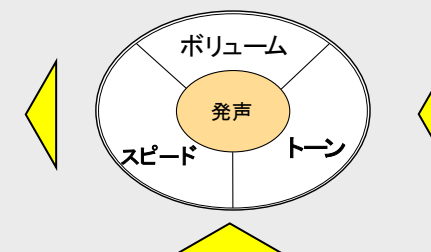


聞き手をひきつけ
声もハッキリ
身振り、手振りに好感を

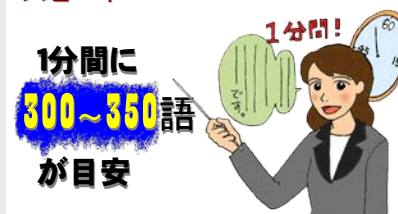


質疑応答——応答の手順

- 1.質問を受ける
- 2.質問内容を確認する
- 3.応える
- 4.情報を追加する



スピード



発問の方向

ダイレクトクエスチョン

まず指名して、質問する
例：〇〇さん、△△についてご存知ですか？

インダイレクトクエスチョン

最初と最後にやる
まず質問をして、指名する
例：△△についてご存知ですか？
Open どなたか答えていただけませんか？
Close では、〇〇さんいかがですか？

ブーメランクエスチョン

自分で質問して自分で答える
例：△△についてご存知ですか？
それは〇〇ということです。

ボリューム

第一声を一番遠くの人



に向かって
挨拶をし、
声の大きさを決める

トーン ①声の高低 ②言葉遣い

高くすると、聞き手を興奮・強調させる
低くすると、プレゼンに安定感や信頼感が持たせられる

~~本日は、~~ ▶ **今日は**

1回8名定員の理由

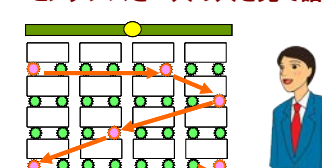
- 発表（4分間）+再生時間+コメント時間=15分/1人かかります。4人で約60分掛かります。8人で120分
- 上記発表を2日間で3回実施すると、発表と振り返りだけで120分×3回で6時間
- パワポの修正や隣とのリハーサル、各授業もぎりぎりまで削り、2日間で8名、ビデオ撮影3回となります。3回発表しないと上達できません。



アイコンタクト

1・1の法則

1センテンスを一人の人を見て話す



ハンドコントロール



ロジカルプレゼンテーション研修

概要

BEFORE・AFTER

プログラム

講義内容

アンケート結果

講座の感想

- ビデオを撮って自分を振り返ったり、他の人からの意見を聞いたことがよかった
- 情報の非対称性、詰め込むと伝わらないことがわかった
- わかりやすい作り方を学ぶことができた
- 話を聴いてもらうテクニックが身についた
- 相手に理解してもらえる資料及びプレゼンが少しでもできるようになったと思います
- 細かな指導であり感謝している
- パワーポイントの工夫ができてよかった
- プレゼンテーションの基本が理解できて良かった
- プレゼン資料の作成の仕方が理解できた
- 構成、話し方、パワーポイントの使い方が分かった
- 人前ではなすことについて、免疫がついた
- 論理的なまとめ方
- 人に伝える能力が伸ばせた
- 他人へ説明することが多い仕事なので、ポイントを絞ってロジカルに説明する方法を学べたのがよかった
- 聴き手を引き込む方法
- 相手のほしがっている情報がなにか整理できるようになった
- プレゼンテーションそのものに対して、考え方が変わった
- ストーリーの作り方、話し方のテクニックなど
- プレゼンのいろはを覚えることができた・演習⇒反省⇒改善⇒再演習が上手くつながっている
- 一人ひとりのプレゼンに対し、問題をわかりやすく指摘されて良かった
- 講師のパワーポイントの使い方が上手で分かり易い
- 具体例が多く、分かりやすかった
- 講師の説明がプレゼンの見本となっている

今後どの場面で役立つか

- 相手を納得させる場面、営業提案
- 技術発表会などで、聴き手をひきつけるのに役立つと思う
- TPM活動方針の説明
- パワーポイントで改善事例を発表するとき
- 自部門での業務説明
- 業務報告
- 会議、勉強会
- システムの説明をするときに役立つ
- 上司への説明
- 結果報告
- 知識のまとめ方
- 他部署への説明
- 技術会議
- 日々の業務内容を相手に分かるようにまとめるとき

これらは各種団体・企業などで実施したときの代表例です。
以下の業界で多くの導入を頂いております。

国家公務、地方公務、電気業、ガス業、輸送用機械器具製造業
通信業、情報通信機械器具製造業、精密機械器具製造、
電子部品・デバイス製造業、金属製品製造業、証券業、保険業、
情報サービス業、広告業、鉄道業、建設、鉱業、化学工業、医療業
銀行業、飲食料品卸売業、宿泊業、学校教育