

2

プレゼンテーションの進め方



Doosub JAHNG

ドゥーソップ・ジャン

国立大学法人 九州工業大学大学院 生命体工学研究科 チームマネジメント分野 教授

キーワードを用いた準備の進め方

はじめに

プレゼンテーションの進め方には、当日の服装、立ち方、ツール制作などの「見せ方」や、アイコンタクトや発声法などの「振る舞い方」があります。いずれも「気の利いた渡し方」ではありますが、準備の大事さは強調するものの、どれくらい、どのように準備をすればいいのかについては、あまり体系化されていないのが現状です。そこで、本稿では「大切に渡す」までの、準備者としての送信者に焦点を当てたいと思います。どこまで準備をするかに対しては、時限を決めることであると考えています。発表直前までツールの内容を変更したい気持ちは分かりますが、余計な緊張感をあおるとともに、変更個所の混乱という理由でお勧めしません。それよりはもっとリハーサルをして、「大切に渡す」ことを強く勧めています。それではどのように準備を進めればよいでしょう。

WESKTについて

プレゼンテーションを行う前に送信者は、①そ

もそも自分は知っているか、②自分が相手に伝えるレベルにあるか、③伝えられた相手が理解したか、を知る必要があります。その判断項目としてWESKTの5つ、判断基準は各項目別の5つ（25個）を満たすことを提案しています。判断項目WESKTは、伝え方（Way of explanation）、例（Example）、話の流れ（Story frame）、キーワード（Key word）、同様な内容を5つの時間区分で説明できるか（Time length; 1, 3, 20, 40, 90分）の頭文字です。伝え方は時系列、対象、比較、日常、引用、実物や写真などがあります。話の流れは、キーワードの順番を変えても説明できるかを意味します。上記のうち送信者が知っておくべき①と③に関してはEとKで、②はWESKT全項目に対して5つ以上実施可能かによって対応できると考えています。

WESKT 学習メニューを用いた準備の進め方

【第1段階】（推奨期間1カ月以上）

①新聞の社説からキーワードを選ぶ

日ごろ読んでいる新聞の社説を読みながら、社

ID	01	02	03
新聞名			
年月日			
社説のタイトル			
キーワード1			
キーワード2			
キーワード3			
キーワード4			
キーワード5			
一文			
新キーワード1			
新キーワード2			
新キーワード3			
新キーワード4			
新キーワード5			
独自のタイトル			

図1 新聞社説シート

新キーワード1 _____
 新キーワード2 _____
 新キーワード3 _____
 新キーワード4 _____
 新キーワード5 _____

タイトル: _____ 年 月 日

1 _____
 21 _____
 41 _____
 61 _____
 81 _____
 101 _____
 121 _____
 141 _____
 161 _____
 181 _____
 201 _____
 221 _____
 241 _____
 261 _____
 281 _____
 301 _____
 321 _____
 341 _____
 361 _____
 381 _____

20 20

図2 原稿用紙

説の流れにそってキーワードを5つ選び、新聞社説シート（図1）に書き込みます（相手の発表や原稿のポイントを素早く把握する訓練）。

②一文でまとめる

5つのキーワードを用いてまとめます。一文ですので句点は1つ、読点は幾つあっても構いません。キーワードの順番は変わってもいいです（手短く要点のみでまとめ上げる訓練）。

③キーワードを並び替える

社説での出現順番を変えてみます。単純に逆順にしてもいいですし、1文でまとめたときの順でも構いません（キーワードの順番が変わっても理解できる訓練）。

④独自のタイトルを付ける

社説のタイトルではなく、自分好みのタイトルを付けます（キャッチづくりの訓練）。

【第2段階】（週1, 2回程度実施）

⑤社説をまとめて作文する（図2）

第1段階で用意した社説から1つを選び、③で並び替えたキーワードと④の独自のタイトルでもって、口語体で400字の作文をします。

⑥平仮名原稿を作成する

⑤で作文した原稿を「平仮名」だけで作り直します。句読点にも1マスを用います。

⑦3つのスピードを知る

⑥で作成した原稿を30秒間読み上げたあと、何文字の平仮名を読み上げたかを記録します。200以上の平仮名の場合は、早すぎます。150字を基準に、130, 170文字の平仮名を読み上げるようにしましょう。学会など専門用語の熟知者への発表の場合では20ないし30字増しでもいいですが、ポスターセッションなどの大きい会場で聞き取れる文字数はやはり30秒で150字程度です。

<記入例>

作成日付：2012年5月6日

タイトル：産業保健マーケティングの概観

発表：2012年12月19日 午前10時30分

場所：7510会議室

10:30～11:00	11:00～11:30	11:30～12:00
挨拶・OHMk定義・周辺市場・4要素	人的資源管理、健康管理、個人と組織の健康	O観察、Hヒアリング、Q定量化
3自己資源、よい健康？、産業保健の正当性・有効性	OH企画S、の＝が＋に	主観的健康認識、意義、調査方法(HAQ)
評価項目・基準、事前公表の重要性	ニーズ、ウォンツ、市場、商品、需要	質疑応答

表 報告戦略表の記入例

【第3段階】

⑧キーワードを用いた練習

1つのキーワードについて3分程度で説明します。ここでは幾つかの伝え方を駆使します。

⑨新聞社説を用いた練習

1つの新聞社説について、3分、20分で説明します。ここでは、幾つかのストーリーフレームを用います。方法としてはキーワードの順番を自由に変えてみるといいでしょう。

【第4段階】

⑩本を用いた練習

1冊の本について、2、20、40分程度で紹介します。本の場合、索引はキーワード、目次はストーリーフレームと見なすことができます。目次のとおりでもいいですし、好きな順番でチャレンジするのも大変結構です。

⑪自己紹介

自分自身について、1分、3分で紹介します。フォーマルな場面とインフォーマルな場面の両方を想定するといいいでしょう。自己紹介が第4段階の終わりごろに出てくる理由は、自分についてはたくさん知っているからです。だからこそ選択に悩

むし、語るにはどうしても時間が足りません。しかし、初印象もまた大事なプレゼンテーションです。しっかり準備をしておくといいいでしょう。

⑫報告戦略表を用いた90分発表(表)

大学での講義を想定したのですが、発表内容のフルバージョンとして用意するものです。90分発表のための報告戦略表は9つのセルを設けて、1つのセルに3つ程度のキーワードを用意しましょう。

発表決定から直後までの時系列でみた
プレゼンテーションの流れ

これまで述べてきたのは、どのアスリートも行う走り込みのようなもので、いわゆる基礎体力のための訓練でした。自分のスピードを知り、内容をキーワードでまとめる体力を身に付けたところで、いよいよ本試合のための進め方に進みましょう。

1. 発表決定直後

最も大事なことは、目的を明らかにすることです。第1部(特集1)で述べたように、ビジョンとミッションとの整合性をはじめ、対象者の特定

とニーズの把握が肝要です。これらと関連したキーワードは小まめにメモを取るといいでしょう。そして予定管理です。私の場合は90分講義で、ふだんから作っておいたツールがある場合は90分ずつ10回（90分×10回）を予定表に入れます。前半の4、5回程度は、報告戦略表完成に当て、2～3回はツールの完成、残りはすべてリハーサルに当てるようにしています。

ツールがプレゼンテーション用のソフトウェアを用いる場合、会場の大きさにもよりますが、フォントの大きさは30ポイント以下にならないようにします。内容は聞き取りにくい数値や情報源を含めて箇条書きにします。図表は原本のままを丸写しをせず、ポイントとなるところは矢印や異なる色で示すようにします。発表原稿はダメという人が多いようですが、棒読みではなく、「間」をうまく取り入れればかえって安定感があり、効果的です。

リハーサルは、WESKTを駆使しながら行います。大事な点は、本番を想定して声を出すことで

す。小さい声や口の中で発表練習をすると、本番では声を出した分だけ時間が伸びてしまうので気をつけましょう。リハーサルのときは、当日の服装を決めておきます。

2. 当日の発表直前

当日は出力した報告戦略表だけで、発表のイメージを描きます。会場には早めに足を運び、会場の時計の位置、自分の時計との時刻合わせ、プロジェクター、ポインター、マイクなどの機材の種類と使い方、そしてトイレの位置を確認します。トイレには、人が少なくなる発表のちょっと前に行き、服装など身だしなみをチェックします。数人による発表の場合は、待っている間に他人の発表を傾聴します。礼儀でもあると同時に、引用できる話を発見したり、聴衆の反応を事前に観察できる貴重な機会です。

3. 発表本番と発表後

劇的な演出でない限りは、ゆっくり滑り出しま

Column

■聞き取りやすい文字数

30秒150文字（平仮名）の数値は、1994～2003年の9年間、大学教員を対象にしたセミナーで聞き取りやすいスピードを受講者たちに聞いた結果から得られたものです。600人収容のホールでの口頭発表、ないし展示会場などの広さでマイクなしのポスター発表を想定したものであり、10人程度の小会議室や講義室では、ゆったり感のあるスピードです。この場合は、「間」を入れてメリハリをつける必要があります。

プロのアナウンサーが専門的音響機器が整った環境で読み上げると、漢字混じりで30秒250字前後（平仮名だと350文字程度）と言われています。家庭のTVのスピーカーなど音響装置の発達とともにアナウンサーの読み上げる文字数も年々増えてはいるものの、限界はあります。プレゼンテーションに慣れている人でも、一般的な会議場では専門用語になじんでいる聴衆であっても、平仮名で250字が限度でしょう。通常は平仮名で30秒170～200字が無難かと思います。

■読みやすい文字の大きさ

文字の大きさは、30フォントサイズで1行あたり25文字、1ページは12行でいっぱいになります。文字数的には300字程度（漢字混じり）です。

デザインの的にはスライド全面が文字だらけになり、非常に見にくい状況です。映画字幕が1分の投影で200字前後が限界と言われますので、集中して読み上げても1分以上の投影が必要となります。口頭発表とスライド情報のバランスを考えれば、1枚あたり150字前後でまとめた方がいいのです。

す。ふだんから言い慣れているために、つい早口になりがちな所属や名前はとくに気をつけて、ゆっくり、正確に話すようにします。ピンマイクの場合は、利き手の反対側の胸元にしっかり固定しましょう。手に持って話すと口とマイクとの距離が一定せず、声量の調整が難しくなります。ポインターはあまり回すと落ち着きが悪いのでゆっくり動かし、しっかり脇を閉めて動かすようにします。

時間調整は、ツールの位置や時計などで確認して、突然大幅の調整ではなく、前述した3スピードで調整可能な範囲内で行います。アイコンタクトは演出よりは、受信者の反応（うなずきやメモのタイミング、否定的表情など）を観察する意味で大事です。最後はこれまで話してきた内容をまとめたうえ、質疑応答の時間を有効に使います。

発表後は、WESKT 各項目について自己評価を行い、ツールの見直しや内容の補完に努めます。

3種類の企画書と8W3H1S

プレゼンテーション資料は、ソフトウェアで作るものだけではありません。全貌が見えるポスターがはるかに効果的な場合もあります。また、企画プレゼンテーションで有効な配布資料として、3種類の企画書の作成を紹介します。

【登場人物型】

企画に出てくる人物とそれぞれの関係を示す図です。利害関係や力関係を矢印で表すとよいでしょう。大事な点は、企画に関係する人物の想定「幅」を企画者がいかに想像するか、です。それが決まると、矢印で表現する関係はそれほど難しくありません。産業看護の分野でしたら、意思決定者、利用者、提供者、周囲の関係者、組織、社会となります。組織は「法人」というだけあって、

企業風土などの人格を持ちます。社会は情勢や動向を人格ととらえることができます。

【階段型】

第1部（特集1）で述べた階段を用いて企画書をまとめた図です。1つの階段の蹴込み板には評価項目と基準、踏み板には実施期間、土台にはビジョンを明記します。それぞれの階段の連携・予定を一目瞭然に表すとともに、ビジョンとの関係を1枚で表すことができます。中長期計画における、現時点でのミッションの位置把握の長所も持ちます。

【抄録型】

はじめに、方法、結果、考察で4・3・3・4のバランスをとるテキスト型の企画書です。A4用紙が1枚でしたら4・3・3・4の単位は「行」となります。単位は「枚」でも、キーワードの数でもいいです。「はじめに」には背景と目的、「方法」はその目的を達成するために用いられる手段、「結果」は手段によって得られる結果です。企画の段階でしたら予想されるもので、報告書でしたら実際の結果が中身になります。「考察」は、はじめに・方法・結果に対する考察、課題と意義が含まれます。

【8W3H1S】

皆さんがよく知っている5W1Hの発展形である8W3H1Sは、企画の基本でもあります。その中身は、なぜ（Why）、誰に（Whom）、誰が（Who）、なにを（What）、いつ（When）、どれを（Which）、どこで（Where）、いつまで（Within）の8つのWと、どの程度の量（How many）、質（How much）、時間（How long）の3H、過程や結果における判断基準のS（Standard）がそれです。使い方は、8W3H1Sをノートに縦に書いてから、す

べて同じ動詞を用いるとよいでしょう。これらの作業により、発表者は企画をするにも、発表準備をするにも、その概略を明確にすることができます。Whichは前述した選択肢の幅を意味するものですので、できるだけ多く用意しましょう。

おわりに

これまで送受信者間の関係において、コミュニケーションの一部としてプレゼンテーションを位置づけ、提案者、支援者、そして準備者としての贈り物の考え方と進め方について述べてきました。

Intra-個人において、人は皆、心のどこかでは別の天秤があって、幾つかの重りを乗せては下ろし、時には支点すらぶれてしまいます。日々変わっていく数人のもう一人の自分と向き合う場面が多々あります。こういう状況の下、Inter-個人では、言わず・言えず、聞かず・聞けずの場面があって、なかなか本音のところは交わされません。コミュニケーションのどの階層でも見られるこの問題は、私の永年の悩みであり、苦しみでもあります。その一方で私は、ある事柄に対して、努力するより楽しむ、楽しむより愛する、愛するより愛し合うことが大切であると考えています。お互いの愛の質と量が同じであることはきわめてまれですが、腹の探り合いは苦しく、片思いは悲しい。暫定的ではありますが、現時点で私が至った結論は、異なる一人ひとりが一つになる第一歩は、お互いの多様性を出し合うことです。その姿形がまさしく贈り物です。

昨今の産業保健領域では、組織内外からの要求に対応しなければなりません。産業保健スタッフは、受信者と最も近い距離にあって、彼らを知る絶好の位置にいます。組織もまた人的資源の重要性は十分認識しています。しかし、一部では組織

内のビジョンは曖昧なうたい文句で、ミッション群は当てつけ、ミッションそのものの不在があります。受信者を理解しようとせず、自分好みのテーマ、他人の資料の使い回し、準備なしの棒読み、フォローもなく、相手に責任を転嫁する悲しい現実もあります。贈り物で言えば、目的不全から始まる中身・包装・渡し方の不全連鎖です。そこに送信者自身の自分との向き合いの状況が相まってくると、愛し合うも、努力すること自体に意味を感じなくなります。いくらテクニックや資格、証書に逃げて、互いに喜ぶ贈り物にはなりません。

プレゼンテーションにかかわる即効のノウハウだけでもよかったかもしれませんが、強いて考え方や時間のかかる準備など、厳しいことばかり述べてきました。でも、大丈夫。皆さんには良き理解者である、もう一人の自分と優れた専門性、皆さんの多様性に向き合ってくれる素晴らしい仲間、そして多くの応援団員がいます。皆さんに支えられて元気いっぱいになった人、これから頑張っていこうとやっと思いついた人、そして、皆さんのために祈っている大切な人を覚えておいてください。

申し遅れましたが、小生も間違いなく皆さんの応援団の一人です。細やかではありますが、本稿が皆様に喜んでもらえる贈り物になればと願っております。

引用・参考文献

- 1) ドゥーソップ・ジャン。時間区分によるプレゼンテーションとスライド, Medical Mac Mook, 1995: 102-110.
- 2) ドゥーソップ・ジャン。産業保健マーケティング 第6章 63 コミュニケーション能力, 東京: 中央労働防止協会, 2002: 169p.
- 3) ドゥーソップ・ジャン。元気に働くための3つの基本 第5回指示報告, 東京: 中央労働災害防止協会, 2003: 162p.
- 4) 保健事業の企画が面白くなる連載物語, 第9話プレゼンテーション「気づきの旅」, 法研へるすあっぷ 21, 2004: 12.
- 5) URL: <https://www.hrm2006.jp>, 人と人々の健康資源> DJ 指道教員室の中には、教育や企画に関する資料があります。