

プレゼンテーションの科学

所 属	
氏 名	

著作：中村 一也
発行：株式会社アイシーエル

本書は著作権法上の保護を受けています。
本書の一部あるいは全部について、いかなる方法においても無断で転写、複製することを禁じます。
無断複製、転載は損害賠償、著作権法の罰則の対象になる事があります。

クイズ

プレゼンでは 内容と見た目 どっちが大事？



1

より正確には・・・

矛盾したメッセージが発せられたときに話し手が聞き手に与える影響は、

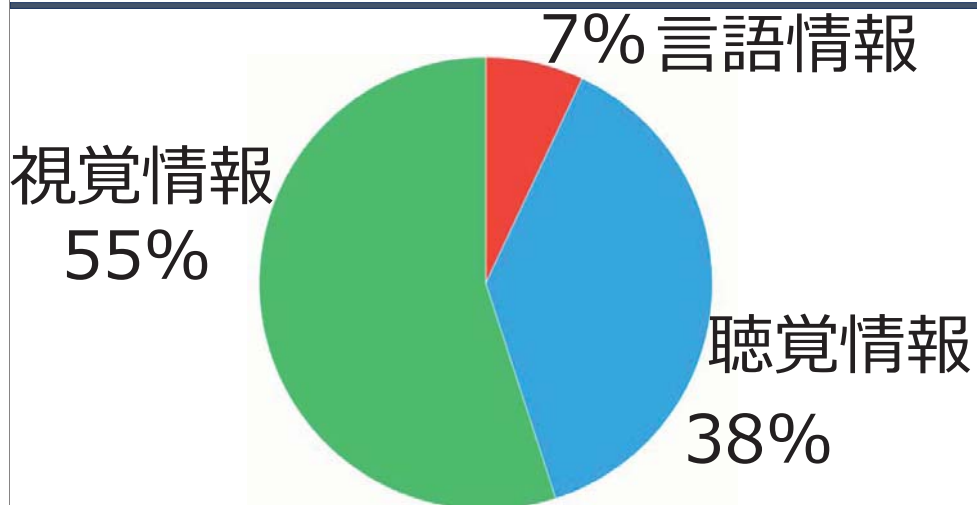
言語情報（話の内容）…**7%**

聴覚情報（声のトーンなど）…**38%**

視覚情報（見た目など）…**55%**

3

メラビアンの法則



2

メラビアンの法則

怒ってません！



情報が矛盾しているとき、人間は言語情報より聴覚・視覚情報を信用する

4

南カリフォルニア大学の実験

役者がうまく演技をすることで、嘘が満載の全く無意味な講義でも聴衆から高評価を得ることができた

Dr.Fox効果

5

内容と見た目のどっちが大事？

両方大事



6

非言語コミュニケーション

7

頼みごとの承諾率を上げるには？

笑顔

→アムステルダム大学アニーク・ヴルトの実験。笑顔と無表情なら笑顔で頼むほうが募金してくれる。募金承諾率は笑顔51.3%、無表情29.3%

きちんとした身なりの人

→正当性があり、信頼できるように感じる。ブルターニュスッド大学ニコラ・ゲゲンの実験。赤信号をスーツの人が渡ると57.5%が真似をするが、クタクタのTシャツの人が渡っても9.3%しか真似をしない。

クイズ

人に賢く見られるために、
どう振る舞えばよいか？

**メガネをかける、アイコンタクト、
姿勢を良くする**

出典：ロヨラ・メリーマウント大学のノラ・A・マーフィーの実験。
あるグループに「賢そうに振る舞ってください」と指示を出し、
第三者が賢そうに見えた人を評価。効果的な行動は上記項目と判明。⁹

話すスピードは？

ゆっくり話す→理解できる

早口→説得力アップ

出典：Norman Miller 『Speed of Speech and Persuasion』

10

ユーモアの有効性

一流のリーダーは、
他のリーダーより
ユーモアを2倍以上用いる
(ボーナスにも関係)

出典：Fabio Sala 『Laughing All the Way to the Bank』

11

笑いの効果

笑いにはチーム内の
創造力と信頼を
高める働きがある

出典：Clouse, R.W., and Spurgeon, K. L. 1995.
“Corporate Analysis of Humor.”

12

プレゼンも同じ

ユーモアあるプレゼンは、
注意を引き、記憶に残りやすい

出典①：サンディエゴ州立大学 ロバートカプラン&グレゴリーパスコー

出典②：E P ベッツィングハウス『説得力あるコミュニケーション』

13

ジェスチャー

ジェスチャーは
多い方が『話が上手い』と
評価される可能性

出典：大神優子「わかりやすい説明」の特徴

磯友輝子『話し手の非言語的行動が「話の上手さ」認知に与える影響』

15

スタイルと知的さの関係

筋肉がある人の方が
知的に見える



出典：イースタンミシガン大学のリチャード・ラーナー

14

ジェスチャー

ハンドジェスチャーが
おすすめ



出典：藤原武弘

『態度変容と印象形成に及ぼすスピーチ速度とハンドジェスチャーの効果』

16

内容構成の技術

17

プレゼンの本質

重要なプレゼンほど中身が勝負



19

プレゼンの本質

「プレゼンの見た目」で10億円の
事業を実施できるか？

→できない

18

わかりやすく話す技術

20

プレゼンの型 (かた)

PREP法



- P**…Point (結論)
- R**…Reason (理由)
- E**…Example (事例、具体例)
- P**…Point (まとめ)

21

プレゼンの型 (かた)

SDS法



- S**…Summary (要点)
- D**…Details (詳細)
- S**…Summary (まとめ)

23

プレゼンの型 (かた)

- P**…私は和食が好きです。
- R**…なぜなら、他の国の料理と異なり、油を使う量が少ないからです。和食は基本的に油を使いません。
- E**…たとえば、和食の加熱は水で煮る、蒸す、茹でるが基本で、油で炒めるという調理法は和食にはないのです。
- P**…したがって、私はヘルシーな和食が好きなのです。

22

プレゼンの型 (かた)

DESC法



- D**…Describe (客観的に描写)
- E**…Express (主観的な意見)
- S**…Suggest (提案)
- C**…Consequence (結果)

24

マジックナンバー

話を**4**±1個にまとめる



ミズーリ大学ネルソン・コーワン教授「The magical number 4」
短期記憶の容量限界は3~5個のかたまり

25

3つのまとまりに・・・

040-8756-3852

覚えやすくなる

26

クイズ

マンガのタイトル

→短い ex)one piece

小説のタイトル

→長い ex)色彩を持たない多崎つ
くると、彼の巡礼の年

短いメッセージほど覚えやすく、広まる

27

台本を作ると

- ①棒読みになる（心がこもらない）
- ②臨機応変な対応ができない
- ③結局使わない



28

説得力を高める

29

あるトップ営業マンのテクニック

効率よくキーパーソンにアプローチするため、

知識のない担当者にいきなり技術の話をして意思決定者の工場長を呼んでもらう。

31

プレゼンの内容構成

キーパーソンは誰か？



30

格言話法

格言っぽくすると説得できる



悩んでいる人に対して
「迷ったら飛んでみな」
「悩みこそ人生最高のスパイスだよ」

32

説得力を高める方法

意外性のある情報を提示
(キラータータ)



33

説得力を高めるだけでなく・・・

キラータータがあると



プレゼンに自信が加わる

34

プレゼンの目的

プレゼンの目的 = 「伝える」？



プレゼン前後のプロセスに焦点が当たらない



35

プレゼンの目的

プレゼンの目的 = 「動かす」



プレゼン前後のプロセスに焦点が当たる



36