

打ち勝つ プレゼンノウハウ

第3回 情報整理でシンプルに伝える

聞き手の心をつかむには工夫が必要……と思っただけでも、どうすればいいかわからない読者もおいでだろう。このコーナーでは、プレゼン・コンシエルジュとして活躍する天野暢子氏にプレゼンのコツを教えてください。A-1グランプリ出場者はもちろん、新規顧客への営業を検討していたり、各種勉強会での講師をお願いされたり、異業種との連携などを視野に入れている読者は読んでおいて損はない！

表とテーブルで情報整理

情報はシンブルしたほうが伝わりませんが、その方法として3点にしよう。以外に、表組みで見せるという方法があります。A社の強みと弱み、B社の強みを比較するという場合は、縦にA社、B社という行を作り、横に強み、弱みという列を作れば情報が整理できます。ここに入れる行と列を間違えては大変です。縦に続く行は、C社、D社のようにどんどん増やしてもいいものが並びます。住所録を思い出してください。横には郵便番号、住所、電話番号などの項目が、縦には全員の氏名が並びます。行と列にどのようにデータを割り当てて考える段階で情報が整理できます。

ここでちょっとひと手間かけてみましょう。エクセルやパワーポイントで表を作成すると黒い線が表示さ

れるようになっていますが、この野線をすべてはずしてみましよう。随分と画面・紙面がすっきりします。文字の羅列とは異なって、セルの中で文字が左揃え、中央揃えなど整理するので全体的に整った印象も与えることができます(図1)。

さらに、これをもっと視覚に訴える方法に加工していきましょう。プレゼンで見せるパーツは丸みを帯びているほうがやさしく安心感を与えることができます。そこで図形描画ツールで角丸の図形を描き、それを組み合わせたものに情報を入れていきます。文章↓表組み↓線なし表↓ビジュアル・テーブル(図2)の順で、視覚に訴える情報に変わっていきます。

TVの字幕は16字以内

さて、皆さんが普段なにげなく見ているTVですが、TVは視聴者に

チャンネルを変えられないよう瞬時に情報を伝える工夫がたくさんしかけてありますので、そのいくつかを真似してみましよう。まずは画面中の文字数です。TVにはテロップ(字幕)がたくさん登場しますが、例えばニュースで何の事件かを表すタイトル・テロップは16字までと決まっています。多くて20字でしょう。それ以上の文字をレイアウトしても視聴者は認識できないので、その文字数に決まっています。

そこで皆さんが作ったスライドをチェックしてみましよう。タイトルや見出しに何文字並んでいますか。数秒ごとにパップと切り替わるのはTVもスライドも同じです。30字、50字とスクリーンに映し出されても、聴衆からは読めないのも何も見せていないに等しいことになりま。ここでも内容を精査して、情報量(文字数)を減らさなければなりません。

大事な情報は見せっぱなし

また、TVではサイドテロップと呼ばれるものが画面の四隅に出ていることがあります。「速報 上野みずき 婚約」お相手は年下イケメン俳優

1

年	月	できごと	備考
1985	7	青年部有志により県外出荷勉強会発足	5人でスタート
1987	10	初の全国うまいもの市出展 連続出展 好評を得る	日本武道館
1995	4	有限会社 飛鳥フルーツとして法人化	
2000	4	飛鳥フルーツを株式会社化	従業員50人に
2010	11	「おはなやさい」が流行語大賞にノミネート	

2

飛鳥フルーツのあゆみ

1985年7月	青年部有志により県外出荷勉強会発足	5人でスタート
1987年10月	初の「全国うまいもの市」出展 連続出展 好評を得る	
1995年4月	有限会社 飛鳥フルーツとして法人化	
2000年4月	飛鳥フルーツを株式会社化	従業員50人に
2010年11月	「おはなやさい」が流行語大賞にノミネート	

3

A-1 グランプリ 2011 連動企画

ライバルに




情報が浸透しやすい TVを真似してみる

日々視聴率を獲得しようと奮闘しているTVマンたちの表現上のモットーは「わかりやすく」。その手法を真似してプレゼン資料では伝えたい、気付いてほしい事柄のエッセンスを抜き出すべし。

通販ナンバーワンをめざして

フルーツ王国
あすかむら

あすかフルーツに行列ができるワケ

-  あまい
-  やすい
-  あんしん

優「10kg

やせる必

勝法ワカ

メダイエ

ット」の

ように、

今何につ

いて放送

している

かを知ら

せて途中

から見始

めた人も

巻き込む

ようなし

かけ」で

す。プレ

ゼン資料

でも重要なことはずっと見せつぱなしにすることで、情報を刷り込みで

きます。

スライドでも資料でもじゃまにならないのは、タイトルやページ番号などがこない画面右上です。

そこに入れるのは、プレゼンターの社名や氏名、ロゴやマークなどです。ほかにはスローガンやキャッチフレーズを入れてもいいでしょう(図3)。アピールしたいのが「共同集配による利益確保」なら「共同集配で利益！」と入れます。企業では「おかげさまで50周年」「ペア割キャンペーン中」などのフレーズもよく見かけます。

ワードやエクセルならヘッダーに、パワーポイントならマスタペー ジに入れることで、ページが増えても減っても全ページに表示されるので、繰り返しアピールすることができ ます。

イー・プレゼン代表 天野 暢子



あまののぶこ ● 広告代理店媒体担当
業界記者、大手ゲームメーカー広報担 当などを経て、2006年にプレゼン テーションを中心としたコンサルタン ト「プレゼン・コンシェルジュ」とし て独立。広告代理店、媒体、広告主サ イドの立場からプレゼン現場のすべて を経験。著書に「15秒で納得させる。通 る資料」のつくり方 図解 話さず決 める「プレゼン」(ダイヤモンド社)、「プ レゼンはテレビに学べ」(ディスカヴァ ー・トゥエンティワン)など。
<http://www.1tpresen.com/>