発表の振り返り

① 印象に残っているのはどの発表ですか。なぜ印象に残っているのですか

② じぶんの発表の良かった点、改善すべき点はなんですか

③ 他の発表の良かった点、改善すべき点はなんですか

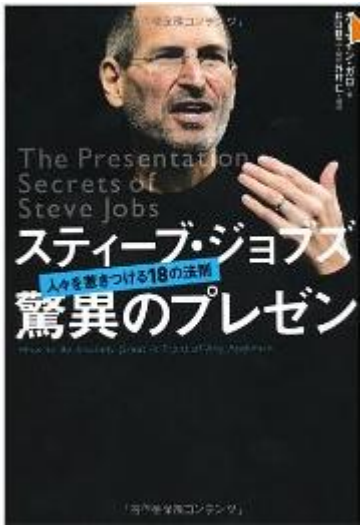
④ 発表時間を 10 分に延長した場合、どのようなストーリーに変更しますか

スティーブ・ジョブズ 驚異のプレゼン―人々を惹きつける 18 の法則

カーマイン・ガロ（著），井口耕二（翻訳）

単行本（ソフトカバー）：408 ページ

出版社：日経 BP 社（2010/7/15）



第 1 幕　ストーリーを作る

シーン 1　構想はアナログでまとめる

- プレゼンテーションソフトを開く前に良く考えて流れを作る。アイデアは紙やホワイトボードに書く

シーン 2　一番大事な問いに答える

- 「聞き手はなぜ、このアイデア／情報／製品／サービスに注意を払うべきなのか」を自問すること。会話が終わったとき聞き手に覚えておいてほしいポイント、それをひとつだけ挙げるとしたら何だろうか。製品を売り込む場合は、その製品のメリットに着目すること

シーン 3　救世主的な目的意識を持つ

- 見つかるのは「モノ」ではなく、モノが顧客の暮らしをどう改善するのか、であることが多い。自分の心を探り、情熱を注げるものを見つけること。「私が売り込もうとしているものは、本当のところなんなのだ」を自問するのだ。それは「モノ」ではなく、モノが顧客の暮らしをどう改善するのか、のはずだ。売っているのは、よりよい暮らしという夢なのだ。本物の情熱を自覚できたら、それをみんなに楽しく伝える

シーン 4　ツイッターのようなヘッドラインを作る

- 会社、製品、サービスなどのビジョンを 1 文で表すヘッドラインを作ること。効果的なヘッドラインとなるポイントは、簡潔であること（70 文字以下）、具体的であること、受け手自身のメリットを示すことだ

シーン 5　ロードマップを描く

- 紹介する製品、サービス、会社、構想について、聴衆に知ってほしいと思うポイントをすべてリストアップする。このリストを分類し、主要メッセージが 3 つとなるまで絞り込む。この 3 つのグループが、売り込みやプレゼンテーションのロードマップとなる

シーン 6　適役を導入する

- プレゼンテーションの早い段階で適役を導入する。解決策を提示する前に、必ず、問題を提起するのだ。問題提起は、聴衆が痛みを感じる部分を鮮明に思い描ければ簡単に行える。「なぜこれが必要なのか」と自問すれば問題は提起できる

シーン 7　正義の味方を登場させる

- 業界や製品カテゴリーの現状を描写し、それがどうあるべきなのか、自分のビジョンを紹介する。ユーザーが痛みを感じるポイントをはっきりさせて適役としたら、自分の会社、製品、サービスがどのような形でその痛みを和らげてくれるのか、わかりやすい言葉で説明する

第 2 幕　体験を提供する

シーン 8　禅の心で伝える

- 箇条書きは避けること。必ず。いや、なるべく、か。書籍、書類、電子メールなど読まれることが前提の場合には箇条書きを使ってもよい。実際、箇条書きを使った方がわかりやすくなることも多い。しかしプレゼンテーションのスライドでは使わないこと。絵を使う方がずっとよい
- 1 枚のスライドはひとつのテーマに絞り、それを写真や画像で補強する

シーン 9　数字をドレスアップする

- プレゼンテーションの中核となるテーマには、それを支持するデータを用意すること。どの数字を使うのかを良く考えること。数字を多く出しすぎると聞き手がいやになってしまう
- データは具体性、意義、文脈性が大事である。言いかえると、数字を、聞き手の暮らしに密着した文脈におくことが大切である

シーン 10　「びっくりするほどキレがいい」言葉を使う

- コピーの文句をすっきりさせる。繰り返しをなくし、バズワードをなくし、ジャーゴンをなくす。直して、直して、さらに直すのだ

シーン 11　ステージを共有する

- 新しい製品やサービスを発表する前に、顧客に試験をしてもらい、発表内容が正しいと証言してもらうこと。信用のある媒体や人気のブログなど、メディアの評価も役に立つ
- 顧客からもらった推薦の言葉をプレゼンテーションに組み込む。いちばん簡単なのは、製品について顧客に語ってもらってビデオに撮影し、2 分以内に編集してプレゼンテーションに挿入する方法だ

シーン 12　小道具を上手に使う

- 計画の段階からプレゼンテーションに製品のデモを組み込む。デモは短くする。魅力的かつ実質的でもなければならない。デモに参加してもらえるチームメンバーがいれば、参加してもらうのもいいアイデアだ

シーン 13　「うっそー！」な瞬間を演出する

- 「うっそー！」な瞬間を作りこむ。画期的な発表である必要はない。体験談を話す、新しい情報や予想外の情報を提供する、デモを行うなどの形でも、聴衆の記憶に残る瞬間を演出できる。スティーブン・スピルバーグなど映画監督はそのような瞬間を演出して人々に元気を与えたり、笑わせたり、何かについて考えてもらったりする。人というのは美しい瞬間や感動的な瞬間が大好きな生き物だ。そういう瞬間をプレゼンテーションに作りこむこと。予想を大きく外せれば外せるほどよい。

第 3 幕　仕上げと練習を行う

シーン 14　存在感の出し方を身につける

- 身体が発するメッセージに注意を払う。アイコンタクトを保つ、開いた姿勢を取る、必要に応じて身振り手振りも活用する。思い切って手を使うこと。しぐさというのは複雑な考えを反映するもので、適切なしぐさは自信の表れだと感じられることが研究によって確認されている
- 抑揚をつける、声を大きくしたり小さくしたりする、しゃべるスピードを変えるなどして、しゃべり方に変化をつける。間によってコンテンツに一息つかせることも大事である。上手な間ほど話を盛り上げるものはない。

シーン 15　簡単そうに見せる

- 1 に練習、2 に練習、3、4 がなくて 5 に練習。どんなことでも、大丈夫だろうと思わないこと。スライド 1 枚、1 枚、デモを一つひとつ、キーメッセージを一つひとつ、確認する。何を言うのか、いつ言うのか、どのように言うのかを体が覚えてしまうほどに練習するべきだ

シーン 16　目的に合った服装をする

- 今の立場ではなく、こうなりたいと願うリーダーと同じような服装を選ぶ。優れたリーダーは、他の人よりも少しだけよい服を着る。ジョブズでさえ、銀行に融資を申し込む時は高価なスーツを着ていったのだ。

シーン 17　台本を捨てる

- 基本的にメモは使わない。使うのは、デモのように何かを順番にしなければならない場合にとどめる。
- どうしてもメモが必要なときは､1 枚に 3 点から 4 点を大きなフォントで箇条書きにする｡メモのカードはスライドごとに作成する。

シーン 18　楽しむ

- プレゼンテーションを「インフォテインメント」だと考える。聞き手は学びと娯楽、両方を求めている。自分を楽しもう。そうすれば端々に違いが生まれるだろう

それぞれの発表で印象に残っていること／良かった点、改善の余地がある点

1. 高橋沙織

2. 遠藤佑貴

3. 松田大輝

4. 時田佳穂

5. 遠田　龍

6. 色摩佳洋

7. 太田侑奈

8. 田宮　大

9. 武田拓也

10. 菊池祐司

11. 齋藤　茜