

企画プレゼン・スキルアップ ネット・セミナー

⑮ 論理構成 (プレゼンテーション)

2020(令和2)年
二松學舎大学 国際経営学科
非常勤講師 宮地 克昌

目 次

1. はじめに
2. 市場環境（情報収集）
3. 傾聴力（情報収集）
4. ベスト・プラクティス（情報収集）
5. マーケット（MTPCマーケティング戦略）
6. ターゲット（MTPCマーケティング戦略）
7. ポジショニング（MTPCマーケティング戦略）
8. コンセプト（MTPCマーケティング戦略）
9. 企画（MTPCマーケティング戦略）
10. 「企画」と「計画」の分離
11. 発想力（新規性）
12. 表現力（明快性）
13. 段取力（実現性）
14. 基本スキル（プレゼンテーション）
15. 論理構成（プレゼンテーション）
16. 説得力（プレゼンテーション）
17. プレゼン力（補足）

時間の経過で説明する “時間的順序 (Time order)”

場所の移動とスケールの変化 “空間的パターン (Space pattern)”

必然的な結論を出す 「演繹法」

特殊から普遍を導く 「帰納法」

心理的構成法 (Psychological organization) “AIDSCA” (音声解説)

最初と最後に主張を述べる “AREA”

「三方よし」を信条とする “AREA”

“AREA” による論理構成 (演習)

「テーマパークの建設」 (参考)

PREP法 (参考)

証拠を求める (参考)

「どちらになさいますか」戦略 (参考)

その他の論理構成 (参考)

セールストーク (参考)

編集による “劇的” な効果 (演習)

⑮ 論理構成

時間の経過で説明する “時間的順序 (Time order)”

- 時間的な流れに沿って話を進めるのが「時間的順序 (Time order)」である。
- 過去(由来)から現在(今)、そして未来(将来)へと話を進める。
- 例えば、「戦後の高度成長期、そして社会が成熟化した現在、さらに今後は...」と言った構成である。
- 生活の観点からの構成
 - 朝⇔昼⇔夜 月曜日⇔日曜日 春⇔夏⇔秋⇔冬
- 人生の観点からの構成
 - 幼年期⇔青年期⇔成人期⇔壮年期⇔老年期 過去⇔現在⇔未来 由来⇔今⇔将来

場所の移動とスケールの変化 “空間的パターン(Space pattern)”

- 「空間的パターン(Space pattern)」には、「場所の移動(地理的な観点)」と「スケールの変化(尺度の観点)」の二つの構成がある。
 - 東京⇄大阪⇄福岡 山⇄平野⇄海 空⇄海面⇄海底
- 「インドから中国、そして日本」や「山から平野、そして海」などである。
- 「スケールの変化」は、「太陽系から地球、日本、そして東京」や、「細胞から葉、そして木、森」などである。
 - 銀河系⇄太陽系⇄地球 世界⇄日本⇄地域 人間⇄細胞⇄DNA 森⇄木⇄葉

必然的な結論を出す 「演繹法」(Deductive order)

- 「演繹法」または「演繹的順序 (Deductive order)」の一つである「三段論法」は、一般的にすぐに合意ができる考え方を述べ、より高度な判断を要する内容へと話を進めていく論理的構成法 (Logical organization) である。
- 「演繹」とは、前掲された命題から、経験にたよらず、論理の規則に従って必然的な結論を導き出す思考の手続き。(広辞苑)

特殊から普遍を導く 「帰納法」(Inductive order)

- 「帰納法」または「帰納的順序 (Inductive order)」は、個々の具体的な事例から結論を導き出す流れをつくる。
- 「地球は丸い、月も丸い、太陽も丸い、したがって、宇宙にある星はすべて丸い」といったような論理構成である。
- この場合、取り上げた具体的な事例に偏りがあると、間違った結論が導き出されてしまう。
- 提案先が提案者と一緒に推理するようにさせるため、結論を引き出すのは、メッセージの終わりまで残しておく。
- 暗黙の了解を得るための手法としても用いられ、結論を述べない場合もある。
- 「帰納」は、個々の具体的な事実から一般的な命題ないし法則を導きだすこと。特殊から普遍を導き出すこと。(広辞苑)

心理的構成法 (Psychological organization)

“AIDSCA”

提案先が心理的にたどる欲求の段階を想定した
説得のための論理構成。

- ① 注意: Attention → 好奇心 (Curiosity) に火をつける。
- ② 関心: Interest → 理解 (Understanding) してもらう。

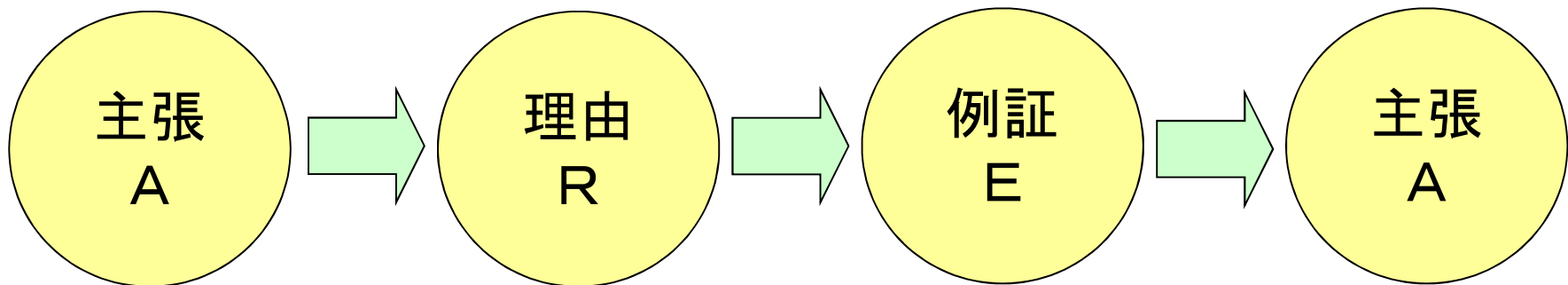
- ③ 欲求: Desire

※ “AIDMA”では欲求から記憶 (Memory)
そして、行動 (Action) へと移行。

- ④ 調査・検討: Search & Study → 迷い (Hesitation)
- ⑤ 確信: Conviction ← 様々な障壁や制約を除去し、共感を与え、
- ⑥ 行動: Action 選択 (Choice) の余地も与えて判断を後押し、
説得 (Persuasion) する。

最初と最後に主張を述べる “AREA”

- 人は一度に多くのことを覚えることはできないため、記憶に残りやすいのは、初めと終わりの部分である。
- 伝えたい事をしっかりと記憶に留めてもらうプレゼンの構成の一つに「AREA」がある。
- 「主張 (Assertion)」、「理由 (Reason)」、「例証 (Evidence)」の順に説明し、最後にもう一度「主張 (Assertion)」を述べる。



「三方よし」を信条とする “AREA”

- 主張であるアサーションは、相手を見下した攻撃的(Aggressive)な主張や、相手に迎合した提案ではない。
- 相手を服従させることはできても、説得したことにならない。説得では外見的な変化よりも、まず、認知的な変化が重要である。
- 提案相手の思いに寄り添い、「売り手よし・買い手よし・世間よし」の「三方よし」を信条にすることが大切である。
- 「〇〇すべきです。なぜなら.....だからです。その根拠は.....です。したがって、〇〇すべきです」と話を進める。
- 結論(Point)から入り、理由(Reason)そして、具体例(Example)を示し、最後にもう一度結論(Point)を言う、「PREP」も類似の論理構成である。

“AREA”による論理構成(演習)

主張 (Assertion)	
理由 (Reason)	
例証 (Evidence)	
主張 (Assertion)	

「テーマパークの建設」(参考)

- 市長、基幹産業が衰退したこの市を再生するため、特定のテーマのもとで、人・モノ・空間がデザインされているテーマパークを建設しましょう。
- なぜなら、テーマパークの建設によって建設と運営で雇用を生み出すことができ、また、観光客による経済的な波及効果が見込まれるからです。
- ご存知のように、1983年に東京ディズニーランドがオープンしたことで浦安市は発展し、ブランド価値も高まっています。
- したがって、この市の経済を活性化し、住民が誇れる市を創造するためには、今、多くの市民が望んでいるテーマパークの建設が不可欠です。

PREP法(参考)

日経20160823朝

PREP法を使うときのコツ		
	会話例	PREP法の話し方になるフレーズ
P (結論…) (主張、要点)	「結論から申しますと、この案は再検討すべきだと思います」	・結論から申しますと ・私は〇〇だと思います ・私がここで言いたいのは ・一番大事なことは
R (理由…) (解釈、考え)	「なぜなら、リスクが大きいかからです」	・なぜなら ・その理由は ・どうしてかという ・と言うのも
E (根拠…) (事例、事実)	「例えば、他社は似たような方法で成功しましたが、データを見ても、事業規模が違うことがわかります」	・例えば ・具体的に申しますと ・例を挙げると ・データを見てみると
P (まとめ…) (結論の再確認)	「ですから、実施する場合はさらなる調査、検討が必要です」	・ですから ・以上のようなことから ・繰り返しになります ・いろいろな話しましたが

ビジネススキルの悩み

1位	話し方	24.2%
2位	トラブル対応力	15.9%
3位	リーダーシップ	13.4%
3位	段取り	13.4%
5位	時間管理	13.3%
6位	プレゼンテーション	12.6%
7位	書き方(メール、レポートなど)	9.1%
8位	英語、その他の言語	8.6%
9位	ファイリング・整理術	7.8%
10位	ビジネスマナー	7.0%

「話し方」ほぼ4分の1

と40代の男性で、その不慣れた若手主任に悩むのは当然かもしれないが、ある種仕事の裁量を与えられているはずの40・50代の人々も、この悩みに人手不足で人当たりで職場の管理職が増えたりと、適切なものや変化する中、適切なものや言い方に迷う人が増えていることと、事業開発コンサルタントの秋山ゆかりさんは分析する。

「同期3位の『段取り』と5位の『時間管理』は、どちらも仕事の効率化には必要スキルだ。仕事に影りになった。」

調査概要 調査会社の声を聴いて、6月下旬にじつじつと実施。調査先は、同客数で、30、40、50代男女各15人。選考校のなかから該当する個々を大きく選んでやった。

PREP法で論理的に話す

「伝わらない」を
克服しよう

仕事上のコミュニケーションを大きく左右するのが「話し方」。上司へのホウレンソウ（報告・連絡・相談）や部下への指示、プレゼンテーションなど様々な場面でそのスキルが試されるが、「思ったように伝わらない」と悩む人は少なくない。しっかりと伝えるコツは「論理的に話す」ことにあるようだ。

「最初に結論」が肝

コミュニケーション術
を指導する大嶋孝さん
が勧めるP R E P 法は
「P（結論）R（理由）
E（根拠）P（まとめ）」
の順で話すテクニック。
最初に結論を言えバツと
言うのが肝だ。P R E P
法ができるようになる
と、司会（聞き手）から結
束、何と言ったの？分
かた？と言われなくなり、
「なるほど」といっ
た納得の言葉を引き出
せることになる。

「僕はなにうちば、結論（甲）であれは『結論から申します』『理由（乙）（なる）むねなる』といったPREP法の話し方になるフレイズを活用するいいでしょう、それが自然と言えらうになれば、スムーズに論理な話し方ができるようになります」

PREP法を使う際にはツウと注意点がある。最初に「結論（甲）」を言うのが基本だが、うまく書かなくてはならないこともある。そんな場合は結局何が言いたいのかを参考とせよ。

「理由（乙）」では「なぜなら○○です」と自信を持って論理に伝えるのが「ソッド」だ後に続ける「なぜそう思うのかを示す根拠（丙）」が曖昧だったりすると、本当にそう言えるの？と指摘が入る。理由と根拠の関連性を明確にしておくことが大切だ。

「根拠（丙）」は説得力を高める材料だ。客観性や信頼度が高い「データ」を示して具体的に説明しよう。データ以外では実際に起きた事実を用いる。プレゼンなどではエピソードを交えたストーリー形式にする。と相手の共感を得やすくなる。

「まとめ（丁）」では「言いたことは○○です」と、最初に話した「結論（甲）」を最後に「念押しする。『ですから、繰り返しになりますが、今のフレイズで話をまとめ』『へい検討を、お願いします』『へい』を交えていただけまっかたで締めるという

(この記事は日経ウエブサイトの「経済」欄に毎日掲載されています。アソシエイトの「特選」欄でランキンと一流の政治家、一流の経営者、一流の学者のほかに、キャリア・職場の人間関係、お金のマナー、恋の悩みにランキンを紹介しています。

い。相手に納得してもらえることが成功だ。

それは成功だ。

内容次第で変更

とはいえ、内容によっては結論（P）から先言いたいことがある。例を相手を動揺させたり不快にさせたりする可能性がある一言に言い話ある一言に言い話は、結論を最後に回す「E→R→P」で伝えます。やり方は検討してください。例合、結論を後回しにする方がスムーズに説明できる場合があります。

証拠を求める(参考)

『一流セールスマンの秘密 世界のベスト・ファイブが公開する成功の原則』
J. D. マーフィー編／殖粟文夫訳 1967年 ダイヤモンド社

- なぜ、「ペンキぬりたて」という表示がでている壁や木造物にさわる人が多いのか不思議に思ったことはないか。
- もちろん読める。しかし、われわれの心の奥には証拠を求めてやまない欲望がある。証拠がほしくてたまらないのである。
- 自己満足のためにそれが実際にぬれているかたしかめようとして、実際にさわるのだ。
- 馬鹿らしいーしかしそれが人間の現実の姿なのだ。

「どちらになさいますか」戦略(参考)

『販売は断られた時から始まる』E. G. レターマン著 松永 芳久訳1964年 ダイヤモンド社

- むろん売込む商品、サービスのいかんによって、色彩、値段、型等の点について選択の自由は与えねばならない。
- 「どちらをお求めになりますか」という尋ね方を避けて、「どちらがご希望ですか」という質問を行い、買うかどうかを尋ねずに、どちらの品に決めるかという話の進め方をほとんど気づかないうちにしなければならない。(中略)
- 「どちらの色の車をお求めなさいますか」ではなく、「どちらの色がお好きですか」と尋ねていたのを、私ははっきりと聞いたのである。
- こうした尋ね方は、顧客に不快な念を与えない。

その他の論理構成(参考)

- 「起承転結」
 - 漢詩の句、特に絶句の排列の名称。第一の起句で詩思を提起し、第二の承句で起句を承け、第三の転句で詩思を一転し、第四の結句で全詩意を総合する。(広辞苑)
- 「起承展結」
- 「結・起・承(結)」
- 「3部構成」
 - 導入部(Introduction)／本論部(Body)／結論部(Conclusion)
- 「問題解決順序(Problem-solving order)」
- 「因果的順序(Causal order)」
- 「SDS」
 - サマリー(Summary)／ディテイル(Detail)／サマリー

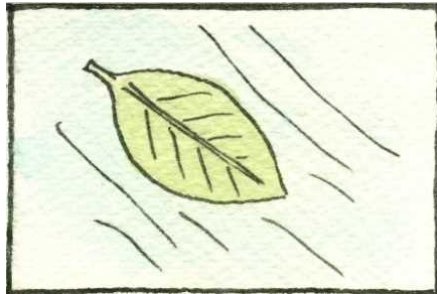
セールストーク(参考)

『日本一のセールス 崎久保熊吉の丸秘トーク』羽生田 創著 1978年 新日本企画

- 田中さん、これから機械の説明をするまえに、英語を勉強する人にとっていちばん大切な常識を、ポイントだけお話したい。
- これは朝日新聞の記事ですがね、ひじょうにおもしろいことが書いてある。よく見てください。(中略)
- 技術導入と技術輸出は10年前に比べて約8倍くらいですね。
- たとえば、おたくのノック・ダウン工場(海外の組立て工場)は、10年前には無かった。今は38あるわけです。あと2年以内に、おたくの会社の海外のノック・ダウン工場は65に増えることになるのです。
- 田中さん、あなたが海外へ出て活躍するのも、そう遠い先のことではないということがよくわかりでしょう。
- 松下幸之助さんは、将来を予測して、「3か国語をマスターせよ」といっています。

編集による“劇的”な効果(演習)

参考:『映画編集とは何か 浦岡敬一の技法』 浦岡敬一著 山口猛構成 1994年 平凡社



流れている葉っぱ



二枚に切れた葉っぱ

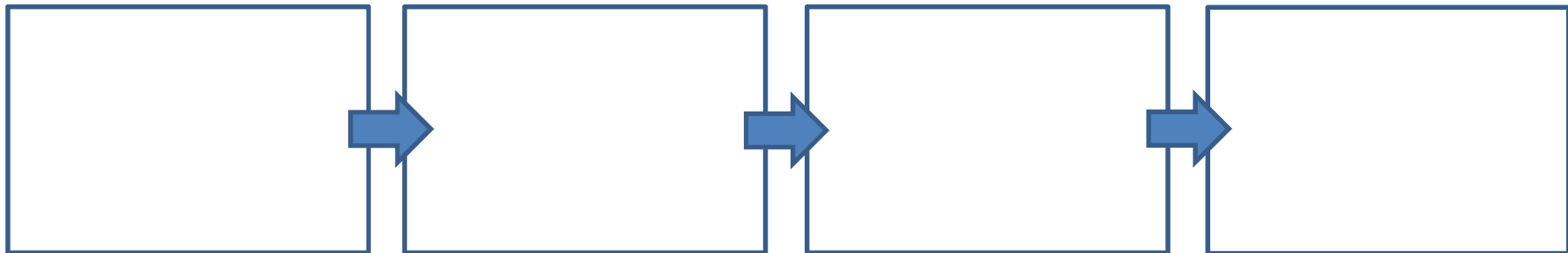
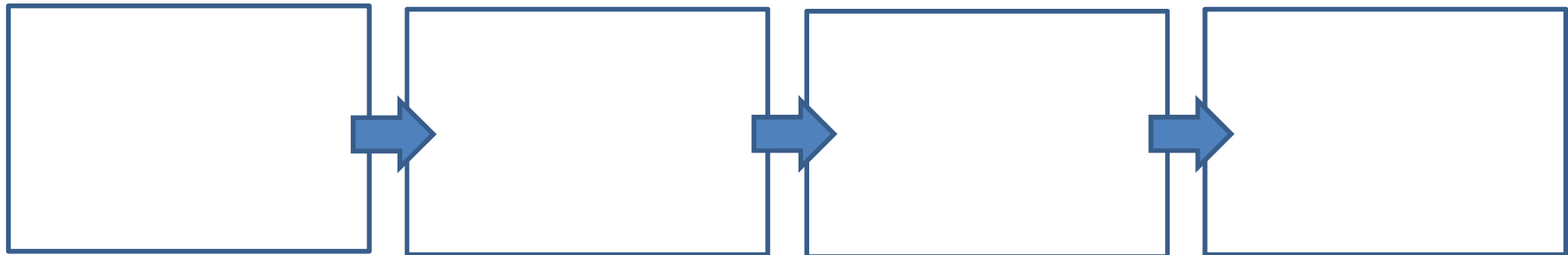


刀を構える侍



一瞬光る刀

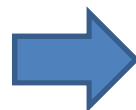
上の4枚のコンテンツを使ってストーリーを作ってください。



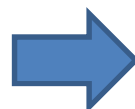
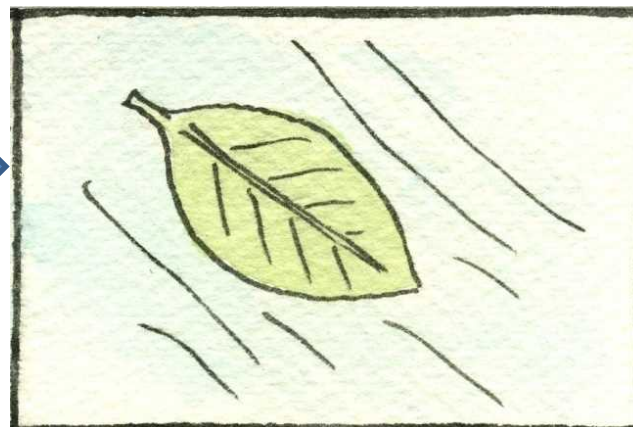
編集による“劇的”な効果(演習)



刀を構える侍



流れている葉っぱ



一瞬光る刀



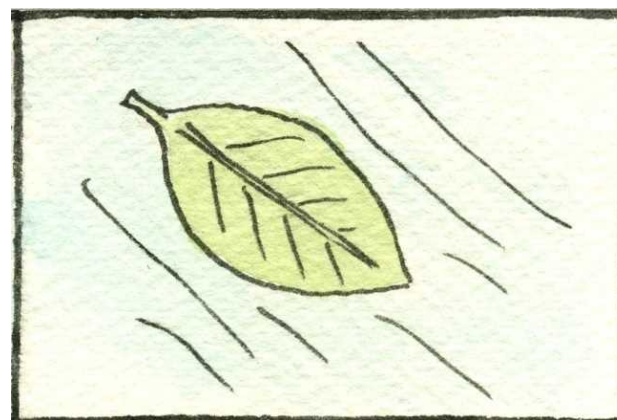
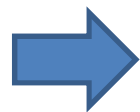
二枚に切れた葉っぱ



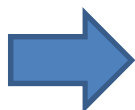
編集による“劇的”な効果(演習)



一瞬光る刀



流れている葉っぱ



刀を構える侍



二枚に切れた葉っぱ