

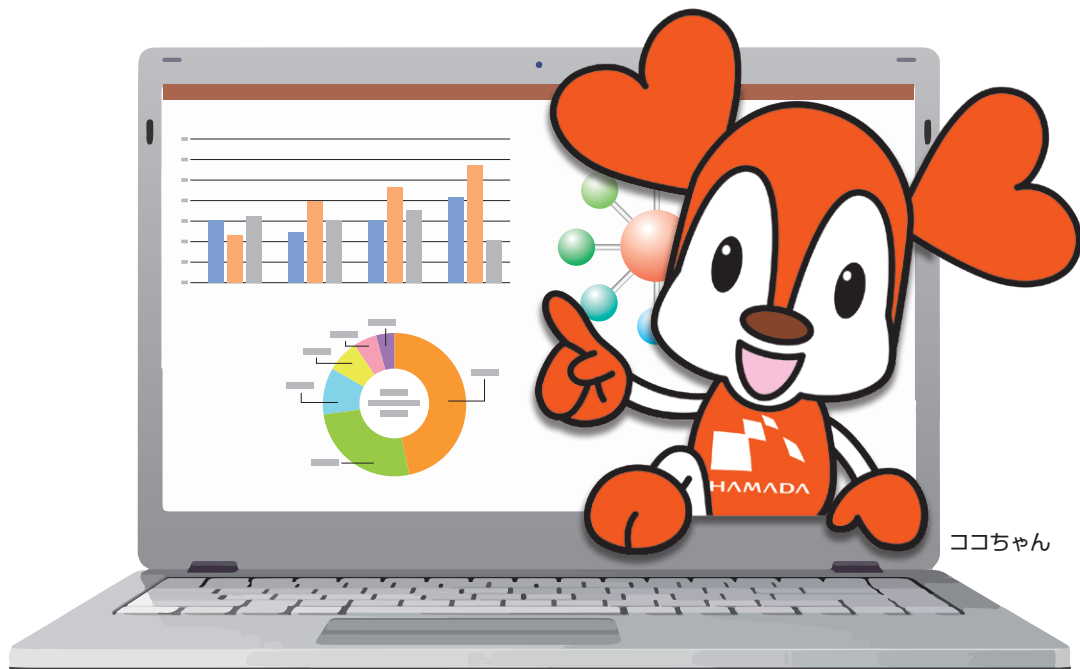
特集 パワポの達人に聞いた！ 伝わる、相手の心が動く

パワポの極意

Smart!

Logical!

Simple!



＼ パワポの達人に聞いた! 伝わる、相手の心が動く /

パワポの極意



言いたいことを“伝える”プレゼンテーションと、“伝わる”プレゼンテーション、その違いとは？ パワーポイントを効果的に使い、メッセージが端的に伝わる資料作成について、経営・プレゼンコンサルタントの“ゴリラ先生”こと西川佳孝先生にインタビューしました。そして、社内の“パワポの達人”2名にも、改善活動の資料作成のコツ・モットーを伺っています。相手の心が動く、資料作成のポイントを学びましょう。

「プレゼンの達人」ゴリラ先生に聞いた「パワポの極意」



広報マン

【お悩み】

会社の採用活動を活発化するために、ホームページのリニューアルを検討しています。社内決裁の場でリニューアルの必要性をプレゼンし、許諾を得たいのですが、どういうところに注意して資料を作ればいいでしょうか。

「パワポの極意」は…

プレゼンは話し手と聞き手の共同作業!

ということ。そのことを念頭に置いて、実際に資料を見ながら作成のポイントを学んでいきましょう。



ゴリラ先生

Chapter

(01) 本日のアジェンダ

本日のアジェンダ

Before

- 0) コーポレートサイトの見直しを考える
 - ・コーポレートサイトの目的
 - ・前回リニューアルのおさらい
 - ・コーポレートサイトの現状の課題と改善策
- 1) コーポレートサイト製作の役割分担とスケジュール
 - ・コーポレートサイト製作における役割分担
 - ・新コーポレートサイト製作のスケジュール
- 2) 方針の設計
 - ・想定されるターゲット
 - ・コーポレートサイトリニューアルのコンセプト
 - ・アナリティクスによるアクセス解析による分析
 - ・現状のサイトの改善点(A社・B社案)
 - ・サイト改善のステップ
- 3) 閲覧されるサイトに仕上げる
 - ・サイトマップ(本サイト・採用サイト)
 - ・2社の採用頁、先輩社員の声のデザイン案
 - ・閲覧されるサイトに仕上げた結果
- 4) コーポレートサイト製作会社コンペの検討



本日のアジェンダ

After

- 0) 企業HP & 採用HPリニューアル背景
- 1) リニューアル方針
- 2) デザイン提案
- 3) スケジュールと予算感
- 4) 質疑・アドバイス

× NGポイント

目次の詳細が多く、文字サイズも小さいので、伝えたいことがわかりづらくなっています。相手は目次の詳細どころか、実は目次自体にも興味がない可能性があるため、記載は必要最低限に絞りましょう。

✓ OKポイント

目次が**必要最低限の情報**で文字サイズが大きく、伝えたい内容がダイレクトにわかります。5つに絞りましたが、「ホームページのリニューアル相談がしたい」と1つ書くだけでもいいかもしれません。

🗨️ 教えてもらったのは…

“ゴリラ先生”こと西川 佳孝先生

内向型プレゼンコンサル・オンライン講師。経営コンサルタント会社在籍中、5億円以上の売上実績をつくり、優秀社員賞を受賞。16年におよぶコンサルタント経験をもとに独立、現在は主にプレゼンのコンサルティング講師として活動する。



Chapter

(02) ご依頼

ご依頼 Before

コーポレートサイトリニューアル ▶ 採用活動の強化 & 会社をよくする

皆さまに、

①コーポレートサイトリニューアル実行の過半数の承認
 ②コーポレートサイト更新のご助言
 をいただきたいです。

2022年2月のコーポレートサイトリニューアル提案時は、計画が不十分でした…。

新たな問題点

- ・2016年新設のコーポレートサイトを3社が改修し、違法改竄した家になっている⇒**誤表記**
- ・サイトデザインが古く、バナーをクリックしたいと思われない。

[HAMADA HEAVY INDUSTRIES Internal Use Only] 27

ご依頼 After

HPリニューアルの目的

①採用活動の強化
②会社をよくする(※要検討)

ご検討いただきたいこと

①HPリニューアルの承認
 ②**①②の目的を実現する上でのアドバイス**
 ※2022年2月のHPリニューアル提案時は、計画が不十分でした…。

[HAMADA HEAVY INDUSTRIES Internal Use Only] 28



× NGポイント

内容が盛りだくさんで、どこを見たら良いのかがわかりにくい状態です。また、「目的」と「問題点」といった**異なる性質の情報**が**1つのページに混在**しているので、ページを分けるようにしましょう。

✓ OKポイント

文字サイズが大きく見出しが目立ち、内容が理解しやすくなりました。伝えるべき内容に絞り、同じ性質の情報で揃えることによって、スッキリとします。**1ページに対して1つのメッセージ**にするのがコツです。

「新たな問題点」の箇所について

未解決の課題がある場合、「問題点」というと、問題を放置していた印象を相手に与えたり、相手を不安にさせたりする可能性もあります。そもそも必要な情報が精査した上で「解決したいこと」「ご検討いただきたいこと」など、言葉を慎重に選びましょう。

Chapter

(03) 前回リニューアルのおさらい

前回リニューアルのおさらい Before

2020年6月以前のWEBサイト

2020年6月以降WEBサイト

New

2024年1月以降
 新WEBサイト

主に
 事業頁の改善

[HAMADA HEAVY INDUSTRIES Internal Use Only] 36

前回リニューアルのおさらい After

主に
 事業頁の改善

2020年6月～

[HAMADA HEAVY INDUSTRIES Internal Use Only] 37



× NGポイント

一番右の要素があることで、ホームページの画像が小さくなり、何を伝えたいのかがわかりにくくなっています。また、文字サイズが小さいため、書いてある内容が見えません。

✓ OKポイント

右の要素は削除し、ホームページを大きく見せ、伝えたいメッセージは赤で強調してわかりやすくなりました。また、「2020年6月～」と書くことにより、もう一つは「それ以前のもの」とわかるようになっています。

Chapter

04 コーポレートサイトの現状の課題と改善策

コーポレートサイトの現状の課題と改善策		Before
課題 1	現状のサイトを制作2015年追加・修正2020年〜繰り返し	改善 1 2023年12月に更新2024年の採用活動本格化
課題 2	8年間に3社の業者に依頼サイトを構成するソースコードの統一性が保たれているか不明	改善 2 1社に決めて、同じ手法でサイト構築
課題 3	内部で干渉が発生し、バグの原因となっている可能性も	改善 3 修正した箇所以外のサイトが誤表示となるリスク減
課題 4	古いサイトであるとユーザーが感じることによる閲覧機会の損失のリスク	改善 4 トップ頁・サイト構造お知らせ・まごころ通信パナーデザインの変更
課題 5	分社化したハマダレクテックのコーポレートサイトが母体に存在	改善 5 ハマダレクテックのコーポレートサイト独立(切り離し)

39

✗ NGポイント

今回のリニューアルの目的である「採用活動の強化」に関連しない課題も含まれています。また現状、課題、意見、感想が混在しています。表現方法や言葉の選び方にも改善の余地がありそうです。

Chapter

05 細かいところも統一!



ポイント①

マルかっこを使っていたのが、違うページではカギかっこに変わっています。細部の表現まで揃っていないと資料が見にくくなるため、記号の種類や単語の「漢字・ひらがな・送り仮名」など全ページ揃えるようにしましょう。

ポイント②

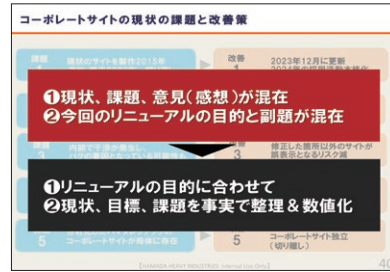
半角と全角の使い分けが混在することも、文章を読みづらくさせます。ここでは数字は全て全角にするなど、全ページの表記を合わせました。数字に限らず表記の統一を心掛けましょう。

その他

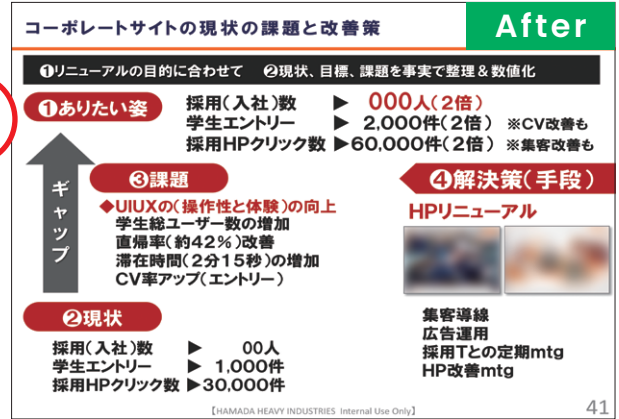
情報が広がって見にくくないか、文字のサイズは読みやすいか確認しましょう。

“話し手と聞き手の共同作業”で全員で良いプレゼンに

プレゼンでの話し方のコツは、相手に「どう思いますか?」と言葉を投げかけることです。自分ばかりが話すのではなく、相手に「自分ならどうするか」と考えを巡らせ、自分事として受け止めてもらう。プレゼンは話し手と聞き手の共同作業です。そのため、相手に想像力を働かせてもらえるように、会話をしながら進めていきましょう。



※数値は全てダミーです。



✓ OKポイント

リニューアルの目的に沿っていて、情報の無駄がありません。現状、目標、課題を事実で整理し、数値化したことで、指摘が入りにくい内容に。資料作りで大事なものは、「事実をどれだけ集められるか」「事実のような表記にできるか」です。

POINT

■ プレゼンの論点

- ① 目的の明確化
- ② 現状、目標を事実ベースで整理&数値化
- ③ 課題を正しく設定し、解決策を提示



■ パワポの論点

【やさしさ1 情報】

- ① 自分と聞く側のリテラシー格差を考える
- ② 自分と聞く側の理解の時間差を考える
- ③ 話したい側と経営判断側の論点を考える

【やさしさ2 見た目】

- ① 情報量(文字数、文字サイズ、画像サイズ)
- ② 比較のわかりやすさ
- ③ 表記や見た目を揃える



【気を付けたい!3つの落とし穴】

★「ビビる」と情報が増える

自信がないときは相手を説得するため、情報量でカバーしてしまいがちです。内容が多すぎると、理解しづらいパワポに…。

★「自分事」の課題認識に至るか注意

自分にいくら熱量があっても、聞く側は違います。自分も聞く側もコミットすべき課題だと思える内容(共通の目標や経営計画など)を入れましょう。

★「対立構造」だけは絶対にNG!

プレゼンは話し手と聞く側との戦いではありません。みんなで同じ方向を向いているというスタンスで、「この時間を良くする」共同作業を行きましょう。

【パワポの達人 5つのポイント】

★1ページ1メッセージ

資料は詰め込んでしまいがちになりますが、1ページ1メッセージ、「このページで言いたいのはコレ」とシンプルを心掛けましょう。

★聞く側の興味のある情報を入れる

ズバリ、必要なのは「目的・成果」。何のためにこの企画に取り組むのか、目的を最優先して、「結論ファースト」で資料を作りましょう。

★どこを読ませたいかフォーカスする

自分が意図していない解釈をされないためにも、相手にどこを読ませたいのかフォーカスした資料であることが大切です。

★「事実」で整理する

アンケート結果のような「感想」は主観的なもの。「事実」をベースに整理して、事実から現状や課題を導き出しましょう。

★聞いてくれる人とは協力関係をつくらう

対立構造になってしまうとうまくいきません。自分も相手も同じゴールを見て、いかに協力関係を構築できるかが重要です。

プレゼン(発表)を聞く側の心構え

プレゼンは「会社をもっと良くするきっかけ」です。粗を探すのではなく、「良くなるきっかけをもらった」と捉え、共に考え、共に作り上げていくサポート役になることを意識しましょう。



広報マン

プレゼンの目的に応じて、聞き手にやさしい資料作成を心掛けます。情報を整理するポイントがわかりました!

社内のパワポの達人に聞いた！

パワポの極意

実際に、QC・改善活動の資料を作る場合の気を付けるポイントとは？ここでは社内外の改善活動発表大会で、表彰経験のある“パワポの達人”2名に、資料作成のテクニックを伺います。

パワポの達人 01

【仕事内容】

八幡支店・コークス課はコークス炉のメンテナンス作業に従事。仕事の合間を縫った改善提案も積極的で、年間200件以上もの改善提案に携わった経験があります。

【パワポ作成の考え方】

①シチュエーションを考える(相手に合わせる)

どこで、誰に伝えるか。それによって内容が変わります。事前に相手を知り、相手に合わせて内容を明確化し、情報の過不足がないようにパワポを作成します。プレゼンでは時間を意識し、情報に優先順位をつけて伝えています。相手の反応を見て、時折、省略も必要です。

②基本的な作り方

まず、必要な情報を収集し、一旦パワポにすべて入れます。次に、取捨選択した情報を基本の問題解決型(QCの考え方)に合わせ、できるだけシンプルにまとめます。文章よりも写真やグラフを使うことで、わかりやすく論理的に仕上げることができます。

③操作スキル

適切な余白があれば、パワポは見やすくなります。文字や図を整理し、不要な情報や装飾を省くことで、効果的な資料を作成できます。また、何にどの色を使うかを決め、色の使いすぎに気をつけましょう。私自身はスライドデザインに淡い色を使うことが多いです。

④良い事例の取り込み

上司や先輩の過去事例などを教えてもらいつつ、レベルの高い資料があると、その良いところを積極的に取り込みます。また、社内外の発表会を聴講するだけでも学びになります。

⑤アドバンテージ(優位性)

話し方や話すスピード、人柄、経験も強みにしましょう。私の場合は社外大会に積極的に出て経験を積み、通信教育で知識を増やして、インストラクター資格も取得しました。関係者とのコネクションを構築していることもアドバンテージになっています。

⑥経験値

動機付けが「自分」であることが大事です。やらされ感があると成長しにくいもの。「改善の発表大会で賞を取ろう」など自分が前向きに取り組める動機付けをし、自分で考えて進めていくことが大事です。経験を重ねるほど、自信もスキルも上がっていきます。

●パワポで改善活動の資料をわかりやすく伝えるための

社外ほど親切丁寧な説明	雰囲気を感じ取る	相手を知る(相手の欲しい情報は何か)	基本的に忠実に問題解決の型にはめる	極力シンプルに
経験増につなげて慣れる	シチュエーションを考える(相手に合わせる)	理解・下見	最初はすべて盛り込み取捨選択する	基本的な
全体のボリュームを考える	時間(締切)を意識する	過不足がないように	QC手法活用(事実に基づいて)	1スライド
過去好事例を有効活用	上司・先輩に相談する	経験者に相談	①シチュエーションを考える(相手に合わせる)	②基本的な
他職場の好事例活用	良い事例の取り込み	参考資料を探す	④良い事例の取り込み	センス
発表会を聴講	発表会での好事例メモ	研修会参加キーワードメモ	⑥経験値	⑦プレゼンノウハウ
完結件数に応じて経験値増	自分からスタートする(動機付け)	チャレンジ精神(思考が大事)	結果より過程を重視	暗黙知を
過去好事例を取り込む	経験値	自分自身で目標を立てる	活動内容を熟知しておく	プレゼンノウハウ
場数を増やす	色々ためす真似してみる	研修会参加	相手を引き込むプレゼン(分かりやすく・単調にならないように)	伝えたいポイントを

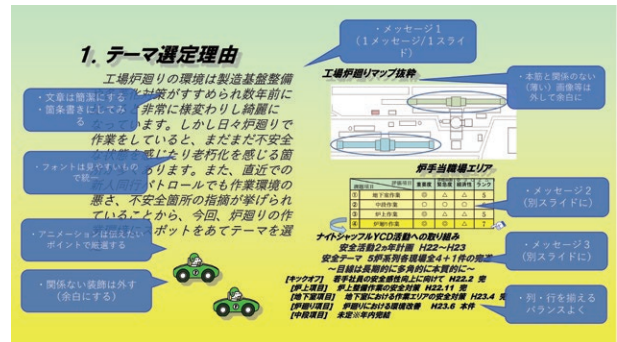


（一言！）

プレゼンの資料を作り込んでいると、つい“一生懸命頑張りました資料”に陥りがちです。何を伝えたいかを明確にし、自分の日々の仕事を理解して“パワポのセンス”を落とし込めば、わかりやすい資料になると思います。



【作成時のポイント】



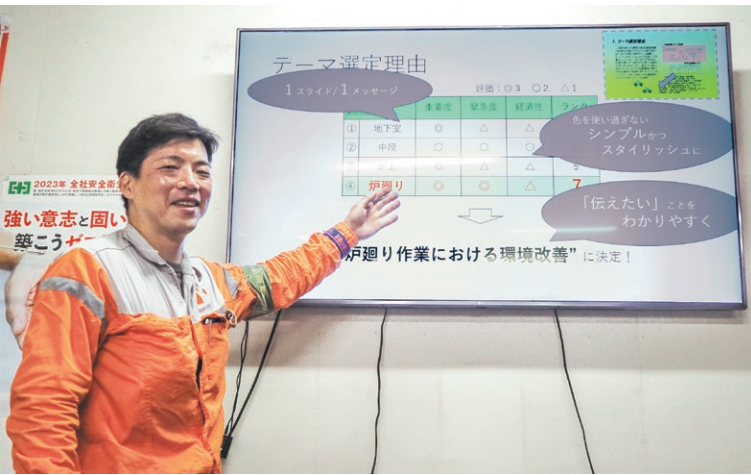
改善活動を始めたばかりのころに作成した「NG資料」を例にポイントを伝える

- ① 1スライド1メッセージにする
- ② 本筋と関係のない画像ははずす
- ③ 行・列をそろえる
- ④ 文章を簡潔にする(体言止め)/箇条書きにしてみる
- ⑤ 文章の中で定量化できるものは定量化する(〇件等)
- ⑥ フォントは見やすいもので統一
- ⑦ “Zの法則”で伝えたいことはスライドの左上に

※Zの法則= 読み手が文章をおおまかに確認するとき、視線が“Z”の字のように左上から右下に動く傾向があること。

自分なりの目標を持って取り組む

「絶対に特別賞をとろう」「支店で1位になろう」「改善をいくつかさそう」など、目標を自分なりに立て、良い事例を取り込みながらパワポを作っています。デザインセンスがいいほうではありませんが、これまでの場数・件数が経験値になっていると感じます。また、自分の基礎をつくりあげるには、上司や先輩からの指導もとても大切だったと感じます。現在は、後進を育てることに注力し、成果と一緒に喜んでいきます。



マンダラチャート

(作り込んでいく)	言葉より説明図や写真・グラフを活用(定量化)	色を多用しない	文章は極力入れない	エクセル・パワポソフトは使って慣れる
作り方	視認性よく可読性よく(体裁よく)	原色を使わない	操作スキル	フォント・形式は統一
1メッセージ	論理的に流れ良く(客観視しながら作成)	余白を作る余白も重要	関係の薄い装飾は外す	文字や図を揃える
作り方	③ 操作スキル	人柄も強みに	通信教育で勉強	自職場でのPRO意識を自信に上げる
(パワポの極意)	⑤ アドバンテージ	関係資格専門知識習得	アドバンテージ	インストラクター・トレーナー取得
(伝えたい思い)	⑧ 脱苦手意識	関係者とのつながり	今までの経験値	各種大会への参加経験
伝える	目的意識 当事者意識をもつ	QC・JK活動の理解	摩擦・軋轢はスルーor対話	活動内容を熟知しておく
(伝えたい思い)	情熱・感性	研修会参加	脱苦手意識メンタル	職場のフォロー
おさえる(重点指向)	必要な準備をしておく	場数を増やす(失敗歓迎)	発表後の質疑応答対策	容易なテーマでやってみる

⑦ プレゼンノウハウ

QCやJKに関しては、結果に至るまでの過程をきちんと説明していく必要があります。現場から伝える苦労やアイデアは、相手を引き込める要素です。熱が入ると主観的になりやすいため、客観的な視点を大事にしましょう。

⑧ 脱苦手意識

質疑応答の苦手意識を克服するためには、自分の仕事を十分理解する必要があります。また聞く側も「よく頑張った」と歓迎ムードを作り、指摘は最低限に留め、答えられないときにはフォローをしてあげましょう。指摘しすぎると、失敗感につながってしまいます。

【仕事内容】

日本製鉄(株)九州製鉄所八幡地区の製鋼工場の操業を支援。鉄づくりにおいて重要な生産に貢献する利材作業に携わっています。高炉から溶銑予備処理設備を経て、運ばれてきた溶銑とフェロクロムを原料として精製されたステンレス溶銑を、連続鑄造設備の工場に送り出す工程を担当する部署です。、改善活動が盛んで、発表資料を含め社内外で注目されています。

【パワポ作成のポイント】

①結論から全体を構築していく

この結論に至ったことが最もな流れになるように、結論、その一つ手前…と、後ろから構成するようにしています。頭から時系列を追いつつ作っていくと、不要な情報も含まれてしまう可能性があります。この方法だと必要な情報だけを盛り込むことができます。

②セリフ先行でアニメーションを考える

私の資料作成手順は、「セリフ先行型」です。Excelの資料を参考にしながらセリフをワードにまとめていると、アニメーションのアイデアが浮かんできます。また、セリフを書きながら情報を整理することで、効果的なパワポを作れます。

③シナリオは変更を加えながら作っていく

ある程度の構想が頭の中にある場合、すぐにパソコンで資料を作成していくことがほとんどです。あれもこれも見せたくりますが、いかにシンプルに見せられるかがポイント。情報のバランスに気を付け、情報の要不要を吟味しています。

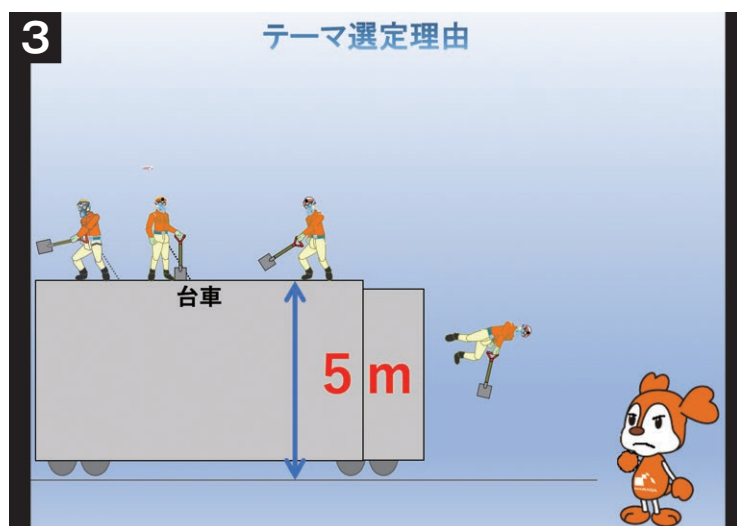
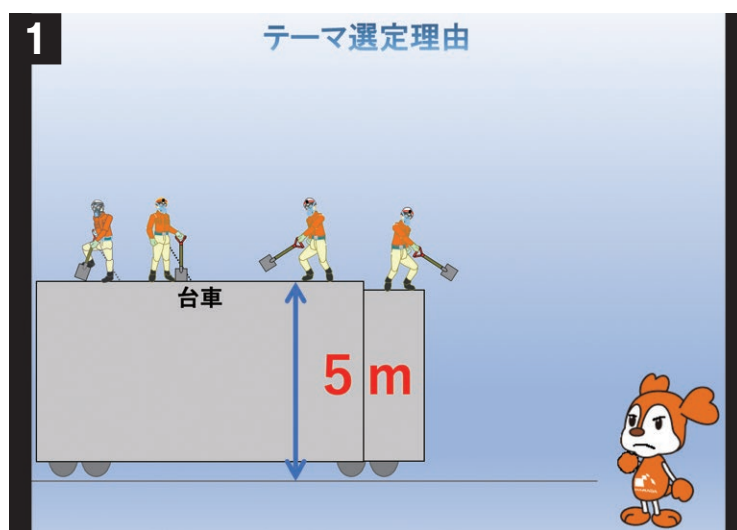
④アニメーションで視覚に訴える

設備や作業内容など、初めて見る・聞くという人には、なかなか伝わりづらいものがあります。言葉だけではわかりにくい、クレーンなど設備の動きや作業内容を、視覚的にわかりやすく伝えるためにアニメーションを使っています。

⑤画像やイラストの活用

フリー素材でイメージに合った画像が無い場合は、Auto Shapeの画像を使ってイラストを自作するのも方法の一つです。四角や丸等の図形パーツを組み合わせれば、設備や車両などのさまざまな形状も作成できます。

●作業の災害のリスクをパワポのアニメーション①～④で

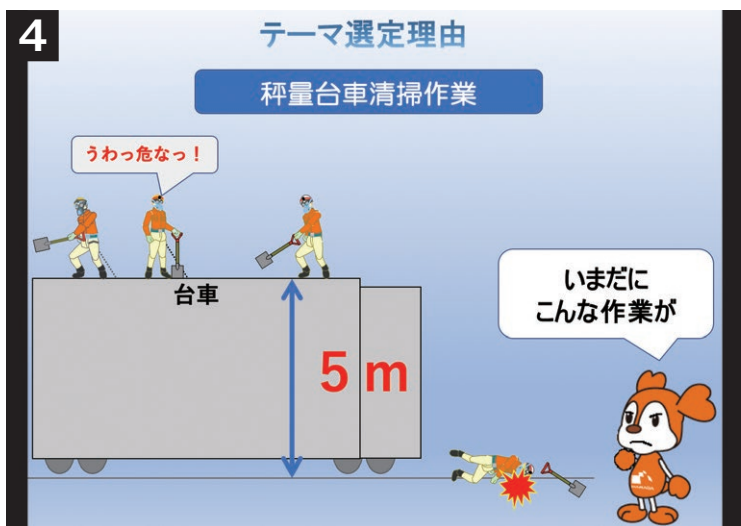
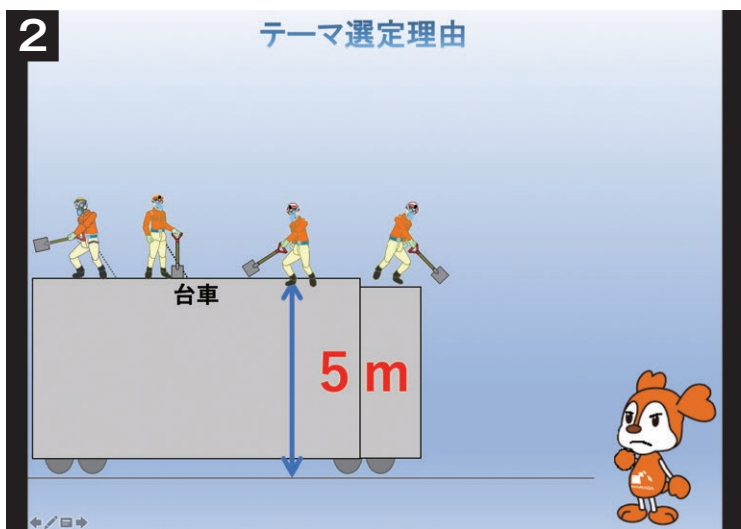


⑥色彩の配慮

各スライドの背景は淡く単調にするなど、濃い色は避け、目に優しい色調を意識しています。また、一般説明・設備は青系、リスク・問題点は黄やオレンジ系、改善された箇所は緑系など全体の色に一貫性を持たせることで、情報が視覚的に整理されます。



示して改善に取り組んだ例



⑦見やすさの配慮

読みやすさを保つために、数字や結果、結論などの「文字」には動きをつけないようにしています。また、図や文章は関連する要素をブロックごとに分けて配置しています。

【パワーポイント作成のテクニック】

対策立案

テーマ：安全に秤量台車を清掃するためには？

清掃する台車を安全にするには？	作業方法変更	無線重機 (BH) を使用する	額盤の淵に屑受けバケツを設置する	額盤を取り外しGLに出して清掃する	効果	実現性	経済性	作業性	評価点	ランク
		●	△	○	○	○	○	○	8	B
		△	○	○	△	○	○	○	7	B
		●	△	△	△	△	△	△	6	C
	手摺設置				△	●	○	○	8	B
					○	○	○	△	7	B
					●	○	○	●	10	A

ランクAについて対策実施しよう！

①QCの手法に則ることで評価につながる

QC大会であれば、QCの手法に則っている中で、いかに工夫や努力をアピールするかが評価のポイント。それにプラスして、課題から改善までのストーリーを、情報を絞って明確に伝えることが重要です。

②大手企業に負けない“こだわる”気持ち

大会で大手自動車会社が発表をしているのを見て感銘を受け、他社にも負けないような資料作りを目指すようになりました。自分の会社を代表している、という気持ちが大事です。

③コーポレートキャラクターを活用する

発想の転換をアピールするときや妙案が出た瞬間など、マスコットキャラクターに改善のポイントをしゃべらせることで、さりげなく聞き手に強い印象を与えられます。



大会参加がスキルアップの契機に

「良い資料を作りたい」というこだわりを持ち、優れた事例は独自に分析して次に生かすようにしています。おかげさまで、「見やすい」「わかりやすい」と評価していただけるのはうれしいことです。さまざまな大会での発表経験を積むことで、求められているパワポの見せ方がわかってきたので、経験は大きなスキルといえるでしょう。今後は社外のQC大会で参加賞以上の成績を収めることが目標の一つです。

