

プレゼン資料が劇的改善

見やすい資料の



一生使える

デザイン入門

BEFORE

売上推移 | ただのグラフ貼り付け



AFTER

売上推移 | ピンポイントで説明



WEBで大人気

累計 **220万** VIEW

人気コンテンツを
書籍化

「わかりやすい!」「こんなのを待ってた!」

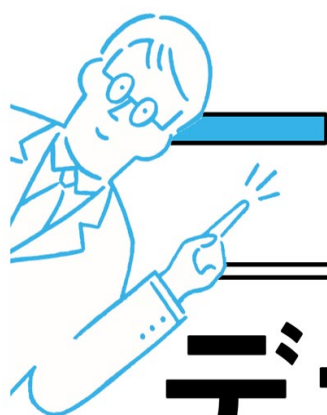
と話題沸騰! 仕事で即使える!

インプレス

著・森重湧太 — Yuta Morishige —

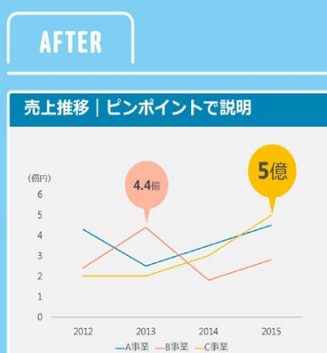
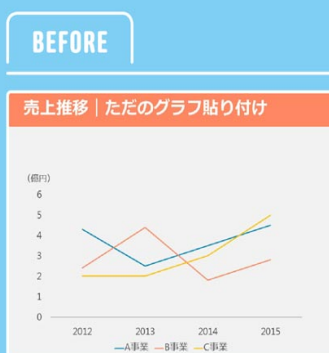
プレゼン資料が劇的改善

見やすい資料の



一生使える

デザイン入門



WEBで大人気

累計 **220万** VIEW

人気コンテンツを
書籍化

「わかりやすい!」「こんなのを待ってた!」
と話題沸騰! 仕事で即使える!

インプレス

見やすい資料の

10箇条

- 1 「1スライド=1メッセージ」になっている
- 2 フォントの特性を利用している
- 3 色を使うルールを決めている
- 4 色の特性を利用している
- 5 脱・箇条書き
- 6 装飾がシンプルで無駄な要素がない
- 7 情報が凝縮されている
- 8 情報のグループ化を行っている
- 9 テキストや図が整列されている
- 10 情報と情報の間には余白をとっている

はじめに

資料のデザインは 「学べば誰でも改善できる」

私が初めて資料を作成したのは中学校の情報の授業でした。高校・大学・大学院と情報系専攻で進んできましたが、まともに資料作成を教えてもらった経験は一切なく、PowerPointの操作方法ぐらいです。私も最初は「見やすい資料の10箇条」にほぼ該当しませんでした。

昨今、学業からビジネスまで対面での伝達手段の多くは、PowerPointを使った資料と口頭説明です。作成するには、文字、図、表などのパーツをうまく組み合わせる能力（以下、資料作成スキルと呼ぶ）が求められますが、現状、学校教育でも「資料作成」に当たるような教科はありません。アプリケーションの技術ばかりが先行して、私たちが使いこなすための学びが追いついていないというのが現状です。

資料のデザインは「美術」ではないので、個人のセンスとは無関係に、見栄えを良くするためのポイントが豊富にあります。最近「資料作成」関係の本が多く出版されているように、「学べば誰でも改善できる」のが資料作成スキルです。しかし、これらの書籍は熟読しなければ、実践しにくいものもあります。

本書では、Webのスライド共有サービス「SlideShare」で好評をいただいた「見やすいプレゼン資料の作り方」をベースにして、ピフオー・アフターを中心としたビジュアルで理解する構成を中心とし、「必要なときにさっと開いてすぐ使える」ようにしました。「見やすい資料の10箇条」に該当しない方は、確実に改善するノウハウを解説していますので、ぜひこの一冊で見やすい資料を作り、生産性向上に役立てていただければ幸いです。

本書の執筆にご協力くださった株式会社インプレスの和田様はじめ、これまで私の資料作成にご意見くださった先生・先輩方、関係者様に深謝致します。

CONTENTS

はじめに	002
------------	-----

LESSON 1

伝わる資料とはどういうものか	009
----------------------	-----

001 伝わる資料は文字を「読ませない」	010
002 「文字数」「図」「写真」がキーポイント	012
003 やってはいけない！確実にダメ出しされるNG資料	014
004 情報が「短時間」で「取り出せる」＝わかりやすい	016
005 1スライド＝1メッセージ	018
006 情報は凝縮する	020
007 「体言止め」でとにかく短く、強く	022
008 「それ、本当に必要？」無駄な要素を極力省く	024
009 STOP！箇条書き。箇条書き頼りは卒業しよう	026

LESSON 2

資料が見やすくなるデザインの基本	029
------------------------	-----

| 文字 |

010 伝わる資料の文字は「シンプル」が原則	030
011 スライドのフォントは視認性が高いメイリオが最適	032
012 欧文フォントを使うだけで美しく見える	034
013 和文はメイリオ、欧文はSegoe UIを使うと覚えよう	036
014 フォントを使い分けて効果的な資料を作ろう①	038
015 フォントを使い分けて効果的な資料を作ろう②	040

CONTENTS

016	紙資料など読ませる資料は「明朝体」を使おう	042
-----	-----------------------	-----

| 文章 |

017	行間は適度に広げてゆとりをもたせる	046
018	改行は「言葉のかたまり」と「長さ」がポイント	048
019	文字間は狭すぎても広すぎてもダメ！	050

| 配置 |

020	情報は「探しやすく」「導く」ように配置する	052
021	「これ、意図通り？」誤解を招く置き方に注意！	054
022	配置を決める4つの基本事項をマスターしよう	056
023	見えない線を意識してとにかく揃えよう	058
024	情報は同じグループごとにまとめよう	062
025	余白を作って「すっきりスライド」を目指そう	064
026	「縦配置」と「横配置」を使い分ける	066

| 色 |

027	色をきれいにまとめる3原則	068
028	ベースカラー・メインカラー・アクセントカラーの3つを決める	070
029	大切なのは配色だけじゃない！色の割合のルールで印象アップ	074
030	文字が見やすい色の組み合わせを覚えよう	076
031	スライド資料ではほんの少しくすませる	078
032	色のイメージを使えば資料を効果的に演出できる	080

| 強調 |

033	スライドごとにキーワードを見つけて強調しよう	082
034	基本は「太字」 長文のみ「下線」で強調	084
035	数字は大きく！単位は小さく！	086
036	箇条書きは記号を使わずスマートに表現する	088
037	小見出しはできるだけ増やさない	090
038	オブジェクトの枠線は太くしない	092

LESSON 3

スライド全体のデザインを決めよう 095

039	ベースデザインを作ればラクラク	096
040	スライドサイズは「4:3」を選ぶ	097
041	全体のデザイン作りには「スライドマスター」を使う	098
042	配色とフォントは事前に設定しておこう	099
043	シンプルな帯付きの見出しデザインを作る	100
044	インデントを調整して見出しにゆとりを作ろう	102
045	スライド番号は見やすい位置に	104
046	箇条書きスペースを広げて見やすくする	106
047	シンプルなタイトルスライドを作ろう	108

LESSON 4

資料の見栄えが良くなる！ 表現のテクニック 111

文章

048	「おいおい大丈夫か？」というくらい極端に大きくする	112
-----	---------------------------------	-----

作図

049	まずは作図の基本パターンを知る	114
050	「四角形」に文字を入れて認識させる	116
051	囲みは写真や図の「ピンポイント説明」で使う	118
052	箇条書きの番号は「円」を自作する	120
053	矢印は複数使わず1つで見せる	122

CONTENTS

054	注釈には「正方形／長方形」の吹き出しを使う	124
055	「ユーザーの声」は「角丸四角形」の吹き出しで演出する	126
056	フローチャートで流れをビジュアル化する	128
057	写真は余白を作らずとにかく大きく！	130
058	アクセントカラーで一部分に焦点を当てる	136
059	「目次スライド」で現在位置を視覚的に示す	138

| グラフ |

060	グラフは自分の意図を「見える化」する	140
061	円グラフは「カラフル」にしてはいけない	142
062	棒グラフの縦軸は不要！ データラベルですっきり見せる	144
063	折れ線グラフは「ピンポイント吹き出し」を活用する	146
064	「色」と「余白」の使い方で表をすっきり見せる！	148

LESSON 5

さまざまな資料に応用しよう シーン別実例集 151

065	プロジェクト提案のためのプレゼン用表紙スライド	152
066	提案するサービスの特長紹介	154
067	見やすくわかりやすい料金プラン表	156
068	自社の商品概要	158
069	売上推移グラフ	160
070	工期・スケジュール表	162
071	サービスやシステムの概念図	164
072	定型フォーマットのA4一枚文書	166
073	フリーフォーマットのA4一枚文書	168
074	イベント・セミナーの告知ポスター	170
075	ひと目でわかるPOP	172

CONTENTS

COLUMN

資料作成の正しいフロー	028
ゴシックは「見る文字」 明朝は「読む文字」と覚えよう	044
文字に関する素朴な疑問	045
グリッド線と垂直・水平コピーのやり方	060
さらに見栄えを良くする整列のやり方	061
よく使う色の設定は登録しておこう	072
意味のない文字の変形や文字間変更は避けよう	094
PowerPointに元々あるテンプレートは使えるの?	110
スライドいっぱいに拡大して文字を載せるとスタイリッシュ!	132
トリミングの方法	134
角丸四角形の丸みをコントロールしよう	135
円グラフはいったん全部同じ色にしてから色分けする	150

本書は、Microsoft PowerPoint 2013を前提に解説しています。他のバージョンのPowerPointや他のプレゼンテーションソフトをお使いの場合は、機能名や操作方法が異なることがあります。

LESSON 1

伝わる資料とは
どういうものか



001

伝わるとはなにか？

伝わる資料は 文字を「読ませない」

BEFORE

文字だけで説明

文字を読まないといけない



言葉で伝える

リンゴとは

リンゴとは赤くて、丸くて、直径10cmくらい、木に実る果実で、食用として幅広く栽培されている。生食が一般的だが、アップルパイなどの加熱処理を行って食べる場合もある。
重さは300gくらい。
切断すると白い。種は黒い。

視覚情報で言葉いらず！

まずは「伝える」ということについて考えてみましょう。例え話をしてみます。

海外から「リンゴ」を知らない民族がやってきました。その民族はあなたに、「リンゴについてできるだけ正確に教えてください」と言いました。言葉が通じるなら、どう説明しますか？

「赤い」「丸い」「直径10cmくらい」「果物」……。いろいろと説明することは可能です。ですが、

この質問に「言葉で説明しようとした人」は残念ながら正確に「リンゴ」を伝えることはできないでしょう。

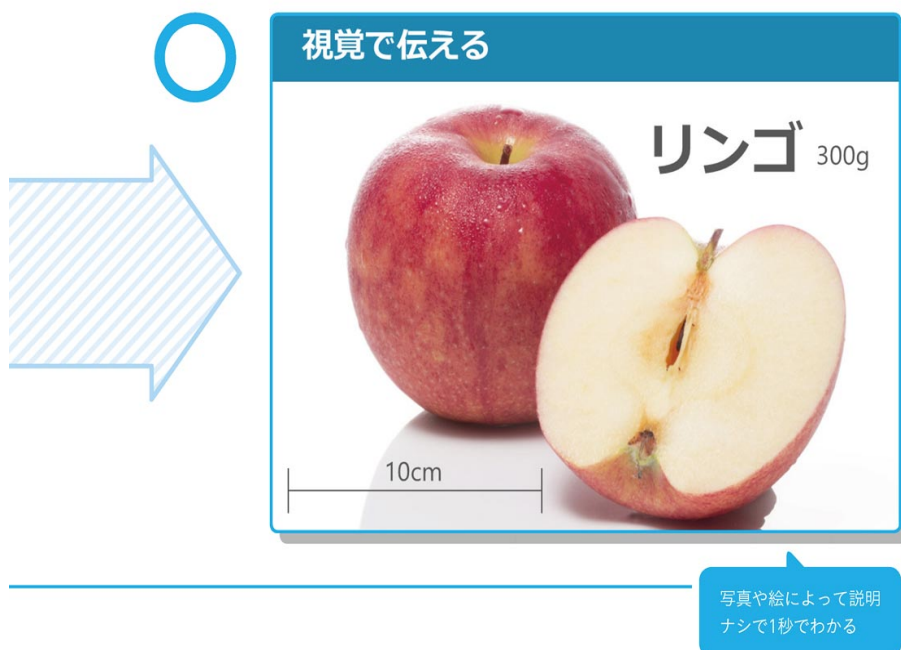
私ならスーパーでリンゴを買ってきて、「はい」と実物を手渡すだけです。先ほど書いた言葉での説明が必要でしょうか。多分、必要ありませんね。「言葉」よりも「視覚」の方が正確に伝えられるということです。

POINT

- ▶ 資料は「読ませて」はいけない
- ▶ 「言葉」ではなく「視覚」で伝える
- ▶ 「デザイン」は中身をわかりやすく伝える手段

AFTER

ビジュアルで伝える



仕事のシーンに置き換えてみましょう。とある会社の売り上げの推移を上司にプレゼンするとします。数字を年ごとに羅列するだけでは、わかりにくいはず。場合によっては怒られるかもしれません。しかし、グラフにすれば、すぐに伝わりますし、売り上げ推移を元に課題や企画も見出しやすくなるでしょう。

資料は、仕事における伝達の主な手段のひとつ

つですが、大きく視覚に依存しています。そのため、仕事で扱う企画や数字など、実体がないものをわかりやすく伝えるにはデザインが必要です。かといって、プロのデザイナーにならないといけないわけではありません。本書ではビジネスマンが最低限覚えておきたい内容に絞って、誰でも簡単にできるデザインテクニックを伝授します。

伝わる資料とそうでない資料の差はどこにある？

「文字数」「図」「写真」が キーポイント

BEFORE

文字数が多い



伝わらない資料

伝わる資料とは

長文で文章を読み込むには
目を凝らし、文脈を理解しながら読み進めること
になりますので時間も労力もかかります。

「写真」「グラフ」「模式図」といった視覚的な
表現の多い資料があれば、少ない労力で瞬時に理
解できます。

文脈を理解して読み進
め、中身を解読するに
は時間も労力もかかる

文字数が多い資料＝「読まれない」資料

「言葉」よりも「視覚」の方が正確に伝えられるということから、「伝わる資料」と「伝わらない資料」は、このように言い換えることができます。

- 「伝わる資料」＝「写真」「グラフ」「模式図」といった視覚的な表現の多い資料
- 「伝わらない資料」＝文字情報ばかりの資料
理論云々よりも作例を見ればその違いがわか

ると思います。

私はおそらく100社以上のプレゼン資料を修正していますが、残念ながら、現在の日本のプレゼン資料は文字数が多い傾向があります。約7～8割は文字数が多すぎる資料です。本当は文字数を削ったほうが伝わるけれど、お客様なのでそうとはなかなか言えないこともしばしばです。

POINT

- ▶ 伝わる資料は「写真」や「グラフ」「図」が多い
- ▶ 文字数が多い資料は読んでもらえない
- ▶ 伝えたい内容を「図や写真で説明する」ことを心がける

AFTER

ひと目で言いたいことがわかる

違いがわかる作例と簡潔な説明

伝わる資料

伝わる資料とは写真・グラフ・模式図といった視覚的な表現の多い資料です。なぜならば、長文を図に落としこむことで必要最低限の情報を伝えるだけでなく、文章を読み込むことがないので、瞬時に理解できるからです。

× 長文

読み込むのに時間や労力がかかる

視覚的表現を豊富に!!

○ 視覚的な表現

写真・グラフ・模式図で瞬時に理解

文字情報ばかりの資料は、言いたいことをすべて文章に置き換えています。書き手は満足するかもしれませんが、もし自分が資料を見る側・プレゼンを受ける側なら、果たしてそれをすべて読むでしょうか？ 読まないですね。それなのに、多くの人がやってしまいがちです。

逆に、ここを気をつけることが、すぐに資料作成でライバルに差をつけられる点とも言えま

す。まずは、とにかく「**図や写真で説明する**」ということを意識しましょう。**伝えたい内容を考えたら、まずはそれを言葉ではなく図や写真で見せられないかを考えてみましょう。**

もちろん、図はただ入れればよいわけではなく、内容に応じて、形や配置、色などを工夫してわかりやすく作らなければなりません。作図のコツは4章でお伝えします。



あなたはこんな資料を作っていませんか？

やってはいけない！ 確実にダメ出しされるNG資料

BEFORE

内容がよくても台無しな資料

文字が見つらく、全体的にごちゃごちゃして見える



悪い例

- あなたはもしかしてこんなスライドを作っていませんか？
- 様々な要因によってスライドは見づらくなってしまう。



見やすいデザインのためには聴衆に対する**気遣い**が重要です。

大切な人へのプレゼントを考える気持ちで作成しよう！

見づらいと感じる資料には共通点があります。そこで、多くの人がやってしまいがちな見づらい資料の5つの共通点をまとめてみました。あなたの資料には当てはまっていますか？

- 明朝体の文字
- 青赤黄など主張しすぎている原色の使用
- 枠がついていたりついていなかったり
- 無意味な箇条書きが多い

● 単語が改行によって分割されている

詳しくは2章以降で説明しますが、これらはすべて、デザイン性や見やすさを損うだけでなく、相手に不快感を与える要因にもなります。ですので、ひとつでも当てはまっていたら、危機感を感じてください。

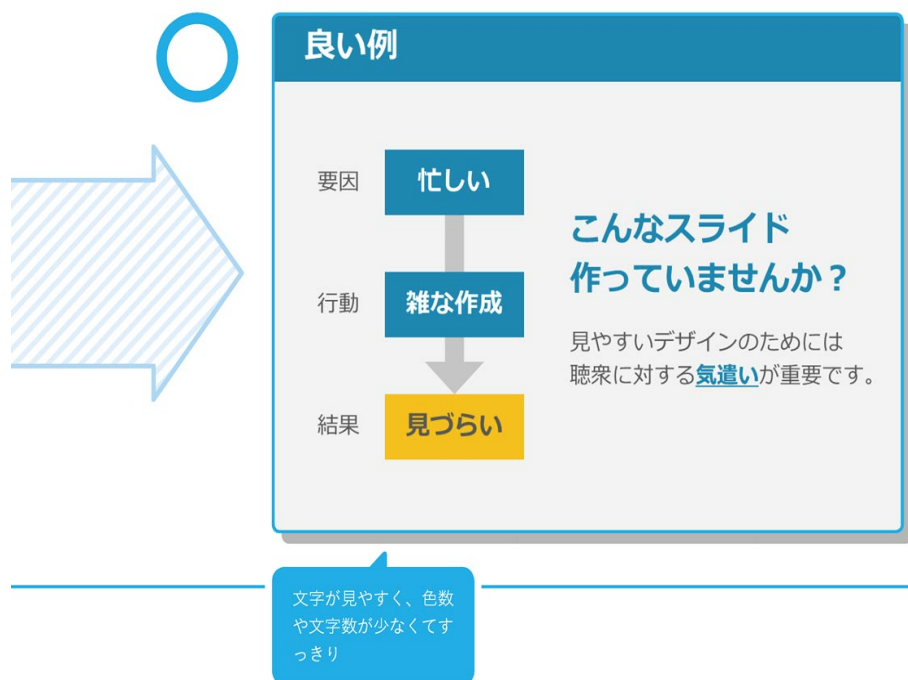
「そんなことはわかっている、忙しいからどうしても丁寧には作れない」という人もいらっ

POINT

- ▶ 見づらい資料には共通点がある
- ▶ プレゼンテーション=プレゼント。相手のことを一番に考えよう
- ▶ どんなにいい提案内容でも、資料がダメだと伝わらない

AFTER

内容のよさが伝わる資料



しゃるでしょう。しかし、結果的に伝わらなければ、企画がボツになったり、営業の案件を取り逃したり、悪循環に陥ってしまいます。

プレゼンテーションは、相手に「プレゼント」をするからプレゼンテーションです。そのため、相手が不快にならないように気をつけるのは基本中の基本です。そしてそれは資料作成の段階から始まっているのです。よく言われるような

プレゼンテーションでの身振りや話し方を練習するよりも、**資料がすべてを決めるとして、相手にとっての見やすさや、わかりやすさを重視**して作るようにしましょう。

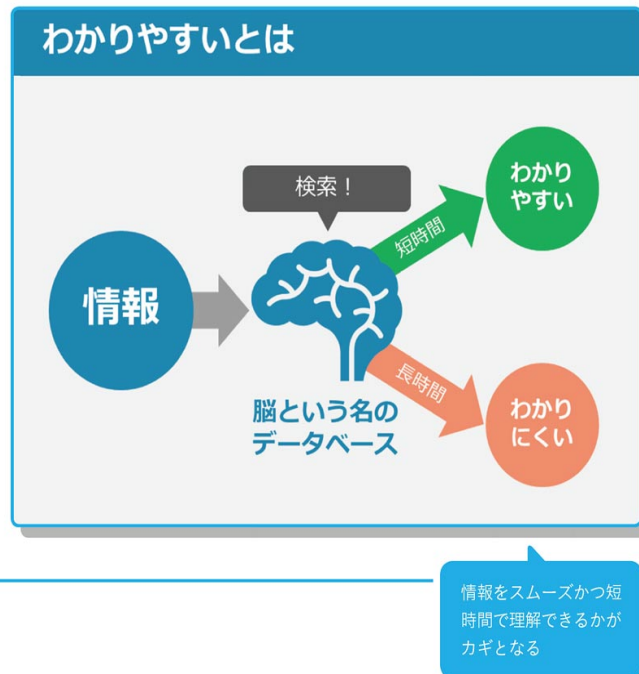
プレゼンテーションで相手に伝える「要」となるものは資料です。資料が完成した段階で、プレゼンテーションもほぼ完成していると言えるのです。

そもそも「わかりやすい」とはどういうことか？

情報が「短時間」で 「取り出せる」＝わかりやすい

SAMPLE 1

わかりやすさとは、情報の取り出しやすさを指す



情報の取得しやすさが重要

わかりやすいとは、端的に言うところ「情報が取得しやすい」状態です。

私たちの身の回りにあふれるたくさんの「情報」は、目や耳などの感覚器官を通して、脳へと伝わります。脳に入ってきた情報の一部を使って、脳に蓄積された記憶から探しだし、見つかった場合が「わかる」状態です。簡単に言えば、適切な「検索ワード」を使って、脳の中を

検索するというイメージです。（実際に脳科学の分野でも記憶から目的の情報を探し出すことを検索と言います。）

しかし、伝える情報を、まわりくどくしたり、構成をばらばらにしたりして、情報を取得しづらくすると、うまく検索ができません。これが、「わかりにくい」状態です。この、**情報を取りづらくする要因を取り去り、情報を取得しやす**

POINT

- ▶ わかりやすさは、情報の取得しやすさで決まる
- ▶ わかりやすさには「外見的要因」「中身的要因」の2つがある
- ▶ 外見的要因は誰でもすぐに改善できる

外見的要因を整えるだけで劇的にわかりやすくなる

SAMPLE 2

「外見的要因」「中身的要因」の2つで決まる

わかりやすさに必要な要因



外見的要因

自然と目線を導かれ、そのスライドで伝えたいことが瞬時に判断できる状態



中身的要因

何を説明しているのかが明快な状態

くすることが「わかりやすく」することです。

わかりやすさは、「外見的要因」と「中身的要因」に左右されます。「外見的要因」はいわゆる見た目で、デザインスキルに依存します。これが充足している資料はファーストインプレッションが良く、相手を見る気にさせることができます。また、資料の構造や読み進める順序の明確化、ビジュアルによる内容理解の補助と

いう働きがあります。「中身的要因」は、単純明快な文章、正しい文章表現、論理的な説明など、文章力や話術などのスキルに依存します。

話術や文章力のスキルをすぐに上げることは難しいですが、見た目の整え方はコツを掴めば誰でもすぐに改善でき、話術やセンスに頼らずとも、情報を取り出しやすい資料を作ることが可能です。

作る前に知っておきたい基本の考え方①

1 スライド = 1 メッセージ

BEFORE

ここで一番言いたいことは何なのか迷ってしまう

メッセージが多く読む
のが大変で、内容をす
ぐには理解しがたい

基本概念 1

1 Slide ≠ 1 Message

スライド 1枚を
説明する時間はさまざま → 全体のスライド枚数に
とられないこと

スクリーンは実は狭い

たくさん情報が詰め込ま
れている → 重要な情報が探しづら
くなってしまふ

詰め込みすぎは新聞と同じ

新聞を説明するには
近くで見せる必要がある → 切り抜いて拡大したら
近くによる必要もない

伝えたい内容が一瞬でわかる

なにを伝えたいのかが明確になり、
情報が少ない分文字も大きくできるため見やすくなる

コラム

どうしても
1枚に2つ以上
言いたいことが
ある場合は
読みやすいよう
工夫することを
忘れないよう
しましょう

スライド 1 枚で伝えることは 1 つまで

スクリーンは大きく表示されているようで、
実際にはかなり狭い空間です。そのため、**た
くさんの情報が詰め込まれていると、重要な情報
を探しづらくなってしまいます。**

簡単な例を挙げると、3メートル先にいる相
手に、新聞を見せながら、とある記事の内容を
伝えるため読み上げる状況を想像してみてください。
相手はどんな反応を示すでしょうか。新

聞の一面にはさまざまな記事が並んでいます。
どこに何が書いてあるかは、すぐには判断でき
ません。「どこにそんな記事書いてあるの？」
と探し始めたり、「近くで見せて」と文句を言
われたり、最悪の場合、探すことすら放棄する
でしょう。

ではどうするといいでしょうか。今度は、該
当の記事だけを切り取って、新聞紙一面分に拡

POINT

- ▶ スライドの面積は意外と狭い。詰め込み厳禁
- ▶ 遠くの人からも見やすく探しやすい
- ▶ 1枚のスライドで伝えることは1つまで

AFTER

このスライドの目的を判別しやすい



大コピーして、読み上げてみます。すると、記事を探す必要もなくなり、近くで見せる必要もありません。これと同じように、**1つのスライドには、伝えたいメッセージ（目的）を1つだけに絞って掲載する**必要があります。いくつものメッセージが詰め込まれていると、探しづらく、内容を呑み込むのにも時間がかかります。「1スライド=1メッセージ」とは、1枚の

スライドで伝えるメッセージは1つにするという考え方のことを言います。スライドを見たときに、**何を伝えたいのが明確になるということ、文字が大きくなって遠くの人にも見やすくなる**という2つの効果があります。

スライドの枚数には制限がありません。スライド枚数が増えることを恐れず、スライドを構成していきましょう。

情報は凝縮する

BEFORE

「ああだこうだ」スライド

小さな文字がスライド
いっぱい詰まっ
てしまっている



情報の凝縮 | 凝縮しない文

スライドが蕪雑・乱雑になると、何が重要なのか探したり、読み取り、解釈するのに時間がかかってしまう。その要因としては冗長な文章表現や、難解な表現などが挙げられる。つまり、文章は短く、単純にすれば、スライドが煩雑にならず、時間をかけずに情報を読み取ることができる。これを実践すれば理解が容易となるスライドとなるだろう。

文書は短く、言い切る！

スライド作成において重要な考え方として「**KISSの法則**」があります。「KISSの法則」とは、「短く、シンプルにする」という考え方。その実践方法の1つが、「**情報の凝縮**」、つまり「**とにかく文章を短くできないか考える**」ということです。同じ内容でも長い文章と短い文章なら、当然短い文章の方がすぐ理解できます。プレゼンの場合、ポイントとしては「結論のみに凝縮

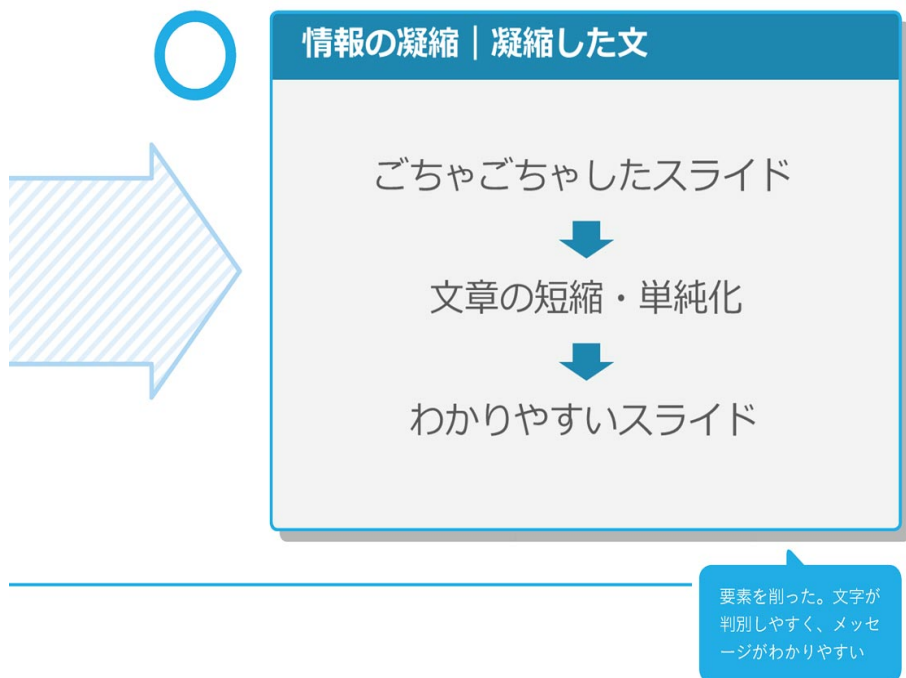
すること」です。「ああだこうだ、だからこうだ、すなわちこれだ」ではなく「これ」と言い切ってしまうのです。「ああだこうだ」の部分は口頭で補足すれば良いのです。プレゼン中その部分がどうしても思い出せないのであればメモをするなり、ヒントとなる語を付け足すというスタンスで文章を作りましょう。文章をなくして図のみで表現するのも良い方法です。

POINT

- ▶ 「短く、シンプルに」という KISS の法則を覚えよう
- ▶ スライド内の文章はなるべく短くする
- ▶ 結論のみに凝縮し、言い切る

AFTER

短く言い切ったスライド



!! COLUMN

KISSの法則とは

「KISSの法則」は、システムエンジニアリングやアニメ業界で提唱されている経験的な原則のこと。「Keep It Short and Simple」の頭文字からとって、「短く、シンプルに」と訳せます。本書ではこの「KISSの法則」をより実践的に落とし込み、「情報の凝縮」「体現止め」「必要性の考察」の3つに分けて解説しています。

基本概念 2

KISS の 法 則

Keep It Short and Simple
短く、シンプルに。

3つの実践方法 情報の凝縮・体言止め・必要性の考察

「体言止め」で とにかく短く、強く

BEFORE

文章がつらつらと書かれている



体言止め | 体言止め非利用

KISSの法則について

実践方法の1つ目は、情報を凝縮することです。
同じ内容なら長い文章ではなく短い文章に
しましょう。

見出しと文章に分けて
書かれていて見やすく
見えるが、文章が長い

余分な言い回しはスライドでは不要

「KISSの法則」の実践方法の2つ目は、「体言止め」です。これは「名詞や代名詞で終わる文章」を作ること。

例えば、「実践方法として、情報を凝縮しましょう。」→「実践方法：情報の凝縮」とすると、文章が短くなり、情報が凝縮されます。文章が短くなって読みやすくなる上に、**余分な情報が排除されることでキーワードが強調されます。**

一般的な文章表現で多用すると読みづらく感じますが、スライドのように読ませるよりも「見せる」必要のあるものには向いています。

体言止め表現のコツとしては、**余分な表現をなるべく省き、キーワードのみに絞ること**。例えば「する」という動詞や、それに付随する「です・ます・だ・である」も省略できますから、これをするだけで、1つの文章あたり2～6文

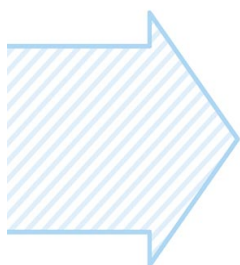
POINT

- ▶ 「見せる」必要のあるスライドではオススの表現
- ▶ 名詞や代名詞で終わる文章を意識する
- ▶ 文章が短くなり、メッセージも強調される

見出しも文章も、要点のみに絞り込まれ、よりシンプルになった

AFTER

体言止めで無駄を削除



体言止め | 体言止め利用

KISSの法則

実践方法 1 情報の凝縮

同じ内容なら長い文章よりも短い文章

字ほど、意味を変えずに短くできます。

ただし、セリフ調を表現したい場合や、少し表現を柔らかくしたい場合、文の修飾関係が曖昧になってしまう場合など、体言止めが相応しくない場合もあります。やり過ぎには注意しましょう。

具体例を挙げると、お客さまの声などで体言止めは避けるべきでしょう。例えば、お客さま

の写真から「Aという商品を購入。気に入り、毎日使用。」という吹き出しが出ていたら、もはや不気味です。多少冗長でも「Aという商品を購入したのですが、気に入ったので毎日使っています！」の方が自然で親近感が湧きますよね。「人の声」を表現する際には余計な言い回しを省くよりも自然な印象を与えることが重要なので、口語表現を心がけましょう。

008

作る前に知っておきたい基本の考え方④


「それ、本当に必要？」 無駄な要素を極力省く

BEFORE

メッセージが頭に入らない

ありとあらゆる要素を
詰め込んでしまった例。
余分な要素が多い

必要性の考察 | 必要ないもの盛り込み版

①  ③ **必要性の考察** ②

④ 2015年10月8日(木)

⑤ **重要**

必要性の考察とは
可能な限り必要ないものは

⑥ “削除”することである——

⑦

⑧ 

⑨ 以上の通り。

⑩

Copyright © 2015 impress All Rights Reserved. 株式会社インプレス

必要な要素かどうか必ず検討しよう

「KISSの法則」の実践方法の最後は、「必要性の考察」です。一見必要に感じるものでも、いらぬものは多いです。「そのスライドで言いたいことを伝える上でこれは本当に必要か？」と検討するクセをつけましょう。

上の例では、①のように、関係のない画像は邪魔どころか誤解を生む原因になります。②のように、タイトルと見出しや文章が重複すると

冗長な印象に。③は、文字を意味なく一部分だけ大きくすると、見やすくなるどころか読みづらくなります。④の日付は、表紙に載せましょう。

⑤は、「重要」という言葉を重要そうに見せても意味はありません。本当に重要な内容を太字にしたり色をつけたりしましょう。⑥のように“”や「」などの記号で囲む強調方法は装飾方

POINT

- ▶ その要素の必要性や別の見せ方ができないかどうかを必ず検討する
- ▶ 内容を理解する上で不要なものは極力省く
- ▶ 基準は「それがないと見る人が困るかどうか」

余分な要素を省くと、
メッセージがストレートに伝わる

AFTER

ストレートに伝わってくる



必要性の考察 | 必要なものだけ残した

可能な限り必要ないものは削除

余白が生まれ、中央の
文が目がいくように

法が他にないときにのみ使います。文字列も長くなるので削除します。

⑦の「することである」は体言止めに。余分なダッシュも不要なので削除。⑧の模様などは、スペースを圧迫する上、模様が目がいき内容に集中できなくする原因になるので省きます。⑨の「以上の通り」「以下の通り」なども内容としての価値はゼロ。

⑩のコピーライトは内容としての価値はないため、会社の指示がある場合以外は削除。入れる場合は、表紙や末尾に添える程度が無難です。社名、ロゴマークも同様。ブランドイメージも大事ですが、内容理解の邪魔になりがちです。入れるなら一番最後に目線がたどりつく右下に配置しましょう。カラーだと目立つので、モノクロにして薄く透過するくらいがオススメです。

作る前に知っておきたい基本の考え方⑤

STOP！ 箇条書き。 箇条書き頼りは卒業しよう

BEFORE

箇条書きに向かない内容なのでわかりづらい

情報の強弱がないため、
重要なことが判別できない

箇条書きにしなくてもいい例

- ・ 資料作成支援アプリの紹介
- ・ あなたの資料、パワーポイントで全部
手作りで時間をかけてませんか？
- ・ そんなあなたに、資料作成をサポートしてくれる
アプリをご紹介します！
- ・ それが...「パワポヘルパー」です！
- ・ なんと資料作成にかかる時間が半分に！

読み込まないとストー
リーが理解できない

「箇条書き＝わかりやすい」と思っていないませんか？

PowerPointをはじめ、多くのプレゼンテーション用ソフトはスライドに何か書き込もうとすると「箇条書き」の状態でスタートします。これが原因で、箇条書きにする必要もないことも箇条書きにしてしまう人がたくさんいます。

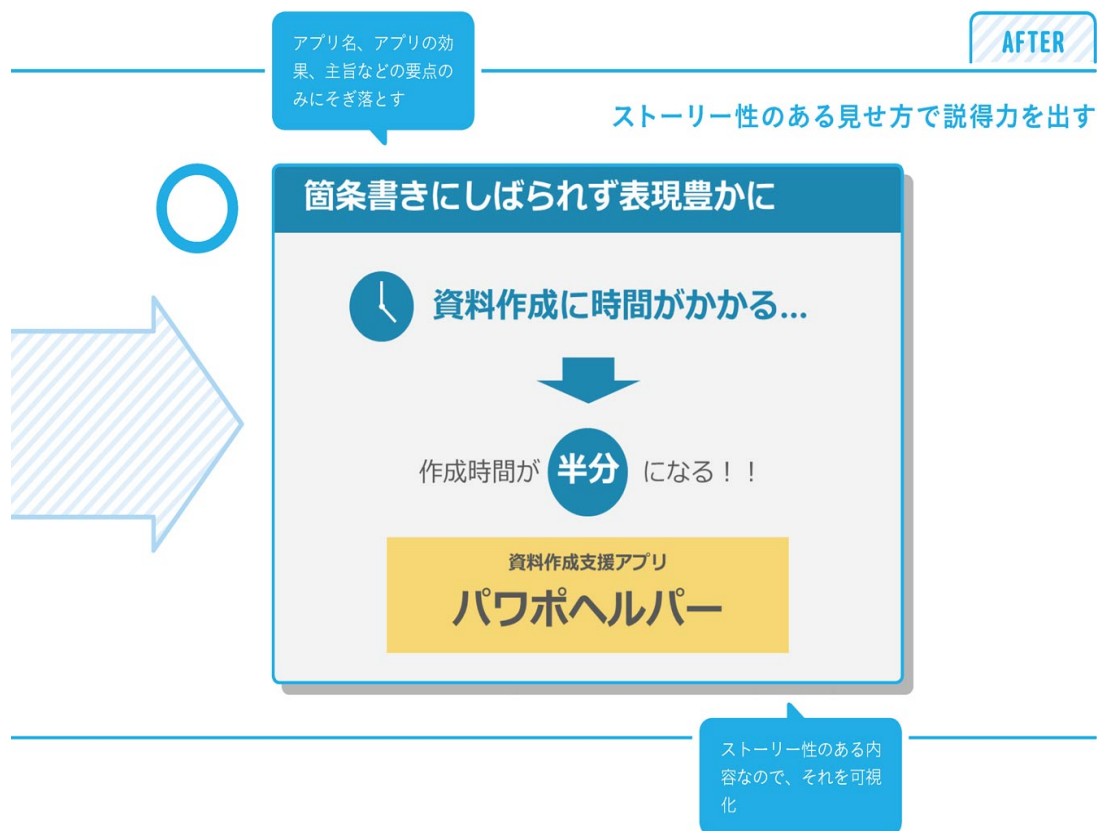
しかし、ちょっと待ってください。箇条書きだらけのスライドは本当にわかりやすいでしょうか？ 箇条書きの目的は複数の項目を列挙し

てわかりやすく解説することです。そのため、**それぞれの要素に、順序や流れがあったり、重要度が異なっていたりする場合は、それは箇条書きにすべきではありません。**

スライドに書き込む前に、ちょっとストップして「他にいい表現方法はないか？」「どうやったらわかりやすいか？」と考えるクセをつけましょう。表現方法は無限にあります。

POINT

- ▶ 箇条書きは万能ではない。困ったときの箇条書き頼みはやめよう
- ▶ 「この内容は本当に箇条書きがわかりやすいのか？」と検討しよう
- ▶ 順序やストーリーの説明には箇条書きはミスマッチ



上の右の作例を見てください。要点を押さえて（青い文字部分）、ストーリーを可視化し（矢印）、一番伝えたい事を目立たせる（黄色い四角部分）という考えで表現しました。

企画の主旨、パワポヘルパーというアプリの効果、どんなアプリなのかなどが順序立ててわかるようになりました。比較すると、左の作例は箇条書きの1つ1つの文章が長い読み進

めづらく、冗長な印象です。また、内容の順序やストーリーがよく伝わらず、決してわかりやすいとは言えません。

こういったストーリー性のある内容の場合は、箇条書きにしても意味がありません。箇条書きに縛られず、目的に合った表現を目指すことが重要です。なお、効果的な箇条書きの方法は88ページで解説しています。

COLUMN

資料作りの流れとまとめ方のコツが知りたい

資料作成の正しいフロー

いきなり細部にこだわらず順番に進めよう

資料作成のフローは、下地作成、原稿作成、ブラッシュアップ、最終調整という段階で分けることができます。

下地作成では、まずは見出しだけでも良いので伝えたい内容をスライドに書き起こします。ストーリーを意識しながら並べ替え、説明する順番や内容の過不足を確認します。

原稿作成の段階では、デザインは気にせ

ずにしっかり内容を書き込みます。原稿を書き終えたら、ブラッシュアップを行います。デザイン方法や表現など、見た目に関する処置を行います。

最終調整では、内容・デザイン・ストーリー全ての要素が適切に繋がっているか、表現されているかを確認します。時間をおいてから改めて自分で見直したり、他者に意見をもらったりすると良いでしょう。

資料作成全体フロー

下地作成	無駄に作らないための準備
原稿作成	内容を一通り詰める
ブラッシュアップ	最適なデザインへ改善
最終調整	全体を確認してさらに改善

LESSON 2

資料が 見やすくなる デザインの 基本





文字

すっきり見やすい文字とはどういうもの？

伝わる資料の文字は「シンプル」が基本原則

BEFORE

派手に！カッコよく！は危険

派手な装飾は統一感が出ず、ごちゃごちゃした印象に



間違った文字の装飾

間違った **文字の装飾**間違った **文字の装飾**間違った **文字の装飾**

装飾が派手すぎて内容よりも装飾に目がいってしまう

シンプルにするだけでグンと印象アップ

重要な項目を伝えたいとき、PowerPointのワードアートなどの文字装飾機能を使って、文字に飾りをつけたくなったことはないでしょうか。しかし、これは罠です。「カッコいいから」「なんか目立ちそうだから」とやりたくなる気持ちはわかりますが、変に凝ったデザインの資料は、見づらく、そして見た目も悪いです。装飾をするなら、太字にするだけ、大きくするだ

け、下線をひくだけ、色を変えるだけの4つで十分です。まずはこの4つを覚えましょう。

凝ったデザインには2つの問題点があります。1つ目は、凝った飾りは、全体のデザインを崩しやすいこと。例えば、質素な和室に、世界のデザイナーが作った大胆な牛柄のテーブルを置いても普通は調和しませんね。スライドは、基本的には白などの質素な背景にさまざまな情

POINT

- ▶ 凝った装飾は見た目のバランスを崩しやすい。まずはシンプルを心がけよう
- ▶ ワードアートは罨。絶対に使わないと覚えよう
- ▶ 文字の装飾は「太字」「大きく」「下線」「色変更」の4つだけ

デザインに統一感が生まれて、まとまりのあるデザインに！

AFTER

余分な装飾がないと見やすくなる

正しい文字の装飾

正しい **文字の装飾**

正しい 文字の装飾

正しい **文字の装飾**

重要なポイントがずっと目に入り、わかりやすい

報を貼り付けていくものなので、そこに凝ったものを置くとゴチャゴチャしてしまうのです。

2つ目は、凝ったデザインは**全体の一貫性が取りづらく、相手が理解するのに時間がかかる**ことです。ワードアートは簡単に凝った装飾が作れるので、どうしても作り手が楽しい気持ちになってスライドごとにデザインを変えてしまいがちです。しかし、見る側は、スライドを見

るたびに装飾が目がいき、内容を瞬時に理解できません。これは、5種類も6種類もペンを使って授業のノートをとることと同じで、見た目はキレイですが、一体何が重要なかわかりにくくなります。重要なところだけを赤1色で書いてあるノートの方が断然便利ですね。スライドもそれと同じです。装飾はシンプルに。それだけでグンと印象が変わります。

何のフォントを使えばいいの？

スライドのフォントは 視認性が高いメイリオが最適

BEFORE

強調しても、効果が出づらい

太字にしたのに、違いが微妙…。十分な太字効果が得られない



太字にしても変化が少ないフォント

標準	太字
MSゴシック	MSゴシック
MS明朝	MS明朝
HG丸ゴシック	HG丸ゴシック
HG創英角ゴシック	HG創英角ゴシック

フォントによっては、文字が潰れた印象になって見やすさダウン

遠くからでも見やすい太字対応フォントを使おう！

フォントとは文字の書体のことですが、どのフォントを使えばいいか、迷ったことはありませんか？ PowerPointだと、初期設定では「MSゴシック」などになっているので、特に変更せずMSゴシックを使っている人も多いでしょう。スライド作成に少し慣れてきた人、少しデザインにこだわりがある人は、「MS明朝」や「HG丸ゴシック」「HG創英角ゴシック」など、さま

ざまなフォントを駆使して、独自のデザインを構成しています。ただ、文字が判別しやすいか、はっきり見えるか、そういった問題をクリアした文字でなければ、伝わるものも伝わりづらくなります。

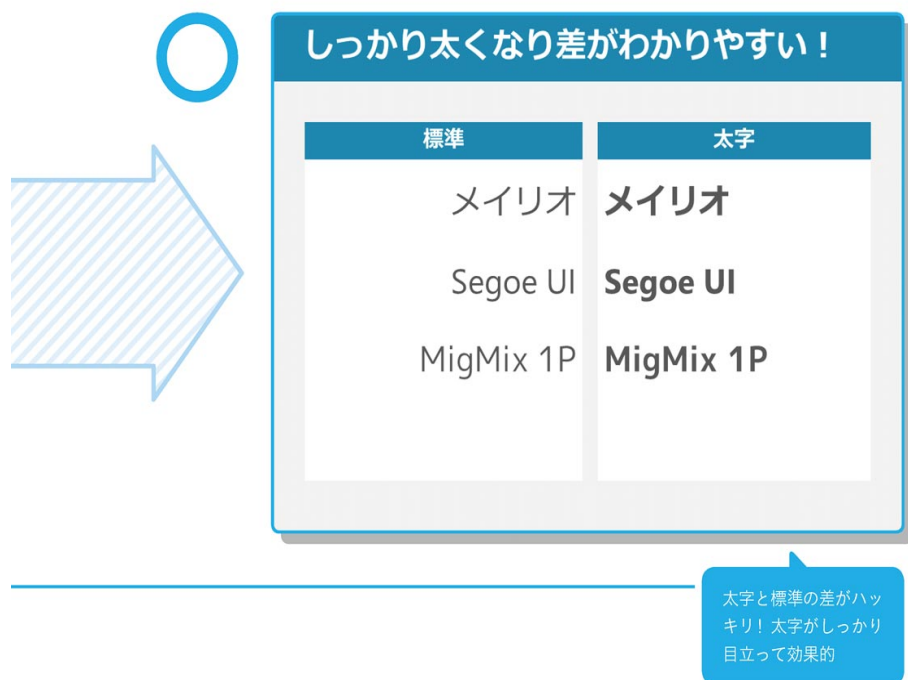
こういった問題を考慮して作られたフォントが「**メイリオ**」です。「明瞭」という言葉に由来していて、視認性が高く、はっきり見えるの

POINT

- ▶ メイリオはWindowsに標準搭載されていて汎用性が高い
- ▶ 視認性が高くはっきり見えて、スライド向き
- ▶ 太字 (Bold) 対応フォントなので、太字効果が得やすい

AFTER

強調効果がわかりやすい！



標準	太字
メイリオ	メイリオ
Segoe UI	Segoe UI
MigMix 1P	MigMix 1P

太字と標準の差がハッキリ！太字がしっかり目立って効果的

が特徴です。スライドは遠くから見ることも多いので、視認性が高い文字が最適です。**Windows標準搭載で汎用性が高い**こと、さらに、**太字対応フォント**であることもポイント。「どのフォントでも太字にできるでしょ？」というのは、実は勘違いです。左の作例の太字非対応のフォントは、パソコン側がむりやり太字に見えるよう処理しているだけなので、しっかり太く

なりません。一方、右の作例の太字対応フォントは通常フォントとは別に、太字用に個別にデザインされたものが使われています。つまり、しっかり太くデザインされたフォントが表示されるのです。太さの違いを判別できるので、**重要な文章が識別しやす**くなります。文字の見やすさは、伝わる資料の基本です。見やすい文字を選ぶことを心がけましょう。

英語を使う場合のカッコ良く仕上げる方法は？

欧文フォントを使うだけで美しく見える

BEFORE

英字に和文フォントを使うと見づらく感じる

形が不自然で可読性が低下。読みづらく感じる…



和文フォントで英字

私はPowerPointを
Windows PCで1年間
使っています。

英語に和文フォントを使うのは避けよう

Designなどの英単語、Twitterなどのサービス名、SNSなどの略語…。英語（アルファベット）が混じった文章は頻繁に使用します。その際、英語の文章だけ、やけに文字の幅が狭かったり文字間が空いていたり、不格好になってしまった経験はありませんか？ それは、和文フォントを使っていることが原因かもしれません。

フォントには、大きく分けて、**和文フォント**と**欧文フォントの2種類**があります。

英語の文言が、和文フォントだった場合と、欧文フォントだった場合を見てみましょう。上の作例を見てください。今回は、英字の部分が「MSゴシック」（和文フォント）の場合と、「Segoe UI」（欧文フォント）の場合です。和文フォントを使ったほうの英字は、なんだか文字が

POINT

- ▶ 英語の文章にMSゴシックやメイリオなどの和文フォントを使うと見栄えが悪い
- ▶ 欧文フォントと呼ばれる英文専用のフォントを使うと見栄えが良くなる
- ▶ 日本語には和文フォント、英語には和文フォントに合う欧文フォントと使い分けよう

AFTER

文字の形が自然で可読性が高い

欧文フォントだとスラリと読める

欧文フォントで英字

私はPowerPointを
Windows PCで1年間
使っています。

欧文フォントのほうが
見た目も美しい

全体的に細く見え、可読性が低くなっています。また、文字間がやけに詰まっているところと空いているところがまちまちです。一方、欧文フォントを使った英字は、文字の形が自然で可読性が高く、文字間も自然な印象です。

MSゴシックは日本語の文字とセットになっているフォントなので、英字に特化しているわけではありません。Segoe UIは逆に、日本語

の文字はなく、英字に特化して作られたフォントです。そのため、英字が美しく整って見えやすいと言えます。

すべてのフォントがそうだというわけではな
いですが、英語圏で使っても違和感なく表示さ
れるのが欧文フォントです。**日本語は日本語用
の和文フォント、英語には英語用の欧文フォ
ント**と使い分けるといいでしょう。



文字

日本語の中にちよくちよく英語が混ざる場合のコツ

和文はメイリオ、欧文は Segoe UIを使うと覚えよう

BEFORE

大きさが変わってバランスが悪い

同じフォントサイズなのに、なぜか小さくなってしまう…



フォントサイズが同じでも大きさが違う

Calibriとの組合せ

和文とAlphabetの相性

サイズ差が大きく、相性が悪い

Alphabet

理由は、フォントによって元々の大きさが違うから

日本語と英語でサイズ差が少ないほうがキレイ

前のページで解説したように、英語で和文フォントを使うと見栄えが悪く可読性も低いので、欧文フォントを使う必要があります。本書で推奨している「メイリオ」も和文フォントなので、例外ではありません。そのため、和文の中に英語が混ざる場合は、何かの欧文フォントと組み合わせる必要があります。

そこでオススメしたいのが、「**Segoe UI**」と

いうフォントで、Windowsに標準搭載されています。初期設定では「Calibri」という欧文フォントになっていることが多いですが、作例を見てください。こちらはメイリオとの組み合わせの比較例です。Segoe UIとCalibriでは、メイリオとのサイズ差が違うのがわかります。なぜかという、同じ文字サイズでも、フォントによって微妙にサイズが異なるからです。文

POINT

- ▶ 文字のサイズが同じでも、フォントによって大きさが違う
- ▶ 和文とのサイズ差の少ない欧文フォントを選ぶとキレイに見える
- ▶ オススメは「Segoe UI」。メイリオとの親和性が高く、太字もキレイ

AFTER

和文とほぼ同じ大きさで、すっきりした印象

大きさが変わらず、goodバランス！

フォントサイズが同じでも大きさが違う

Segoe UIとの組合せ

和文とAlphabetの相性

サイズ差が少なく、相性が良い

Alphabet

Calibriより少し大きいのが分かりますか？

同じサイズでも、「Segoe UI」のほうが大きい

章を滑らかにするためにはサイズ差の小さいものを選んでほうが良いと言えます。

Calibriはメイリオより少し小さいので、メイリオと組み合わせるとそこだけ文字が小さくなってアンバランスです。Segoe UIは**メイリオとのサイズ差が少なく**、さらに太字対応のフォントで**強調効果も得やすい**ので、メイリオとの相性が良くオススメです。

!! COLUMN

フォントの設定を登録しておこう

和文と英語が混ざる場合、英語が出てくるときにフォントを変えるのは面倒です。PowerPointに設定を登録すれば、いちいち変更する必要がなくて便利です。「表示」→「スライドマスター」→「フォント」→「フォントのカスタマイズ」の順にクリックすると、英数字と日本語のフォントをそれぞれ登録できます（詳細は45ページ）。

目立たせたり高級感を出したりできるフォントは？

フォントを使い分けて 効果的な資料を作ろう①

SAMPLE 1

キング・オブ・目立ちたがり屋なフォント

タイトルやキャッチコピーなど、人目につけてほしい言葉向き

創英角ゴシックの特徴

創英角ゴシック
とにかく太いので
ゴテゴテ感がある
見出しに効果あり

多用すると見づらくなってしまうので、用途を限定して使おう

メイリオだけじゃ嫌だ！ 他のフォントを上手に使うには？

本書ではメイリオを推奨していますが、各フォントの特徴をうまく利用すれば、より効果的な資料を作成することができます。フォントによって向き・不向きがあるので、代表的な4つの具体例を挙げて見ていきましょう。ここでは、フォントの名前の最初に「HG」と書いてある「HG（ハイグレード）フォント」と呼ばれるフォントの中から、「創英角ゴシック」、「明朝」を

説明します。また、次のページでは、「丸ゴシック」、「ポップ」についても説明します。誰もが一度は見たことがあるフォントでしょう。

「HG創英角ゴシック」というフォントは、メイリオなどの他のゴシック体フォントに比べて、「**抜群に太い**」のが特徴です。強い印象があるので、このフォントを多用すると、かなりゴテゴテしていて見づらくなります。一方で、タイ

POINT

- ▶ シーンに応じて向き不向きがある。資料の目的をよく考えよう
- ▶ 太字非対応のフォントは、太字にせずそのまま使うのが吉
- ▶ 「創英角ゴシック」は目立たせるシーンで、「明朝」は美しさを演出したいシーンで

女性向けの商品などの
プレゼンなどに向いて
いる

SAMPLE 2

美しさや高級感ならコレ

明朝の特徴

明朝

美しさや高級感を
表現しやすいが
鋭利な印象がある

緊張感を与えるので、
美しさを特別に演出し
たいとき以外は控える

トルやキャッチコピーなど、「とにかく人目に
ついてほしい文章」を表現する際には効果的な
フォントです。

そして、「HG明朝」です。「通常の明朝体より
もかなり太い」という特徴があります。かなり
使いにくいフォントのひとつですが、美しいイ
メージを与えることもできます。美容関係の商
品名や、気品のある印象や高級感を与えたいメ

ッセージに使用すると効果があります。ですが、
鋭利なデザインのため、緊張感を与えてしま
います。常用では使用は控えましょう。

どちらも、太字には対応していません。作例
では、下線部は実は太字にしてありますが、変
化がわかりづらいですね。特徴を活かせるポ
イントでのみ、太字にせずそのまま使用す
ることがオススメです。



文字

親しみやすさやかわいらしさのあるフォントは？

フォントを使い分けて 効果的な資料を作ろう②

SAMPLE 1

親しみやすさなら抜群

子どもや高齢者向けの
商品や施設ではびった
り

丸ゴシックの特徴

丸ゴシック

やさしいイメージ
児童や高齢者が
親しみやすいかも

かっちりしたシーンで
使うと、空気を読めて
ない感満載

丸みのあるフォントはビジネスには不向き？

このページでは、どちらかというかわい
雰囲気になる「丸ゴシック」と「創英角ポップ」
について説明します。どちらも、**丸みを帯びて
いることが特徴**です。丸いものは「幼稚な印象」
や「やさしい印象」を与える傾向があります。
かっちりとした場面が多いビジネスにはあまり
向いていないフォントであると言えます。です
が、**児童や高齢者向けの施設の資料**であれば、

こちらのフォントのほうが親しみを感じてもら
いやすく、読んでもらいやすいです。また、そ
ういった人を対象にした商品企画のプレゼン資
料などであれば、こちらを使ったほうがプレゼ
ンの演出としてよい場合もあります。児童や高
齢者はゴシック体や明朝体などのかっちりした
イメージだと親しみにくく感じてしまうことが
あるからです。

POINT

- ▶ 「丸ゴシック」と「創英角ポップ」は、どちらも丸みを帯びていることが特徴
- ▶ ビジネスシーンでは目的がない限り、どちらも避けたほうが無難
- ▶ 「創英角ポップ」は幼稚園のおたよりみたいになるので、多用は避けよう

「ポップ」という名称通り、ポップで幼稚な印象が強い

SAMPLE 2

よりキャッチーでかわいくなりすぎる

創英角ポップ

創英角ポップ
幼稚園のおたより
みたいなデザイン
かわいすぎるかも

かっこいい雰囲気にはならず、デザインの統一感も出しにくい

!! COLUMN

「HGP」と「HG」は何が違うの？

フォントを選ぶ際、頭に「HGP」とつくものと「HG」とつくものが出てくると思えます。前者はプロポーションフォントといい、文字間が文字ごとに自動的に詰まります。対して後者はすべての文字幅が均一な等幅フォントといいます。スライドでは、和文は等幅、欧文はプロポーションを使うと一般的に見やすくなります。

「丸ゴシック」は、やさしい雰囲気が強いですが、「創英角ポップ」は「丸ゴシック」よりも**幼稚さが際立ちます**。目立ちやすいのでつい使ってしまう人もいるかもしれませんが、使うのであれば「丸ゴシック」のほうが無難でしょう。この2つも、38ページで解説した「創英角ゴシック」、「明朝」と同様、太字には対応していないので、太字にはせずに使いましょう。

紙資料など読ませる資料は「明朝体」を使おう

BEFORE

フォントの使い方を誤ると読むのが大変



1.1.1. 伝えるとはなにか

伝えるということについて考えてみましょう。例えば話をしてみます。

海外から「リンゴ」を知らない民族がやってきました。その民族はあなたに、「リンゴについてできるだけ正確に教えてください。」と言いました。あなたはどのように説明しますか？

1.1.2. 伝わる資料とそうでない資料の差はどこにある？

「言葉」よりも「視覚」の方が正確に伝えられるということから、「伝わる資料」と「伝わらない資料」は、このように言い換えられるのではないのでしょうか。

理論云々よりも作例を見ればその違いがわかると思います。私はおそらく100社以上のプレゼン資料を修正していますが、残念ながら、現在の日本のプレゼン資料は文字数が多い傾向があります。約7〜8割は文字数が多すぎる資料…

見出しが細くてテーマがわかりにくい

長い文章に太いゴシック体を使うと、ゴテゴテ感があってすんなり読みづらい

見出しはゴシック、本文は明朝

スライド以外で、紙媒体の資料を作るという人も多いでしょう。紙媒体の資料は、スライドとは少し考え方が異なります。

A4用紙の資料などでは、Windowsの初期設定で、使っている人が多い「MS明朝」「MSゴシック」でも問題ありません。また、それ以外の他のフォントでも大丈夫です。ただし、注意したいのは使い方。問題のある使い方だと、読

みにくくなってしまう可能性があります。

詳しくは44ページのコラムで解説していますが、ゴシック体のフォントは、文字の線が等幅であるためくっきりと見えます。そのため、タイトルや見出しの文字として効果的で、内容の区切りが認識しやすいのが特徴です。見出しやタイトルなどの「見る」文字として使用する必要があります。一方、明朝体は、長い文章で

1.1.1.伝えるとはなにか

伝えるということについて考えてみましょう。例え話をしてみます。

海外から「リンゴ」を知らない民族がやってきました。その民族はあなたに、「リンゴについてできるだけ正確に教えてください。」と言いました。あなたはどのように説明しますか？

1.1.2.伝わる資料とそうでない資料の差はどこにある？

「言葉」よりも「視覚」の方が正確に伝えられるということから、「伝わる資料」と「伝わらない資料」は、このように言い換えられるのではないのでしょうか。

理論云々よりも作例を見ればその違いがわかると思います。私はおそらく 100 社以上のプレゼン資料を修正していますが、残念ながら、現在の日本のプレゼン資料は文字数が多い傾向があります。約 7~8 割は文字数が多すぎる資料
...

AFTER

本文がすっきり読みやすい！

見出しがしっかり目立ってテーマをつかみやすい

項目ごとの区切りが明確になっている

読む際はすらすら読めますが、見出しなどに使用するとあまり目立たないというデメリットがあります。そのため、**ゴシック体は見出しやタイトルなどに、明朝体は長い文章を読ませる部分に使用する**という2点を意識してフォントを選べば、どのフォントでも比較的読みやすい資料になります。

上の作例では、「見出し」と「文章」を、「ゴ

シック体」と「明朝体」でそれぞれ逆転させてみました。左の作例では、見出しがあまり目立ちません。逆に、本文はゴテゴテして読みづらく、区切りもわかりづらいです。Windows 8.1以降、「遊ゴシック」「遊明朝」というフォントが標準で搭載されるようになりました。これらのフォントも紙面で読みやすいので、ぜひ使ってみてください。

COLUMN 1

覚えておきたい文字の基礎知識①

ゴシックは「見る文字」 明朝は「読む文字」と覚えよう

プレゼンにはゴシックがオススメ

資料によく使うフォントの種類には大きく分けて、明朝体とゴシック体があります。明朝体は「横が細く、縦が太い」字形と、「ウロコと呼ばれる突起がある」ことが特徴です。また、払いの部分が鋭い形状をしています。傾向として「カッコいい」「美しい」などと言われることが多いです。

ゴシック体は「全ての線が同じ太さ」で、くっきりしています。こちらは明朝体に比べると何の変哲もないイメージを持たれる傾向があります。

明朝体は本や新聞など、長文を長時間読むことに特化したフォントです。線の細い部分があるため、遠くから見ると細い部分が欠落して見えることがあります。また、

鋭いデザインのため、緊張感を与えることもあります。対してゴシック体は、均一の太さで、遠くからでも比較的に見やすいことが特徴です。線がはっきりしているので、目立ちやすいです。そのため、プレゼンやポスターなど、自分で近づいて見ることが難しい場面で活躍しますが、本などの文字量が多いものに太いゴシック体を使うと、文字が強すぎて目が疲れてしまいます。

そのため、資料作成の際には、文章の多い配布資料には明朝体、プレゼン用のスライド資料やポスターにはゴシック体が基本と覚えておきましょう。本書で推奨しているメイリオもゴシック体の仲間ですので、覚えておいてください。

明朝体は長文向き

明朝体

ゴシック体は視認性が高い

ゴシック体

COLUMN 2

覚えておきたい文字の基礎知識②

Q&A

文字に関する素朴な疑問

Q 自分はMac派なんだけど、フォントは何がオススメ？

A Macの場合は「ヒラギノ角ゴ」がオススメです。小さいサイズでもつぶれにくく、書籍やテレビ、CMなどにも使われる汎用性の高いフォントです。

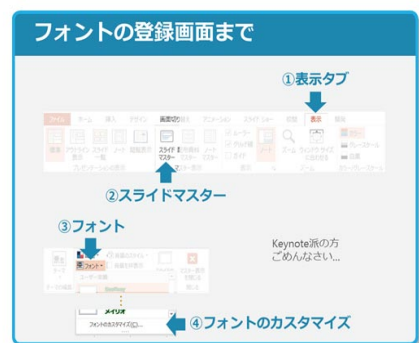
Q 大人っぽい印象が好きなので明朝体にしたいけど、ダメ？

A 長文を読ませる資料であればよいですが、パワーポイントのスライドで使うのは、初心者にはオススメしません。ゴシック系のフォントのほうが見る側にとっては見やすく、親切です。相手からどう見えるか、を考えましょう。

Q 欧文フォントをイチイチ変更するのは面倒だ。

A フォントを登録しておけば簡単です。下の図を見てください。

PowerPointの設定方法



和文・欧文フォントはそれぞれ設定



文章を読みやすくするには

行間は適度に広げて ゆとりをもたせる

BEFORE

全体的に窮屈で読みにくい

行間が詰まっていて読みにくい。窮屈で印象もパッとしない



文字組み設定なし

- なにもしなかった場合
 - なんだか行が詰まっていて読みにくい気がするし、行間もいちいち変えるのが面倒だ。何かいい方法はないだろうか...

なんだか窮屈で読みにくい

文章の切り替わりがどこにあるのかもわかりにくい

窮屈な行間を広くして読みやすく！

特に意識することなく文章を入力してみたら、なんだか読みづらくなったことはないでしょうか。これは、**PowerPointの初期設定の行間では行と行との間が狭すぎる**からです。窮屈な行間は、見る側に負担を与え、内容を掴んでももらえません。ほんの少し広くするだけで、ぐっと読みやすくなります。

上の作例では、左は初期設定、右は見やすく

なるようにゆとりをもたせた行間です。初期設定のままだと、詰まり過ぎていて窮屈な印象です。一方、右は少し行と行の間が離れることでゆとりが生まれ、文章が読みやすくなりました。

ここでは、**行間を1.25倍に設定**しています。一度設定すれば常にその設定で行間を広げられるので、毎回設定する必要はありません。

注意したいのは、**行間は広すぎても読みづら**

POINT

- ▶ 初期設定の行間では行が詰まって文章を認識しづらい
- ▶ 行間を少し広くすると読みやすく、見た目の印象もバッチリ
- ▶ 行間が広すぎても読みづらい。1.1～1.3倍程度の設定がオススメ

行間にゆとりがあることで、一行ごとの文章がすんなり読める

AFTER

行間を広げると読みやすい

文字組み設定あり

- 行間を**1.25倍**の設定にした場合
 - なんだか行が詰まっていて読みにくい気がするし、行間もいちいち変えるのが面倒だ。何かいい方法はないだろうか...

少し読みやすくなった！

文章の切り替わりも読みやすい

くなるということです。例えば、行間設定を1.5倍や2.0倍に設定すると、行が離れすぎてしまい、今度は文章のつながりがわかりにくくなります。1.1～1.3倍程度の設定が見やすいでしょう。

行間を細かく設定するには、「ホーム」タブの「段落」の右下にある小さなボタンから変更します。このボタンを押すと、「段落」という

ポップアップウィンドウが表示されます。「間隔」という設定エリアの「行間」部分で細かい設定が可能です。ここを「倍数」にして、「間隔」の数値を「1.1～1.3」に設定するのがオススメです。「ホーム」タブの「行間」ボタンを押すと「1.0」「1.5」などの数字が出てきて、こちらでも行間を変更できますが、細かく設定できないのでオススメしません。

文章が長くなってしまう場合のコツは？

改行は「言葉のかたまり」と「長さ」がポイント

BEFORE

やってはいけない改行



悪い改行

- 改行 1 つで読みやすさが大きく変わる
 - 単語の途中で改行を入れてしまうと、とても読みにくくなります
 - 文章を聴衆が読みやすい位置で改行するのは、箇条書きの基本です
 - 言い回しを工夫することで改行位置を調節しよう

このスライドの改行で
どこが悪いですか？

単語の途中で改行すると、一つの言葉が中途半端な位置でブツ切り

に。目線の移動が増えて文章のつながりがわかりづらくなる

文章の右側はキレイに揃っていても、読みづらい

読みやすい位置で適切に改行しよう

用意しておいた文章をただ入力しただけでは、見やすい資料は作れません。上の左の作例のように、単語の途中で改行するなどの不適切な改行があると一気に読みづらくなります。なぜなら、目線を左右へ何度も動かさなければならず、切り離された単語を脳内でつなぐことになり、内容を認識しづらくなります。また、文章を違う意味で捉えてしまう可能性も出てきます。

改行の際は、**言葉のかたまりを意識して改行**すると、読みやすくなります。具体的には、「**単語の途中で改行を入れない**」「**見る人が読みやすい位置で改行する**」ことがポイントです。読点など、文章が一度切れる位置で改行するのもオススメです。**一行が極端に短くなってしまうとバランスが悪い**ので、言い回しを工夫して改行位置を調整しましょう。そもそも改行がある

POINT

- ▶ 単語の途中で改行するのは絶対ダメ！
- ▶ 言葉のかたまりを意識して読みやすい位置で改行しよう
- ▶ 言い回しを工夫することで改行位置を調節してみよう

読点など、ちょうどよい位置で改行するだけで読みやすい

AFTER

スラリと読める素晴らしい改行

良い改行

- 改行 1 つで読みやすさが大きく変わる
 - 単語の途中で改行を入れてしまうと、とても読みにくくなります
 - 文章を聴衆が読みやすい位置で改行するのは、箇条書きの基本です
 - 言い回しを工夫して、改行位置を調節しよう

極端に短い行を作らないように

言葉のかたまりを意識して改行する

言葉のかたまりを意識して改行することでスラリと読める

から問題が発生しているので、改行せずに済む 1 行で終わるような簡潔な文章を作るのも解決策のひとつです。

本書もそうですが、本や新聞などは、ページ数やスペースの関係で自分勝手に改行はできません。そもそも長い文章を読ませることを目的にしている場合は、改行が多くなりすぎても読みづらくなるからです。しかし、プレゼンなど

のスライドは、レイアウトもページ数も自由度が高く、自分で自由に調整することができます。また、何ページ作ったからといってお金がかかるわけでもありません。資料は相手に理解してもらうことで、生産性や利益につながる事が第一なので、決められたページ数に収めることよりは、まずは見やすくすることを優先的に考えましょう。

文字間がなんだか窮屈に見える？

文字間は狭すぎても 広すぎてもダメ！

BEFORE

1つ1つの文字を追にくい

文字がくっついて見えて
すんなりとは読みづ
らい……

文字間 悪い例&未設定

悪い例

文字間を正しく設定することで
見栄えが少し良くなります。

未設定

お肉	お魚	野菜
牛肉	さんま	たまねぎ
豚肉	ぶり	キャベツ

基本は「標準」設定でOK

普段編集する分には文字間の設定を変更しない人が多いと思います。基本的には、文字間はPowerPointの初期設定の「標準」のままで読みやすい状態になっています。変に広げたり、狭めたりすると、読みづらくなってしまうので注意しましょう。

文字間が狭いと、文字同士がくっついて、1つの文字として認識しづらくなります。上の左

の作例内「悪い例」とある部分の文章は、文字間を狭くしすぎてしまった場合の例です。文字がくっつきすぎていて、スラリと読みづらいですね。右の作例のほうは「標準」に設定したものです。適度に離れていることで、読みやすいです。

しかし、逆に広くしすぎても、文字同士のつながりがなくなって読みづらくなるほか、熟語

POINT

- ▶ 文字間は「1つ1つの文字」を認識しやすくすることを意識する
- ▶ 基本はPowerPointの設定で「標準」にすればOK
- ▶ 見出しや表の項目などの短い言葉は少し広くするとワンランクアップ

AFTER

適度な文字間だと読みやすい

文字間 良い例

良い例

文字間を正しく設定することで
見栄えが少し良くなります。

良い例

お肉	お魚	野菜
牛肉	さんま	たまねぎ
豚肉	ぶり	キャベツ

表の短い言葉は広めが
オススメ

などの複数の文字でまとまりを持つ単語があたりかも別々の単語に見えるケースも出てくるので、注意しましょう。

ただし、**見出しや表の項目名などが2～4文字くらいの短い言葉の場合は、文字間を広げると窮屈感が解消**されます。言葉が短い場合は、文字間が狭いとより窮屈感が増すためです。上の作例でも、左の表の単語は窮屈な印象ですが、

右の表は単語が読みやすいです。

文字間は、PowerPointの場合、「ホーム」タブから「AV」と書かれてあるアイコンを押すと、文字間を「より狭く」「狭く」「標準」「広く」「より広く」の5つの幅で設定できます。自分で細かく設定することも可能です。上の右の作例では、「良い例」の部分と表の文字のみ「広い」に、文章は「標準」に設定しています。

情報は「探しやすい」「導く」ように配置する

BEFORE

情報が散らかっている

図の大きさも文字の位置もバラバラ。情報が整理されていない、

パッと見て何について説明したいのかわからない



レイアウトを無視して作成した例（１）

A の写真についての説明文



B の写真についての説明文

どちらがAで、どちらがB？ 対応関係がわかりづらい

見る人が迷わないようにしよう

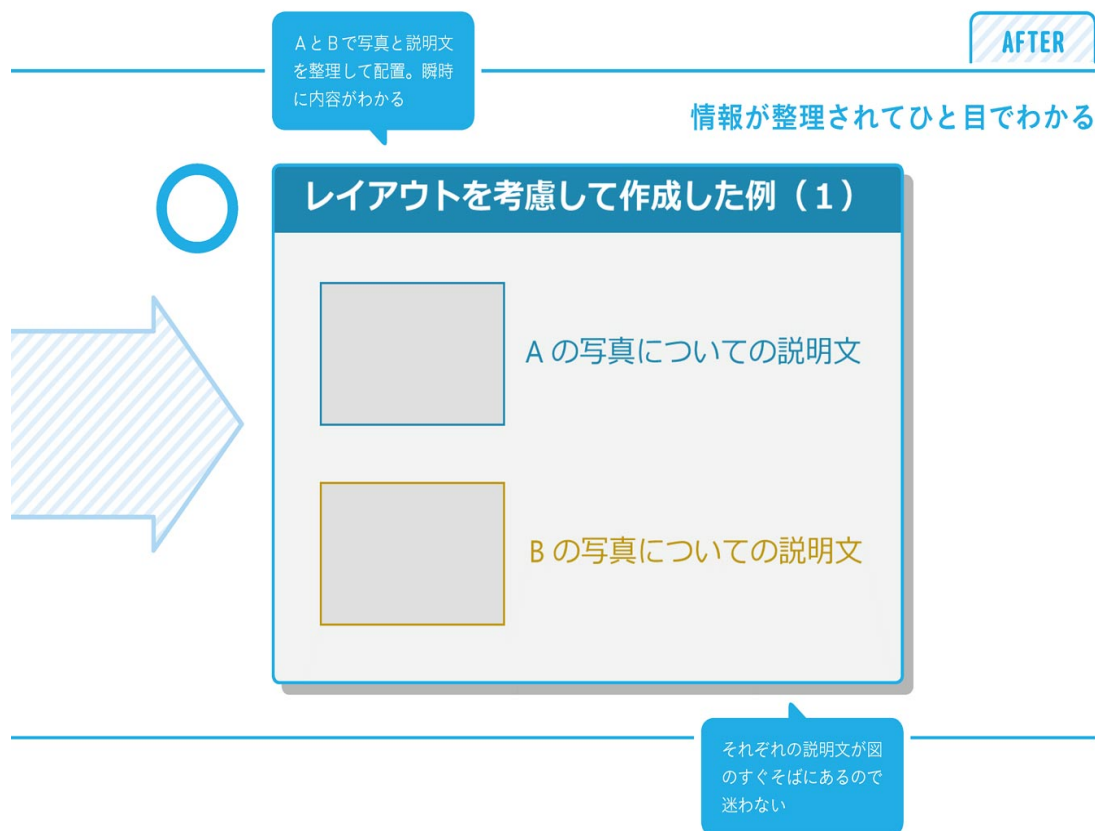
配置（レイアウト）とは文章や画像、図をどのように置くのかを決めることです。ただ、単に置けばいいというものではありません。内容が同じでも、どう配置するかでわかりやすさが大きく変わります。目的を持たない適当な配置では、どんなによい内容でも、見るに耐えない資料になりかねません。では、配置の目的とは何なのかというと「情報の整理」「視線の誘導」

「意図の明確化」の3つです。

「情報の整理」とは、情報を探しやすいよう整理することです。例えば、沢山の資料が散らかった部屋から、特定の資料を探すのには時間がかかりますよね。しかし、ファイル分けして棚にキレイに保管してあれば、すぐに資料を引き出せます。資料も同じで、**情報がキレイに整理されていれば、順番や位置がわかりやすくな**

POINT

- ▶ 配置の目的は「情報の整理」「視線の誘導」「意図の明確化」の3つ
- ▶ 情報を整理することで、位置や順番がすぐわかるようになる
- ▶ 対象に対してすぐ視線がいくところに情報を置けば迷わない



り、見た目もキレイです。上の左の作例は、図の大きさもバラバラで文字の位置もずれており、図と文字の目的がわかりにくく、見た目も美しくありません。一方、右の作例は、AとBの写真をもとめたことで、内容がひと目で掴めます。

「視線の誘導」は、説明する対象に対し、情報を迷わない位置に置いて誘導することです。たとえば、ある喫茶店を探しているときに、そ

れらしい扉を見つけたのに、お店の看板が近くないと困りますね。「よく探すと少し離れた場所にあった」では、見る側に探す手間をかけることになります。このように、何か対象があったときにすぐに視線が行くところに情報がないと困ってしまいます。上の右の作例のように、写真のすぐそばに説明文を置けば、視線が導かれて迷いません。

レイアウトの際の注意点を教えて

「これ、意図通り？」 誤解を招く置き方に注意！

BEFORE

花太郎は2人のお父さん？

花太郎が上に配置されていると、花太郎が2人の親のよう？



レイアウトを無視して作成した例（2）



とある一家の家族構成

問題は上下関係の配置。
順番が逆になるだけで
意味合いが変わる

置き方次第で意味合いが変わる！

前のページで述べたように、配置の目的には「情報の整理」「視線の誘導」「意図の明確化」の3つがあります。このページでは最後の「**意図の明確化**」について解説します。

「意図を明確に伝える」とは、**作成者の表現意図・伝えたいことを、誤解を招かず、明確に伝える配置にすること**です。上の左の作例は、3人家族の家族構成図です。花太郎が太郎と花

子を産んだのでしょうか？ 一見、そのように誤解してしまいそうです。作成者の意図としては「太郎が父、花子が母、その二人の子が花太郎」ということを表現したかったのですが、これでは誤解を与える可能性が高く、悪い配置と言えます。右の改善例のように、花太郎を下側に配置すれば、おそらく誤解する人はほとんどいないでしょう。改善例では、さらに性別が

POINT

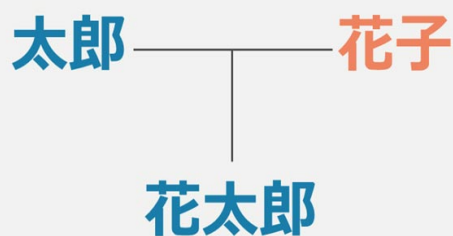
- ▶ 配置は、意図や伝えたいことを明確にする効果がある
- ▶ どの位置に何を置くかで意味合いが変わる。配置次第で誤解を招く恐れも
- ▶ 作成後、第三者の気持ちでひと目で理解できるかチェックしよう

太郎と花子が花太郎の親で、花太郎は2人の子どもだとわかる

AFTER

親子関係が明確になった

レイアウトを考慮して作成した例（2）



とある一家の家族構成

男女で色分けをすることで、太郎が父、花子が母であるとわかる

わかりやすいように色分けもしています。こうすると、**見た瞬間に直感的に内容を理解**することができますね。

作成者がわかっていることでも、見る人は何も知らない状態です。だからこそ、このような誤解を与えない配置をしていく必要があります。掲載したい要素を配置したあと、**第三者がひと目で理解できるかどうか、客観的にチェック**し

てみるといいでしょう。

資料作成時は、「情報の整理」、「視線の誘導」、「意図の明確化」、この3つの目的に向かって配置をしていくとよいですが、今回の家系図のような図は、一般的な表記ルールを知っておくことも重要です。そこから外れた配置は誤解を招きやすくなります。特にチャート図などは事前に一般的な見せ方を調べましょう。

わかりやすいレイアウトにするには？

配置を決める4つの基本事項をマスターしよう

覚えておこう！ 配置の4つの基本事項

1. 位置を揃える

1つ目は、「**とにかく揃えること**」です。図形やテキストがきちんと揃っているだけで、見やすく、見た目もキレイになります。慎重にマウスを操作せずとも、簡単に揃える機能やテクニックがあります。

揃っている

揃っていないと気持ち悪いだけではない

関係性

順番

わかりづらい

2. グループ핑

2つ目は「**情報のまとまりを意識すること**」です。図と説明文、説明文と説明文など、情報のまとまりというのは様々な種類があります。しかし、難しいことではありません。情報のまとまりを意識して、それぞれをきちんとまとめるだけで、瞬時に理解できる資料に変貌します。

グループ핑後



エッフェル塔

- ・フランスのパリにある電波塔
- ・324メートルある観光名所



東京タワー

- ・日本の東京都にある電波塔（正式名称は日本電波塔）
- ・333メートルある観光名所

POINT

- ▶ 図形やテキストの位置を揃えるだけでわかりやすくキレイな印象に
- ▶ 情報のまとまりを意識し、少し余白を取ろう
- ▶ 配置によって生まれる関係性と、伝えたい内容にギャップがないか確認しよう

余白のあるスライド

スライドすっきり

ひろいよ

快適

ラクチン

気楽



3. 余白

3つ目は「余白を作ること」です。余白があると、情報を掴みやすい上に、見た目もすっきりした印象になります。少しの操作ですぐに改善できる項目です。

配置次第で関係性が明確化

例：自販機のもつ要素

お金の投入

硬貨

紙幣

商品の選択

あったかい

つめたい

釣銭の受取

硬貨

なし

縦配置は順序関係

横配置は並列・比較関係

4. 関係性

4つ目は「関係性を明確にすること」です。配置によって情報に関係性が生じることがあります。その関係性と、自分が伝えたい内容とにギャップが生じないように気をつけましょう。

図形や文章などの要素を見やすく並べたい

見えない線を意識して とにかく揃えよう

BEFORE

要素がガタガタ…

揃っていないと、順番
や関係性が理解しづら
い。読むのもしんどい

揃っていない

揃っていないと気持ち悪いだけではない

関係性

順番

わかりづらい

位置を揃えるだけで印象アップ！

文章や図形、全てにおいて、**縦や横にきっちりと並べて、ずれないように揃える**ことを心がけましょう。ずれていると、見た目もよくないですし、読みづらいですよ。よくあるのが、ほんの少しだけずれているパターン。これも、あまりキレイではないので揃えましょう。

白紙の上にきっちり揃えるのは難しいものですが、モニターに定規をあてるなんてことをす

るわけにもいきません。そこで、**編集画面に「グリッド線」を表示**すると簡単です。編集画面に、方眼用紙のような補助線が表示されます。補助線を利用して、文頭を合わせたり、図形を並べたりするとサクッと揃えられます。

また、図形を普通にコピー＆ペースト（コピー）をすると、図形がずれた状態で複製されることがありますよね。その場合は、**水平・垂直**

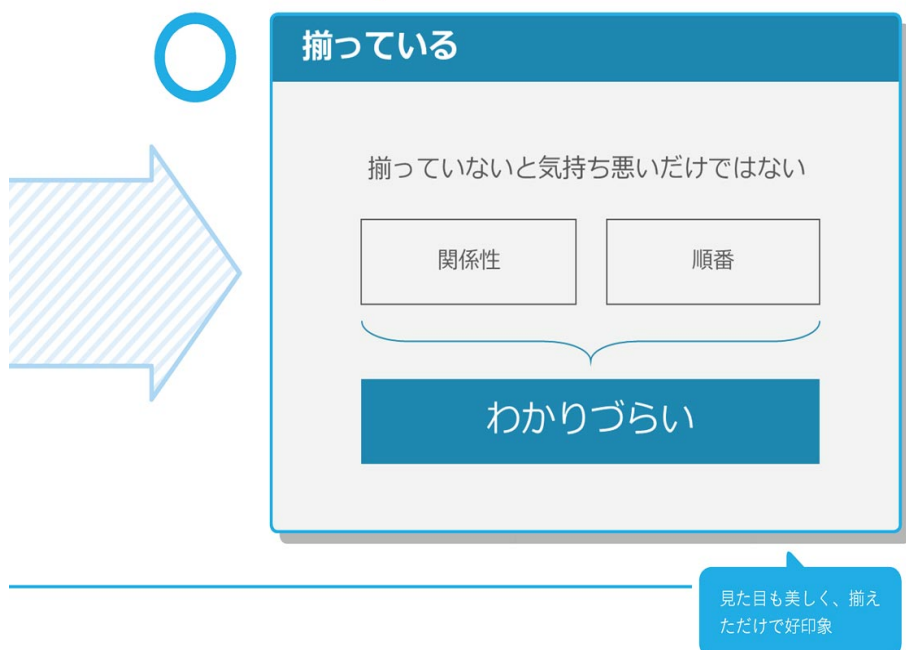
POINT

- ▶ 文章も図形も、縦横にきっちり並べてずれのないよう配置しよう
- ▶ グリッド線を表示すれば、簡単に揃えられる
- ▶ 水平・垂直コピーで図形をコピーすればズレない

上下左右が揃うと順番
がわかりやすく、読み
やすい

AFTER

揃えるだけで整った印象に



コピーを使うと、そもそもずれることがありません。グリッド線の表示方法と水平・垂直コピーの方法は次の60ページで詳しく解説します。

文章や図形が揃っていないのは、雑な印象を与えるだけでなく、読む順番を混乱させて内容理解を遅らせる原因になります。文章であれば、行頭が他の文章や図形ときちんと揃っていないと、次はどこを読めばよいのかわからなくなっ

てしまいます。図形であれば、囲いやカッコなどが中途半端にかかっていたり、はみ出していたりするだけで誤解を招く原因になります。

また、サイズや縦横比が違うだけでも、見る人は大小関係があるのだと勘違いすることもあります。もちろん縦横の位置も揃っていないければ図形同士の関係性もわかりづらくなるので注意しましょう。

COLUMN 1

配置の便利機能①

グリッド線と
垂直・水平コピーのやり方

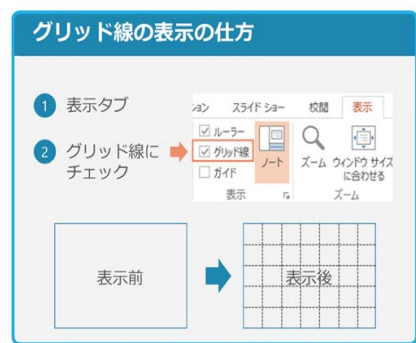
2つの機能でサクッと揃える！

PowerPointで図形やテキストを揃える際、何もしないでは揃えづらいでしょう。そこで定規代わりに利用できるのがグリッド線です。方法は簡単。「表示」タブから「グリッド線」のチェックボックスにチェックを入れるだけ。すると、補助線が表示されるので、これを定規代わりにして文章や図形を並べると、きっちり揃えることができ

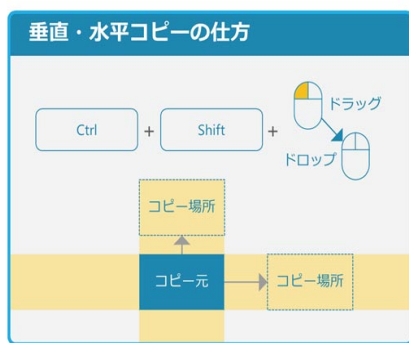
ます。

垂直・水平コピーは、同じ図形を複数使いたいときに使える機能です。「Ctrl+Shift」を押した状態で、コピーしたい図形をドラッグしてみましょう。すると、水平または垂直にコピーすることができます。超簡単なのに、便利なワザなのでぜひ覚えておいてください。

グリッド線の表示



垂直・水平コピー



COLUMN 2

配置の便利機能②

さらに見栄えを良くする 整列のやり方

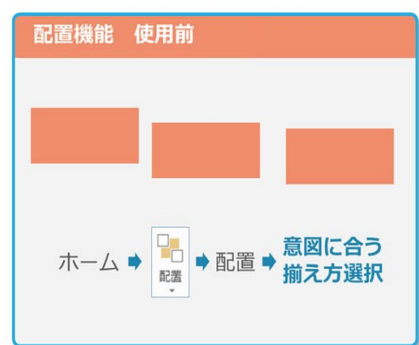
ボタン1つでピタッと揃う

同じような図形を同じページに複数配置する場合、等間隔に配置するとより見栄えがよくなります。しかし、手動で等間隔に配置することは意外と大変です。そこで、「配置」機能を使ってみましょう。

まず、オブジェクトを複数選択します。複数選択は「Shift+クリック」や「ドラッグで領域選択」するなどで行えます。そして、「ホーム」タブにある「配置」をクリ

ックします。すると、ポップアップ画面が現れるので、「配置」を選択します。すると、さまざまな揃え方を選択することができるので、自分の意図にあったものを選択しましょう。等間隔に配置するだけでなく、上下左右の端を揃えたい場合にも使える機能です。今回の図例では、「上揃え」で図形の上下を揃えて、「左右に整列」で間隔を揃えています。

配置機能で間隔と端を揃える



複数の要素があるとゴチャゴチャしてしまう

情報は同じグループごとにまとめよう

BEFORE

写真と文が離れると関係性がわかりづらい

左の写真がエッフェル塔？ かと思いきや東京タワー



グルーピング前

エッフェル塔

- ・フランスのパリにある電波塔
- ・324メートルある観光名所

東京タワー

- ・日本の東京都にある電波塔（正式名称は日本電波塔）
- ・333メートルある観光名所



よく見たら、ようやく上
の説明文が右の写真、
下の説明文が左の写真
に対応しているとわかつた。
理解するのに時間がかかる

複数の要素をまとめよう

グルーピングとは、その名の通り、あらゆる要素を情報のかたまり（グループ）ごとに分類して、まとめることです。ポイントは、「**同じグループのものは近づけ、違うグループのものは離す**」。たったこれだけです。

例えば上の作例のように、1枚のスライドでAとBの写真の違いについて説明したいとき、グルーピング前の左のようなレイアウトでは、

相手にはわかってもらえない可能性があります。作成者は左の写真がB、右の写真がAだとわかっていますが、スライドを見る人は何の情報も持っていないので、どちらがどっちだかわかりません。口頭での説明を聞いて、はじめて「あ、上の文章が、右の図に対応しているのね」とようやく理解できるはずです。

「たった一言の説明でわかるなら、グルーピ

POINT

- ▶ グループとは、情報のまとまりごとに分類し、まとめること
- ▶ 複数の要素を掲載する際は、グループ同士でグループングをすると見やすくなる
- ▶ 同じグループのものは近づけ、違うグループのものは離すのがコツ

写真と説明文を、まとまりごとに分類しているのでわかりやすい

AFTER

写真と文を近づけると関係性がはっきりする！

グループング後



エッフェル塔

- ・フランスのパリにある電波塔
- ・324メートルある観光名所



東京タワー

- ・日本の東京都にある電波塔（正式名称は日本電波塔）
- ・333メートルある観光名所

写真のすぐそばに説明文があるので、何の写真なのかすぐにわかる

ングしなくていいのでは」と思うかもしれませんが、スライドの枚数が何枚もある場合、その都度、説明しては貴重な制限時間を食いつぶしますし、何より内容理解に手間がかかるので、見る人に対して不親切です。

今回の場合だと、**対応し合う写真とその説明文を隣接させると、写真と説明文がひとつのグループであることを示す**ことができます。また、

写真が2枚あるので、**AとBを混同しないようそれぞれのグループは少し距離を離して配置**するのもポイントです。さらに、小見出しの色と写真のふち取りの色を対応させることで、よりグループをわかりやすくしています。そうすることで、上がAのグループ、下がBのグループの説明だと、何の口頭説明もなく、しかも瞬時に理解してもらえます。

いつもギュウギュウ詰めの資料を作ってしまう

余白を作って 「すっきりスライド」を目指そう

BEFORE

見るからにギュウギュウ詰め

要素が詰まりすぎて余
裕がない



余白のないスライド

スライド満員電車

せまいよ
苦しいよ
きついよ
つぶれる



見た目あまり良くない印象

なってませんか？「スライド満員電車」

たいていの人は、一度は人でギュウギュウ詰めになった満員電車に乗ったことがあるのでは？ その時の気持ちは、とても不快なはずです。スライドもまったく同じで、文字や図形に余白がないとギュウギュウ詰めの印象になり、ひとつひとつの情報（オブジェクト）を認識しづらくなります。逆に、**余白を作ると、情報が認識しやすい**スライドになります。例えるなら、

とある人物を満員電車の中で探すのと、広めの場所に並んでもらってから探すのと、どちらが探しやすいかという話です。

右の改善例では、ただ単に、オブジェクト同士の距離をとったり、文字が入っているオブジェクトのサイズを大きくしたりしただけです。これだけで、窮屈感や読みにくさを軽減することができます。

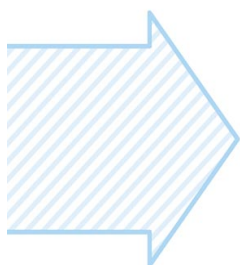
POINT

- ▶ 余白のない資料は情報を認識しづらく、見た目も良くない
- ▶ ゆとりをもたせることで、情報を認識しやすくなる
- ▶ 文字を四角などで囲む場合も、少しゆとりをもたせよう

オブジェクト同士に間
をもたせるだけですっ
きり

AFTER

ゆとりが生まれて見た目もきれい



余白のあるスライド

スライドすっきり

ひろいよ

快適

ラクチン

気楽



「スライドすっきり」
の文字の回りも、余白
があることで見やすい

あえてオブジェクト同士の余白を狭めることで「グループであること」も表現できます。ですが、別のグループと余白が取れておらず窮屈になっていないかは十分に注意してください。余白でグループを表現するには、同じグループ同士は余白を狭めつつ、違うグループ同士は余白をしっかり作る必要があります。

気づきにくいかもしれませんが、「快適」「気

楽」という文字と文字の間をよく見て下さい。少し間が開いて、ゆとりがありませんか？ 50ページでも解説したようにこうした短い単語（2～3文字）も、文字間を開いてゆとりをもたせると、少しだけすっきり見えます。ホームタブの「AV」というアイコンが、文字間の調整をする機能です。ここを使って、文字間を「広く」か「より広く」を選択してみましょう。

順番や比較をするときの並べ方の基本が知りたい

「縦配置」と 「横配置」を使い分ける

BEFORE

並び方を間違えるとピンとこない図に

ひと目では、順序関係
と比較関係を掴みづら
い



はっきりしない関係性

例：自販機のもつ要素

硬貨の投入	商品の選択	釣銭の受取
硬貨	あったかい	硬貨
紙幣	つめたい	なし

順序関係と比較関係が不明確

縦横の並べ方次第で意味が変わる

複数の要素を並べて何かを説明したい場合、縦と横、どちらに並べるか迷ったことはありませんか？ この縦横の並べ方でも情報の意味が変わるので、表現したい関係性によっては配置方法を変える必要があります。基本は、「**順序関係は縦、並列・比較関係は横**」で表現すると覚えましょう。

上の作例は、自販機のもつ要素を、四角形の

図形を縦横に並べて表現してみたものです。左側と右側の作例で、要素の並べ方の縦横を入れ替えています。

「お金の投入」「商品の選択」「釣銭の受取」は、「操作手順」を示しています。「**順序関係**」があるので、右の作例のように縦に並べたほうがスムーズに理解できます。一方、「硬貨」と「紙幣」、「あったかい」と「つめたい」、「硬貨」と「なし」

POINT

- ▶ 順番のあるものは縦に置くとスムーズに理解しやすい
- ▶ 比較したいものは横に置くと見比べやすい
- ▶ 並べ方を間違えると混乱を招くので要注意

手順を示す内容は縦に並べることで、順序がわかりやすい

AFTER

関係性がはっきりする

配置次第で関係性が明確化

例：自販機のもつ要素

お金の投入	硬貨	紙幣
商品の選択	あったかい	つめたい
釣銭の受取	硬貨	なし

縦配置は順序関係
横配置は並列・比較関係

並列を示す内容は、横に並べることで見比べやすくなった

のように、「選択肢」や「場合」「種類」などの「**並列関係・比較関係**」を表しているものは、**横に並べたほうが見比べて比較しやすい**です。

なお、順序関係同様、論理展開も流れのある展開なので、縦配置のほうが違和感なく理解しやすいです。順序関係や論理展開は縦に流れ、比較は横に並べる。これが自然なルールだということを覚えて表現しましょう。

論理展開＝縦、比較＝横

今日はこの内容で話します

ターゲット
競合商品
新商品
今後の展開

商品AとBの比較をします

商品A	商品B
内容	内容

色をきれいにまとめる3原則

BEFORE

色鮮やかで目がチカチカ

カラフルすぎてごちゃごちゃして見える



無差別に色を使う場合

色をきれいにまとめるための3原則

- 1 色数はできるだけ少なく
- 2 色の使い方を統一する
- 3 色に頼らない

色数を少なくして、使い方を統一しよう

色は、簡単に見た目を変えることができる分、ルールを設けずに自由に使うと、資料の印象を大きく悪くしてしまいます。逆に言えば、ほんの少し使い方のルールを定めるだけで、資料を見やすく、かつ見栄えも良くすることができます。

色の基本は3つあります。1つ目は、**色の数**は**できるだけ少なく**すること。色の数が多いと

色鮮やかできれいに感じられるかもしれませんが、煩雑でごちゃごちゃした印象を与え、何が大切なか情報の重要度もわかりづらくなります。そのため、極力色数を絞って、限られた色から選んで使用すると、**すっきりした印象に見え、重要度も判別しやす**くなります。

2つ目は**色の使い方を統一**すること。重要な言葉にはこの色、スライドの見出しデザインに

POINT

- ▶ 色数はなるべく絞ったほうが、見栄えもよく情報も伝わりやすい
- ▶ 「見出し」「重要な言葉」などのどこでどの色を使うのか、ルールを決めて統一しよう
- ▶ 「重要な情報＝赤色」という過去の記憶に縛られず、色の特性を効果的に使おう

AFTER

すっきりした印象になり重要な箇所が明確に

シンプルでわかりやすい

ルールを決めて色を使う場合

色をきれいにまとめるための3原則

- 1 色数はできるだけ**少なく**
- 2 色の使い方を**統一**
- 3 色に**頼らない**

はこの色、というように、どこでどの色を使うのか、最初からルールを決めておきましょう。**全体のデザインに統一感が生まれ、整った印象**を与えられ、何より「どの色で塗られた情報が重要か」がわかりやすくなります。

3つ目は同じ色に頼るのではなく、目的に応じて**色の特性を利用すること**。小・中学校で「大事なことは赤ペンで書くこと」を覚えた人

が多いからか、「重要だから赤にしよう」と、なんでも同じ色に頼ってしまいがちです。しかし、色はそれぞれ特性を持っているので、色によって与える印象が変わってきます。内容に応じてそれを利用するとワンランク上に見えます。「この色の特性を利用して、よりわかりやすくしよう」という考えで使っていきましょう。色の特性については80ページで解説しています。

センスに頼らない配色のコツが知りたい！

ベースカラー・メインカラー・アクセントカラーの3つを決める

SAMPLE1

決め方がわかれば迷わない

色 | 原則に基づいた配色

50

基本色の決め方とルール化

ベースカラー、メインカラー、アクセントカラーを決めて使いまわす



ベースカラー

主に文字に使う基本色（背景は白+文字は黒が基本）



メインカラー

見出し、ボックス、強調させたい箇所に使用



アクセントカラー

メインカラーとの区別や特に注目を集めたい箇所に使用

色が多いと煩雑な印象になるため

配色に意味がなければ、できるだけ少なくしよう

基本の色を決めよう

配色を決めるというと、センスという名の個人差があるように感じます。ですが、安心してください。センスに頼らず決める方法があります。主に使う3つの基本色を決めると、全体的に統一感が生まれやすく、重要なことも伝わりやすくなります。

まず、「ベースカラー（地の色）」を決めましょう。これは背景と文字の色のことで、白地に

黒文字が基本です。76ページで背景と文字色について詳しく解説しているのでこちらもぜひチェックしてみてください。

次は「メインカラー（テーマとなる色）」を決めましょう。これはスライド全体の主体となる色で、見出しやボックス、強調したい箇所に使います。ビジネスの場合はコーポレートカラー（会社のブランド色）を基本にすると迷いま

POINT

- ▶ ベースカラーは白地に黒文字が基本
- ▶ メインカラーは見出しなどに使うテーマカラー
- ▶ アクセントカラーは注目させるための色。メインカラーの補色がオススメ

SAMPLE2

アクセントカラーはメインカラーの補色に



せん。作例では少しくすんだ青にしています。

最後は、「**アクセントカラー（アクセントに使う色）**」を決めましょう。メインカラーと差をつけて目立たせることで、特に注目を集めた箇所を使う色です。メインカラーと補色関係になる色にすると、目を引く色になります。このとき、**色相環という色の輪**から選ぶと選びやすくなります。**メインカラーとはだいたい反対**

側に位置する色からを選んでください。色相環はインターネットで検索するとたくさん出てきますので、気軽に調べられます。作例では、メインカラーの青の補色である黄色にしています。色選びに自信がない場合は、メインカラーは暗めの色（紫、青、緑）、アクセントカラーは明るめの色（赤、橙、黄）で選ぶと、間違いありません。

COLUMN

色の便利機能

よく使う色の設定は登録しておこう

スライドマスター画面の「配色」から設定



基本色を登録して作業時間を短縮

資料作成のたびに色を選んだり、設定するのはいちいち面倒ですね。使う色が決まったら、PowerPointで登録しておきましょう。一度登録しておけば、次からも同じ色の設定を使うことができ、作業時間短縮につながります。複数の色の組み合わせを登録しておけば、用途に応じて使い分けることも可能です。まず、「表示」タブ→「スライドマスター」

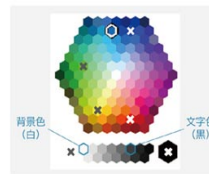
の順にクリックして、スライドマスター画面を開きます。次に、「配色」→「色のカスタマイズ」とクリックして進みましょう。「新しい配色パターンの作成」が表示されたら、細かい色の設定が出てきますので、上の左の図のように6箇所の色を設定していきます。色のボタンを押すと色の選択画面が表示されます。「テーマの色」という一覧から選ぶこ

POINT

色設定の際は原色を避ける

色選びの際、原色は避けて少しくすんだ色を選びましょう。78ページで詳しく解説していますが、少しくすんだ色のほうが落ち着いた印象でま

なります。右の図も真っ黒と真っ白ではなく少しくすんだ白と黒を選んでいます。目がチカチカしないよう、コントラスト差を減らすことができます。



自分の決めた色に近い色を選ぶ



ともできますが、ここではなるべく意図通りの色を選びたいので、「その他の色」を選択します。

次に、「標準」タブをクリックして、自分で決めた色に近い印象の色を選んでみましょう。細かい設定をしたい方は、「ユーザー設定」タブでも設定できるのでチャレンジしてみてください。これを6箇所分行います。

上から順に文字色（黒）、背景色（白）、メインカラー、背景色（白）、メインカラー、アクセントカラーと設定していきます。

6箇所分の色設定を終えたら、わかりやすい名前を付けて保存しましょう。保存とともに、この色設定がスライドに適用されます。色を選ぶ際、設定した色を選択できるようになります。

色を使い分けるための注意点は？

大切なのは配色だけじゃない！ 色の割合のルールで印象アップ

BEFORE

配分を間違えると大変なことに

アクセントカラーの割合が多すぎて、もはやメインカラー？



色を使う割合を無視

ベースカラー

メインカラー

アクセントカラー

?%

ベースカラー 通常の文章などに使う

メインカラー まあまあ大事なことを示す

アクセントカラー 最も重要なことを示す

ルールなしの適当配分はNG！

色を決めて一安心、と思うかもしれませんが、使う割合も気にしないと見づらいスライドになります。例えば、ベースカラー、メインカラー、アクセントカラーの配分を気にせず使うと、スライド全体がまだら模様のようになり、どれが重要なのかもわからず、見栄えも悪くて見づらくなってしまいます。それぞれの目的に即した割合にすることで、色が効果的に機能します。

色使いの割合は諸説ありますが、本書では**ベースカラー70%、メインカラー25%、アクセントカラー5%**という割合での使用をオススメします。あくまでも目安なので感覚的な数値ですが、これを意識して色を使っていくだけで、バランスが良い印象に仕上がりが、「センスが良い」印象のスライドへと変わります。

数値の割合だとわかりにくい人は、「**まあま**

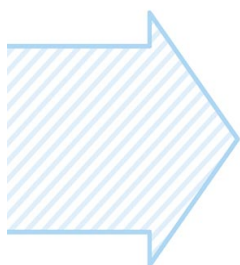
POINT

- ▶ アクセントカラーを乱用すると、見栄えが悪く、見づらくなる
- ▶ ベースカラー70%、メインカラー25%、アクセントカラー5%を目安にしよう
- ▶ 「まあまあ大事」はベースカラー、「一番大事」はアクセントカラー

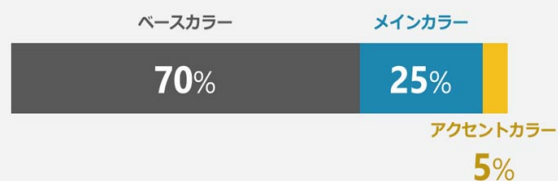
メインカラーの割合が増えたことで、メインらしくなった

AFTER

色の割合で印象が激変



色を使う割合



ベースカラー 通常の文章などに使う

メインカラー まあまあ大事なことを示す

アクセントカラー 最も重要なことを示す

アクセントカラーのボリュームを減らすとすっきりわかりやすい

あ大事なところはメインカラー、一番大事なところにだけアクセントカラー」というルールを最低限覚えておきましょう。このルールを心がけて色を配分すれば、アクセントカラーを乱用することなく、色の割合のバランスを守りやすくなります。アクセントカラーのボリュームが多すぎると、アクセントではなくなってしまうので注意が必要です。

!! COLUMN

もっと色を使う場合は？

どうしても基本の3色よりもっと色を使いたい場合、単純に色数を増やしてしまうとごちゃごちゃした印象になってしまいます。こういった場合は、ベースカラー、メインカラー、アクセントカラーの基本の3色の濃淡を変えた色を使いましょう。ごちゃごちゃ感が出にくいので、まとまった印象に見えます。



色

文字色と背景のコツ①

文字が見やすい 色の組み合わせを覚えよう

BEFORE

文字が目に入らない…

有彩色同士は、色がケンカしてしまう



やってはいけない組み合わせ

見づらい組み合わせ

見づらい組み合わせ

見づらい組み合わせ

見づらい組み合わせ

見づらい組み合わせ

見づらい組み合わせ

暗い色同士、明るい色
同士は背景に文字が溶
けてしまう

色の組み合わせは背景の濃さにヒントあり！

PowerPointはたくさんの色を選べるので、つい凝った色の組み合わせにしてしまう人もいるのではないのでしょうか。また、なんとなくで決めている人も多いでしょう。

しかし、色の組み合わせによっては、文字が見づらくなってしまうことがよくあります。やってはいけないパターンを覚えて、解決法を身につけましょう。

例えば、上の左の作例を見てもわかるように、緑と赤は非常に相性が悪い組み合わせです。文字がまったく目に入ってきません。**基本的に、有彩色同士は色同士がケンカしてしまう**ので組み合わせるのは難しいです。背景も文字もカラフルだときれいに感じるかもしれませんが、文字を読ませるには適していないので避けましょう。

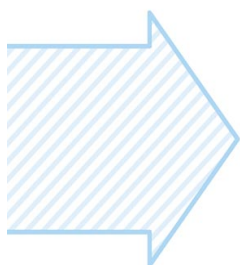
POINT

- ▶ 鮮やかな色同士の組み合わせは、文字が読みづらくなるので避ける
- ▶ 濃い色同士、薄い色同士は背景と文字にコントラストがなくて読みづらくなる
- ▶ 背景と文字色はコントラストをつけ、文字色は必ず白か黒を選ぼう

背景が濃い場合は白文字にするとすんなり読める

AFTER

パッと見て文字が目飛び込んでくる



組み合わせ改善例

見やすい組み合わせ

見やすい組み合わせ

見やすい組み合わせ

見やすい組み合わせ

見やすい組み合わせ

見やすい組み合わせ

背景が薄い場合は黒文字にすると、文字がしっかり見える

また、青と黒もかっこよさそうな組み合わせですが、背景と文字色としては相性が良くありません。**暗めの色同士は、文字がはっきり見えなくなる**からです。

黄と白のような**薄めの色同士も、文字がはっきり見えなくなります**。

ここからわかるように、「**暗い色には薄い色、薄い色には暗い色を組み合わせ、文字色は無彩**

色（白か黒）を選ぶ」というルールで色を選ぶと、見やすい印象になります。つまり、背景と文字色はなるべくコントラストをつけると良いということです。

この解決法に沿って直したものが右の作例です。文字が背景とケンカしたり溶け込んだりせず瞬時に目に飛び込んできて、視認性がぐっと高まります。すっきりと見やすくなりました。

文字色と背景のコツ②

スライド資料では
ほんの少しくすませる

BEFORE

くっきりぱっきりスライドの場合

こうして見ると悪くない気もするが、スライドで見ると、コントラ

ストが強くて背景の白がちょっとまぶしく感じるかも



真っ白と真っ黒

ドギツイ印象にならないように
コントラスト差を減らそう少しくすんだ色を選ぶと
やわらかでスタイリッシュに！見た目の印象としても、
もう少しセンス良く見
せたい

真っ黒と真っ白の組み合わせも本当は良くない!?

文字色は黒、背景は白が基本だと本書では説明しており、実際、読者の中にもこうしている人も多いでしょう。

しかし、実は、「真っ白」も「真っ黒」も、プレゼンでのスライド資料では決してベストではありません。白も黒も、**ほんの少しくすませる**ことをオススメします。なぜなら、コントラストが強すぎると、目がチカチカするからです。

スクリーンは、投影機が生み出した人工的な光が反射されて目に入ってきます。さらに、スクリーンに投影する際は、周りの照明も落とすので、より集中的で強い光が目飛び込んでくることになります。そのため、**少しくすませてコントラストを弱めたほうが、目にやさしい**のです。

本書は紙でできているため、作例を見ても効

POINT

- ▶ スライドの場合は、背景と文字色のコントラストが強いと目がチカチカする恐れがある
- ▶ 少しくすんだ色にすると、目にやさしい
- ▶ くすんだ色は、初心者でもセンス良くまとめやすいという効果も

文字の見やすさをキープしたまま、おだやかな印象になった

AFTER

くすませなじませスライドの場合

薄い灰と濃い灰

ドギツイ印象にならないように
コントラスト差を減らそう

少しくすんだ色を選ぶと
やわらかでスタイリッシュに！

背景、文字、見出し部分の色がなじんでまとまりよく見える

果がわかりづらいかもしれません。それは、「紙から反射される光」と、「スクリーンから反射される光」は全然違っているからです。紙の場合だと光が反射して目に入ってくるので、スライドほど強い光ではないため、真っ白な背景に真っ黒な文字でも問題ないのです。

なお、くすんだ色の背景と文字は、「**どぎつい印象**」から「**やわらかな印象**」へ変え、**デザ**

イン的にもセンス良く見えやすいという効果もあり、初心者にもオススメです。鮮やかな強い色はそれだけで印象が強いので、組み合わせる色が難しく、どうしてもどぎつい印象になりやすいです。少しくすんだ色のほうが色同士がなじみやすいので、色を組み合わせやすく、簡単に見栄え良くまとめやすいのです。上の作例も、右のほうが統一感があります。

色をもっと効果的に使うには？

色のイメージを使えば 資料を効果的に演出できる

SAMPLE 1

最低限覚えておけば役立つ色の効果

多くの人が思い浮かべる色のイメージを使う

それぞれの色に適した表現

赤 停止・禁止・誤り・高温の表現

黄 緊張・注意・苛立ちの表現

緑 許可・安全・正しさの表現

青 集中・失望・低温の表現

自分の表現目的に応じて使い分けるのがコツ

色を持つ「印象」を利用する

色使いの応用編です。資料では、使う色を限定するのが基本ですが、それだけだと表現に限界があります。**必要な場面でのみ制限を取っ払って、色の特性を効果的に使っていく**とワンランク上の資料が完成します。

色の特性は皆さんの潜在意識にありますので、わざわざ覚える必要はないかもしれません。「赤色にはこういったイメージがありますか？」

と周りの人に聞いてみると、「あたたかい」「危険」など、ある程度共通の答えが返ってくるでしょう。そういった、多くの人が持つ色のイメージを使うのです。すると、**色から連想されるイメージによって、内容をより直感的に理解してもらいやすくなります。**

例えば、上の右の作例のように温度や正誤、または性別などによって色をつけることで、瞬

POINT

- ▶ 必要なときだけ、限定的に色の特性を使おう
- ▶ 内容に合わせて、イメージが合う色を使うと、内容が即座に伝わる
- ▶ 配色の基本ルールと組み合わせて色を選ぶことでより効果的な資料になる

温度や正誤を色で表現
することで、より直感的
にわかりやすくなる

SAMPLE 2

内容に応じて色を変えるとイメージしやすい

色の特性を利用した例

水は**100℃**で水蒸気になる

水は**0℃**で氷になる

注意

沸騰した水には触らないでください！



正しい例



間違った例

文字を全て読まなくても直感的に伝えたいことがわかり、親切

間的にイメージが伝わります。また、「落ち着いている」「カッコいい」「明るい」など、**スライド全体が与える印象もコントロール**できます。代表的な色別の表現を上の左の図にまとめているので、参考にしてください。

私の場合、スライドに集中してもらい落ち着いた印象を与えたいので、メインカラーを青系にしています。そして重要な箇所には注意を引

きたいので、アクセントカラーには注意を表現する黄色系を選んでいきます。もちろん、71ページで解説した色相環による方法にもっとって青の補色でもある色を選んでいたので、見た目の印象も整っています。

見た目の良い配色と色の効果の両方を組み合わせると、より効果的な資料にすることができます。



強調

伝えたいことをもっと目立たせたい

スライドごとに キーワードを見つけて強調しよう

BEFORE

箇条書き部分があまり目に留まらない

内容は簡潔に整理されているが、1～4の箇条書きに強弱がない

め、理解するためすべて読み込む必要があり、理解に時間がかかる



強調方法を知らない場合

キーワード発見と強調方法

- ① スライドごとに何を伝えたいのか考える
- ② ①をもとにキーワードを選ぶ
- ③ キーワードが6～7個以上なら絞る
- ④ あらかじめ決めていた強調方法で強調する

伝えたいことは何なのか？ まずはキーワードを捉えよう！

KISSの法則にのっとってシンプルな見た目にしても、メリハリのない文では「何を伝えたいのか」はしっかりと伝わってきません。そのため、特に伝えたいポイントを見ための工夫で強調する必要があります。

例えば上の左の作例を見てください。内容はよく整理されています。しかし、「キーワード発見と強調方法」という見出しは目に入ってきた

ますが、1～4の箇条書きで記されている肝心の中身は、あまり頭に入ってきませんね。これは、メリハリがなく目に引かれるポイントがないためです。改善するには、「特に伝えたいポイント」を見つけ出し、強弱をつけることで、情報の優先度をわかりやすくする必要があります。

しかし、適当に強調してはよくわからな

POINT

- ▶ メリハリのない文・見た目では重要なことが伝わらない
- ▶ いきなり強調するのではなく、まずはキーワードを見つけよう
- ▶ キーワードは多くしすぎず、絞り込む

AFTER

重要ポイントが目に残る

強調方法を覚えた場合

キーワード発見と強調方法

- ① スライドごとに**何を伝えたいのか**を考える
- ② ①をもとに**キーワード**を選ぶ
- ③ キーワードが**6~7個以上**なら絞る
- ④ あらかじめ決めていた強調方法で強調する

箇条書きの行ごとに、
キーワードが強調されて
いて目に留まる

い資料になってしまいます。なんとなく「大事そう」だと思った箇所を何も気にせず強調していくと、無尽蔵に強調箇所が増えて強調だけの資料になることも……。

まずは、スライドごとに何が伝えたいのかを再考し、**キーワードを見つけてみましょう**。そのキーワードを強調することで、相手に何を伝えたいのかを理解してもらいやすくなり、メモ

をとってもらうべき点としてもわかりやすくなります。

ただ、**キーワードが多くなりすぎないように、ある程度絞ってください**。キーワードが多すぎると、情報の強弱がなくなってしまい意味がなくなるので注意しましょう。キーワード数は、スライド1枚につき、最大4個程度と目安を決めて作成するのがオススメです。

文字の強調のルールが知りたい

基本は「太字」 長文のみ「下線」で強調

BEFORE

文字の強調方法を誤った場合



文字の強調方法

B

太字

タイトルや強調したい箇所に限定的に使用するとよい

I

斜体

欧文で強調したい箇所に使うと効果的

U

下線

本文や比較的に長い文章で強調したい箇所に使うと効果的

S

文字の影

印象の変化が微妙で、滲んだ印象になりやすいため非効果的

斜体や文字の影を使う
と、目立たずごちゃご
ちゃした印象にも…

状況に適した強調方法を覚えよう！

テキストの強調方法には、「太字」「斜体」「下線」「文字の影」の4つがあります（ワードアートは目立つように感じますが、30ページで解説したとおり論外です。絶対に使ってはいけません）。

まず「太字」は、タイトル・見出しなどの目を引く部分に使います。そのほかに、重要だと思えるキーワードに使います。一番差異が出やす

いので、メインは太字を使っていくことがオススメです。

次に「斜体」ですが、これは英文主体の資料を作成するときのみ使います。英文の強調には効果的でしょう。日本語ではフォントの形状が変わってしまい読みにくい印象になるので、あまり使わないようにしましょう。

「下線」は、比較的に長い文章を強調するとき

POINT

- ▶ 「太字」は差異がわかりやすいのでメインで使う
- ▶ 長文を強調するときのみ「下線」を使う
- ▶ 「斜体」は英文主体のときに使える

一番目立たせたい部分
は太字、長い文章には
下線を使う

AFTER

太字と下線で統一すると見やすい

文字の強調方法

B

太字

タイトルや強調したい箇所に限定的に使用するとよい

I

斜体

欧文で強調したい箇所に使うと効果的

U

下線

本文や比較的長い文章で強調したい箇所に使うと効果的

S

文字の影

印象の変化が微妙で、滲んだ印象になりやすいため非効果的

に使います。長い文章に太字を使うと、重くてゴテゴテしてしまい、読みにくい印象になる上に見た目美しくありません。どうしても文章が短くできないときは、これで重要な部分を強調するといいいでしょう。

最後に「文字の影」ですが、これは使いません。一見、カッコイイかもしれませんが、他の文字との差異が少なく、強調にはほど遠いもの

です。変化がわかりにくいものを使用するのは強調の意味がありませんし、デザインの見た目としても、バラつきが出てしまいます。

基本的には、「太字」、長い文章には「下線」を使うといいでしょう。ただし、1つの文章の中に太字と下線が混在するとどちらが重要なかわかりにくくなってしまうので、混在は控えたほうが良いでしょう。



強調

数字を効果的に見せる方法は？

数字は大きく！ 単位は小さく！

BEFORE

内容がよくても台無しな資料



平坦な文

この書籍の購入者のうち
99%の人のスライド作成技術が向上



是非本書をスライド作成バイブルに！

「99%」と印象的な数字が使われているが、効果が感じられない

大切な数字は大きくして説得力アップ！

ビジネスや研究などあらゆる分野で、数字は物事を説明する上で、訴求力や説得力を高める大事な要素です。最近では文章においても、数字を使って説得力を増すテクニックなども紹介されています。

しかし、どんなに重要な数字であっても、メリハリのない平坦な文で表現してしまっただけでは効果的とは言えません。せっかくの重要な要素な

のですから、**数字は特に大きく**することを意識しましょう。スライドの説得力をさらに高めることができます。

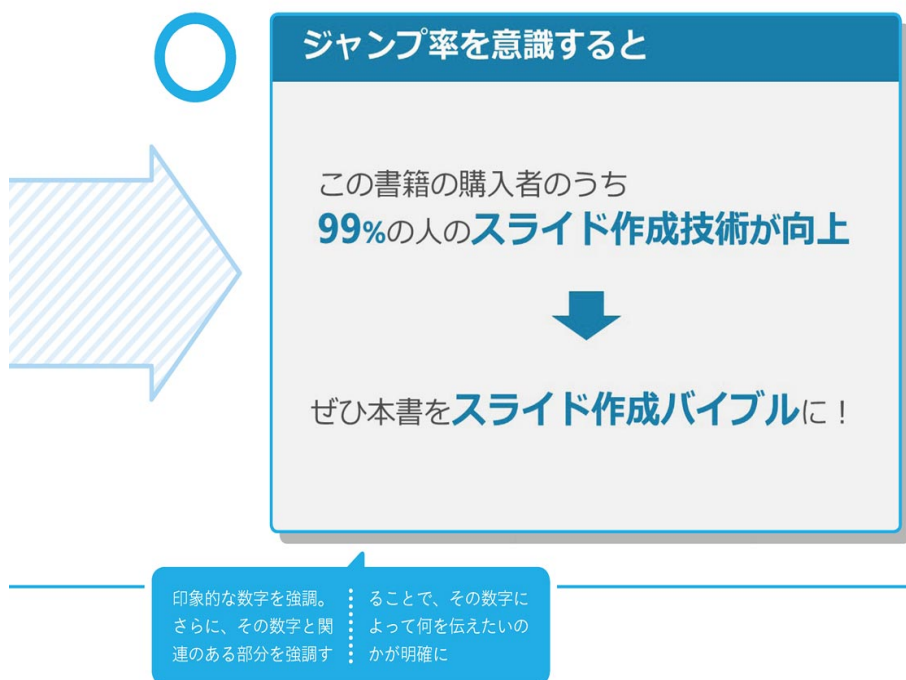
また、数字だけでなく、**数字と関わるキーワードも大きく**することが重要です。82ページで説明したようにキーワードが目立って重要なポイントが伝わりやすいというだけでなく、「数字と関係がある文章である」ことも強調さ

POINT

- ▶ 重要な数字は大きく強調すると効果的
- ▶ 単位は小さくしてジャンプ率を高めると数字が際立つ
- ▶ 数字だけではなく関係のあるキーワードも必ず強調

AFTER

説得力がある印象に変化



れるので、その数字の大切さや意味が理解しやすくなります。

ポイントは、**数字の後ろにある単位を小さくすること**。数字と単位のサイズ差（ジャンプ率）を大きくすることで、より数字が際立って見えます。また、見栄えという意味でのデザイン性も向上します。

なお、半角数字のフォントは日本語フォント

とは別のフォントですので、何もしないままでは、文字のサイズ差があり少し小さく見えてしまいます。36ページで解説したように、まずは、フォントの設定で和文は「メイリオ」、数字部分は「Segoe UI」の組み合わせにして文字のサイズ差を減らしましょう。その上でさらに数字を大きくすると、数字がしっかり大きくなり、見栄えが良くなります。

箇条書きがワンパターンになりがち

箇条書きは記号を使わず スマートに表現する

BEFORE

情報にメリハリがない



何の変哲もない箇条書き

- 視覚的な目立ちやすさ
 - 重要性に応じて変える必要がある
 - コントラストを付加する場所
 - 見出しやまとめ、重要なキーワードなど
 - コントラストを付加する手段
 - 文字の太さ、サイズ、色、下線など
- まずは太字にするのがベター

行頭に記号が用いられ、
箇条書きの体裁にはな
っているが、行間など
も均等で、情報の強弱
がないので意外と読み
にくい

コツは「強調」と「グルーピング」

箇条書きは、行頭に記号をつけて、説明したい内容をいくつかの項目に分けてわかりやすく表現することに向いています。

記号を文章の先頭につけるだけで項目を列挙できるため手軽ですが、「頭に点がついているから、わかりやすく感じる」だけに留まってしまいがち。実際には、大して見やすくなかったり、記号があることでかえって情報量が増えて

スマートさに欠けることも……。上の左の作例もメリハリに欠け、やたらと記号が多く見えます。

それよりも、もっとわかりやすい方法があることを覚えてください。思い切って点を無くしてみましょう。「記号なしでどうやって？」と思ってしまうかもしれませんが、**項目自体を目立たせることで、項目がいくつあるのかがひと**

POINT

- ▶ 先頭に記号をつけた箇条書きは、意外と効果的ではない
- ▶ 記号を用いず、「項目自体を太字や色で目立たせる」と考える
- ▶ 同じ項目は近づけ、異なる項目同士は少し離してグルーピング

記号は使われていないが、項目自体を強調した上で項目ごとにグル

ーピング。説明文のキーワードは下線で強調して見やすく

AFTER

スマートにメリハリがついた

むしろ箇条書きでなくてもよい

視覚的な目立ちやすさ

重要性に応じて変える必要がある

コントラストを付加する場所

見出しやまとめ、重要なキーワードなど

コントラストを付加する手段

文字の太さ、サイズ、色、下線など
まずは太字にするのがベター

目でわかるようになります。

やり方は簡単。文字を太字にする。文字を大きくする。さらに色を変えてもいいかもしれません。そして、さらに「**項目ごとにしっかり余白をとって離す**」ことも重要です。62ページで解説したグルーピングの手法を組み合わせることで、**他の項目と混同しないようにする**ことができます。

これだけで、頭に記号をつけた箇条書き以上に、項目列挙をわかりやすく表現することができます。上の右の作例のほうが効果的な箇条書きになっているとわかるはずです。

ただし、これはスライド資料のような「情報を凝縮して、大きく見せるような媒体」に向いている手法です。A4の文書などでは、記号を用いた箇条書きの方がスマートです。

スマートな小見出しの付け方は？

小見出しは できるだけ増やさない

BEFORE

並列でない見出しが箇条書きに

無駄に見出しが増える
ことで、情報量も多い
印象に



少しおかしい？小見出し

- 小見出しのよくある作り方
 - － 小見出しはよく箇条書きの記号で作られていることが多いです
- その理由
 - － 編集画面のデフォルトが箇条書きで開始されるようになっているため

小見出しは基本1つ！

たまたま、1枚のスライドに、あれもこれも説明したくなって、何個も見出しを作っている人がいます。こういった人は意外と多いのですが、実は情報が増えてしまうのであまりオススメできません。

スライドは何枚使っても場所を取らないので、列挙する必要がなければ、**小見出しは1つに留めましょう**。列挙する必要がある場合や、どう

してもスライドを分けるのが難しい場合は、KISSの法則に反しない程度、具体的には2～3つに絞るのがオススメです。

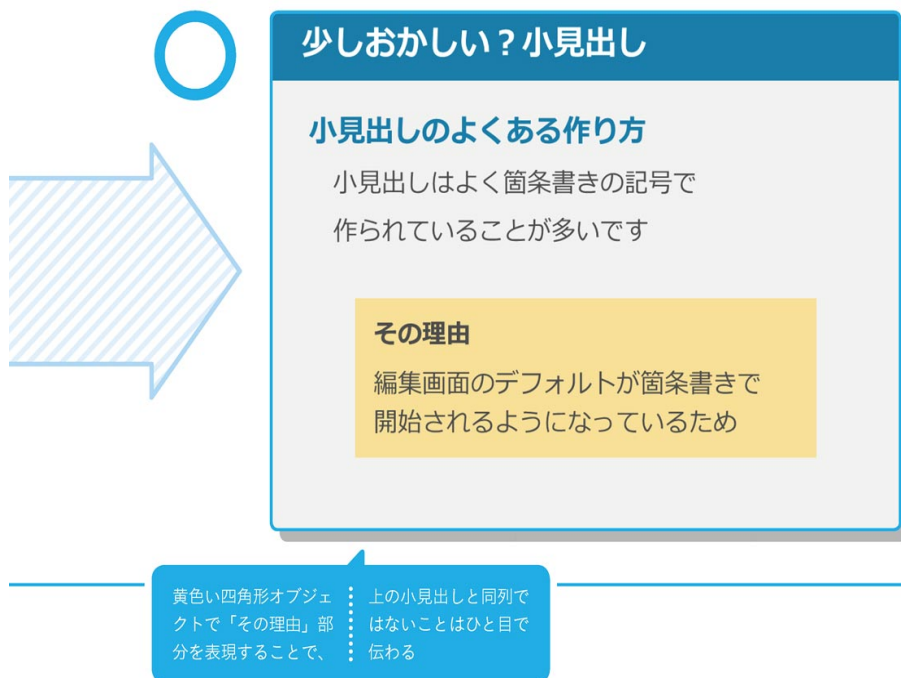
また、**内容の構造に応じて小見出しの表現を変える**必要があります。例えば、作例のように、同じ小見出しにする必要がないものもあります。作例の「その理由」という小見出しは、「小見出しのよくある作り方」という小見出しに付随

POINT

- ▶ 1枚のスライドに沢山の小見出しがあると読みづらい
- ▶ 必要な場合を除き、1枚のスライドに1つまで
- ▶ 構造に応じて見出しの表現は変更するとわかりやすい

AFTER

内容に応じて小見出し表現を変更



している情報です。そのため、同列の要素として箇条書きで表現した見出しデザインは不適切です。この場合は、「その理由」部分を四角形のオブジェクトなどで異なるデザインの枠をつけた表現に変えると、「小見出しのよくある作り方」の配下に付随していることがわかりやすくなります。あえて文頭を揃えず、やや右にずらしていることで、同列ではないことをさらに

わかりやすくしています。

また、小見出しが1つなのに箇条書きの記号をつけても意味がわからず誤解を招くので、箇条書き用の記号も削除しておきましょう。見た目もすっきりします。

小見出しは、必要でなければ1スライドに1つ、構造上、並列か並列でないかで表現を決めると覚えておきましょう。



強調

オブジェクトを用いた強調方法が知りたい

オブジェクトの枠線は太くしない

BEFORE

枠線を太くするとゴテゴテする



エッジは認識しにくさの原因

エッジ太め

エッジあり

枠線が太いと、オブジェクトの中の文字を認識しづらくなる。また、

オブジェクトと背景の色の差異を感じにくく、色の意味があまりない

背景色か細い枠線で目立たせる

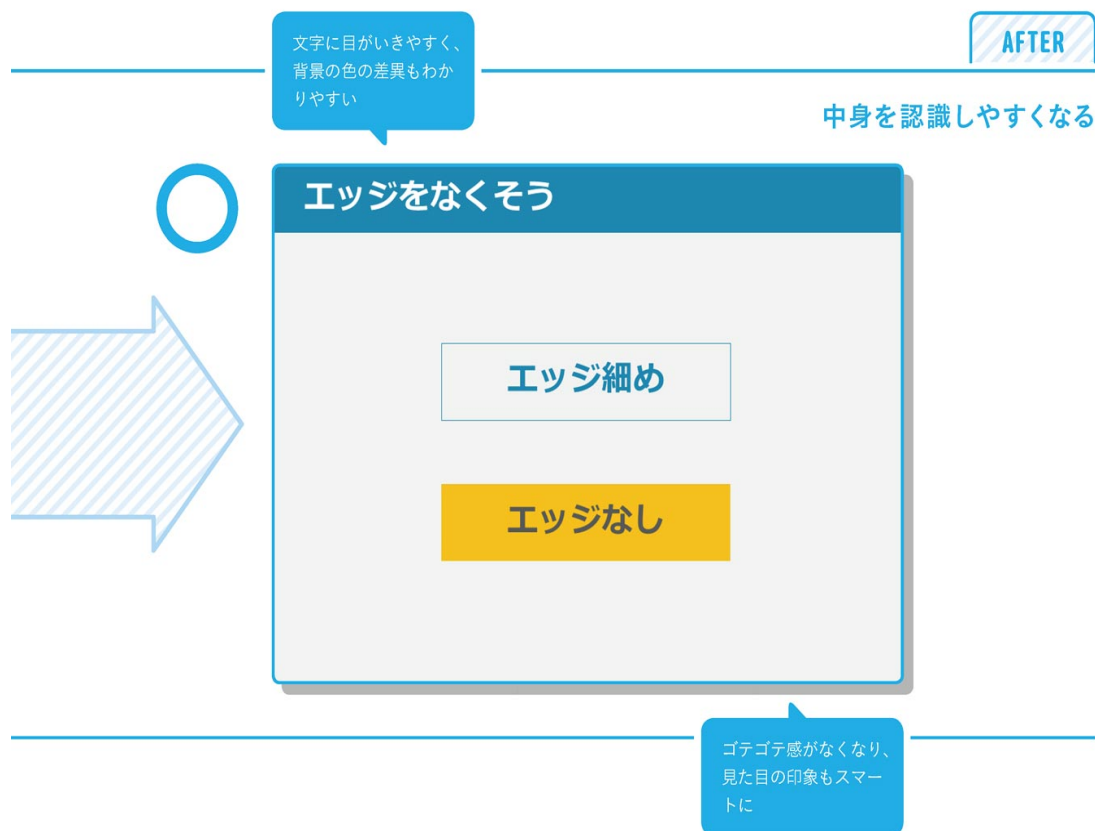
四角形などのオブジェクトには枠線をつけられる機能があります。枠線で文字を囲むことでの強調はやってしまいがち。ですが、これも隠された罠です。スライド資料では、**オブジェクトの枠線は基本的にはなくすか、細くすること**をオススメします。

人間はものを輪郭から認識し、その次に中身を認識します。輪郭が目立っていると、中身よ

りもそちらに目がいってしまいます。輪郭、つまり枠線がなければ、輪郭の認識をスキップして、まず最初に中身を認識しようとします。そのため、枠線はなくすか、または細く目立たないほうがよいのです。伝えたい情報は、オブジェクト自身ではなくて、オブジェクトの中身に書いた情報なはず。内容を目立たせたいのに、枠線ばかりが目立っては本末転倒です。また、

POINT

- ▶ あくまでオブジェクトの「中身」を目立たせる
- ▶ 枠線を太くすると中身に目がいかなくなる
- ▶ 枠線をつけずに塗りつぶすか細い枠線にする



見た目もあまり美しくありません。

オブジェクトを強調したい場合は、**メインカラー**か**アクセントカラー**で背景を塗りつぶすか、**細い枠線をつける場合は背景に色をつけないようにする**と、デザイン的にもゴテゴテ感が減り、すっきりした印象にもなります。

なお、オブジェクトだけでなく、表も枠線がつきまといま。表の枠線もできるだけ細くし

たり、背景色を行ごとに変えたりして区分けを
すると見やすくなります。見栄えとしても、枠
線が細いほうがスタイリッシュな印象に見えや
すいです。枠線同様、フォントについても同じ
ことが言え、文字が細いほうがスタイリッシュ
に見えやすいですが、スライドで細いフォント
を使うと見づらいことがありますので、メイリ
オ以外を使う場合は注意しましょう。

COLUMN

文字の形って変えてもいいの？

意味のない文字の変形や
文字間変更は避けよう

見栄えがいいのは初期設定

文字は、変形や文字間によっても読みづらくなることがあります。文字の形や文字間が異常だと、文字そのものや単語のまとまりがわかりづらくなるからです。初期設定で読みやすい状態になっているので、「目立たせたい」「文字が収まりきらない」などの理由で変形や文字間変更は行わないようにしましょう。

文字変形は「ワードアートのスタイル」の「文字の効果」で設定します。様々な文

字のデザインを適用できるのでついやってしまいたくなりますが、文字の余計な装飾同様、ほぼ全ての設定が見づらくなる原因になりますので、使わないようにしましょう。

文字間は「ホーム」にある「AV」と書いてあるボタンから設定できます。「均等割り付け」は文字揃えのボタンの隣にあります。特に意図がなければこれらも使わないようにしましょう。

通常設定の文字に比べて

縦長にしたり
田形に配置して
みたり
横長にしたり
均等割り付けをしたり
字間を意図なくせめたり
ひろげたりするのは
読みづらくなる原因になります。

LESSON 3

スライド全体の デザインを 決めよう



1枚ごとにゼロから
デザインを作るのは面倒

ベースデザインを 作ればラクラク

いちいち作る手間を省こう

「LESSON2までの解説を読んだものの、いちいち1枚1枚のスライドをデザインするなんて面倒だなあ…」と、そんな風に思っている人は安心してください。PowerPointには、**全体のデザインを自分で作って、登録しておける機能**があります。

PowerPointには様々なテンプレートが登録されているので、それを使うという人も多いと思いますが、資料の内容やイメージに合わない

デザインも多いですし、本書で推奨している「見やすいデザイン」に合致するとも限りません。オリジナルのテンプレートを作って登録することがオススメです。一度登録すれば、**常に共通のデザインを使うことができ**、あとは内容を入れ込んで調整するだけ。1枚1枚ゼロからデザインする必要がなくなるので、デザインがスライドごとにふれることもなくなります。また、作業効率もアップします。

全部ゼロから作るのは非効率

伝わる資料

良い例

× 長文

忙しい

基本概念 1

1 Slide = 1 Message

スライド 1枚 を説明する時間はさまざま

↓

全体のスライド枚数にとられないこと

登録しておけば同じデザインで作れる

ベースデザイン登録

いちいち作る手間を省いて作業効率アップ

例えば、図形を右クリックして「規定の図形に設定」を
すると、図形を挿入しただけでデザインが適用されます。

図形の挿入

枠線なし

塗りつぶし

文字の色変更

登録すれば、次から
図形の挿入
だけでデザイン完成

スライドのサイズは何にすればいい？

スライドサイズは「4：3」を選ぶ

16：9はまだ普及していない

まず、スライドの大きさを決めておきましょう。近年はモニターやスクリーンは16：9が主流となりつつあり、PowerPointも、初期設定では16：9に設定されています。しかし、**モニターに比べて、スクリーンの16：9化はまだ普及しておらず**、プリントしたときも見づらいので基本的には4：3にしましょう。

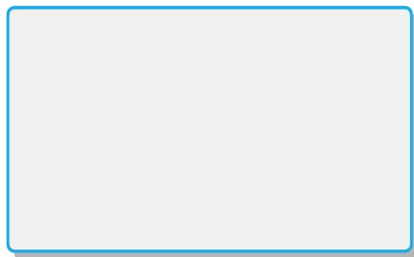
設定の仕方は、「デザイン」タブにある「スライドのサイズ」をクリックし、「標準（4：3）」を選択します。スライドの拡大縮小に関して、「最大化」か「サイズに合わせて調整」を聞かれますが、どちらでも良いです。今回は「最大化」にしておきましょう。

その後、編集画面のスライドが4：3になったことを確認してください。図のように少し横幅が狭くなっていれば問題ありません。

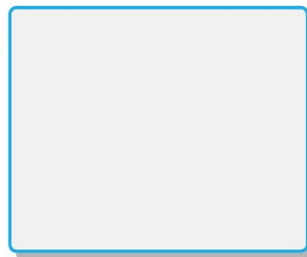
16：9から4：3に変更しておこう



16：9



4：3



スライド全体のデザインは
どこで設定するの？

全体のデザイン作りには 「スライドマスター」を使う

全てのスライドにデザインを適用

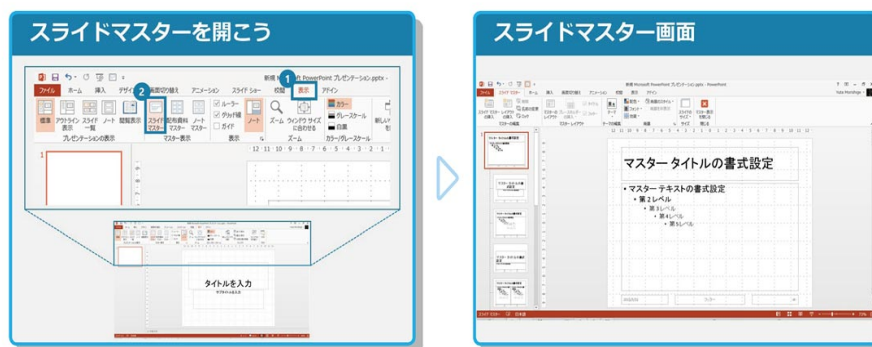
全体のデザインは、通常のスライド編集画面とは異なり「スライドマスター」という機能を使って設定します。「スライドマスター」とは、背景、色、フォント、サイズ、位置などをあらかじめ設定しておけるデザイン設計図のようなスライドです。ここでは、自分で決めたスライド全体の共通ルールを登録することができます。

やり方は簡単です。「表示」タブにある「スライドマスター」をクリックすると、あまり見

慣れない画面、「スライドマスター」が開かれます。この画面でデザインを決めると、全てのスライドにデザインが適用されます。

資料を作っていくうちに「見出しの色を変更したい」などと全体のデザインを変更したくなった場合も、スライドマスター画面を開いてデザインを編集すれば、全てのデザインに適用されるので非常に便利です。

スライドマスターを開いて編集しよう



まずは何から設定する？

配色とフォントは 事前に設定しておこう

配色を設定する

配色は「配色」→「色のカスタマイズ」の順にクリックし、「新しい配色パターンの設定」という画面で設定します。「ベースカラー」「メインカラー」「アクセントカラー」の3色を登録します。詳細は、LESSON2の72ページを参照しましょう。

この5つを設定すると覚えておこう



フォントの設定方法



フォントを設定する

フォントは、「フォント」→「フォントのカスタマイズ」の順にクリックし、「新しいテーマのフォントパターンの作成」という画面で設定します。

2章の内容を覚えていますか？ 本書では和文に「メイリオ」、英文に「Segoe UI」を使うことを推奨していますので、例のように上2つをSegoe UIに、下2つをメイリオに設定します。最後に、好きな名前を付けて、「保存」をクリックしましょう。これでこのフォントの設定が登録され、毎回フォントを変える必要がなくなりました。

英数字のフォントとしてSegoe UI、日本語文字用のフォントとしてメイリオを設定。見出し、本文の両方に設定します



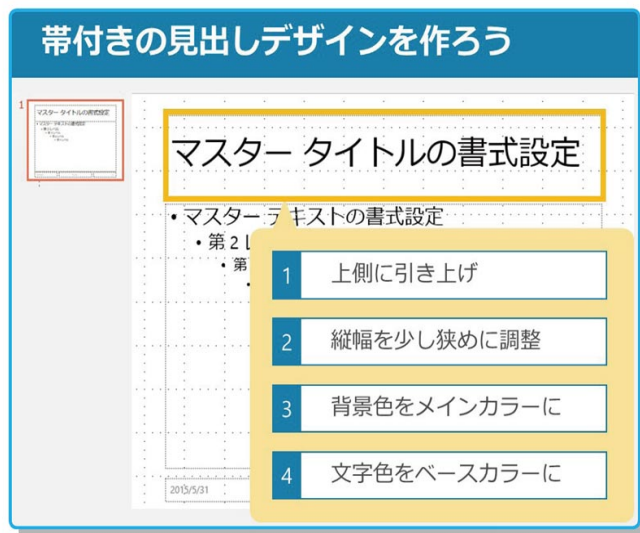
シンプルな帯付きの見出しデザインを作る

SAMPLE 1

見出し部分の位置と色を調整するだけ

帯にしたい部分をスライドの上端と左右両端にくっつけよう

帯付きの見出しデザインを作ろう



スライド全体のデザインを印象付ける

見出しのデザインは、スライドの全ページにわたって一番目立つ部分に登場するので、全体の印象を左右します。スライドマスターを使ってあらかじめデザインを決めておきましょう。
この部分はスライドのテーマを示す部分なので、メインカラー（テーマとなる色）を使うことがオススメです。

何もしない状態では、真っ白な背景に黒い文

字があるだけですが、今回は本書の作例と同じ、メインカラーを使ったシンプルな帯付きのスライドデザインにしてみます。

スライドマスターの編集画面の左側に、「1」というスライドがあるので、まずはこれを選択して、編集していきます。

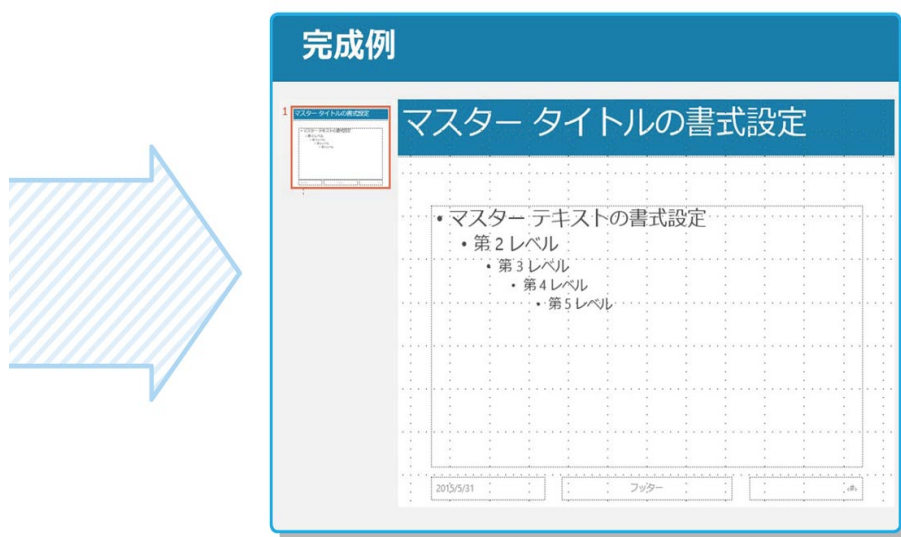
まず、「マスタータイトルの書式設定」とある部分を選択し、スライド上端と左右両端にび

POINT

- ▶ 「マスタータイトルの書式設定」部分をスライド上端と左右両端にくっつける
- ▶ 帯の縦幅が太くなりすぎないように、少し狭めに調整する
- ▶ 帯の背景色をメインカラーに、文字色をベースカラーにする

SAMPLE 2

帯付きの見出しデザインが完成



ったりくっつけるように配置します。さらに、そのままだと帯が太くなりすぎるので、縦幅を少し狭めに調整します。

その後、その部分の背景色をメインカラー（本書では青）、文字色をメインカラーに合わせて白か黒（本書では白）にします。背景色は、「マスタータイトルの書式設定」部分を選択した状態で、右クリック→「図形の書式設定」をクリ

ックし、「図形のオプション」画面で「塗りつぶし」を選択して色を変更できます。文字色は、文字全体を選択した状態で右クリックし、表示される文字設定のウィンドウで「フォントの色」を選択すれば変更できます。

すると、完成例のように、帯付きの見出しデザインが完成しました。後で色を変えたい場合は、スライドマスターで色を変えます。

インデントを調整して 見出しにゆとりを作ろう

BEFORE

全体的に窮屈

インデント無調整

インデントを空けないと
狭すぎて窮屈に見える。
見出しだけでなく
図形内のテキストも同様。

初期設定だとインデントが狭すぎる

見出し文字の開始位置を少し右へ動かす

帯をデザインしても、このままでは帯の中の文字が左に寄りすぎて見えます。そこで、**インデント（文字の開始位置）**を調整します。設定の仕方は様々ありますが、今回は直感的に操作できる方法を紹介します。

まず、「表示」タブで「**ルーラー**」にチェックを入れます。すると、編集画面上部に目盛りのあるモノサシのようなものが出てきます。こ

れがルーラーです。

帯内の文字をクリックすると、ルーラーに砂時計のようなマークが表示されます。その砂時計の下にある四角形をクリックしたままドラッグすると、文字開始位置を直感的に移動できます。今回はルーラーの目盛1に相当する部分まで移動させました。文字の左側に余裕ができ、調整前よりも少しゆとりが生まれます。

POINT

- ▶ 何もしないと見出しの文字が左に寄りすぎてバランスが悪い
- ▶ ルーラーを表示すると直感的に操作できる
- ▶ ルーラーの目盛 1 つ分文字開始位置を移動させるとゆとりが生まれる

AFTER

文字の左側が少し空いて窮屈感が解消

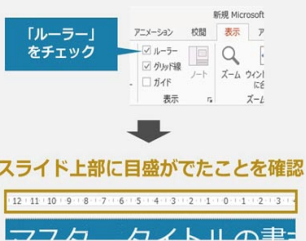
ゆとりが生まれて見やすい

インデント調整済み

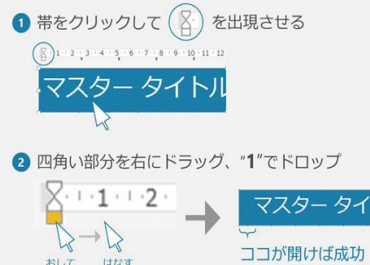
インデントを空けないと狭すぎて窮屈に見える。見出しだけでなく図形内のテキストも同様。

ルーラーの目盛りを基準に動かそう

インデントを調整しよう



インデントを調節しよう



スライド番号が人の頭で隠れてしまう

スライド番号は 見やすい位置に

BEFORE

視認性が悪すぎる

小さすぎてバツと見て
はぼろ気がつかない

ページ番号 無調整

小さくて全然見えないし
下の位置だと頭で隠れて
最後まで見えないことも

見出しの右横に配置しよう

スライド番号は、初期設定のままだと、サイズが小さくて見づらいです。また、位置もスライドの右下にあるので、プレゼンを行う場合、人の頭で隠れやすいです。右下は、一番最後に目線がいくところなので、プレゼンの終わりに、「スライドの何番について質問したい」と質問する際などにも番号が探しにくいというデメリットがあります。この問題を解消しましょう。

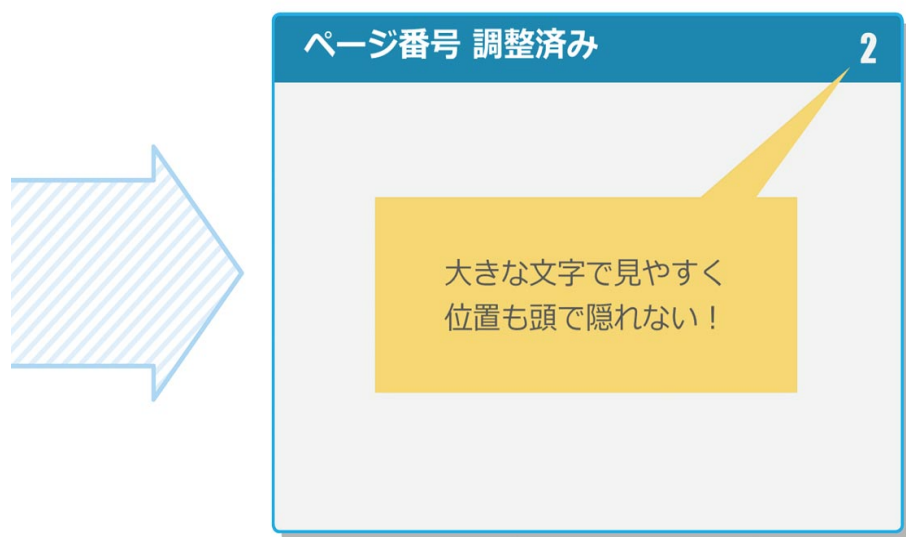
設定方法は、まずは右下に<#>というテキストボックスがあるので、これを選択し、見出しの帯の右端に移動します。このままでは文字が小さすぎるので、フォントサイズを大きくして（作例では44pt）、太字にし、遠くからでもはっきり見えるようにしましょう。すると、後からスライドを見返す際などにも必要なページを探しやすくなります。

POINT

- ▶ 初期設定ではスライドの右下にあってサイズも小さいので見づらい
- ▶ 見出し文字の右横に配置しよう
- ▶ 遠くからでも見やすいようフォントサイズを大きく(44pt程度)、太字にしよう

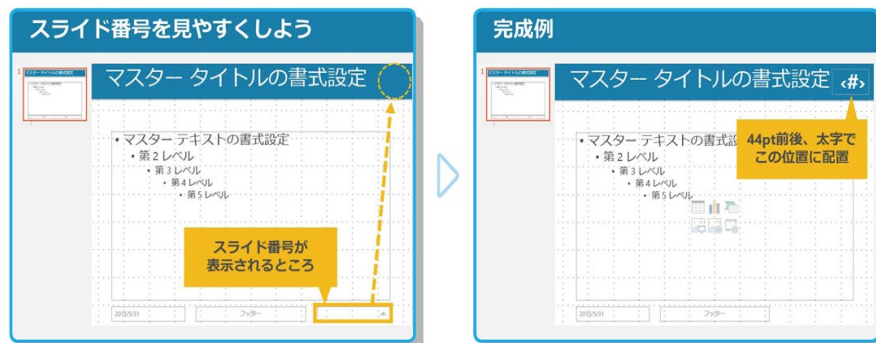
AFTER

見やすく便利



後から見返すときも探しやすく機能が高まった

目がいく位置に視認性の高い太字で配置しよう



箇条書きスペースを広げて見やすくする

BEFORE

スペースや空きのバランスが悪い

文字スペースの位置が
下がりすぎた上、変な
空きがある

箇条書きスペース無調整

スペースを上を広げていないと

- やけにテキストが下がっている
- スライド上部に中途半端な空きがある
- スペースがもったいない

下に図形を配置する場合は
窮屈になってしまうことも

箇条書きのテキストボックスを上を広げる

これまでのページで、見出し部分の帯を上に乗せたため、本文を入れる箇条書きテキストボックスがやけに下がって見えます。帯との間に中途半端なスペースが空いていると見栄えが悪い上に、スペースがもったいないです。箇条書きをする際は、**スペースが広いほうがグループビ**
ングなどが行いやすく見やすいので、あらかじめ広げておきましょう。

やり方は、箇条書きテキストボックスを選択して、少し上に引き伸ばします。初期設定ではフォントサイズが少し小さめなので、文字を全て選択して、文字設定ウィンドウを表示し、「フォントサイズ拡大」をカチカチと押して、2～3段階大きめに調整してください。

これでスライドのオリジナル基本テンプレートデザインが完成です！

POINT

- ▶ 初期設定より広い方が見やすく、編集もしやすい
- ▶ 箇条書きテキストボックスを少し上に引き伸ばしてスペースを広げる
- ▶ 「フォントサイズ拡大」機能で2～3段階文字を大きくする

文字スペースが広がり、
バランスの悪さや余計
な空きが解消された

AFTER

見やすく、編集もしやすい

箇条書きスペース調整済み

スペースを上を広げていないと

- やけにテキストが下がっている
- スライド上部に中途半端な空きがある
- スペースがもったいない

下に図形を配置する場合は
窮屈になってしまうことも

箇条書きスペースの調整方法

箇条書きを見やすくしよう

上に引き伸ばして
文字を大きくする

トルの書式設定 <#>

- マスターテキストの書式設定
 - 第2レベル
 - 第3レベル
 - 第4レベル
 - 第5レベル

▶

完成例

マスター タイトルの書式設定 <#>

- マスター テキストの書式設定
 - 第2レベル
 - 第3レベル
 - 第4レベル
 - 第5レベル

タイトルスライドはどうすればいい？

シンプルな タイトルスライドを作ろう

SAMPLE 1

インデントや背景色を調整する



メインカラー1色でシンプルに

ここでは、背景がメインカラー1色の、シンプルなタイトルスライドを作成します。ここまでの作業で編集した「1」のスライドのすぐ下に、「**タイトルスライドレイアウト**」というスライドがあります。タイトルスライドは、これを選択して編集していきます。すでに、ここまでの作業で作った全体のデザインがこのスライドにも適用されているので、それをベースに、

タイトルスライドだけ個別に設定を変えたいという作業になります。

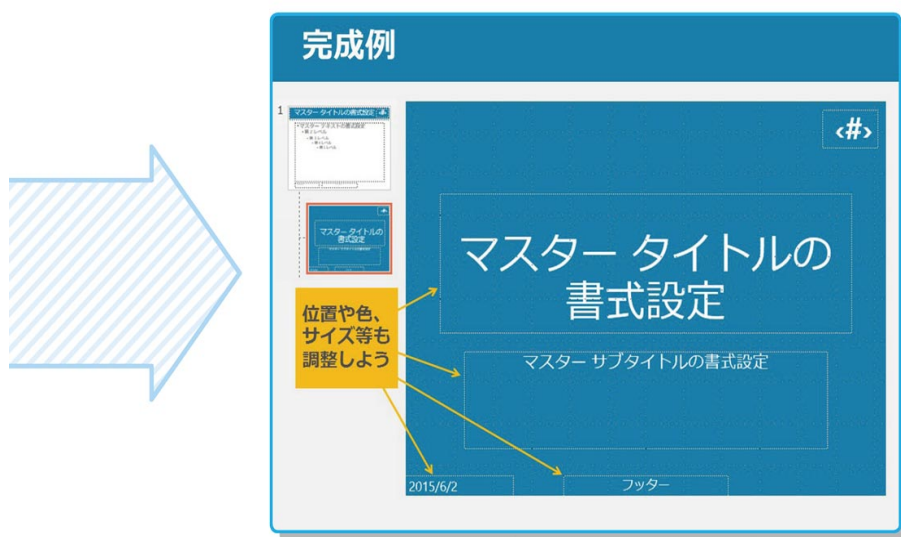
まず、「マスタータイトルの書式設定」内の文字を選択し、インデントをルーラーの0の位置まで（ルーラーには0とは書いておりませんが）戻しましょう。次に、「マスタータイトルの書式設定」の背景色を「塗りつぶしなし」にします。

POINT

- ▶ 「タイトルスライドレイアウト」でタイトルスライドを作る
- ▶ インデントを調整し、背景をメインカラーに塗りつぶす
- ▶ 作業完了後、スライドマスターを閉じるとスライドのデザインが変更されている

SAMPLE 2

メインカラー基調のデザインが完成



最後に、スライド自体の背景色をメインカラーにします。まずは「スライドマスター」タブの「背景のスタイル」をクリックし、「背景の書式設定」をクリックすると、「背景の書式設定」が表示されます。ここで、「塗りつぶし（単色）」を選択し、メインカラーを選択すると、背景色がメインカラーに変わります。

仕上げるに、他の部分の文字色や大きさ、位置

などを調整すればシンプルなタイトルスライドが完成です。

これでデザインの基本形ができましたので、スライドマスターを閉じて、いつもの編集画面に戻り、スライドのデザインが変わっているか確認しましょう。「スライドマスター」タブの「マスター表示を閉じる」をクリックすると、通常の編集画面に戻ります。

COLUMN

ベースデザインのコツ

PowerPointに元々ある
テンプレートは使えるの？

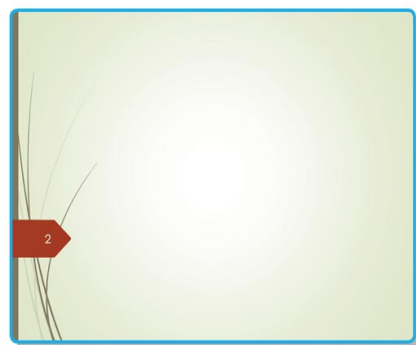
余計な装飾が多いので避けよう

PowerPointに元々登録されているテンプレートは基本的に使えないと思ってください。デッドスペースがあったり、無駄な模様が内容を邪魔したり、変なところが目立っていたりと、見やすい資料を作る上で問題が多くあります。コーポレートカラー（会社のイメージ）などもアピールしづらくなります。また、デザインが凝っているものが多いため、背景に目立つ模様やデザインが施されていることで、スライド内容を見づらくする場合があります。

人間は何かモノがあると、意識せずとも

それを認識してしまいます。「テレビが故障して画面端が変色していたら」「中古本のページの端に染みがあったら」などの場面を想像してみてください。いくら素晴らしい内容であっても気がそれてしまうと思います。既存テンプレートは見た目は綺麗かもしれませんが、そういった「染み」が隠れています。

私はこういった危なっかしいテンプレートを使うよりは、初期設定の白地のスライドを使うほうが、スライドを見る人に親切だと考えています。



LESSON 4

資料の見栄えが
良くなる！
表現の
テクニック



キーワードにインパクトを出したい

「おいおい大丈夫か？」 というくらい極端に大きくする

BEFORE

何の変哲もないスライド



効果的な文章装飾テクニック

文章の装飾の仕方ひとつで
インパクトを与えることができ、
長い文章があったとしても
キーワードが伝わりやすくなる。

極端な大きさ+創英角ゴシックでインパクト大！

強く伝えたいメッセージやキーワードがある場合は、ちょっとした強調表現ではなく、大きなインパクトを与える表現を使ってみましょう。やることは、「**キーワードを極端に大きく、書体を創英角ゴシック体にする**」。たったこれだけです。

まずは伝えたいキーワードを決めます。そのキーワードをとにかく大きくしてみましょう。

ちょっと大きくして強調したという大きさでは中途半端でインパクトが生まれません。作っている自分が「うわっ！ 大きいな」と感じるくらいが十分な大きさです。文字量やスライドのサイズにもよりますが、フォントサイズが80pt以上あると、強いインパクトが生まれます。

さらに、キーワードのフォントを「創英角ゴシック体」に変更しましょう。38ページで、「と

POINT

- ▶ 極端に文字を大きくしてインパクトを出す
- ▶ 創英角ゴシック体にしてさらにインパクトを強める
- ▶ メッセージ性の強いスライドでの表現に向いている

AFTER

強い主張を感じるスライドに変身

効果的な文章装飾テクニック

文章の装飾の仕方ひとつで

インパクトを与えることができ、

長い文章があったとしても

キーワードが伝わりやすくなる。

2つのキーワードを極端に大きくし、太く際立つフォントに変更した。たったこれだけで強いメッセージ性のあるスライドに変化した。

にかく人目についてほしい言葉」を表現する際に効果的なフォントだと紹介していますが、まさにとにかくインパクトを出したいというシーンに向いています。本来は、さらに太字にして強調したくなると思いますが、このフォントは太字非対応ですし、もともと太いフォントですので、そのまま使用すれば十分です。作例のように背景の色をアクセントカラーにすると、さ

らに強調できます。

今回のような見せ方は、メッセージ性の強いスライドには最適です。会社説明などであれば代表からの言葉や社訓、また何かの企画提案であれば、認識すべき現状やキャッチコピー、これだけは覚えてほしいこと、ユーザーの声などの表現に向いています。ここぞというシーンで使うと、力強さを与えることができます。

文章だらけのスライドを卒業したい

まずは作図の 基本パターンを知る

BEFORE

図の意味がない



作図が不十分な例

顧客へのアプローチ

弊社ウェブサイト上で
お客様が商品をクリックすると
弊社システムがその商品と一緒に売れた
商品を解析して
お客様に提案することで、
販売促進につながります！



文章を読まなくては何を伝えたいのかわからず、図の意味をなして

いない。図だけでは何を説明しているのかもわかりづらい

ちょっと待って！ その文章、図にできませんか？

1章でも述べたように、伝わる資料とは視覚表現が多い資料です。しかし現実には、長い文章を貼り付けているだけのスライドが世の中にはびこっています。物事をシンプルかつ正確に伝えるには作図することが一番です。図にすることで余計な情報（文章）を削ぎ落とせるので、文章での説明よりもわかりやすくなりますし、視覚的なインパクトも与えることができます。

作図というのは「センスが必要なのでは」と思われがちですが、基本のひな型がたくさんあるので、その中から選ぶだけでOKです。

頻繁に使用するのは「四角形」「囲み」「円」「矢印」「吹き出し」「フローチャート」「写真」「グラフ」「表」などです。これらのひな型は、どんなシーンでどんな風に使ってもいいわけではなく、目的に応じて使い分けることで、効果的な

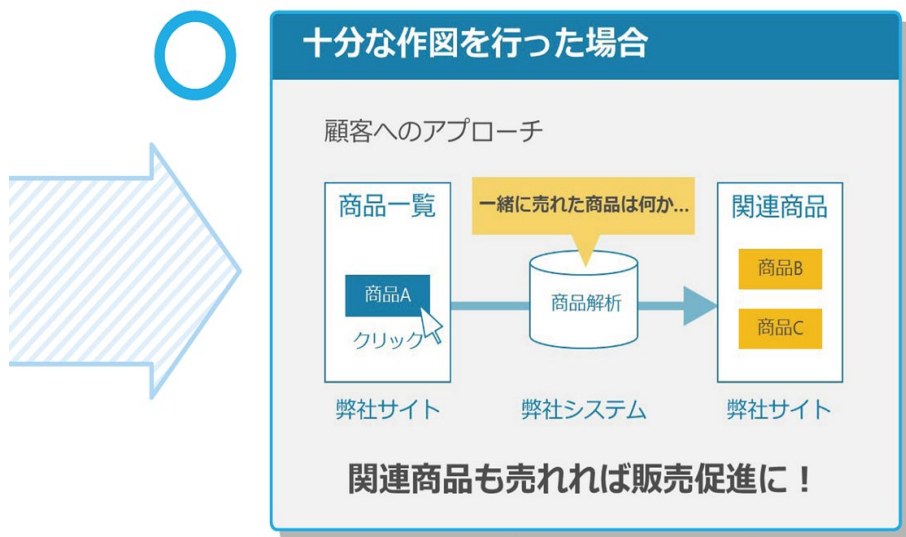
POINT

- ▶ 図にすると文字情報を減らせてわかりやすさがアップ
- ▶ 図を使った表現は視覚的なインパクトを与えやすい
- ▶ 基本パターンの組み合わせと配置のテクニックで直感的にわかるスライドを作る

文章を使わずに、どう
いったフローなのか、
図を組み合わせで説明

AFTER

図の組み合わせでわかりやすい



表現が可能です。まずはこの基本形を覚え、次のページからの用途に応じた使い方を覚えればOKです。

ただし、上の左の作例のように、添え物のように作図を入れて結局文章で説明してしまっただけは、直感的に内容を理解できないため意味がありません。比べて右の作例は、自社のサービスを導入すると、何をどのように、どんなフロー

で、どんな効果が得られるのかを図で解説しています。文字は各要素のキーワードだけにし、四角や円で表現して配置し、あとは吹き出しを加えたり、フローをわかりやすく説明するために矢印を加えたりしています。このように、配置のテクニックを使いながら、内容に合わせて作図を組み合わせることでパッと見て理解できるスライドを作ることができます。

四角形をうまく使うには？

「四角形」に文字を入れて 認識させる

BEFORE

要素をただ並べただけ



通常

社名：PPTスライドデザイン株式会社

代表：森重 湧太

資本金：100,000,000円

所在地：東京都〇〇区スライドタワー10階

情報としては整理され
ているが、情報が頭に
入ってこず、なんとな
く手抜き感も

四角形にテキストを入れるだけでわかりやすくなる！

会社情報などは、社名、創立、役員、資本金、従業員数、住所…と項目がたくさんあります。これらの項目について見せる場合、一覧性確保のため、できれば1つのスライドにまとめたところ。この場合はいくらKISSの法則を守るといっても、分割して書くのはよくありません。しかし、テキストだけで見せてしまうと、それぞれの要素が認識しづらくなってしまい

す。この場合、**多くの要素をいかに見やすくする**かが重要です。

複数の項目とその内容、それぞれを認識しやすくする方法は「**四角形2個並べ**」です。まず、四角形を2つ横に並べて、左に項目名、右には項目に対応する内容を入れます。四角形の背景色は、項目名のほうはメインカラー、内容のほうは白や薄いグレーなどにします。このセット

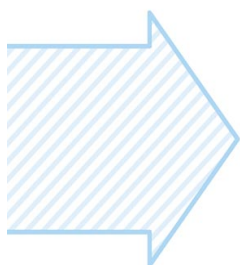
POINT

- ▶ 複数項目を一覧で見せる場合は、四角形に要素を入れる
- ▶ 四角形に文字を入れると、文字のみよりも情報が認識しやすくなる
- ▶ 角丸は印象を和らげられるが、やりすぎに注意

四角形で囲んで色をつけたただけなのに、情報が認識しやすい。

AFTER

1つ1つが認識しやすい



改善後

社名 PPTスライドデザイン株式会社

代表 森重 湧太

資本金 100,000,000円

所在地 東京都〇〇区スライドタワー10階

を、残りの項目分、コピー&ペーストして縦に並べて、文字を入力していただけます。

すると、文字だけで項目を列挙するよりも、四角形を作って書き込むだけで、要素ひとつひとつの存在が際立ち、内容との結びつきも可視化されて明確になります。

四角形2個並べを簡略化し、項目名のみ四角形で囲む方法もあります。こちらも見やすくな

ります。

四角形は、角を丸めた角丸四角形などを使うと、真面目な印象を和らげることができます。ただし、角の丸みを丸くしすぎると、ビジネスシーンには向かなくなることも。場面に応じて使い分けるようにしましょう。角丸四角形の使い方については、135ページでも詳しく解説しています。

囲み枠をうまく使うには？

囲みは写真や図の 「ピンポイント説明」で使う

BEFORE

この写真で何を伝えたいのかわかりづらい

パッと見では被写体が
何なのかわかりづらく、
ごちゃごちゃしている



写真をピンポイントで説明 | 改善前



ベトナムでは生姜をドライフルーツのように
したものをたくさん売っている

写真と文章の関連性が
わかりづらく、文章と
写真をよく見ないと
言いたいことがわから
ないため、写真を活か
せていない

ピンポイントで説明できる

図形の枠線を用いた「囲み」による強調テクニックは、基本的には、本書ではあまりオススメしません。それは囲み自体が主張してしまい、ごちゃごちゃした印象になりやすいからです(92ページ参照)。

しかし、写真などで見てほしい部分をピンポイントで説明するには最適です。そもそも、写真はさまざまな色や形が混在している図なので、

うまく使わないと効果を発揮しません。そのようにどこを見ていいのかわからない写真でも、**見てほしいポイントを囲むことで、見る人の視線をそこに誘導し、どこに注目すべきかをわかりやすくピンポイントで示すことができます。**

上の作例を見てください。囲みなしの場合、写真に写っている被写体の数が多いので、パッと見では、どこを見るべきなのかわかりません。

POINT

- ▶ 囲むことで、情報が詰まった写真のポイントを明確にできる
- ▶ 円や四角形などのシンプルな図形を使う
- ▶ 写真から浮き立つ色にしてなるべく目立たせる

AFTER

文章で説明している部分
を丸で囲むことで、
視線がそこにいくよう
になった

写真の見るべきポイントが明確に



写真をピンポイントで説明 | 改善後



ベトナムでは生姜をドライフルーツのように
したものをたくさん売っている

写真と文章の関連性が
明確になったことで、
写真が効果的に作用し、
内容が理解しやすい

写真の説明文には「生姜をドライフルーツのように売っている」とありますが、それが写真のどこを指しているのか、目を凝らして写真を見る必要があります。ごちゃごちゃとたくさんの物が写っている写真なので、プレゼン終了までわからないままの人もいるかもしれません。しかし、注目してほしい部分に囲みをつけると、自然とそこに目がいくので、説明文が写真のど

の部分の説明しているのか、ひと目でわかるようになります。

なお、囲みに使う図形は、**円や四角形などのシンプルなもの**が無難でしょう。星マークなど、凝った図形は写真を邪魔するので特に必要性がなければ控えましょう。囲みが写真に溶け込んでしまっただけでは意味がないので、なるべく写真の中で目立つ色にしましょう。

円を効果的に使う見せ方は？

箇条書きの番号は 「円」を自作する

BEFORE

初期設定の番号だと普通……



通常の番号付き箇条書き

- ① まずこれをやります
- ② つぎにこれをやります
- ③ 最後にこれをやります

番号の内容とテキスト
に差がなく、番号が目
がいかない

「手抜き感」をなくしてさらに見やすく！

PowerPointは、「ホーム」タブにある「段落番号」というところを押せば、番号のついた箇条書きを瞬時に作ることができます。忙しいときはこれでも構いませんが、通常の箇条書きの番号では、見た目もやや味気ない印象ですし、番号にあまり目がいかず、わざわざ番号をふる効果がないように見えます。

より整った印象を与えるには、円を使って自

作することがオススメです。

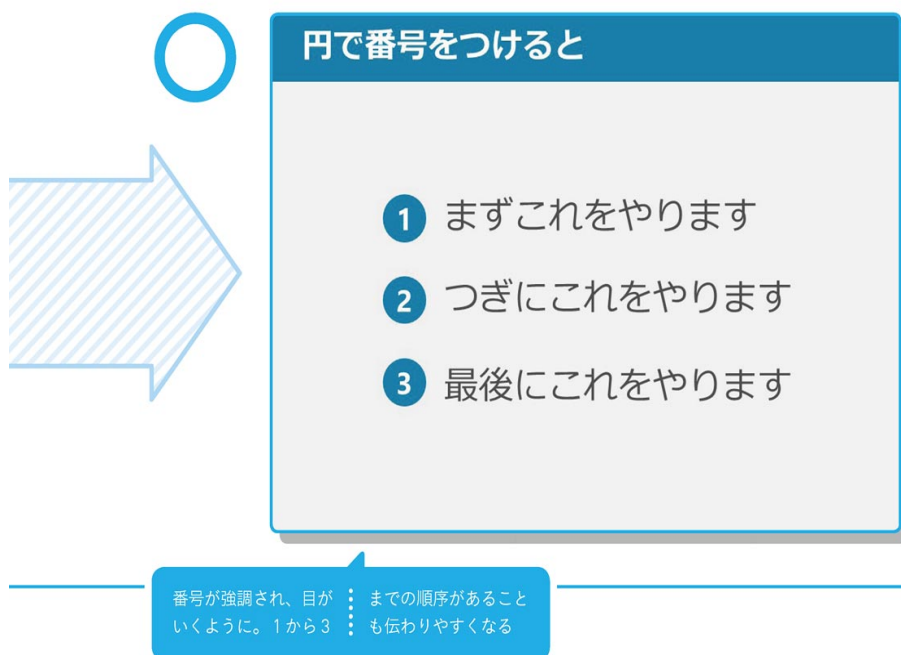
作り方は、**円を1つ作って縦にコピー**するだけです。コピーの仕方は「Ctrl+Shift+縦にドラッグ」です。作った円は、配置機能（61ページ）を使って等間隔に並べておきましょう。コピーできたら、円の中に数字を打ち込むだけでOKです。円の背景はメインカラー、文字は白か黒の見やすい方を選ぶと、デザインの見栄

POINT

- ▶ 番号の円を自作するひと手間で印象アップ！
- ▶ 円を作ってその中央に数字を配置しよう
- ▶ 円と数字、番号とテキストの位置を揃えよう

AFTER

番号が見やすく見た目も良い！



えとしてもまとまりやすく、視認性も確保できます。

この際、番号と円がずれていると美しくないなので、必ず**円の中央に番号を配置**しましょう。あとは、箇条書きのテキストを横に添えるだけです。これも配置機能を使えば瞬時にきれいに配置できます。また、円の番号部分と、横のテキストの上下がずれていると美しくありません

ので、中央で揃えるようにしましょう。

また、数字は必ず半角数字を使い、円の中にしっかり数字が収まる大きさに調整しましょう。数字以外に「Q」や「A」で作成すると、Q&A形式のスライドを作ることもできるので、応用としてぜひ使ってみてください。

このひと手間で、手抜き感がさっぱり消えてなくなります。



作図

手順をすっきり見せるには？

矢印は複数使わず 1つで見せる

BEFORE

矢印の数が多く煩雑な印象

狭いスペースに矢印がたくさんあって窮屈&ごちゃごちゃな印象に



矢印各間に配置

ステップ1

ステップ2

ステップ3

ステップ4

LESSON 4

表現

作図

矢印と四角形で手順を説明しやすくする！

手順などを解説する際、1つ1つの手順の間に矢印を1つずつ差し込む人も多いでしょう。しかし、それでは1つ1つの矢印が窮屈な印象に見えますし、矢印先端の三角形の部分の存在感が目立って、煩雑な印象です。

ここで見せたいのは手順の流れなので、すべての手順間に矢印を配置する必要はありません。
手順全体を貫くように1つの矢印を差し込むと、

すっきりと見やすくなり、かつ全体の流れがわかりやすくなります。

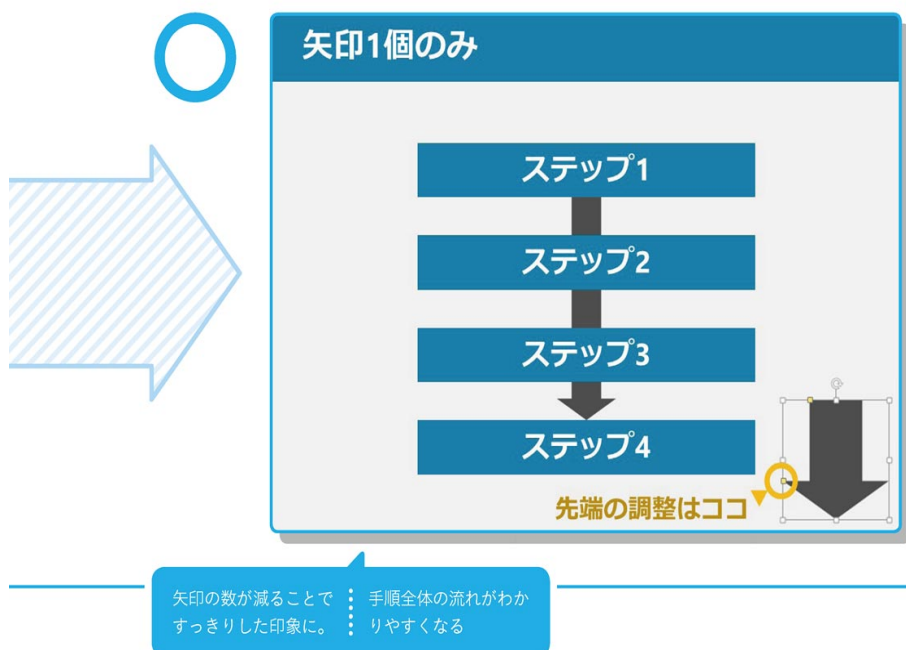
矢印は「線」の矢印ではなく、「**ブロック矢印**」を使ってください。今回の作例では、ブロック矢印の「下矢印」という図形を使用しています。線の矢印は細く、先端部分が見えにくいので、矢印の向きがわかりづらいです。なるべく使わないようにしましょう。

POINT

- ▶ 複数の手順に一本の矢印を差し込む
- ▶ 線の矢印ではなくブロック矢印を使う
- ▶ ブロック矢印の先端は、手順間のちょうど半分のサイズに

AFTER

1つの矢印で貫くとスマート！



操作のポイントとしては、各手順を示す四角形を縦に並べて整列した後、矢印を一番上の四角形からスタートして、一番下の四角形の上端に先端が付くように配置します。次に、矢印の先端部分が見えるように、先端の三角部分の大きさを調整します。先端の横付近に小さな黄色の点がありますので、これを動かして調整します。先端の三角の大きさは、**各手順間の余白の**

ちょうど半分のサイズにするときれいに見えます。最後に、矢印を右クリックして、「最背面へ移動」をすれば完成です。

矢印の色は、特に注目させる必要がなければ、手順の要素より目立つとごちゃごちゃしてしまうので、ベースカラーなどの目立たない色や、メインカラーを淡くした色がすっきりと見えて好ましいでしょう。

吹き出しの使い方①

注釈には「正方形／長方形」の吹き出しを使う

BEFORE

ひと目では注釈を見つけられない

注釈の位置が離れていて、すぐに説明内容を理解できず、不親切。この手法は本や書類のためのものなので、スライドには不向き



吹き出しなし

経営目的

当社は見やすいスライド※をお客様に提供することにより、会議や理解の時間を短縮することで企業の生産性を向上させることを目的としています

※話さなくても、誤解なく確実に伝わるよう設計されたスライド

注釈によって文字が増えてしまい、文字だらけな印象に

注釈は四角形の吹き出しを使おう

多くの方は、コメントや注釈を「※」マークを使って、空いたスペースに説明を書く傾向があります。しかし、この※マークを使った手法は本来は本や書類などのためのもの。瞬時に内容を理解してもらう必要のあるスライドでは、見る人にひと手間かけることになるので不向きです。また、文字量が増えた印象も与えます。こういった場合、可能な限り吹き出しを使いま

しょう。**吹き出しで視覚的にスペースを分ける**ことで、瞬時に補足的な説明だということが理解できるようになりますし、文字が多い印象も軽減できます。

ただし、PowerPointにはあらかじめ「吹き出し」という図形がありますが、これはオススメできません。思ったように吹き出しの先端位置を調整できず、見た目もあまりよくないから

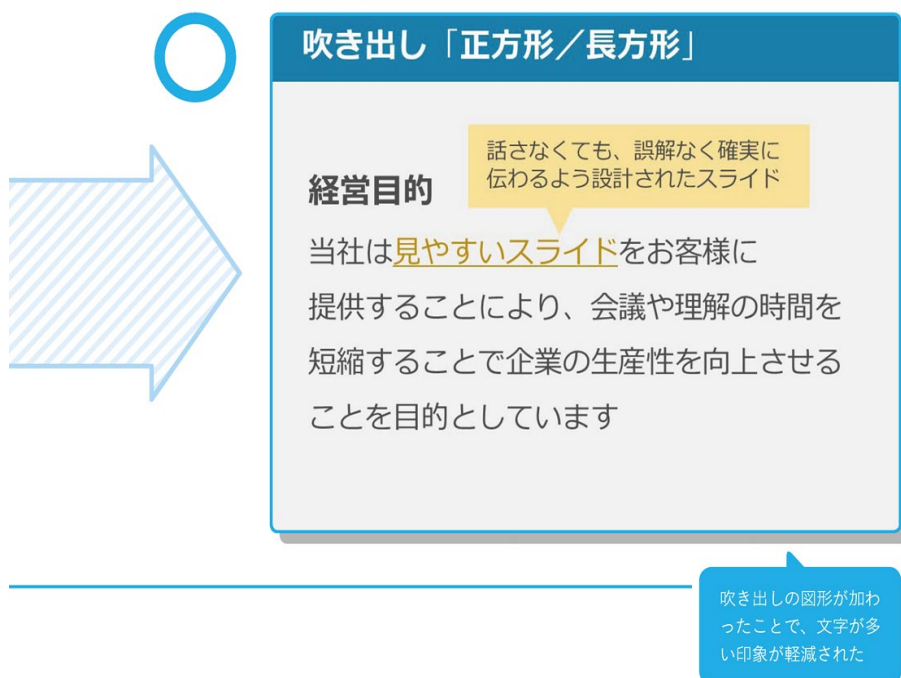
POINT

- ▶ 注釈は※マークより吹き出しを使ったほうが見やすい
- ▶ 四角形に小さめの三角形をつけて吹き出しを自作する
- ▶ 「正方形／長方形」の吹き出しは淡々とした説明的な印象になる

AFTER

吹き出しで注釈を加えたことで、説明したい内容が瞬時にわかるようになる

ひと目で注釈の意図を理解できる



です。吹き出しの先端部分は「三角形」で個別に作ると自分で大きさや位置を自由に調整できます。三角形はあまり大きくせず、小さめにするとうまくまとまりやすいです。その際、三角形と四角形をグループ化すると、移動や色変更が一括でできるので便利です。グループ化したい図形を選択した状態で右クリックし「グループ化」をクリックする（またはCtrl+G）

と行えます。吹き出しの枠線はなしにするとすっきりときれいに見えます。

吹き出しの四角形は「正方形／長方形」と「角丸四角形」の2種類があります。前者は淡々とした説明的なイメージに、後者はセリフのような印象になります。注釈のような補足的な説明に使用する場合は「正方形／長方形」がオススメです。



吹き出しの使い方②

「ユーザーの声」は「角丸四角形」の吹き出しで演出する

作図

BEFORE

リアリティを感じられない



吹き出しなし

ユーザーの声

Aさん 「本当に使い心地がいいです！
もう1年ほど愛用しています！」

Bさん 「高いなと思ったんですが、
買って良かったと思います！」

Aさん、Bさんのそれぞれのコメントとして掲載されているが、テキストだけではあまり人の存在を感じず、リアリティがない印象に

セリフ調にしてリアリティを演出！

プレゼンなどで、ユーザーの声などを使ってリアリティを出したり説得力をもたせたりする手法はよく使われます。しかし、上の左の作例のように、ただテキストでそのまま掲載しただけでは、あまりリアリティを感じられません。こういった場合は、「角丸四角形」の吹き出しを使いましょう。

角丸四角形の吹き出しは、セリフのようなイ

メージ、人が話しているイメージを与えることができます。今回の作例のような「ユーザーの声」や、また誰かのコメントなどを的確に表現するには最適です。さらに、人のアイコンなどを用意し、そこから吹き出しを出して、人のアイコンが話しているように設置すると、よりユーザーが実際に話しているかのようなイメージが強まり、わかりやすくなります。人のアイコ

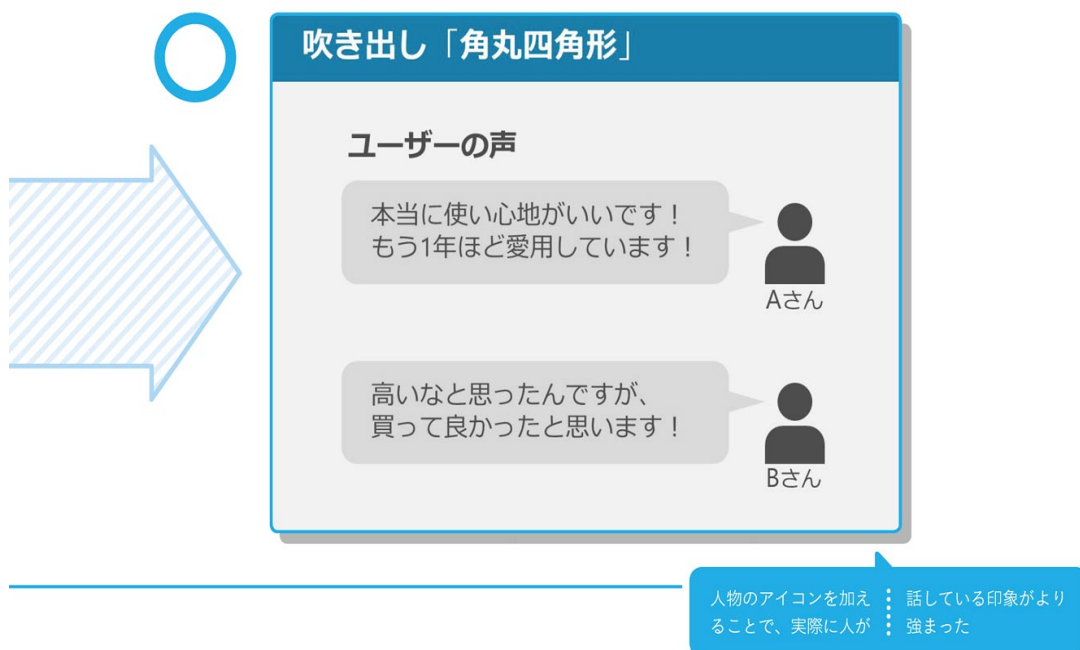
POINT

- ▶ ユーザーの声や人のコメントなどには角丸四角形の吹き出しを使ってセリフ調に
- ▶ 人のアイコンと組み合わせるとよりわかりやすい
- ▶ 「正方形／長方形」の吹き出しは説明的な印象なので逆効果

AFTER

角丸四角形の吹き出しは、親しみを感じさせやすいので、人のセリフやコメントに最適

誰かが実際に話している印象に



ンは、インターネットで素材を探してみると、たくさん見つかります。ただし、利用条件には注意してください。

このときに「正方形／長方形」の吹き出しを使ってしまうと、冷たく淡々とした印象になるので、人間味が感じられなくなってしまいます。**角丸四角形にすると、やさしく親しみやすい印象になる**ので、人が話しているようなイメージ

を出すには最適です。ただし、角をとにかく丸くすればいいわけでもありません。丸めすぎると、子どもっぽい幼稚な印象が強まるので、ビジネスシーンでは不向きです。あくまで、印象を和らげ親しみ感を出すために、ほんの少し丸めるくらいがオススメです。詳しくは135ページのコラムで解説しているので、シーンに応じて角の丸みをコントロールしましょう。

複雑な手順をわかりやすく見せるには？

フローチャートで 流れをビジュアル化する

BEFORE

文章で説明するとわかりづらい

手順を丁寧に解説することになるため、文字量が多くなってしまふ



フローチャートを使わない場合

- ① 建設予定のビルの完成日を設定します。
- ② 完成日までにビルが完成すれば請求書作成の手順へ移行します。
- ③ 完成日までにビルが完成しなかった場合は、完成日について会議を行い、完成日を再設定します。
- ④ 手順②に戻ります。

複数の条件が想定されている内容なので、文字だけでは、頭の中で

それぞれの条件ごとの流れをイメージしづらい

ひとつひとつの手順を「見える化」

フローチャートとは流れ図とも呼ばれ、物事を処理する手順を目で見てわかるように図にしたものです。一般的にはプログラムの処理手順を書き表す際に使用します。しかし、プレゼンテーションにおける説明にも役立つ場合があります。

特に、条件分岐や繰り返しなどをわかりやすく説明できます。例えば、何らかの作業工程な

どの説明を行うシーンで、条件によって複数の手順が発生する場合などに大変便利です。

上の作例は納品日をどう設定しているかという例です。手順を全て文章で書き起こす場合、誤解がないよう詳しく書かなければなりません。すると、おのずと文章量が増えますから、どうしても理解に時間がかかるわかりにくい説明になってしまいます。また、条件分岐があると、

POINT

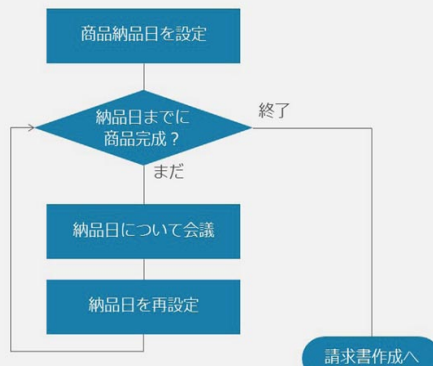
- ▶ フローチャートとは、処理手順をわかりやすい図にしたもの
- ▶ 条件分岐などが発生する場合に特に利用できる
- ▶ 処理を四角形、条件分岐をひし形で作り、線でつなげば基本形が完成

AFTER

手順と分岐で図形を変えて、線でつなぐだけ。ビジュアルでつかめるので文字数も減らせる

流れや分岐などの全体像が見える

フローチャートを使った場合



全体の流れを瞬時にイメージしやすい

どこでどう分岐するのか、文章で説明するのは難しいです。これをフローチャートに置き換えると、**ひとつひとつの手順や分岐が明確に見える**ようになります。

フローチャートの作り方を簡単に説明します。**処理を四角形、条件分岐をひし形で作るというルールを決め、図形の中に内容を書いて、線でつなぐ**だけです。基本的には上から下に流れる

ので矢印は必要ありませんが、向きがわかりづらい水平の線には矢印を付けます。条件分岐は線が2本ありますので、「条件に対してどういう場合、どちらの手順に進むか」がわかるように表記しておきましょう。

まずは本書の真似をして、慣れてきたらインターネットなどでいろいろなフローチャートを見て参考にするといいでしょう。

写真を印象付けるには？

写真は余白を作らず とにかく大きく！

BEFORE

悪くはないがふつう

やや説明的な印象に見える



通常の写真の載せ方（縦）



木の上のカフェ

ツリーハウスで
心地よくカフェが
楽しめるスポット

夏の暑い時期に
女性をターゲットに
営業する

写真を印象付けよう

写真は大きく見せたほうが相手にもよく見てもらえますし、写真の印象が強くなります。今回は写真のきれいな見せ方について説明します。

通常、写真を掲載する場合は、大きさを調整して、空いているスペースに貼り付けるという人が多いと思います。これは決して悪い見せ方ではありませんが、説明的な印象です。見た目を重視するならばもっと写真を大きく使ってみ

ましょう。この手法は、**写真のイメージをより強く伝えたいときにオススメ**です。

写真を印象付けるには、**余分な情報をなくすことと、余白をなくすこと**がポイントです。そのため、まずは見出しをなくしましょう。見出しのないスライド（白紙スライド）を使って、余白を作らず、写真をめいっぱい大きくして貼り付けます。縦長の写真の場合は、左右どちら

POINT

- ▶ 写真を印象付けるなら余白をなくして最大限大きくする
- ▶ 見出しもなくして、空いたスペースに文字をのせる
- ▶ 横位置の場合はスライドいっぱい写真を拡大してもOK

AFTER

写真の印象が強まる



木の上のカフェ

ツリーハウスで
心地よくカフェが
楽しめるスポット

夏の暑い時期に
女性をターゲットに
営業する

写真全体が大きくなり、余白がなくなることで、被写体の印象が強まる。

この写真だと、より気持ちよさそうな印象が強まった。

かに寄せて、空いたスペースに内容を書くとい
いでしょう。

上の作例の場合は、木の上のカフェという場
所について説明することが目的です。左の作例
のように、写真のサイズを調整して、横に文字
を置いただけでも、説明としては悪くはありま
せん。しかし、このカフェの心地よさそうなイ
メージを伝えたいなら、もっと写真を大きくし

て余白をなくしてしまったほうが、写真の印象
が強まり、「気持ちよさそう」という印象を与
えることができます。

横長の写真も、縦長の写真のように左右に写
真を寄せるデザインにすることもできます。そ
のためには写真のトリミング（134ページ）を
行いましょう。横長の写真は、スライド全体に
拡大して使う（132ページ）こともできます。

COLUMN

横長の写真の使い方

スライドいっぱいに拡大して 文字を載せるとスタイリッシュ！

説明的な印象がぬぐえない

通常の写真の載せ方（横）



チキンステーキ

ビールによく合う
特性ソースが絶品

思い切ってスライド全体に写真を拡大

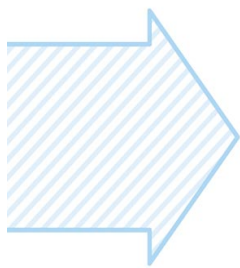
横長の写真は、思い切ってスライド全体に拡大して使ってみましょう。インパクトが出る上に、写真の印象をより強くすることができます。見出しや説明文などの文字は、25%～30%ぐらいの透明度で塗りつぶした四角形を作ってのせると、読みやすさをキープしつつスタイリッシュに見えます。

PowerPointで図形の透明度を調整するに

は、図形を右クリックし、「図形の書式設定」→「図形のオプション」→「塗りつぶし」の順で選択していくと調整できます。塗りつぶし色は、スライドのメインカラーや白黒にすると、まとまりが良くなります。

まるで雑誌の誌面のような迫力のある印象になり、特に風景や食べ物、あるいはそれらの完成予想図などの表現に向いています。

迫力&おいしそうな印象アップ



チキンステーキ

ビールによく合う
特性ソースが絶品

POINT

写真の縦横比は必ずキープ！

写真を拡大する際は、写真の縦横比を変えないようにしましょう。写真の大きさを変更したり形を変更したいという理由で、写真の縦横比を変えて歪めてしまうケースはよく見かけます。しかし、写真が歪んでいる

と不格好な上、被写体の正しい形やイメージが伝わりません。写真の形を整える場合はトリミング（134ページ）で形を整えましょう。大きさを変える場合は、縦横比をキープしたまま拡大縮小を行いましょう。

COLUMN 1

写真のサイズや形を変更したい

トリミングの方法

目的に応じて写真を切り抜こう

トリミングを行えば、横長の写真を縦長の写真のように配置したり、写真の不要な部分を省いたり、特に見せたい部分だけを強調して見せたりすることができます。方

法は簡単。写真を選択した後、「図ツール（書式）」タブをクリックし、「トリミング」をクリック。そうすると、切り出したい範囲を選択できます。

通常の写真の載せ方（横）



チキンステーキ
ビールによく合う
特性ソースが絶品

チキンステーキ
ビールによく合う
特性ソースが絶品



トリミングを行えば、この横位置の写真を縦位置に使うことができます

状況が伝わる要素（グラス）や被写体の特に魅力的な部分だけ切り出すのがコツ

トリミングの手順

トリミングの方法 1/2



トリミングの方法 2/2



COLUMN 2

四角形の丸め方で迷ってしまう

角丸四角形の丸みをコントロールしよう

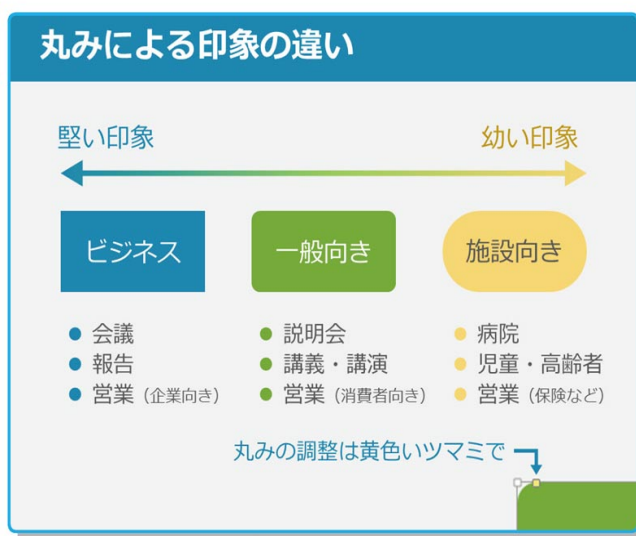
丸めすぎには要注意！

角丸四角形では角の丸みを調節できますが、丸めすぎると幼稚な印象になってしまうことがあります。これは図形だけでなくフォントにも同じことが言えます。

角の丸みは、丸みを増すほど「やわらかい印象」が強くなります。悪く言えば、「幼稚さ」が増します。つまり、ビジネスなどの引き締まった場面では丸めるのは控えた

方が良いということです。逆に、病院や学校向けでは丸みがある方が、親しみを持ってくれる可能性があります。また、適度に丸めることで、堅すぎず幼稚すぎない一般消費者向けにも適しています。

聴衆は誰なのか、どういった印象を与えたいのかによって、丸みをコントロールすることが大切です。





作図

複数の図があるとごちゃついてしまう

アクセントカラーで 一部分に焦点を当てる

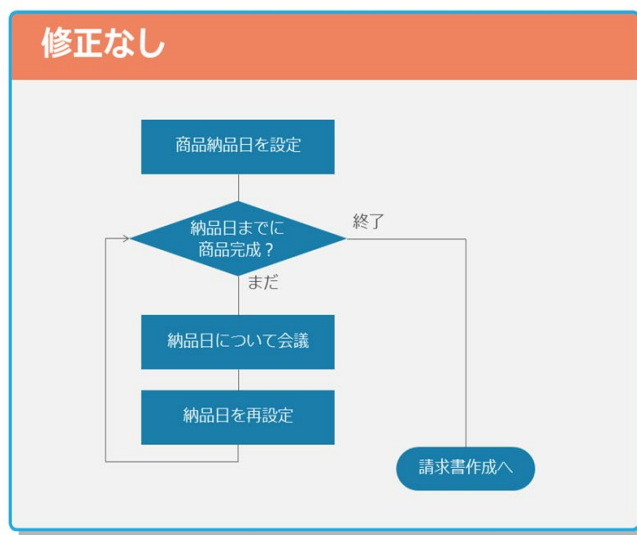
BEFORE

重要なポイントは掴めない

全体像は把握できるが、
流れの中でどの部分が
重要かは掴めない



修正なし



LESSON 4
表現
作図

特に注目すべき部分を塗りつぶす！

フローチャートや手順説明などでは、図形が多く並んだスライドをしばしば使います。そういったスライドは、スライド上の情報量が多い分、ひと目では注目すべきポイントがわかりづらくなりがちです。そこで、特にここを見て欲しいというポイントがある場合は、アクセントカラーで塗りつぶすことで焦点を当てることが有効です。例えば**重要な手順**や、**成否を左右す**

る条件分岐など、注目してほしい部分に色をつけることで、視線を集めることができ、重要な部分であると認識してもらうことができます。

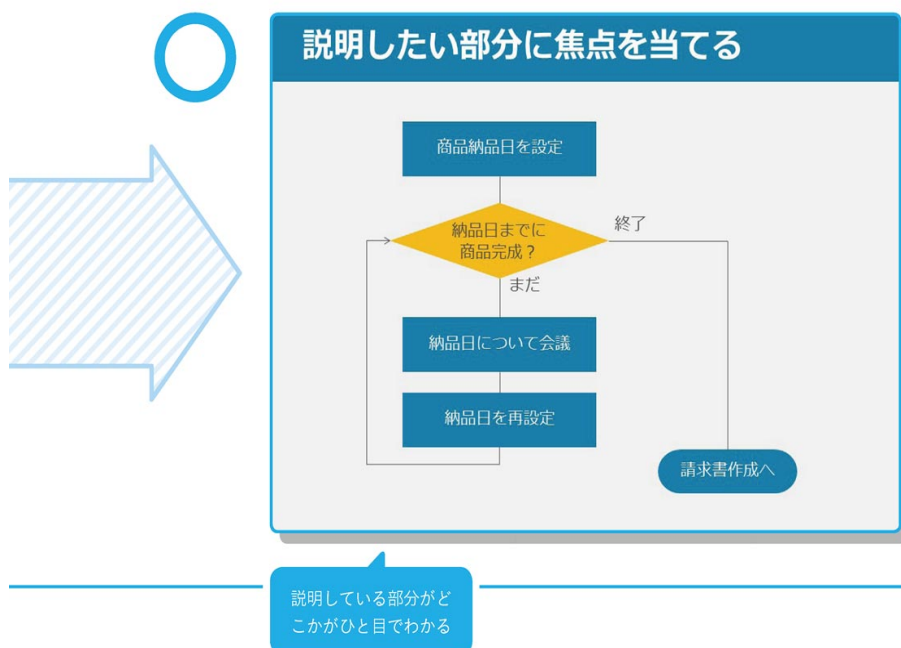
なお、上の作例のようにフローチャートを使って、1つ1つの手順について口頭で説明を行う場合は、フローチャート図を手順の数分、別スライドにコピーしておいて、説明する手順ごとに、塗りつぶす箇所を変えたスライドを表示

POINT

- ▶ 注目すべき部分だけアクセントカラーで塗りつぶす
- ▶ 見せたい部分だけ色を変えることで視線を集めることができる
- ▶ 説明する手順ごとに、塗りつぶす箇所を変えると順序立てて説明しやすい

AFTER

黄色い部分に真っ先に目がいく



すれば、今話しているのがどの部分なのかがすぐにわかり、順序立てて説明しやすくなります。

アクセントカラーを使ってその箇所に焦点を当てる手法は、図形だけでなく、説明上ごちゃごちゃしてしまう部分では非常に便利なテクニックです。アニメーション機能を使いこなせば、1枚のスライドで、塗りつぶされる場所が移動していくような動きのあるスライドも作成でき

ます。ですが無理にアニメーション機能を使う技術を習得する必要はありません。スライドをコピーして、塗りつぶしする場所を変えるだけで十分です。

ただし、印刷をする場合は、複数ページのようなスライドが続くことになるので、印刷する前に、どのページを印刷するかをコントロールしておいたほうが良いでしょう。

スライド全体のストーリーをわかりやすくするには？

「目次スライド」で 現在位置を視覚的に示す

BEFORE

全体の構成は掴める



目次

はじめに

スライド作成の基本

スライド作成の応用

実際にやってみよう

これをスライドの冒頭に差し込むだけでも概要がわかるので親切

スライドが完成したら目次スライドを差し込もう

スライドは1枚ずつ表示する特性上、全体を俯瞰してみることが難しく、「今、全体の中でどの部分が話されているのか」がわからなくなることがあります。

そこで、**スライドの主だった項目をまとめた目次スライドを、項目が変わる部分に差し込みます**。すると、「今、どこまで話し、これから何を話すのか」ということを視覚的に伝えるこ

とができます。見ている側は、**スライド全体の流れを視覚的に認識でき、現在位置を把握することができる**ので、現在のスライドがどういう主旨の内容なのか、より理解しやすくなります。また、これまで話されたことを振り返ることができるので、おさらいもしやすいです。

作り方は簡単です。メインカラーの四角形を縦に並べて、四角形の中に項目名をまとめます。

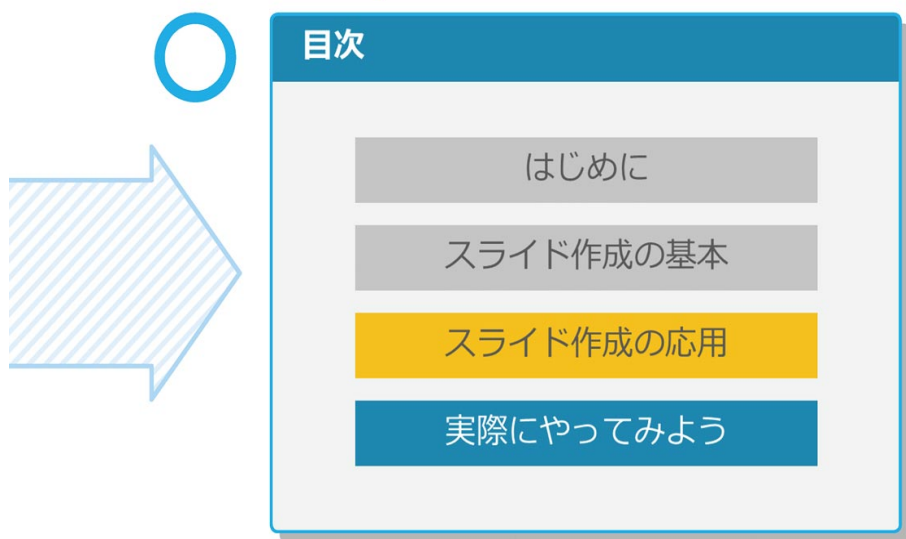
POINT

- ▶ 目次スライドを作って、項目の切り替わる部分に差し込む
- ▶ スライド全体の流れと話の筋がよりわかりやすくなる
- ▶ 終了した項目はグレー、現在位置はアクセントカラー、これからの項目はメインカラー

説明項目が多いときは
節目ごとにこれを差し
込めば特に有効

AFTER

ひと目で現在位置が伝わる



これを基本の目次スライドとしてコピーしていきます。

項目毎の節目に目次のスライドをコピーして差し込み、話し終わった項目は「グレー」に、今から話す項目は「アクセントカラー」に、まだ話してない項目は「メインカラー」にしておくで見やすくなります。

上の作例を見てみましょう。左の作例のよう

に、メインカラーのみの目次を資料の冒頭に入れるだけでも、このスライドの筋書きを大体掴めるので十分わかりやすいです。しかし、右のように色で現在位置を示したものを入れると、中の文字を読まなくてもひと目で直感的に現在位置がわかるので、さらに親切的な印象です。

これをスライドの仕上げに行うだけで、話の筋が格段にわかりやすくなります。

伝えたいことが伝わるグラフのコツ

グラフは自分の意図を「見える化」する

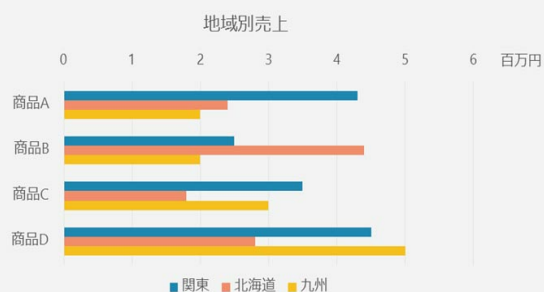
BEFORE

グラフを読み解くのに時間がかかる

色数が多くてごちゃごちゃして見える



意図を反映させない場合



暖かい地方ではD、寒い地方ではBを売るべき

説明文の内容は、グラフのどこを指して言っているのか？

言っているのがひと目でわかる

グラフをきれいに作るだけではダメ！

グラフの捉え方は人によって様々です。データをただ貼り付けただけでは、意図を正しく理解してもらえない可能性があります。

そこで、自分が主張したいことはグラフのどいういった部分なのかを伝えることが重要です。そのためには、単にグラフをきれいに作成するだけでなく、**伝えたいところ、そうでないところが、視覚的にきちんと見えるようにする**必

要があります。

例えば、棒グラフがただ並んでいるだけでは一番低いところが重要なのか、高いところが重要なのか、それとも全体的な増減が重要なのか、さまざまな解釈が可能です。一番高いところに焦点を当て、その部分だけ色を変えたり、何らかのオブジェクトで注目させたりすれば、「そこが重要であること」が伝わります。さらに、

POINT

- ▶ データを貼り付けただけのグラフはNG
- ▶ グラフのどこが重要なかを視覚的に示す
- ▶ 基本は、焦点を当てたいポイントを目立たせること

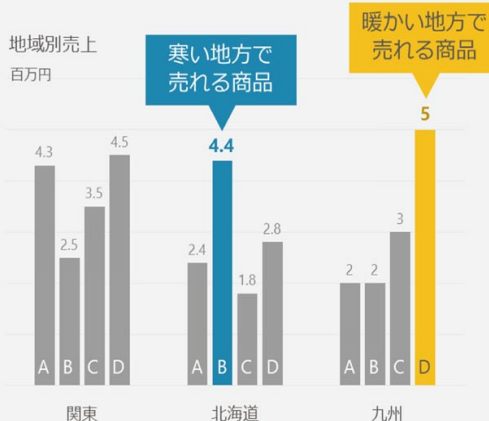
特定の箇所のみ色付けし、説明文を近づけた。
グラフの分類も変更

AFTER

グラフの主旨が明快！



意図を見える化した場合



そこに数字なども加えればよりわかりやすくなります。

目線の移動を少なくすることも大切です。対応する情報が離れていると、目線を大きく移動させることになり、内容理解の妨げになるためです。本書では円グラフや棒グラフで、凡例や縦軸の削除や一体化を推奨しています。例えば、縦軸がある場合、目線は「グラフ」→「左の縦

軸」→「縦軸近くの数値」と移動しますが、縦軸を消すと「グラフの先端」だけで完結するため、目線がうろうろせずスムーズに内容を理解できます。凡例も同じ理由で、凡例を削除し、項目名をグラフ内部や付近に設置すれば、目線をたくさん動かす必要がなくなります。

正しく伝えるグラフ表現を学んで、より正確に聴衆に伝えられるようになりましょう。

円グラフが煩雑な印象になってしまう

円グラフは「カラフル」にしてはいけない

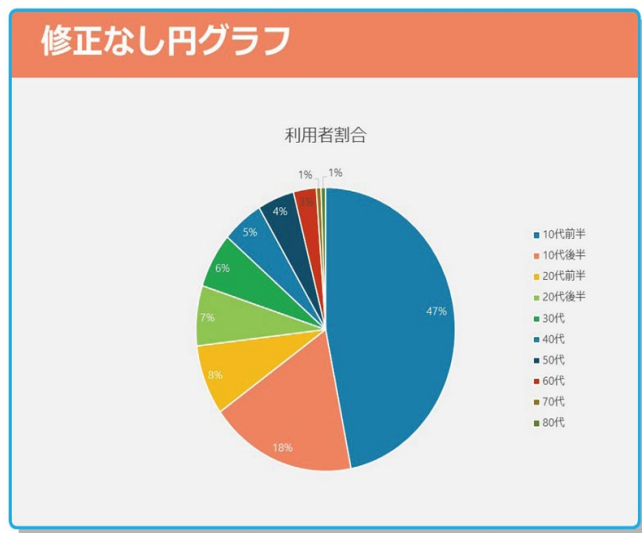
BEFORE

カラフルすぎて目がチカチカ

色数が多くて見栄えも悪い上に、数字も小さくて見づらい



修正なし円グラフ



情報の強弱がないのでこの円グラフで何を伝えたいのかわからない

重要な項目だけ2～3色で色分けしよう

円グラフはグラフの中でも色が多くなる可能性が高く、煩雑になりがちです。とはいえ、色を変えないと項目の切れ目がわかりません。

ここで考えたいのが「伝えたいことは何なのか」です。例えば円グラフの項目が10個ある場合、10個全て説明したいなら、色を全て変えてもいいですが、大抵は「〇〇の割合が高い・低い」と特定の項目について伝えるのが目的で

す。ならば、**多い（または少ない）項目だけを強調**し、それ以外はまとめてグレーなどの無彩色にしたほうがわかりやすくなります。

上の作例は何らかの利用者割合を示したもの。左はカラフルすぎて何を伝えたいのかひと目で理解できません。右の作例は、「10代が多い」こと、特に10代前半が突出して多いことがすぐに伝わります。また、ここでは「20代もあ

POINT

- ▶ カラフルな円グラフは煩雑になってわかりづらい
- ▶ その円グラフで伝えたい重要な項目だけを強調する
- ▶ 優先度順にアクセント・メイン・ベースカラーで色分け

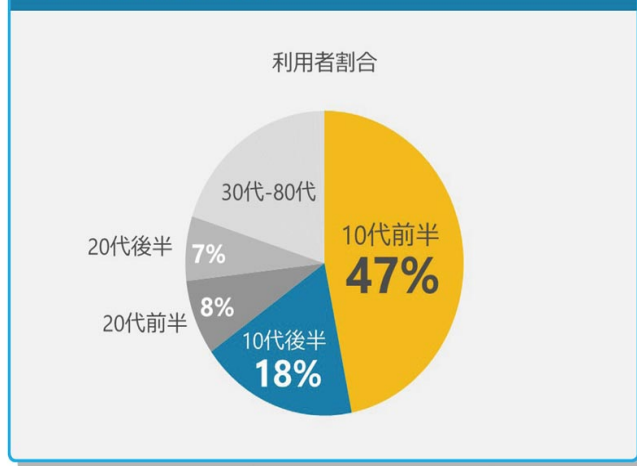
色数が絞られて見栄えもよく、重要なこともひと目で伝わる

AFTER

何が重要なのかスッキリわかる！



修正あり円グラフ



特に重要な数字は他よりもサイズを大きくしてジャンプ率を上げると、よりわかりやすい

る程度いる」「30～80代はここでは重視しない」という設定で作成しているので、この**重要度に応じて、色を分けていきます**。

多くの場合、円グラフで割合の小さな項目は、ほとんど見る必要がない情報です。たかだか数%の項目は「ああ、そういう項目も調べたんですね」程度の情報にしかありませんし、グラフを窮屈かつ煩雑にする元凶にもなります。より

洗練された情報を届けるためにも、項目名や項目の色もまとめましょう。**色数の目安は基本色の2～3種類に留めるのがベター**です。

不要なデータラベルや凡例は削除し、テキストボックスを使って自分で項目名をまとめ、グラフの中や近くに載せたほうが見やすいですし、グラフ内が狭い場合に文字をグラフ外に出したり、文字調整もしやすくなります。

棒グラフのわかりやすい見せ方は？

棒グラフの縦軸は不要！ データラベルですっきり見せる

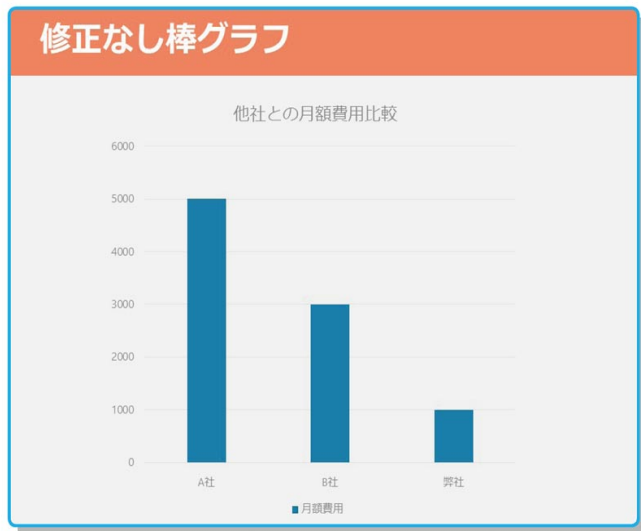
BEFORE

オーソドックスな棒グラフ

数値を比較するには目を凝らしていちいち縦軸を見る必要がある



修正なし棒グラフ



このグラフで何を伝えたいのかがややわかりづらい

「凡例」「補助線」「縦軸」の3つは取り払う

上の左の作例のような棒グラフはよく見かけますが、ここから重要でない情報を削除すればよりわかりやすいグラフにすることが可能です。削除すべきなのは「凡例」「補助線（グラフ背景の薄い線）」「縦軸」の3つです。これらを取り払うとスッキリ見えます。

まずは「凡例」ですが、これをここで説明しなくても、グラフタイトルを読めば、このグラ

フが何を示しているのか理解できるので削除します。次に、補助線は、薄くて見づらいですし、なくても内容を理解できるので削除します。

最後に縦軸ですが、縦軸がないと数値がわからなくなってしまいます。そこで、「**データラベル**」を追加しましょう。データラベルとは、グラフが持つ実際の数値のこと。これをグラフのすぐそばに配置すれば、上の作例のような縦

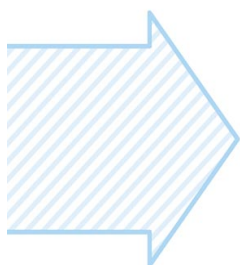
POINT

- ▶ 必要のない「凡例」「補助線」「縦軸」は思い切って削除
- ▶ 数値は縦軸ではなく「データラベル」で見せる
- ▶ 特に重要な棒グラフはアクセントカラーで色付け

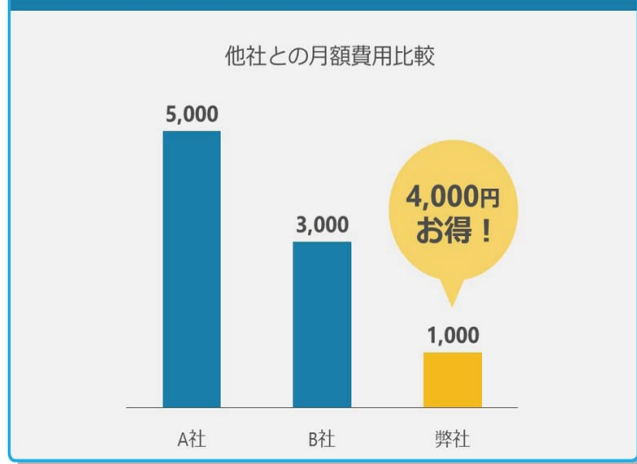
凡例・補助線・縦軸は
すべて削除したことで
すっきりした印象に

AFTER

余分な要素を削除してスッキリ！



修正あり棒グラフ



棒グラフの上にデータ
ラベルを付加するとひ
と目で数値がわかる

アピールしたい自社の
グラフのみ色を付ける
ことで、特に安いこと
がわかる

の棒グラフの場合、いちいち縦軸の数値と見比べなくても、数値がグラフのすぐ近くにあるので理解しやすいというメリットもあります。

棒グラフの棒部分を右クリックして、「データラベルの追加」→「データラベルの追加」を選択しましょう。そうすると棒の上に数値が現れます。

さらに、伝えたいことを明確にするために、

強調することも重要です。特にアピールしたい棒グラフの色を変更しましょう。円グラフ同様、棒グラフは基本色を使って作成し、**重要な棒グラフのみアクセントカラーにしておく**と重要な項目がひと目でわかります。さらに吹き出しを使って、何がどう重要なのかアピールポイントをキーワードで説明すると、よりわかりやすいグラフにすることができます。



グラフ

折れ線グラフのわかりやすい見せ方は？

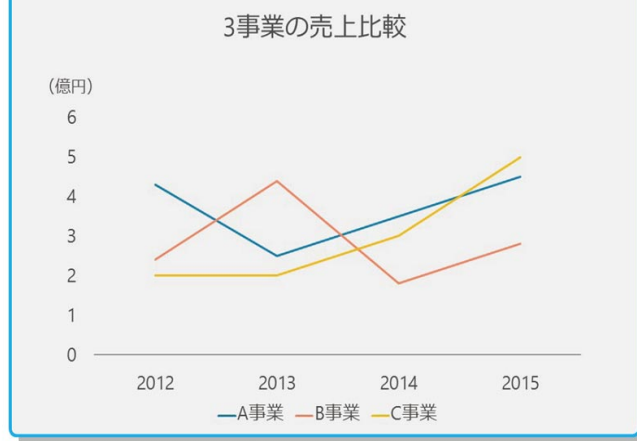
折れ線グラフは「ピンポイント吹き出し」を活用する

BEFORE

何の説明もなく不親切



売上推移 | ただのグラフ貼り付け



これだけではこの推移が何を示しているのかはわからない

円の吹き出しで数値をピンポイントで説明

折れ線グラフは、それだけでは特にわかりづらいグラフです。そこでオススメなのが、円の吹き出しでポイントを表現すること。

円の吹き出しは、四角形の吹き出しよりもキャッチーな印象になり、また、円の大きさを変えて大小を表現しやすいことが特徴です。そのため、グラフの数値をピンポイントでわかりやすく見せることができます。

例えば、上の作例のような売上推移があったとします。ただ、推移の事実だけを見せたいのなら、何も付け加える必要はありませんが、大抵はこの**推移から何らかのストーリーを伝えたり、比較したい部分があったりする**はずです。「2013年はB事業が4.4億で最高だったのが、2015年はC事業が5億で最高になった」ということを説明したいなら、**円の吹き出しで数値**

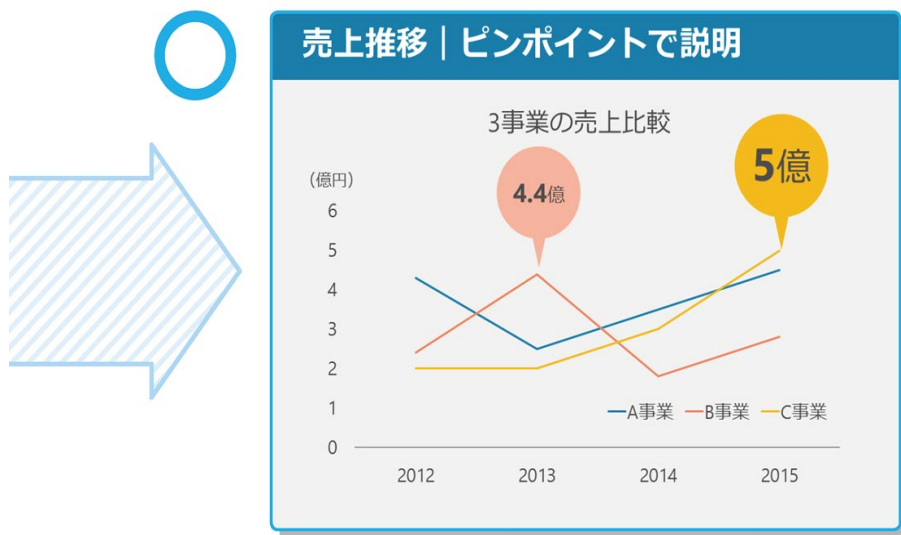
POINT

- ▶ 円の吹き出しは四角形よりもピンポイント感を演出しやすい
- ▶ 比較したい箇所など重要な部分を円の吹き出しで説明
- ▶ 吹き出し内のフォントサイズと余白を調整してきれいにさせる

AFTER

2つのポイントを円の吹き出しでピックアップ
 プして説明することで、比較しやすくなる

比較ポイントがひと目でわかる



特に重要な数値をより大きくすることで、印象が強まる

!! COLUMN

を示すことで、ひと目で比較できます。このように、グラフで何箇所かをピックアップして比較させたいときに役立つテクニックです。

比較をする場合は、円とその中の文字サイズに大小をつけて、強調したいほうの数値を目立たせると、そのグラフで伝えたいポイントをより明確にできます。強くアピールしたい数値がある場合にオススメです。

円の中に文字が入りきらない場合

変な位置で改行されたりはみ出たりする場合は、文字を小さくするか余白を調整しましょう。余白は、文字を選んだ状態で右クリックし「図の書式設定」を選択。次に「文字のオプション」→「テキストボックス」の順にクリックし、左余白、右余白を「0」に設定してから、文字サイズを調整すると意図通りに調整しやすいです。

詰まって見えがちな表を見やすくしたい

「色」と「余白」の使い方で表をすっきり見せる！

BEFORE

全体的に窮屈な印象

各セルが塗りつぶされ
ている上、表全体のサ
イズも小さいので窮屈
に見える

修正なしの表

サービス名	ご利用割合	価格
Aサービス	5%	¥10,000
Bサービス	10%	¥15,000
Cサービス	20%	¥30,000
Dサービス	60%	¥50,000
Eサービス	5%	¥100,000

Dサービスを赤枠で強
調しているものの、す
っきりとは言えない

強調するならセル塗りつぶしか文字色変更

表は、複数の項目とたくさんの文字を一覧で見せるため情報量が増えやすく、すっきり見えるよう気を配る必要があります。

まず、よくある、上の左の作例のように表のセルをすべて色で塗りつぶす手法は背景の濃淡のせいで数値が際立ちにくい可能性があるのです。白っぽい背景のほうが数値が見やすいです。背景は白をベースにし、表の内側の線はグレーに

すると、すっきりしたデザインになるのでオススメです。また、表全体のサイズが小さいと各項目のセルが小さくなり、窮屈な印象なので、可能な限りセルを大きくしましょう。セルごとにきちんと余白を作ると、ゆとりが生まれて文字が見やすくなります。

表の重要項目を強調する際にやりがちなのが、四角い枠で囲う方法。これはNGです。表は既

POINT

- ▶ 表のセルは塗りつぶさず、白ベース+グレー罫線だとすっきり見える
- ▶ 表全体のサイズはできるだけ大きく、各セルごとに余白を作る
- ▶ 注目すべきセルはセル塗りつぶしか文字色変更で強調する

表の背景色や罫線の色を変え、表のサイズを大きくして余白を作ったことで表内の文字が見やすくなった。窮屈感が解消

AFTER

ゆとりが生まれ、すっきり見やすい！

修正ありの表

サービス名	ご利用割合	価格
Aサービス	5%	¥10,000
Bサービス	10%	¥15,000
Cサービス	20%	¥30,000
Dサービス	60%	¥50,000
Eサービス	5%	¥100,000

強調箇所は薄いアクセントカラーで塗りつぶすと目をひく

に枠で構成されたものなので、その中にさらに枠を追加すれば、ごちゃごちゃした印象になりがちですし、周りに埋もれやすくなります。さらにセルの余白も圧迫されます。強調するなら、セルを塗りつぶすか、文字の色を変えるかのどちらかです。塗りつぶす際は色が濃すぎると見出しのような表現になるので、アクセントカラーやメインカラーを薄くした色にすると見やす

いです。

数字のデータがあるときは、単位を小さく、数字を大きくすると理想的です。数字か単位のどちらかを2段階分、文字サイズを変更するのがオススメです。見やすくなる上に、デザイン的にもきれいに見えます。

最後に、文字は中央揃え（長いテキストは左揃え）、数値は右揃えに統一すれば、完成です。

COLUMN

円グラフの色を意図通りに変更したい！

円グラフはいったん全部 同じ色にしてから色分けする

自分の意図通りに色を付けやすい

円グラフは、PowerPointの初期設定では、全ての項目に自動的に色が付いています。これを、自分の伝えたい内容に応じて色分けするには、まずは全て同じ色にしてしまえば後の作業がスムーズです。

色変更の方法は、まずは円グラフ上で右クリックし、「データ系列の書式設定」を

クリックして表示します。次に、「塗りつぶし」のタブを選択し、「要素を塗り分ける」のチェックを外せば全て同じ色になります。この際、「枠線」は「線なし」にしておきましょう。その後、それぞれの要素を選択して色を付けていけば、自分の意図通りに色分けしやすくなります。

グラフの色をまずは全部同じ色に

- 1 グラフの上で右クリック
- 2 「データ系列の書式設定」
- 3 「塗りつぶし」のタブ
- 4 「要素を塗り分ける」のチェックを外します



LESSON 5

さまざまな
資料に
応用しよう

シーン別実例集



プロジェクト提案のための プレゼン用表紙スライド

BEFORE

ワクワク感に欠ける上に見づらい

プロジェクト内容のイメージがわからない



PowerPointに登録されているデザインテンプレートをそのまま使用しています。文字などが見づらい設定になっていることが多くあります。ここでは、プロジェクトの内容と連動しているわけではないのでワクワク感ありませんし、文字サイズがすべて同じサイズ設定になっているので、メリハリがなく、何を伝えたいのかが伝わってきません。

POINT

- ▶ 表紙の要素を「資料の目的」「提案内容」「作成者・発表者」の3つに分ける
- ▶ 3つの要素ごとにグルーピングし、一番重要な「タイトル」を大きく
- ▶ 背景にプロジェクトのイメージに合う写真を敷いて印象付ける

AFTER

プロジェクトの内容にマッチ！



タイトルがひと目で目に入る。背景の写真でイメージがわく

ここを改善

- 表紙の要素は「何の資料で」「何を提案し」「誰が作成・発表するのか」の3つに分け、それを左上、真ん中、右下のエリアにグルーピングして掲載します。見栄え、見やすさの両方が高まります。
- 一番重要な「何を提案するのか」を示す**タイトルを大きく**表示します。
- **プロジェクトのイメージを印象付ける**ために、写真を画面いっぱいに貼り付けています。上に文字をのせるので、上からメインカラーの四角形をかぶせて30%の透明度に設定。
- 写真を全面に貼り付けただけでは野暮ったいので、白色の直角三角形と四角形を組み合わせ、右下に名前を書くエリアを作り、メリハリを付けています。

提案するサービスの 特長紹介

BEFORE

どのような特長なのか不明



サービスの特長

特長

- 管理画面がわかりやすい
 - アイコンや写真で直感的です
- 他の管理ソフトよりシンプル
 - 必要な管理項目だけを登録できます
- ブラウザ上で完結
 - インターネットが使える環境なら
どこでもアクセスできるので
スマホで外出先でも管理できます

長く詳細な説明は読む
のが大変。結局読まれ
ず、特長が伝わらない

文字がやたらと多く、提案するサービスの特長が瞬時に理解できません。文字量が多いことで文字サイズも小さくなってしまい、行間も詰まっているので読みづらいです。無意味な箇条書きマークが多いのも無駄が多く感じます。

POINT

- ▶ 説明が長いとかえってわかりにくい
- ▶ 要素を 3～5 つに絞り、それぞれ 1 行で説明する
- ▶ 詳細な説明は削除し、別スライドで解説

キーワードを抽出して
簡潔に表現。サービス
の特長がすぐわかる

AFTER

特長が瞬時に掴める



サービスの特長

- 1 誰でもわかる管理画面！
- 2 管理項目がシンプルに！
- 3 どこでもアクセス可能！

ここを改善

- 要素を 3～5 つに絞り、**それぞれ 1 行で説明**すると簡潔な印象になります。
- 「1 スライド＝1 メッセージ」のルールに基づき、このスライドでは、「**このサービスには 3 つの特長がある**」というメッセージに絞り、**細かい説明は削除**します。それぞれの特長の詳細説明は、別のスライドを用意して 1 つずつ説明したほうがわかりやすくなります。
- これから**説明する部分を黄色でフォーカス**することで、視覚的にわかりやすく示すことができます。

複数のプランをわかりやすく見せたい

見やすくわかりやすい
料金プラン表

BEFORE

まず表の見方を考えてしまう

項目と内容が判別しにくい



料金プランNG例

プラン	Standard	Business	Professional
月額	¥30,000	¥100,000	¥150,000
対象人数	10人	100人	無制限
解析機能	なし	あり	あり
契約期間	3か月	1年	1年

全体的に文字が小さく、視認性が低い

料金プランは、金額や利用可能な機能、契約期間など、伝えるべき項目が複数あることがほとんどなので、表を使って表現することが多いですが、煩雑でわかりづらくなりがちです。ここではPowerPointにあらかじめ登録されているテンプレートを使用していますが、表全体に色が付いており、肝心の内容に目がいきません。

POINT

- ▶ シンプルな黒枠の表に変更し、プランごとに背景色でグルーピング
- ▶ セル、文字サイズを全体的に大きくして視認性をアップ
- ▶ 機能の有無は「○」「×」マークで視覚的に表現

プランごとに色でグルーピング。
プランごとの違いがわかりやすい

AFTER

プランごとの特徴がわかりやすい



料金プランOK例

	Standard	Business	Professional
月額	¥30,000	¥100,000	¥150,000
対象人数	10人	100人	無制限
解析機能	×	○	○
契約期間	3か月	1年	1年

各セルの視認性がアップして見やすくなった

ここを改善

- シンプルな黒枠の表に変更。プランごとに背景色でグルーピングすると、プランごとの違いが明確になります。
- 対応・非対応の表現は○と×で表現すると視覚的にわかりやすくなります。
- 全体的にセルのサイズを大きくして文字も大きく、かつ余白を作り、文字を見やすくします。「¥」「人」などの単位を小さくしているのもポイントです。
- NG例左上の「プラン」と書いてあるセルは、削除するとすっきりします。下の列と右の行のどちらにかかっている内容なのか一瞬では判断できませんし、見出しに「プラン」と書いてあればわかることなので不要です。

自社の商品概要

BEFORE

説明的であり興味をそそられない

商品名が小さいうえスベックもわかりづらい



商品概要NG例



NSV-EcoS-2

高速かつ省エネを実現する次世代サーバー

プロセッサ：インテル® Xeon搭載
メモリ：最大32GB DDR4 UDIMMメモリサポート

HDD：最大搭載容量32TB
標準保証：3年間のオンサイト修理

高さ：80cm

幅：50cm

奥行：40cm

重量：310kg

商品写真のサイズも小さすぎる

商品概要の目的は商品に興味を持ってもらい、「購入したい!」「導入したい!」と思ってもらうこと。画像と商品紹介のテキストをただ並べただけでは、何がウリの商品なのか、どんなメリットがあるのかもわからず味気ない印象です。キャッチコピーらしきものもありますが、他の文字と扱いが同じなので特に心に残りません。どんなに優れた商品でもこれでは魅力半減でしょう。

POINT

- ▶ 商品写真は画面いっぱいに大きく使うほうがイメージが伝わりやすい
- ▶ 重要な商品名をもっと大きく、キャッチコピーはその次に目立たせる
- ▶ 混乱しやすいスペックや仕様は、グルーピングで見やすく表示

AFTER

写真はテキストのエリアを残して大きく掲載。インパクトが出て目を引く

商品への興味がそそられる



NSV-EcoS-2

高速かつ省エネを実現する次世代サーバー

プロセッサ インテル® Xeon搭載

メモリ 最大32GB
DDR4 UDIMMメモリサポート

HDD 最大搭載容量32TB

標準保証 3年間のオンサイト修理

高さ	幅	奥行	重量
80cm	50cm	40cm	310kg

文字の大小、色使いなどでグルーピング分けされて見やすい

ここを改善

- **商品写真は大きく** 見せたほうがイメージが伝わり、アイキャッチにもなります。不要な部分をトリミングして、テキストを書くエリアを確保しつつ、画面いっぱいに拡大しましょう。ただし、画質が悪い場合は拡大すると汚くなるので控えてください。
- もっとも重要な **商品名は一番大きく**。商品の機能などを示す項目とその内容は、項目（例：HDD）を太字に、内容（例：最大搭載容量32TB）を通常の文字にするなどして、**項目と内容をグループ分け**しておくで見やすくなります。
- 性能面でのスペックはテキストで、高さなどの物理的な仕様は表という形で**表現を変えてグルーピング**することでわかりやすくしています。

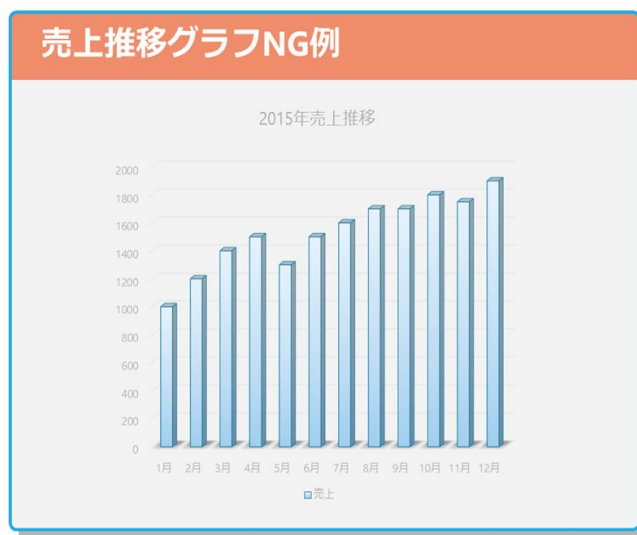
売上推移グラフ

BEFORE

棒グラフでは推移の変化がわかりづらい



売上推移グラフNG例



棒グラフは「量」を示すのが得意なグラフ

売上の量を比較するなら棒グラフは最適ですが、「推移」を説明するには不向きです。棒の高さ（量）に目がいってしまうので、横の動きを追いつらいからです。

また、ここではPowerPointに元々登録されている3Dのグラフを使っていますが、これは絶対にやめましょう。余計な奥行きの情報や影などの飾りが増えてしまう分、見づらくなり、比較がしづらくなります。「高さを比べて見たいのに斜め上から見下ろす形（3D）が見やすいか？」と考えてみれば、真横（2D）で見たほうがわかりやすいですね。

POINT

- ▶ 量の比較なら棒グラフ、推移などの動きを見せるなら折れ線グラフ
- ▶ 3Dは余計な情報でしかないので、必ず2Dで表示
- ▶ 各ポイントごとにデータラベルを付加して数字の変化を追いやすく

AFTER

線で動きがわかるため、
どのように数字が変化
しているのかわかり
やすい

数字の「動き」は折れ線グラフで



売上推移グラフOK例

2015年売上推移

単位：万円



データラベルで数値を
表示することで、縦軸
を確認する手間を省い
て見やすさアップ◎

ここを改善

- 「売上そのものの量を比較するのではなく、**推移（動き）を見せること**」がここでの目的。動きを見せる場合は、線で動きがわかる**折れ線グラフ**が適切です。
- **縦軸の数値は削除**し、各ポイントごとに**データラベルを付加**しましょう。こうすれば、いちいち縦軸で数値を確認する手間が省け、推移を追いやすくなります。
- 推移の上がり下がりを見やすくするために、**グラフを表示する境界値も変更**します。縦軸を右クリックして「軸の書式設定」から変更できます。上の例では**最小値を「800」に上げて**から、縦軸を消去するというテクニックを使っています。

工期・スケジュール表

BEFORE

悪くはないけどもう一歩

年と月が見づらい。文字が小さく、無駄な余白があるので見た目も美しい



工期・スケジュールNG例

2015						2016											
7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
設計																	
	開発・テスト																
							システム仮導入				システム稼働						
							運用・保守										

タスクを3Dにする意味がない。余分な情報が付加されて逆効果

スケジュールは、表と四角形を使って、「いつ（日程）」と「何をするのか（タスク）」を表現する必要があります。ここではスケジュールで予定している月数分の列と、タスクと年月分の6行で表を作成します。

しかしNGのスケジュール表では、年と月が見づらいため、肝心の「いつ」という情報が把握しづらくなっています。また、タスク部分が3D加工されていることで悪目立ちしています。

なお、もっとNGなのはテキストだけでスケジュールを表現したものです。これでは全体の流れもわかりづらいので避けたほうがいいでしょう。

- ▶ 「テキストだけ」のスケジュール説明はやってはいけない
- ▶ 時期も重要な情報なので、セルや文字サイズを調整して視認性アップ
- ▶ 「年」「月」「タスク」は色を使ってそれぞれを認識しやすく

AFTER

「いつ」「何をするか」が把握しやすい

2015						2016											
7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
設計																	
開発・テスト																	
						システム仮導入						システム稼働					
運用・保守																	

ここを改善

- 一番シンプルな黒い罫線だけの表にし、上の作例のように「年」「月」「タスク欄」ごとに「メインカラー」「ベースカラー」「白」という配色で塗り分けます。タスクは「アクセントカラー」で目を引きやすくします。「いつ」「何をするのか」がよりわかりやすくなります。
- 年は年ごとにセルを結合してまとめます。年月の単位はなくてもわかるので削除。数字は中央に置いて余白を作ると見やすいです。
- タスク部分の罫線は薄いグレーにすると、線が悪目立ちしません。
- 複数のタスクを書きこむことが多いので、タスク名はなるべく短く。

サービスやシステムの概念図

BEFORE

シンプル過ぎて説明がないとわかりにくい

簡略化されすぎてやや
味気ない。矢印の視認
性も低い

概念図NG例

SKETは資料・コンテンツに関する全ての課題を解決致します。



サービスやシステムなどの説明をする際に、文章ではわかりづらいので、概念図を作成する場合があります。こういった概念図作成のポイントは「図形」「矢印」「テキスト」の3つの組み合わせです。

上の作例のようにシンプルな四角形にテキストを入れる方法もありますが、やや味気ない印象です。また、線の矢印は、先端部分が小さいので、遠くから見た時にどちら向きか判別しにくいことがあるので、オススメしません。

POINT

- ▶ 図形はアイコンやイラストに置き換えたほうがイメージしやすい。
- ▶ 線の矢印は向きがわかりづらいので、ブロック矢印を使おう
- ▶ サービス紹介の場合は、サービスロゴを使うとブランディングにつながる

内容をイメージしやすくなり、視認性もアップした

AFTER

アイコンやロゴが使われ、内容が一目瞭然



ここを改善

- 図形は、アイコンやイラストに置き換えられないか考えましょう。Webの無料素材集がオススメです。本書の作例に合うものだと、「ピクトグラム 素材」や「フラットデザイン 素材」などで検索すると見つかります。ただし、利用規約を必ず確認しましょう。
- 矢印はブロック矢印に変更します。先端が大きいので向きがわかりやすいです。
- サービスの紹介なら、サービスロゴを積極的に使うとブランディングにつながります。
- 図形をアイコンやイラストにしていれば、説明文がなくてもそれが何なのかわかります。概念図が複雑な場合は、情報過多にならないよう説明文を省いてすっきりさせましょう。

定型フォーマットの A4一枚文書

BEFORE

定型フォーマットをそのまま利用



見やすい資料デザイン術
書籍制作のご提案

株式会社●●●●●
●●●●●部 ●●●●●

タイトル

見やすい資料デザイン術

コンセプト

本書の資料デザイン術は、デザイン理論や知識を体系的に解説するものではありません。そこで今回は、ビジネス現場に即した実践的な内容で、すぐに実践できる、取り入れられるような内容にしたいと考えております。

さらに、デザインセンスに自信がない、ソフトの使い方が分からないといった方も多いので、ソフトの使い方や操作もふまねに盛り込んで、実際に使おうということができます。デザイン専門書というよりは、ビジネス実用書として読めるようにします。

内容

見やすい資料を誰でもカンタンに作るためのデザインの基本とコツを解説していきます。解説するシーンや事例は、パワポによるプレゼン資料をメインに想定しつつ、顧客向けの B2B や社内向けの A4 一枚の資料なども盛り込み、ビジネスの幅広い場面で活用できるようにします。

また、内容としては、デザイン理論や知識を体系的に解説するのではなく、資料作りに関連する書体やグラフ、まとめなどのコツなど、ポイントを押さえて解説し、すぐに使える作り方をします。また、「デザインセンスに自信がない」という方も多いと思われるので、そんな人でもすぐに実践に取り入れられるよう、良い例・悪い例の比較もふまねに掲載します。

ターゲット

見やすい資料を作りたい人
プレゼンする機会が多い人
営業・マーケティング・企画・企画・企画
資料が苦手な方と関わりたい人

スケジュール

3月 目次作成・お打ち合わせ
4月～6月 執筆・資料作成
7月 最終調整・書籍完成
8月 発売

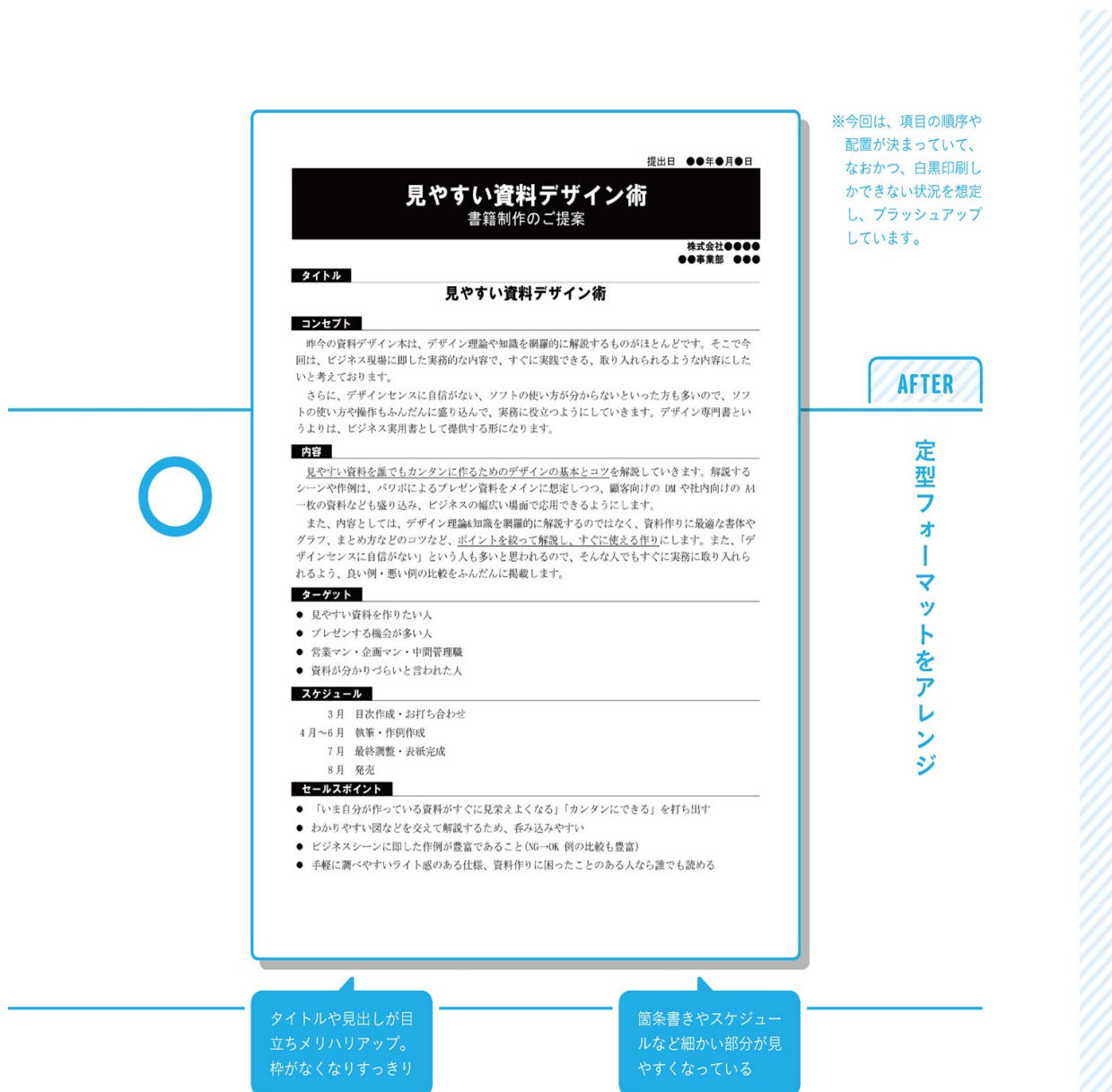
セールスポイント

「1日自分だけの資料がすぐに完成できる」「カンタンにできる」を打ち出す
わかりやすい図などを変えて解説するため、読み込みやすい
デザインシーンに即した資料が豊富であること(90～100枚 例の比較も豊富)
手軽に読める・使いやすい・実践的な内容、資料作りに関心したことのある人なら誰でも読める

余計な余白が目立つ

枠が目立ってしまい
やごちゃごちゃして見
える

会社などで定型フォーマットが決まっている場合、大きく変更できない場合があります。あまり自由度はありませんが、工夫は可能です。フォーマットに従いただ文字を流し込んでしまうと、余分な余白が空いてしまうのに文字が小さくなったり、行間が狭すぎて見づらいなど、見やすさ・見栄えの両面においてあまり望ましくありません。ターゲット部分の箇条書きや、スケジュールなどももうひと工夫したいところです。



- **タイトルや見出しは「黒地白抜き」**に。白黒印刷でも目立ちやすく、項目の分かれ目、存在感が明確になります。枠でグルーピングする必要もなくなり、すっきりします。
- 紙の文書作成時に使う明朝体は、太字にしても目立ちにくいです。**長めの文字列は下線で強調**しましょう。フォントの形や太字への対応・非対応などにも左右されません。
- 文書は装飾が制限されますが、細かな表現にこだわしましょう。**箇条書きの点は大きめ**にすると「ポイントがいくつあるのか」がわかりやすくなります。Wordならテキストの「・」ではなく「箇条書きスタイル」を使います。スケジュールは2列の表を作成して左のセル（期間）を右揃え、右のセル（内容）を左揃えにして整えると印象がアップ。

フリーフォーマットの A4一枚文書

BEFORE

文字が見づらく位置もガタガタ



見やすい資料デザイン術書籍制作の ご提案

株式会社インプレス〇〇事業部 〇〇〇〇

以下のようなコンセプトでビジネスマン向けの入門書の企画制作を考えております。制作は全力でサポートさせていただきますので、ご検討よろしくお願いいたします。

コンセプト

昨今の資料デザイン本は、デザイン理論や知識を網羅的に解説するものがほとんどです。そこで今回は、ビジネス現場に即した、実務的な内容で、すぐに実践できる、取り入れられるような内容にしたいと考えております。さらに、デザインセンスに自信がない、ソフトの使い方が分からないといった方も多いので、ソフトの使い方や操作もふんだんに盛り込んで、実務に役立つようにしていきます。デザイン専門書というよりは、ビジネス実用書として提供する形になります。

ターゲット

- ・見やすい資料を作りたい人
- ・プレゼンする機会が多い人
- ・営業マン・企画マン・中間管理職
- ・資料が分かりづらいつとられた人

スケジュール

- 3月 目次作成・お打ち合わせ
- 4月～6月 執筆・作例作成
- 7月 最終調整・表紙完成
- 8月 発売



表紙イメージ

ING

社外のクライアントに企画を提案する場合などで既定のフォーマットがない場合は、イメージ画像などを盛り込み、色もカラーにして内容をイメージしやすくするのが望ましいです。しかし、上の作例では、タイトルや見出しの文字に明朝体を使用しているため、視認性が低く目に留まりません。また、長い説明文の1行が長すぎて読みづらく感じます。せっかくのイメージ画像も、目に留まりにくい右下に配置されているのがもったいない印象です。

!! COLUMN

PowerPointで文書を作ろう

A4サイズの資料はWordなどの文書作成ソフトを使う人が多いですが、1～2枚の資料ならPowerPointでも簡単に作ることができます。自由度が高いのでデザインに凝るならオススメです。事前に、編集画面の「デザイン」タブから「スライドのサイズ」をクリックし、スライドのサイズをA4に設定しておきましょう。

タイトルや見出しの
フォントをイメージ画像
に合うものに統一

AFTER

明るいイメージでワクワク感が高まる



見やすい資料デザイン術 書籍制作のご提案

株式会社インプレス
〇〇事業部 〇〇〇〇

以下のようなコンセプトでビジネスマン向けの入門書の企画制作を考えております。制作は全力でサポートさせていただきますので、ご検討よろしくお願いいたします。



コンセプト

昨今の資料デザイン本は、デザイン理論や知識を徹底的に解説するものがほとんどです。そこで今回は、**ビジネス現場に即した実務的な内容で、すぐに実践できる、取り入れられるような内容にした**と考えております。さらに、デザイン

センスに自信がない、ソフトの使い方が分からないといった方も多いので、ソフトの使い方や操作もふんだんに盛り込んで、実務に役立つようにしていきます。デザイン専門書というよりは、ビジネス実用書として提供する形になります。

ターゲット

- 見やすい資料を作りたい人
- プレゼンする機会が多い人
- 営業マン・企画マン・中間管理職
- 資料が分かりづらいと言われた人

スケジュール

- | 月 | 内容 |
|-------|-------------|
| 3月 | 目次作成・お打ち合わせ |
| 4月～6月 | 執筆・作例作成 |
| 7月 | 最終調整・表紙完成 |
| 8月 | 発売 |

長い文章は2段組みに
して読みやすく

ここを改善

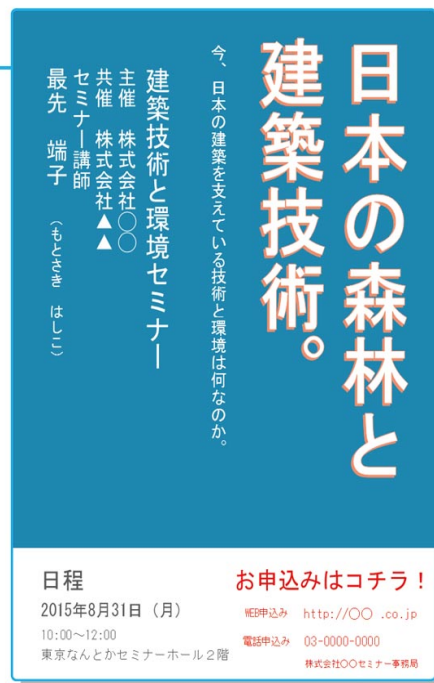
- タイトルは何の提案かがわかりやすいように「HGS創英角ゴシックUB」や「メイリオ」など**しっかり太くなるフォントを選びます**。最初に読ませる部分なので、作例のように簡素な装飾をしてアイキャッチにしても良いでしょう。会社ロゴと名前は右上にまとめてしまいます。
- イメージ画像は視線がいきやすい**左側**に、右側にテキストをまとめます。
- 見出しは**タイトルとフォントやカラーを揃える**と統一感が出ます。箇条書きの点の色もメインカラーにするときれいに見えます。
- 説明文のような**長い文章は2段組**で構成します。A4を横に使うと、1行が長くなって読みづらいので、テキストボックスを2つ作りましょう。
- 下線はアクセントカラー**を使用します。
- 見出しやタイトル以外の**テキストは明朝体**に。紙の資料で読みやすいのは明朝体です。「MS明朝」などを設定し、フォントサイズは11～12ptがオススメです。

自分で見た目の良いポスターを作成したい

イベント・セミナーの告知ポスター

BEFORE

文字を並べただけで統一感がない



文字の装飾が目がチカチカして読みづらい

文字を置いただけではセミナーのイメージがわからない上、セミナーの内容のクオリティが低いようにも見えます。全体的に文字が細く、視認性が低く感じられます。さらに、一番目立たせたいセミナータイトルの文字に余分な装飾が施されて見づらいことも問題です。右下のエリアの文字を赤くしているのも、むやみに色数が増えるだけで、あまり効果がないように感じます。ポスターは本格的なデザインソフトがなくても、PowerPointである程度わかりやすいものを作成できます。色や文字の使い方を工夫しましょう。



ここを改善

- 文字要素は、右から順にタイトル・サブタイトル・セミナー詳細、下のスペースに日程と連絡先などをグルーピングして掲載します。「**セミナー詳細**」「**日程と連絡先**」のエリアに白を引いて、より明確にグルーピングしたことにより、わかりやすくなりました。
- ポスターは遠くから見えたほうがいいので「**HGS創英角ゴシックUB**」を使用。全てのフォントを統一しています。英数字には「HGS創英角ゴシックUB」の英字をそのまま使用するよりも「Arial Black」を使ったほうがシャープに見えます。非常に太いフォントで相性抜群です。
- タイトル文字のサイズを極端に大きく**して目に留まるようにしています。タイトルは漢字だけフォントサイズを大きくしてメリハリをつけています。
- カラーリングはメインカラーのみに**して統一感を出します。
- セミナーの内容をビジュアルで訴求**するアイコンなどを配置するとぐっと印象が変わってきます。そのためにも、文字要素はなるべくグルーピングしてビジュアルスペースを確保しておきましょう。
- 背景が青一色だと重い雰囲気なので、メインカラーのグラデーションにします。(グラデーションにするかどうかは好みで決めてください。)

ひと目でわかるPOP

BEFORE

大切な情報がわかりづらい

無駄な余白が多い



★スタッフ募集中★



Excelなどのデータ入力業務

- 自宅でもOK!
- 初心者大歓迎!

時給：900円

時間：10～17時

気軽にお問い合わせください！

03-1234-5678

「スタッフ募集」よりも写真が目立っている

スタッフ募集告知が目的なのに、「スタッフ募集」の要素が目に入らず、まず女性の写真に目がいきつてしまいます。これでは何を伝えたいのかがわかりにくく、誤解を招く恐れすらあります。フォントも、親しみやすさはありませんが、信頼感には少し欠ける印象です。写真も小さく、周りに無駄な余白が多くてもったいない配置です。星マークなどの記号で強調する方法は、幼稚さや安っぽい印象を与えます。

!! COLUMN

PowerPointでPOPを作ろう

POPと聞くと、手書き調のものを思い浮かべる人が多いかもしれませんが、手書きPOPは、字やイラストの上手い下手が顕著に表れますし、大量生産には向いていません。字やイラストが苦手な人や、たくさん用意する必要があるという人は、PowerPointなら簡単に作成できるのでオススメです。

目的も明確で見栄えもよい

スタッフ
募集中。

**Excelなどの
データ入力業務**

- 自宅でもOK!
- 初心者大歓迎!

時給 **900円**

時間 **10:00~17:00**

気軽にお問い合わせください!
03-1234-5678

一番伝えたいことを大きく見せた

ここを改善

- 「何の案内か」を示す要素を一番大きく見せましょう。遠くから目につくようにする必要があります。内容は短く簡潔に。よくあるのは「スタッフ募集」「最終処分セール」「新発売」「人気ナンバーワン」「50%OFF」など。
- 写真やイラスト素材は左右どちらかに寄せると、大きく表示しても比較的悪目立ちしません。
- 詳細情報（たとえばスタッフ募集なら業務内容、セール、新発売なら商品の内容）は、1箇所にまとめて配置します。写真やイラストとの位置関係を工夫し、目に入ってくる場所に置きましょう。
- テキスト要素は情報のグルーピングを行うのがコツ。ポスターよりもサイズが小さく、狭いスペースに何種類もの情報が詰まりがちなので、作例のようにフォントサイズの大小、箇条書き、四角形などで分けていきましょう。

INDEX

索引

■アルファベット

Calibri	036
HGフォント	038
KISSの法則	020・022・024・082
MSゴシック	034・042
MS明朝	042
Segoe UI	034・036・099

■数字

1 スライド=1 メッセージ	018・155
----------------	---------

■あ

アイコン	165・171
アクセントカラー	070・074・113・136・139 143・145・149・155・163
位置	056・058
インデント	102
円	119・120
円グラフ	142・150
欧文フォント	034・036・099
オブジェクト	091・092
折れ線グラフ	146・161

■か

改行	048
囲み	118
箇条書き	026・088・106・120・154・167
下線	084・167・169
角丸四角形	117・126・135
関係性	057・066
キーワード	022・082
行間	046
グリッド線	058・060
グルーピング	056・062・065・088・157 159・171・173
ゴシック体	042・044

小見出し	090
コントラスト	077・078

■さ

三角	125・153
四角形	091・116・119・153
色相環	071
写真	012・062・118・130・132・153・158・172
ジャンプ率	087
垂直・水平コピー	058・060
数字	086・149
スライド番号	104
スライドマスター	098
整列	061・120・149
セル	148・163
創英角ゴシック	038・112・169・171
創英角ポップ	040

■た

体言止め	022
タイトルスライド	108・152
縦配置	066
縦軸	144・161
縦横比	133
単位	086・149・157
注釈	124
テキストボックス	169
データラベル	144・161
トリミング	131・134・159

■な

塗りつぶし	093・101・109・150
-------------	-----------------

■は

背景	076・078・113・157
配置機能	061・120

凡例	144
表	148・156・162
ヒラギノ角ゴ	045
ベースカラー	070・074・143・163
吹き出し	124・126・146
太字	031・084
太字対応フォント	032
フローチャート	128・136
棒グラフ	144
補色	071
補助線	144

■ま

丸ゴシック	040
見出し	100・102・130・167・168
明朝	038・042・044・045
無彩色	076
メイリオ	032・035・036・099
メインカラー	070・074・108・138・143 149・163・169
文字間	050・094
文字数	012

■や

矢印	122・164
有彩色	076
横配置	066
余白	057・064・089・130・148・157

■わ

ワードアート	030・094
枠線	092
和文フォント	034・036・099
割合	074

森重湧太 | Yuta Morishige

東京農工大学大学院情報工学専攻在学中に「研究発表プレゼンがわかりにくい」と感じたことから、教育工学で学んだ知識と独学の資料作成ノウハウをまとめ、勉強会を発足。それをまとめたものをWebのスライド共有サービス「Slide Share」に掲載したところ、1ヶ月で累計閲覧数30万回を突破。その後も閲覧数が増え続け、累計220万回を超える

人気コンテンツに（2015年12月現在）。高校の授業から大企業の研修まで幅広く利用されている。在学中からスマートキャンパス株式会社の運営する法人向け資料作成代行サービス「SKET」に携わっており、大学院修了後、同社に入社。事業責任者兼ディレクターとして100社以上の資料作成を監修している。

▶ <http://sket.asia/>

Staff

装丁・本文デザイン 細山田光宣・松本 歩（細山田デザイン事務所）

イラスト 長場雄

編集担当 和田奈保子

副編集長 山内悠之

編集長 石坂康夫

写真協力

P10 ©kai-Fotolia

P56・62 ©Monet-Fotolia

P56・62 ©oben901-Fotolia

P56・64 ©akimal-Fotolia

P158 ©chesky / PIXTA (ピクスタ)

P172 ©miya227 - Fotolia

本書の記載は2015年12月時点での情報を元にしています。そのためお客様がご利用される際には、情報に変更されている場合があります。紹介しているハードウェアやソフトウェア、サービスの使用方法是用途の一例であり、すべての製品やサービスが本書の手順と同様に動作することを保証するものではありません。あらかじめご了承ください。

■落丁・乱丁本はお手数ですがインプレスカスタマーセンターまでお送りください。送料弊社負担にてお取り替えさせていただきます。但し、古書店で購入されたものについてはお取り替えできません。

■本書の内容に関するご質問は、書名・ISBN・お名前・電話番号と、該当するページや具体的な質問内容、お使いの動作環境などを明記のうえ、インプレスカスタマーセンターまでメールまたは封書にてお問い合わせください。電話やFAX等のご質問には対応しておりません。なお、本書の範囲を超える質問に関しましてはお答えできませんのでご了承ください。また、以下のご質問にはお答えできませんのでご了承ください。

- ・書籍に掲載している内容以上のご質問
- ・ハードウェア、ソフトウェア、サービス自体の不具合に関するご質問

■読者の窓口

インプレスカスタマーセンター

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町一丁目105番地

TEL : 03-6837-5016

FAX : 03-6837-5023

info@impress.co.jp

■書店／販売店のご注文窓口

株式会社インプレス受注センター

TEL : 048-449-8040

FAX : 048-449-8041

一生使える 見やすい資料の デザイン入門

2016年1月21日 初版第1刷発行

著者 森重湧太

発行人 土田米一

発行所 株式会社インプレス

〒101-0051

東京都千代田区神田神保町一丁目105番地

TEL 03-6837-4635（出版営業統括部）

ホームページ <http://book.impress.co.jp/>

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（ソフトウェア及びプログラムを含む）、株式会社インプレスから文書による許諾を得ずに、いかなる方法においても無断で複写、複製することは禁じられています。

Copyright©2016 Yuta Morishige. All rights reserved.

本書に登場する会社名、製品名は、各社の登録商標または商標です。本文では®マークや™は明記しておりません。

印刷所 図書印刷株式会社

ISBN978-4-8443-3963-2 C3055

Printed in Japan

本書のご感想をぜひお寄せください

<http://book.impress.co.jp/books/1114101129>

読者登録サービス
CLUB
IMPRESS

アンケート回答者の中から、抽選で商品券（1万円分）や図書カード（1,000円分）などを毎月プレゼント。当選は賞品の発送をもって代えさせていただきます。