



ロジカルな資料作成・プレゼンテーションの教科書シリーズ③  
スライド・パッケージの作り方  
文中スライド集

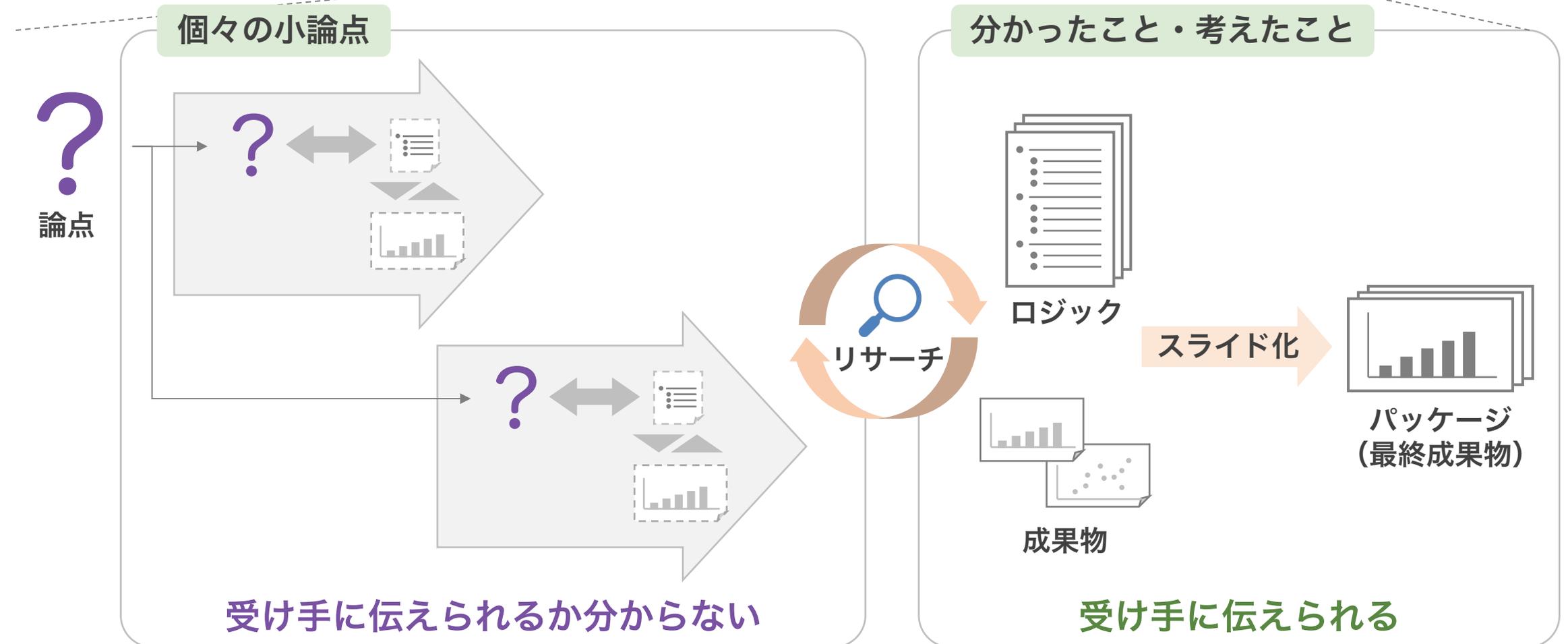
2022/9/20

Liffel



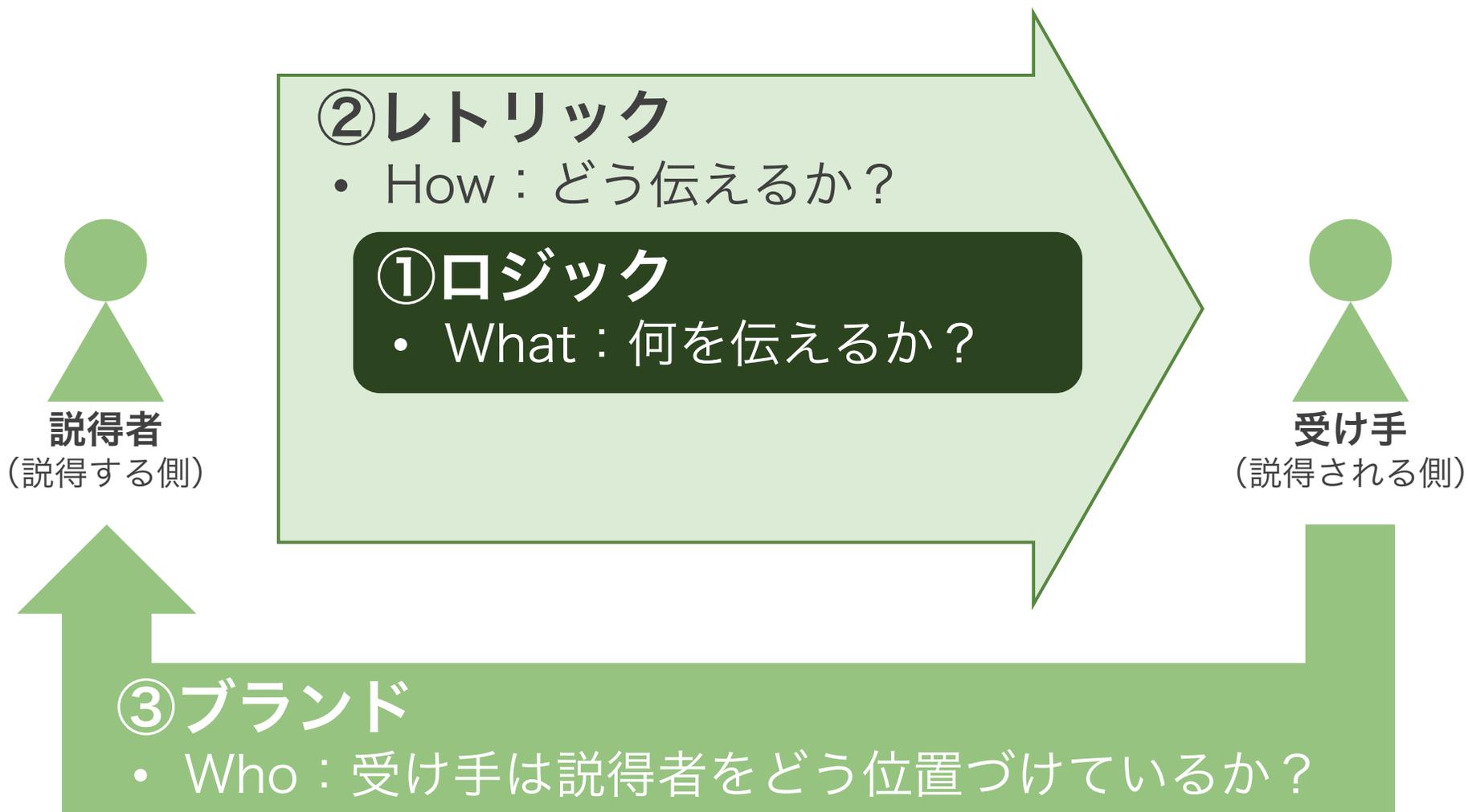
はじめに

# 論点がパッケージになるまで



# 説得の構造

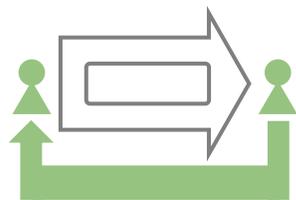
- 説得は①ロジック、②レトリック、③ブランドの3要素から構成される



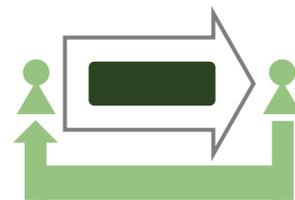
# 説得のプロセス



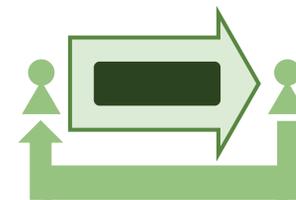
- 受け手からの好意・信頼を得る
  - 関係性の構築
  - 実績・知名度の確立など



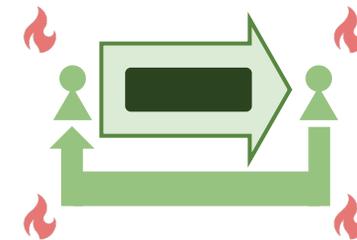
- 説得の目的を明確にする
- 必要な根拠の質を考える
- レトリックの大枠を決める



- 主張と根拠を考える
  - 論点を分解する
  - リサーチする



- 資料を完成させる
  - パッケージ
  - 文書



- 本番の説得を行う
  - プレゼン
  - 文書の提出
- 議論
- 質疑応答

▲  
最低限の  
ブランド

▲  
設計  
シート

▲  
ロジック

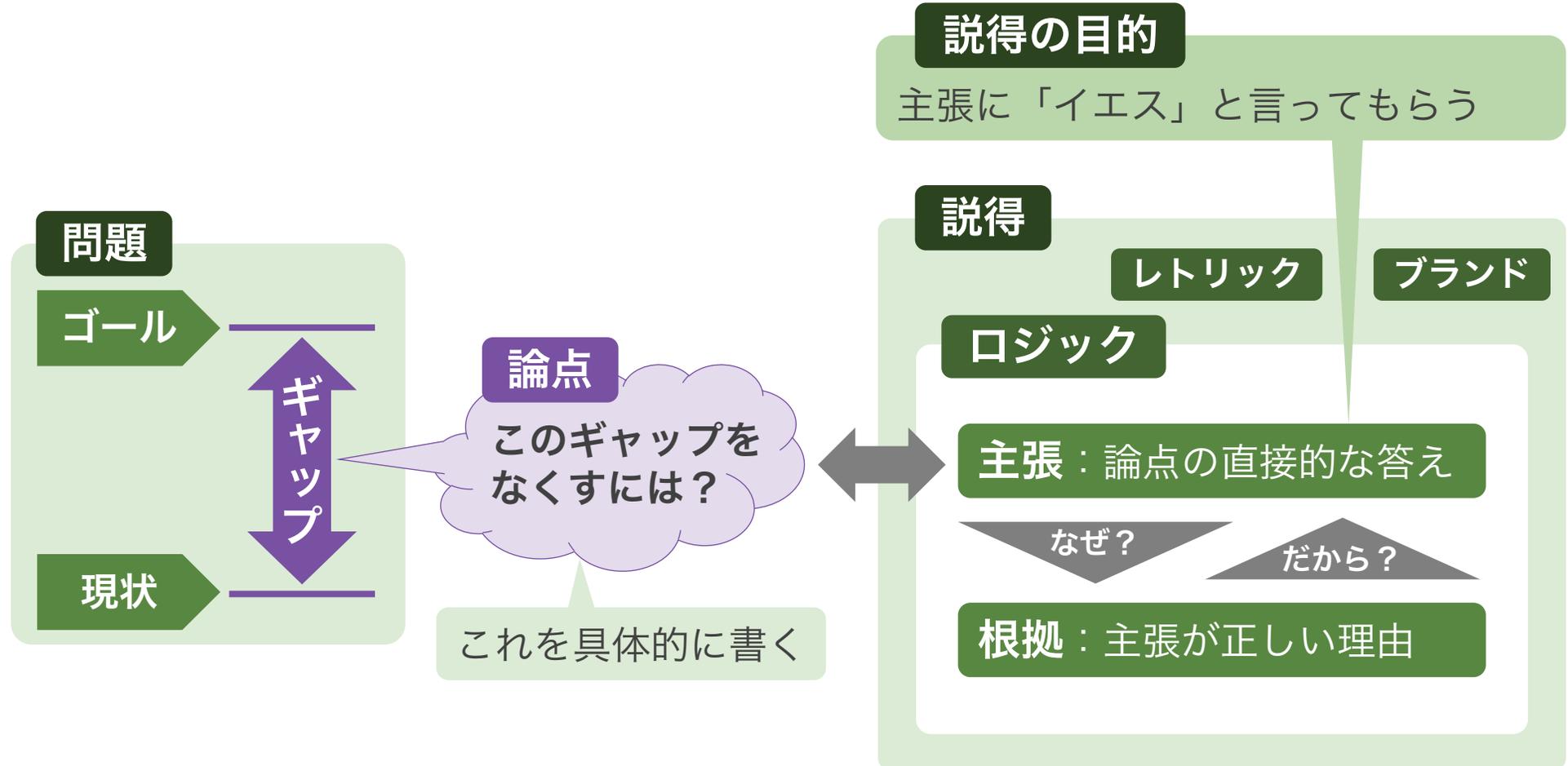
▲  
資料

▲  
説得の  
成功

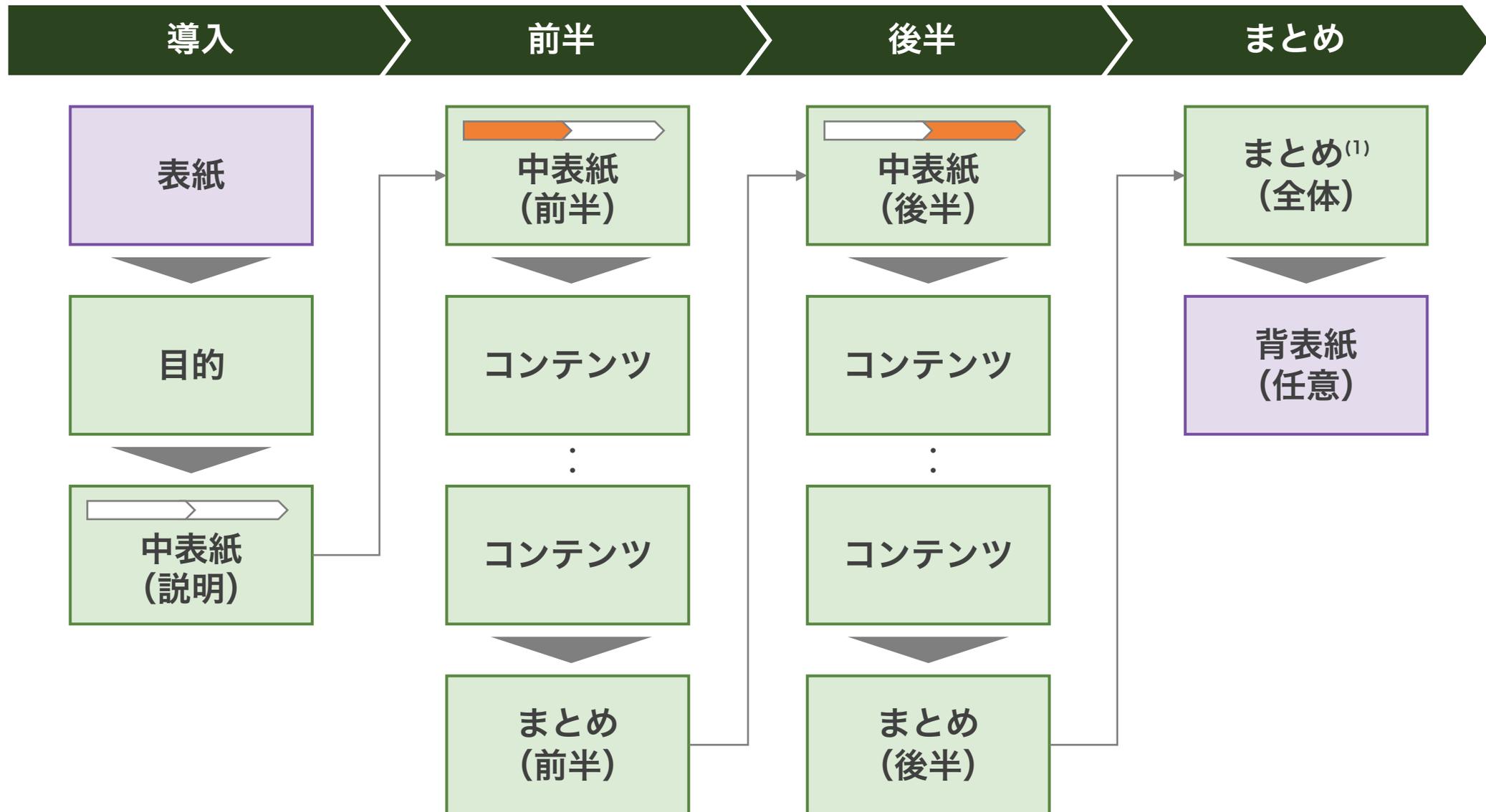


# 問題と説得の関係

- まず問題があり、私たちはそれに対する答えが正しいことを説得する
  - 問題に対する答えを問いかける疑問文が論点



# パッケージのスライド構成 (2部構成の場合)



1. 結論先行型にしたい場合は、全体のまとめスライドを目的スライドの直後(3枚目)にも配置する

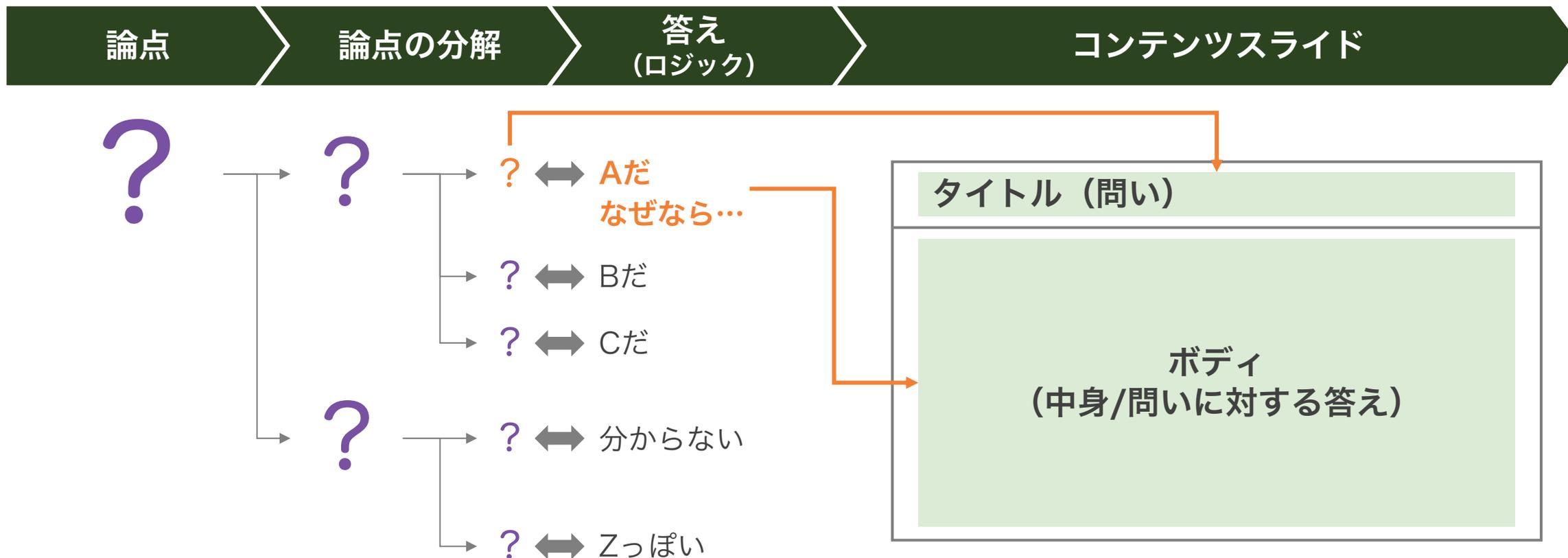


# Lesson 1

# コンテンツスライドとは

- コンテンツスライドとは、ロジックの一部を視覚的に表現するスライドである
  - 要するに「普通のスライド」のこと

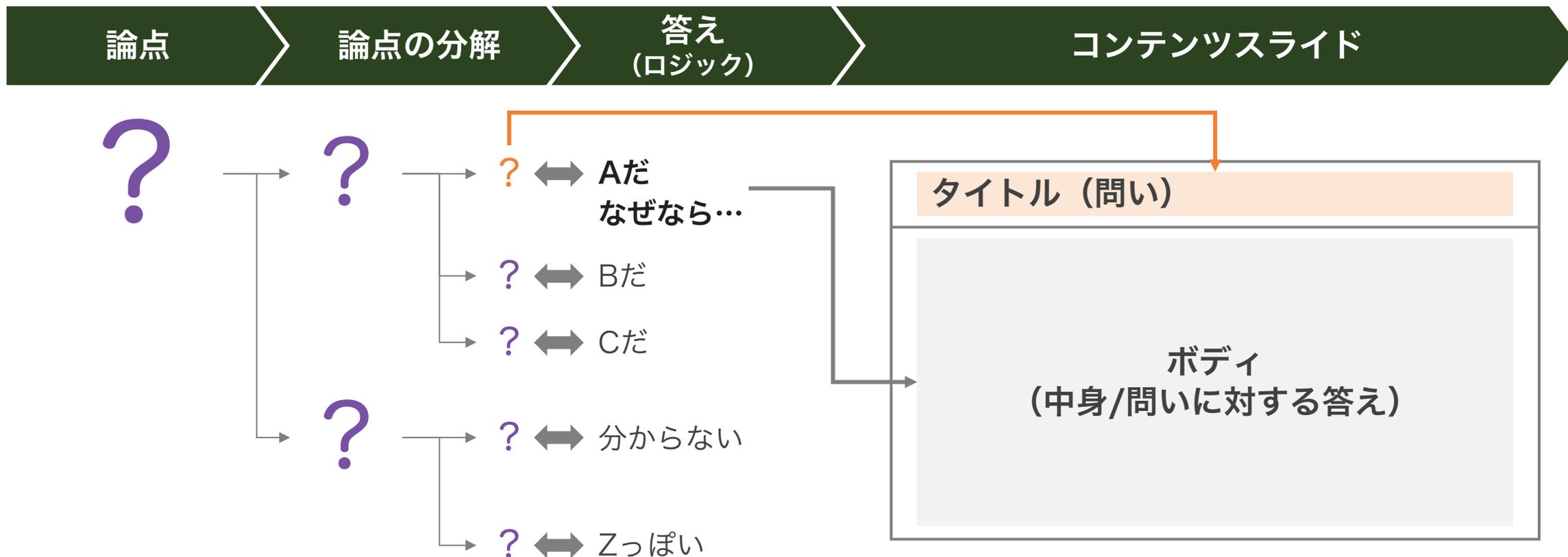
## 論点とコンテンツスライドの関係



# コンテンツスライドの構成①：タイトル

- タイトルとは、そのコンテンツスライドが扱う問い/テーマのこと
  - 分解した論点を、1枚のスライドで答えられるレベルで括って書く

## 論点とコンテンツスライドの関係

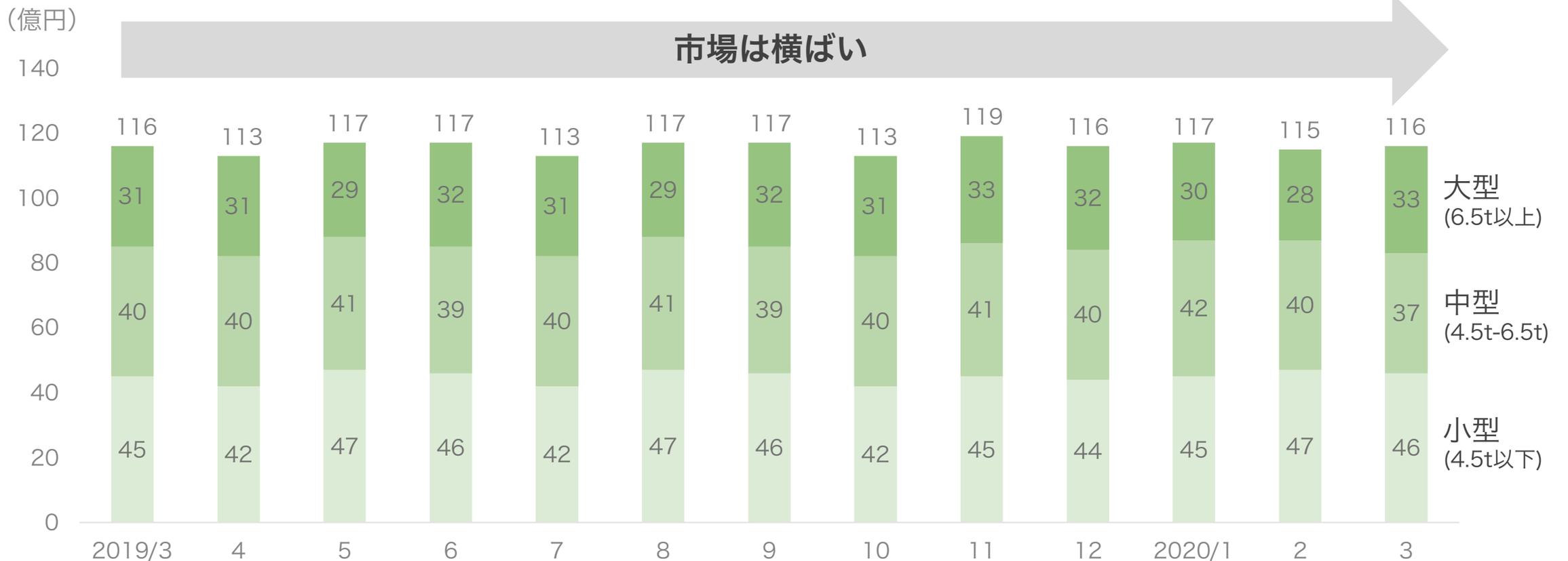


# 売上が減った理由：市場 or シェア

データはすべて架空のもの

- 売上が減った原因は、市場の縮小ではなく、競合にシェアを奪われたからである
  - 関西地区のトラック市場は、この1年を通じて横ばいである

## トラック市場（関西地区）の推移

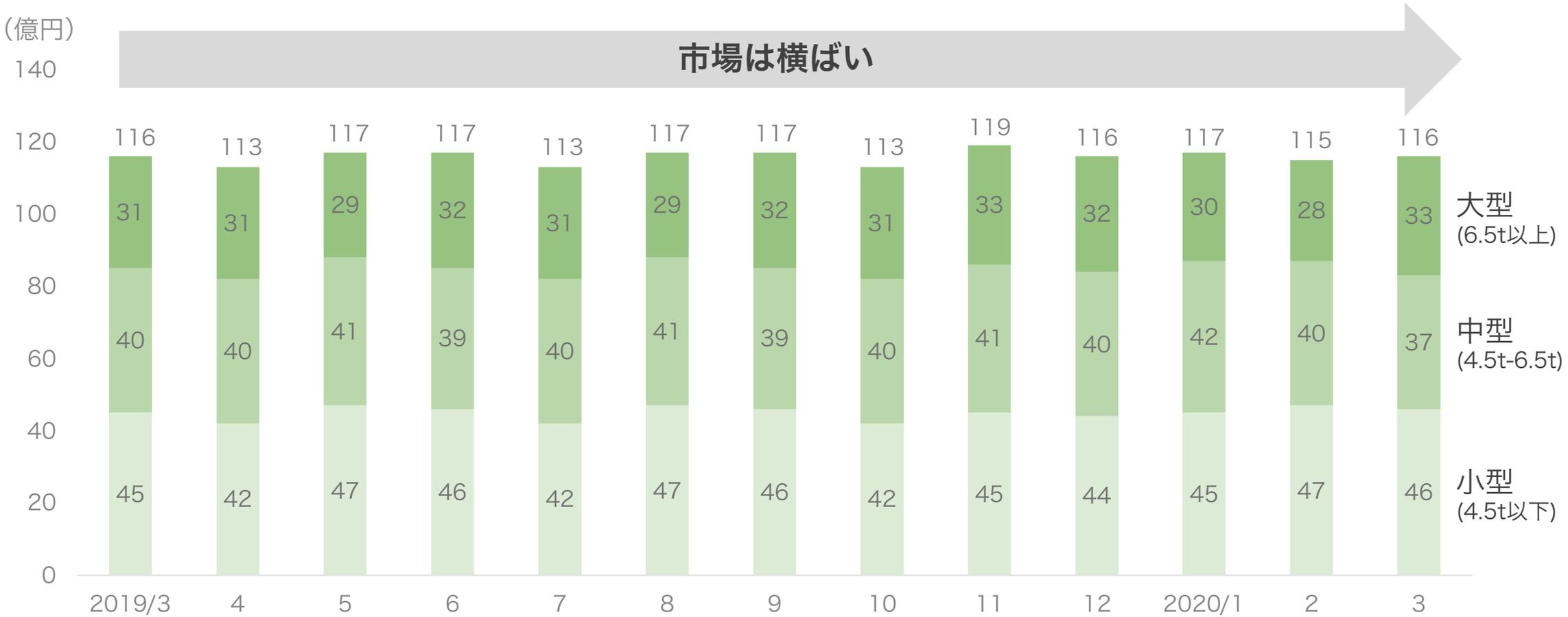


※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

# トラック市場（関西地区）の推移

データはすべて架空のもの

- 関西地区のトラック市場は、この1年を通じて横ばいである  
→我々の売上が減少した原因は、競合にシェアを奪われたからだと考えられる

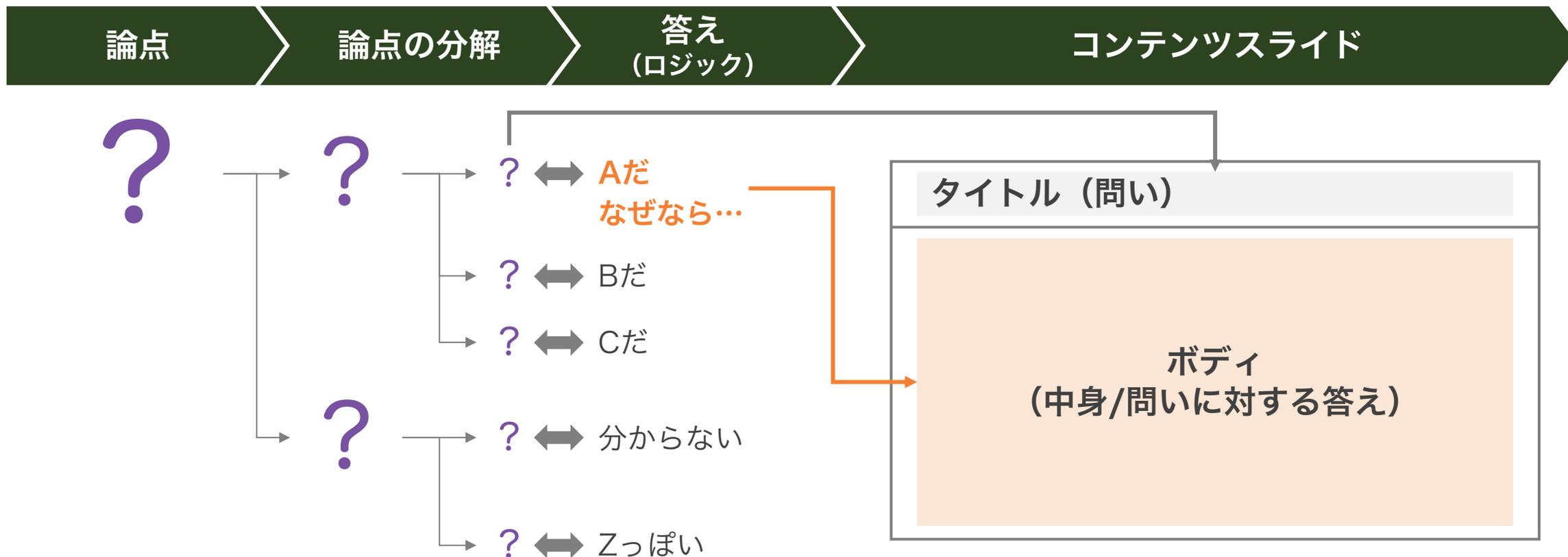


※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

## コンテンツスライドの構成②：ボディ

- ボディでは、問い（タイトル）に対する答えを表現する
  - ボディのレイアウトには複数のパターンがある

### 論点とコンテンツスライドの関係

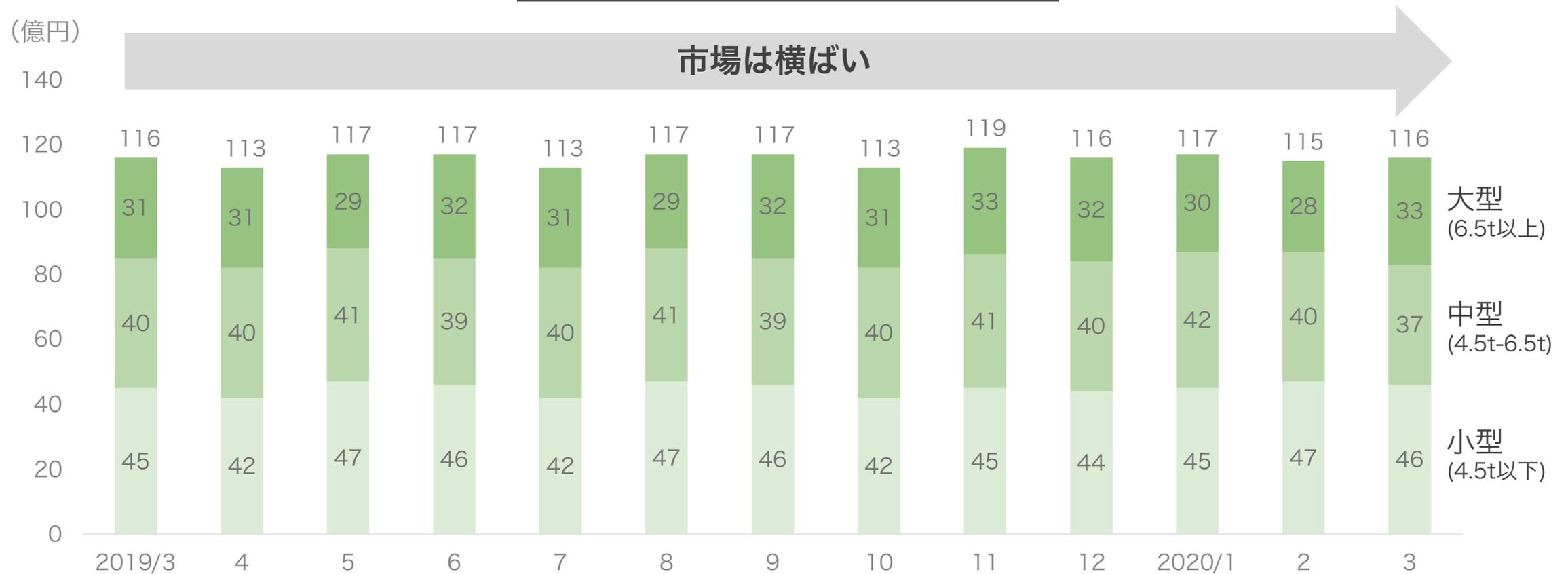


# 売上が減った理由：市場 or シェア

データはすべて架空のもの

- 売上が減った原因は、市場の縮小ではなく、競合にシェアを奪われたからである
  - 関西地区のトラック市場は、この1年を通じて横ばいである

## トラック市場（関西地区）の推移

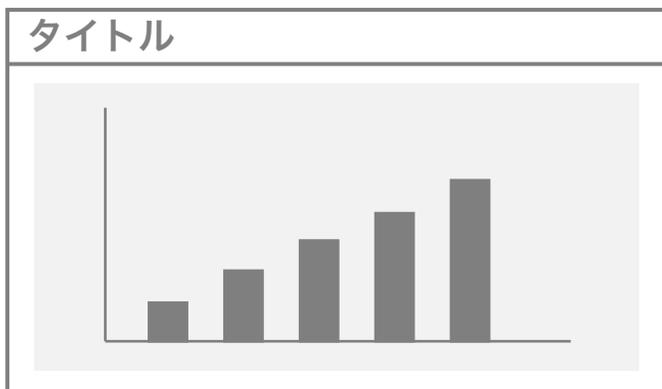


※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

# 主なボディのレイアウトと、使うべき型

- 論理性に寄ったコンテキストでは、ボディのレイアウトはメッセージ型を基本と考えるべき
  - 問いに対する直接的な答えをテキストで打ち出すことで、ロジックが分かりやすくなる

## ボディのみ型



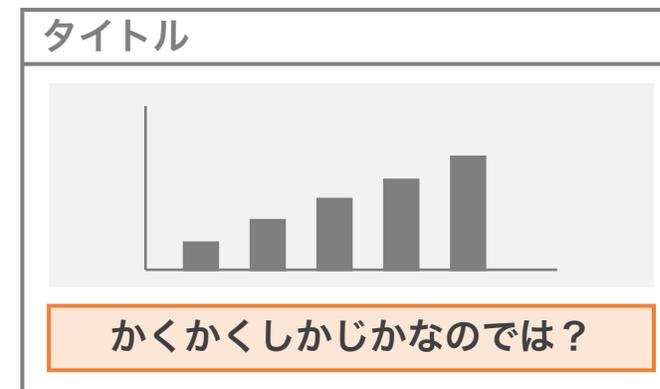
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
  - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

## メッセージ型



- ボディ最上部にテキストで問いに対する答えを書く
  - 要するに、答えは何か？
- **これを基本と考える**
  - 重要なことはテキストで伝えるべき

## テイクアウェイ型



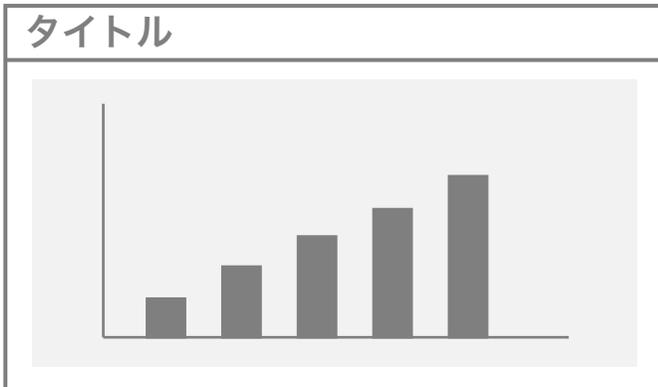
- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
  - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

# Lesson 2

# 主なボディのレイアウトと、使うべき型

- 論理性に寄ったコンテキストでは、ボディのレイアウトはメッセージ型を基本と考えるべき
  - 問いに対する直接的な答えをテキストで打ち出すことで、ロジックが分かりやすくなる

## ボディのみ型



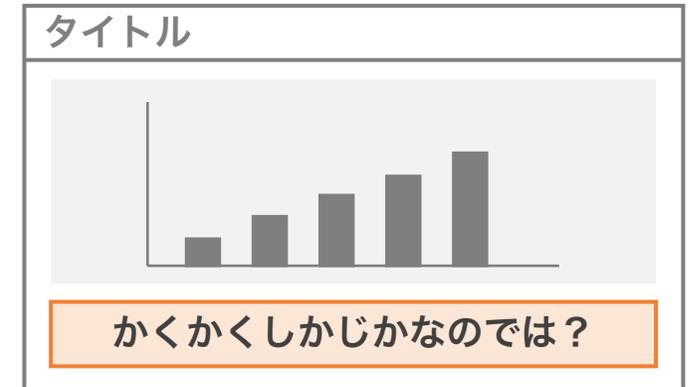
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
  - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

## メッセージ型



- ボディ最上部にテキストで問いに対する答えを書く
  - 要するに、答えは何か？
- **これを基本と考える**
  - 重要なことはテキストで伝えるべき

## テイクアウェイ型

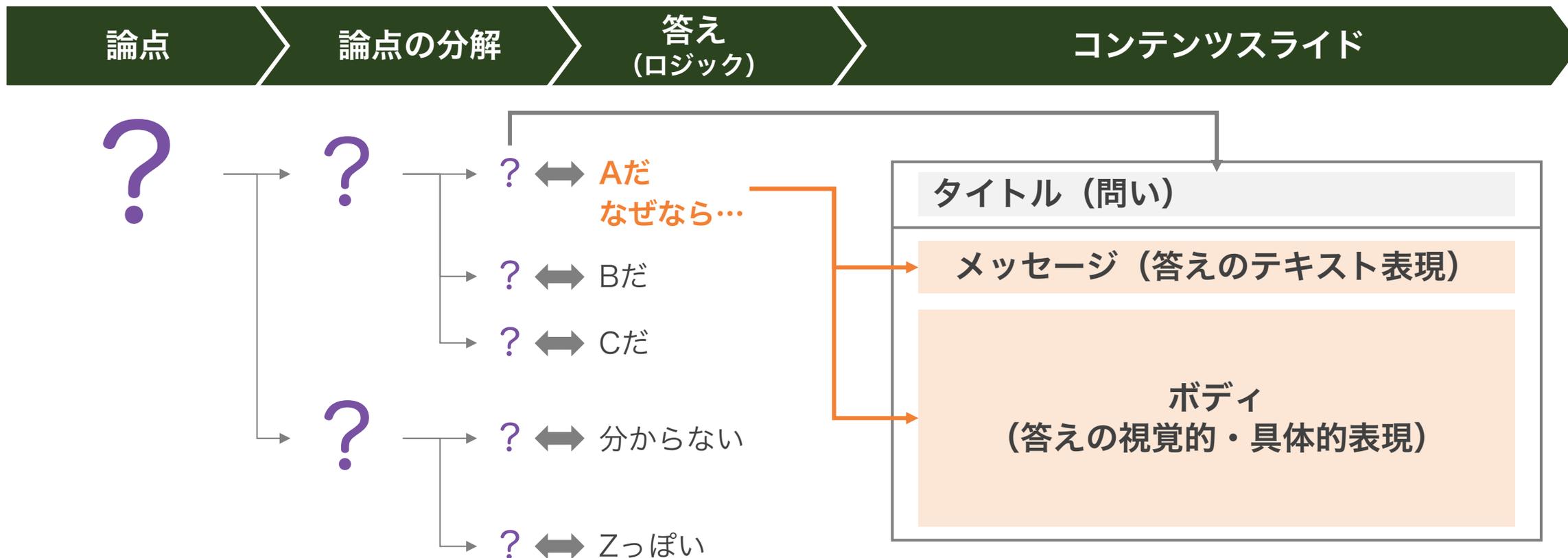


- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
  - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

# メッセージ型の構成

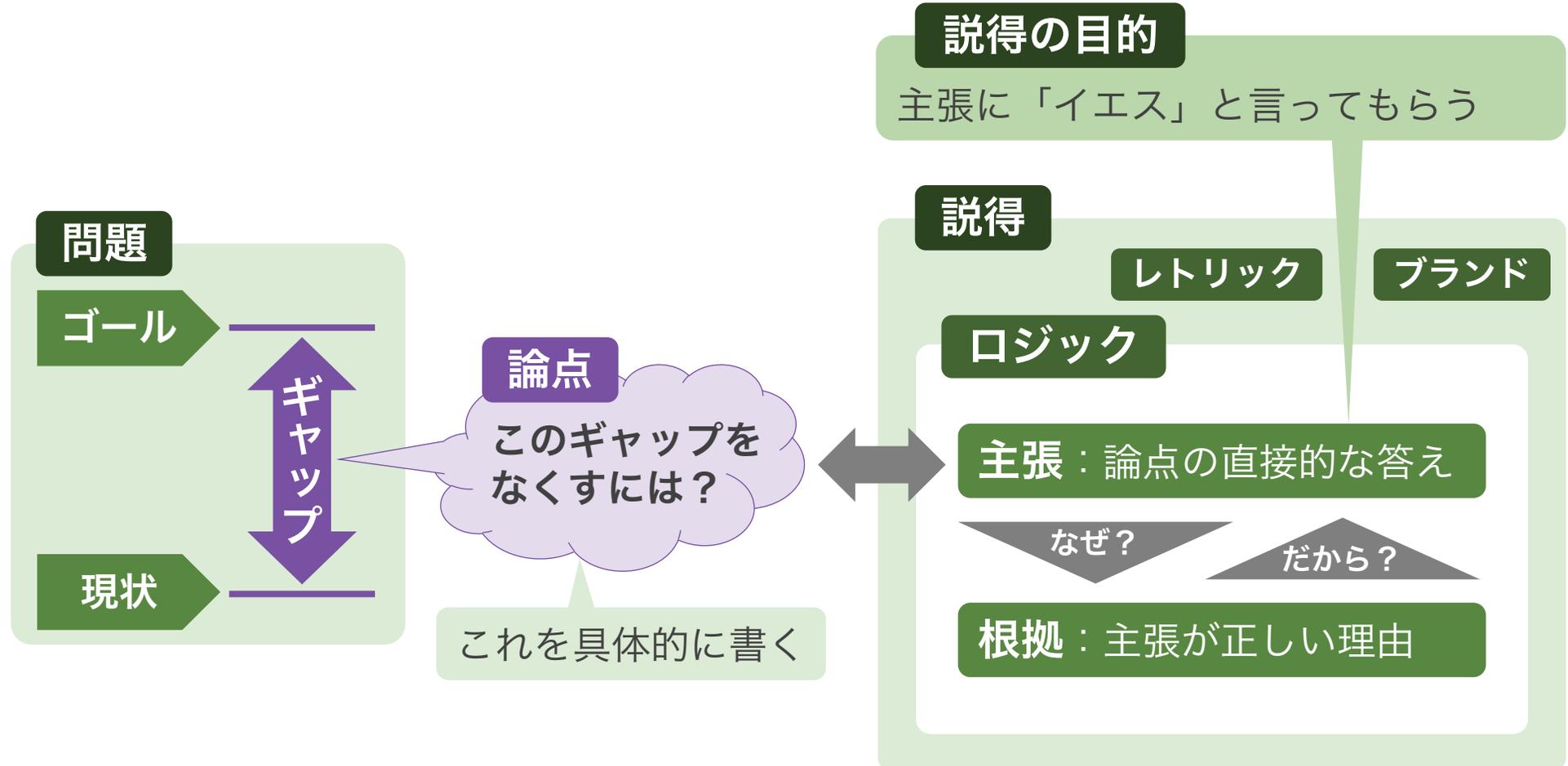
- メッセージ型では、タイトル下部に答えをテキストで書くための領域を設ける
  - そのようなものを作る以上、ボディは必然的に答えの視覚的・具体的表現になる

## 論点とコンテンツスライドの関係



# 問題と説得の関係

- まず問題があり、私たちはそれに対する答えが正しいことを説得する
  - 問題に対する答えを問いかける疑問文が論点

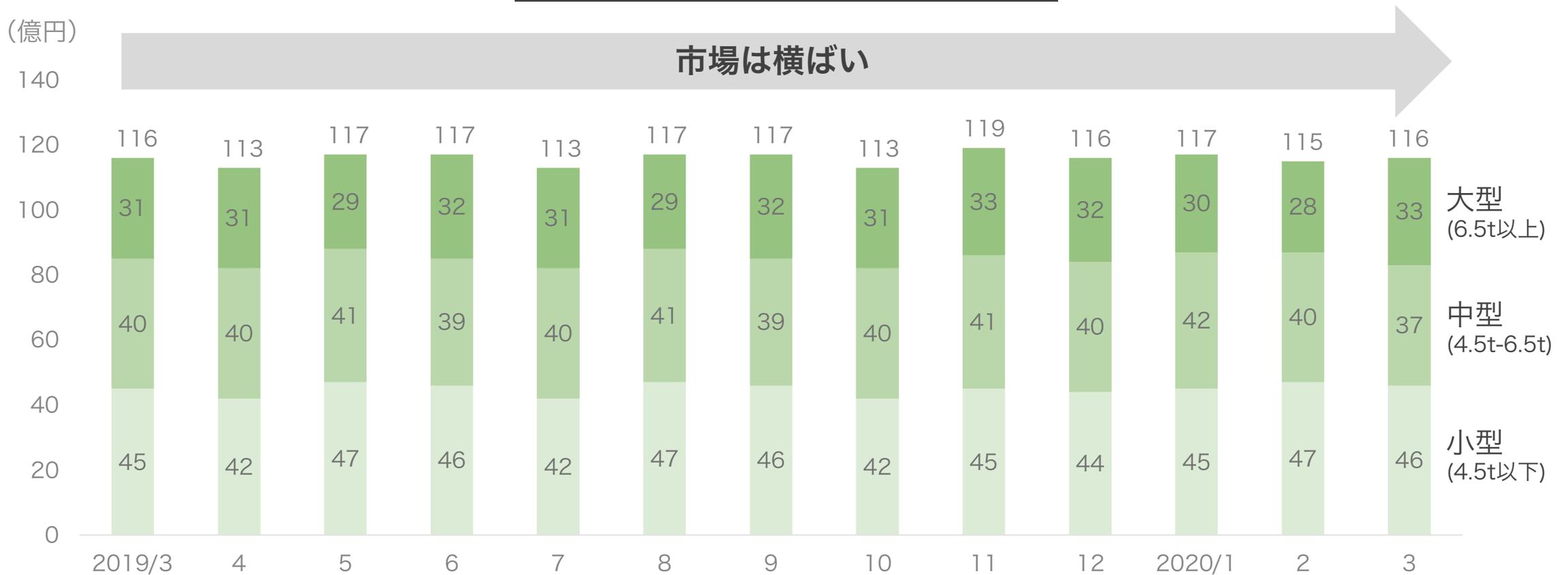


# 売上が減った理由：市場 or シェア

データはすべて架空のもの

- 売上が減った原因は、市場の縮小ではなく、競合にシェアを奪われたからである
  - 関西地区のトラック市場は、この1年を通じて横ばいである

## トラック市場（関西地区）の推移

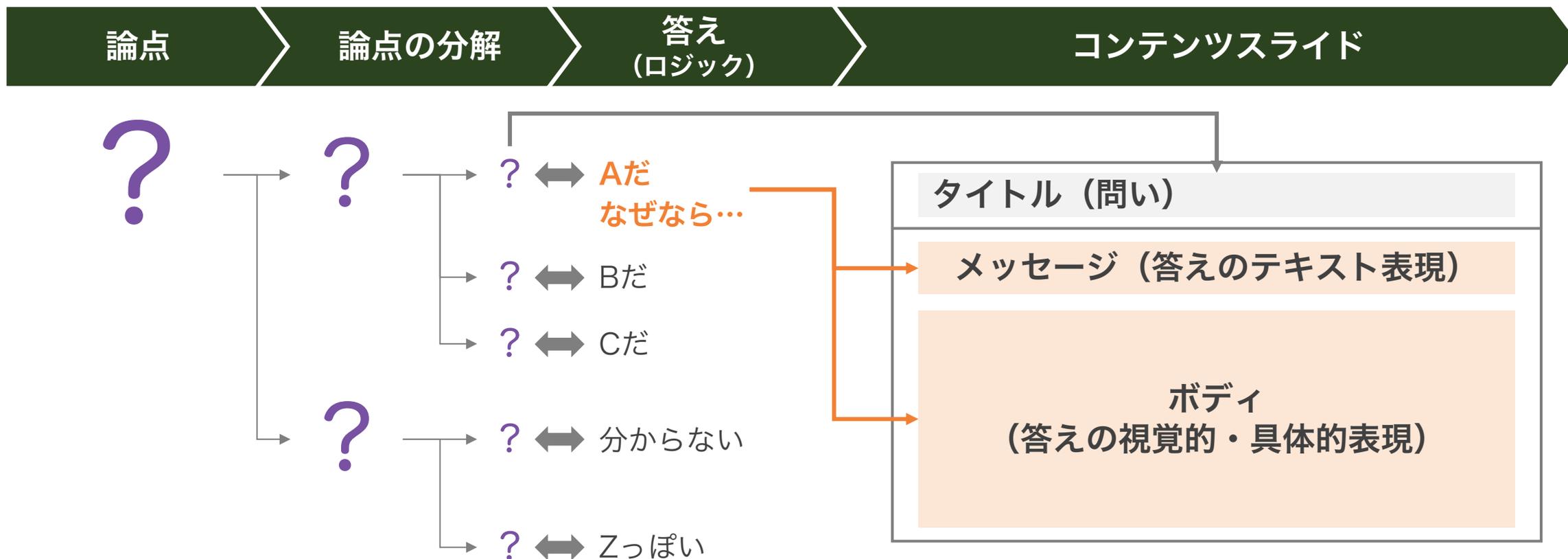


※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

# メッセージ型の構成

- メッセージ型では、タイトル下部に答えをテキストで書くための領域を設ける
  - そのようなものを作る以上、ボディは必然的に答えの視覚的・具体的表現になる

## 論点とコンテンツスライドの関係

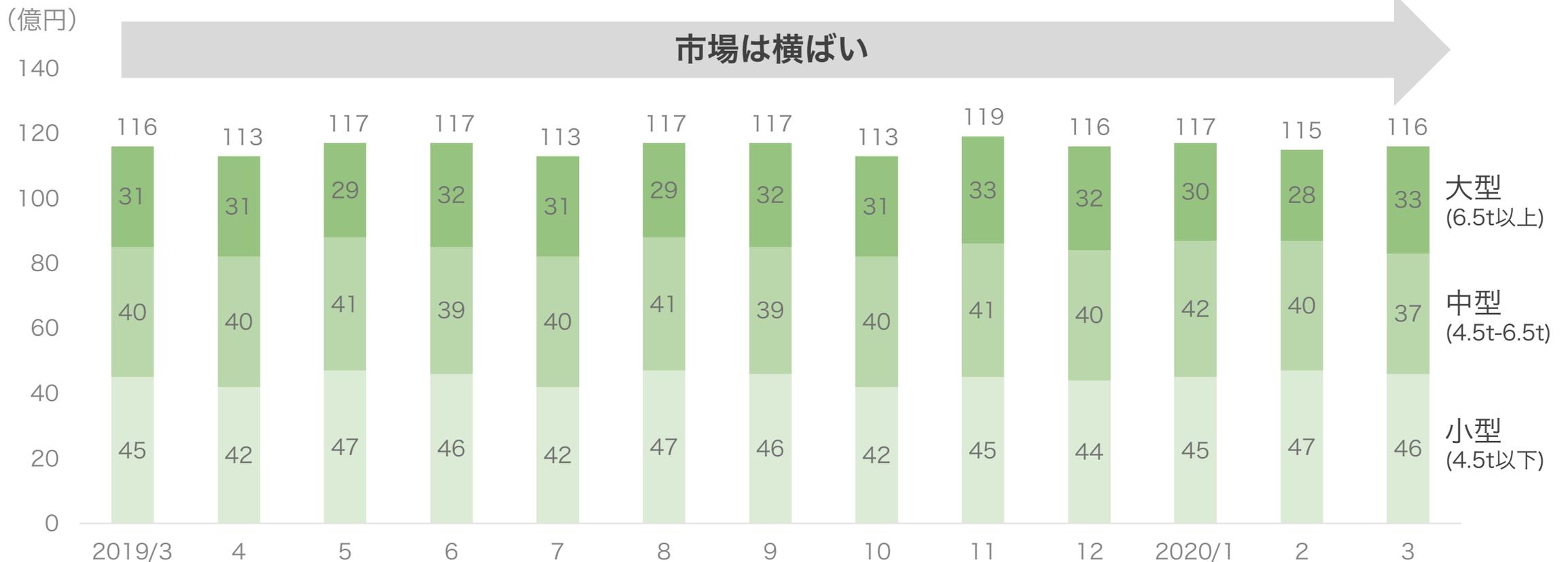


# 売上が減った理由：市場 or シェア

データはすべて架空のもの

- ・ 売上が減った原因は、市場の縮小ではなく、競合にシェアを奪われたからである
  - 関西地区のトラック市場は、この1年を通じて横ばいである

## トラック市場（関西地区）の推移

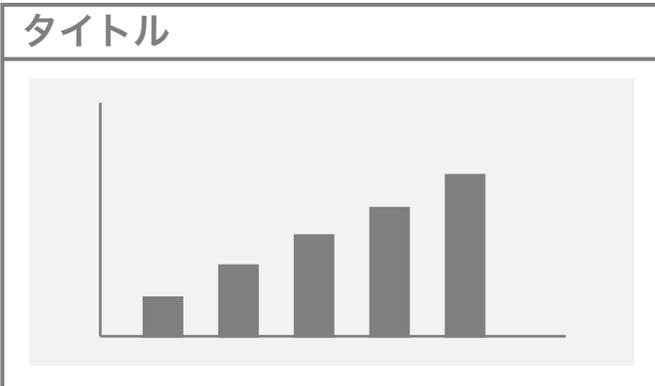


※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

# 主なボディのレイアウトと、使うべき型

- 論理性に寄ったコンテキストでは、ボディのレイアウトはメッセージ型を基本と考えるべき
  - 問いに対する直接的な答えをテキストで打ち出すことで、ロジックが分かりやすくなる

## ボディのみ型



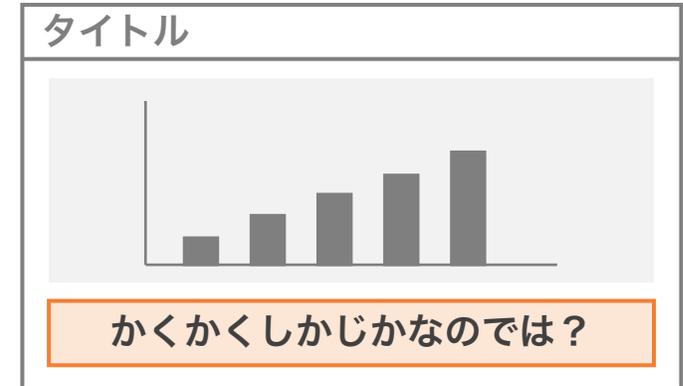
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
  - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

## メッセージ型



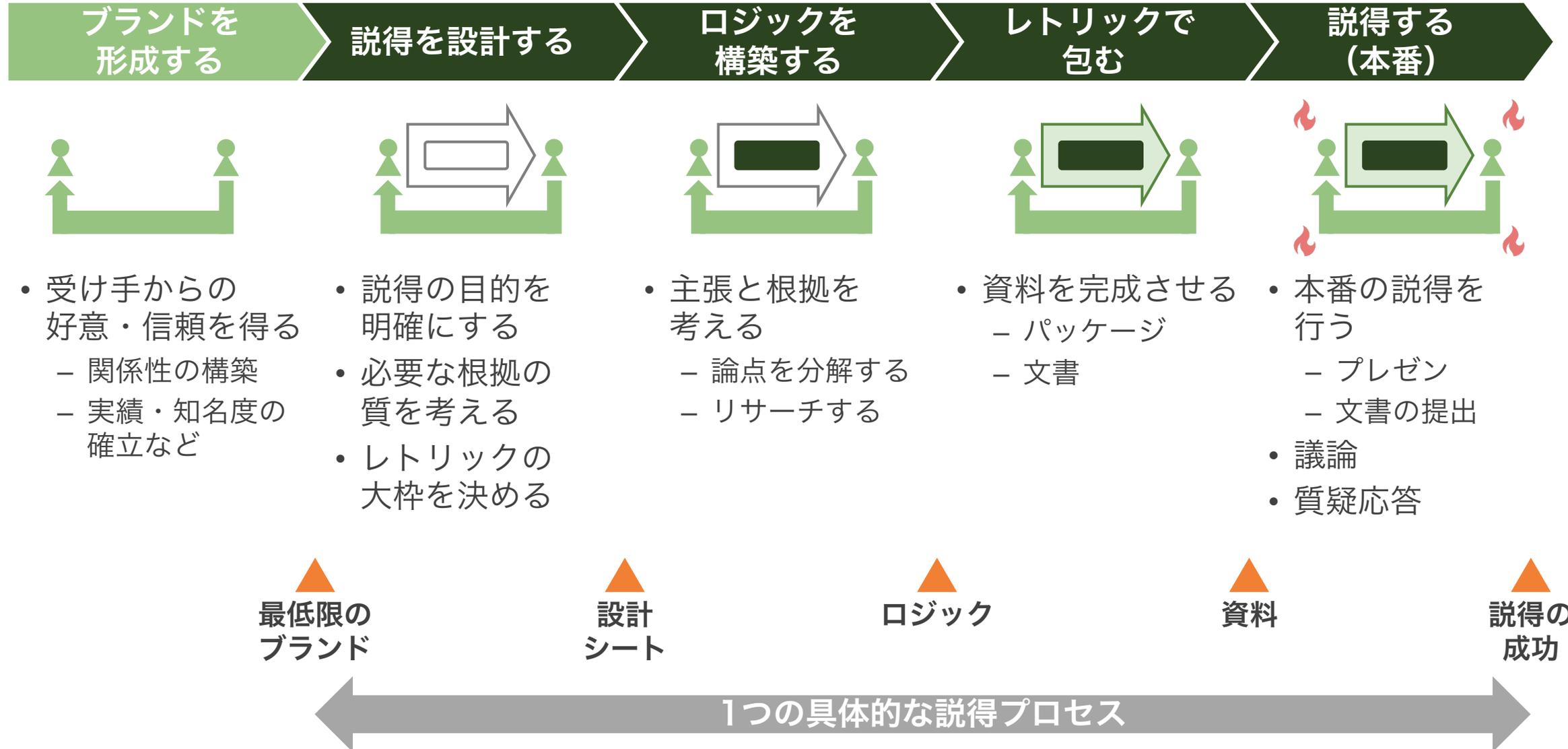
- ボディ最上部にテキストで問いに対する答えを書く
  - 要するに、答えは何か？
- **これを基本と考える**
  - 重要なことはテキストで伝えるべき

## テイクアウェイ型



- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
  - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

# 説得のプロセス



## <背景>

- 先週の業績報告会において、関西支部の業績が急速に悪化（前年同月比13%減）していることが判明した

## <このプレゼンの論点>

- 関西支部の業績悪化の対策として、何をすべきか？

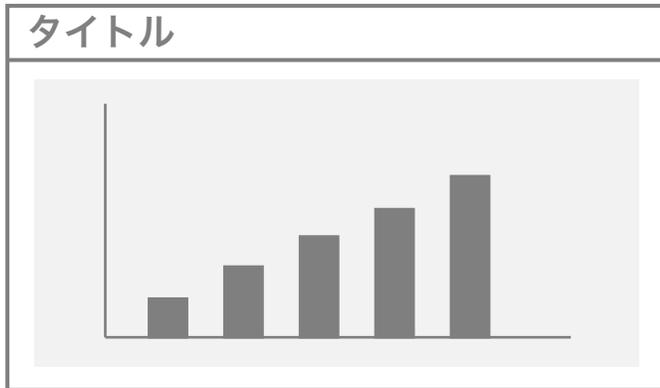
## <本日の目的>

- 提案する解決策の内容、予算について承認を頂きたい

# 主なボディのレイアウトと、使うべき型

- 論理性に寄ったコンテキストでは、ボディのレイアウトはメッセージ型を基本と考えるべき
  - 問いに対する直接的な答えをテキストで打ち出すことで、ロジックが分かりやすくなる

## ボディのみ型



- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
  - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

## メッセージ型



- ボディ最上部にテキストで問いに対する答えを書く
  - 要するに、答えは何か？
- **これを基本と考える**
  - 重要なことはテキストで伝えるべき

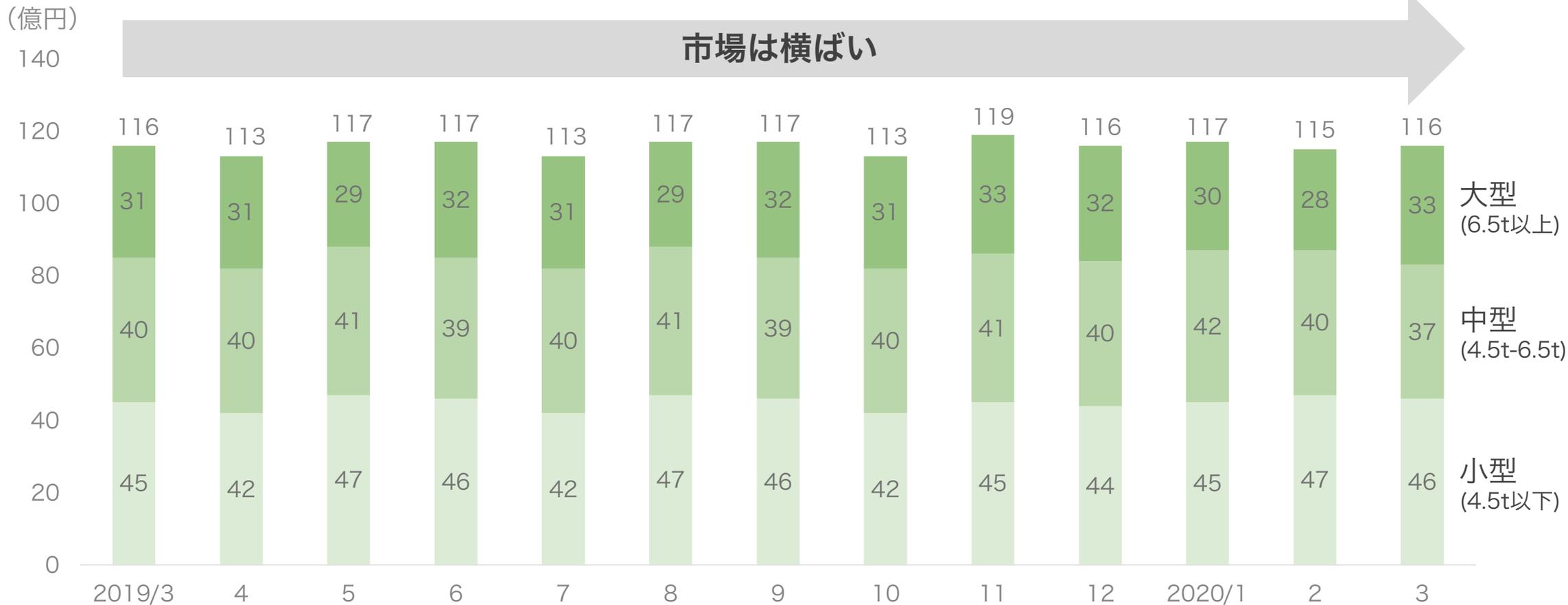
## テイクアウェイ型



- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
  - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

# トラック市場（関西地区）の推移

データはすべて架空のもの



売上が減少した原因は、市場の変化ではなく  
競争にシェアを奪われたからだと考えられる

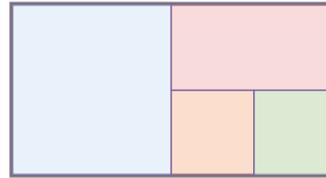
※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

# 論点の分解が「正しい」とは

- 問題解決につながる論点の分解が正しい
  - 分解が網羅的（MECE）であることは、分解が正しいこと的前提条件ではない

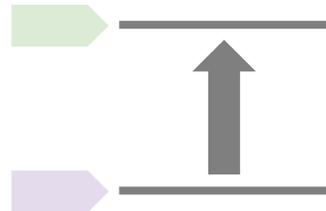
具体的には？

網羅的  
(MECE)  
である



- 論点を「漏れなく、ダブリなく」分解する
  - 漏れは重要な論点の見落としを、ダブリは混乱を招く
  - MECEとは”Mutually **E**xclusive, **C**ollectively **E**xhaustive” の略で、「ミーシー/ミッシー」と読まれる

問題解決に  
つながる

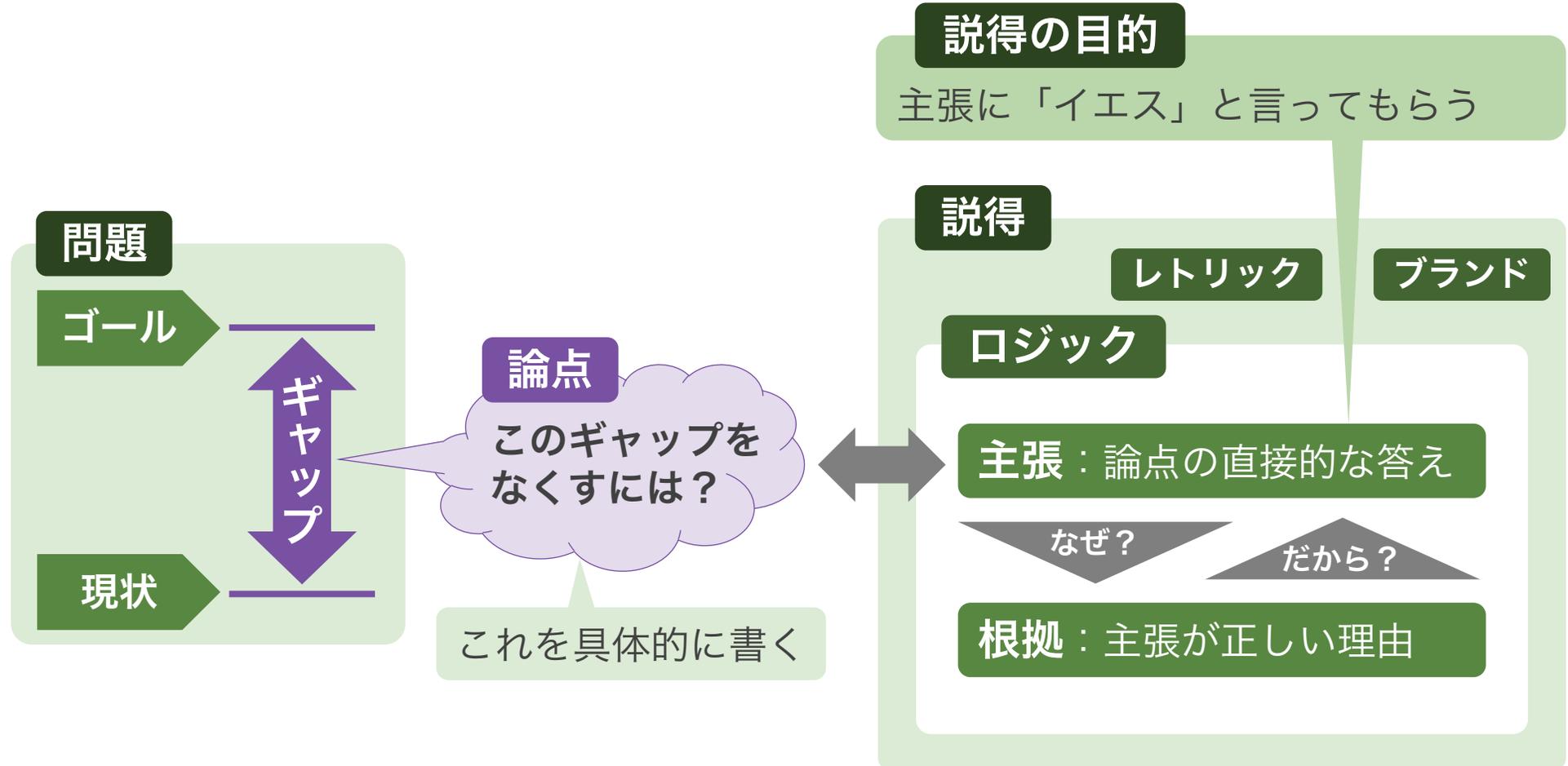


- 分解した論点に**答えが出せる**
  - 論点に答えるためのリサーチが可能である
- 答えをもとに、**具体的な解決策を考えることができる**

- 数パターン網羅的に分解して、検証作業をするのが現実的
  - 論点の分解が正しいかは、事後的にしか分からない

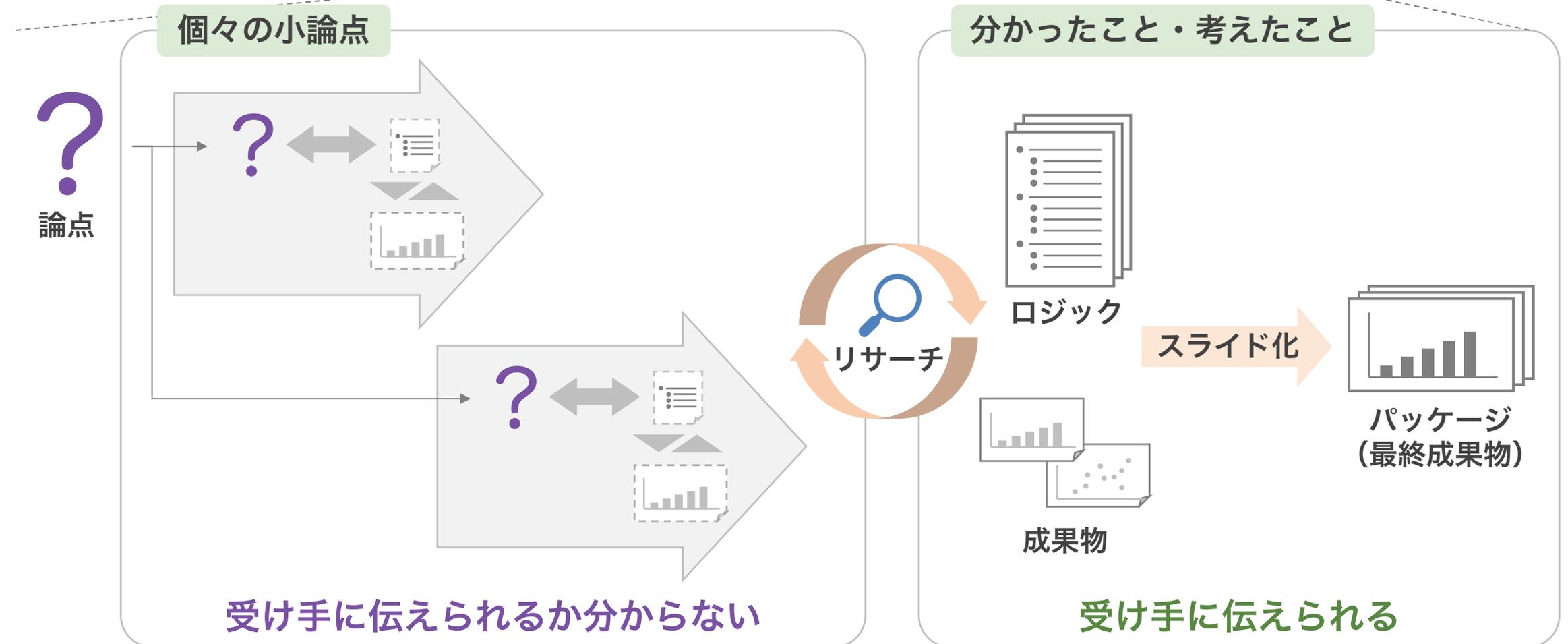
# 問題と説得の関係

- まず問題があり、私たちはそれに対する答えが正しいことを説得する
  - 問題に対する答えを問いかける疑問文が論点



# Lesson 3

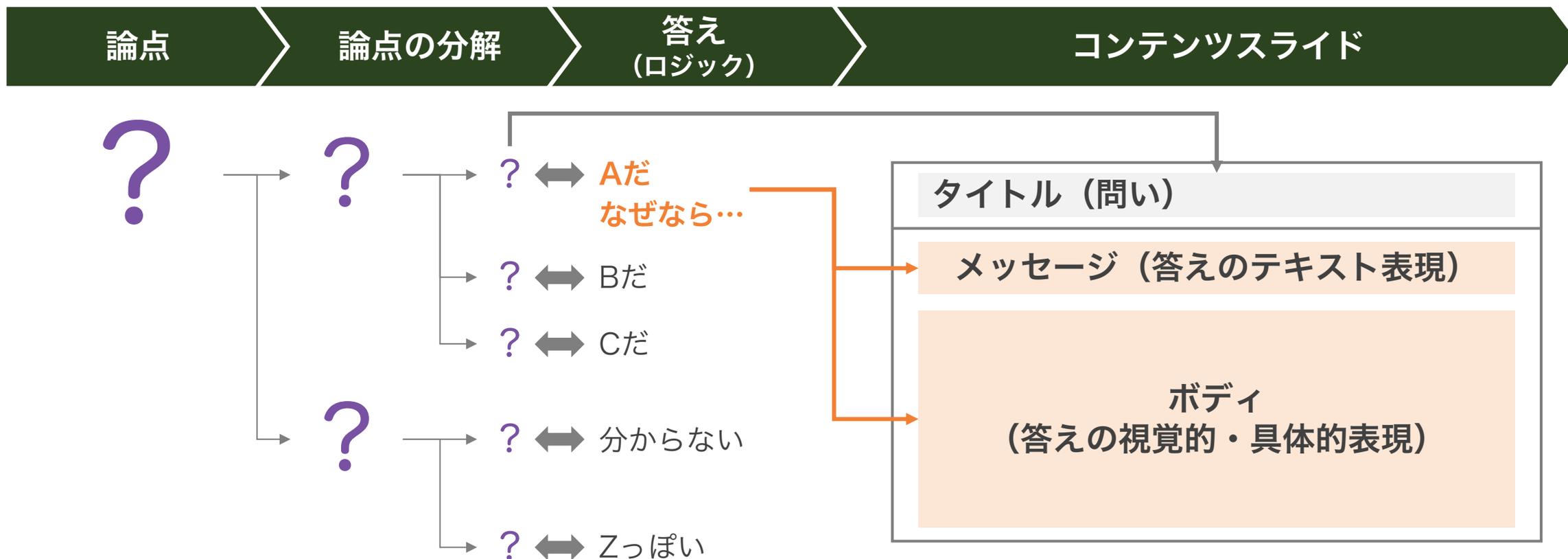
# 論点がパッケージになるまで



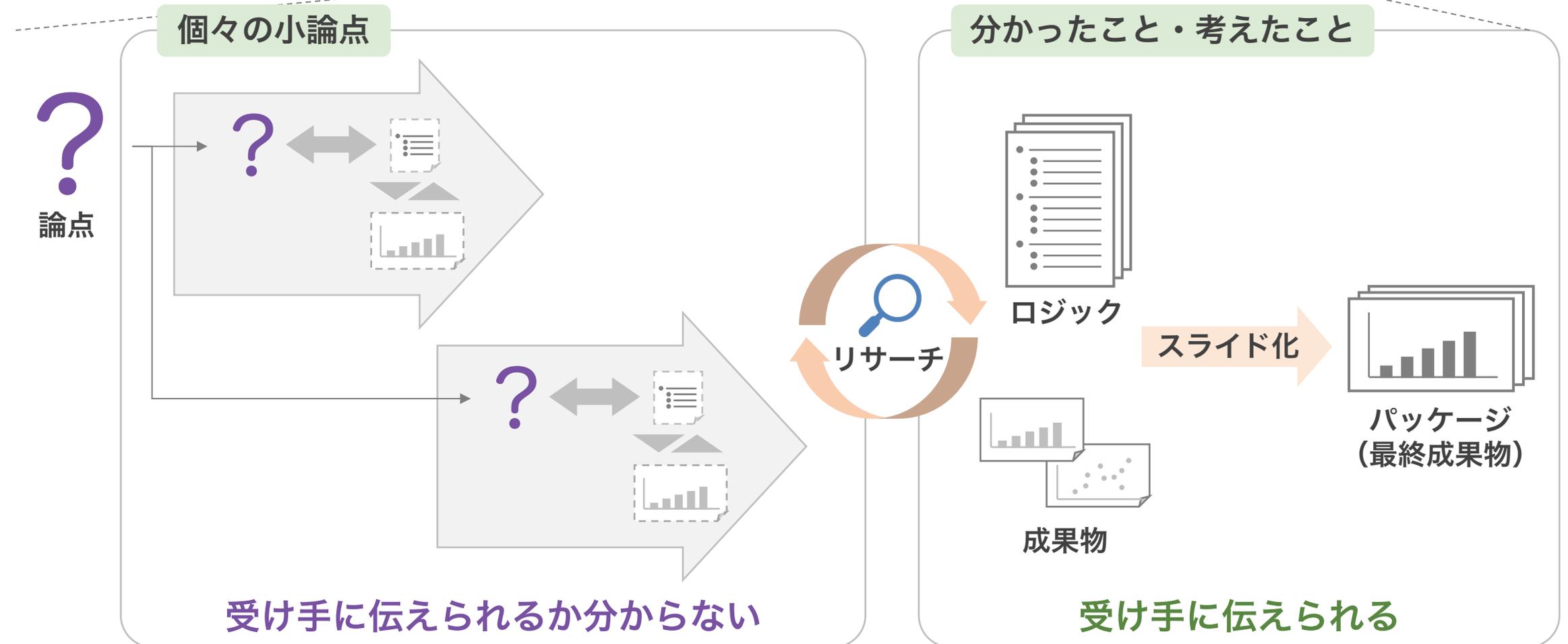
# メッセージ型の構成

- メッセージ型では、タイトル下部に答えをテキストで書くための領域を設ける
  - そのようなものを作る以上、ボディは必然的に答えの視覚的・具体的表現になる

## 論点とコンテンツスライドの関係



# 論点がパッケージになるまで

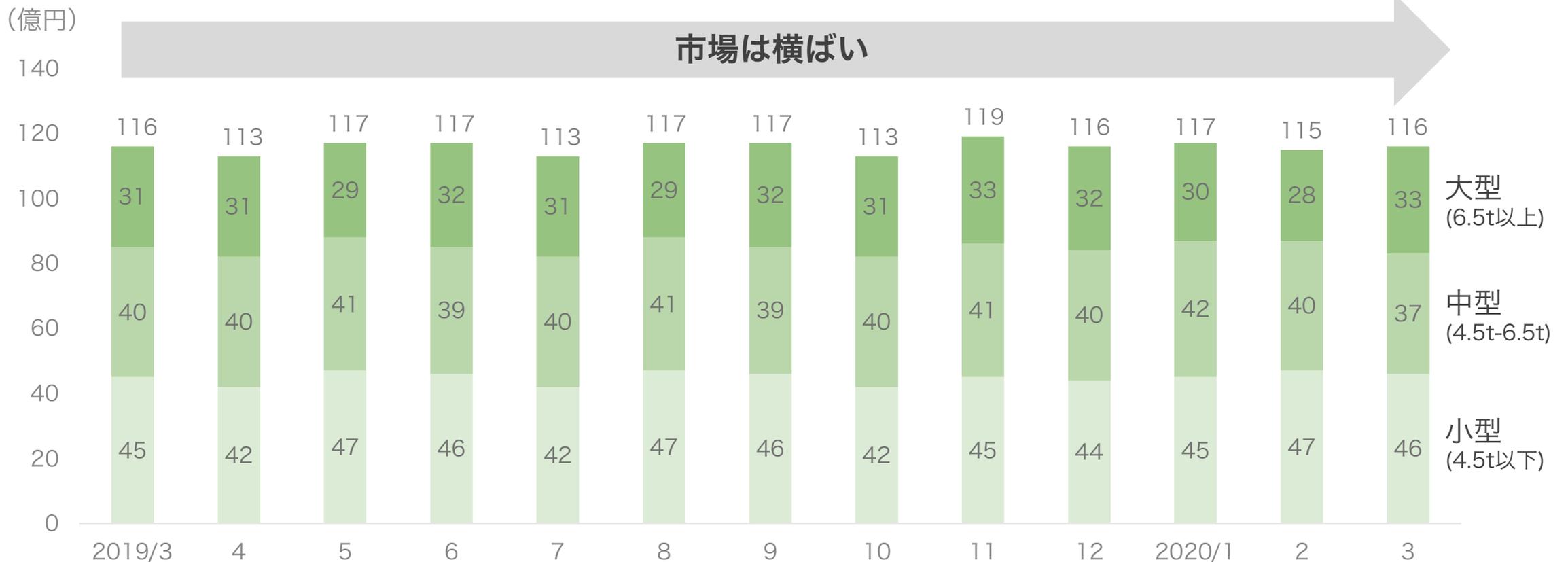


# 売上が減った理由：市場 or シェア

データはすべて架空のもの

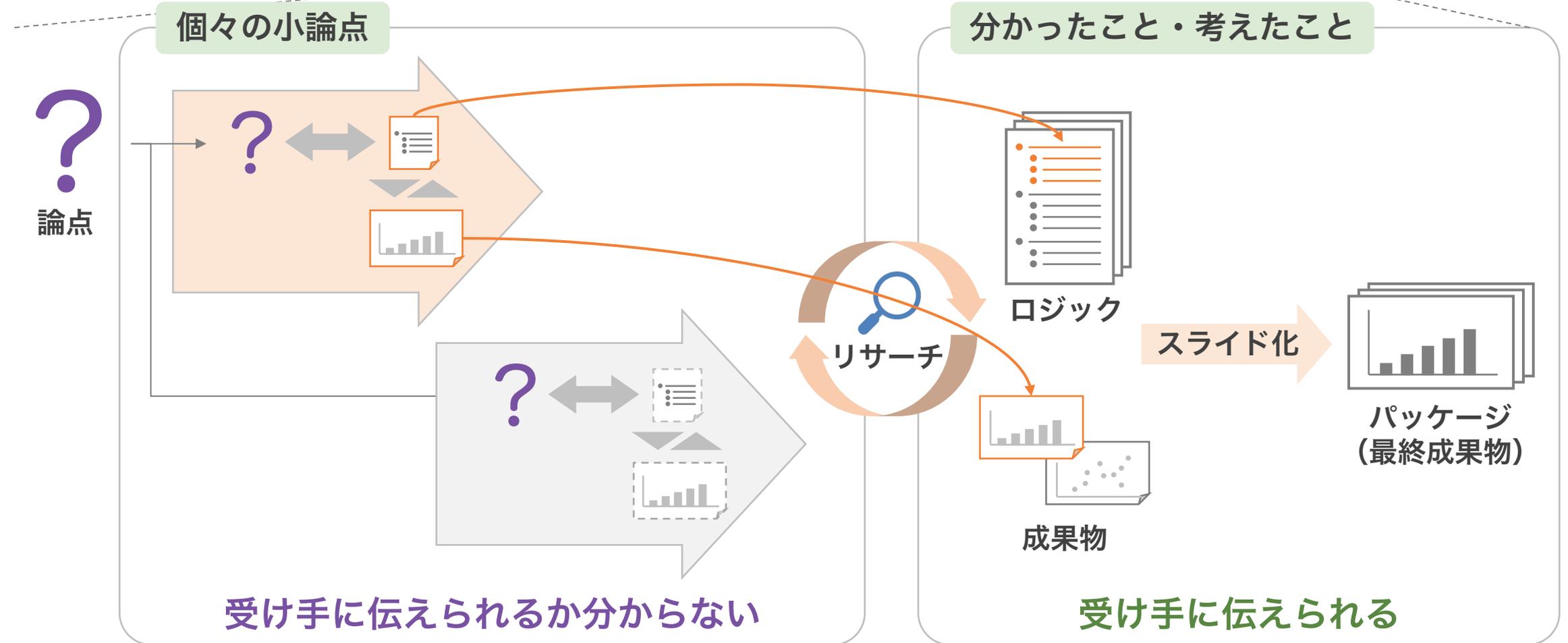
- 売上が減った原因は、市場の縮小ではなく、競合にシェアを奪われたからである
  - 関西地区のトラック市場は、この1年を通じて横ばいである

## トラック市場（関西地区）の推移



※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

# 論点がパッケージになるまで

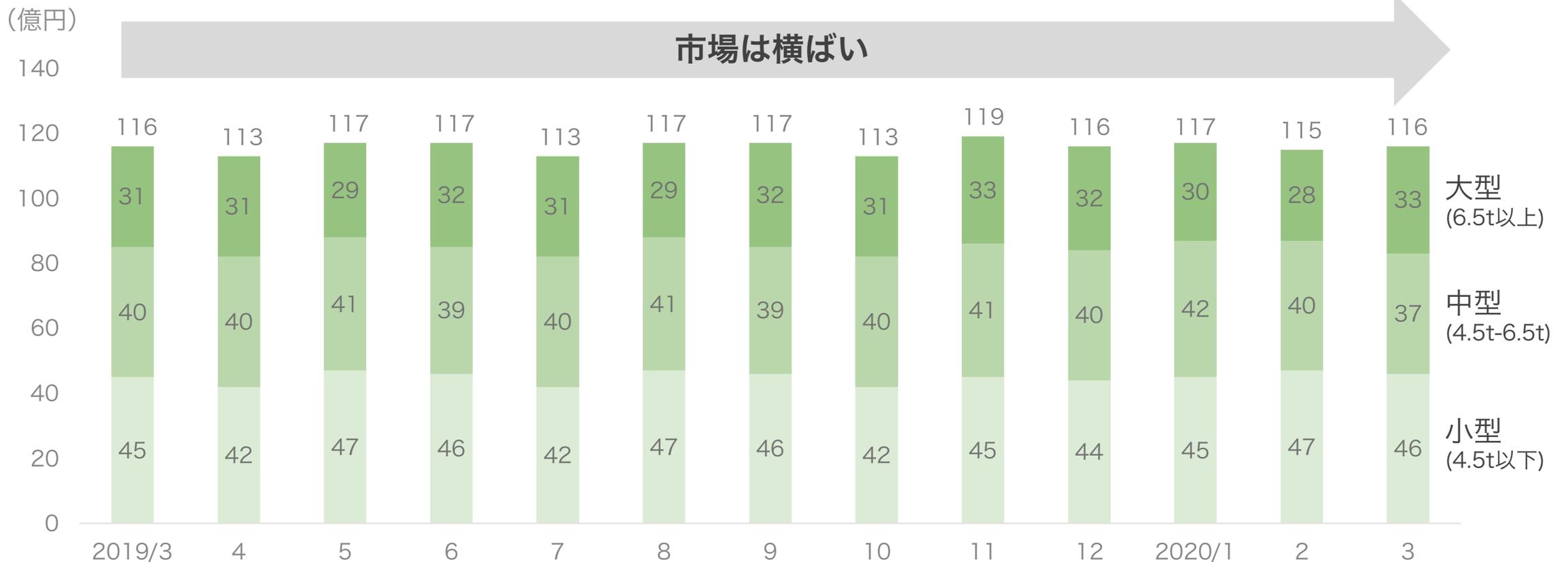


# 売上が減った理由：市場 or シェア

データはすべて架空のもの

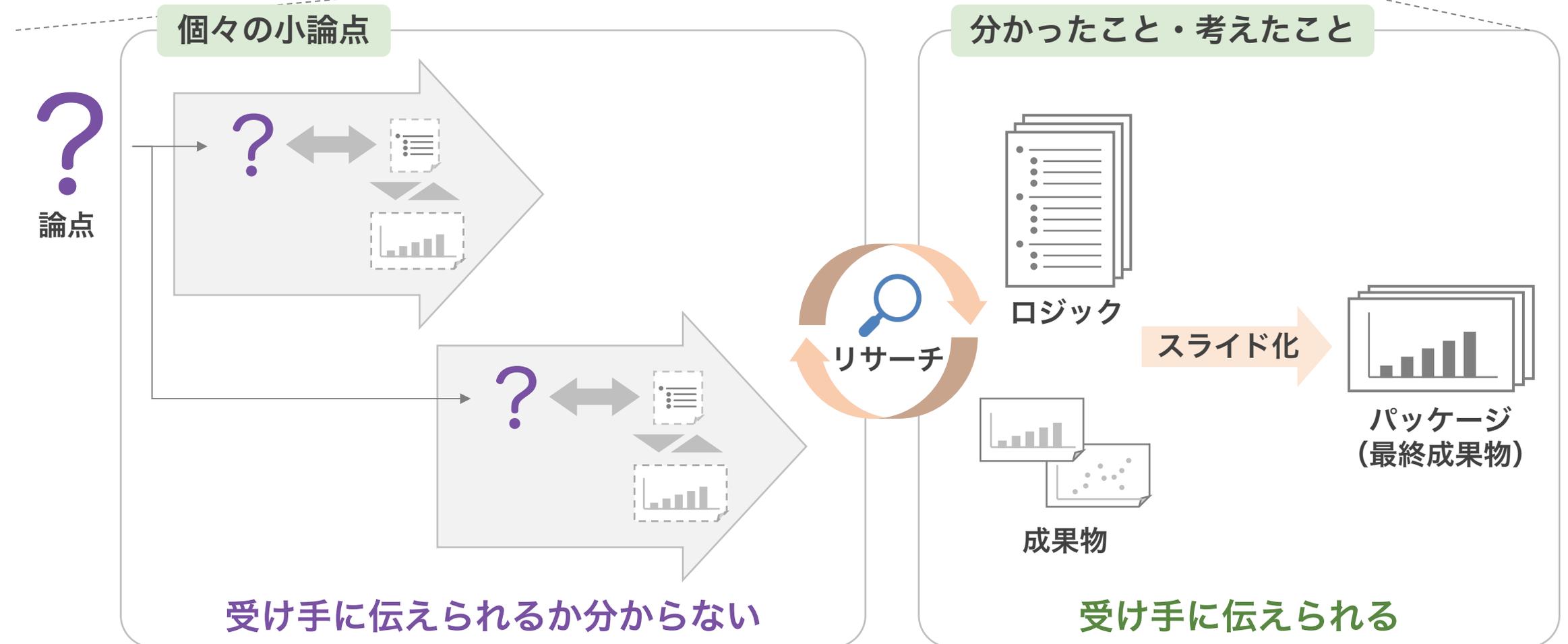
- ・ 売上が減った原因は、市場の縮小ではなく、競合にシェアを奪われたからである
  - 関西地区のトラック市場は、この1年を通じて横ばいである

## トラック市場（関西地区）の推移



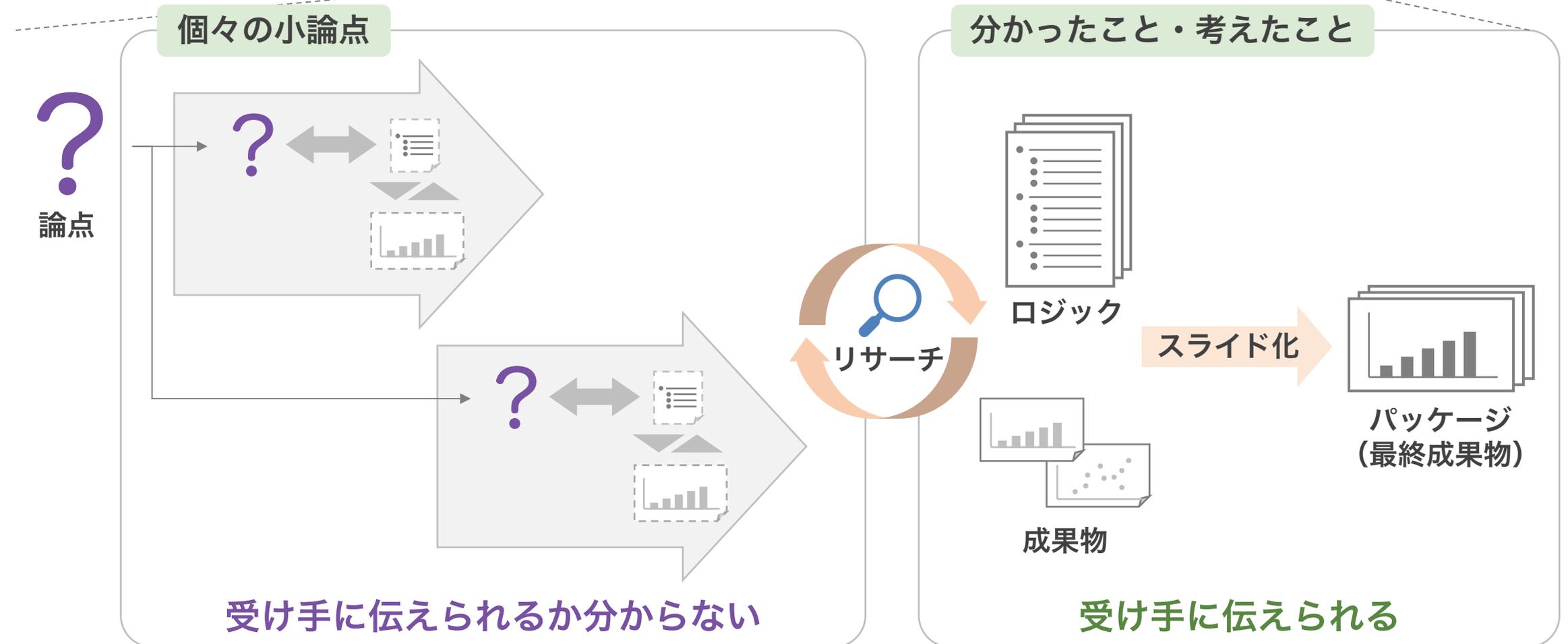
※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する  
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

# 論点がパッケージになるまで

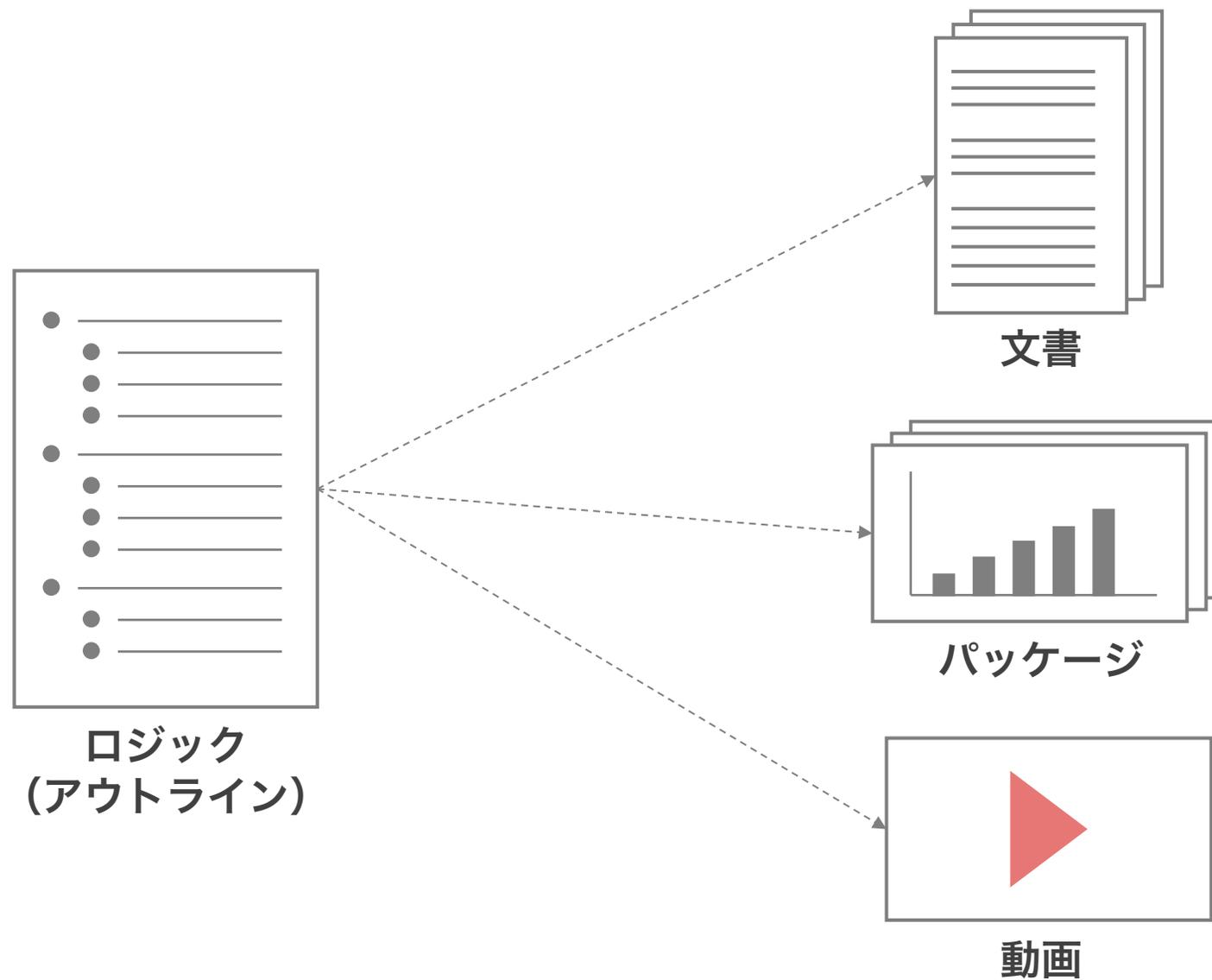


# Lesson 5

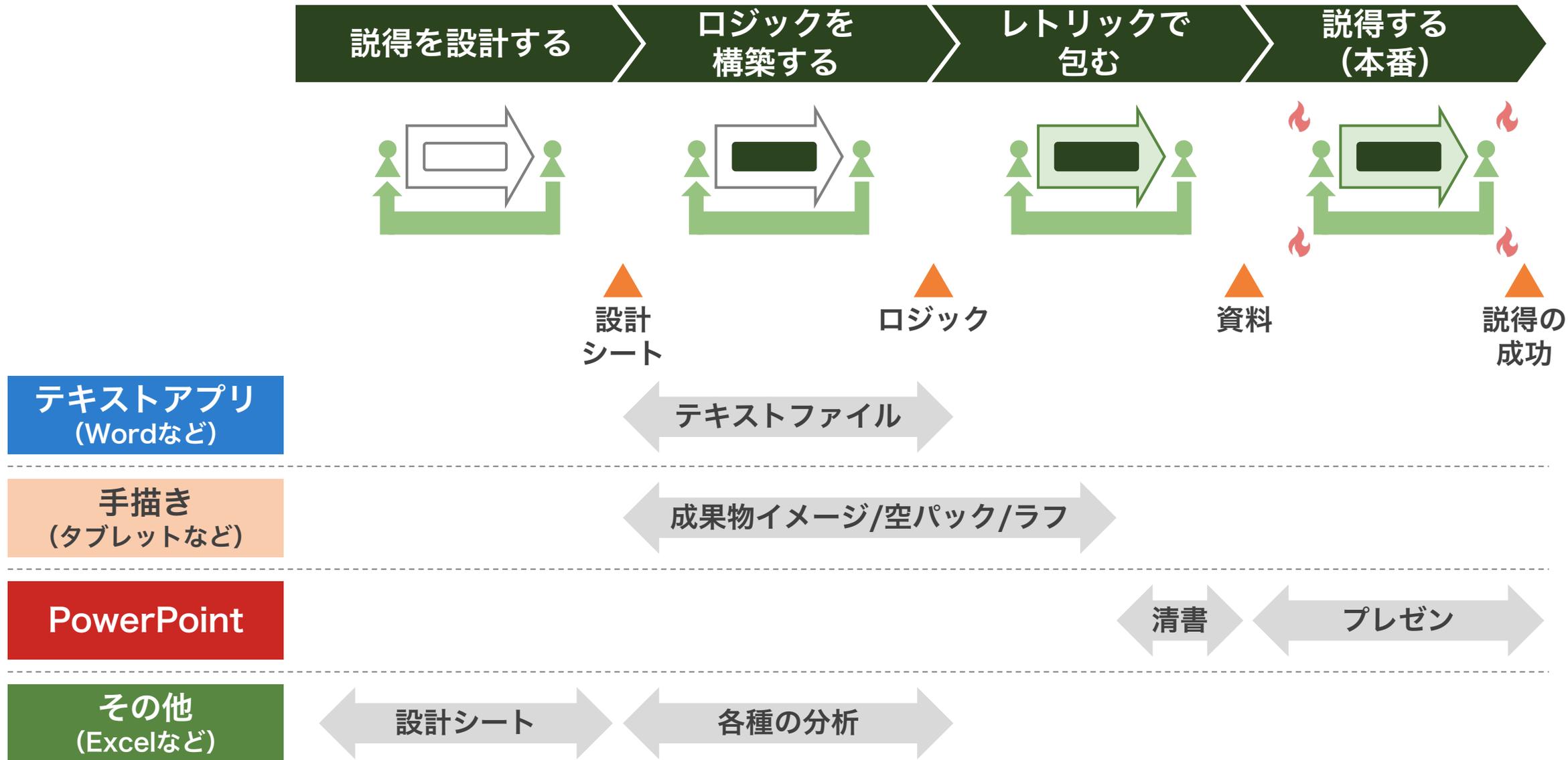
# 論点がパッケージになるまで



# ロジック (アウトライン) とメディアの関係

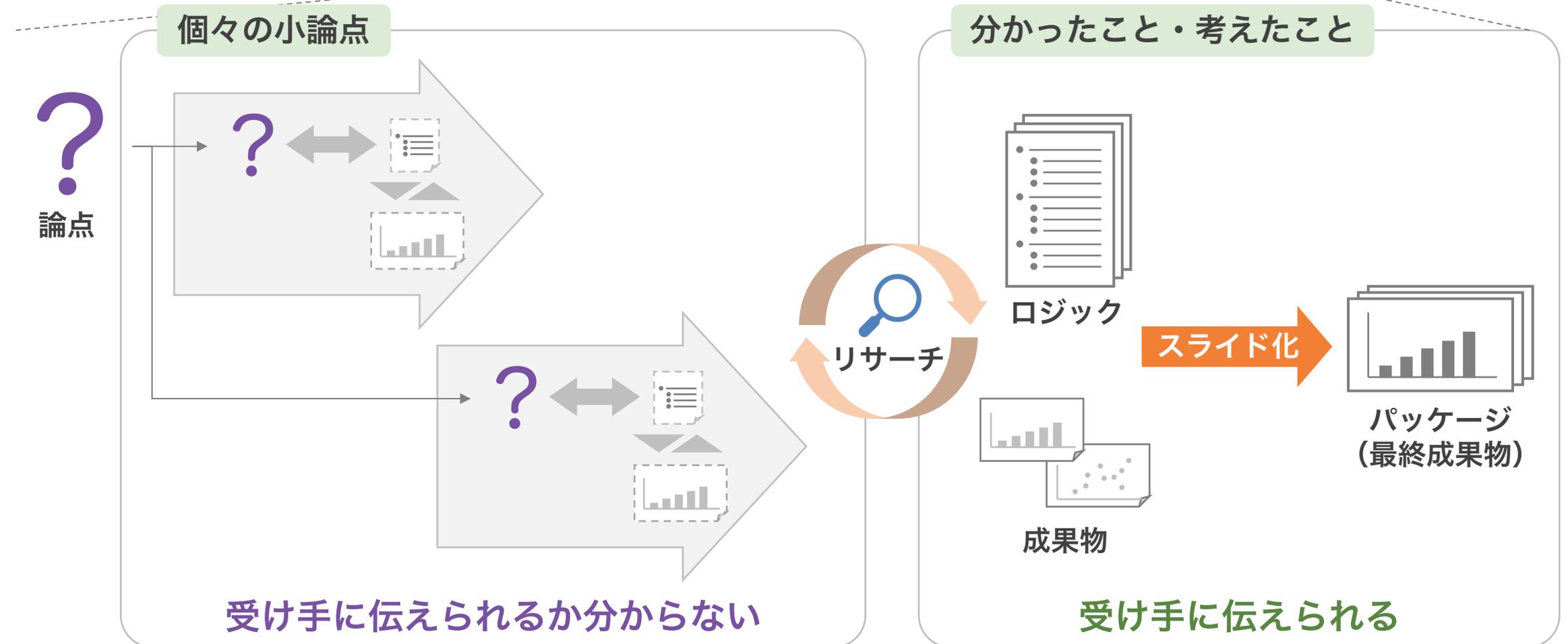


# 説得のプロセスと、そこで利用するアプリ



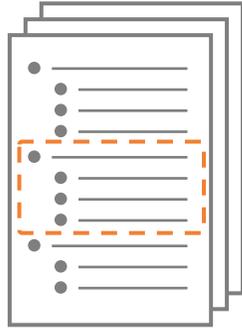
# Lesson 6

# 論点がパッケージになるまで

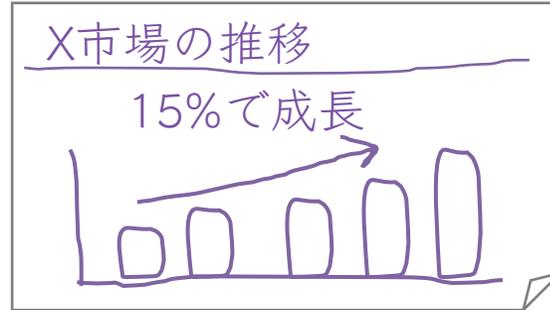


# スライド作成のプロセス

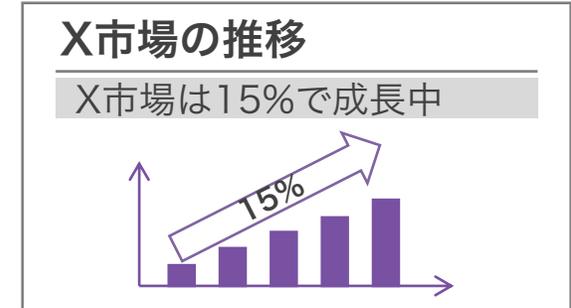
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - **どのメディアを使うか？**

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

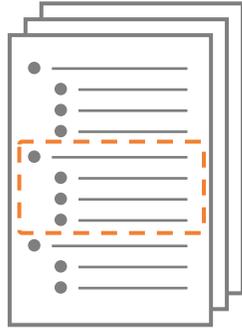
- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

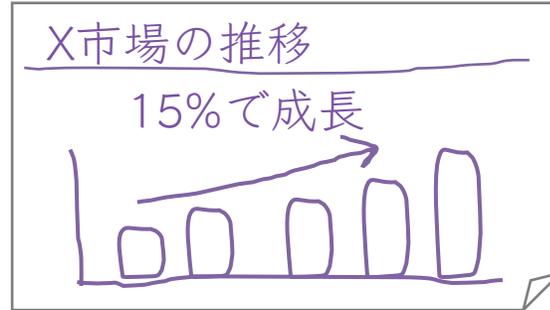
ラフがあるからコピペできる

# スライド作成のプロセス

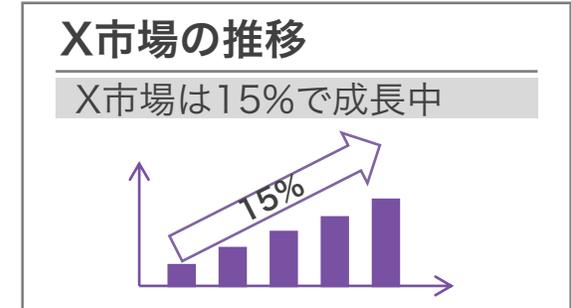
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - **どのメディアを使うか？**

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

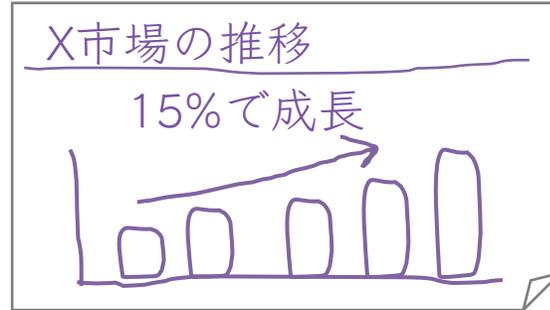
ラフがあるからコピペできる

# スライド作成のプロセス

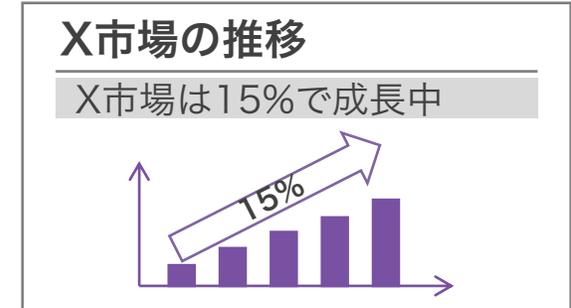
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - **どのメディアを使うか？**

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

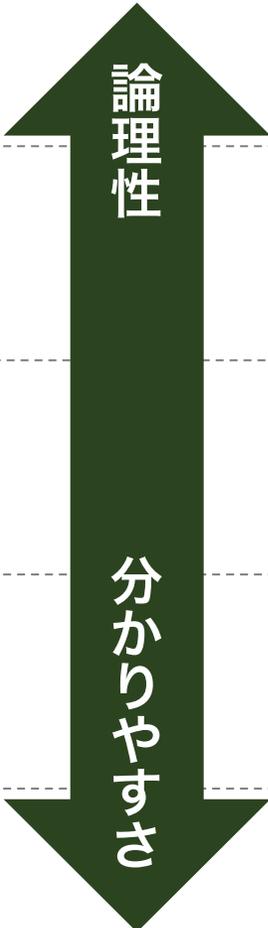
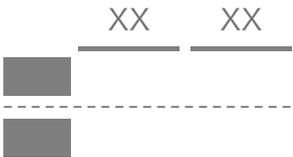
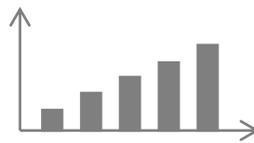
- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

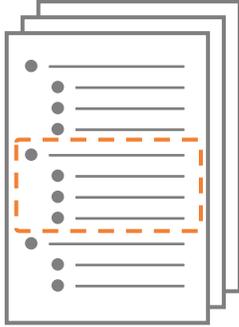
ラフがあるからコピペできる

# 資料で使える主なメディア

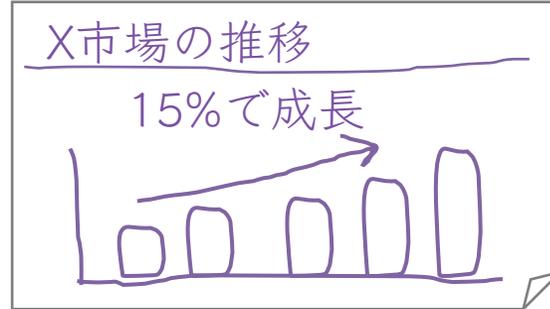
	例	説明	傾向
テキスト	<ul style="list-style-type: none"><li>たとえば</li></ul> 	<ul style="list-style-type: none"><li>文字<ul style="list-style-type: none"><li>– 吹き出しやボックスも含む</li></ul></li></ul>	
データ	表	 <ul style="list-style-type: none"><li>データを行と列で整理したもの<ul style="list-style-type: none"><li>– 主に定性（数字にならない）データに使う</li></ul></li></ul>	
	グラフ	 <ul style="list-style-type: none"><li>定量データを視覚化したもの<ul style="list-style-type: none"><li>– 棒グラフ、折れ線グラフなど</li></ul></li></ul>	
図解 (チャート)	 <ul style="list-style-type: none"><li>関係や流れを視覚化したもの<ul style="list-style-type: none"><li>– 矢印や三角形など</li></ul></li></ul>		
画像	 <ul style="list-style-type: none"><li>写真、イラスト、アイコンなど<ul style="list-style-type: none"><li>– 視覚的イメージを見せる</li></ul></li></ul>		

# スライド作成のプロセス

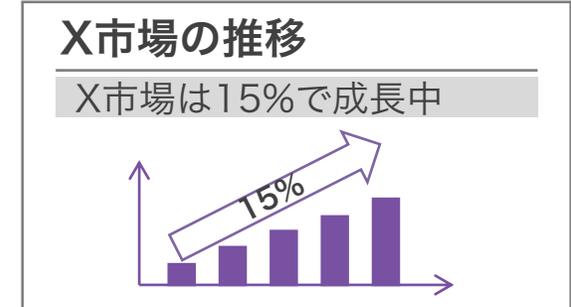
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - どのメディアを使うか？

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

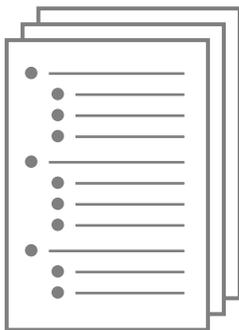
ラフがあるからコピペできる

# スライド作成のプロセス

ロジックを切り出す

ラフを描く

清書する



説明

- XXX  
– XXX

- XXX  
– XXX

- XXX  
– XXX

方法

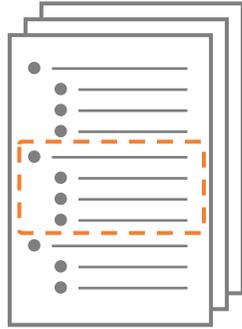
- XXX  
– XXX

- XXX  
– XXX

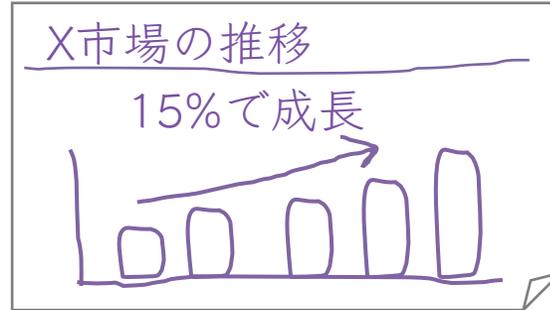
- XXX  
– XXX

# スライド作成のプロセス

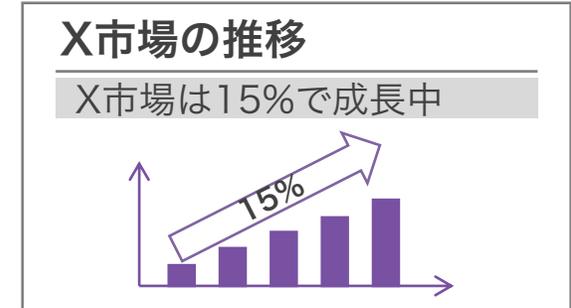
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - どのメディアを使うか？

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

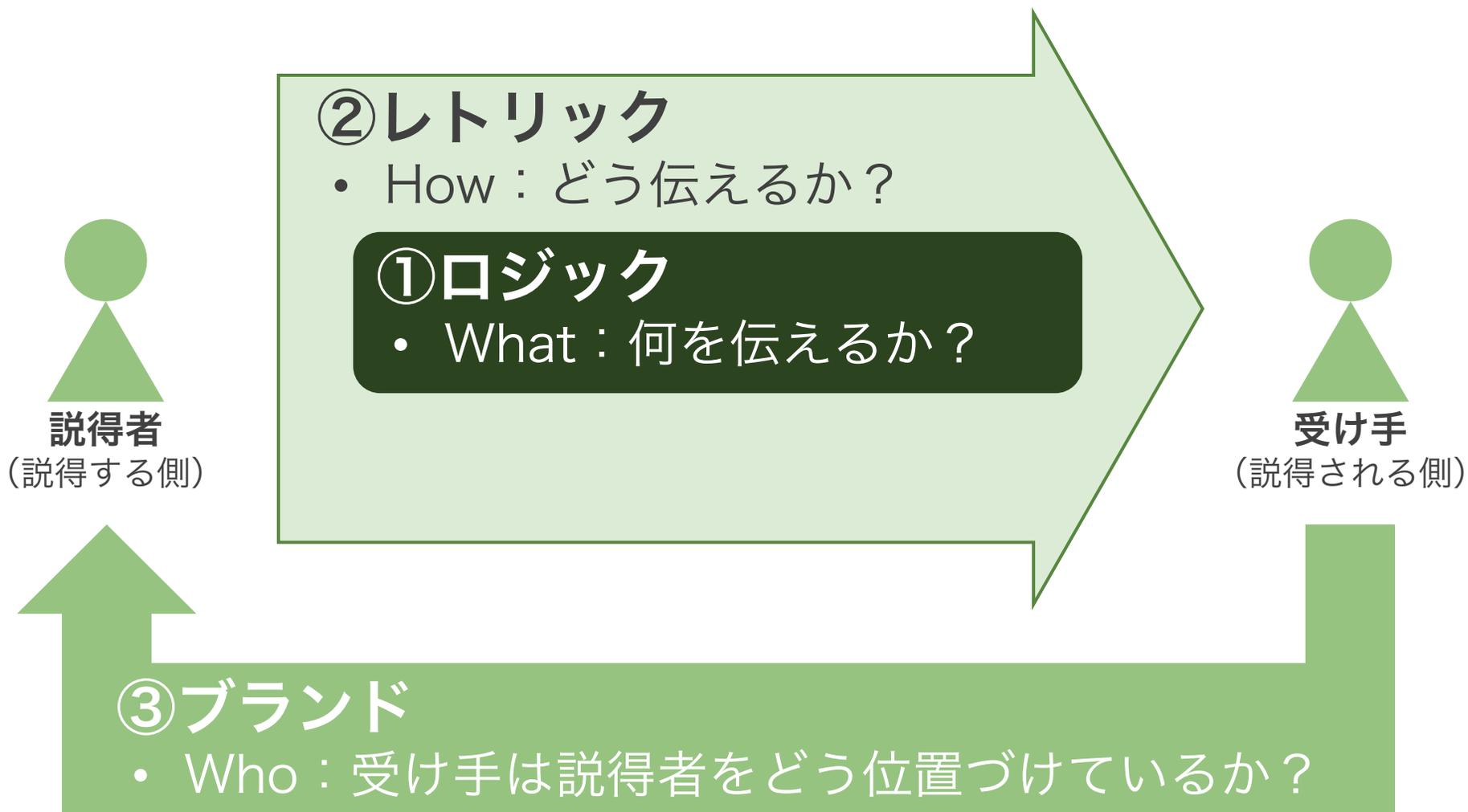
- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

ラフがあるからコピペできる

# Lesson 7

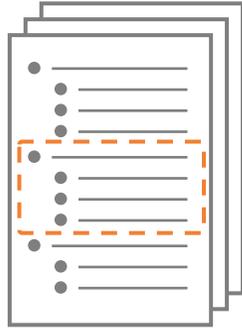
# 説得の構造

- 説得は①ロジック、②レトリック、③ブランドの3要素から構成される

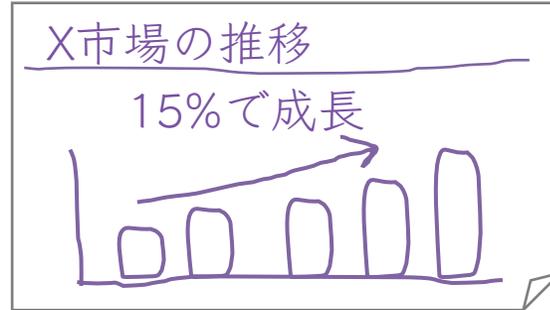


# スライド作成のプロセス

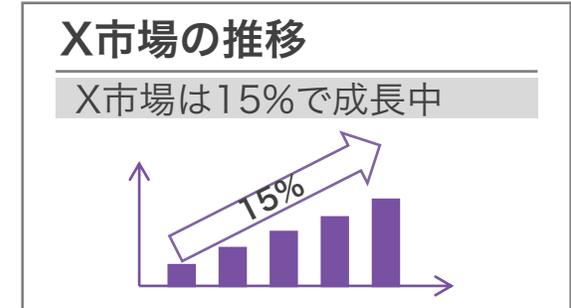
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - どのメディアを使うか？

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

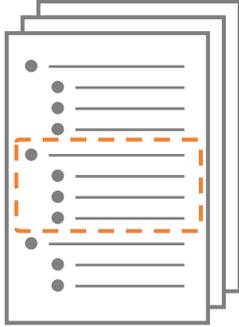
- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

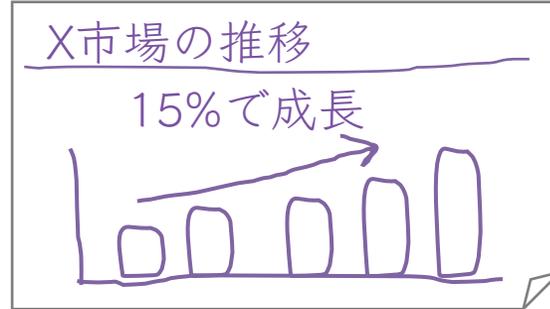
ラフがあるからコピペできる

# スライド作成のプロセス

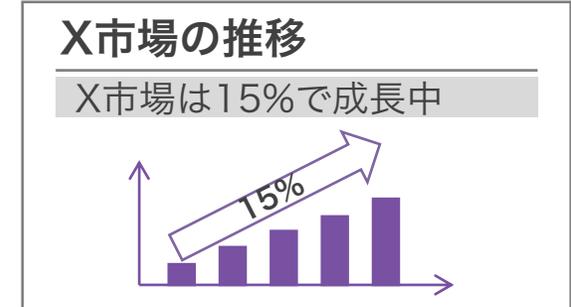
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - **どのメディアを使うか？**

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

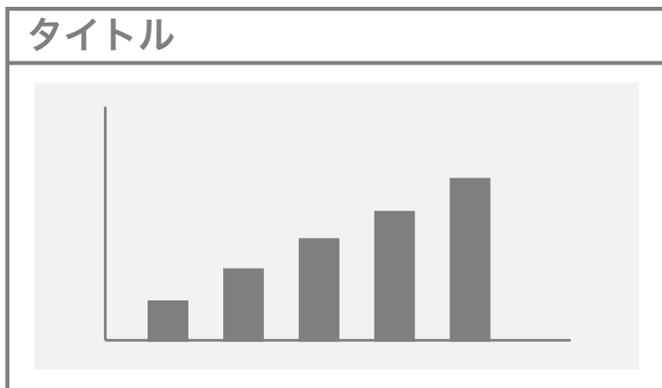
- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

ラフがあるからコピペできる

# 主なボディのレイアウトと、使うべき型

- 論理性に寄ったコンテキストでは、ボディのレイアウトはメッセージ型を基本と考えるべき
  - 問いに対する直接的な答えをテキストで打ち出すことで、ロジックが分かりやすくなる

## ボディのみ型



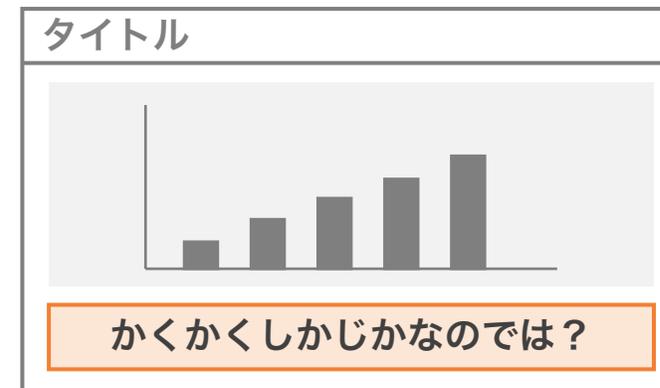
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
  - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

## メッセージ型



- ボディ最上部にテキストで問いに対する答えを書く
  - 要するに、答えは何か？
- **これを基本と考える**
  - 重要なことはテキストで伝えるべき

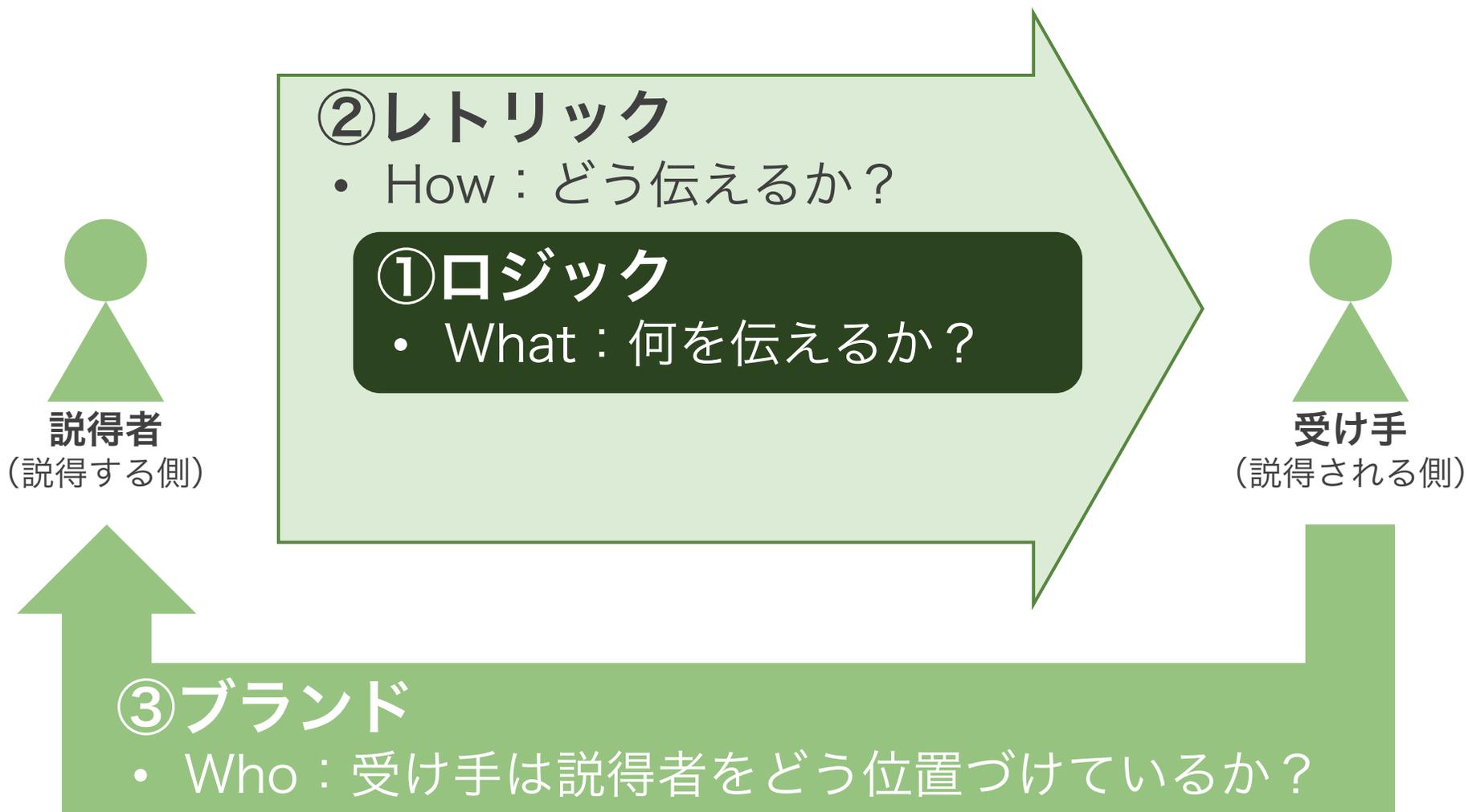
## テイクアウェイ型



- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
  - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

# 説得の構造

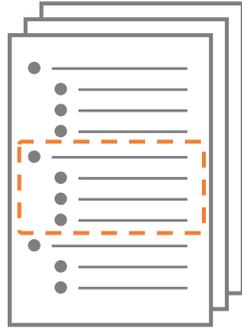
- 説得は①ロジック、②レトリック、③ブランドの3要素から構成される



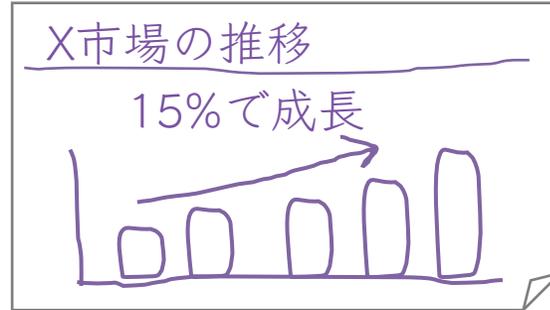
# Lesson 9

# スライド作成のプロセス

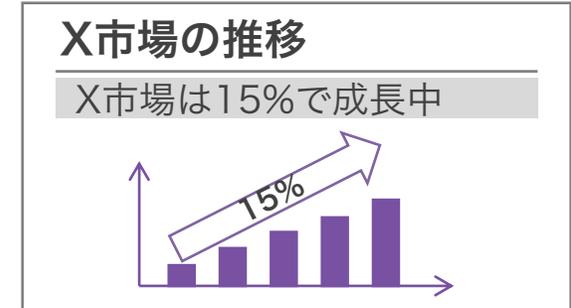
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - どのメディアを使うか？

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

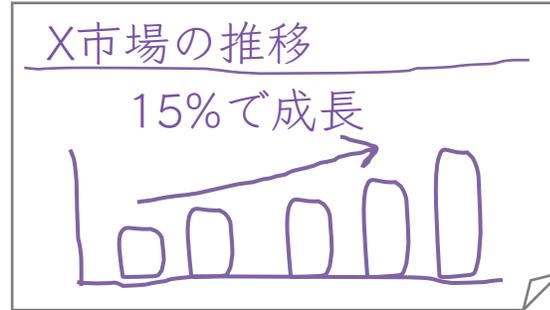
ラフがあるからコピペできる

# スライド作成のプロセス

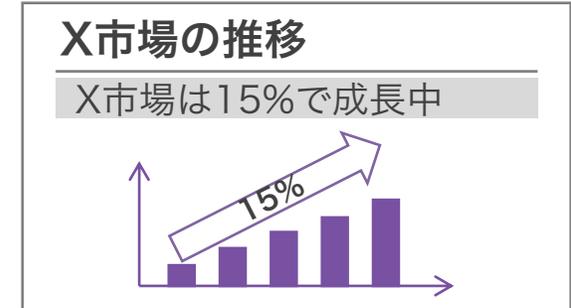
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - どのメディアを使うか？

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

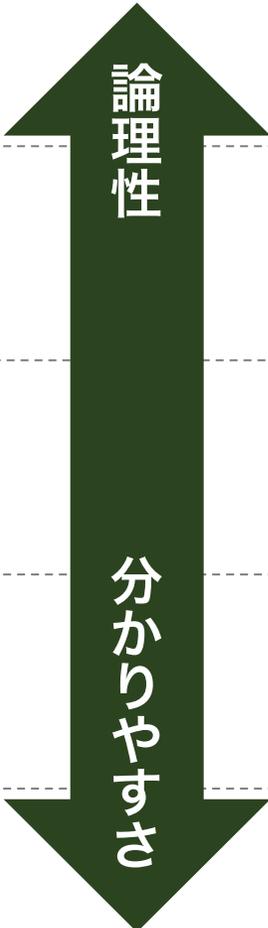
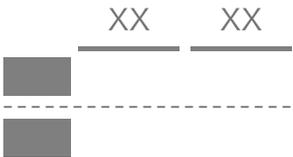
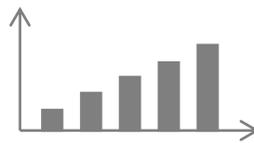
- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

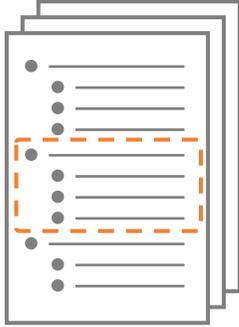
ラフがあるからコピペできる

# 資料で使える主なメディア

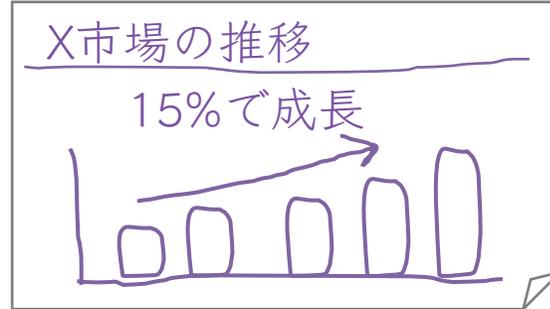
	例	説明	傾向
テキスト	<ul style="list-style-type: none"><li>たとえば</li></ul> 	<ul style="list-style-type: none"><li>文字<ul style="list-style-type: none"><li>– 吹き出しやボックスも含む</li></ul></li></ul>	
データ	表	 <ul style="list-style-type: none"><li>データを行と列で整理したもの<ul style="list-style-type: none"><li>– 主に定性（数字にならない）データに使う</li></ul></li></ul>	
	グラフ	 <ul style="list-style-type: none"><li>定量データを視覚化したもの<ul style="list-style-type: none"><li>– 棒グラフ、折れ線グラフなど</li></ul></li></ul>	
図解 (チャート)	 <ul style="list-style-type: none"><li>関係や流れを視覚化したもの<ul style="list-style-type: none"><li>– 矢印や三角形など</li></ul></li></ul>		
画像	 <ul style="list-style-type: none"><li>写真、イラスト、アイコンなど<ul style="list-style-type: none"><li>– 視覚的イメージを見せる</li></ul></li></ul>		

# スライド作成のプロセス

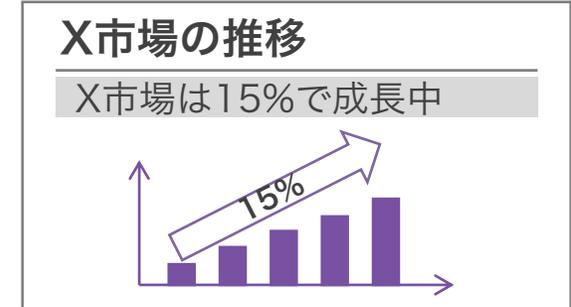
ロジックを切り出す



ラフを描く



清書する



説明

- スライドが扱う小論点・ロジックを決める
  - 全体のロジックのうち、何をどこまで述べるか？

- スライドの大まかな見せ方を決める
  - **どのメディアを使うか？**

- スライドを仕上げる
  - テキストを書く
  - 各メディアにデザインを適用する

方法

- **Word** (を見ながら、感覚的に行う)
  - 1枚のスライドに適切なロジックの量がある

- **手描き**
  - 捨てやすいことが重要

- **PowerPoint**
  - 文言の修正以外は、**コピペを中心に行う**

ラフがあるからコピペできる



Liffel