



ロジカルな資料作成・プレゼンテーションの教科書⑤

資料のレイアウト 文中スライド集



2022/10/6

Liffel

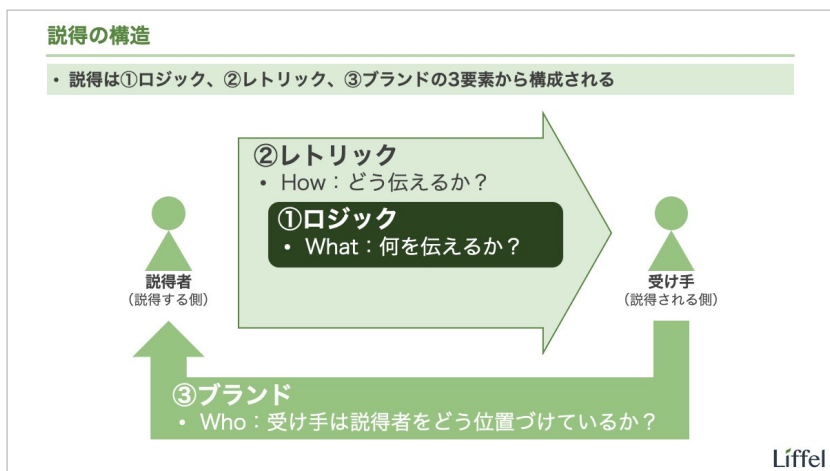


はじめに

デザインの構成要素

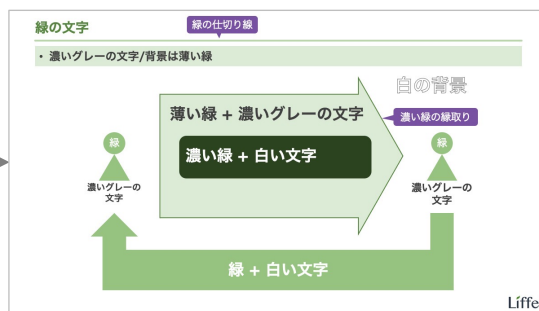
- デザインは①レイアウト、②配色、③タイポグラフィの3つで構成される

完成スライド



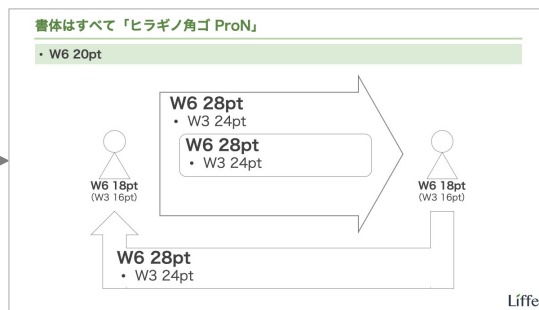
レイアウト

- 何を、どれくらいの大きさと、どこに置くか?
- どこに置かないか? (空白)



配色

- 何を、何色で、どのように塗るか?



タイポグラフィ

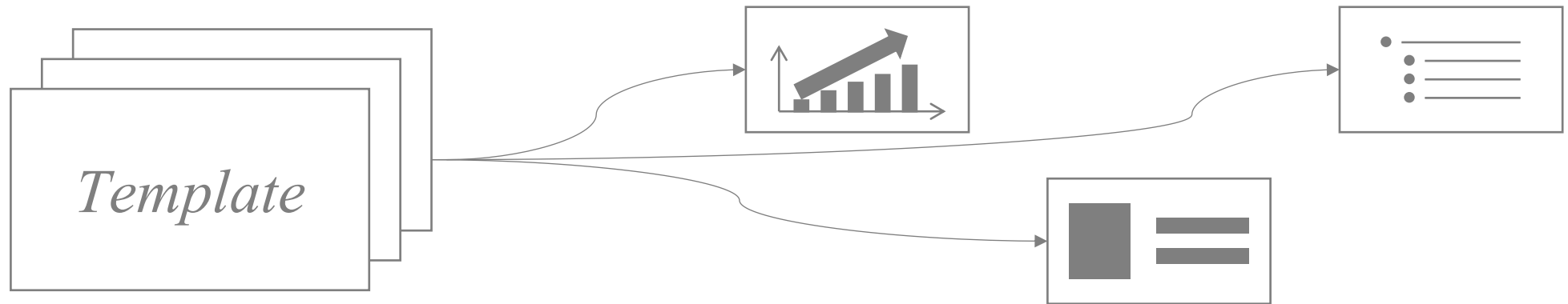
- テキストをどのように見せるか?

本書の論点と構成

本書の論点：どうすれば資料を正しく・効率的にレイアウトできるか？

Part I：テンプレート作成

Part II：スライド作成



• どのようなテンプレートであるべきか？

• スライドを作成するときに、どのようにレイアウトするべきか？

• どのようなルールに従ってレイアウトするべきか？

– 実現したいことに関するレイアウトのセオリーはどのようなものか？

テンプレートの構成要素

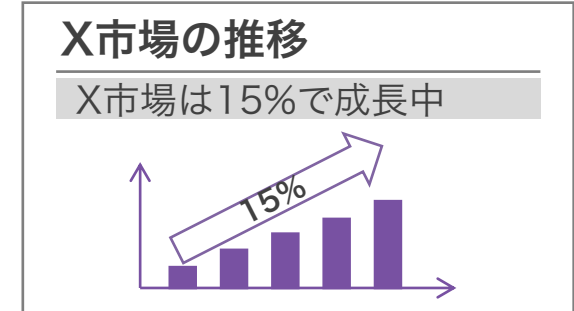
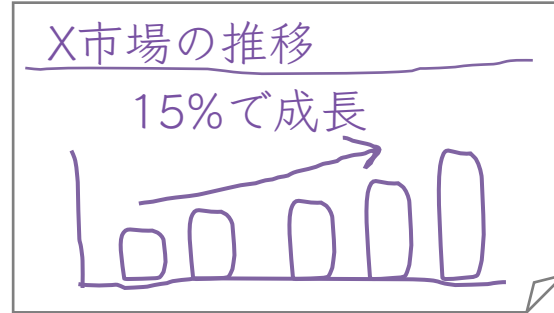
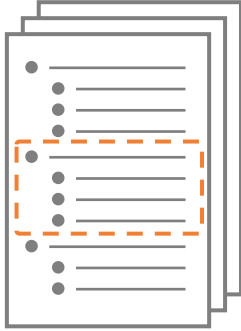


スライド作成のプロセス

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

デザインができること | デザインのゴール

説明

示唆

分かりやすさを変える

- 情報としての理解しやすさを変える
 - 例①：文字が小さすぎると読みにくくなる
 - 例②：色の選び方次第で読みにくくなる

- 分かりやすいデザインが正しい

印象を与える

落ち着き

- 落ち着き vs 賑やかさ
 - 例③：単色だと落ち着き、色が多いと賑やか
 - 例④：青だと落ち着き、赤は賑やか

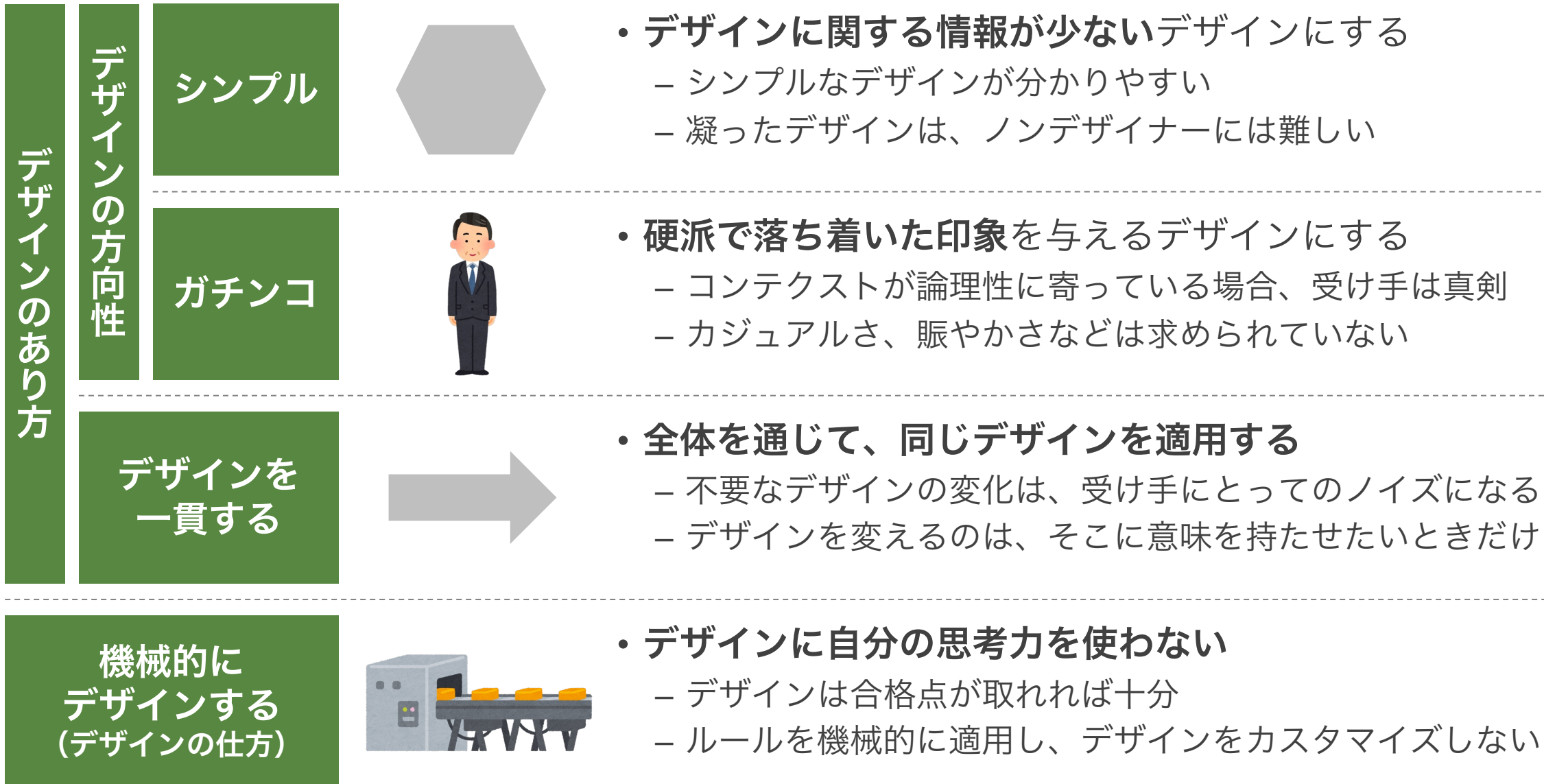
- 適切な印象を与えるデザインが正しい
 - ここは正解はなく、意思決定の世界

硬さ

- 硬さ vs 緩さ
 - 例⑤：角ゴシックは硬派で、丸ゴシックは緩い
 - 例⑥：黒は硬派で、ピンクは緩い

- これらを、最小限のリソースで合格点のレベルにしたい
 - ノンデザイナーがリソースを投入するのはロジック
 - デザインは合格点で十分

ノンデザイナーのデザイン原則



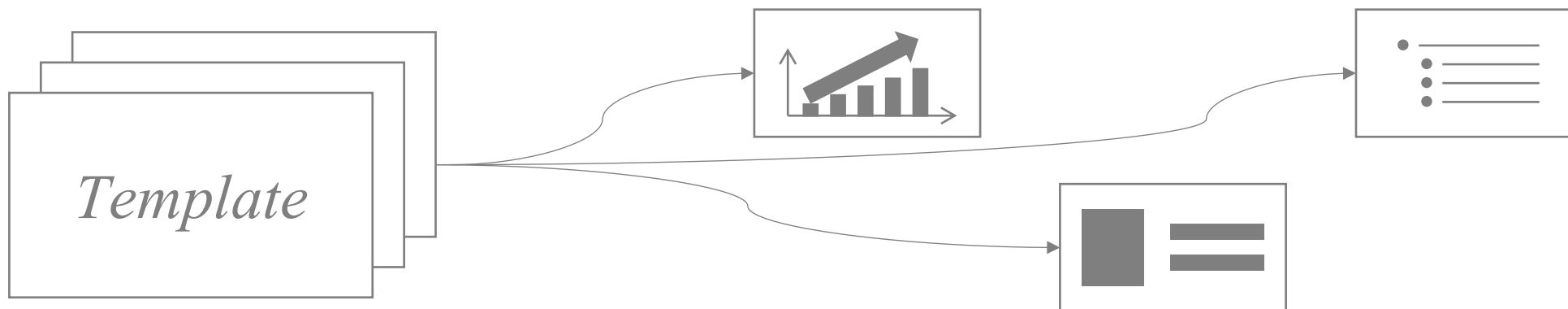
Part I

本書の論点と構成

本書の論点： どうすれば資料を正しく・効率的にレイアウトできるか？

Part I：テンプレート作成

Part II：スライド作成



• どのようなテンプレートであるべきか？

• スライドを作成するときに、どのようにレイアウトするべきか？

• どのようなルールに従ってレイアウトするべきか？

– 実現したいことに関するレイアウトのセオリーはどのようなものか？

Lesson 1-1

テンプレートの構成要素



スライドのサイズ

- スライドのサイズは「A4」か「16:9」を選ぶ
 - 後から変更するのは大変なので、最初によく考えて決めたい



- 印刷向き
 - 日本国内のみ
- パッケージを印刷することが
確実ならこちらがオススメ
 - 印刷時の大きな余白は
ガッカリ感が大きい



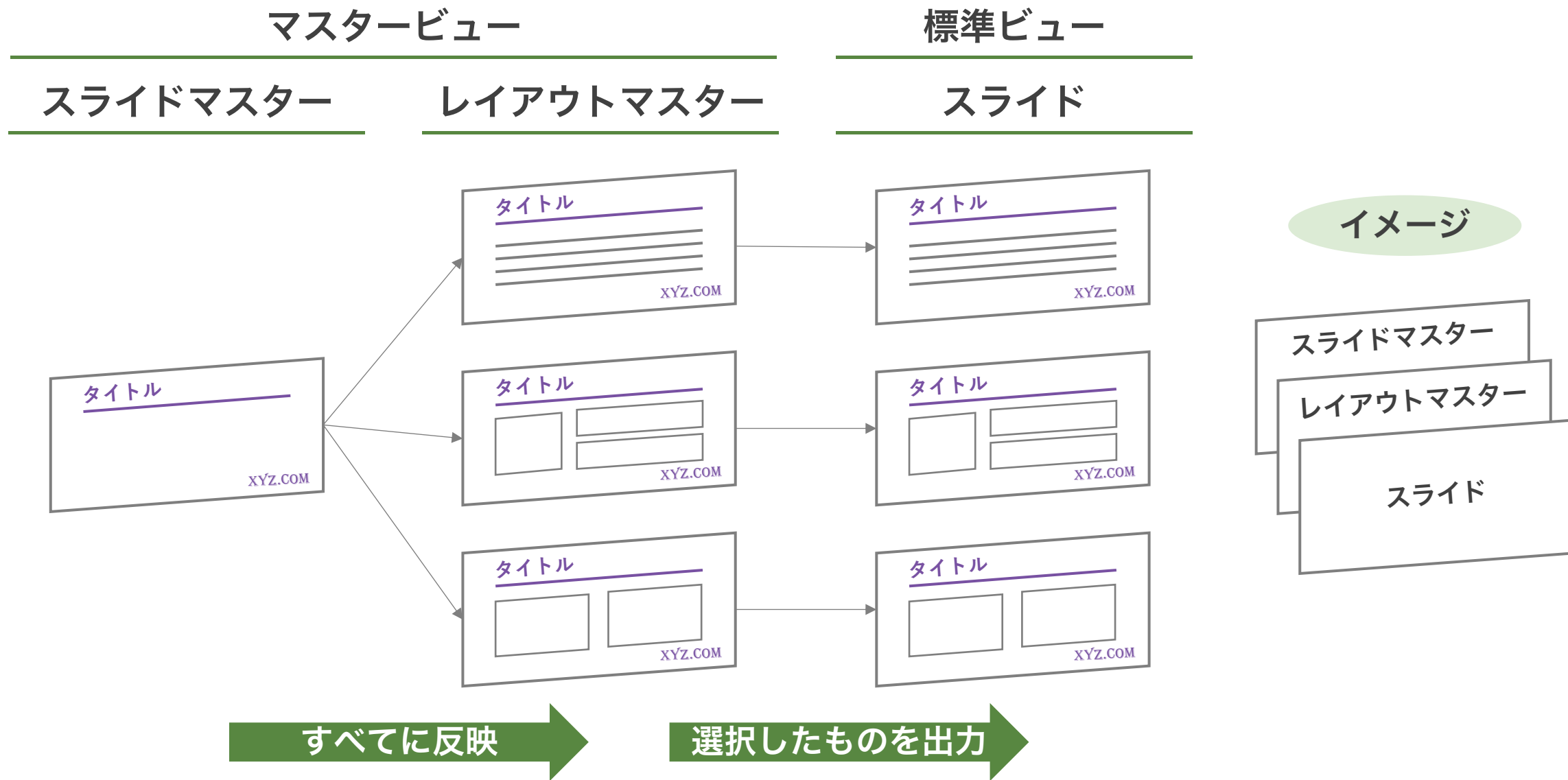
- 液晶ディスプレイ向き
 - YouTubeなどにも向いている
- パッケージを印刷しなくても
何とかなるなら検討の余地あり
 - 四角形として純粹に美しいのは
おそらくこちらでは？

Lesson 1-2

テンプレートの構成要素



スライドマスターとレイアウトマスターの関係

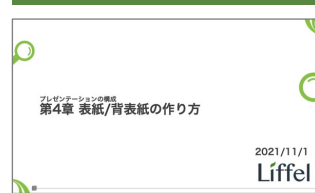


パッケージを構成する5種類のスライド

例

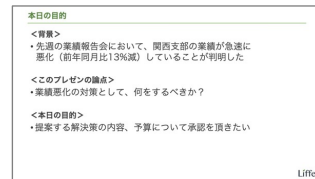
役割

表紙/ 背表紙



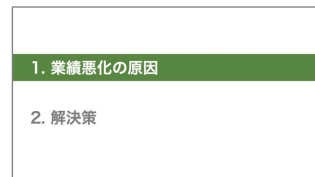
- 始まりと終わりの目印
 - ただの飾りで、特に意味はない

目的 スライド



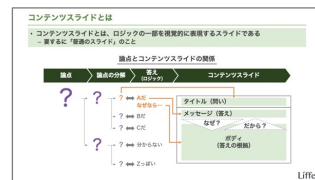
- プレゼンを立ち上げる
 - パッケージで何に答え、何を達成したいか？

中表紙



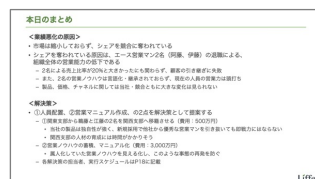
- プレゼンの全体像と現在地を伝える
 - 何を、どんな順序で話すつもりで、今どこか？

コンテンツ スライド



- ロジックの一部を視覚的に表現する
 - いわゆる「普通のスライド」のこと

まとめ スライド



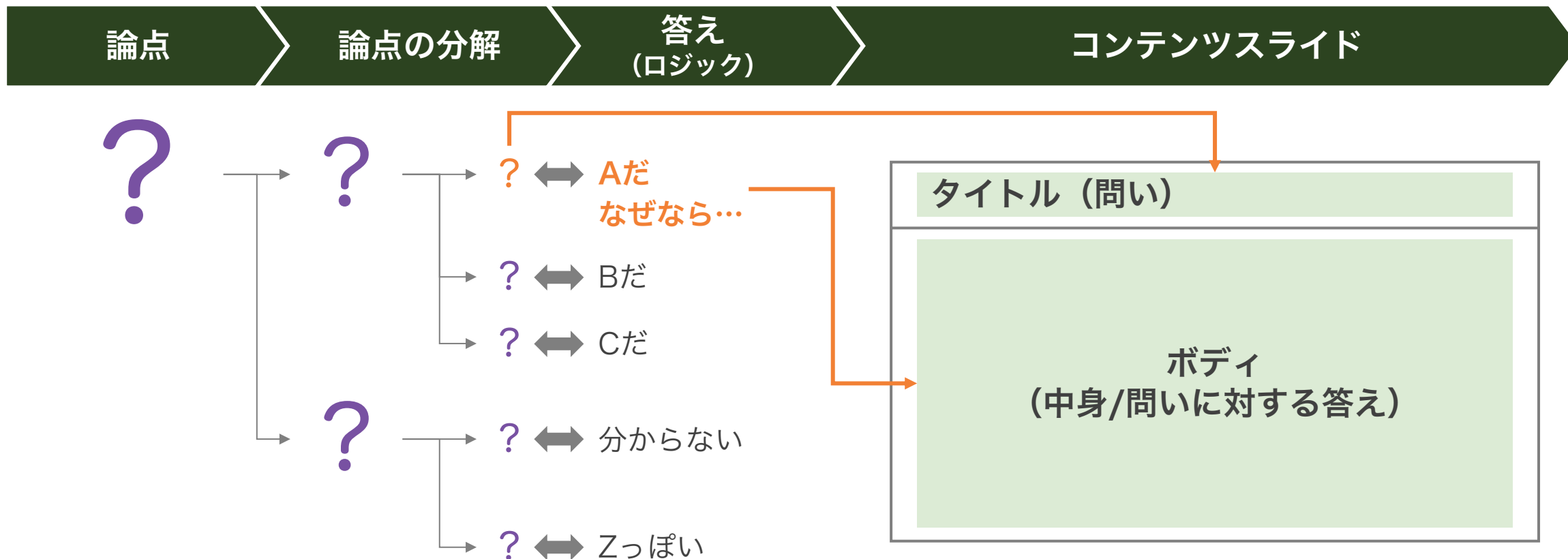
- ロジックを要約する
 - 要するに、何が伝えたいのか？

Lesson 1-3

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

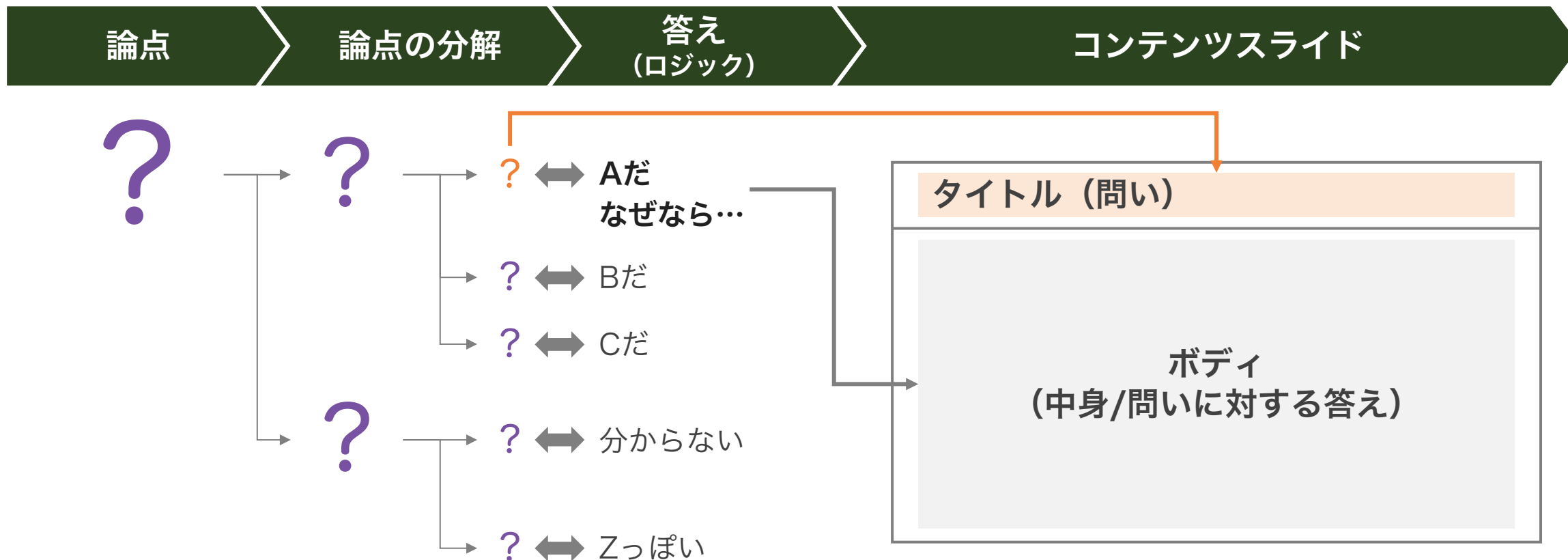
論点とコンテンツスライドの関係



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

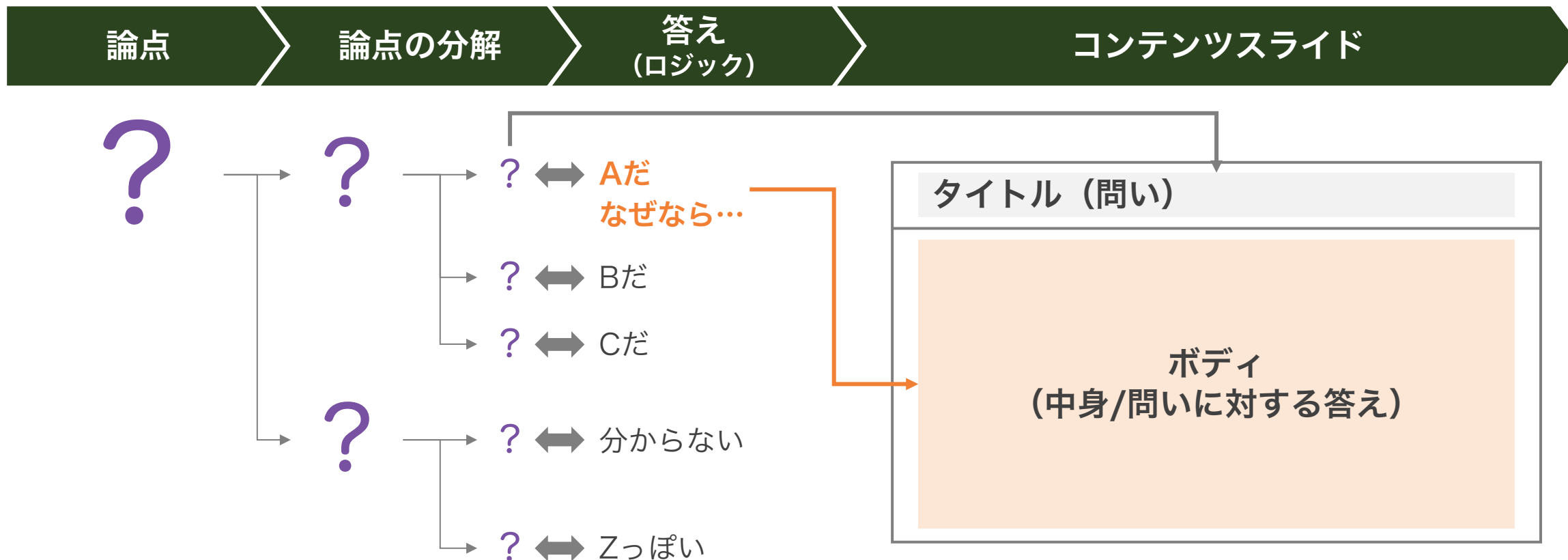
論点とコンテンツスライドの関係



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

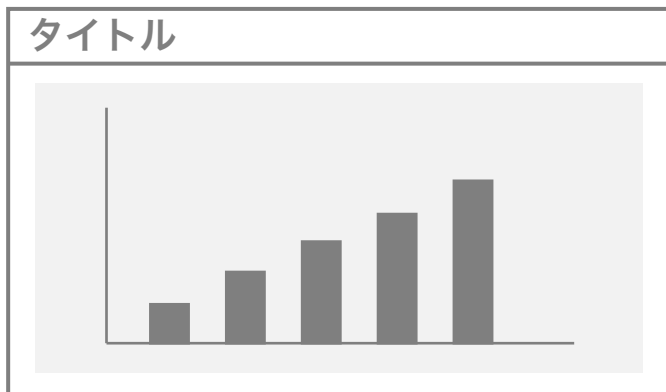
論点とコンテンツスライドの関係



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



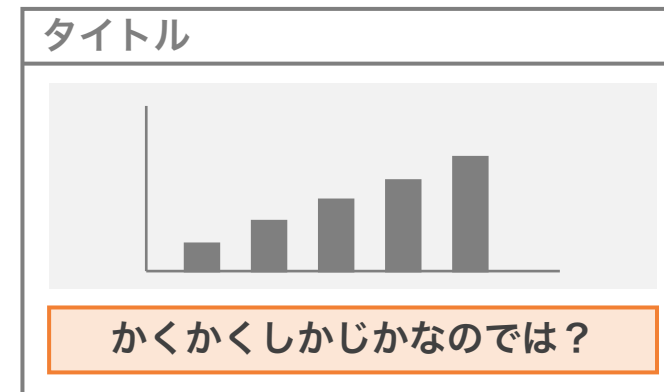
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
 - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

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

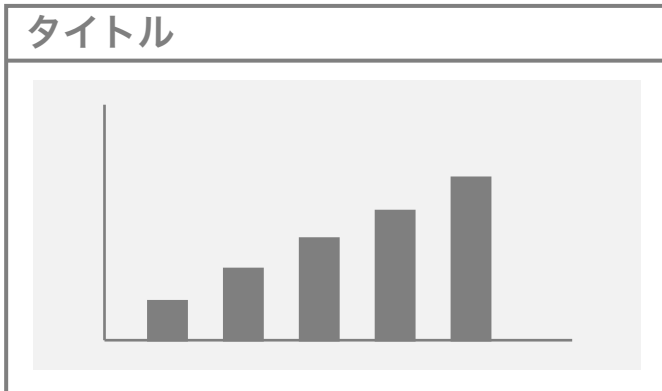


- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
 - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

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

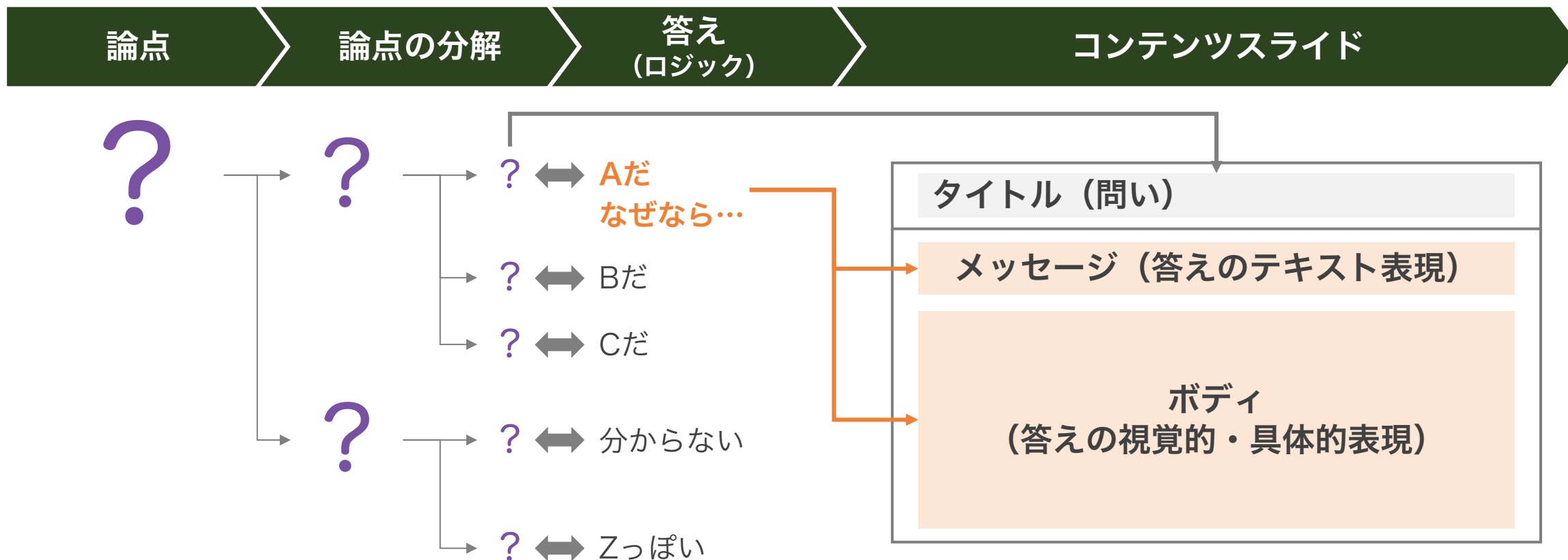


- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
 - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

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

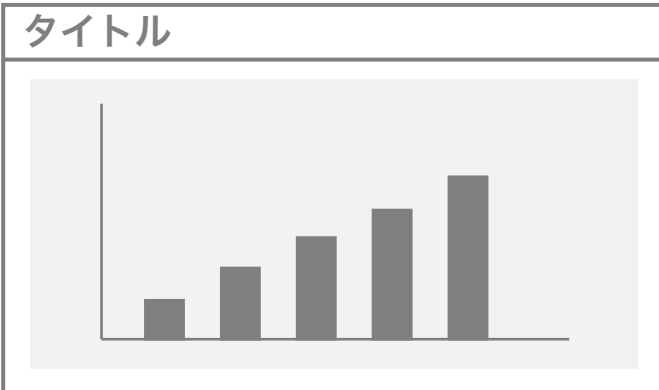
論点とコンテンツスライドの関係



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

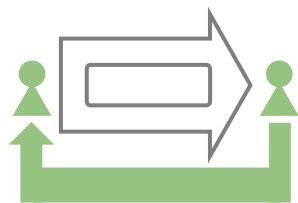


- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
 - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

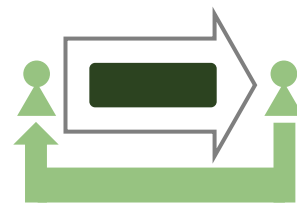
説得のプロセス



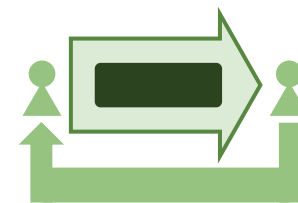
- 受け手からの好意・信頼を得る
 - 関係性の構築
 - 実績・知名度の確立など



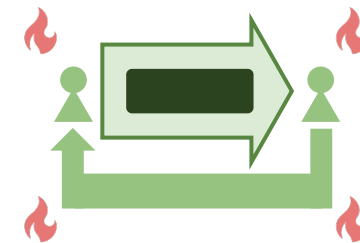
- 説得の目的を明確にする
- 必要な根拠の質を考える
- レトリックの大枠を決める



- 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

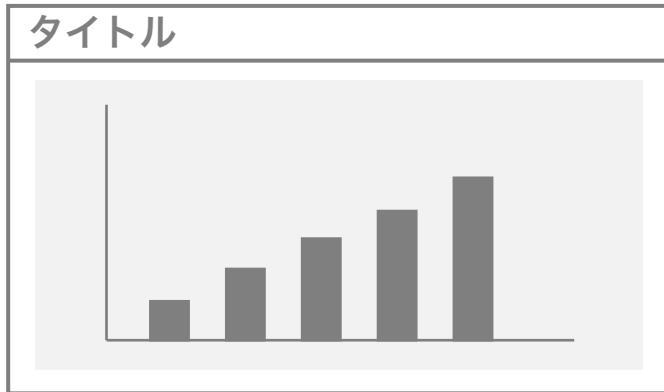
▲
説得の
成功



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



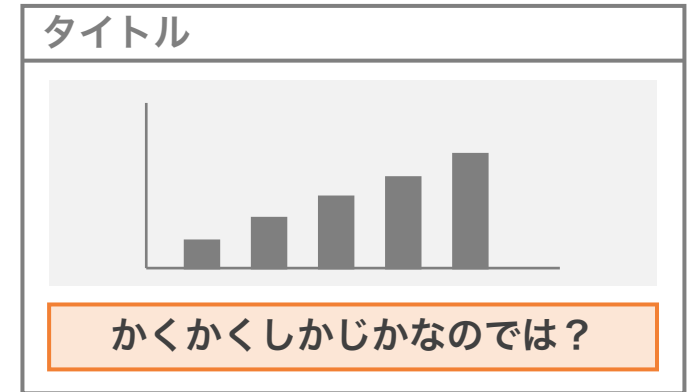
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
 - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

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 1-4

レイアウトの原則①：空白をコントロールする

- 受け手に与えたい印象に合わせて、空白の量をコントロールする
 - 論理性に寄ったコンテキストでは、原則として空白を減らす（ただし、空白が少なすぎるのはNG）

空白が多い



優雅・上品

ブランド感

分かりやすさ優先

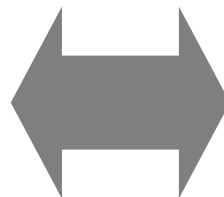
空白が少ない



必死・緻密

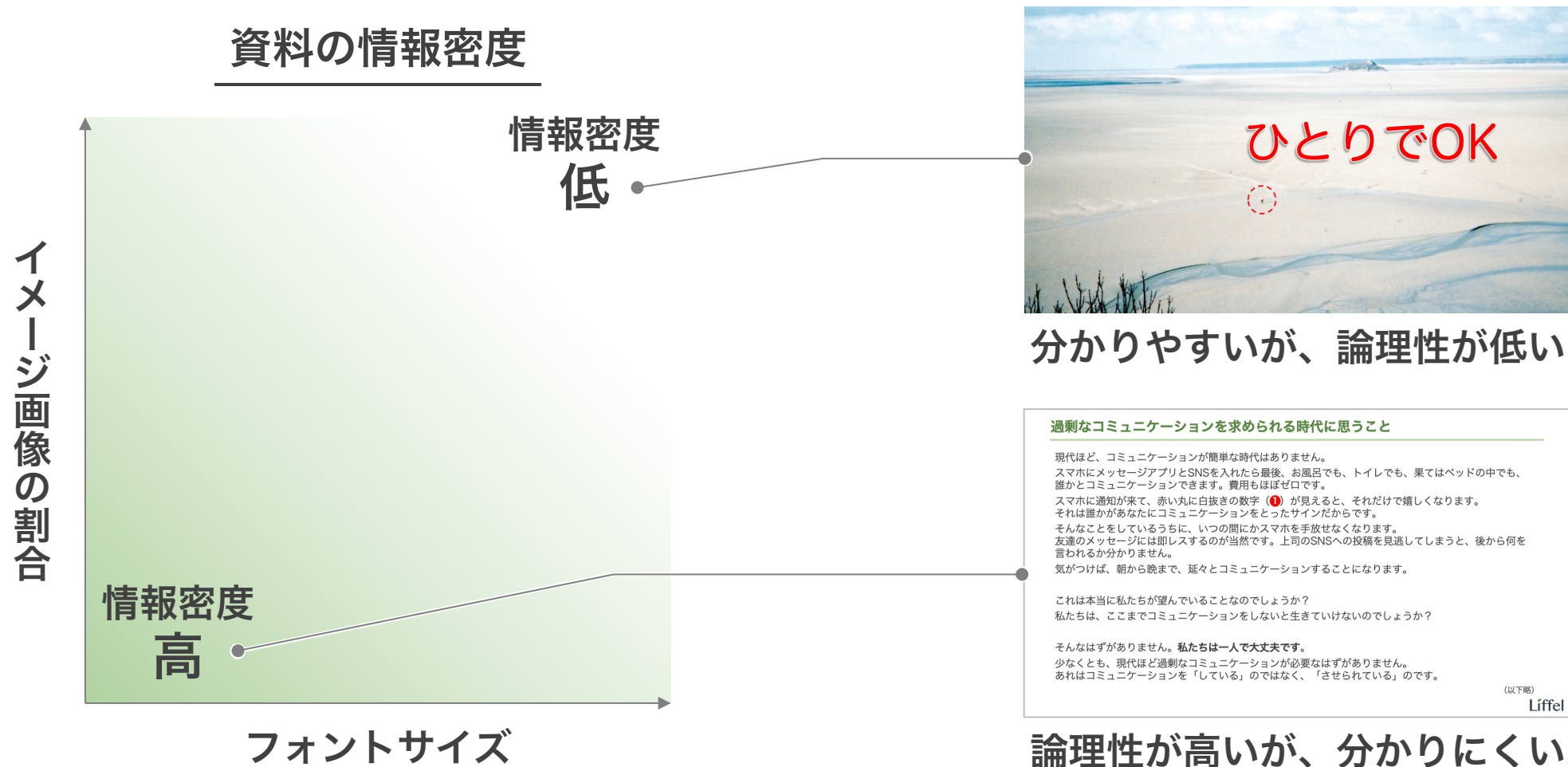
ガチンコ感

論理性優先

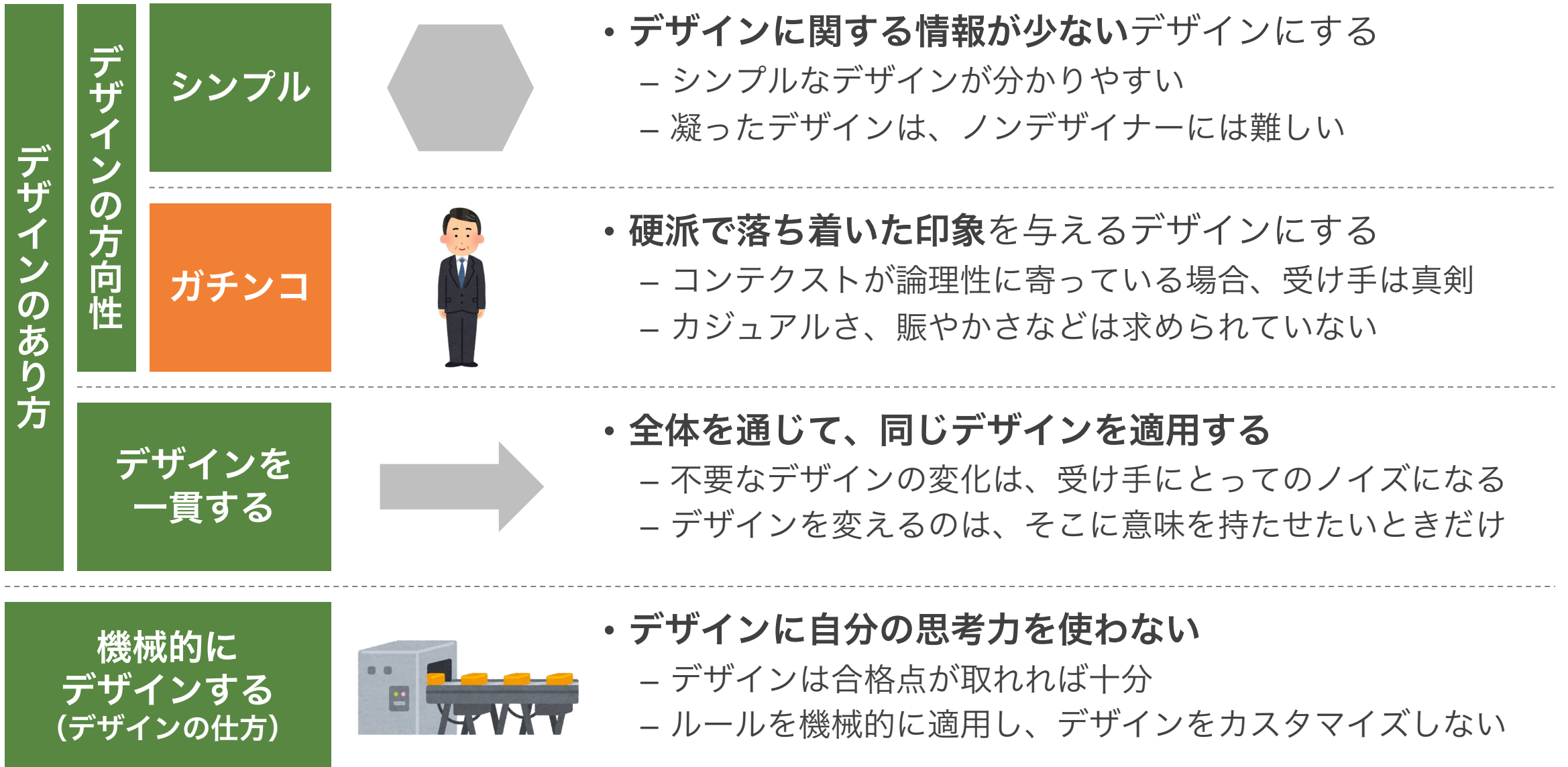


資料の情報密度

- 資料の情報密度は、主にフォントサイズとイメージ画像の割合から決まる
 - 資料を作成する前に、この2つに関する方針を定めておく



ノンデザイナーのデザイン原則

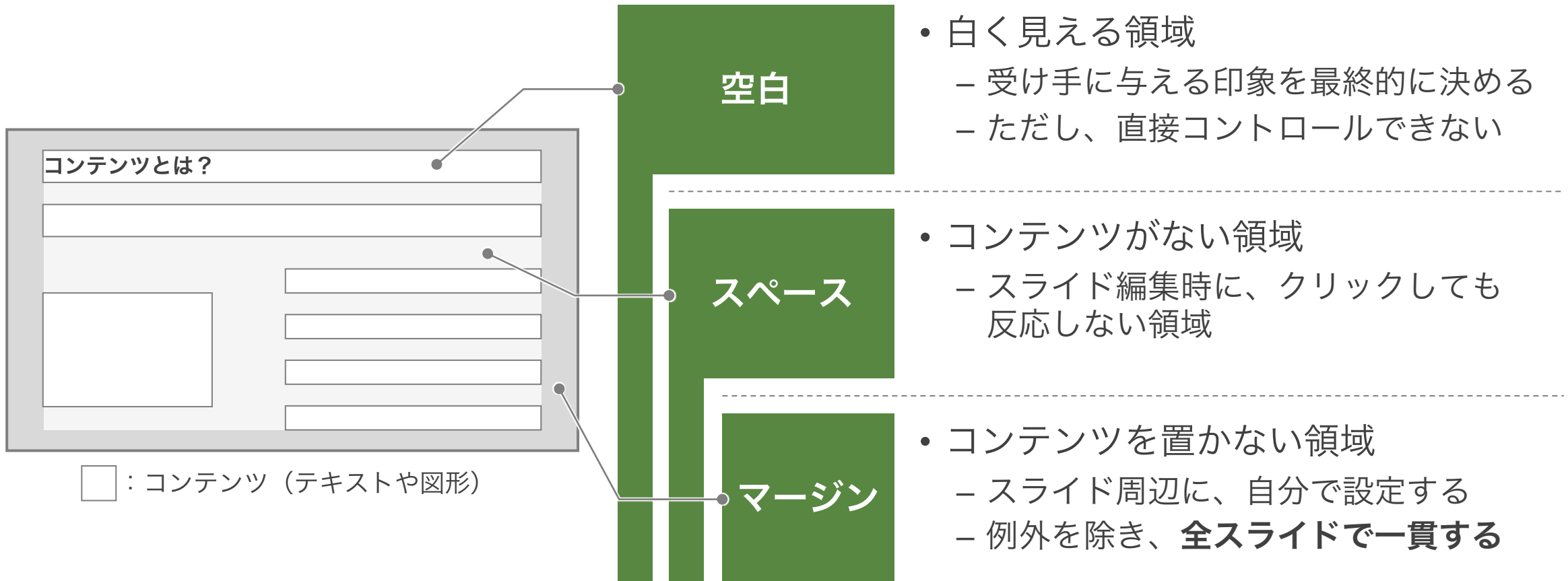


作業の全体像

詰め込みすぎの例

作業の分類			説明	根拠としての強さ			コスト		ポイント	
				n数	サンプルの偏り	その他	費用	時間（労力）		
情報収集 (探す)	外部情報 (デスクサーベイ)		・社外から行う情報収集 一主にインターネットと電話を使う	? : 集めた情報によってケースバイケースなので、根拠として使える情報かどうか、都度判断が必要			○～× : 基本的に低いが、高額レポートなども存在	○ : かからない (かけない) (ある程度探していないなら諦める)	作業の経過に伴い、仮説や成果物を進化させることが可能 →とにかく着手して、どんどん深いところに掘り進めていくことが大事	
	内部情報		・社内で行う情報収集 一関係部署からデータをもらう				○ : 基本的に無料のはず			
調査	質問	インタビュー	消費者	× : 少ない	× : 偏る	根拠としては弱いので、仮説出しに使うのが基本	○ : 無料から、最大でも1人1時間6,000円程度	○ : ガイドとメモの作成を入れても最大3-4時間程度		
			専門家	× : 少ない	× : 偏る	実態としては根拠として多用するが、専門家が信頼できるかには細心の注意が必要	△ : 人によっては謝礼が数万単位で必要			
	実査 (作る)	アンケート		・質問紙を使った質問調査 一回答が定型化する	○ : 多い	○ : 散る (散らせる)	—	× : n数次第だが、普通は100万円以上はかかる		△ : 質問表の作成と業者とのやりとりに時間がかかる
		観察	実験		・環境をコントロールした状況下での観察 一社会調査ではほぼ不可能 一サイト上のABテストなど	○ : 設計次第だが、基本的には強い根拠になるようにデータを集める				? : 設計次第
その他観察			・環境をコントロールしない観察 一いわゆる現場視察など	倫理的な問題などに注意が必要	観察対象に影響を与えないよう注意する					
分析			・情報収集・実査を経て入手したデータの分析	分析の段階でコントロールできることではない			○ : 自分でやるので費用はゼロ	○? : データ量によるが、時間がかかりすぎていたら何かがおかしい		

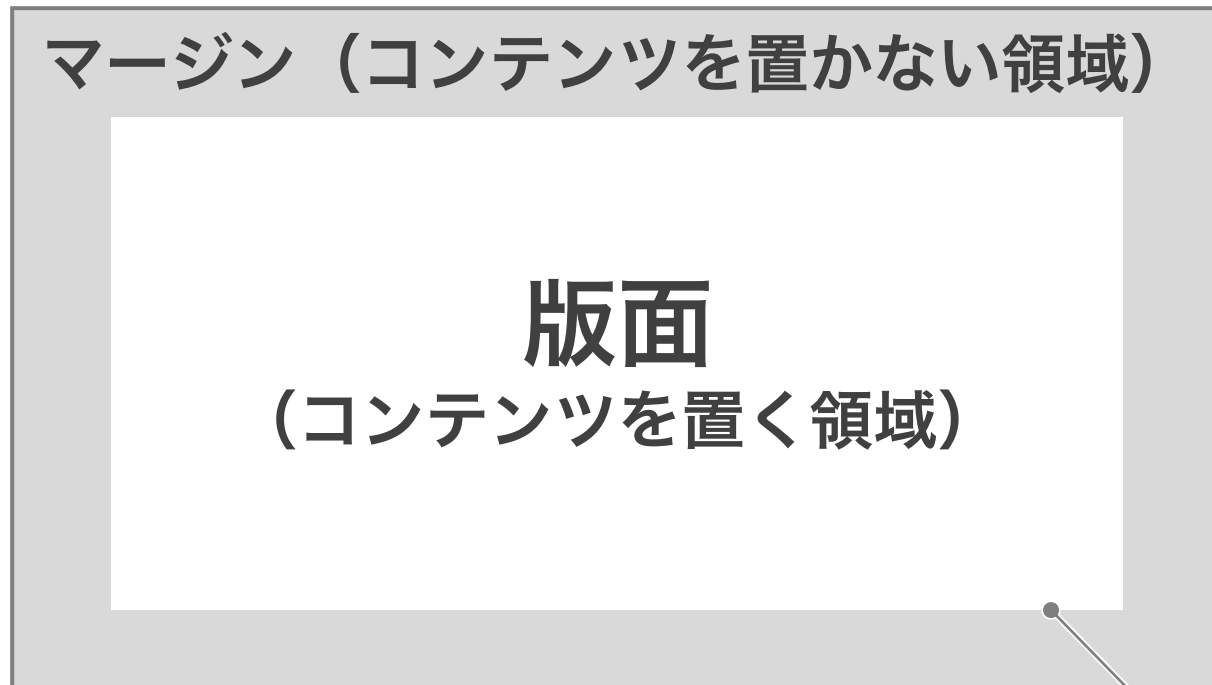
空白の分類



空白をコントロールする現実的な方法は、
マージンをコントロールすること

版面・版面率とは

- 版面とは「コンテンツを置く領域」のこと
 - 版面率とは、紙面における版面の割合



$$\text{版面率} = \frac{\text{版面}}{\text{スライド全体}}$$

- 版面線（版面とマージンの境目）

作業の全体像

詰め込みすぎの例

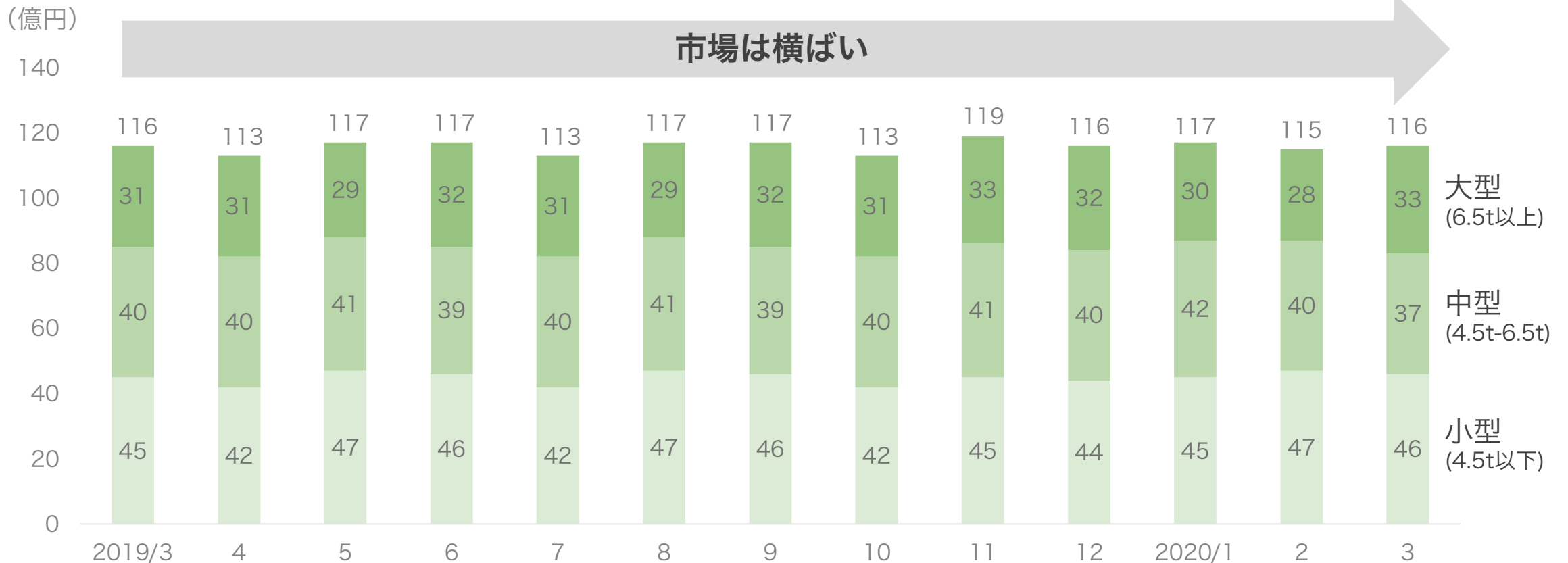
作業の分類			説明	根拠としての強さ			コスト		ポイント	
				n数	サンプルの偏り	その他	費用	時間（労力）		
情報収集 (探す)	外部情報 (デスクサーベイ)		・社外から行う情報収集 一主にインターネットと電話を使う	? : 集めた情報によってケースバイケースなので、根拠として使える情報かどうか、都度判断が必要			○～× : 基本的に低いが、高額レポートなども存在	○ : かからない (かけない) (ある程度探していないなら諦める)	作業の経過に伴い、仮説や成果物を進化させることが可能 →とにかく着手して、どんどん深いところに掘り進めていくことが大事	
	内部情報		・社内で行う情報収集 一関係部署からデータをもらう				○ : 基本的に無料のはず			
調査	質問	インタビュー	消費者	× : 少ない	× : 偏る	根拠としては弱いので、仮説出しに使うのが基本	○ : 無料から、最大でも1人1時間6,000円程度	○ : ガイドとメモの作成を入れても最大3-4時間程度		
			専門家	× : 少ない	× : 偏る	実態としては根拠として多用するが、専門家が信頼できるかには細心の注意が必要	△ : 人によっては謝礼が数万単位で必要			
	実査 (作る)	アンケート		・質問紙を使った質問調査 一回答が定型化する	○ : 多い	○ : 散る (散らせる)	—	× : n数次第だが、普通は100万円以上はかかる		△ : 質問表の作成と業者とのやりとりに時間がかかる
		観察	実験		・環境をコントロールした状況下での観察 一社会調査ではほぼ不可能 一サイト上のABテストなど	○ : 設計次第だが、基本的には強い根拠になるようにデータを集める	倫理的な問題などに注意が必要	?		× : 設計次第だが、大きくかかることがほとんど
その他観察			・環境をコントロールしない観察 一いわゆる現場視察など	観察対象に影響を与えないよう注意する	△ : 質問表の作成と業者とのやりとりに時間がかかる					
分析			・情報収集・実査を経て入手したデータの分析	分析の段階でコントロールできることではない		ミスが指摘された場合、根拠として一切信用されなくなりうる	○ : 自分でやるので費用はゼロ	○? : データ量によるが、時間がかかりすぎていたら何かがおかしい		作業開始前の最終成果物のイメージ以上の成果物は、まず作れない →設計段階で勝負が決まる →価値のある成果物イメージが描ききれぬまでは、作業を開始しない

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

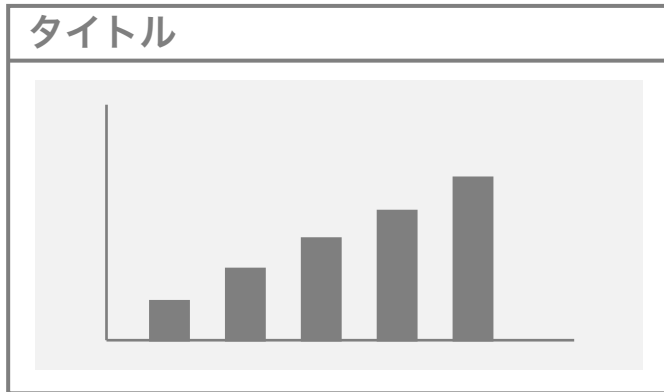


※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

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



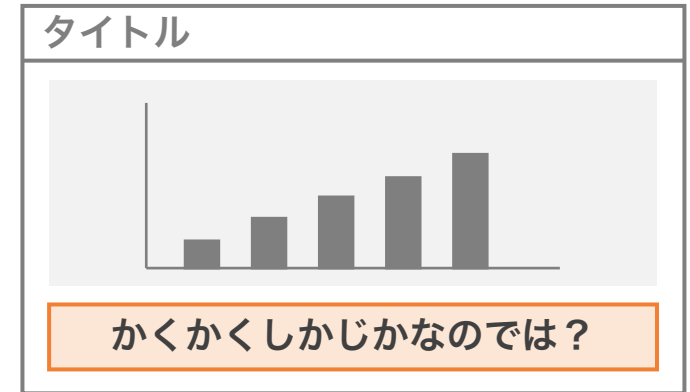
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
 - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

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

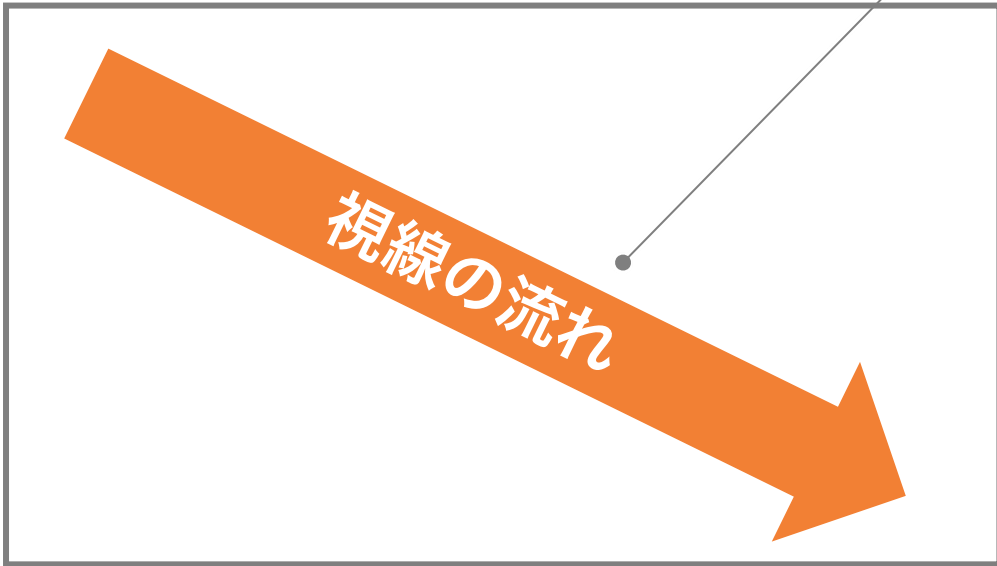


- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
 - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

Lesson 1-5

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する



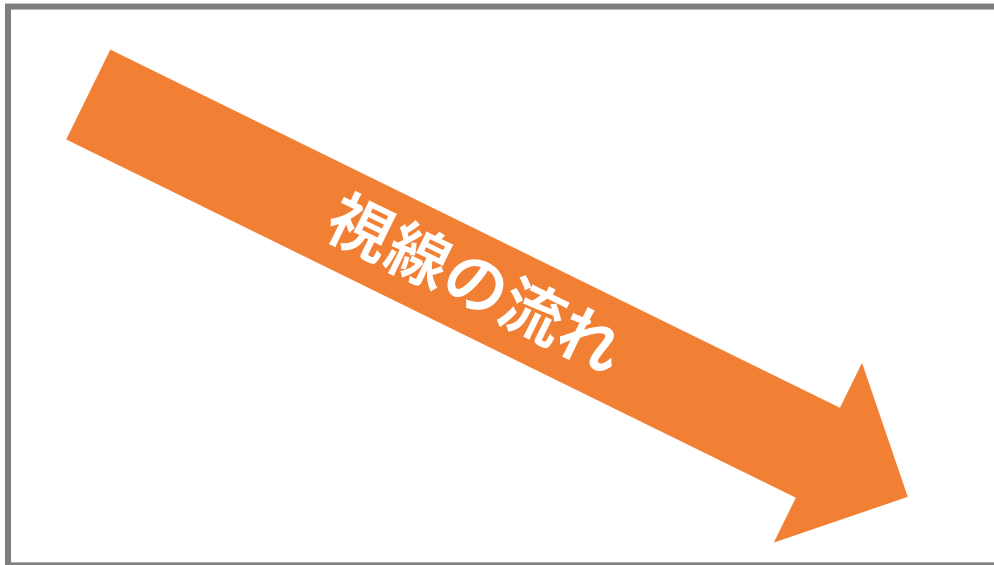
- 受け手の視線は、スライドの左上から右下に流れる
 - この流れに沿わないレイアウトは違和感を生み、分かりにくいものとなる

つまり？

- ① 視線の流れとスピーチの順序を一致させる
- ② 分かりやすいメディアを左や上に置く
- ③ 視線を左や上に戻す図形を使わない

レイアウトのルール2-1：視線の流れとスピーチの順序を一致させる

- 最初に話すことを左上に置き、そこから順に、右下に向かってレイアウトする
 - こうすることで、スピーチの最中に受け手の視線を逆行させずに済む



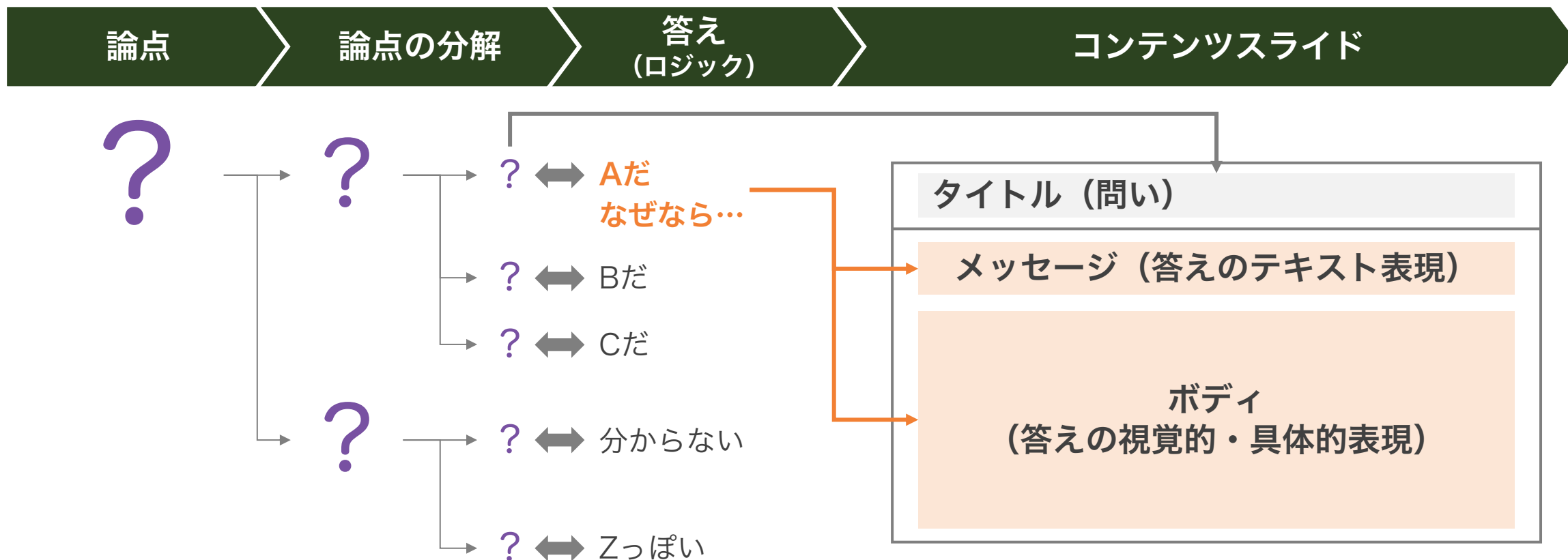
=



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



コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

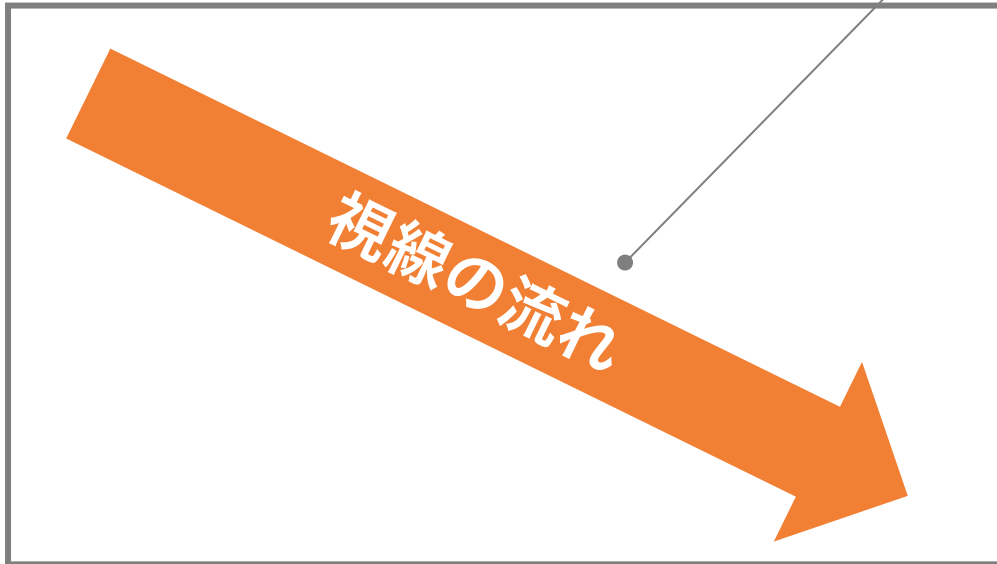
メッセージ先行型の
レイアウト

タイトルはここに書くか、書かない

- 受け手の視線は、スライドの左上から右下に流れる
 - この流れに沿わないレイアウトは違和感を生み、分かりにくいものとなる

つまり？

- 1 視線の流れとスピーチの順序を一致させる
- 2 分かりやすいメディアを左や上に置く
- 3 視線を左や上に戻す図形を使わない



レイアウトのルール2-2：分かりやすいメディアを左や上に置く

- ・ 分かりやすいメディア（写真やグラフ）は、話す順序に関わらず左か上に配置する
 - 受け手の視線を引きつけるので、右や下に置くと視線を逆行させることになる

×：テキスト→写真



○：写真→テキスト



- ・ まずは写真が視線を引きつけてしまう
 - たとえ「テキストで説明して、その例として写真がある」という場合でも、左のレイアウトは違和感を生む
 - 説明の順序よりも視線の流れを意識した方が上手くいくことが多い

資料で使える主なメディア

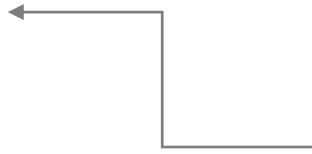
	例	説明	傾向
テキスト	<ul style="list-style-type: none">たとえば 	<ul style="list-style-type: none">文字<ul style="list-style-type: none">– 吹き出しやボックスも含む	
データ	表	 <ul style="list-style-type: none">データを行と列で整理したもの<ul style="list-style-type: none">– 主に定性（数字にならない）データに使う	
	グラフ	 <ul style="list-style-type: none">定量データを視覚化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

レイアウトのルール2-3：視線を左や上に戻す図形を使わない

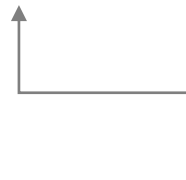
- 視線を左や上に戻す図形は、例外として説明できる理由がないかぎり使わない

具体的には？

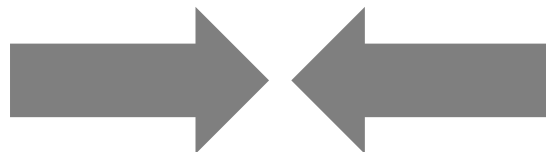
左向きの
図形



上向きの
図形



例外



概念のぶつかり合い



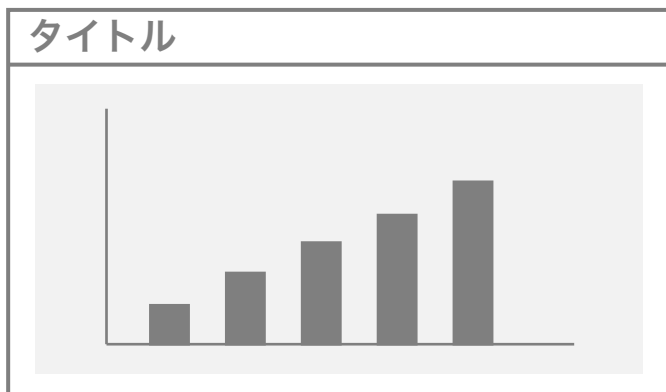
サイクル

Lesson 1-6

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



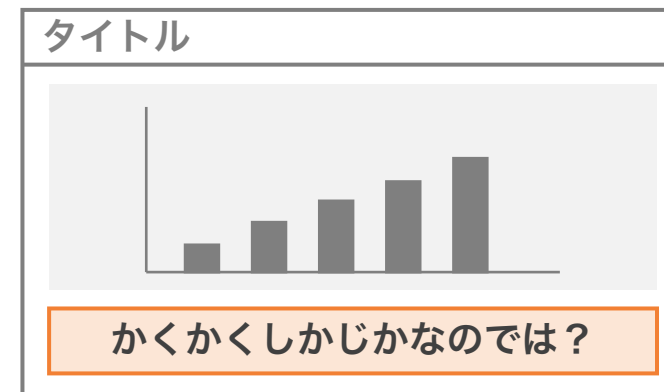
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
 - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

メッセージ型



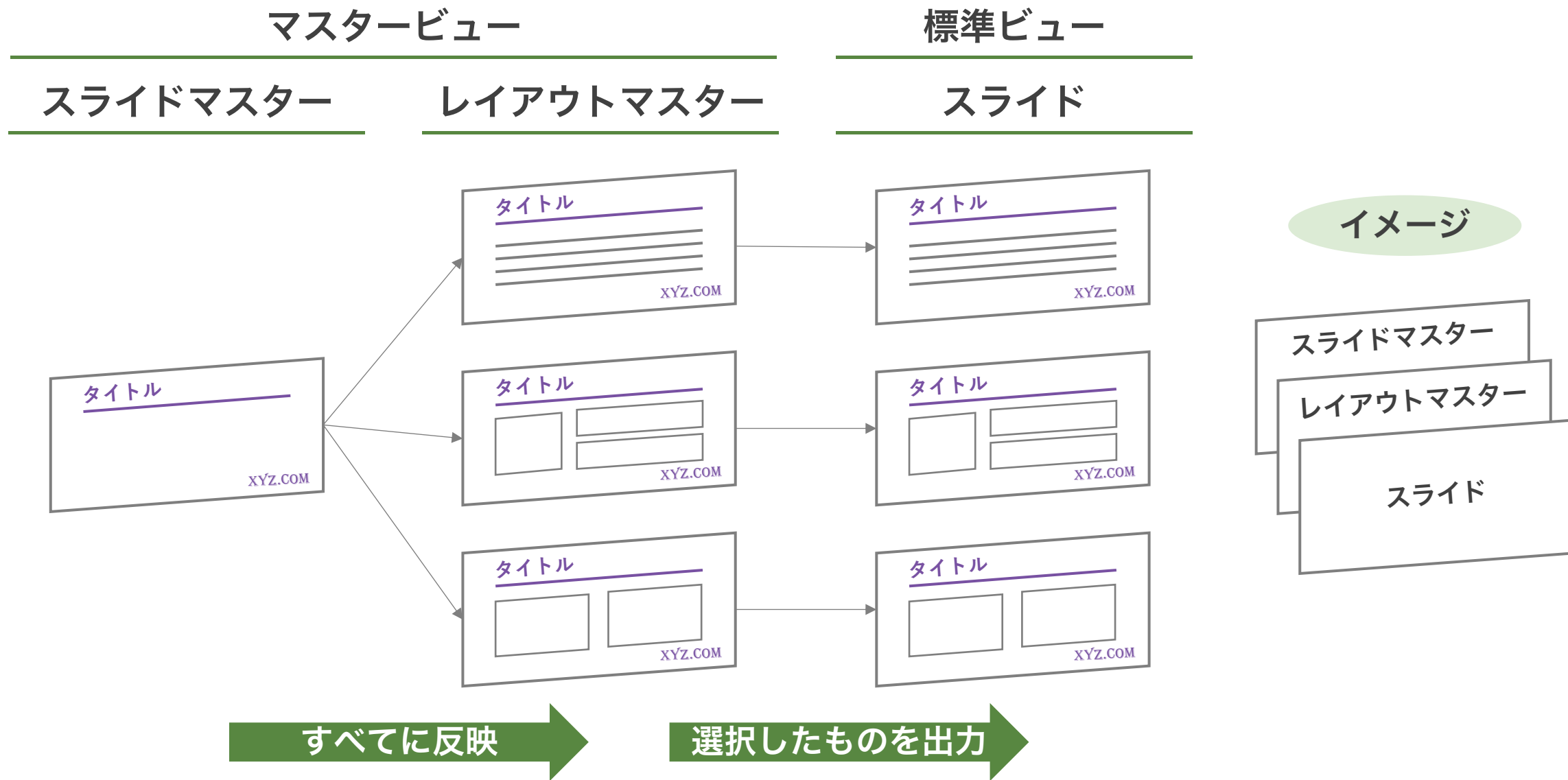
- ボディ最上部にテキストで問いに対する答えを書く
 - 要するに、答えは何か？
- **これを基本と考える**
 - 重要なことはテキストで伝えるべき

テイクアウェイ型



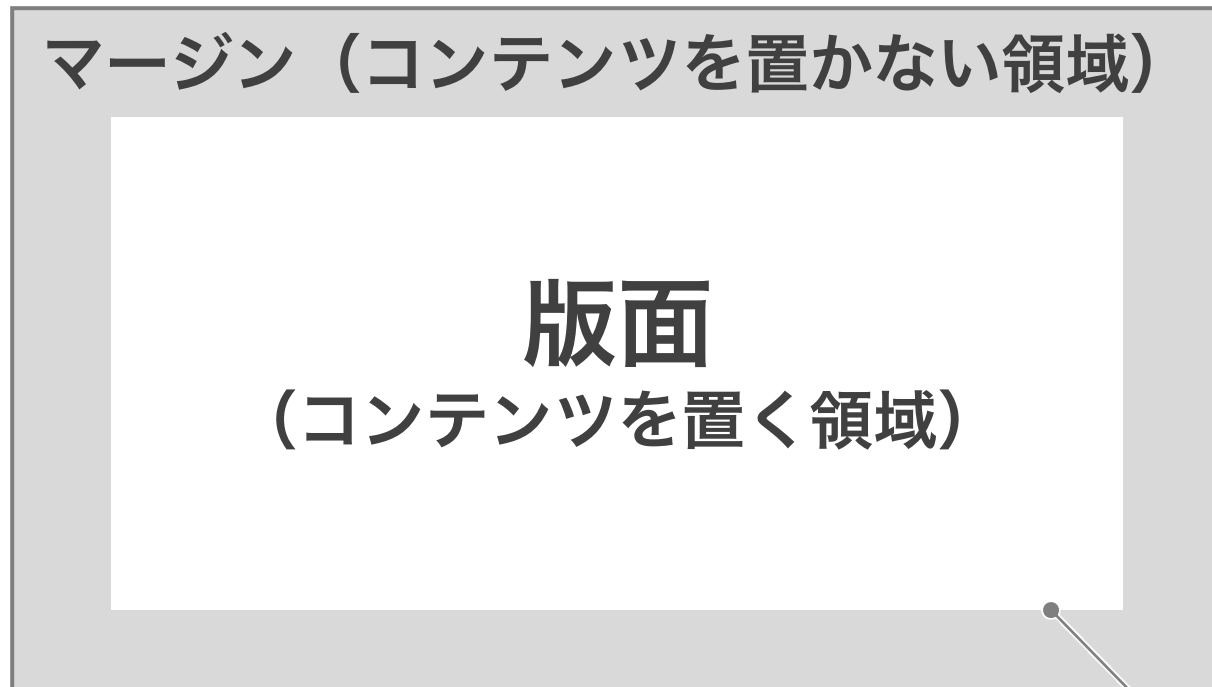
- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
 - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

スライドマスターとレイアウトマスターの関係



版面・版面率とは

- 版面とは「コンテンツを置く領域」のこと
 - 版面率とは、紙面における版面の割合



$$\text{版面率} = \frac{\text{版面}}{\text{スライド全体}}$$

- 版面線（版面とマージンの境目）

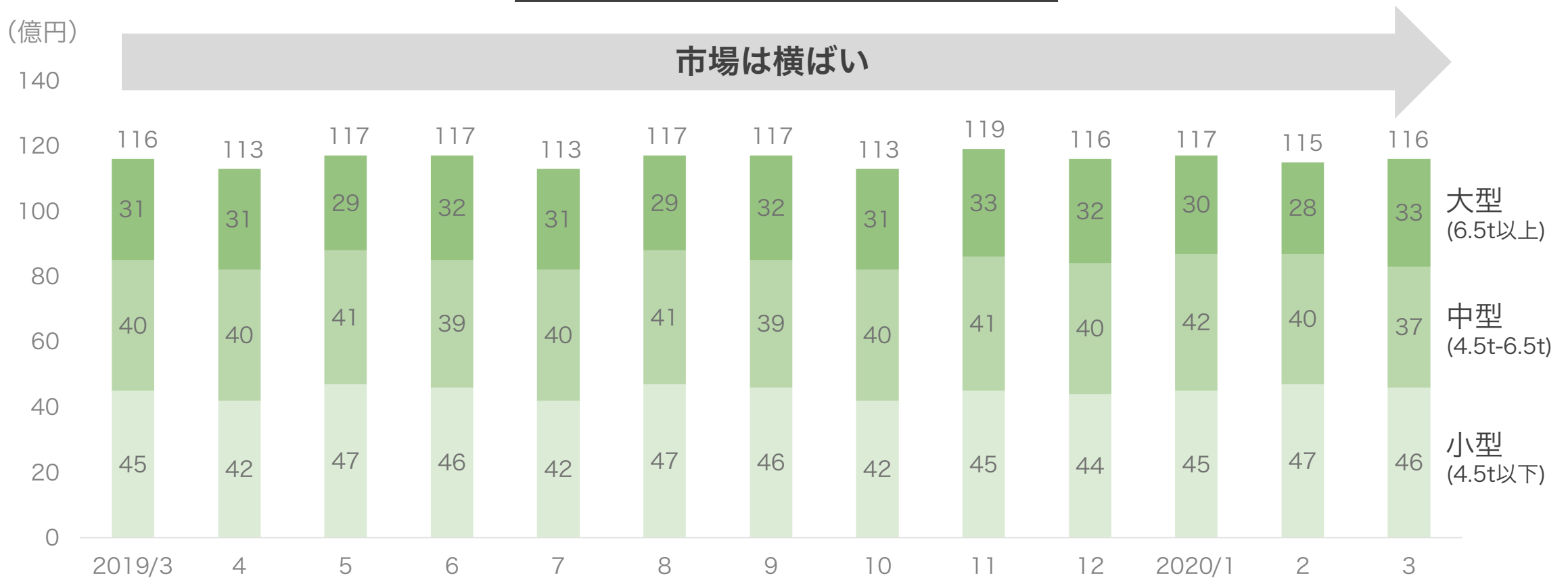
Lesson 1-7

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

Lesson 1-8

レイアウトのルール2-2：分かりやすいメディアを左や上に置く

- ・ 分かりやすいメディア（写真やグラフ）は、話す順序に関わらず左か上に配置する
 - 受け手の視線を引きつけるので、右や下に置くと視線を逆行させることになる

×：テキスト→写真



○：写真→テキスト



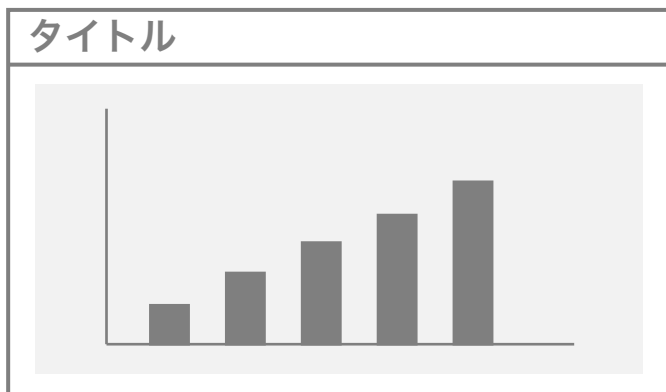
- ・ まずは写真が視線を引きつけてしまう
 - たとえ「テキストで説明して、その例として写真がある」という場合でも、左のレイアウトは違和感を生む
 - 説明の順序よりも視線の流れを意識した方が上手くいくことが多い

Lesson 1-9

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



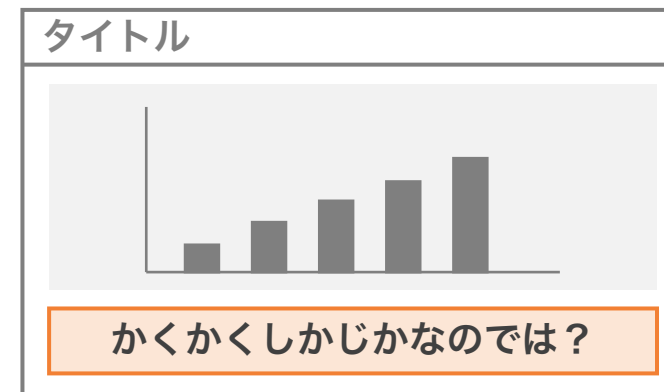
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
 - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

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

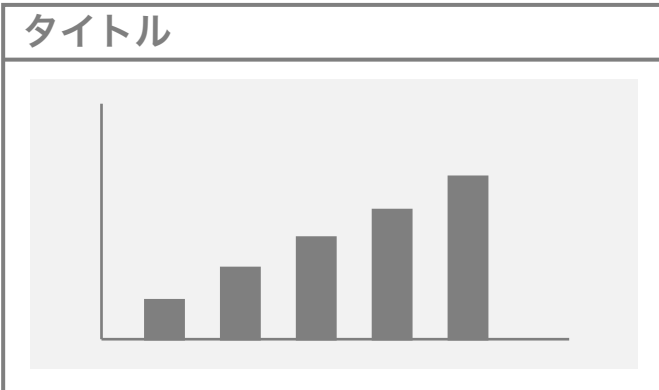


- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
 - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

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



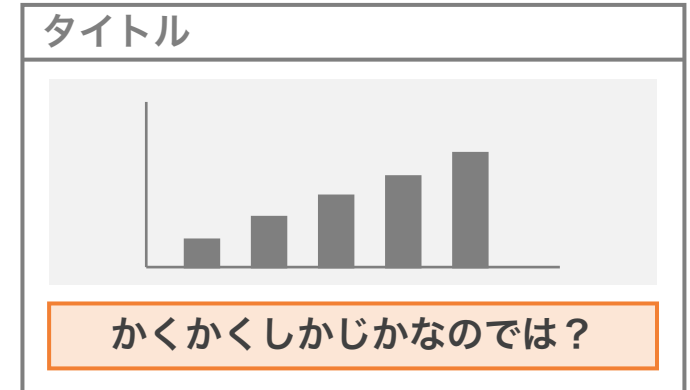
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
 - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

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

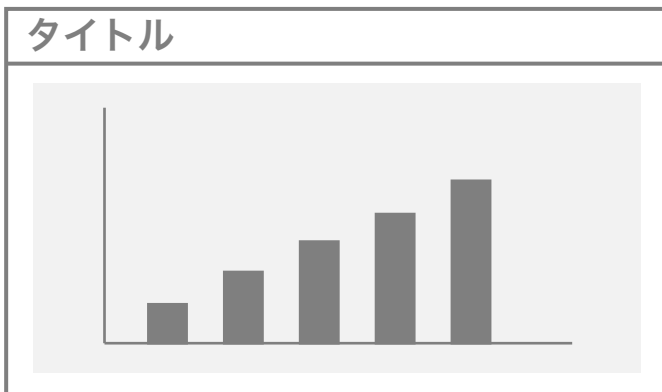


- ボディ最下部にテキストで示唆や新たな問いを書く
 - 問いに答えた結果、何が新しく言えるか？
- アクセントとして使ってもよい

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



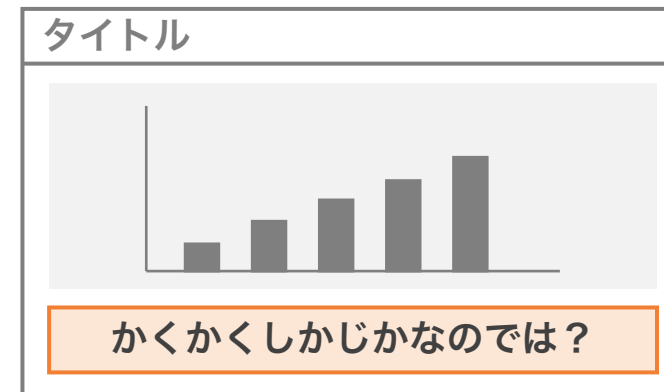
- 特に専用の領域を設けない
- 多用すべきではない
 - このタイプはプレゼンを聞かないと理解できない

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 1-11

パッケージを構成する5種類のスライド

例

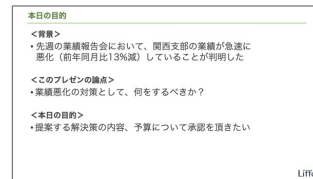
役割

表紙/ 背表紙



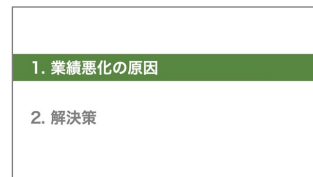
- 始まりと終わりの目印
 - ただの飾りで、特に意味はない

目的 スライド



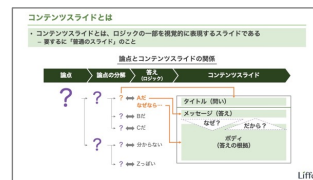
- プレゼンを立ち上げる
 - パッケージで何に答え、何を達成したいか？

中表紙



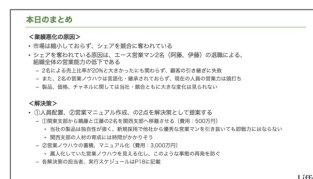
- プレゼンの全体像と現在地を伝える
 - 何を、どんな順序で話すつもりで、今どこか？

コンテンツ スライド



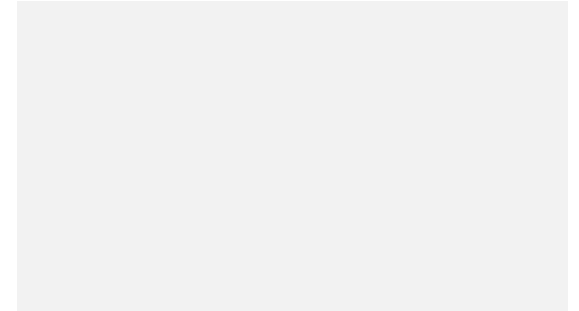
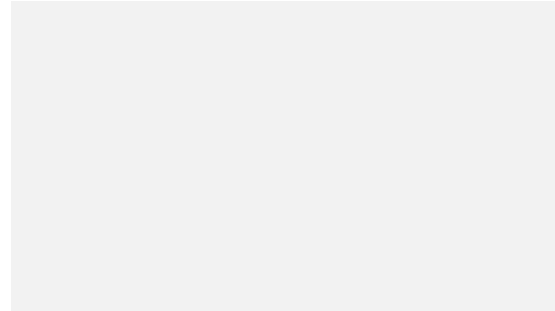
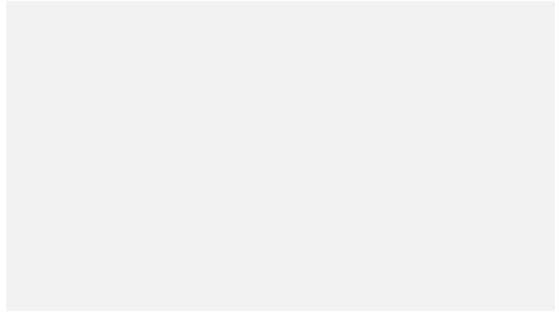
- ロジックの一部を視覚的に表現する
 - いわゆる「普通のスライド」のこと

まとめ スライド



- ロジックを要約する
 - 要するに、何が伝えたいのか？

XXX



X
X

- XXX
– XXX

- XXX
– XXX

- XXX
– XXX

X
X

- XXX
– XXX

- XXX
– XXX

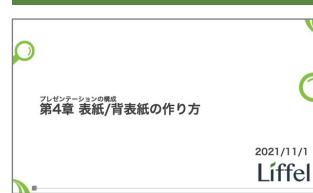
- XXX
– XXX

パッケージを構成する5種類のスライド

例

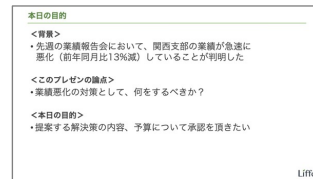
役割

表紙/ 背表紙



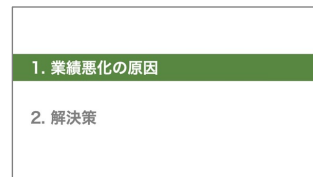
- 始まりと終わりの目印
 - ただの飾りで、特に意味はない

目的 スライド



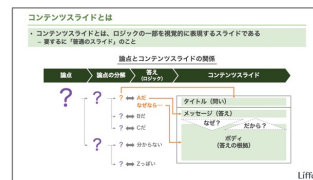
- プレゼンを立ち上げる
 - パッケージで何に答え、何を達成したいか？

中表紙



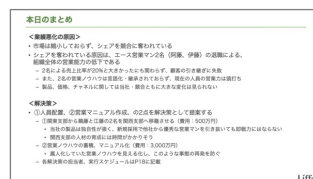
- プレゼンの全体像と現在地を伝える
 - 何を、どんな順序で話すつもりで、今どこか？

コンテンツ スライド



- ロジックの一部を視覚的に表現する
 - いわゆる「普通のスライド」のこと

まとめ スライド



- ロジックを要約する
 - 要するに、何が伝えたいのか？

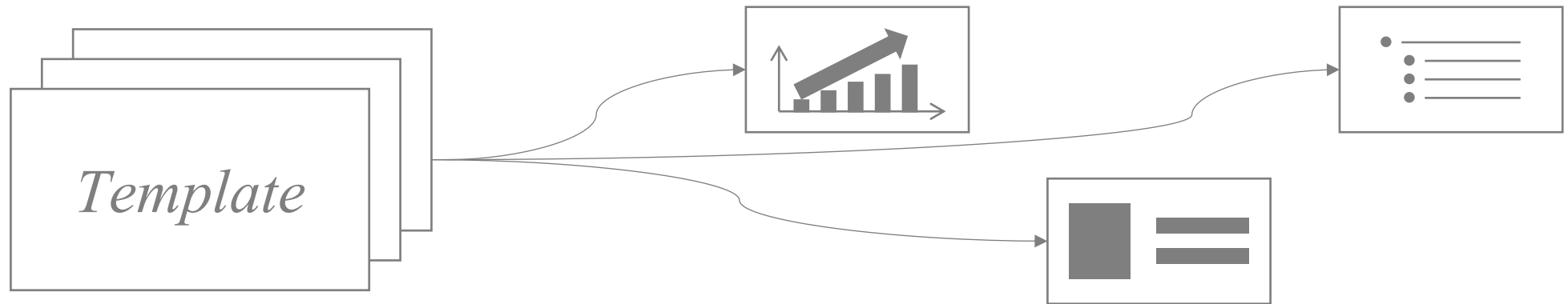
Part II

本書の論点と構成

本書の論点：どうすれば資料を正しく・効率的にレイアウトできるか？

Part I：テンプレート作成

Part II：スライド作成



• どのようなテンプレートであるべきか？

• スライドを作成するときに、どのようにレイアウトするべきか？

• どのようなルールに従ってレイアウトするべきか？

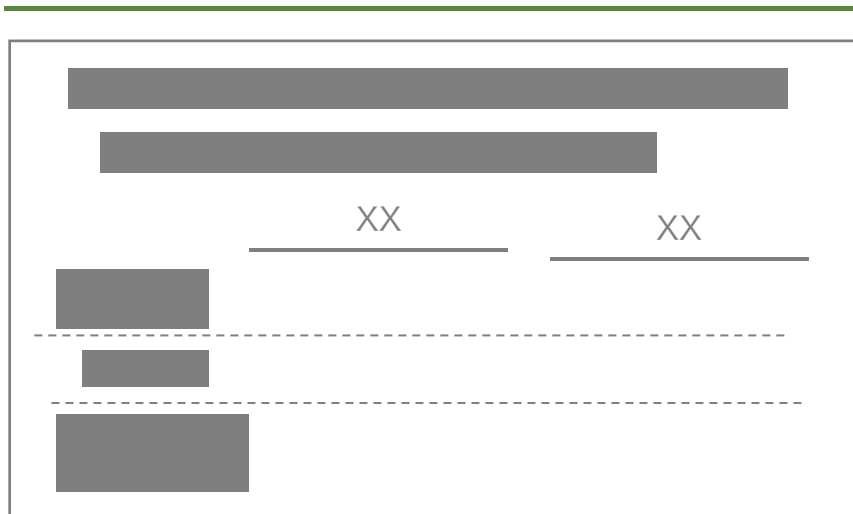
– 実現したいことに関するレイアウトのセオリーはどのようなものか？

Lesson 2-1

レイアウトの原則③：揃える

- あらゆることを揃える
 - 揃っていないことはノイズになり、アマチュア感を演出してしまう

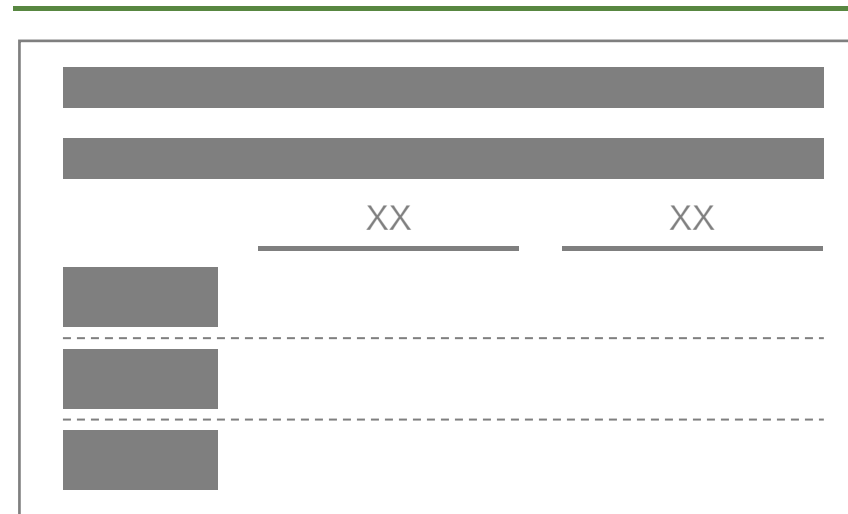
×：揃っていない



アマチュア

- 何もかもバラバラ
- バラバラな所に注意が向く（ノイズ）

○：揃っている



プロ

- すべて揃っている
- 中身に集中できる

揃えることに関するレイアウトのルール

揃えること

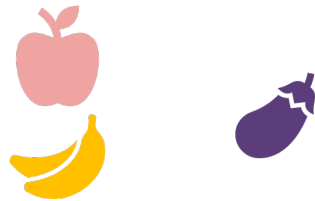
関連するレイアウトのルール

位置



- 3-1 : コンテンツの端を**版面線**に揃える
- 3-2 : **左**に揃える
- 3-3 : コンテンツを**他のコンテンツ**に揃える

全般



- 3-4 : **意味上の関係とコンテンツの間隔**を揃える
 - 関連するものは近づけ、関連していないものは離す

間隔

同じタイプ



- 3-5 : **同じタイプのコンテンツの間隔**を揃える
 - 3つ以上、同じタイプのコンテンツがあるとき

大きさ



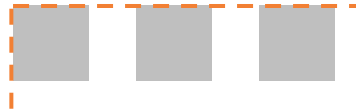
- 3-6 : **同じタイプのコンテンツの大きさ**を揃える
 - 幅や高さを揃える
 - どこまで厳密にやるかは議論の余地あり

揃えることに関するレイアウトのルール

揃えること

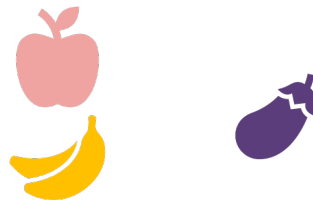
関連するレイアウトのルール

位置



- 3-1 : コンテンツの端を**版面線**に揃える
- 3-2 : **左**に揃える
- 3-3 : コンテンツを**他のコンテンツ**に揃える

全般



- 3-4 : **意味上の関係とコンテンツの間隔**を揃える
 - 関連するものは近づけ、関連していないものは離す

間隔

同じタイプ



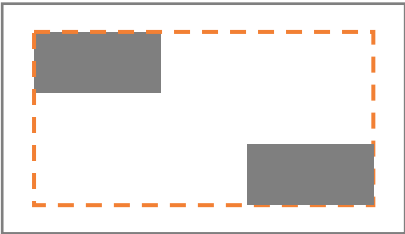
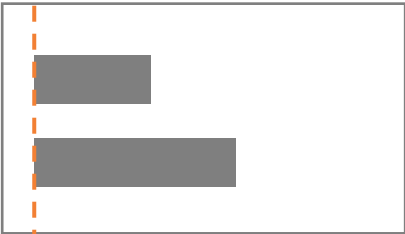
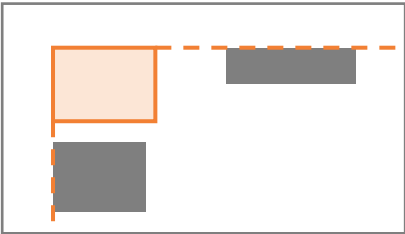
- 3-5 : **同じタイプのコンテンツの間隔**を揃える
 - 3つ以上、同じタイプのコンテンツがあるとき

大きさ



- 3-6 : **同じタイプのコンテンツの大きさ**を揃える
 - 幅や高さを揃える
 - どこまで厳密にやるかは議論の余地あり

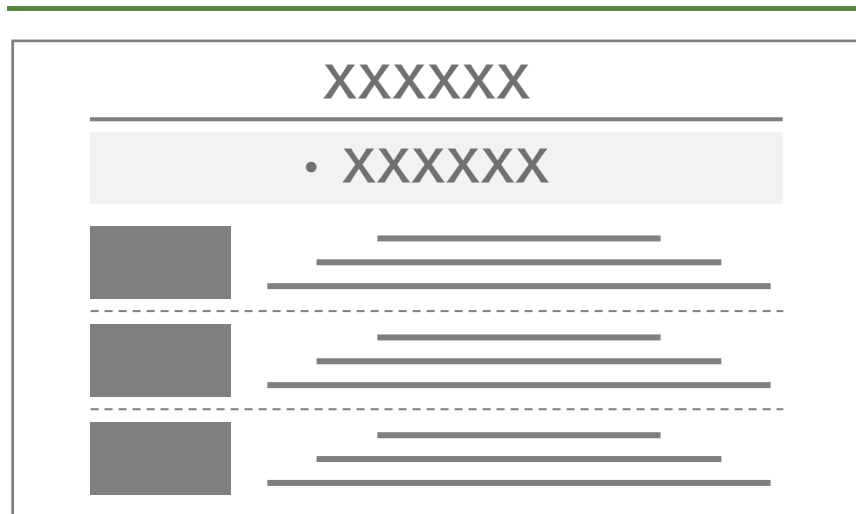
位置の基準

	説明	使用するPowerPointの機能
 <p>版面線</p>	<ul style="list-style-type: none">• コンテンツの端を版面線に揃える<ul style="list-style-type: none">– まずは版面を使い切るようにレイアウトする	<ul style="list-style-type: none">• ガイド<ul style="list-style-type: none">– マスターに設定しておく
 <p>左</p>	<ul style="list-style-type: none">• 図形やテキストは左に揃える<ul style="list-style-type: none">– 視線の流れに乗りやすい– 左揃えがデザイン的に正解とされている	<ul style="list-style-type: none">• スマートガイド• 左揃え (図形)• 左寄せ (テキスト)
 <p>他のコンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none">• コンテンツの端か中央を、他のコンテンツに揃える<ul style="list-style-type: none">– わざわざズラす理由がない	<ul style="list-style-type: none">• 最初から揃えておく<ul style="list-style-type: none">– Ctrl を押しながらドラッグ• 「配置」機能

レイアウトのルール3-2：左に揃える

- コンテンツやその内部のテキストは、できるだけ左に揃える
 - 左揃えは力強く洗練された印象を与える

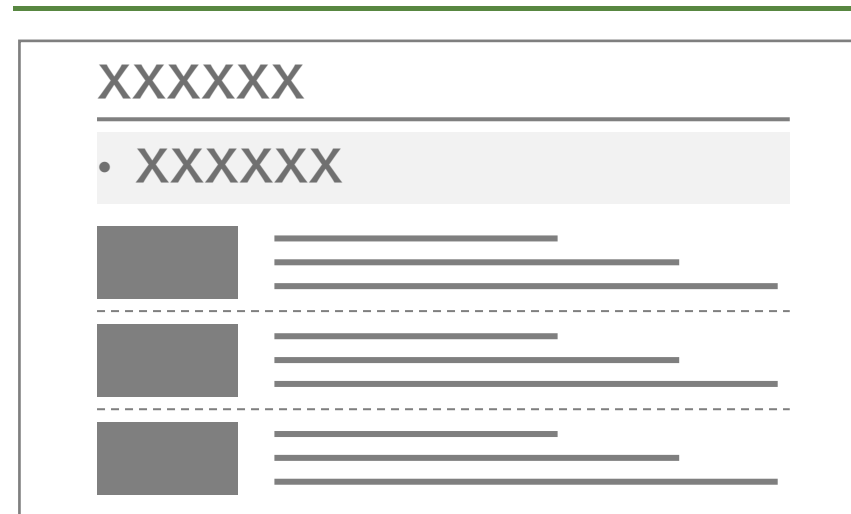
×：中央揃え



ゆるっ

- 視線の流れに乗りにくい
- 行頭が見つけにくく、読みにくい

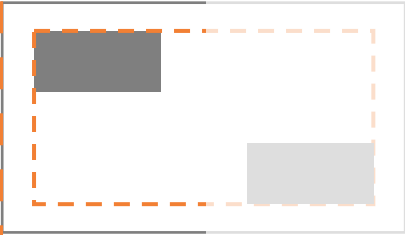

○：左揃え



ピシッ

- 視線の流れに乗りやすい
- 行頭が見つけやすく、読みやすい

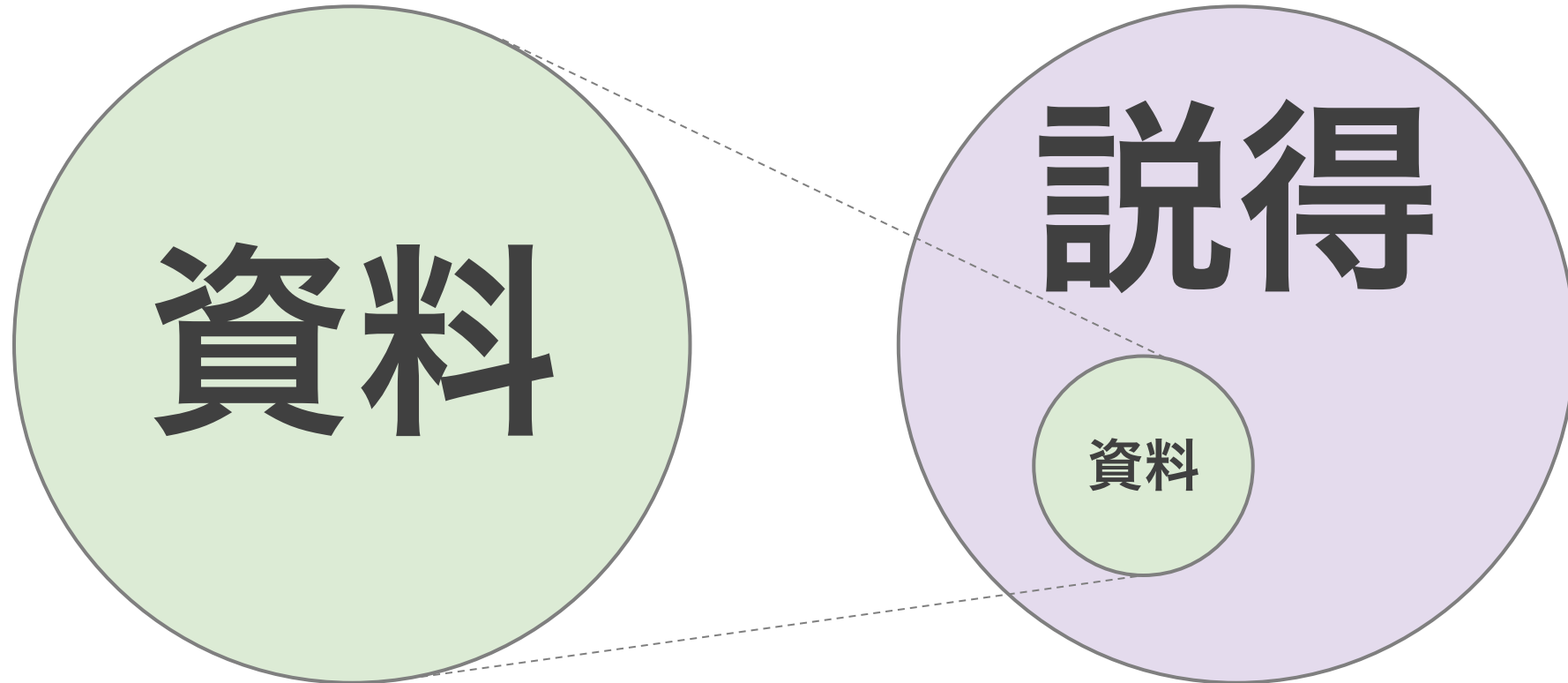
位置の基準

	説明	使用するPowerPointの機能
 <p>版面線</p>	<ul style="list-style-type: none">• コンテンツの端を版面線に揃える<ul style="list-style-type: none">– まずは版面を使い切るようにレイアウトする	<ul style="list-style-type: none">• ガイド<ul style="list-style-type: none">– マスターに設定しておく
 <p>左</p>	<ul style="list-style-type: none">• 図形やテキストは左に揃える<ul style="list-style-type: none">– 視線の流れに乗りやすい– 左揃えがデザイン的に正解とされている	<ul style="list-style-type: none">• スマートガイド• 左揃え (図形)• 左寄せ (テキスト)
 <p>他のコンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none">• コンテンツの端か中央を、他のコンテンツに揃える<ul style="list-style-type: none">– わざわざズラす理由がない	<ul style="list-style-type: none">• 最初から揃えておく<ul style="list-style-type: none">– Ctrl を押しながらドラッグ• 「配置」機能

資料と説得の関係

資料に囚われるのではなく……

説得の一要素として資料を捉える



揃えることに関するレイアウトのルール

揃えること

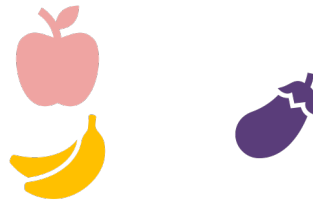
関連するレイアウトのルール

位置



- 3-1 : コンテンツの端を版面線に揃える
- 3-2 : 左に揃える
- 3-3 : コンテンツを他のコンテンツに揃える

全般



- 3-4 : 意味上の関係とコンテンツの間隔を揃える
 - 関連するものは近づけ、関連していないものは離す

間隔

同じタイプ



- 3-5 : 同じタイプのコンテンツの間隔を揃える
 - 3つ以上、同じタイプのコンテンツがあるとき

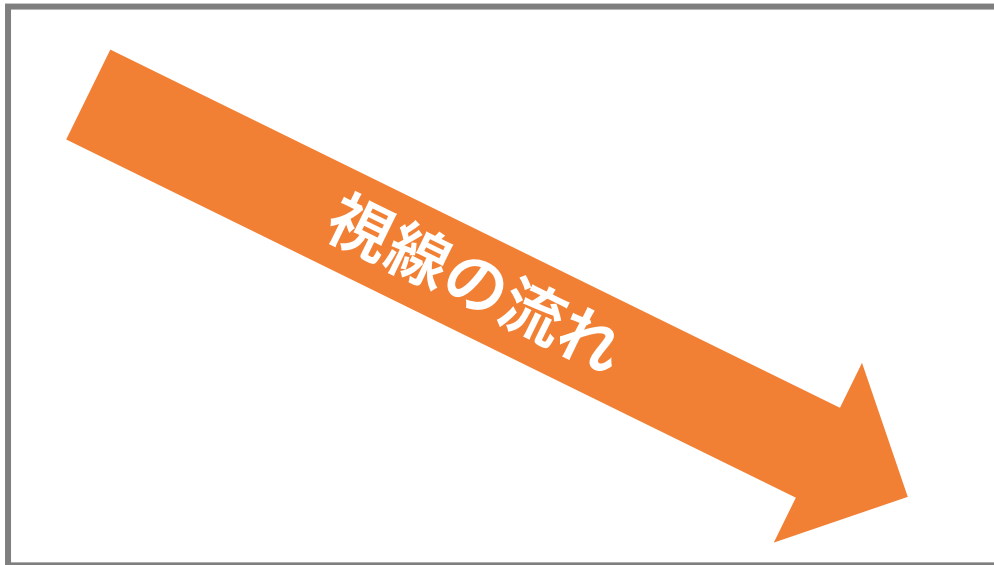
大きさ



- 3-6 : 同じタイプのコンテンツの大きさを揃える
 - 幅や高さを揃える
 - どこまで厳密にやるかは議論の余地あり

レイアウトのルール2-1：視線の流れとスピーチの順序を一致させる

- 最初に話すことを左上に置き、そこから順に、右下に向かってレイアウトする
 - こうすることで、スピーチの最中に受け手の視線を逆行させずに済む



=



揃えることに関するレイアウトのルール

揃えること

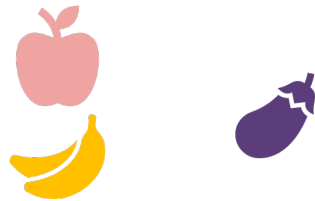
関連するレイアウトのルール

位置



- 3-1 : コンテンツの端を**版面線**に揃える
- 3-2 : **左**に揃える
- 3-3 : コンテンツを**他のコンテンツ**に揃える

全般



- 3-4 : **意味上の関係とコンテンツの間隔**を揃える
 - 関連するものは近づけ、関連していないものは離す

間隔

同じタイプ



- 3-5 : **同じタイプのコンテンツの間隔**を揃える
 - 3つ以上、同じタイプのコンテンツがあるとき

大きさ



- 3-6 : **同じタイプのコンテンツの大きさ**を揃える
 - 幅や高さを揃える
 - どこまで厳密にやるかは議論の余地あり

揃えることに関するレイアウトのルール

揃えること

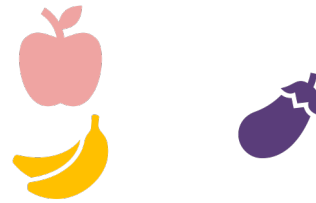
関連するレイアウトのルール

位置



- 3-1 : コンテンツの端を**版面線**に揃える
- 3-2 : **左**に揃える
- 3-3 : コンテンツを**他のコンテンツ**に揃える

全般



- 3-4 : **意味上の関係とコンテンツの間隔**を揃える
 - 関連するものは近づけ、関連していないものは離す

間隔

同じタイプ



- 3-5 : **同じタイプのコンテンツの間隔**を揃える
 - 3つ以上、同じタイプのコンテンツがあるとき

大きさ



- 3-6 : **同じタイプのコンテンツの大きさ**を揃える
 - 幅や高さを揃える
 - どこまで厳密にやるかは議論の余地あり

揃えることに関するレイアウトのルール

揃えること

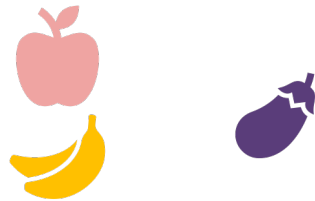
関連するレイアウトのルール

位置



- 3-1 : コンテンツの端を**版面線**に揃える
- 3-2 : **左**に揃える
- 3-3 : コンテンツを**他のコンテンツ**に揃える

全般



- 3-4 : **意味上の関係とコンテンツの間隔**を揃える
 - 関連するものは近づけ、関連していないものは離す

間隔

同じタイプ



- 3-5 : **同じタイプのコンテンツの間隔**を揃える
 - 3つ以上、同じタイプのコンテンツがあるとき

大きさ



- 3-6 : **同じタイプのコンテンツの大きさ**を揃える
 - 幅や高さを揃える
 - どこまで厳密にやるかは議論の余地あり

大きさを揃えるべきか

- ロジックを犠牲にしても、大きさを揃えるべき
 - 大きさを揃えようとしなくても、綺麗なスライドは絶対に作れない

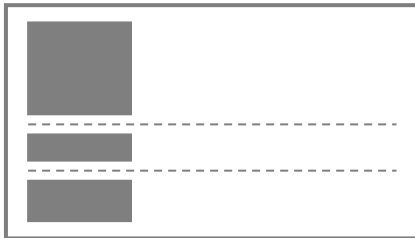
×：ロジック優先



このロジックを
すべて盛り込もう



ロジックに応じて
レイアウトを調整しよう

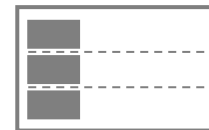


- この発想では絶対に
バランスが崩れる
 - ロジックが揃う
ことなどない

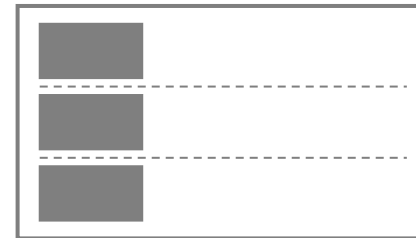
○：大きさ優先



このロジックがある



このレイアウトに入る
ところまでだ

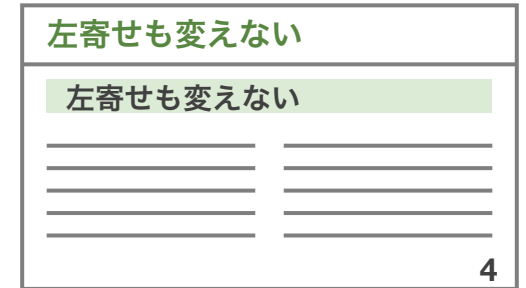
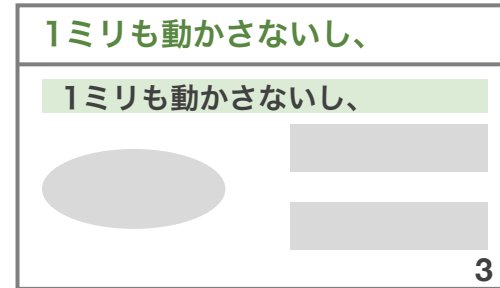
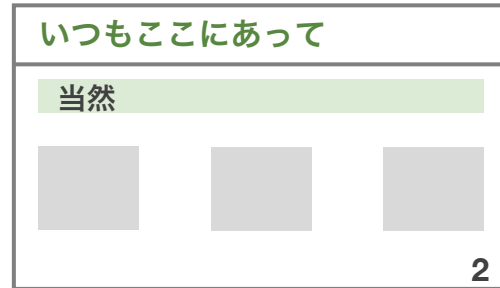
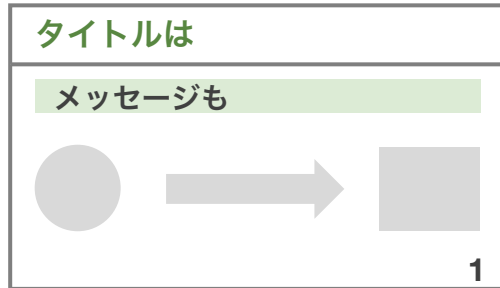


- まずは無理にでも
大きさを揃える
 - 重要なことから
書けば問題ない

Lesson 2-2

レイアウトの原則④：一貫する

- すべてのスライドで、できるだけ同じようにレイアウトする
 - 一貫性の原則をレイアウトに適用する



すべてのスライドで一貫できるレイアウト（位置や大きさ）は、それを一貫する

具体的には？

- ① プレースホルダーを動かさない・大きさを変えない
- ② コンテンツ全体をスライドに対して中央寄せする

レイアウトのルール4-2：コンテンツ全体をスライドに対して中央寄せする



⋯: ボディ

- スペースが余っていないなら、何もする必要はない
 - 最初はスペースが余らないようにレイアウトして、余ったら内側に寄せる/詰める

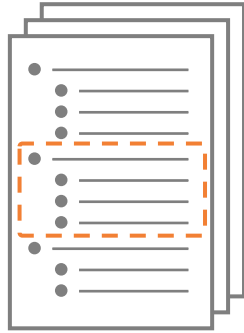
- スペースが余ったときは、スペースを詰めた後、コンテンツ全体を**ボディの中央**にレイアウトする
 - 左右に余るスペースを等しくする
 - 全体を「グループ化」→タイトルに対して「左右中央揃え」（スマートガイドでも可）

- 上下のスペースも余っているなら、目視で調整
 - やや下側に寄せるのがオススメ

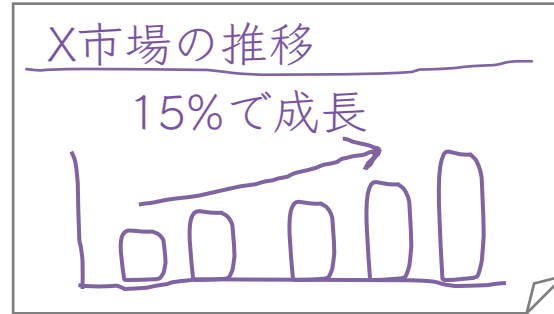
Lesson 2-3

スライド作成のプロセス

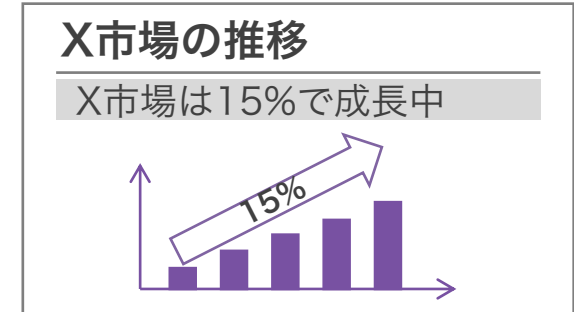
ロジックを切り出す



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

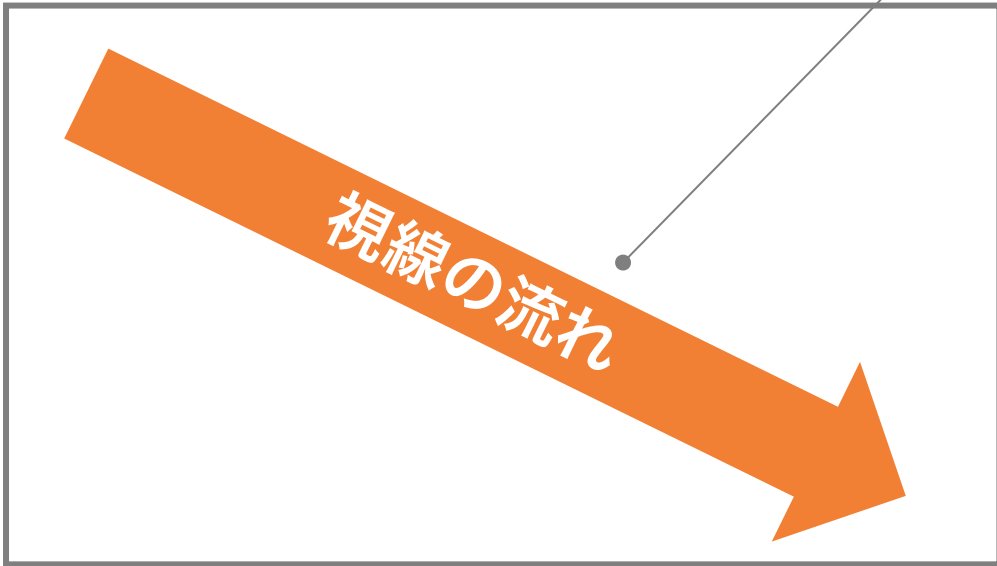
- **手描き**
 - 捨てやすいことが重要

- **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

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する



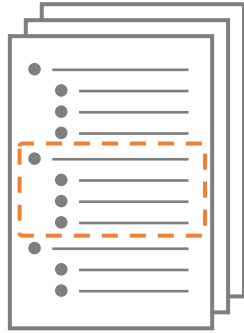
- 受け手の視線は、スライドの左上から右下に流れる
 - この流れに沿わないレイアウトは違和感を生み、分かりにくいものとなる

つまり？

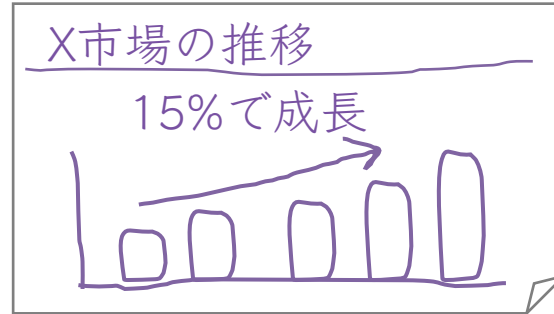
- ① 視線の流れとスピーチの順序を一致させる
- ② 分かりやすいメディアを左や上に置く
- ③ 視線を左や上に戻す図形を使わない

スライド作成のプロセス

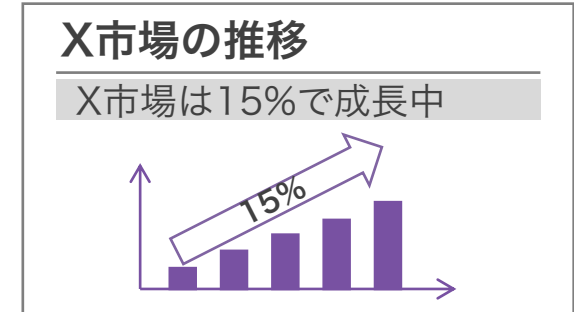
ロジックを切り出す



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

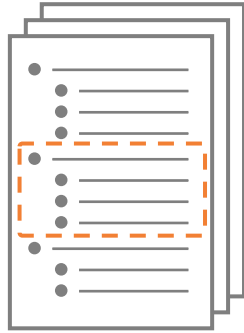
- **手描き**
 - 捨てやすいことが重要

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

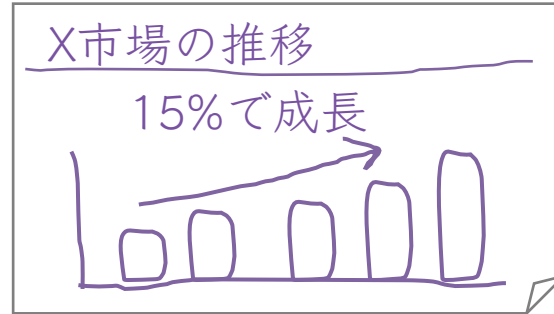
ラフがあるからコピペできる

スライド作成のプロセス

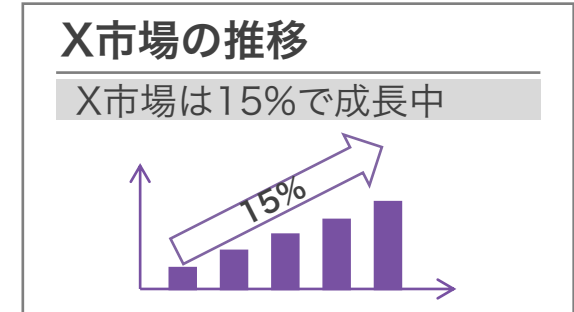
ロジックを切り出す



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

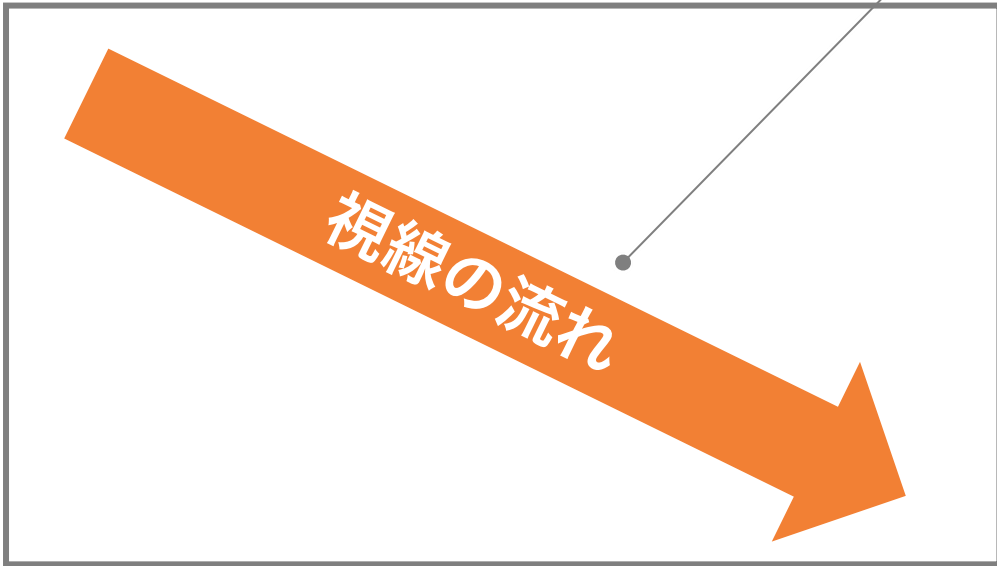
- **手描き**
 - 捨てやすいことが重要

- **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

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する



- 受け手の視線は、スライドの左上から右下に流れる
 - この流れに沿わないレイアウトは違和感を生み、分かりにくいものとなる

つまり？

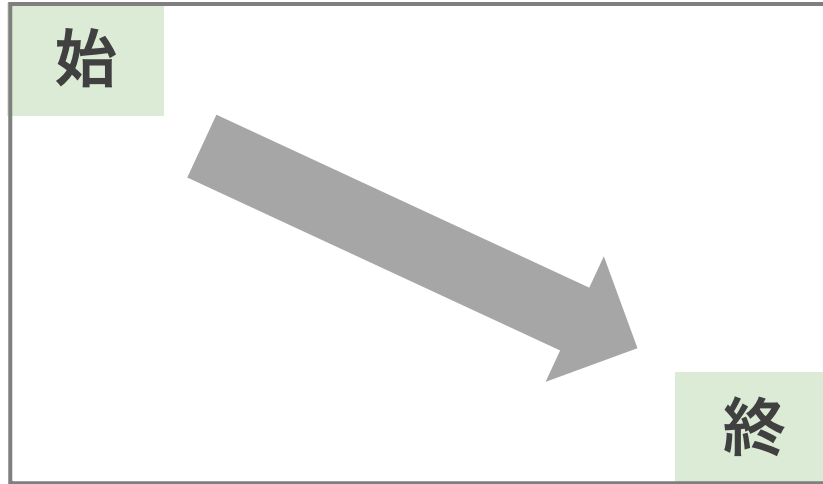
- ① 視線の流れとスピーチの順序を一致させる
- ② 分かりやすいメディアを左や上に置く
- ③ 視線を左や上に戻す図形を使わない

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

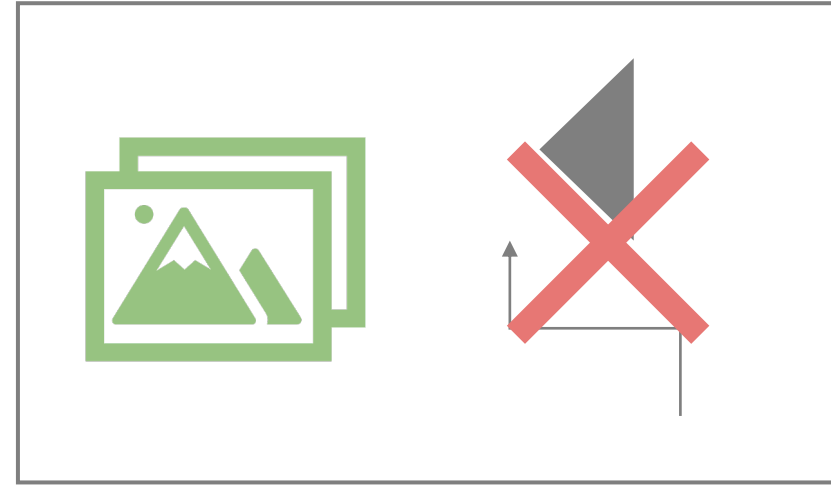
ラフを描くときに意識するレイアウトのルール

全体的な方針



- 話す順序にあわせ、**左上から右下の順に、版面いっぱい**にレイアウトする
 - 視線の流れとスピーチの順序を一致させる (ルール2-1)
 - コンテンツの端を版面線に揃える (ルール3-1)
- **どこが揃うのかをイメージしておく**
 - ラフでは、実際に揃える必要はない

明確に意識するルール



- 以下の2つのルールを破ったときは、ラフを修正する/描きなおす
 - 分かりやすいメディアを左や上に置く (ルール2-2)
 - 視線を左や上に戻す図形を使わない (ルール2-3)
- 安易に例外処理として認めないこと
 - それではラフを描く意味がない

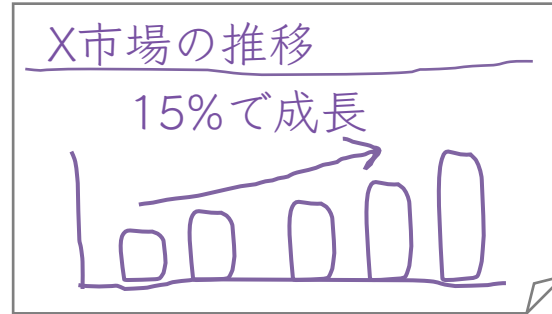
Lesson 2-4

スライド作成のプロセス

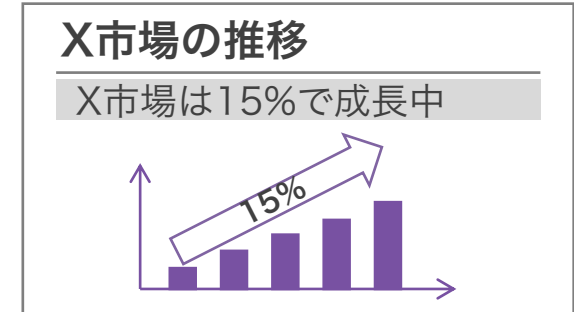
ロジックを切り出す



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**

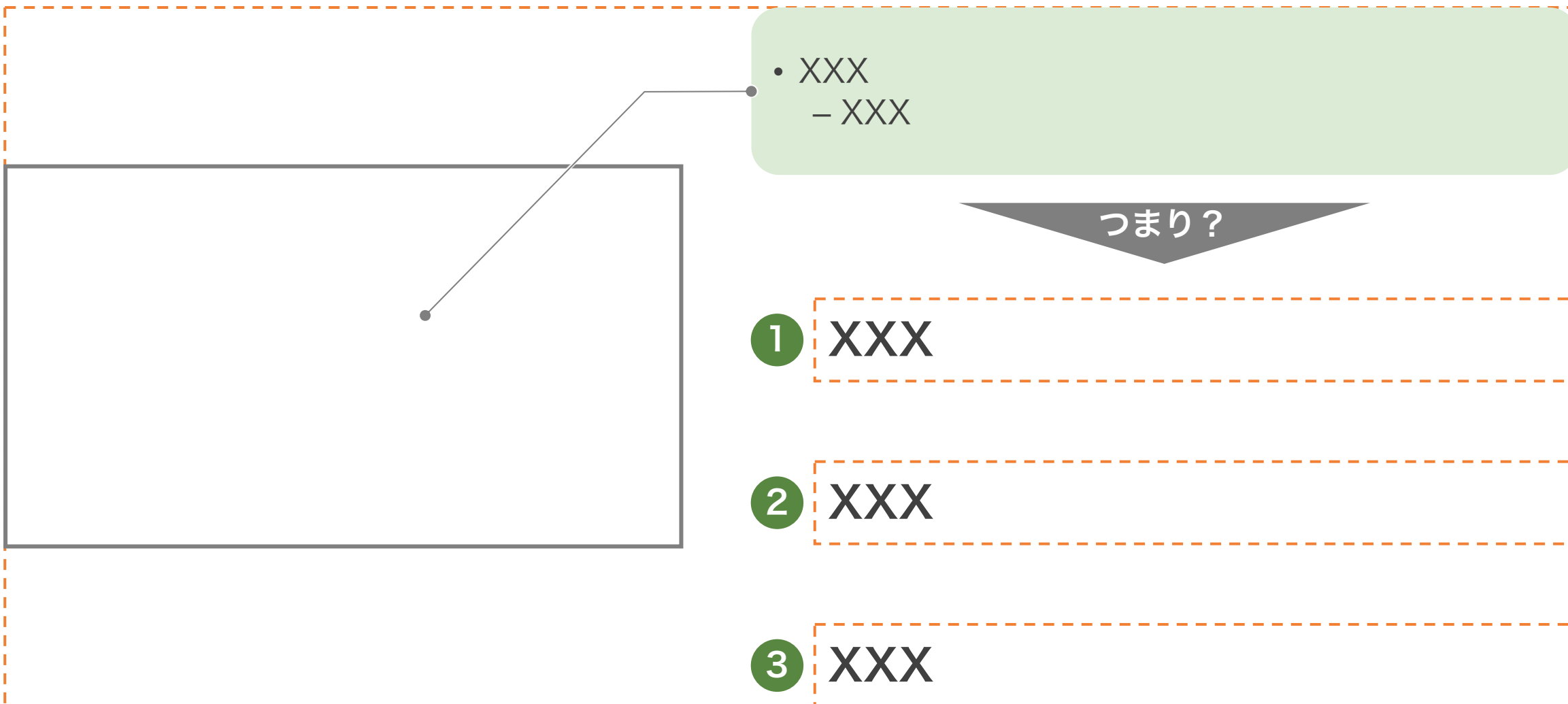
ラフがあるからコピペできる

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- ・ コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する

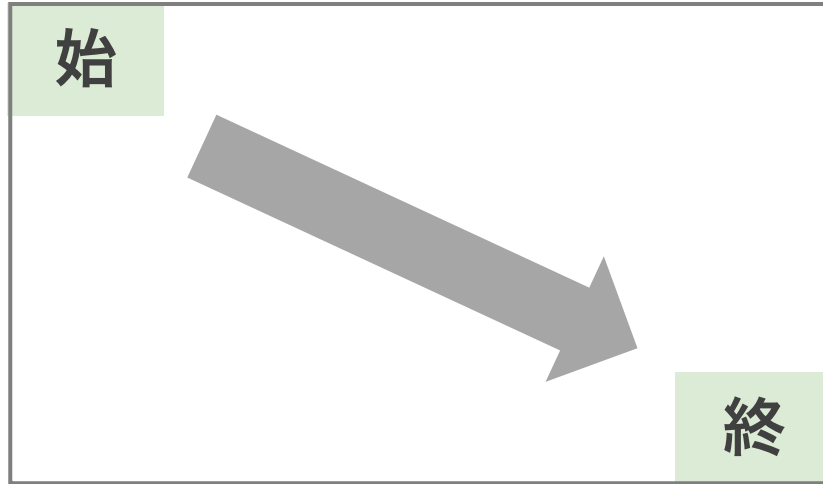
レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する



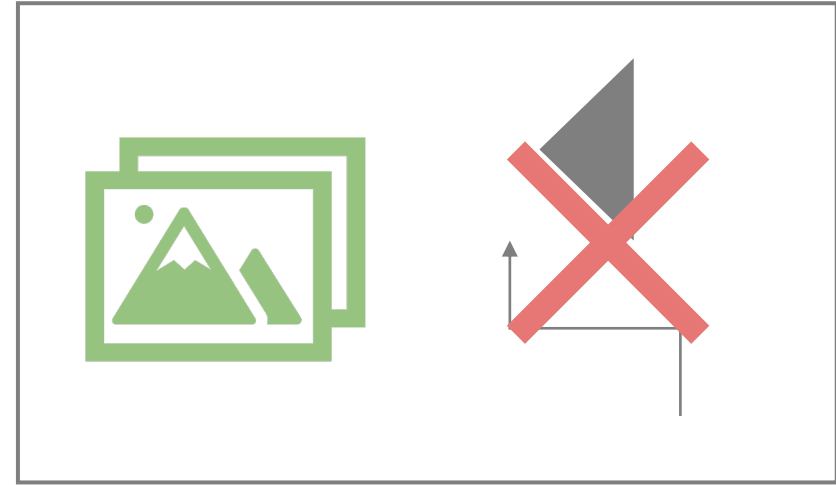
ラフを描くときに意識するレイアウトのルール

全体的な方針



- 話す順序にあわせ、**左上から右下の順に、版面いっぱい**にレイアウトする
 - 視線の流れとスピーチの順序を一致させる (ルール2-1)
 - コンテンツの端を版面線に揃える (ルール3-1)
- **どこが揃うのかをイメージしておく**
 - ラフでは、実際に揃える必要はない

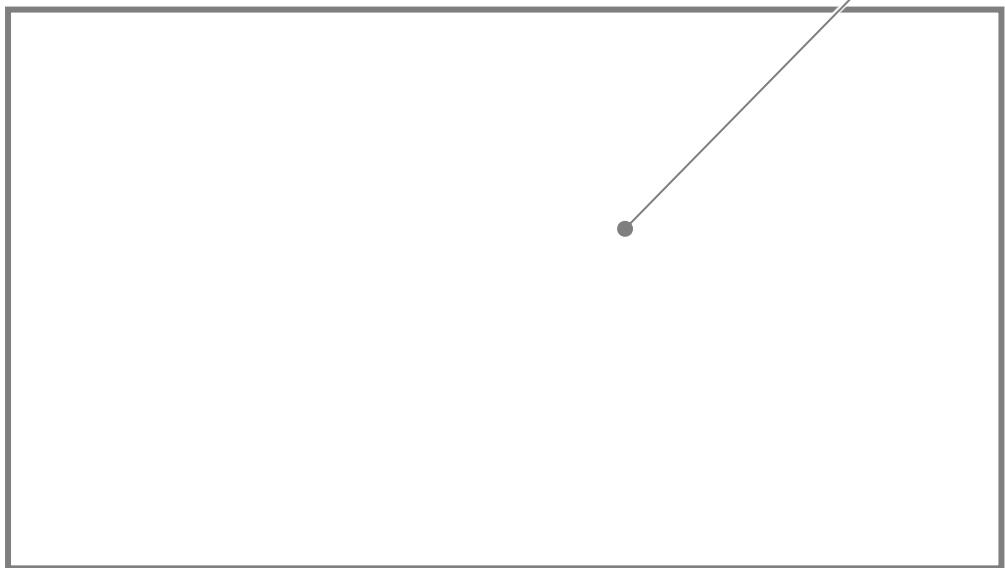
明確に意識するルール



- 以下の2つのルールを破ったときは、ラフを修正する/描きなおす
 - 分かりやすいメディアを左や上に置く (ルール2-2)
 - 視線を左や上に戻す図形を使わない (ルール2-3)
- 安易に例外処理として認めないこと
 - それではラフを描く意味がない

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- ・コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する



- ・ XXX
- XXX

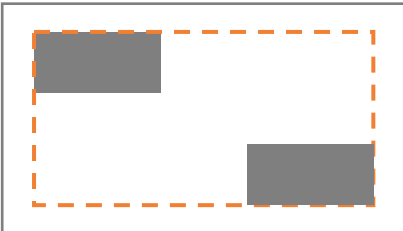
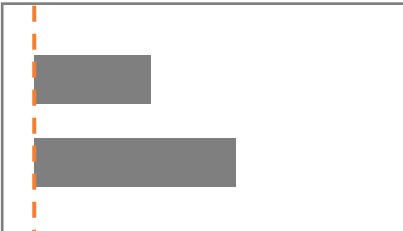
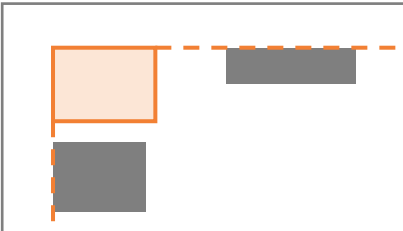
つまり？

① XXX

② XXX

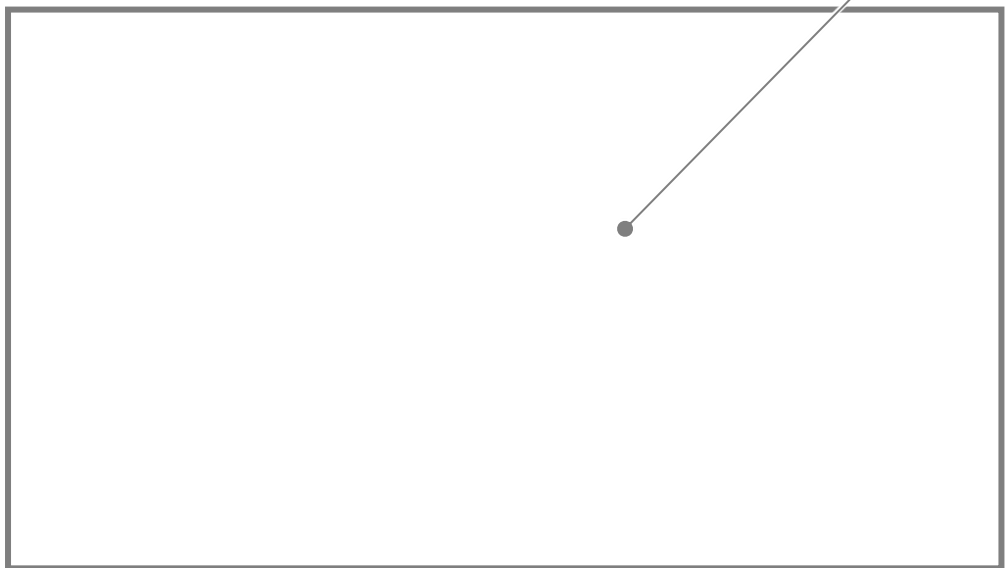
③ XXX

位置の基準

	説明	使用するPowerPointの機能
 <p>版面線</p>	<ul style="list-style-type: none">• コンテンツの端を版面線に揃える<ul style="list-style-type: none">- まずは版面を使い切るようにレイアウトする	<ul style="list-style-type: none">• ガイド<ul style="list-style-type: none">- マスターに設定しておく
 <p>左</p>	<ul style="list-style-type: none">• 図形やテキストは左に揃える<ul style="list-style-type: none">- 視線の流れに乗りやすい- 左揃えがデザイン的に正解とされている	<ul style="list-style-type: none">• スマートガイド• 左揃え (図形)• 左寄せ (テキスト)
 <p>他のコンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none">• コンテンツの端か中央を、他のコンテンツに揃える<ul style="list-style-type: none">- わざわざズラす理由がない	<ul style="list-style-type: none">• 最初から揃えておく<ul style="list-style-type: none">- Ctrl を押しながらドラッグ• 「配置」機能

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する



- XXX
– XXX

つまり？

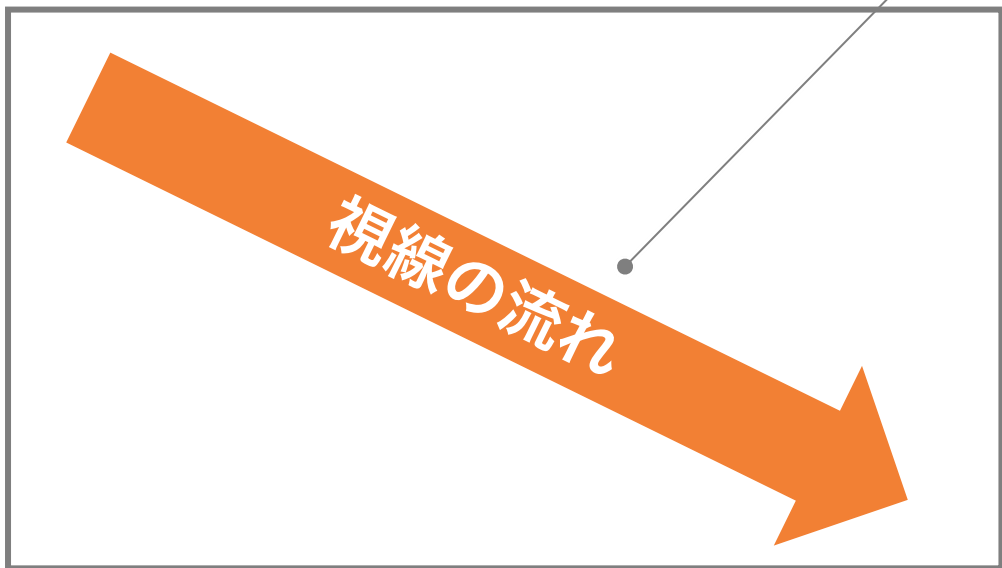
① XXX

② XXX

③ XXX

レイアウトの原則②：視線の流れに合わせる

- コンテンツは受け手の視線の流れに沿うように配置する



- 受け手の視線は、スライドの左上から右下に流れる
 - この流れに沿わないレイアウトは違和感を生み、分かりにくいものとなる

つまり？

- ① 視線の流れとスピーチの順序を一致させる
- ② 分かりやすいメディアを左や上に置く
- ③ 視線を左や上に戻す図形を使わない



Liffel