

ロジカルな資料作成・プレゼンテーションの教科書⑥

資料の配色 文中スライド集

※同一レッスン内で複数回掲載したスライドは、初回の位置のみ掲載しています

2023/1/28

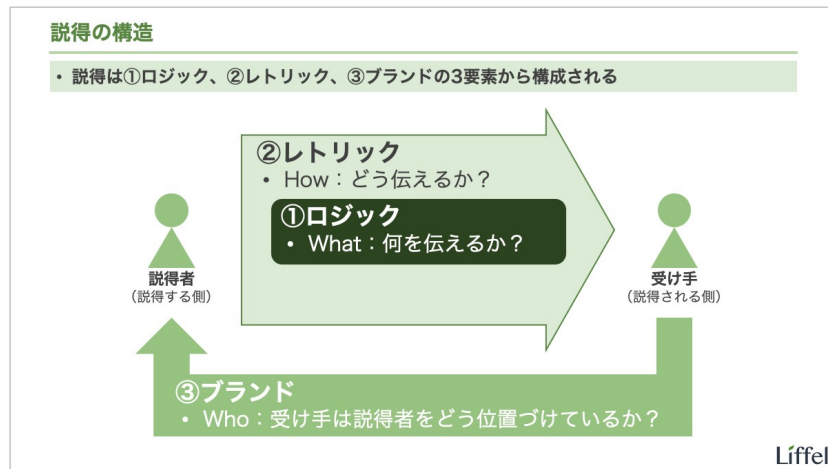
Liffel

はじめに

デザインの構成要素

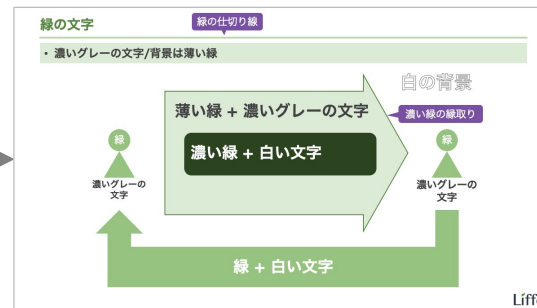
- デザインは①レイアウト、②配色、③タイポグラフィの3つで構成される

完成スライド



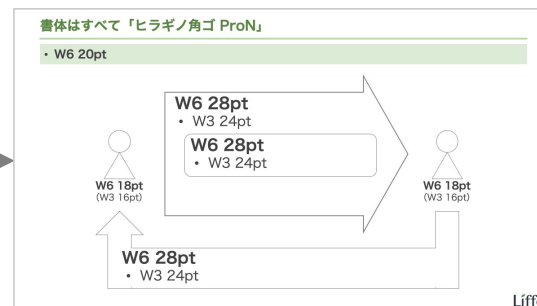
レイアウト

- 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

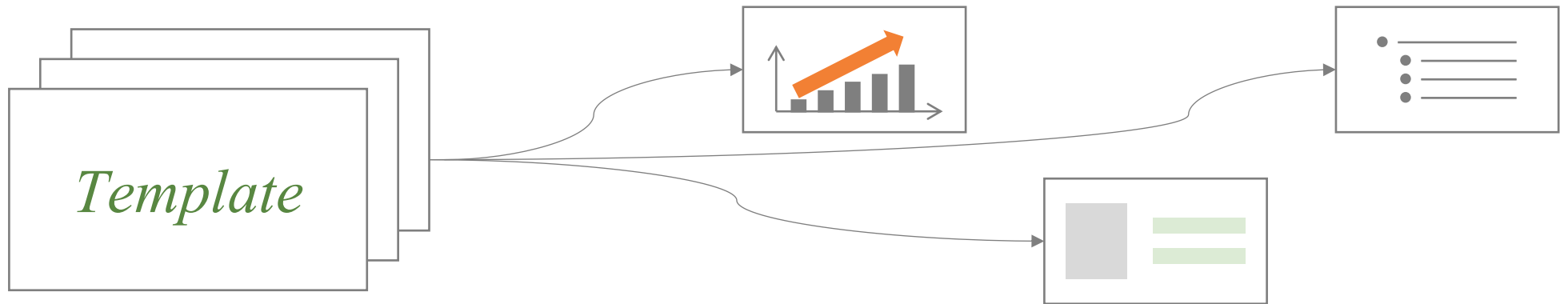
- テキストをどのように見せるか?

本書の論点と構成

本書の論点：どうすれば資料を正しく・効率的に配色できるか？

Part I：テンプレート作成

Part II：スライド作成



- どのようなカラーパレットであるべきか？
- マスターをどのように配色するか？
- スライドを作成するときに、どのように配色するべきか？

- どのようなルールに従って配色するべきか？
 - 実現したいことに関する配色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



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

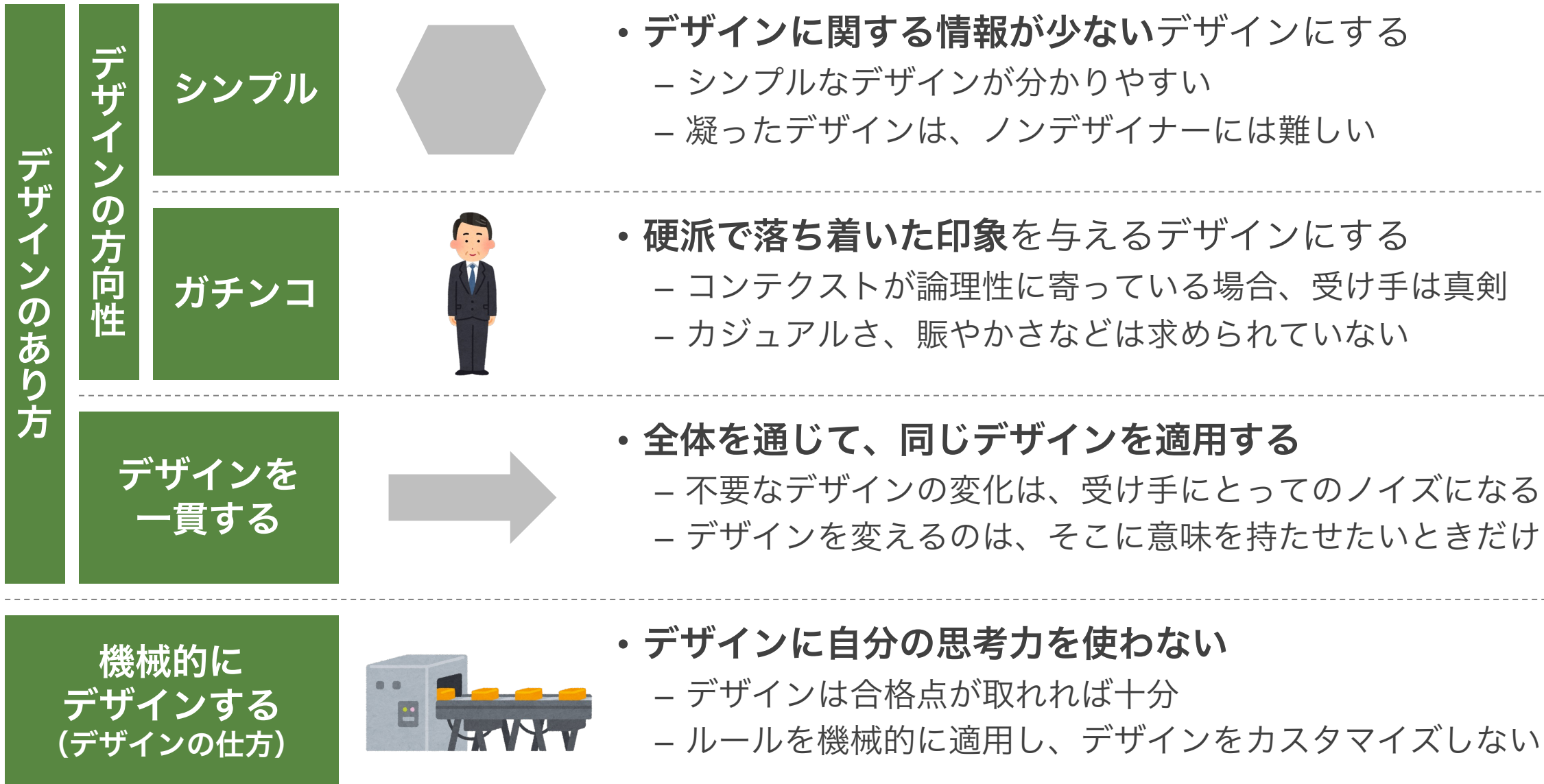
- 適切な印象を与えるデザインが正しい
 - ここは正解はなく、意思決定の世界

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



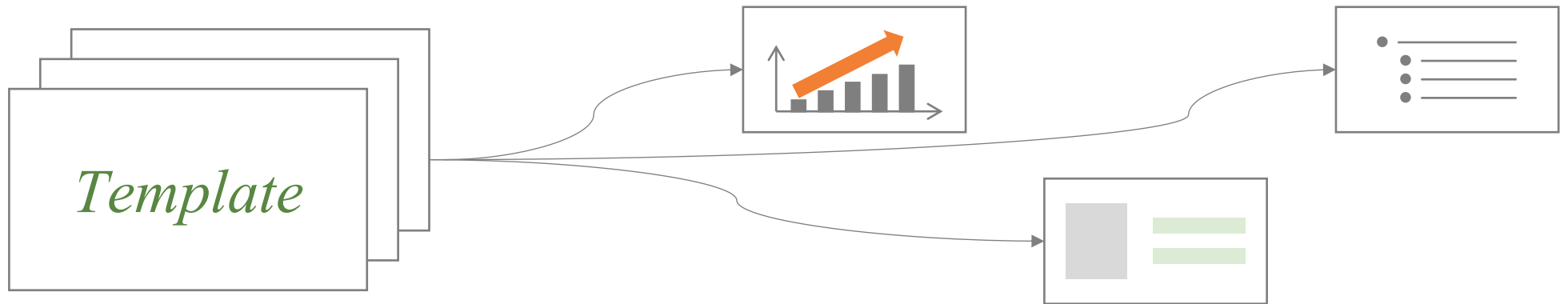
Part I

本書の論点と構成

本書の論点：どうすれば資料を正しく・効率的に配色できるか？

Part I：テンプレート作成

Part II：スライド作成



- どのようなカラーパレットであるべきか？
- マスターをどのように配色するか？
- スライドを作成するときに、どのように配色するべきか？

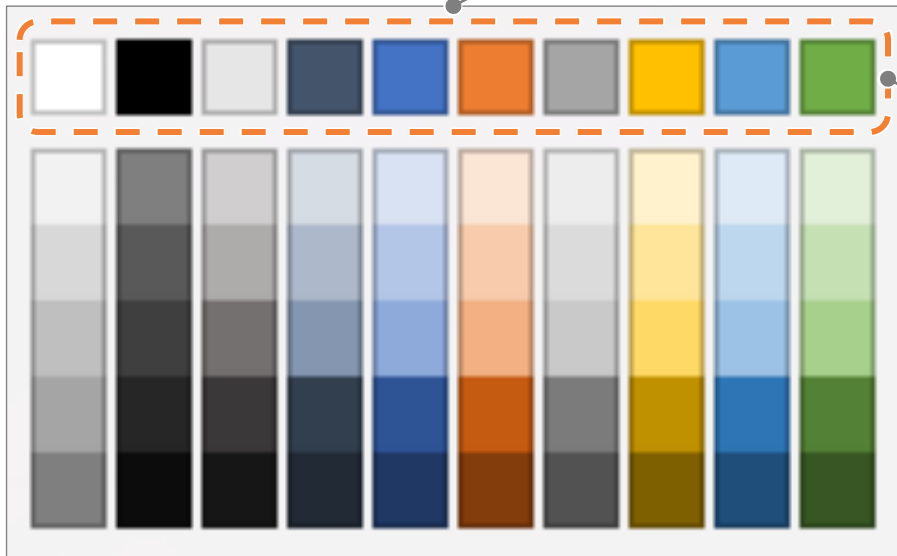
- どのようなルールに従って配色するべきか？
 - 実現したいことに関する配色のセオリーはどのようなものか？

Lesson 1-1

テンプレートの構成要素



パレット (テーマの色) の構成・仕様



- パレットには**全部で60色**ある
 - 1列あたり6色 × 10列

- このうち、**設定できるのは10色**である
 - 各列の下側5色は、設定した色の同系色が自動で生成される

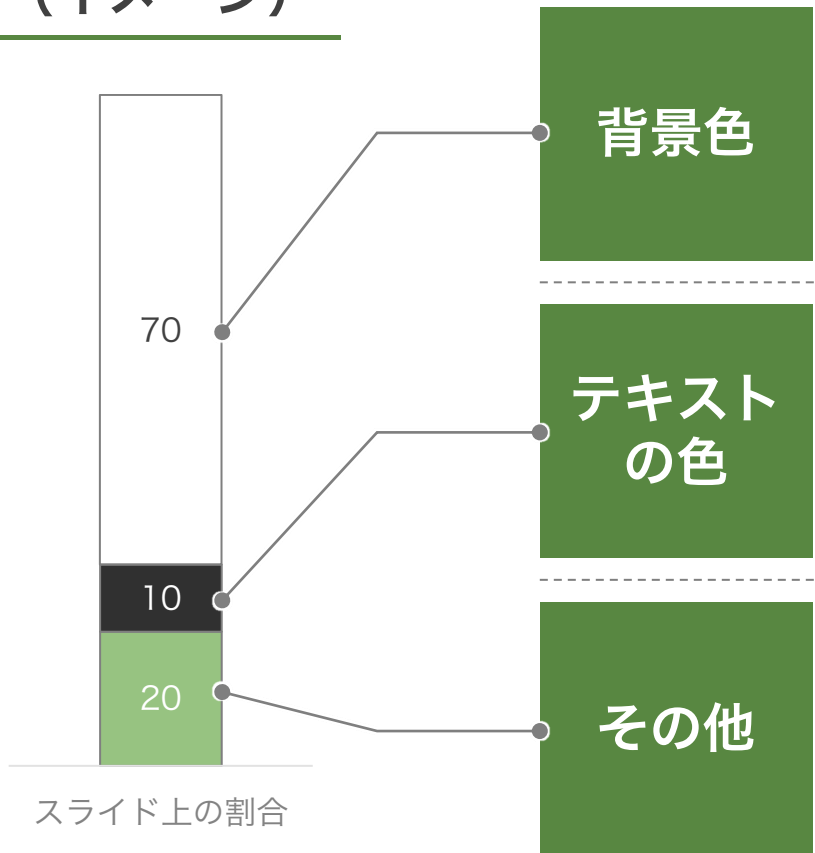
- **色をつけたとき、PowerPointに記録されるのは「色」ではなく「パレットの位置」**である
 - パレットに設定する色を変えれば、コンテンツの色もセットで変わる
 - パレットだけで配色しておけば、後から設定する色を変えても手間はかからない

Lesson 1-3

配色の原則①：無彩色を配色のベースにする

- 配色のベース（背景色とテキストの色）は無彩色から選ぶ
 - 紙面の大きな面積を占める色には目立ってほしくないので、目立たない無彩色を使う

色の割合 (イメージ)



配色における位置づけ

- 絶対に必要な色（配色のベース）
 - 使わないとスライドに情報が表現できない
- 目立ってほしくない
 - 占める面積が大きい

- 必要に応じて使う色
 - 使う妥当性があるときのみ使う

使うべき色

無彩色

- 白 ○
 - これ以外の色では配色が難しくなる
- 濃いグレー ●
 - 真っ黒は使わない

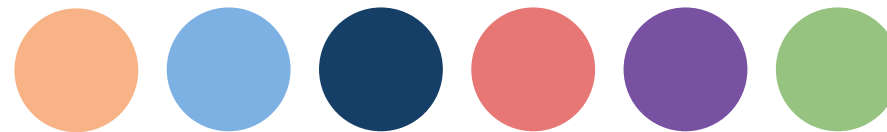
- 有彩色 ●●●
 - 使う目的ごとに色を割り当てる

無彩色と有彩色

無彩色



有彩色



定義

- 色みを持たない色
 - 白、黒、グレーの3つのみ

- 色みを持っている色
 - 赤、ライトブルー、オレンジなど

色の印象・存在感

- 落ち着いた印象になる
- 存在感が弱い/引っ込む

- 派手な印象になる
- 存在感が強い/目立つ

組み合わせリスク

- 特に心配はいらない
 - どんな色とも無難にまとまる

- 注意が必要
 - 組み合わせ次第で、受け手に悪印象を持たれる

配色のベース

必要に応じて使う

配色のルール1-2：テキストの色は「濃いグレー」にする

- テキストの色は「真っ黒」ではなく、「濃いグレー」にする
 - 真っ黒は白に対するコントラストが大きすぎるので、すべて濃いグレーで代用する

真っ黒
(#000000)

- 白に対するコントラストが最大になる
 - 注視していると目が疲れる
 - 安っぽい印象を与える

使用禁止



濃いグレー
(#333333)

- これでも十分に「黒いもの」として認識できる
- コントラストを抑えられる
 - 真っ黒に比べると目が疲れない
 - 洗練された印象を与える

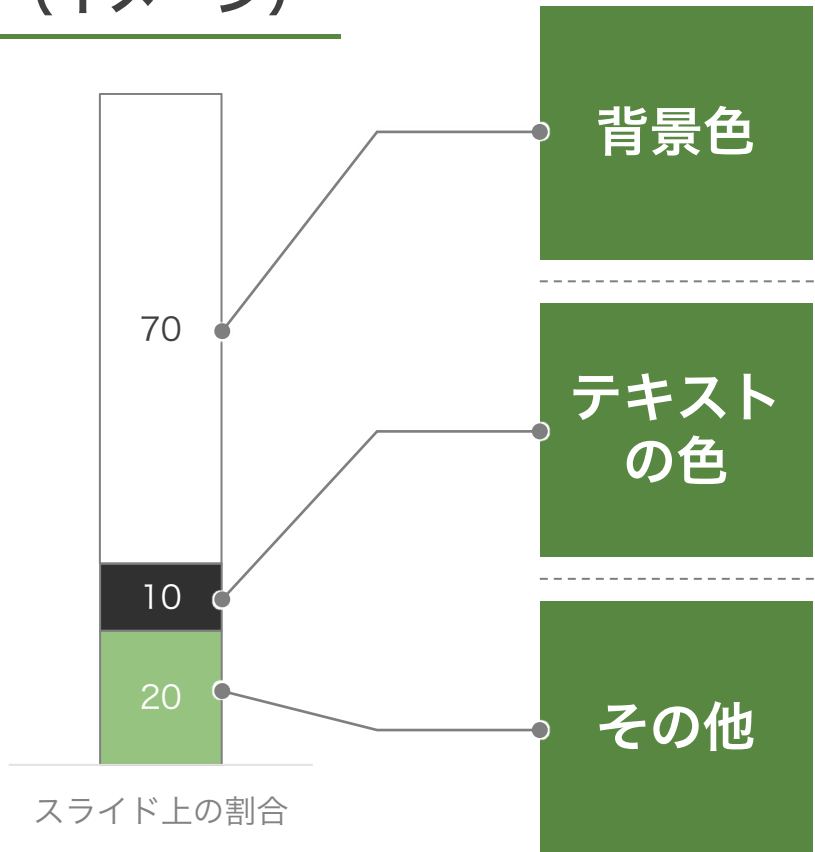
こっちを使う

Lesson 1-4

配色の原則①：無彩色を配色のベースにする

- 配色のベース（背景色とテキストの色）は無彩色から選ぶ
 - 紙面の大きな面積を占める色には目立ってほしくないので、目立たない無彩色を使う

色の割合 (イメージ)



配色における位置づけ

- 絶対に必要な色（配色のベース）
 - 使わないとスライドに情報が表現できない
- 目立ってほしくない
 - 占める面積が大きい

- 必要に応じて使う色
 - 使う妥当性があるときのみ使う

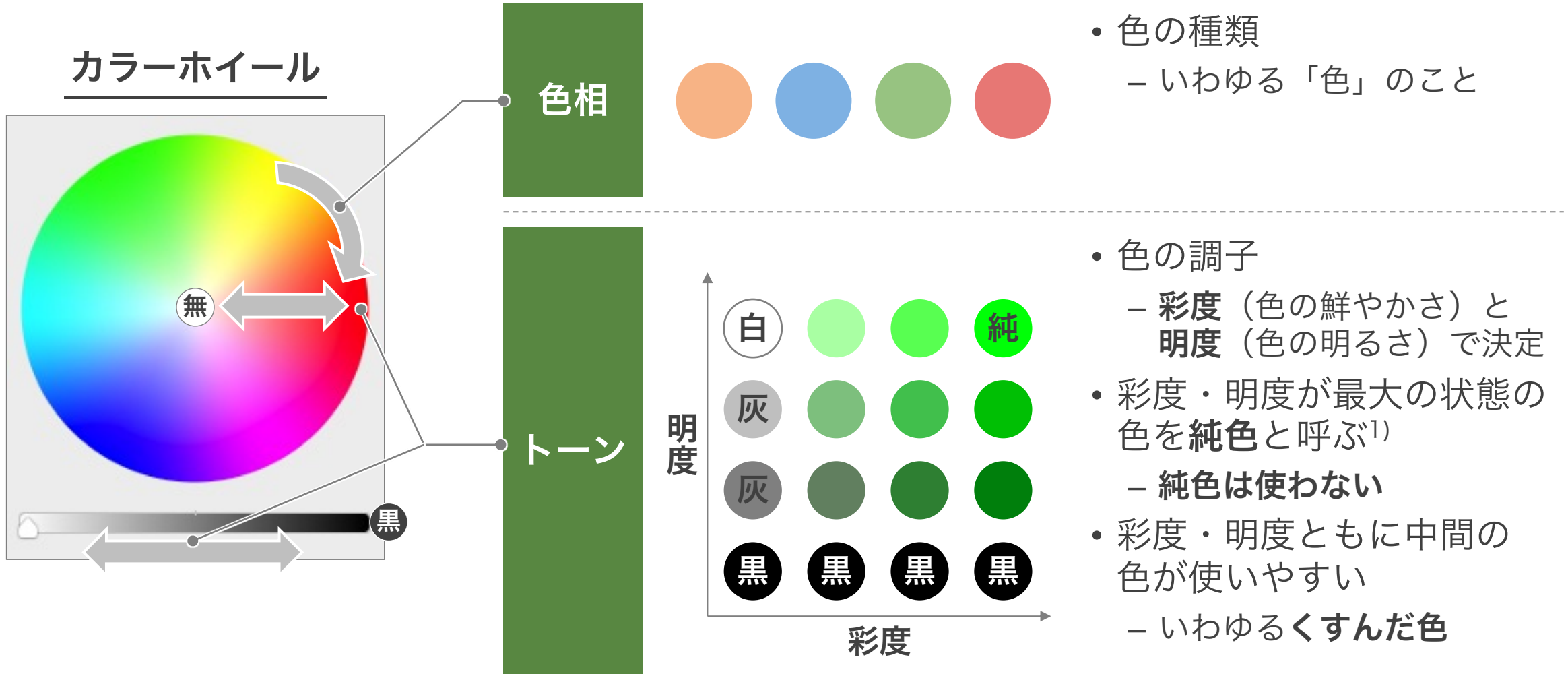
使うべき色

無彩色

- 白 ○
 - これ以外の色では配色が難しくなる
- 濃いグレー ●
 - 真っ黒は使わない

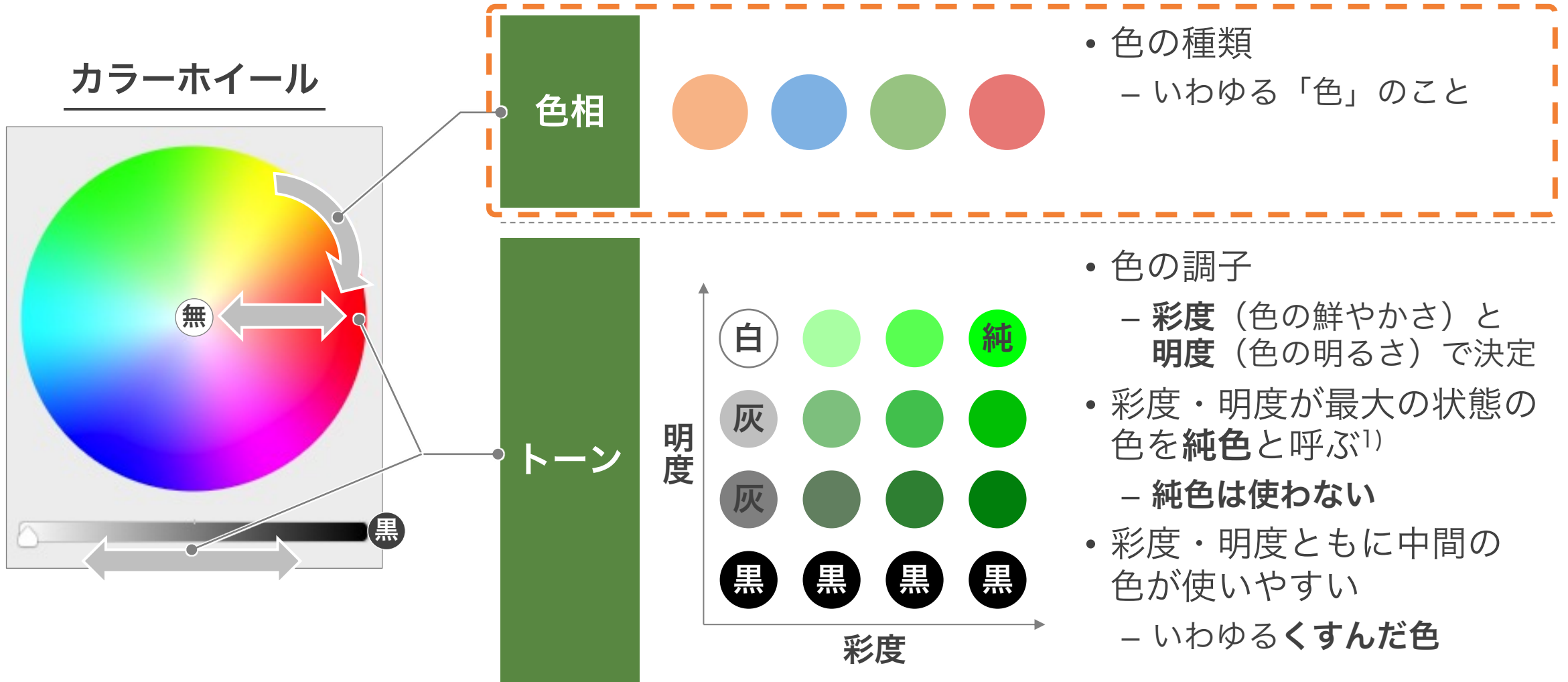
- 有彩色 ●●●
 - 使う目的ごとに色を割り当てる

色の構成要素



1. HSBモデルの定義。HSLモデルでは、明度（輝度）が50%の状態が純色となる（Windowsはこちら）

色の構成要素

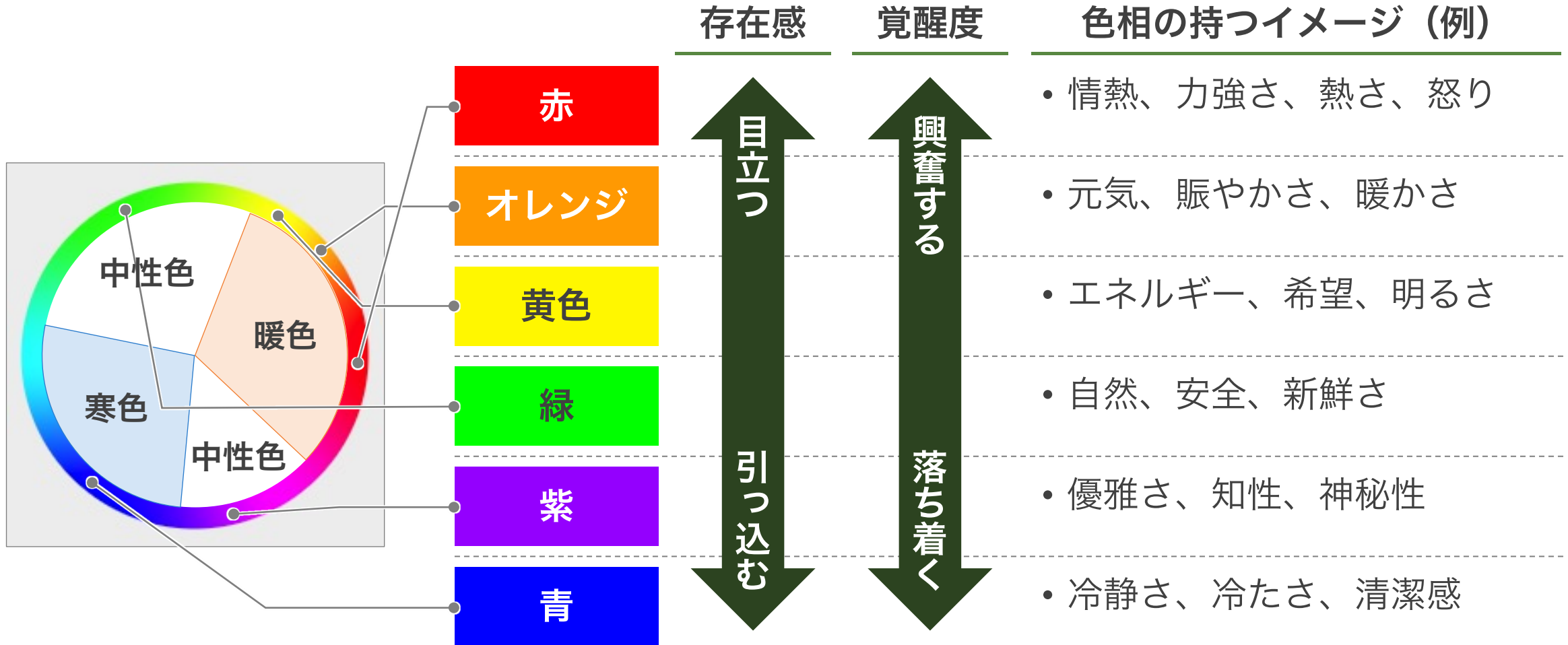


1. HSBモデルの定義。HSLモデルでは、明度（輝度）が50%の状態が純色となる（Windowsはこちら）

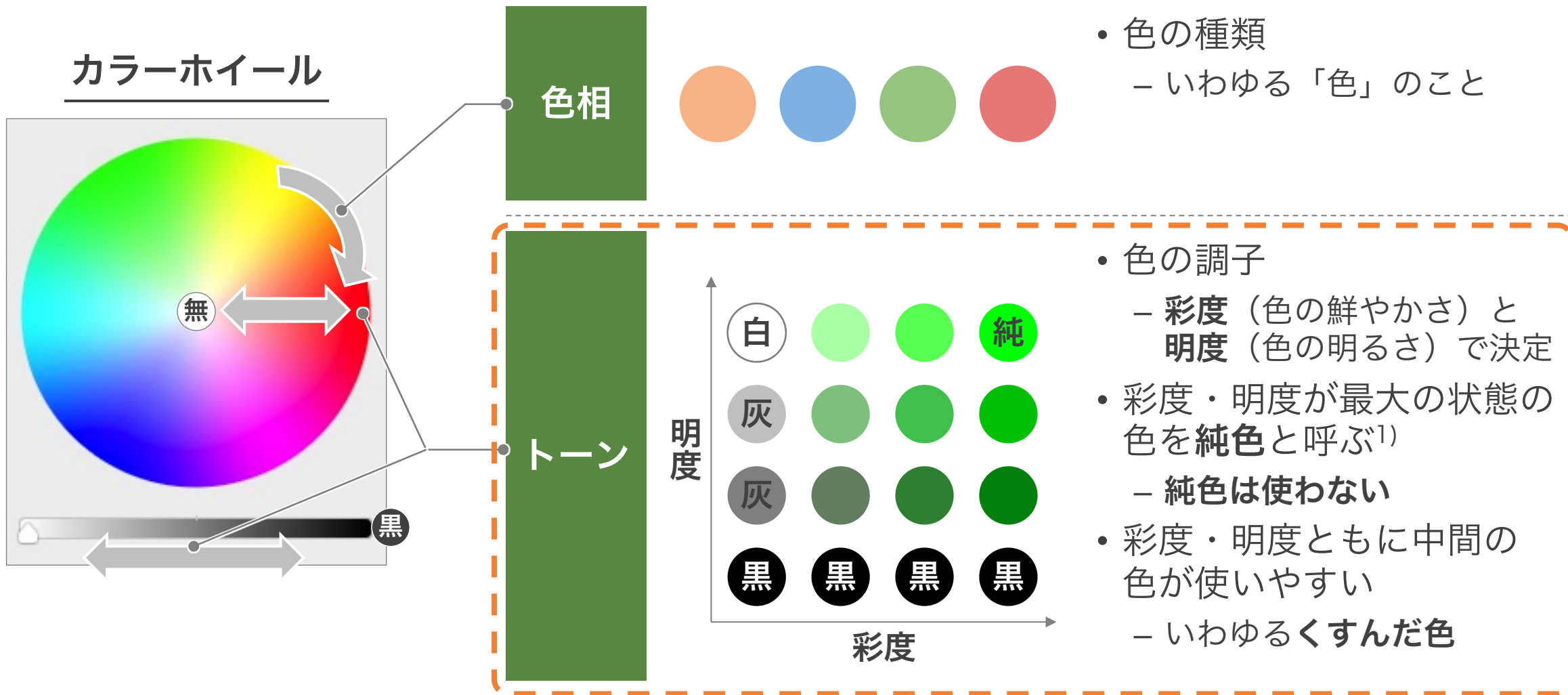
色相とは

・色相とは、色の種類のこと

– 色相によって存在感・覚醒度・想起させるイメージが異なるので、それを意識して色相を使い分ける



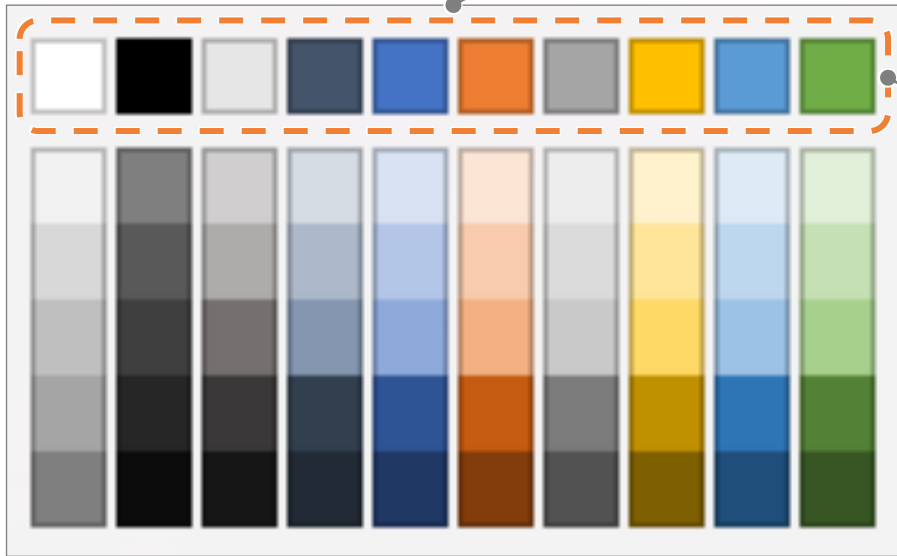
色の構成要素



1. HSBモデルの定義。HSLモデルでは、明度（輝度）が50%の状態が純色となる（Windowsはこちら）

パレット (テーマの色) の構成・仕様

- パレットには**全部で60色**ある
 - 1列あたり6色 × 10列



- このうち、**設定できるのは10色**である
 - 各列の下側5色は、設定した色の同系色が自動で生成される

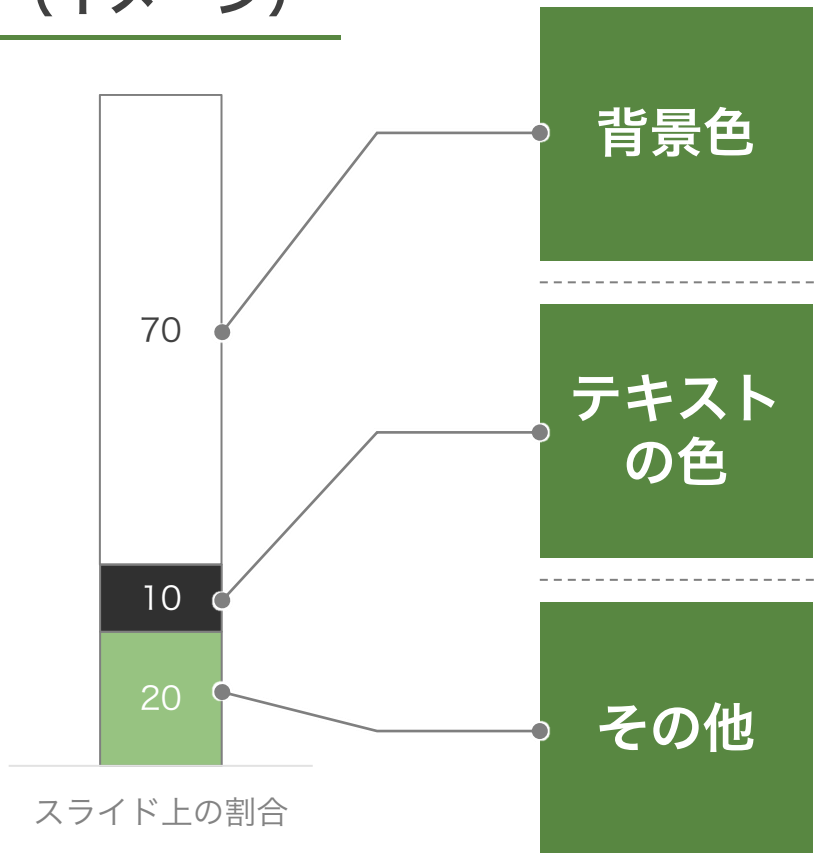
- **色をつけたとき、PowerPointに記録されるのは「色」ではなく「パレットの位置」**である
 - パレットに設定する色を変えれば、コンテンツの色もセットで変わる
 - パレットだけで配色しておけば、後から設定する色を変えても手間はかからない

Lesson 1-5

配色の原則①：無彩色を配色のベースにする

- 配色のベース（背景色とテキストの色）は無彩色から選ぶ
 - 紙面の大きな面積を占める色には目立ってほしくないので、目立たない無彩色を使う

色の割合 (イメージ)



配色における位置づけ

- 絶対に必要な色（配色のベース）
 - 使わないとスライドに情報が表現できない
- 目立ってほしくない
 - 占める面積が大きい

- 必要に応じて使う色
 - 使う妥当性があるときのみ使う

使うべき色

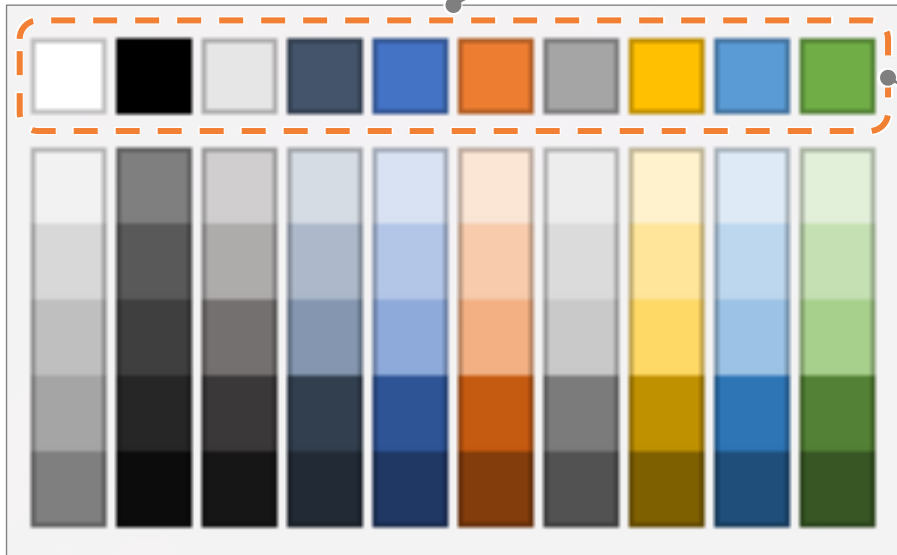
無彩色

- 白 ○
 - これ以外の色では配色が難しくなる
- 濃いグレー ●
 - 真っ黒は使わない

- 有彩色 ●●●
 - 使う目的ごとに色を割り当てる

パレット (テーマの色) の構成・仕様

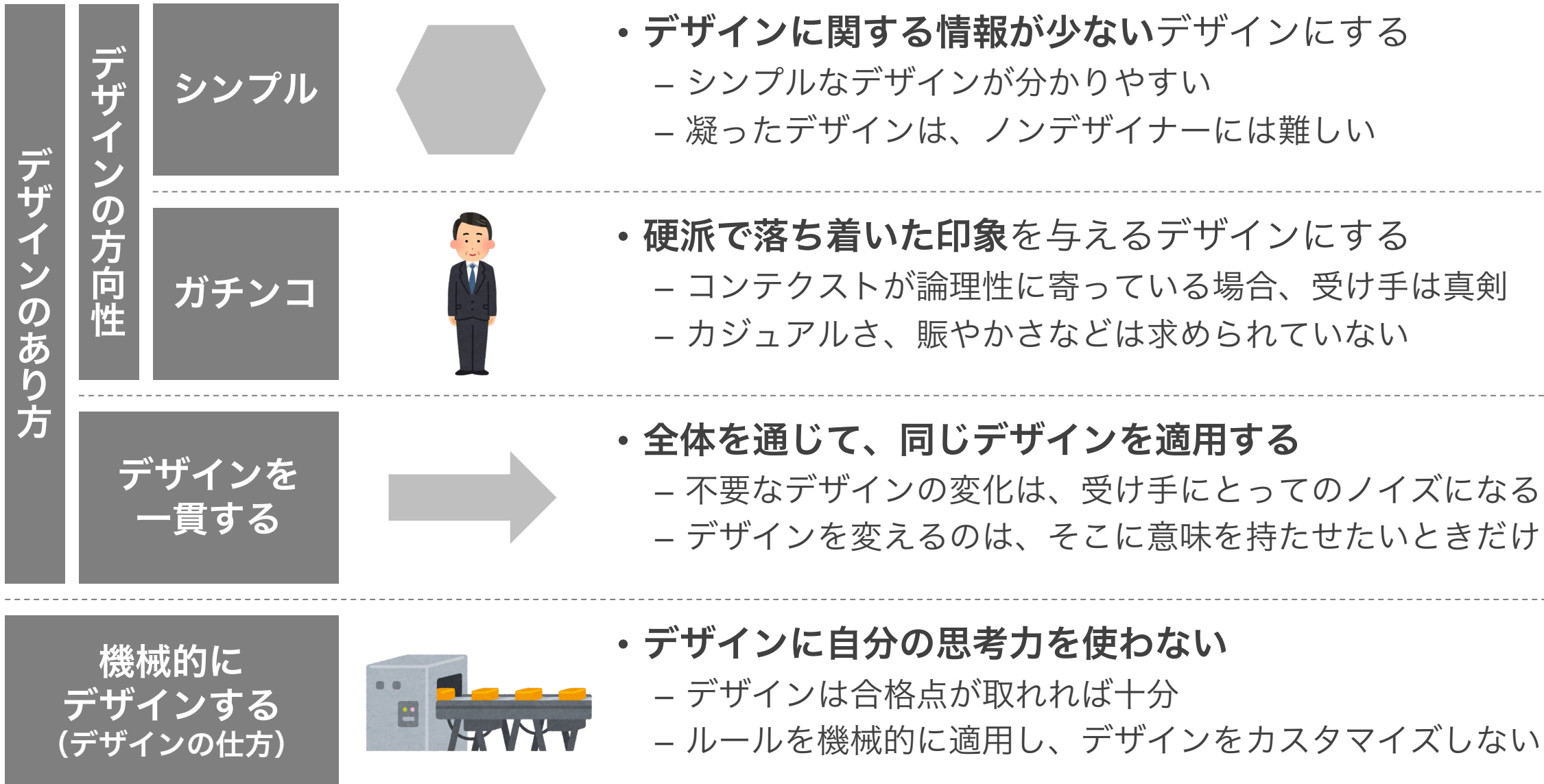
- パレットには**全部で60色**ある
 - 1列あたり6色 × 10列



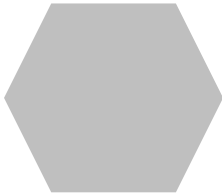



- このうち、**設定できるのは10色**である
 - 各列の下側5色は、設定した色の同系色が自動で生成される

- 色をつけたとき、PowerPointに記録されるのは「色」ではなく「**パレットの位置**」である
 - パレットに設定する色を変えれば、コンテンツの色もセットで変わる
 - パレットだけで配色しておけば、後から設定する色を変えても手間はかからない

ノンデザイナーのデザイン原則



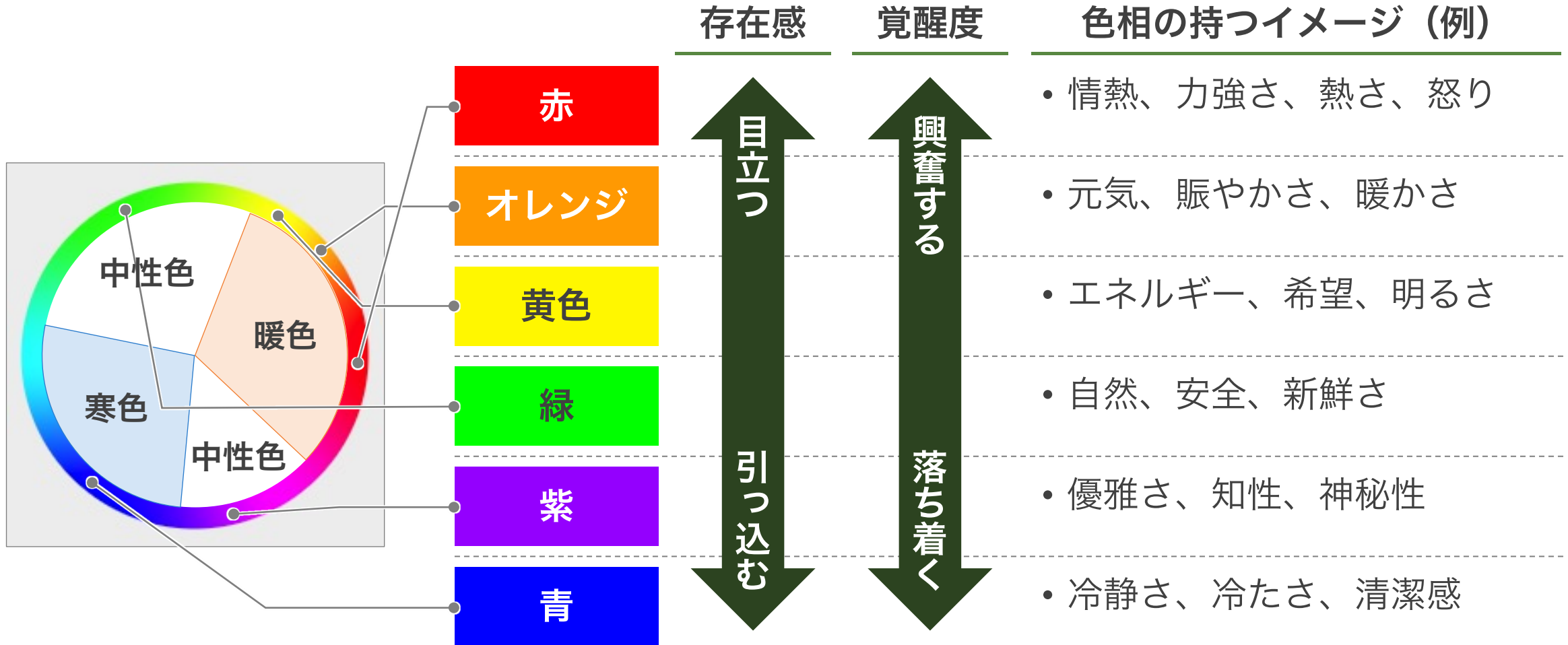
ノンデザイナーのデザイン原則

デザインのあり方	デザインの方向性	シンプル		<ul style="list-style-type: none">• デザインに関する情報が少ないデザインにする<ul style="list-style-type: none">– シンプルなデザインが分かりやすい– 凝ったデザインは、ノンデザイナーには難しい
		ガチンコ		<ul style="list-style-type: none">• 硬派で落ち着いた印象を与えるデザインにする<ul style="list-style-type: none">– コンテキストが論理性に寄っている場合、受け手は真剣– カジュアルさ、賑やかさなどは求められていない
		デザインを一貫する		<ul style="list-style-type: none">• 全体を通じて、同じデザインを適用する<ul style="list-style-type: none">– 不要なデザインの変化は、受け手にとってのノイズになる– デザインを変えるのは、そこに意味を持たせたいときだけ
		機械的にデザインする (デザインの仕方)		<ul style="list-style-type: none">• デザインに自分の思考力を使わない<ul style="list-style-type: none">– デザインは合格点が取れば十分– ルールを機械的に適用し、デザインをカスタマイズしない

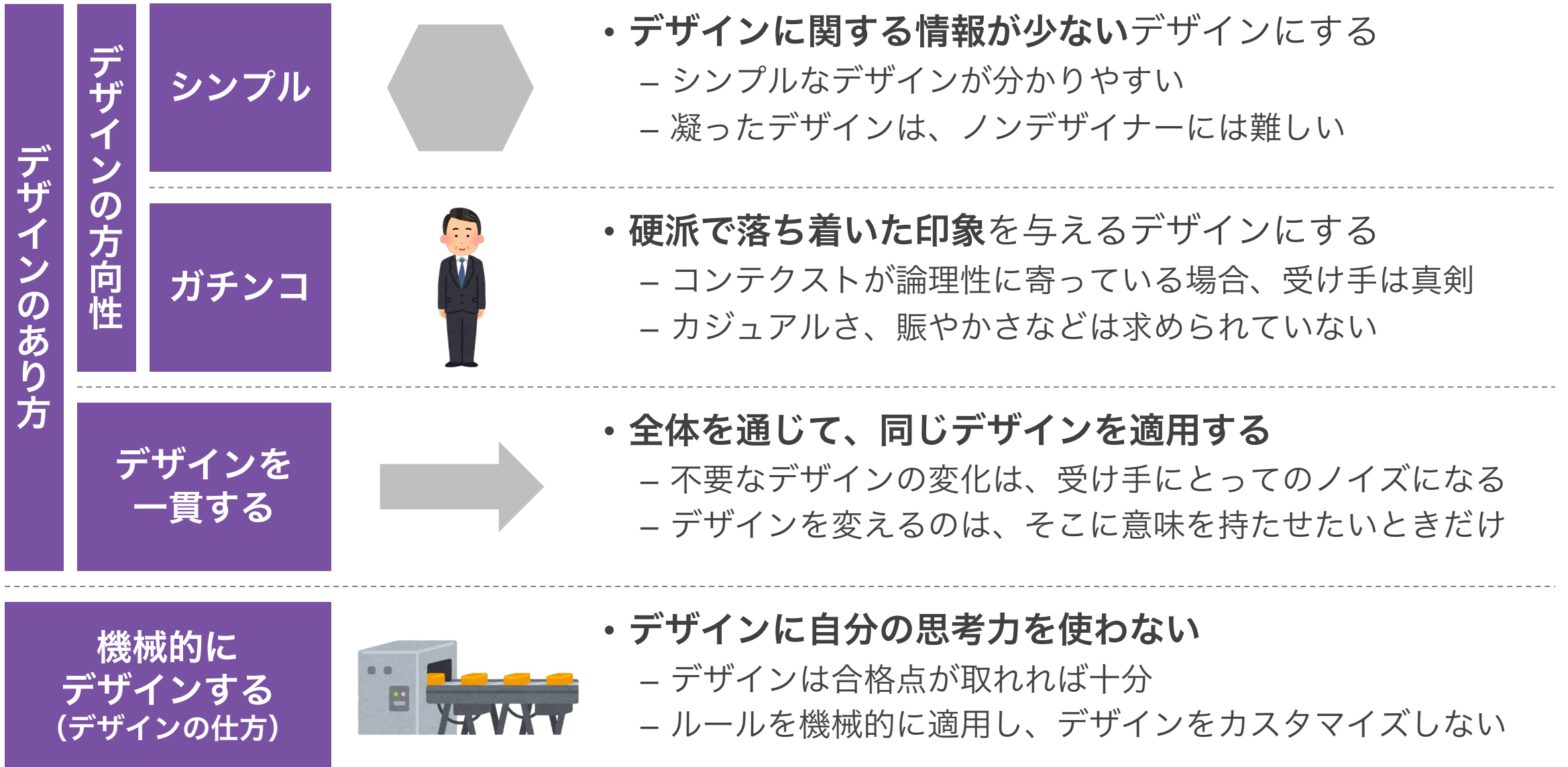
色相とは

- 色相とは、色の種類のこと

- 色相によって存在感・覚醒度・想起させるイメージが異なるので、それを意識して色相を使い分ける

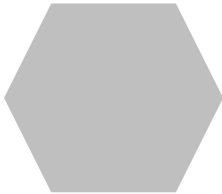





ノンデザイナーのデザイン原則

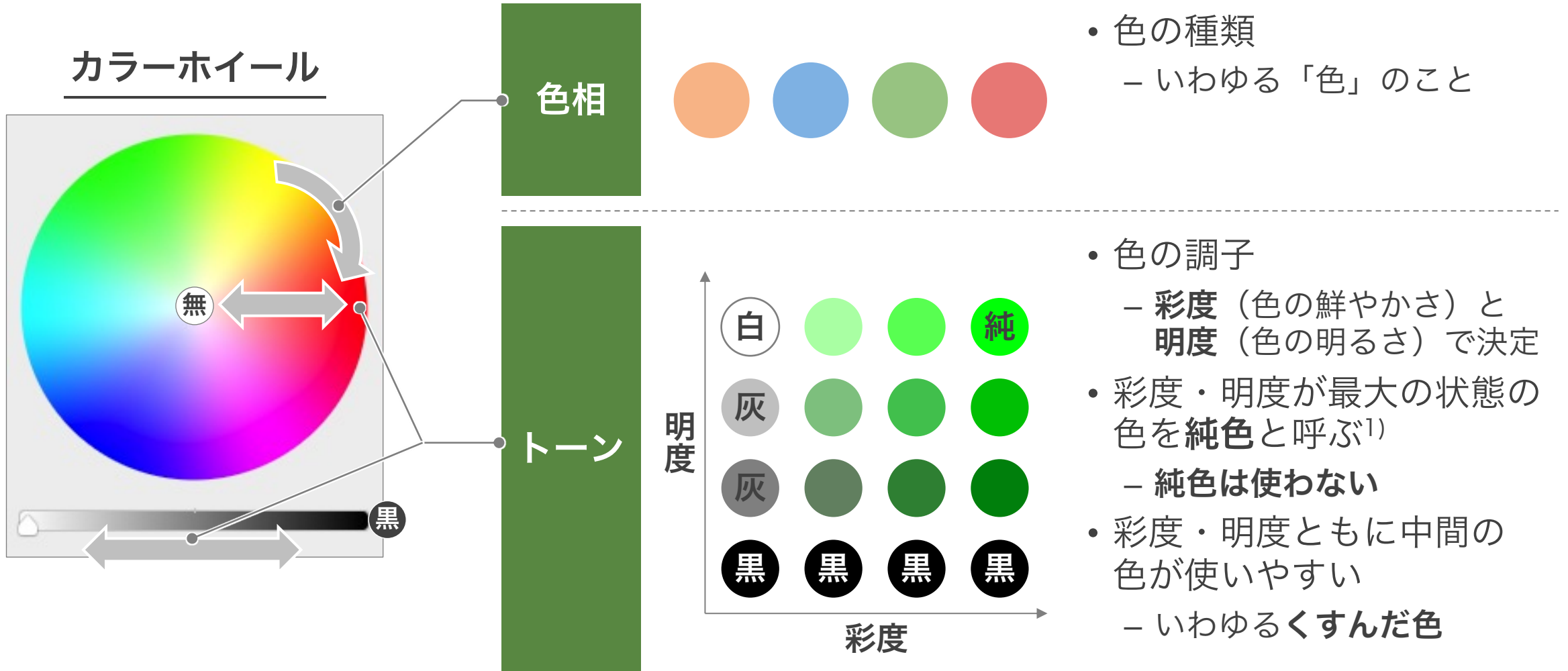


Lesson 1-6

ノンデザイナーのデザイン原則

デザインのあり方	デザインの方向性	シンプル		<ul style="list-style-type: none">• デザインに関する情報が少ないデザインにする<ul style="list-style-type: none">– シンプルなデザインが分かりやすい– 凝ったデザインは、ノンデザイナーには難しい
		ガチンコ		<ul style="list-style-type: none">• 硬派で落ち着いた印象を与えるデザインにする<ul style="list-style-type: none">– コンテキストが論理性に寄っている場合、受け手は真剣– カジュアルさ、賑やかさなどは求められていない
		デザインを一貫する		<ul style="list-style-type: none">• 全体を通じて、同じデザインを適用する<ul style="list-style-type: none">– 不要なデザインの変化は、受け手にとってのノイズになる– デザインを変えるのは、そこに意味を持たせたいときだけ
		機械的にデザインする (デザインの仕方)		<ul style="list-style-type: none">• デザインに自分の思考力を使わない<ul style="list-style-type: none">– デザインは合格点が取れば十分– ルールを機械的に適用し、デザインをカスタマイズしない

色の構成要素



1. HSBモデルの定義。HSLモデルでは、明度（輝度）が50%の状態が純色となる（Windowsはこちら）

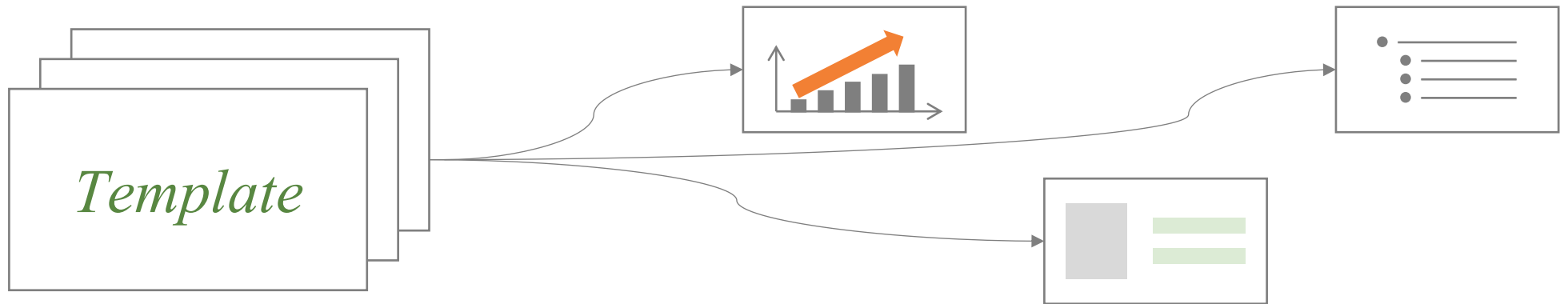
Part II

本書の論点と構成

本書の論点：どうすれば資料を正しく・効率的に配色できるか？

Part I：テンプレート作成

Part II：スライド作成



- どのようなカラーパレットであるべきか？
- マスターをどのように配色するか？
- スライドを作成するときに、どのように配色するべきか？







- どのようなルールに従って配色するべきか？
 - 実現したいことに関する配色のセオリーはどのようなものか？

Lesson 2-1







配色の原則②：紙面内の色相を2以下に抑える

- 主に使う色は、無彩色に加えてメインカラーとアクセントカラーだけにする
 - 紙面内に色相の数が増えると、配色が複雑になる上に、派手な印象を与えてしまう







1つ

かくかくしかじか	
グループA	グループB
	
	
	

2つ

かくかくしかじか	
グループA	グループB
	
	
	

×：3つ以上

かくかくしかじか	
グループA	グループB
	
	
	

色相の役割

1つめ

- 目立たせる
 - アクセントカラー

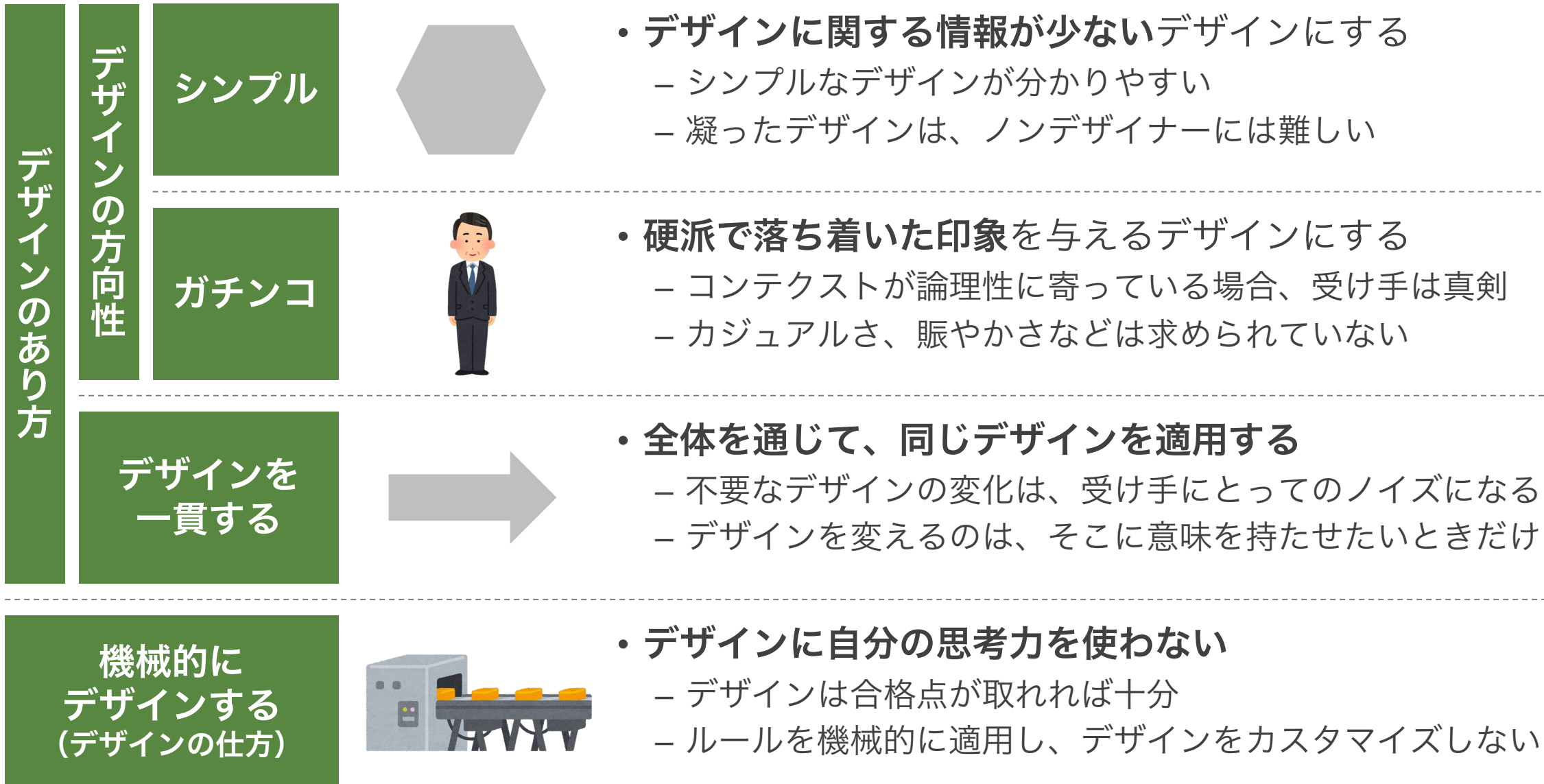
2つめ



- 色が必要不可欠なときに使う
 - メインカラー
- 目立たせる
 - アクセントカラー

- 例外を除き、こうなることは避ける
 - シンプルにデザインできない
 - 派手な印象を与える

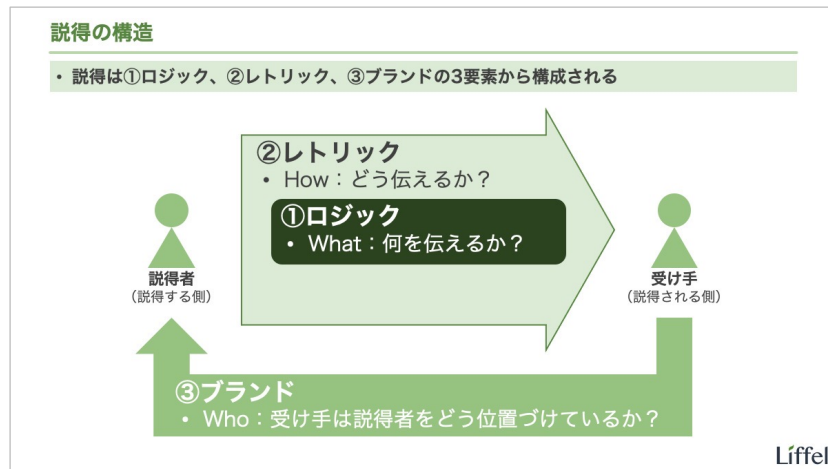
ノンデザイナーのデザイン原則



デザインの構成要素

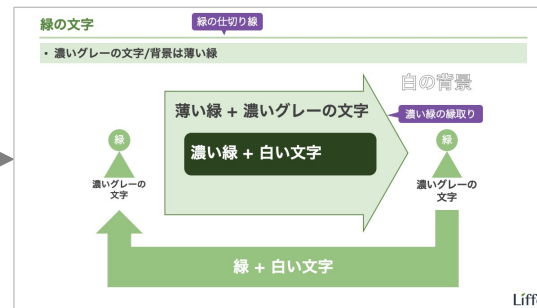
- デザインは①レイアウト、②配色、③タイポグラフィの3つで構成される

完成スライド



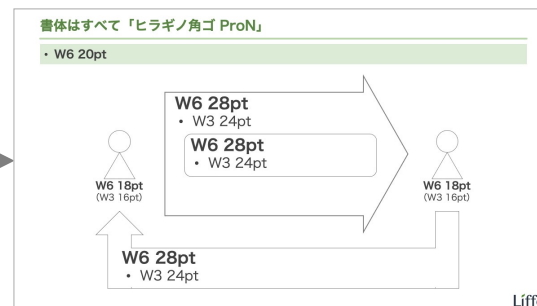
レイアウト

- 何を、どれくらいの大きさで、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?

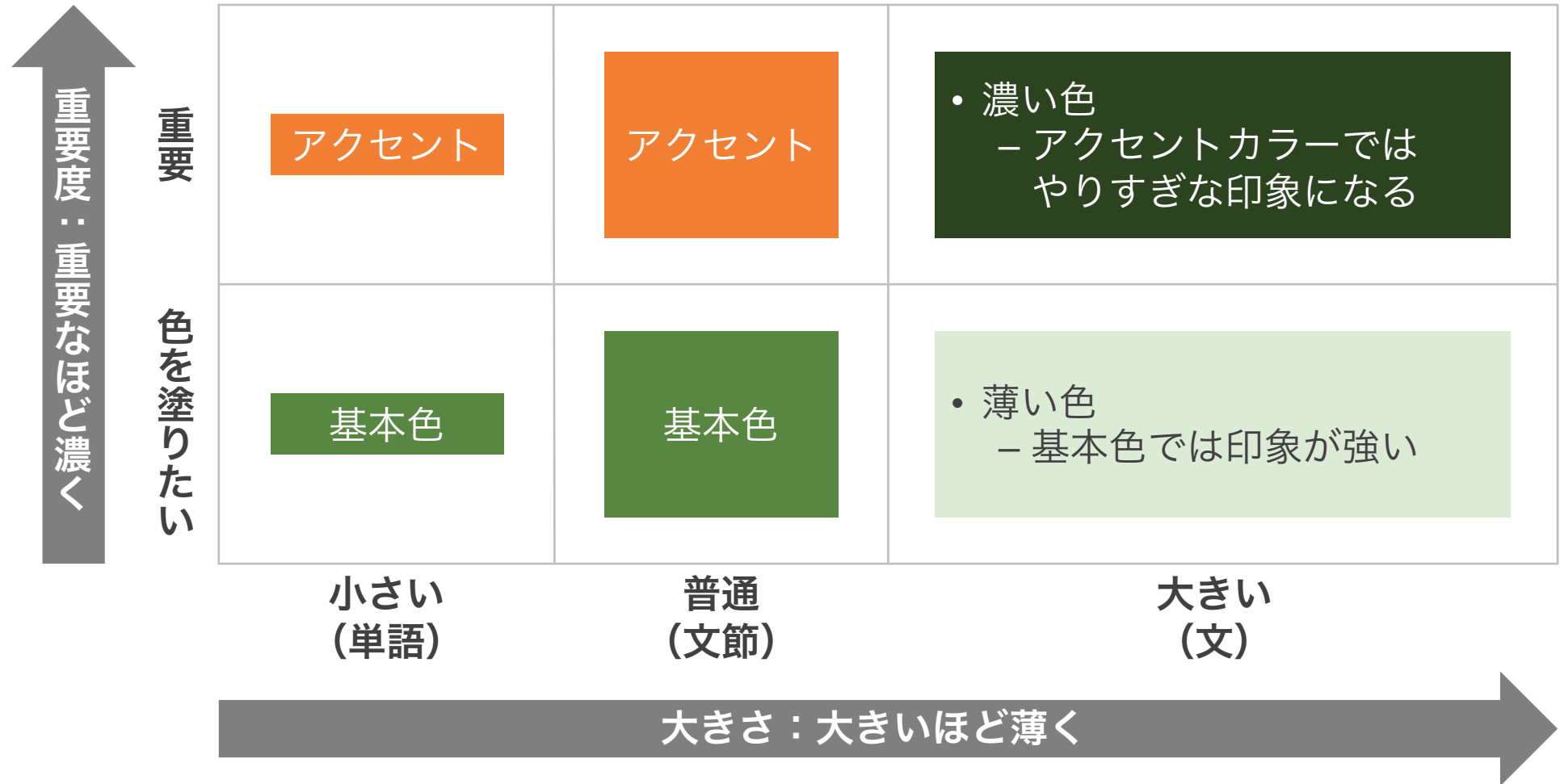


タイポグラフィ

- テキストをどのように見せるか?

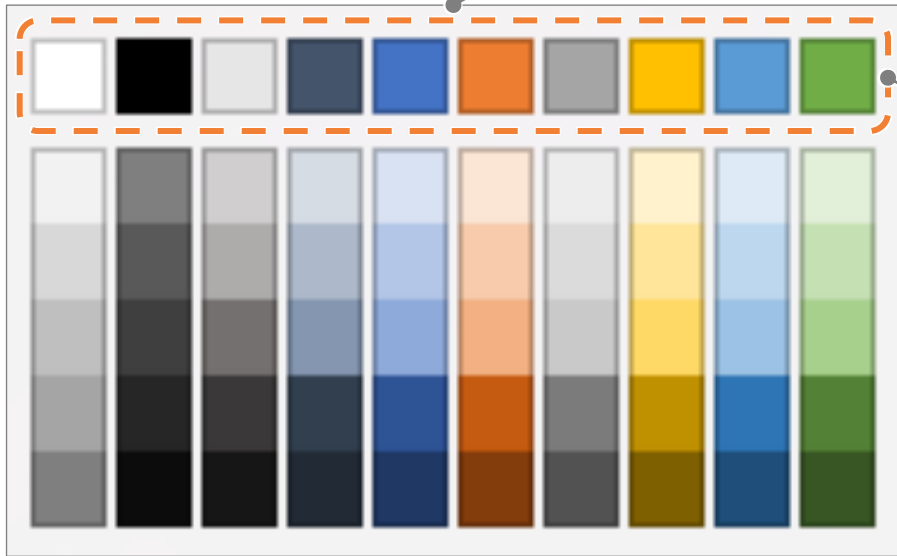
メインカラー・アクセントカラーの使い分け

- コンテンツの「大きさ」と「重要度」に応じて色を使い分ける
 - 重要でも、大きいコンテンツにはアクセントカラーを使わないほうがいい



パレット (テーマの色) の構成・仕様

- パレットには**全部で60色**ある
 - 1列あたり6色 × 10列



- このうち、**設定できるのは10色**である
 - 各列の下側5色は、設定した色の同系色が自動で生成される

- **色をつけたとき、PowerPointに記録されるのは「色」ではなく「パレットの位置」**である
 - パレットに設定する色を変えれば、コンテンツの色もセットで変わる
 - パレットだけで配色しておけば、後から設定する色を変えても手間はかからない

Lesson 2-2

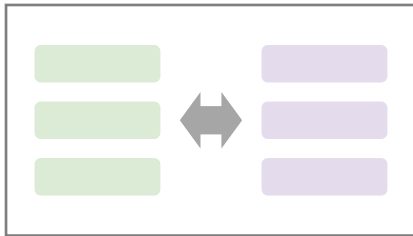
配色の原則③：分かりやすくなるなら色相を増やす

- ・ 分かりやすくなるなら、3つめ以降の色相を使っても構わない
 - ただし、印象を損なうリスクもある点には注意する

具体的には？

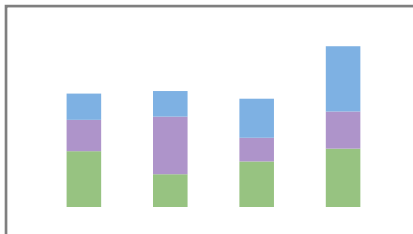
分かりやすくする方法

色の使い方



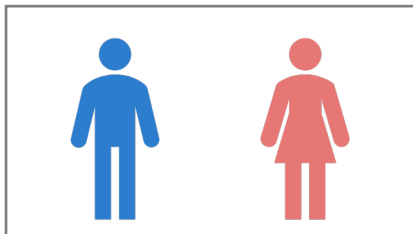
- ・ **対立**を色で表現する
 - 例：良い vs 悪い

- ・ **サブカラー**を使う
 - メインカラーと同程度に目立ち、色相が明確に異なる色



- ・ **差異や多様性**を色で表現する
 - 特に、**グラフのデータ系列**の色分け（ただし、議論の余地あり）

- ・ **さまざまな色相**を使う
 - 色でも「違う・多様である」ということを表現する



- ・ **特定の色と紐付いているモノは、その色で表現する**
 - その色を使わないと認識しにくい

- ・ **該当する色相**を使う
 - 別の色相を使っても分かりにくくなるだけ

ノンデザイナーのデザイン原則④：機械的にデザインする

- 人間的にデザインせず、機械的にデザインする
 - ノンデザイナーがリソースを投入するのはデザインではない

×：人間的なデザインの仕方

最高のデザインを追求する

試行錯誤する

状況に合わせてカスタマイズする

感性を活かしてデザインする

○：機械的なデザインの仕方

デザインは合格点でいい

試行錯誤しない
(事前に決めたルールを適用)

カスタマイズしない
(基本的にコピペ)

理屈だけでデザインする

「ロジックとレトリックの方向性を調整する」とは



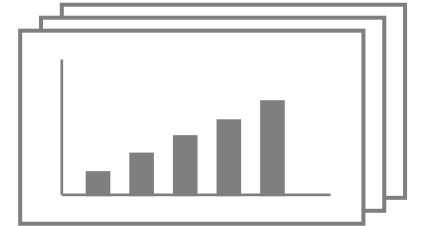
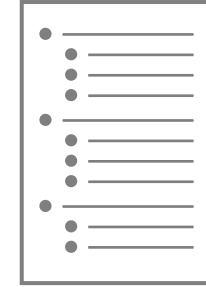
説得のコンテキスト

受け手や状況によって、



論理性と分かりやすさの
バランス

厳密さと分かりやすさの
優先度は変わるから、



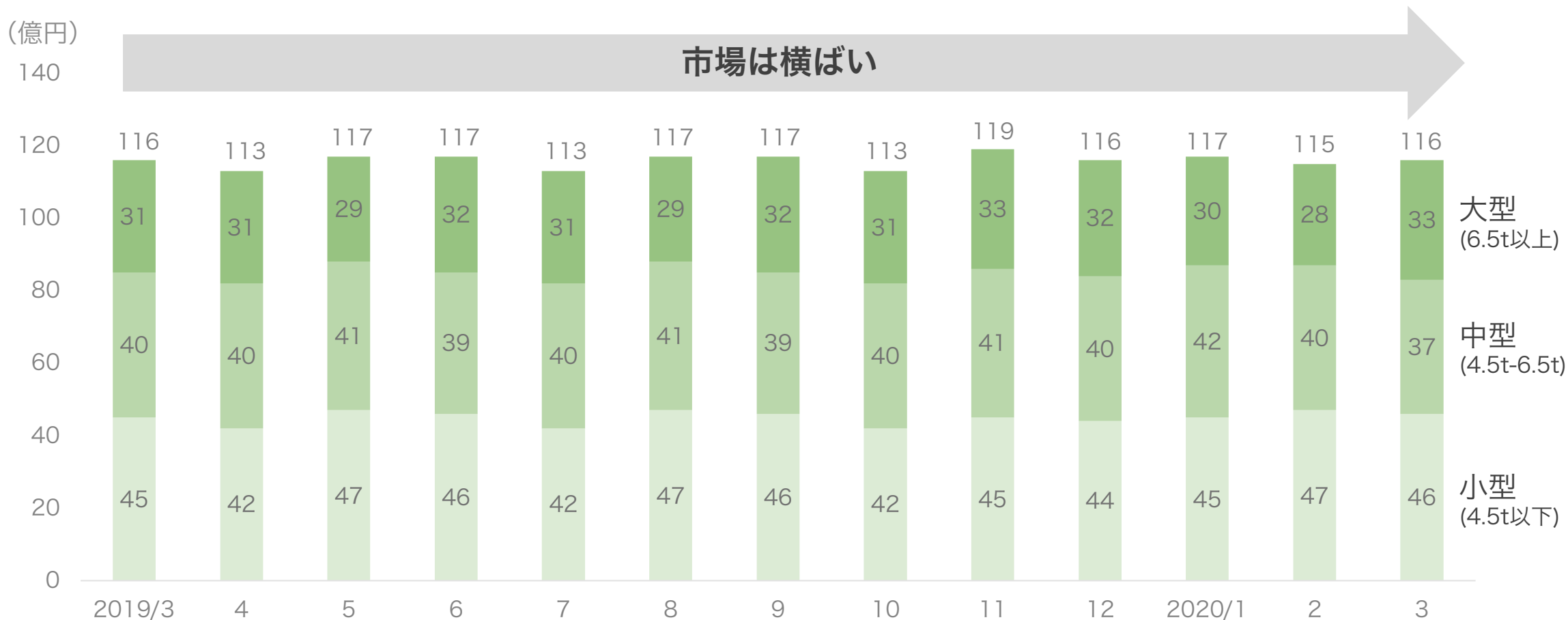
ロジックとレトリックの
方向性

そのように内容や
伝え方を調整する

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

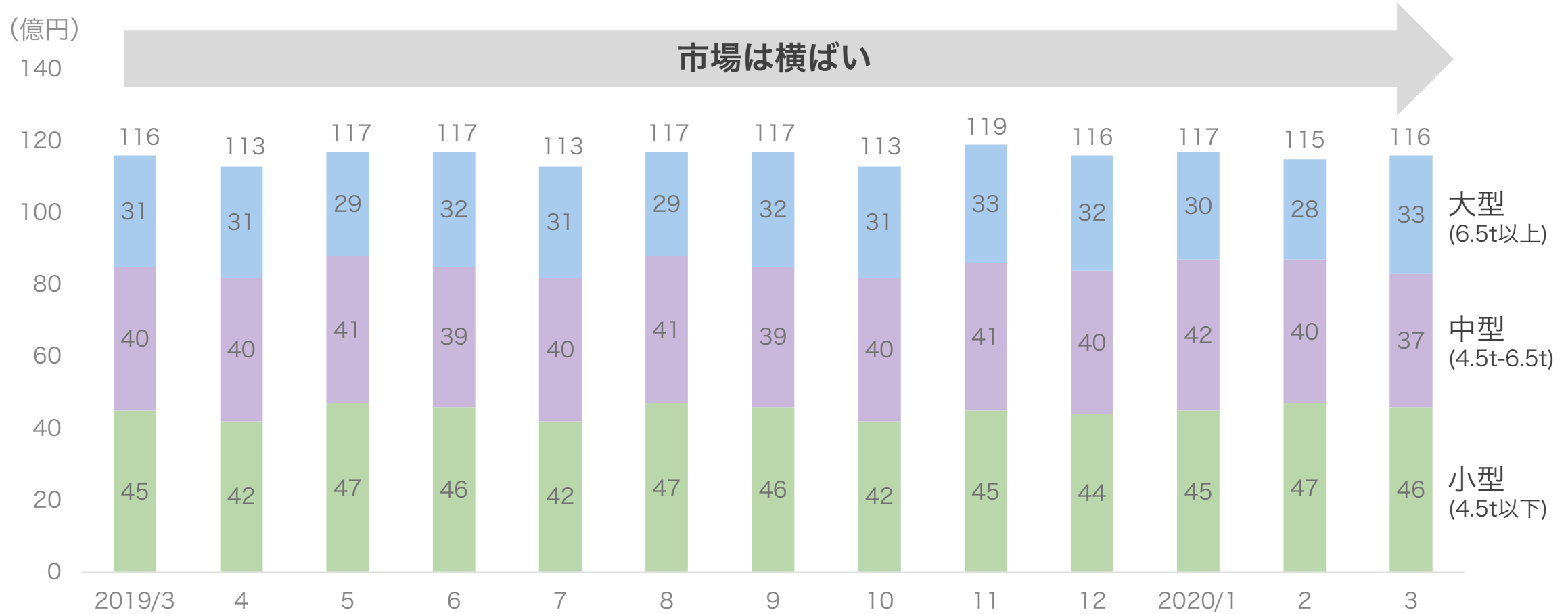


※小型、中型、大型の重量表記は最大積載量を意味する
Source: 『トラック市場データ大全』 民明書房

トラック市場（関西地区）の推移

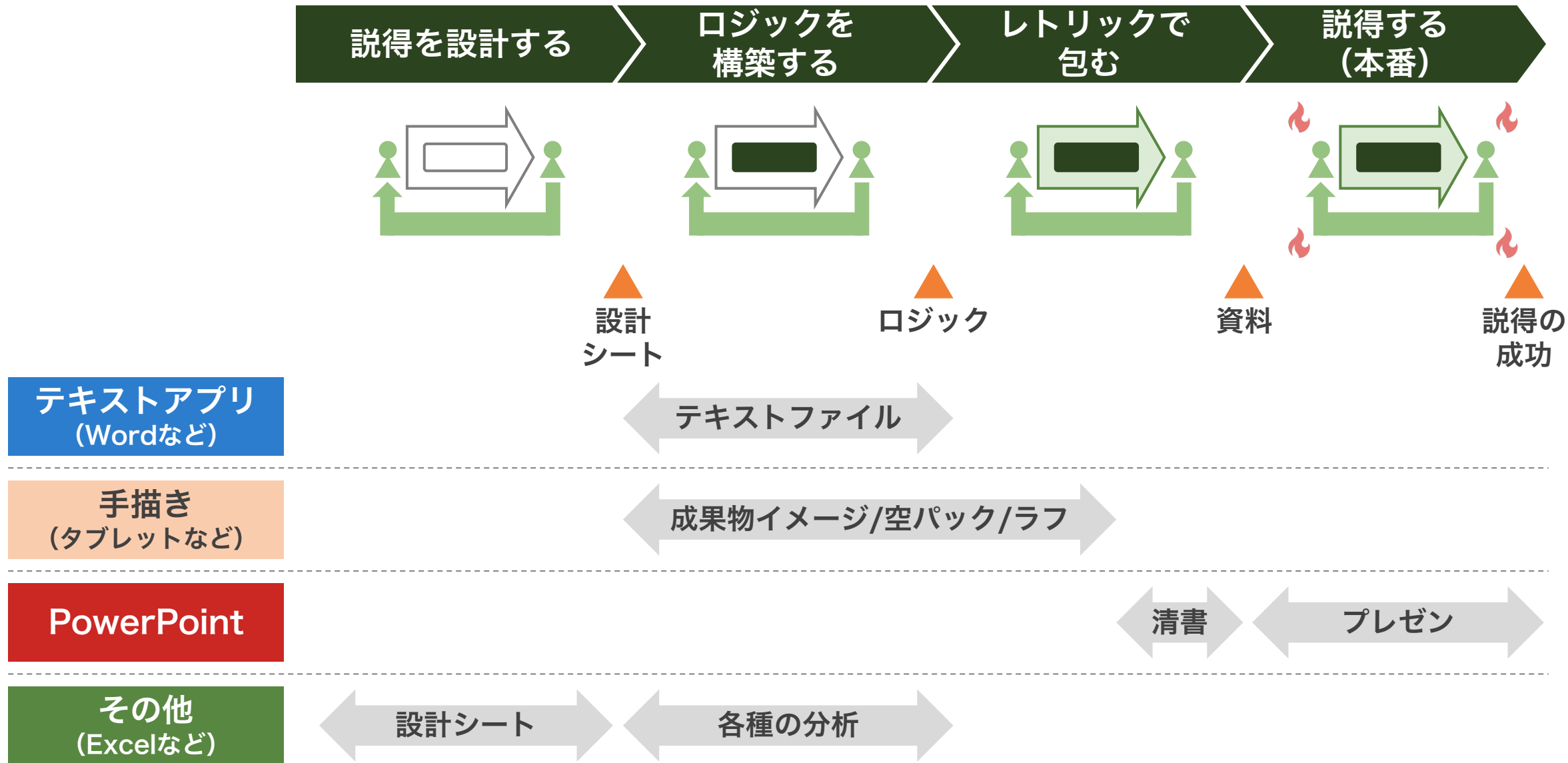
データはすべて架空のもの

- 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

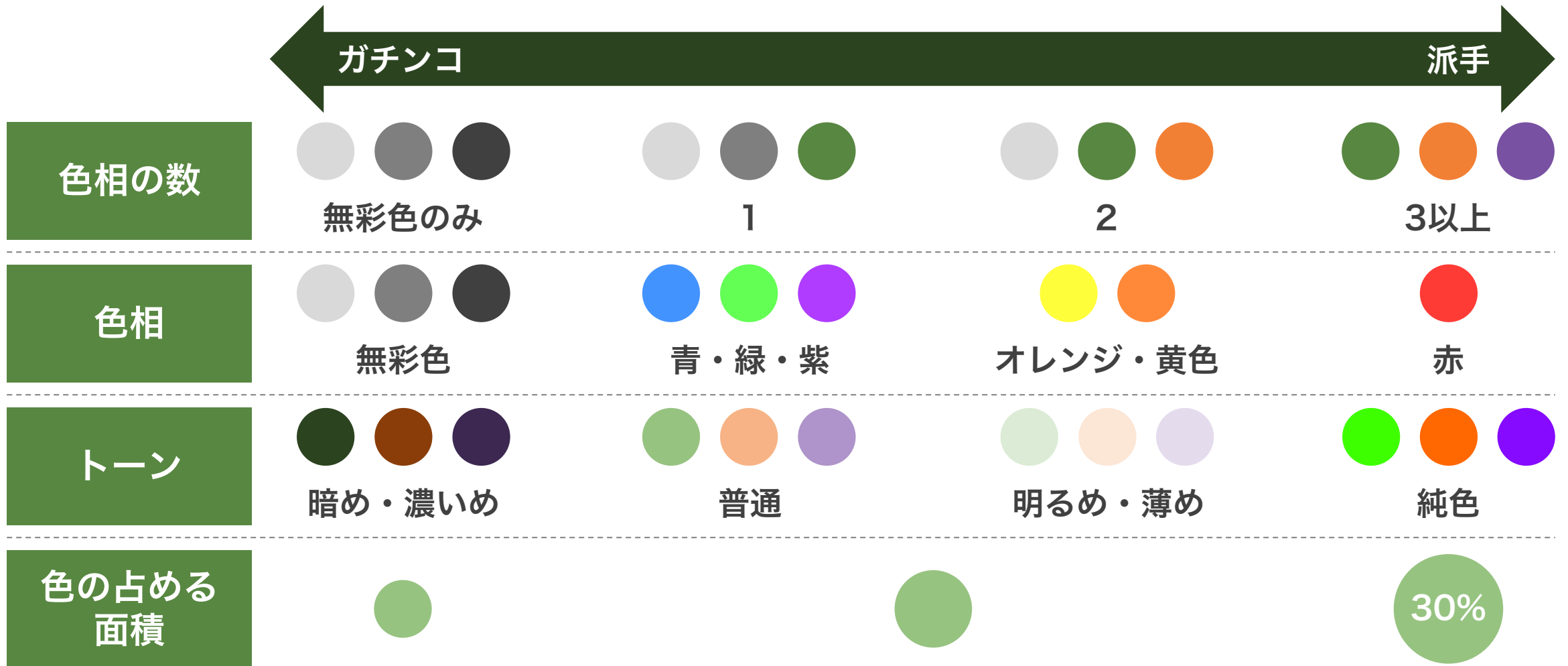
説得のプロセスと、そこで利用するアプリ



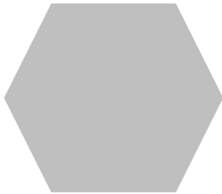



Lesson 2-3

配色の原則④：ガチンコ感をコントロールする

- 望ましい印象（ガチンコ感）を与えられるように、配色の様々な要素を調整する
 - ただし、分かりやすさとの兼ね合いがあるため、ガチンコに寄せ切るのが正解ではない

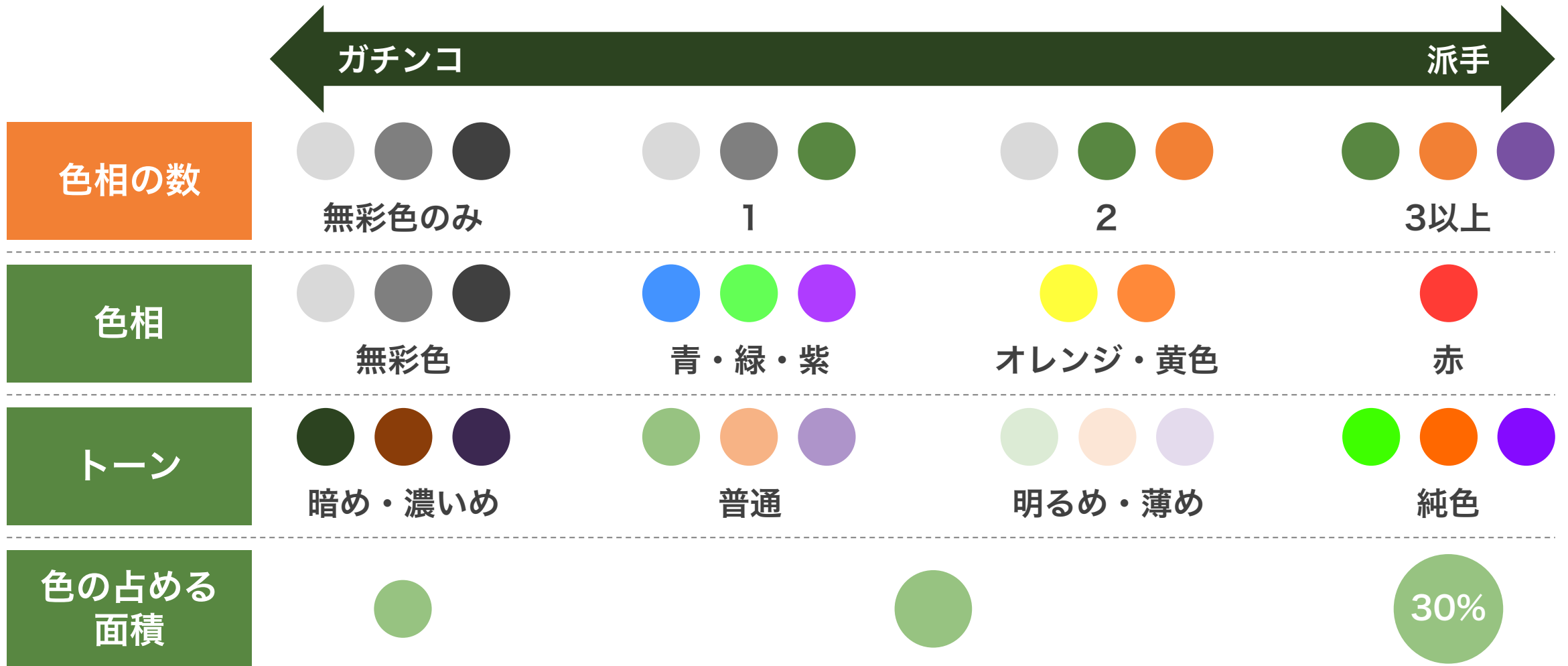


ノンデザイナーのデザイン原則

デザインのあり方	デザインの方向性	シンプル		<ul style="list-style-type: none">• デザインに関する情報が少ないデザインにする<ul style="list-style-type: none">– シンプルなデザインが分かりやすい– 凝ったデザインは、ノンデザイナーには難しい
		ガチンコ		<ul style="list-style-type: none">• 硬派で落ち着いた印象を与えるデザインにする<ul style="list-style-type: none">– コンテキストが論理性に寄っている場合、受け手は真剣– カジュアルさ、賑やかさなどは求められていない
		デザインを一貫する		<ul style="list-style-type: none">• 全体を通じて、同じデザインを適用する<ul style="list-style-type: none">– 不要なデザインの変化は、受け手にとってのノイズになる– デザインを変えるのは、そこに意味を持たせたいときだけ
		機械的にデザインする (デザインの仕方)		<ul style="list-style-type: none">• デザインに自分の思考力を使わない<ul style="list-style-type: none">– デザインは合格点が取れば十分– ルールを機械的に適用し、デザインをカスタマイズしない

配色の原則④：ガチンコ感をコントロールする

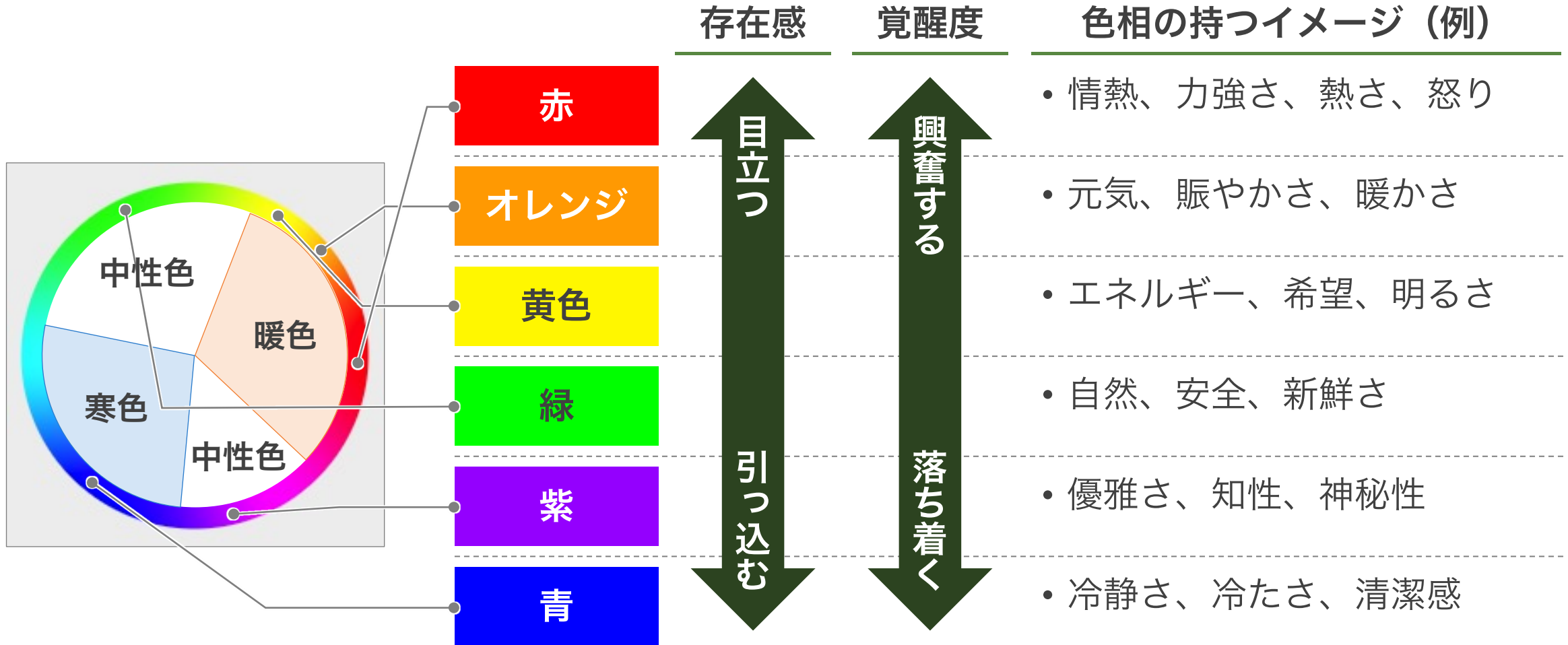
- 望ましい印象（ガチンコ感）を与えられるように、配色の様々な要素を調整する
 - ただし、分かりやすさとの兼ね合いがあるため、ガチンコに寄せ切るのが正解ではない



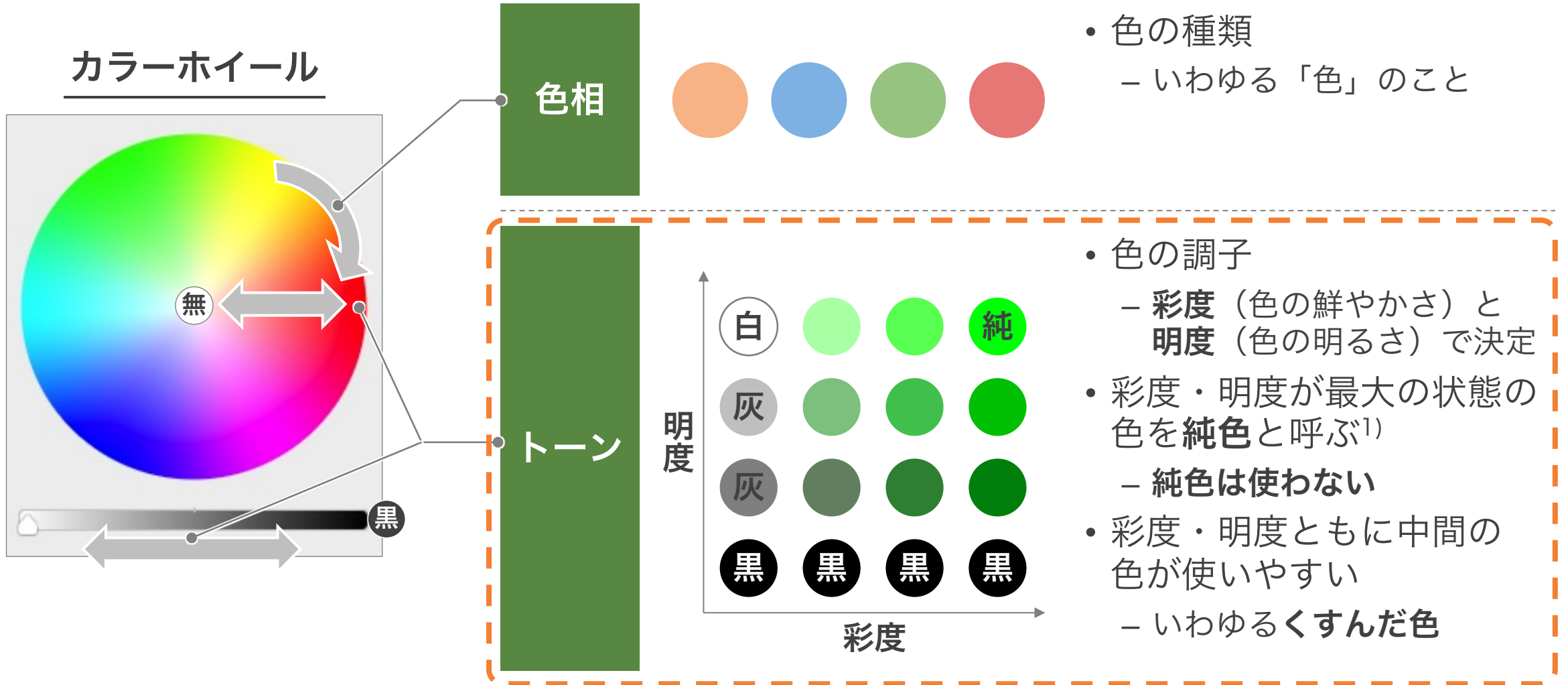
色相とは

- 色相とは、色の種類のこと

- 色相によって存在感・覚醒度・想起させるイメージが異なるので、それを意識して色相を使い分ける



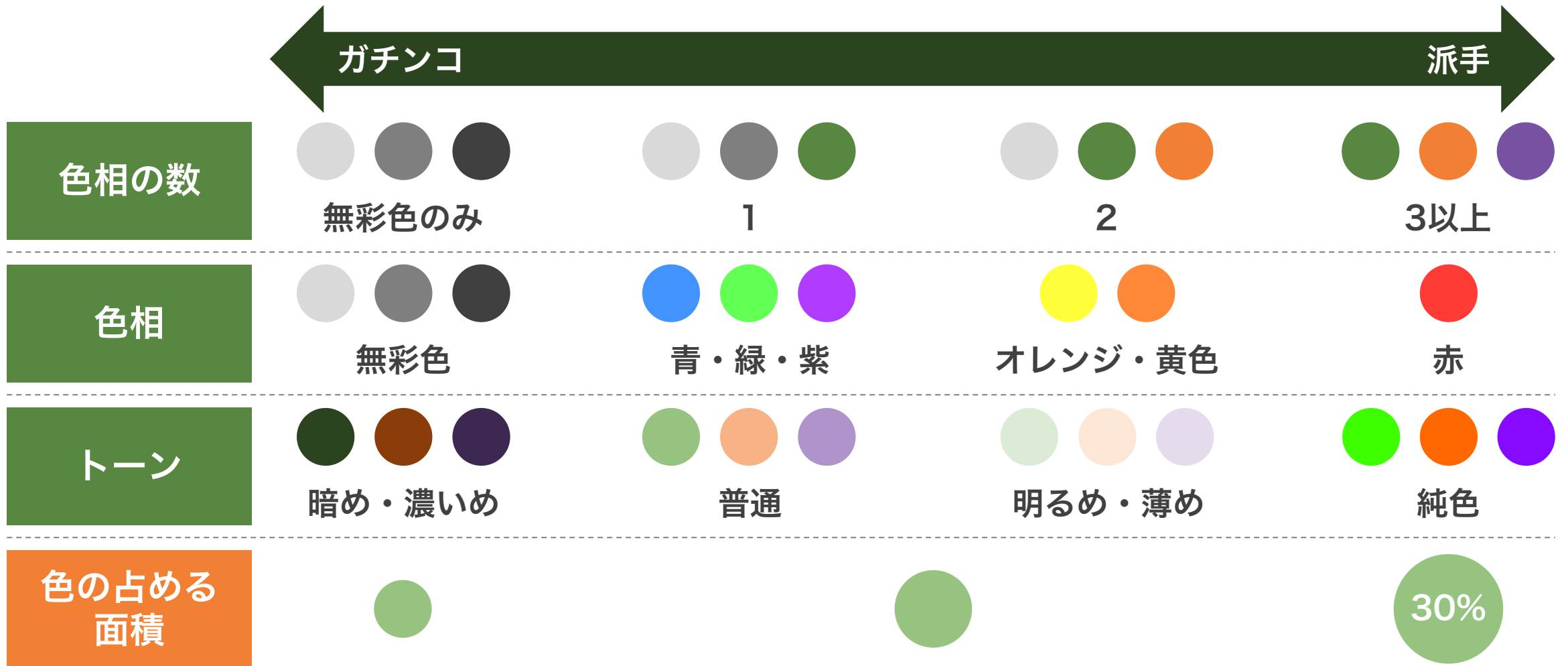
色の構成要素



1. HSBモデルの定義。HSLモデルでは、明度（輝度）が50%の状態が純色となる（Windowsはこちら）

配色の原則④：ガチンコ感をコントロールする

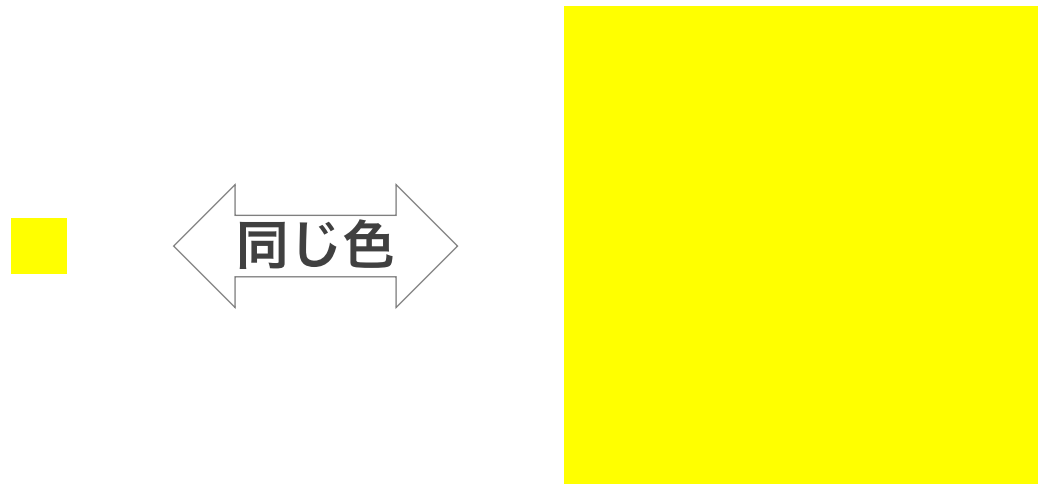
- 望ましい印象（ガチンコ感）を与えられるように、配色の様々な要素を調整する
 - ただし、分かりやすさとの兼ね合いがあるため、ガチンコに寄せ切るのが正解ではない



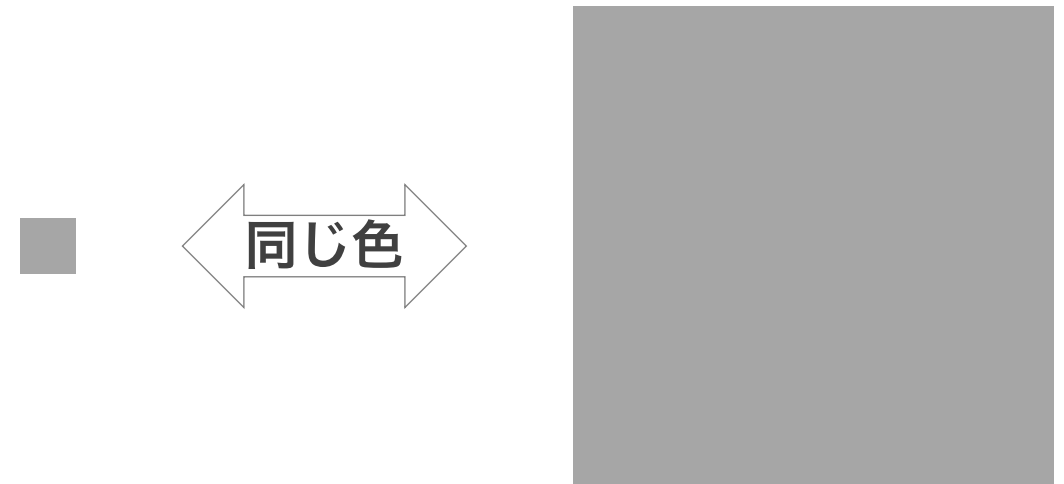
面積効果

- 色の面積効果とは、塗る面積に比例してその特性が強まる性質のこと
 - 面積が大きくなるほど、明るさ・暗さが強まって見えるようになる

明るい色はより明るく

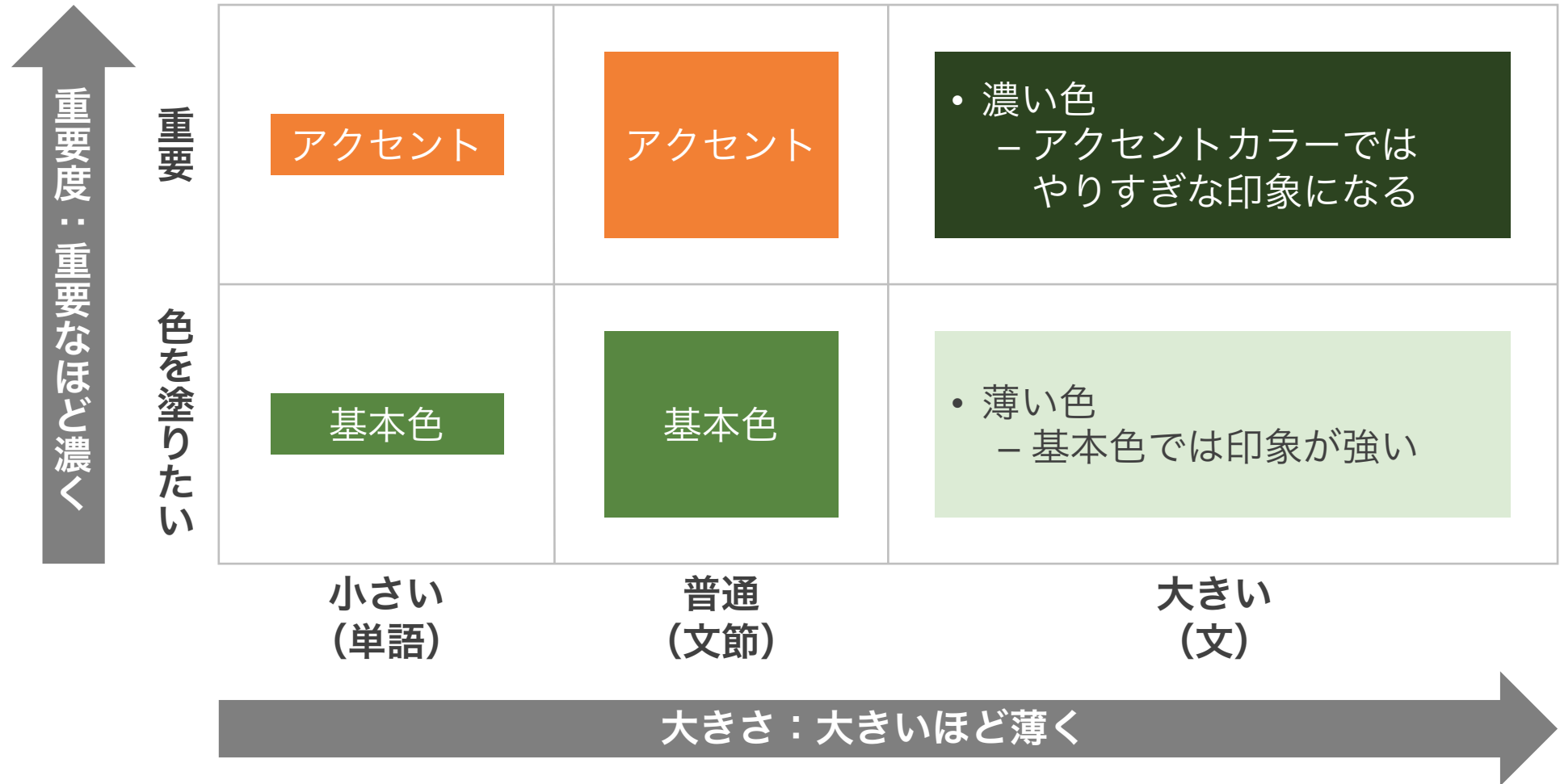


暗い色はより暗く



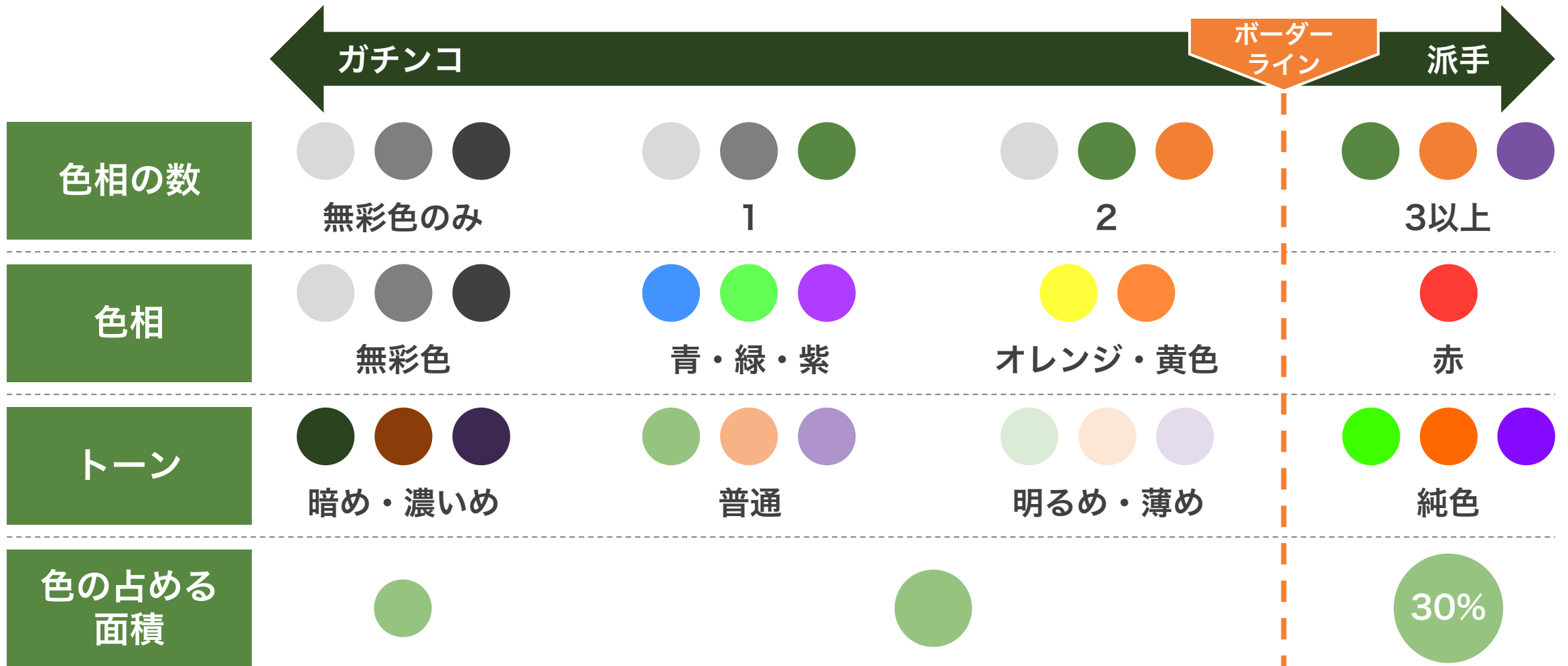
メインカラー・アクセントカラーの使い分け

- コンテンツの「大きさ」と「重要度」に応じて色を使い分ける
 - 重要でも、大きいコンテンツにはアクセントカラーを使わないほうがいい



配色の原則④：ガチンコ感をコントロールする

- 望ましい印象（ガチンコ感）を与えられるように、配色の様々な要素を調整する
 - ただし、分かりやすさとの兼ね合いがあるため、ガチンコに寄せ切るのが正解ではない

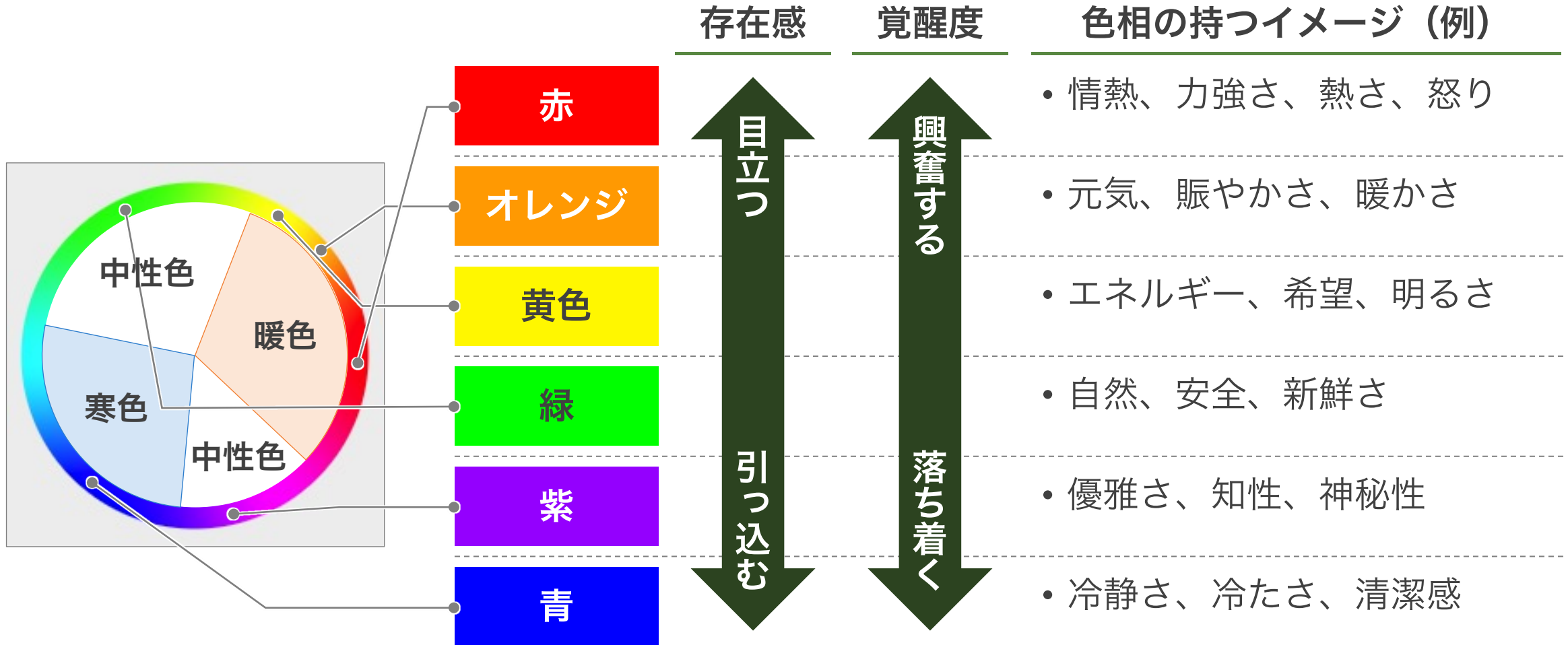


Lesson 2-4

色相とは

- 色相とは、色の種類のこと

- 色相によって存在感・覚醒度・想起させるイメージが異なるので、それを意識して色相を使い分ける



メインカラーがグレーであるときのアクセントカラー

青

かくかくしかじか	
グループA	グループB
■	■
■	■
■	■

オレンジ

かくかくしかじか	
グループA	グループB
■	■
■	■
■	■

赤

かくかくしかじか	
グループA	グループB
■	■
■	■
■	■

- **こだわりのないときはこれを選ぶ**

- 青で十分に目立つ
- 目立ちすぎず、グレーとのバランスが良い

- **これらの色がイメージカラーである場合にのみ、選択肢として検討する**

- 機能的な面からはベストではない（アクセントが効きすぎている）
- しかし、資料にイメージカラーを使うための折衷案としては悪くない
 - これらの色をメインカラーにすると、アクセントカラーが見つからなくなる

ノンデザイナーのデザイン原則④：機械的にデザインする

- 人間的にデザインせず、機械的にデザインする
 - ノンデザイナーがリソースを投入するのはデザインではない

×：人間的なデザインの仕方

最高のデザインを追求する

試行錯誤する

状況に合わせてカスタマイズする

感性を活かしてデザインする

○：機械的なデザインの仕方

デザインは合格点でいい

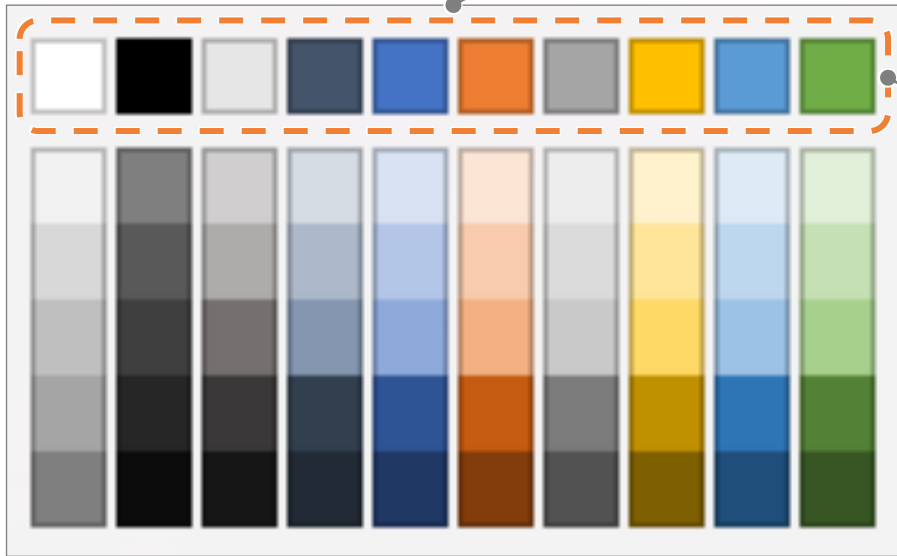
試行錯誤しない
(事前に決めたルールを適用)

カスタマイズしない
(基本的にコピペ)

理屈だけでデザインする

パレット (テーマの色) の構成・仕様

- パレットには**全部で60色**ある
 - 1列あたり6色 × 10列



- このうち、**設定できるのは10色**である
 - 各列の下側5色は、設定した色の同系色が自動で生成される

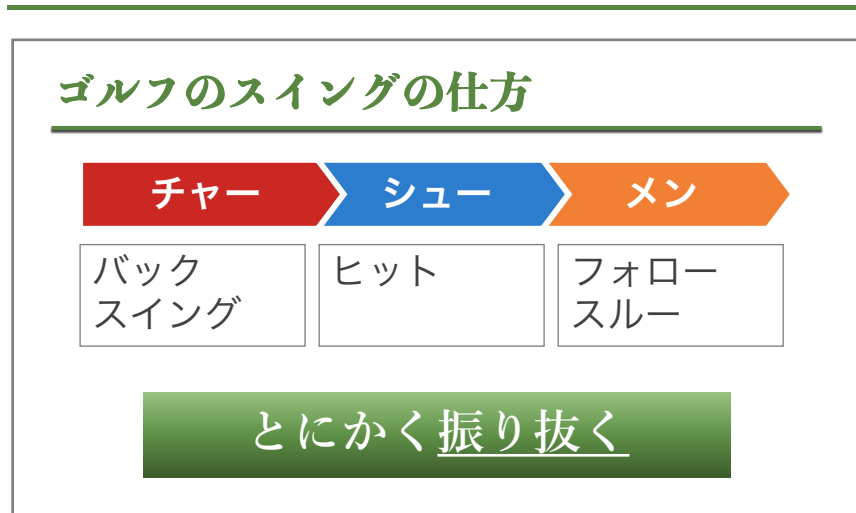
- 色をつけたとき、PowerPointに記録されるのは「色」ではなく「**パレットの位置**」である
 - パレットに設定する色を変えれば、コンテンツの色もセットで変わる
 - パレットだけで配色しておけば、後から設定する色を変えても手間はかからない

Lesson 2-5

ノンデザイナーのデザイン原則①：シンプルなデザインにする

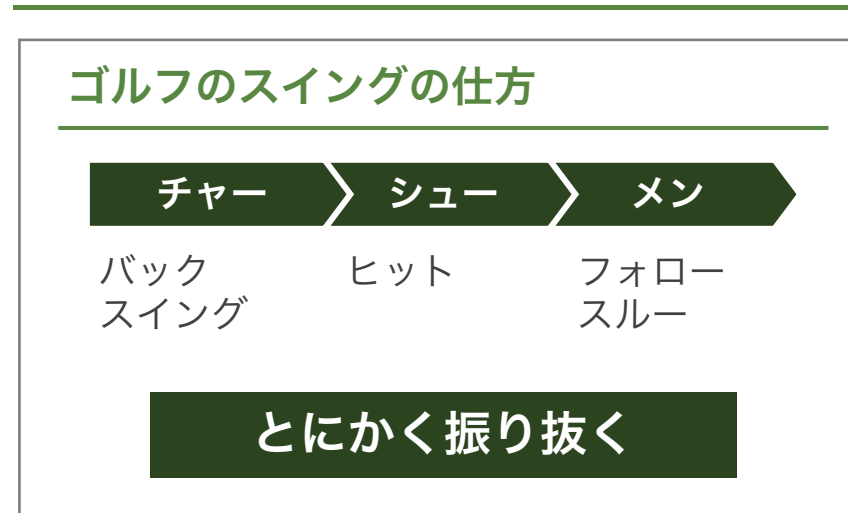
- シンプルなデザインが正しい
 - シンプル：デザインに関する情報（色、線、書体など）が少ないこと

×：シンプルではない



- デザインをしすぎている
 - 色、線、フォントが多すぎる
- 結果として、**分かりにくい**
 - ロジックに集中できない

○：シンプル



- 最小限のデザインになっている
 - 同系色のみ、単一のフォント
- 結果として、**分かりやすい**
 - ロジックに集中できる

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

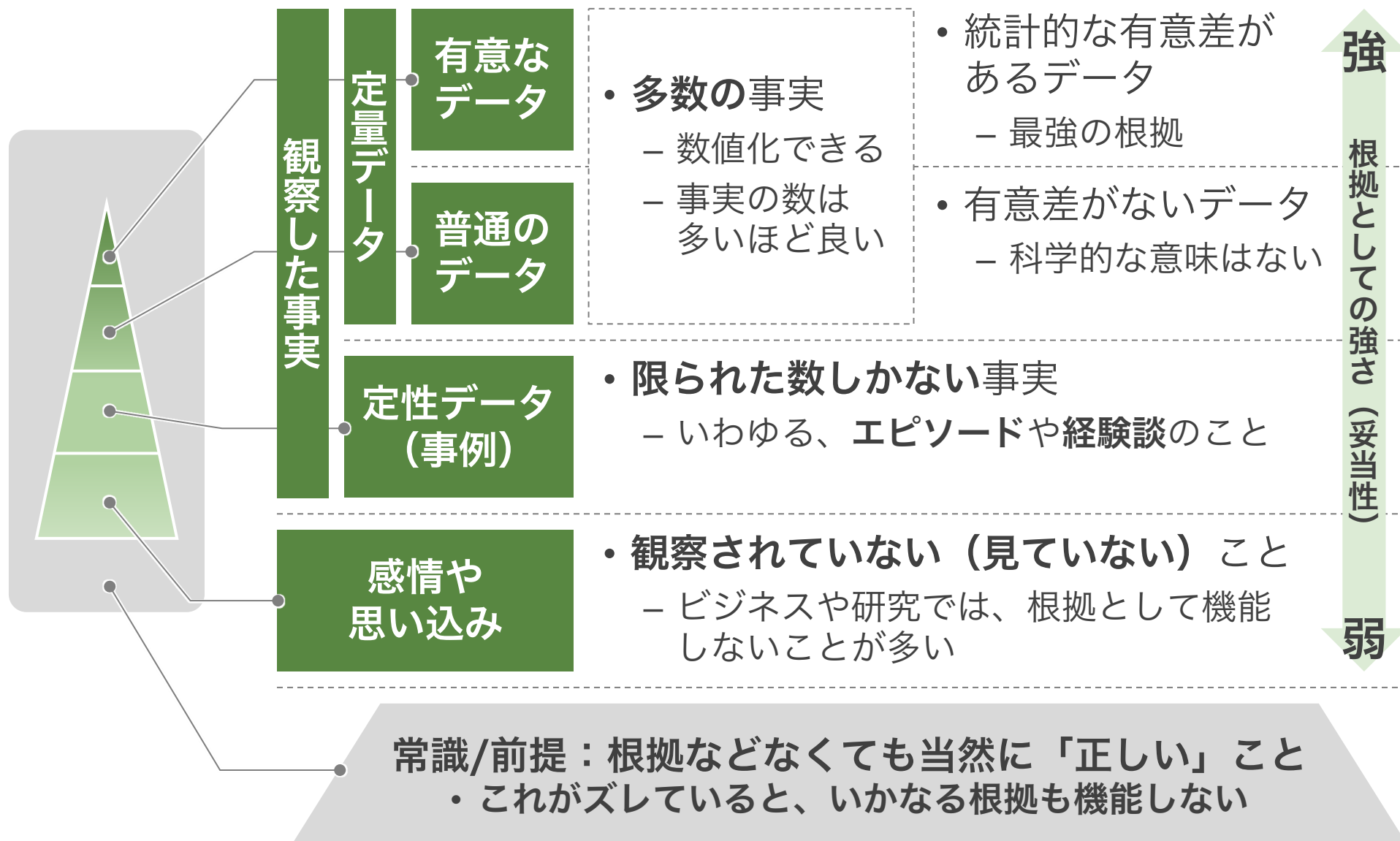
- 適切な印象を与えるデザインが正しい
 - ここは正解はなく、意思決定の世界

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

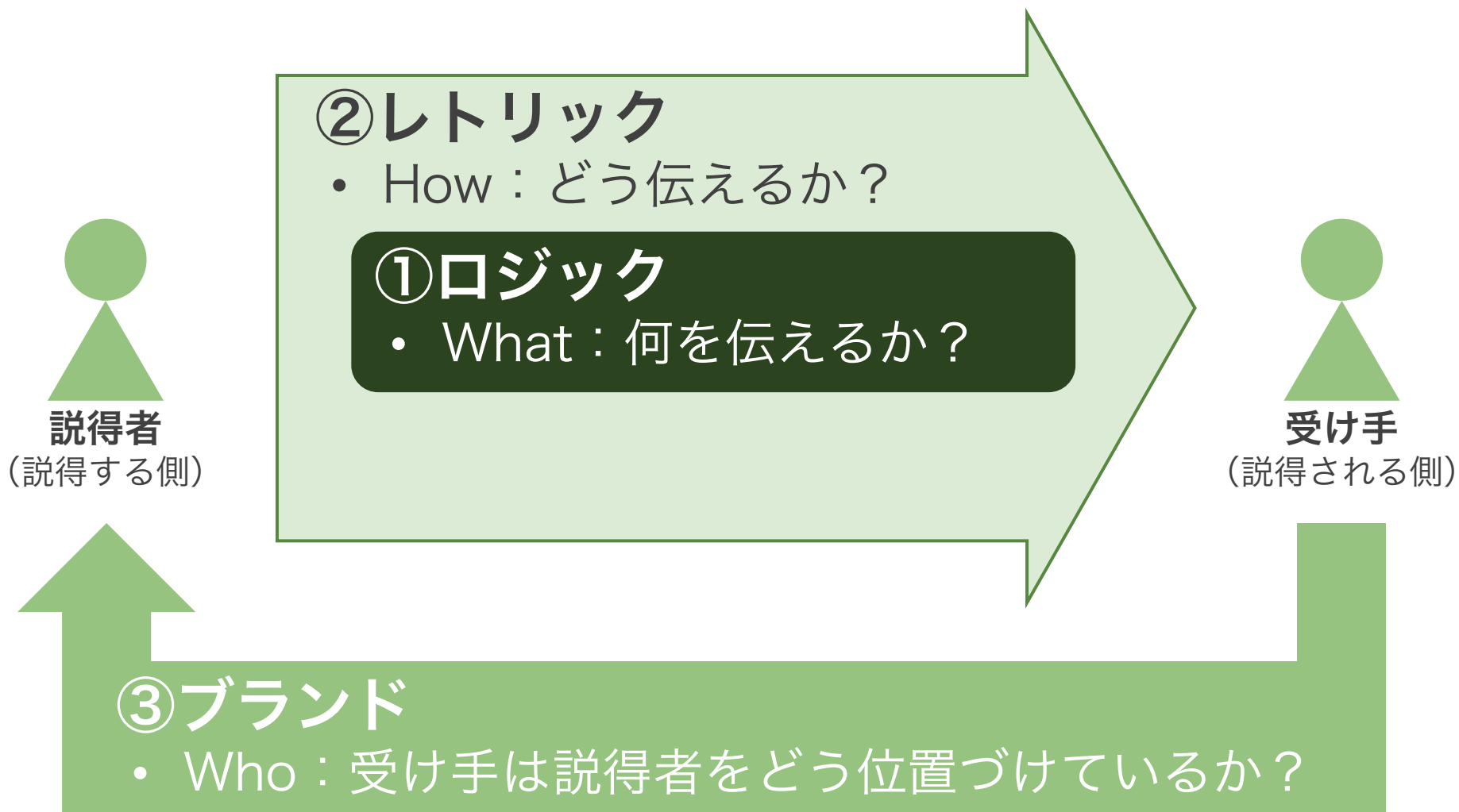
- これらを、最小限のリソースで合格点のレベルにしたい
 - ノンデザイナーがリソースを投入するのはロジック
 - デザインは合格点で十分

根拠ランキング



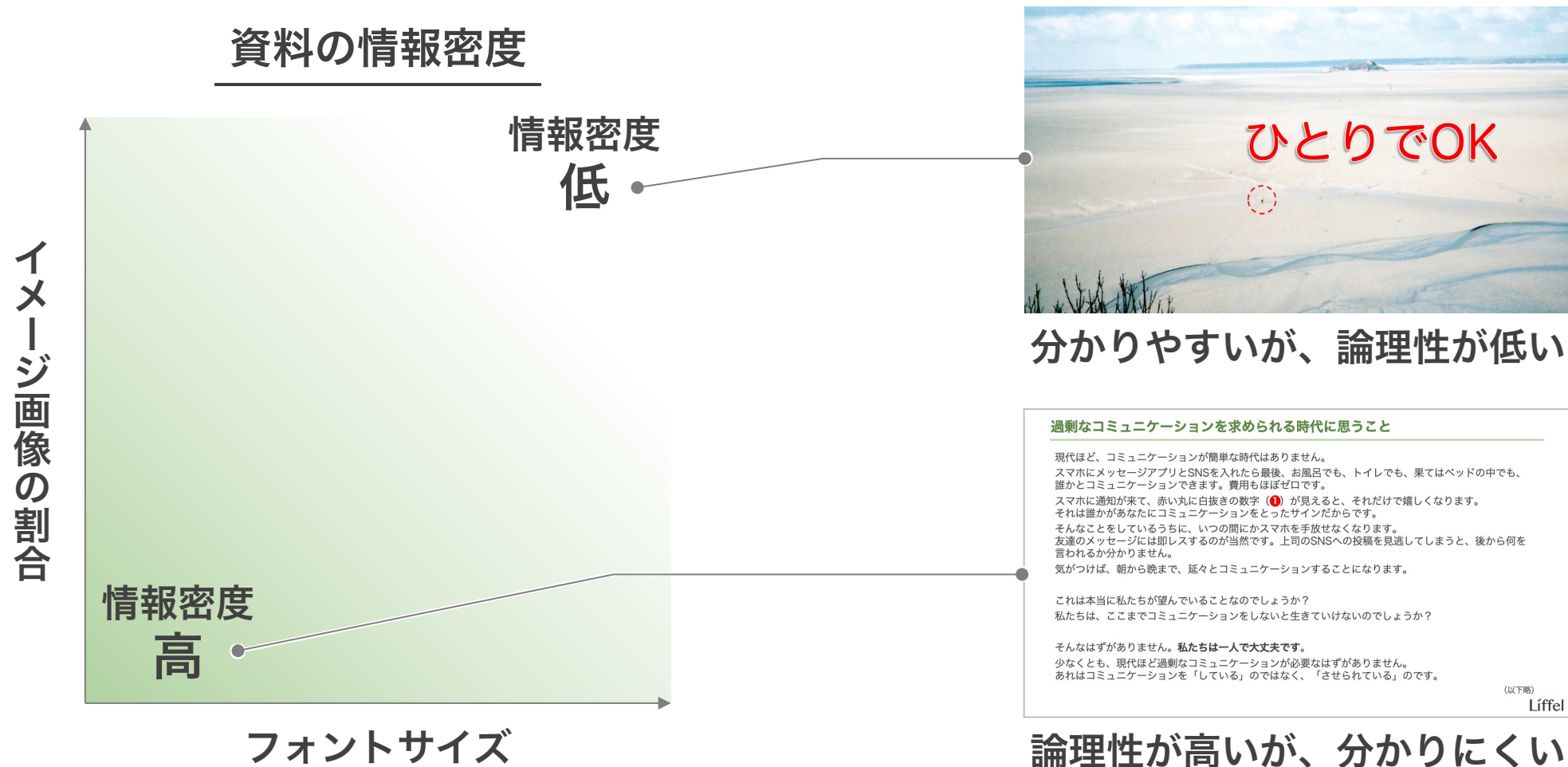
説得の構造

- 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



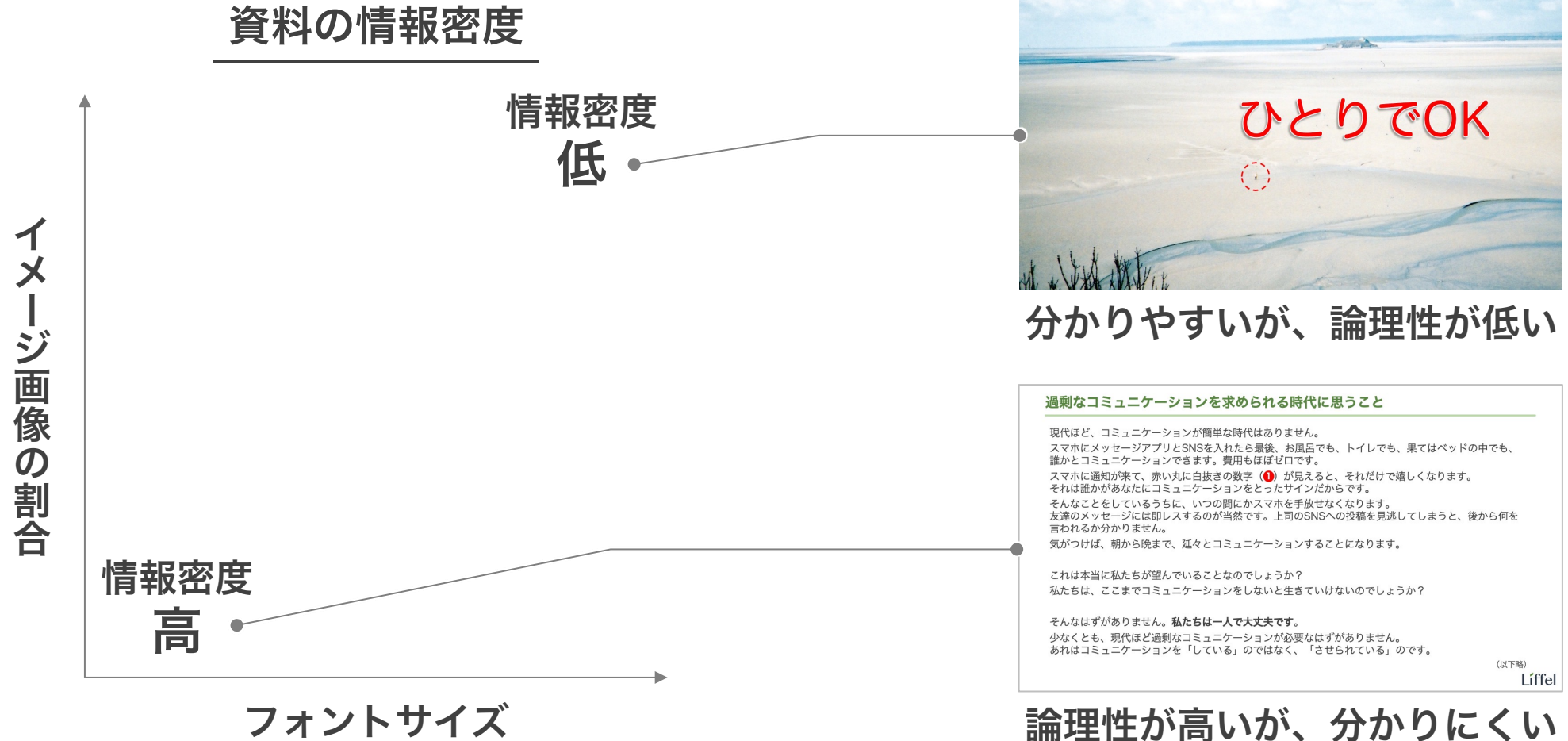
資料の情報密度

- 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



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



得点

- 分析が間違っている（鈴木特有の影響が見えない）
 - ホームランを打った試合は、最低でも1点は取っている試合
 - それを1点も取れなかった試合（=負けか引き分けのみ）も含むデータと比較すれば、勝率に差がつくのは当然
 - この分析は「点を取ったら勝率が上がる」と言っているだけ
- 勝利への貢献だけで契約更新を判断するべきではない
 - 観客動員力やジャパンマネーなども考慮すべき
- ホームランだけで勝利への貢献を測るのは短絡的だ
 - 打率、走塁、守備なども含めて総合的に判断すべき
- 「1割5分アップ！」の「！」マークは不適切
 - ビジネスで使うべきではない
- 勝率は小数で書くべきではない
 - 0.450→4割5分とするべき

伝えてくること

伝え方

説得のプロセス



<ul style="list-style-type: none"> • 受け手からの好意・信頼を得る <ul style="list-style-type: none"> - 関係性の構築 - 実績・知名度の確立など 	<ul style="list-style-type: none"> • 説得の目的を明確にする • 必要な根拠の質を考える • レトリックの土壌を決める 	<ul style="list-style-type: none"> • 主張と根拠を考える <ul style="list-style-type: none"> - 論点を分解する - リサーチする 	<ul style="list-style-type: none"> • パッケージの構成 • パッケージの作り方 	<ul style="list-style-type: none"> • 本番 <ul style="list-style-type: none"> - 事前準備 - スピーチ - その他
<p>済 (一部スキルは割愛)</p>				
<p>最低限のブランド</p>	<p>設計シート</p>			<p>説得の成功</p>
<p>1つの具体的な説得プロセス</p>				

Lesson 2-6

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



Liffel