

1分で伝わる 資料のつくり方

資料の骨格 編

1



はじめに

企画書、報告書、案内状など、仕事を次の段階に進めるためには、何かしらの「資料」が必要になります。おそらくみなさんも、日々あらゆる場面で資料を作成する必要に迫られていることでしょう。

しかしその資料がもし、わかりづらい、読みづらい、見る気にもならない、といった酷いものだったらどうでしょうか。当然、伝えたい内容は相手に理解してもらえず、仕事の進行に大きな支障をきたすこととなります。

スピードや効率が要求されるビジネスの世界では、こういったミスはたいへん致命的。上司や部下、顧客との信頼関係を損ね、時にプレゼンや商談などの大きなチャンスを逃すことにもなりかねません。

本講座は、その諸悪の根源となる「よくない資料」からの脱却を図るためのものです。まずは資料の基本的な考え方を理解し、図表や写真の使い方を実践的に学べば、誰でも簡単に、相手に伝わる「よい資料」が作れるようになります。

何も特別なセンスは必要ありません。できないのは、そのノウハウをまだ知らないからです。1つひとつのレッスンをしっかり理解し、きちんと積み重ねていければ、あなたのスキルは着実にステップアップしていきます。「よい資料」づくりを目指して、一緒に頑張っていきましょう。

CONTENTS

1章

「伝える」と「伝わる」の違い

- 01 まずは相手の立場にたって考えてみる —— 8
- 02 「伝えたいこと」を羅列しても「伝わらない」 —— 10
- 03 興味を持つかどうかは「一瞬」で決まる —— 12
- 04 読ませるのではなく、見せる —— 14
- 05 「わかりやすそう」に見える工夫 —— 16
- EX 相手に「伝わる」資料をつくるために —— 18
- 1章のまとめ —— 20

2章

何のために資料をつくるのか

- 01 目的とゴールを決める —— 22
- 02 誰のための資料なのかを明確にする —— 24
- 03 報告書か提案書か、資料の役割を意識する —— 26
- 04 基本は「～だから、～すべき」 —— 28
- 05 期限が優先されることもある —— 30
- EX 資料をつくる目的を明確にする —— 32
- 2章のまとめ —— 34

3章

資料の構成、流れを考える

- 01 伝える情報を書き出してみる —— 36
- 02 最終目的から逆算して構成してみる —— 38
- 03 提案書の基本は「課題→解決法→結論」 —— 40
- 04 伝わるストーリーを考えてみよう —— 42
- 05 ちょっと待って! 「それって本当に必要?」 —— 44
- EX 伝えるための「構成力」を身につけよう —— 46
- 3章のまとめ —— 48

4章

タイトル、見出しの打ち出し方

- 01 中身がわかるタイトルを簡潔に —— 50
- 02 基本はポジティブなタイトル —— 52
- 03 目にとまるのは「具体例」と「違和感」 —— 54
- 04 疑問形には「そうそう!」という共感が必要 —— 56
- 05 見出しを追えば全体像が見えるように —— 58
- EX タイトルのつけ方を考えてみよう —— 60
- 4章のまとめ —— 62

5章

伝わる文章のポイント

- 01 伝わる文章とは「わかりやすい文章」である —— 64
- 02 「一文一義」を常に意識する —— 66
- 03 主語・述語はきちんと対応しているか? —— 68
- 04 修飾語・被修飾語の関係をわかりやすく —— 70
- 05 重要なのは「リズム感」 —— 72
- EX 伝わる文章を書くために —— 74
- 5章のまとめ —— 76

LESSON

01

まずは相手の立場に たって考えてみる

どんな資料にも、それを見る相手があります。

読みづらい、見づらい資料を見せられた相手はどう思うでしょうか。

まずは客観的に相手の立場にたって考えてみるのが大切です。

資料は情報伝達的手段

資料は「情報」を相手に伝えることを目的に作成するものです。正確に、そして効率的に、情報を伝えられることが「よい資料」の条件といえます。あなたがいくら正しい情報を持っていたとしても、その伝え方を間違ってしまうと、相手にその情報は正しい形では伝わりません。

情報を伝えるという行為は、自分一人で完結するものではありません。相手がいて初めて成立します。相手に情報が伝わってこそ、その目的は達成されるのです。

では、どうすれば相手に情報が正しく伝わるのでしょうか。

情報を受け取る側の立場から見る

まずは、情報を受け取る側、相手の立場にたって考えてみてください。あなたがもし初めて資料を渡された時、それがとても見づらく、わかりづらいものだったらどう思うでしょうか。

- 1、見出しやタイトルがなく何の資料かわからない
- 2、文字がびっしり詰まっていて読みづらい
- 3、図や写真が乱雑に配置してあってどこから見ればいいのかわからない

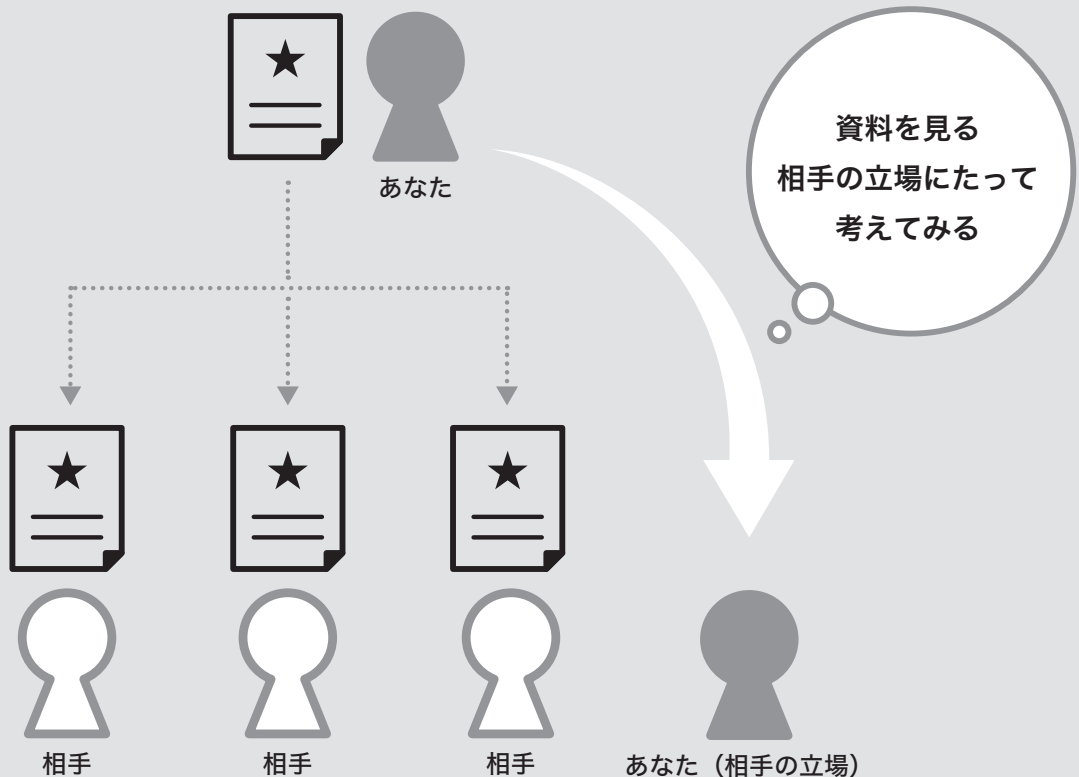
例を挙げればきりがありませんが、もしこのような資料を渡されたら、「これは大変そうだ……」と愕然とすると思います。人によっては不快になったり、理解することを諦めたり

してしまうかもしれません。

情報には送り手と受け手があります。資料は、その双方の意思疎通を円滑に行うためのとても便利なツールです。しかし、その資料がわかりづらければ、それを正しく理解するにはたいへんな労力がかかります。理解が不完全であれば、誤って間違っただけの情報を受け取ってしまう可能性もあるのです。

資料づくりの基本的な考え方も、要は人と人とのコミュニケーションと同じ。**何事もまずは受け手（相手）の立場にたって考えること**。そして、その人にとってより簡単に、より理解しやすい形で提供するということが、何よりも大切なのです。

❗ 資料づくりの目的は 相手に「情報を伝達」すること



LESSON

05

見出しを追えば 全体像が見えるように

目立つ言葉を打ち出し、相手の興味を引くことはとても大切ですが、資料全体として考えれば、もう一つ非常に大きな役割があります。それが「全体像をイメージしてもらおう」ということです。

この資料には何が書いてあるのか

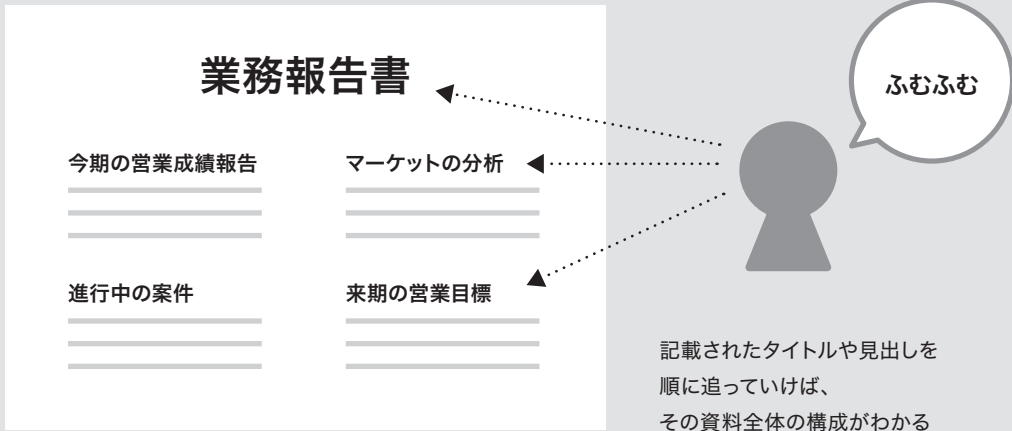
そもそもタイトルや見出しとはなんのでしょうか。ここまで学習してきたように、まず相手の目に飛び込み、そこで興味を持ってもらうという重要なツールであることは間違いありません。同時にもう一つ、同じくらい大切なこととして「そこに何が書いてあるかを分類し、読み手を導く」という役割があります。

資料というのは数ページから、ものによっては数百ページにわたる長いものもあります。それを短時間ですべてに目を通し、内容を把握するのはとても不可能です。ましてやその長い資料を、何もわからないまま読み進めるといのはとても不安なものなのです。そこで、重要になるのが、タイトルや見出し。順にざっと追っていくことで、この資料には何が書いてあるのかというのを、全体的に把握できるようになるのです。

内容を把握するためのガイドライン

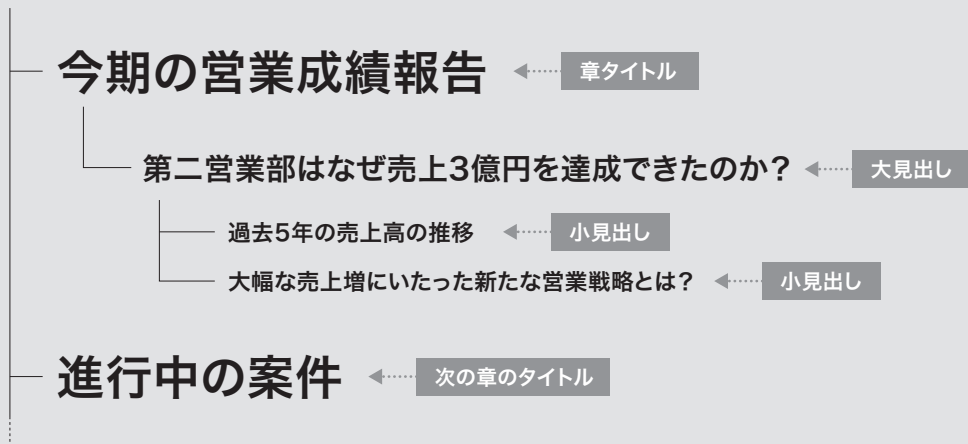
このテキストもそうですが、資料全体には「階層」があります。大きい順に、章やタイトル、大見出し、小見出しなどのように分類されます。そこで何について語っているか、それを要約して指し示すのが、タイトルや見出しのもう一つの重要な役割でもあります。大きなタイトルだけ追えばざっくりとした全体像が、さらに大見出しや小見出しまで追えば、その項目のもう少し詳細な内容まで把握できます。タイトルや見出しというのは、その資料を読み進めたり、内容を把握したりするためのガイドラインのようなものでもあります。そのあたりもしっかり意識しながら「中身のわかるタイトル」をきちんと考えましょう。

【タイトル、見出しを追えば全体像がわかる】



【資料全体の階層を表す役割】

業務報告書



タイトルや見出しには階層があり、
内容を分類し、わかりやすく伝えるための役割もある

LESSON

EX

伝わる文章を書くために

この章では、相手に伝わる文章を書くためのポイントを学びました。
ここでは基本に立ち返って、文章づくりのエクササイズをします。
これまで自分が書いた文章を用意して、あらためて見直してみましょう。

Q1 そもそも、「相手に伝わる文章」とは何でしょうか。

ビジネス文章においては、具体的にどのようなレベルをめざすべきでしょうか。

相手に伝わる文章＝

目指すレベル

Q2 レッスン01では、文章の書き方として、3つの注意点を学びました。

基本的ですが、とても大切なことです。それはなんでしょうか。

Q3 レッスン02～04まで、文章づくりの大切なポイントを学びました。
それぞれのレッスンで学んだことは、これまで意識できていたでしょうか。
自分なりに思ったこと、学んだことをまとめてみましょう。

02／一文一義

03／主語・述語

04／修飾語・被修飾語

05／文章のリズム

Q4 これまで自分が見つけた資料や、そこで書いた文章を用意してみてください。
あらためて見直していかがでしょうか。相手に伝わる文章になっているでしょうか。
今回のレッスンで学んだことをふまえて、もう一度書き直してみましょう。

1分で伝わる 資料のつくり方

資料の見せ方 編

2



はじめに

1巻のレッスンはいかがだったでしょうか。資料づくりにおける重要な概念から、構成や見出しの打ち出し方など具体的なノウハウまで、普段それほど意識していなかった基礎的な知識もあらためて学べたのではないのでしょうか。

この2巻では、いよいよ資料の「見せ方」についてのレッスンへ入っていきます。1章では見やすい資料づくりのためのレイアウトや書体選びなど、基本となるポイントを重点的に。2～4章では、資料に欠かせない図解やグラフ・表組のつくり方、ビジュアル素材の使い方について。そして終盤の5～6章では「A4一枚」の資料づくりやスライドのつくり方など、より実践的なテクニックを学んでいきます。

自分にはデザインの知識はないから……とあきらめてしまっている方でも、そんな心配をする必要はまったくありません。特別な知識やセンスがなくても、相手に伝わるわかりやすい資料はつくれます。

資料の「見せ方」にはコツがあり、それを理解するだけでも資料の見た目レベルは格段に上がります。どういう点に注意し、どういう風に改善していけばいいのか、といった具体的な方法も紹介しています。一つひとつのレッスンをしっかり理解して、伝わる資料づくりのテクニックをマスターしていきましょう。

CONTENTS

1章

レイアウトの基本

- 01 デザインの基本は「揃える」こと —— 8
- 02 余白の活用で美しい仕上がりに —— 10
- 03 書体選びと文字サイズ —— 12
- 04 使う色は3色が基本 —— 16
- EX 伝わる資料づくりの基本テクニック —— 18
 - 1章のまとめ —— 20

2章

理解度を高める図解のつくり方

- 01 複雑な情報を伝わりやすくする図解 —— 22
- 02 図解の基本パターン —— 24
- 03 最低限の装飾で強調が生きる —— 26
- 04 ワンランク上の完成度を目指して —— 28
- EX シンプルでわかりやすい図解づくりのために —— 30
 - 2章のまとめ —— 32

3章

説明なしでもわかるグラフ、表のつくり方

- 01 目的によってグラフは適切に使う —— 34
- 02 不要な線や情報は省いて直感的に伝わるグラフに —— 36
- 03 色や形を調整すると見違えるデザインに —— 38
- 04 表組は線を減らして視認性アップ —— 40
- EX 目的に合ったグラフ・表をつくるために —— 42
 - 3章のまとめ —— 44

4章 イラスト・画像を使うコツ

- 01 テーマに沿った画像を正しい位置に —— 46
- 02 トリミングで画像のクオリティをあげる —— 48
- 03 イラストはタッチを揃える —— 50
- 04 フリー素材の注意点 —— 52
- EX イラストや画像は正しく使おう —— 54
- 4章のまとめ —— 56

5章 A4一枚の企画書・提案書をつくる

- 01 なぜ「A4一枚」が効果的なのか —— 58
- 02 提案書の基本からさらに精度を上げる —— 60
- 03 流れを意識した渾身の一枚を作成する —— 62
- 04 一枚の中でメリハリをつけるテクニック —— 64
- EX 本当に伝えたいことだけA4一枚にまとめる —— 66
- 5章のまとめ —— 68

6章 プレゼン用スライドをつくる

- 01 スライドですべてを表す必要はない —— 70
- 02 これ鉄則! 「伝える事は一枚で1つ」 —— 72
- 03 重要なメッセージは12文字以内に! —— 74
- 04 図、グラフ、写真でイメージを喚起させる —— 76
- EX スライドづくりの基本をおさらいしよう —— 78
- 6章のまとめ —— 80

LESSON

01

デザインの基本は「揃える」こと

見やすい資料づくりの第一歩は、要素の整理整頓です。
要点が伝わり、見栄えのよい資料づくりには欠かせないポイントです。
そのコツは、意外なほど簡単なことなのです。

整理整頓で訴求力アップ

テキストや画像が適度にバラバラと置かれただけの資料の場合、その内容はほとんど頭に入っていないといっているでしょう。どこから読めばいいのかもわからないので、理解するために大変な苦勞を強いられます。資料は何よりもまず見やすさ、読みやすさがとても重要です。情報を整理し、全体のレイアウトをしっかりと考えることがとても大切なのです。**整理整頓された資料は相手にいい印象を与え、訴求力もアップします。**あまりに見にくい資料では、せっかくのビジネスチャンスを失いかねません。

では実際、整理整頓されたレイアウトとは、いったいどのようなものをいうのでしょうか。

デザインの知識は必要なし

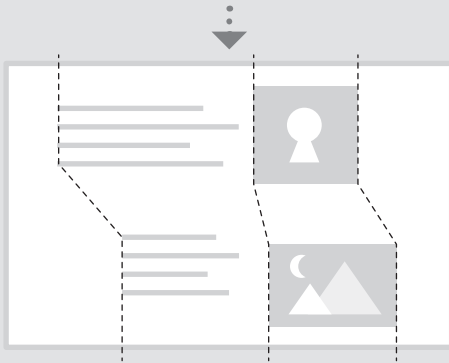
ポイントを一言でいえば、「揃える」ということです。まずはじめに、紙面上に基本となるガイドライン（見えない直線）をイメージします。その**ガイドラインをもとにテキスト・画像の頭やおしりを揃えて配置**します。基本的にはこれだけでOKです。

デザインの専門的な知識は必要ありません。ただ基本となるガイドラインに揃えてレイアウトするだけで、統一感のある好印象な資料へとバージョンアップするのです。まったくといっていいほど手間がかからず、それでいて大きな効果が期待できるので、必ず実践したい基本テクニックです。

揃え方としては、ビジネス資料に多い横組みの場合「左揃え・中央揃え・右揃え」の3パターン。これが基本となります。

【頭やおしりを揃える】

✕ 揃っていないレイアウト



間雲に配置

○ 揃ったレイアウト



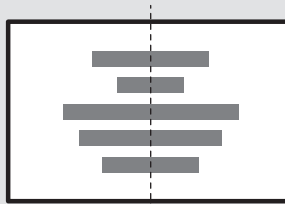
揃えて配置

POINT

揃え方の基本は3パターン



左揃え
(汎用性が高い)



中央揃え
(インパクト重視)



右揃え
(やや難易度が高い)

LESSON

01

目的によって グラフは適切に使う

資料に欠かすことのできないグラフですが
様々な種類があり、それぞれに得手不得手があります。
伝えたいデータに適したグラフ選びとは。

目的に合ったグラフ選び

データをわかりやすく示すために役立つグラフ。集計した数値をビジュアル化して、直感的に伝えられる便利なツールでビジネスシーンで使う資料には欠かせません。

ですが、逆にいえばそのグラフが適切に作成されていないと説得力はガタ落ちということにもなってしまいます。ご存知と思いますがグラフにはいくつかの種類があり、それぞれに向き不向きもあります。伝えたいデータにはどんなグラフが適しているのか。グラフ作成は、目的に合わせたグラフ選びから始まるのです。

各グラフの特徴

ビジネス資料でよく使われる代表的なグラフを3つピックアップしたので、各グラフの特徴をしっかりと把握しましょう。

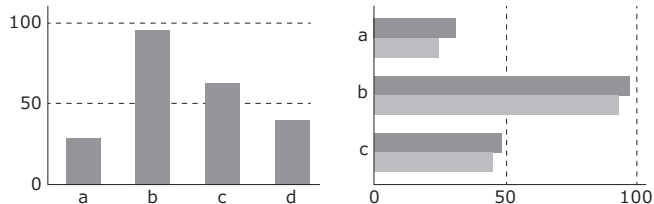
- 棒グラフ：量の増減や大小を表す
- 折れ線グラフ：時系列に沿って変化や推移を表す
- 円グラフ：全体の内訳や割合を表す

集計したデータの増減を伝えたい、推移を見せたい、割合を示したいなど、まず目的を明確にすることで、それに適したグラフがどれなのか迷うことなく選択できるはずです。データ内容を正しく伝えられるグラフを選びましょう。

【データ内容に合わせたグラフ選び】

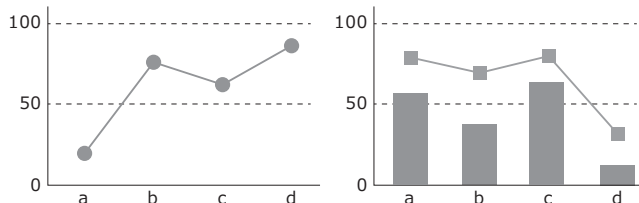
棒グラフ

増減や大小を表すのに適している。
各項目の差が視覚的に把握できる。



折れ線グラフ (棒グラフと組合せ)

時系列に沿って変化を表すのに適している。
棒グラフとの組合せで変化と増減を把握できる。



円グラフ

内訳や割合を表すのに適している。
構成比率などを視覚的に把握できる。

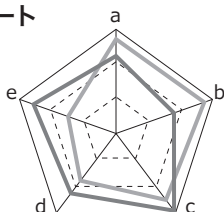


POINT

その他にもこんなグラフが

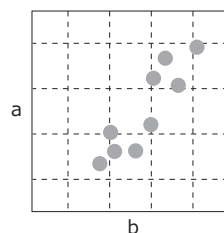
レーダーチャート

複数の指標を見比べるのに適している。



散布図

2種類のデータの相関を見るのに適している。



LESSON

01

テーマに沿った画像を
正しい位置に

文字情報だけの地味で堅苦しくなってしまった紙面に
リズムやメリハリを付加してくれる画像素材。
でも、その効果を十分に発揮する使い方はできていますか？

間違った使い方は逆効果

文章だけでは伝えきれない情報や、紙面がテキストばかりで味気ない場合などに役立つのが画像素材です。見栄えがよくなるだけでなく、情報を直感的に伝えることができるので資料づくりではとても重宝します。

ただし、使い方を間違えると訴求力にも影響を与えてしまうだけに、安易な取り扱いには注意しなければいけません。画像を扱う際のポイントを確認してみましょう。

効果的に見せるレイアウト

ビジネス資料は広告とは異なるので、伝えたいことを画像素材だけに語らせることはあまり効果的ではありません。やはり**画像と文字情報をセットで示すこと**によって、**相乗効果を発揮**します。画像と文字情報をいかにわかりやすくレイアウトできるかが、画像を扱う際の大きなポイントになるということです。

とはいえ、なにもインパクトのあるレイアウトが必要というわけではありません。単純に、画像と文字情報が1セットとわかるよう、**互いを近づけてレイアウト（グルーピング）**するだけで十分に見やすくなり、その効果を得ることができます。

特に、掲載する画像と文字情報のセットが複数ある場合にグルーピングは大事になってきます。情報が多くなると、それだけ文字情報と画像の組み合わせがわかりにくくなってしまいます。それぞれ画像と文字情報をはっきりグルーピングすると、視覚的な混乱も解消され、見やすく伝わりやすい仕上がりとなるのです。

【画像と文字情報は1セットごとに整理】

✕ 画像と文字情報が
バラバラでわかりづらい

○ グルーピングすると
整理されてわかりやすい

今年度から新工場が可動

2020年に富士山の麓に新工場が完成し、国内の生産率が40%アップしました。

東南アジアに初の支店

初めての海外支店として、東南アジアで現地スタッフ80名を採用しました。



今年度から新工場が可動

2020年に富士山の麓に新工場が完成し、国内の生産率が40%アップしました。



東南アジアに初の支店

初めての海外支店として、東南アジアで現地スタッフ80名を採用しました。



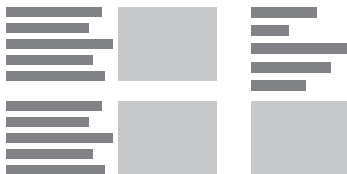
関連する画像と文字情報は近くに配置

画像と文字情報を複数掲載するとき、画像と文字情報それぞれをまとめてしまうと関連性がわかりづらくなってしまいます。画像と文字情報はセットにして整理すると、わかりやすいレイアウトになります。

POINT

イレギュラーなグルーピングは避ける

✕ 見にくくてわかりづらい



○ 直感的にわかりやすい



1分で伝わる 資料のつくり方

ワークブック

WORK BOOK



はじめに

ここまでのレッスンはいかがでしたか。1巻では「資料の骨格編」として、資料づくりの前提となる考え方や構成の仕方を、2巻では「資料の見せ方編」として、レイアウトや具体的なテクニックを学んできました。ひとくちに「資料づくり」とはとっても、全体の構成、文章の書き方、図やグラフの使い方など、考えるべき要素がとても多くあることがわかったと思います。

この講座で一貫してお伝えしてきているのは、「相手のことを考える」ということです。伝えたいことがきちんと相手に伝わるようにするためには、「よりわかりやすく、より見やすく」が基本となります。資料全体の骨格にしても、見せ方のテクニック一つにしても、そのすべての根本は「どうすれば、相手にとってわかりやすいものになるか」という考え方です。資料づくりの際、もし何かで壁にぶつかった時は、これを思い出してください。

さて、いよいよ最後の仕上げです。これまで学んできた資料づくりのスキルをしっかりと自分のものにするために、このワークブックに取り組んでいきましょう。より実践的な演習問題をいくつか用意しましたので、挑戦してみてください。もし難しく感じるようなら、もう一度テキストを見直してみましよう。復習し、自分なりに考え、課題にチャレンジしていくうちに、確実に資料づくりのスキルが身についていくはずですよ。

この講座で学んだ経験や身につけた知識を生かし、ぜひ、あなたなりの「よい資料」をつくって行ってください。

CONTENTS

Part1 演習問題

- 01 資料の構成を考えよう —— 6
- 02 資料のレイアウトを考えてみよう —— 12
- 03 図をつくってみよう —— 14
- 04 グラフをつくってみよう —— 18
- 05 A4一枚の資料づくりに挑戦してみよう —— 22
- 06 プレゼン用のスライドを考えてみる —— 24

Part2 解答例と解説 —— 30

Part3 付録

- 資料づくりを始める前のコンセプトシート —— 42
- 伝える要素(5W1Hで書き出し) —— 43
- 伝える要素(自由書き出し) —— 44
- 資料の構成 —— 45
- A4一枚の企画書・提案書のラフスケッチ(タテ版) —— 46
- A4一枚の企画書・提案書のラフスケッチ(ヨコ版) —— 47

テキスト学習を終えたら、このWORKBOOKに取り組みましょう。
Part1では実践的な演習問題に挑戦します。難しいと思ったら、テキストを見直しながらしっかり考えてみてください。
Part2にその解答例と解説があります。自分の解答と比べて何が違うのか、どこがポイントだったのかなど、もう一度復習してみましょう。
Part3は付録として、本講座で学んだ資料づくりの方法をシートにまとめました。アイデア出しや、考えをまとめる際に役立ててください。

EXERCISE

01

資料の構成を考えよう

ここでは1巻3章で学んだことを思い出しながら、資料全体の構成に挑戦してみましょう。下の設定を例として考えていきます。なお、Q1、Q5は第3回提出課題として出題されます。

設定

あなたは従業員数300名ほどのIT企業で、総務部に所属する若手社員です。来月予定されている役員向けの「年末社内プレゼン会」に部を代表して企画を提出することになっています。

会社が広く意見を募るのが目的ですので、そこまで詳細なプランは求められていません。ただ、社長や役員に直接意見を訴えられる数少ない機会です。実際にここから実現し成功した新しい事業などもあります。若手社員にとっては大きなチャンスですので、ある程度の具体的な提案をしたいところです。

提案

あなたが考えた企画は「社内BAR」の開設。会社の1階に複数の会議テーブルがある広いスペースがあり、そこを夕方以降にお酒が飲める場所にしたらどうかと考えました。

総務部で以前、社員アンケートをとったときに、「チームワークがあまり良くない」「飲みに誘いづらい」「他部署がどういう仕事をしているのかわからない」といったコミュニケーション不足に関する意見が多くありました。

すでに社内BARを導入している他社では「タダで飲める」「コミュニケーションが活発になった」「取引先との打ち合わせでも好評」など、かなり評判がいいと聞きます。同期や他部署の社員50人ほどに事前調査をした結果、9割が賛成でした。

注意点、どう運営するか、大まかな予算などある程度の案と、社内BAR開設によるメリットをうまく訴え、ぜひ実現に向けてGOサインをもらえるような資料の構成を考えてみてください。

Q1 まずは概要の確認です。設定からわかる情報を書き込んでください。

制作期限はいつか

資料の種類は何か

資料づくりの先にある最終的なゴールは何か

この資料で達成すべき目的は何か

伝える相手は誰か

その相手の特徴や注意すべき点（わかる方のみ）

伝えるべき最も大切なことは何か

Q2 この資料で伝える情報を、まずは5W1Hの方法で書き出してみましょう。

Why (なぜ=この資料をつくる目的)

What (何を=伝えるテーマ)

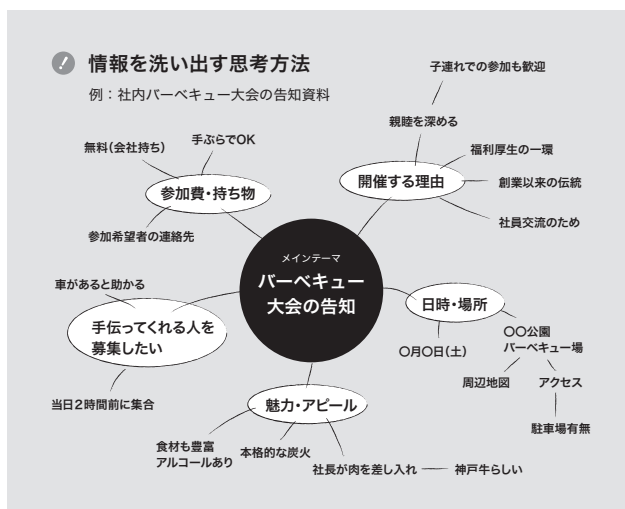
Who (誰に=対象相手や実行人物)

How (どのように=伝える手順)

When (いつ=実施時期やスケジュール)

Where (どこ=場所)

Q3 伝えることに抜けや漏れがないよう、さらに考えてみます。1巻3章のレッスン1で学んだ「情報を洗い出す思考方法」を参考に、思いつくまま図に書いてみましょう。



左の例のようにまずはメインとなるテーマを真ん中に書き出します。そこから思いつくままに、連想したことを線でつなぎながら書き足していきましょう。

Q3.解答欄

