

「見やすい資料」 作成のコツ

リモートワークの普及などにより、PCやタブレットで資料を共有する機会が増え、資料のわかりやすさが以前に増して重要になっています。見やすい資料を作成するための心構えと基本的な考え方を紹介します。

文字情報より視覚情報

経費申請の手順 | テキストで伝えた場合

1. 従業員が経費を立替えて支払います。
2. その次に、立て替えた費用に対して従業員は取引先から領収書をもらいます。
3. 領収書をもらった「経費精算書」を作成し、領収書も添付します。
4. 完成した書類を経理担当者に提出&申請し、経理担当者が確認します。
5. 内容に問題なければ承認され、規定日に経費を払い戻します。

作例①

伝える手段は、いくつかありますが、オンラインでは「音声情報」「視覚情報」「文字情報」の3つに絞られます。ビデオ通話では資料を画面共有していると「人の顔を見て話を聞く」よりも「資料を見ながら話を聞く」ほうが割合として高くなります。

オフラインでは使っていた「身振り手振り」「ものを使う」といったフィジカルな情報伝達はほぼ使えないため、資料に記載されている情報をずっと眺めながら話を聞くシチュエーションが増えます。

オンラインでは相手の閲覧環境

経費申請の手順 | 視覚で伝えた場合



① ものを買ったら領収書をもらう



- ② 領収書を添付して経費精算書を作成
- ③ 経理に提出後、規定日に払戻し

作例②

がわかりません。ノートパソコンなどの小さい画面で閲覧している人もいます。文字情報は閲覧環境によって少しぼやけたり、縮小されて読みにくくなったりします。

リアルの中でも画面との距離感によって読みにくくなる場合がありますので、文字情報が多くなる場合があるように注意し、なるべく視覚情報で理解できるようにデザインを心がけましょう。

たとえば「社員に経費精算の仕方覚えてもらうために社内説明会をする」といったシチュエーションを考えてみましょう。要点を

文章で書いてナンバリングした作例①と、図解で視覚的に説明した作例②を用意しました。

作例①については、内容理解のためには文章をすべて読み込む必要があり、全体的な流れの把握には時間がかかります。

対して作例②は、文章を読まなくても「従業員が何をすればよいのか」がわかるようになっていきます。視覚的な理解は読解よりも速い場合がほとんどです。

さらに図解を見ると、文章量も必然的に減ります。文章の多いスライドが数十ページにも渡れば、冗長な内容になってさらに読解に時間がかかったり、途中で心理的にしんどくなって読むのを諦める人が出てきたりします。せっかく詳しく書いても、読んでくれない、理解されない、といったことになってしまいます。

オンラインにおいて「資料を目で見ても意味がない」と思われてしまうと、最悪の場合、視聴者は別画面を開いて他の仕事をはじめてしまいます。リアルでは興味がないことが明白ですが、オンラインではプレゼンターはそれを感じ取ることができません。

相手都合で考える気づかいのデザイン

作例③

気づかいのないデザイン

忙しいからといって雑につくったり、自分がかっこいいと思って好みの装飾をしたり.....そういったつくり方をしていると見づらい資料ができあがってしまいます。「相手にとってわかりやすいかな？」という気づかいをしてデザインを考えましょう。



作例④

気づかいの気持ちを大切に



自分都合ではなく 相手都合のデザインに

色が見づらくないか？ 文字は読みやすいか？
フォントや図形を無意味に装飾して
何か意味があるのかと誤解させてないか？

わかりづらい資料には、次のような共通点があります。

- ・フォントの種類が何種類も使われている
- ・原色などの目に優しい色や文字が読みにくい色を使っている
- ・色の数が多すぎる
- ・図形の種類やサイズが定まっていない
- ・説明文が長く、改行や行間を整していない

これらに気をつける必要がありますが、そもそも心構えとして「相手にとってわかりやすいか？」という視点を持っていれば、これ

らの失敗に気づくことができます。

フォント・色・図形などの種類が多く、相手に余計な情報や誤解を与えていないか。相手が「見やすい」と感じそうな色を選択しているか。読むのに疲れてしまうような文章量になっていないか。こうした気づかいがあれば、自ずとフォント・色・図形は少なくシンプルになり、色も見やすいものを選択し、文章は簡素化されます。

「この装飾がかっこいいから」「仕事が忙しくてテキストにつくった」といった自分都合では、資料は見やすくなりません。

1スライド=1メッセージ

作例⑤

1スライドにメッセージが複数ある場合

1 Slide = 1 Message

全体のスライド枚数が多くなってもOK
1枚で1つのことをしっかり伝えることを大切に

情報は凝縮しよう

文章を短く、シンプルにできないか考えよう
同じ内容でも短い文章のほうが短時間で理解できる

ムダな要素を省こう

伝えたいこととは関係ない情報はノイズになる
無意味な日付、イラスト、社名などは削除しよう

なるべく視覚情報で伝える必要があると説明しましたが、文章を単に減らせばよいわけではありません。文章を分割するという方法も同時に考える必要があります。

1枚のスライドに伝えたいことを詰め込んでしまうと、「結局、何が言いたいのか」と伝えたいことがぶれてしまいます。

「伝えるべきメッセージは何なのか、いくつあるのか」を考えて、そのメッセージごとにスライドを分ける「1スライド1メッセージ」という方法をとりましょう。

1つのメッセージを伝えるため

作例⑥

1スライドに1メッセージだけにした場合

1 Slide = 1 Message

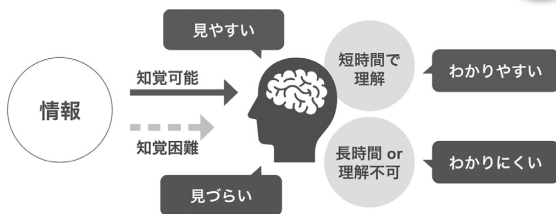
全体のスライド枚数が多くなってもOK
1枚で1つのことをしっかり伝えることを大切に

には、伝えたいことを一言で示すキーマッセージを考えます。キーマッセージで大枠の内容をつかませて、足りない情報は、図解や説明文で補足します。キーマッセージは大きめのフォントサイズで1〜2行でおさめましょう。

また、「1スライド1メッセージ」にすると、1つのスライドに余白が生まれますが、寂しいからと空いたスペースにイラストを挿入したりするなどムダな情報を入れられないように注意しましょう。メッセージを際立たせるためには、余白も重要です。

「見やすい」「わかりやすい」とは何か

「見やすさ」と「わかりやすさ」



作例⑦

見やすい、わかりやすいとはどのような状態かを理解すると、デザインを客観的に改善できます。

人間は目や耳などを通して外界からさまざまな情報を取得しますが、その情報が脳内で理解されるまでの経路で、「摩擦」が少なければ「わかりやすい」ということになりやす。摩擦が少ないというのは「情報が欠落しない」「時間が短い」という意味です。摩擦を減らすためには、次の2つのアプローチがあります。

1つは外見のデザインです。見た目をいかに見やすくするかという

「見やすさ」と「わかりやすさ」

外見のデザイン

- ・文字は認識できるか？
- ・図形は認識できるか？
- ・大事な部分はどこか？

見やすさ

中身のデザイン

- ・難解な単語はないか？
- ・ムダな情報がないか？
- ・短時間で理解可能か？

わかりやすさ

作例⑧

うアプローチです。資料を見ただけで、伝えたいことが「どこに書いてあって」「何が書いてあるのか」が誤解や欠落がなく判断できるビジュアル作成を目指します。

もう1つは中身のデザイン。情報をいかにうまく設計するかというアプローチです。

具体的には、**作例⑧**のように情報をストレートに理解しやすいように言葉を選ぶ

- ・たとえ話で想像しやすくする
- ・情報を与える順番を整理するなど、情報を加工したり設計したりすることが必要です。

不要な情報を削除しよう

必要な情報・不要な情報

重要 必要な情報・不要な情報とは

必要な情報は1単語でも削ると【正確性を失う情報】のこと。
逆に、不要な情報は削ったとしても【情報伝達に支障がない情報】のこと。
この不要な情報を削除することで必要な情報が際立ちます。

作例⑨



必要な情報・不要な情報

不要な情報は削除しよう

必要な情報 1単語でも削ると正確性を失う情報

不要な情報 削っても情報伝達に支障がない情報

作例⑩

まずは「悪いパターン」を覚えておいて、「自分が伝えたい情報にこれは必要か？」と自問自答するようにすれば、要不要の判断力が身につきます。不要な情報を散りばめた**作例⑨**と、それを削除した**作例⑩**を比較して、1つひとつ指摘していきましょう。

①見出し。タイトルにも同じことが書いてあります。②「重要」と書いた装飾。わざわざ目印をつける必要はなく、色付けや文字の大きさで表現すべきです。③「必」だけ大きいデザイン。かっこいいという理由以外に大きくする意味

がありません。④隅付きカッコ。色付けや下線で十分です。⑤日付。手持ちのPCやスマホで確認できます。⑥「第3回資料デザイン研修」といったイベント名。出席者はわかっていて参加しています。⑦著作権表示。表示がなくても著作権は保護されます（会社の方針で表示する場合は除く）。⑧イラスト。イラストに目がいって視線誘導の邪魔になるうえ、メッセージの補足情報にもなっていません。⑨円の背景装飾。文章の邪魔になり、視線が無意識に右下に誘導されてしまいます。