

レポート

2 研究報告・企画提案における 伝わるデザインと 見せ方について

(一財)和歌山社会経済研究所 研究員

春木 吉彰

はじめに

研究報告や企画提案、プレゼン等において、大抵の場合、報告書・企画提案書・スライドといった媒体を使って、研究成果や提案内容などの報告を行います。それは、話し手にとっても聞き手にとっても、視覚的なメディアが情報伝達の大きな助けになるからです。特に、研究という分野において、データを見て議論することは必要不可欠であり、情報をよりわかりやすく、そして正確に伝えるためには、視覚的なメディアは欠かすことができません。

デザインには、もう一つ、重要な効果が期待されています。それは、資料を作成する過程で、情報が整理され、資料の内容が洗練されるという効果です。デザインは本質的な生産性の向上をもたらすとともに、「より伝わる」「興味・関心をもってもらえる」「自分の考察やアイデアが洗練される」などの効果が得られ、研究内容の進展にとどまらず、コミュニケーションの円滑化、ひいてはグループや組織全体の発展につながると考えられます。

研究報告や企画提案等において有益な効果や結果が得られるよう、簡単かつ効果的にデザインの質を高めるための要件とポイントについて、基本的な要素(“原稿文”“レイアウト”“グラフ・文字・フォント”)別に、「サンプル例」を挙げ、具体的な手法やノウハウを紹介します。

1. 原稿文

①長くなってしまった本文

伝えたい情報やメッセージが文章として長くなってしまう場合は、一つの例として、3～5行程度の内容ごとの段落に区切ると読みやすくなります。文字間・行間・周りの余白を十分とり、横幅も控えめに区切るのがポイントです。

NG

私たちは、和歌山県および県内市町村、民間企業の出捐により設立された和歌山県唯一のシンクタンクです。研究員をはじめ役職員は和歌山県の企業・行政機関の職員で構成されており、和歌山に対する想いは誰よりも強く、和歌山を一番よく知っているシンクタンクであり、前例にとらわれることなく、高い志と情熱をもって、あるべき社会の実現に向け挑戦します。常に「お客様のための最善」を追求し、これまでに蓄積した知見と創造力を融合させることで、期待をこえる付加価値の提供に努めます。また、地域の発展を願い、各界のプロフェッショナルが集結し活動するシンクタンクです。多彩なメンバーからなる知の結束により、魅力ある知的集団を形成するとともに、お客様との対話を重視し、内外のネットワークを最大限に活用することで新たな価値を創造し還元します。

②説明が文章だけでわかりにくい、図表を活用

まず、原稿文の中で図表化できる部分がないかを探します。「手順」や「種類」などの説明は、文章で伝えるよりも表や図形にすると伝わりやすくなり、紙面もスッキリします。

NG

ツアーの参加方法については、まずご希望のツアープランを選択し、ネットから参加チケットをお申し込みください。後日、申込時の住所に参加チケットを郵送いたします。ツアー当日、参加チケットをご持参の上、各ツアーの受付窓口にて参加料をお支払いください。参加料はAツアー（山コース）の場合が¥3,300円、Bツアー（海コース）の場合が¥3,800となっております。

OK

私たちは、和歌山県および県内市町村、民間企業の出捐により設立された和歌山県唯一のシンクタンクです。研究員をはじめ役職員は和歌山県の企業・行政機関の職員で構成されており、和歌山に対する想いは誰よりも強く、和歌山を一番よく知っているシンクタンクです。

前例にとらわれることなく、高い志と情熱をもって、あるべき社会の実現に向け挑戦します。常に「お客様のための最善」を追求し、これまでに蓄積した知見と創造力を融合させることで、期待をこえる付加価値の提供に努めます。

地域の発展を願い、各界のプロフェッショナルが集結し活動するシンクタンクです。多彩なメンバーからなる知の結束により、魅力ある知的集団を形成するとともに、お客様との対話を重視し、内外のネットワークを最大限に活用することで新たな価値を創造し還元します。

OK

—— ツアー参加申込みについて ——



【*】参加料は当日、各ツアー受付窓口にてお支払いください。

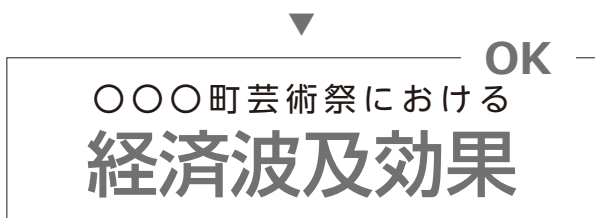
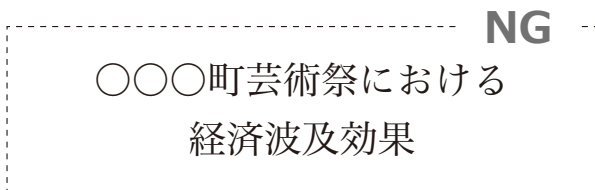
[参考] 平本 久美子 著 『やってはいけないデザイン』
株式会社 翔泳社

[引用] 一般財団法人 和歌山社会経済研究所
研究所案内

③タイトルや見出しを含む文章は“メイン”と“サブ”に分ける

一番伝えたいワードを“メイン”に大きく、その他は“サブ（説明）”として小さくまとめます。

タイトルや見出しは、そこで大体どんなことが書かれているかをガイドする役目を担っています。“タイトル・見出し”と“本文”についても思いきって大小・強弱の差をつけると効果的です。

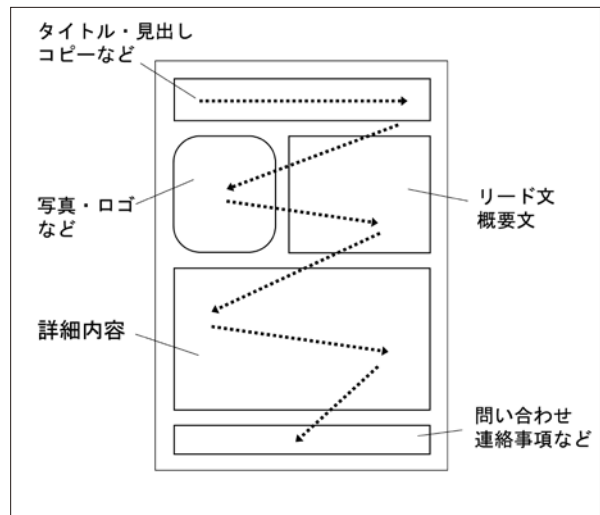


【参考】平本 久美子 著 『やってはいけないデザイン』
株式会社 翔泳社

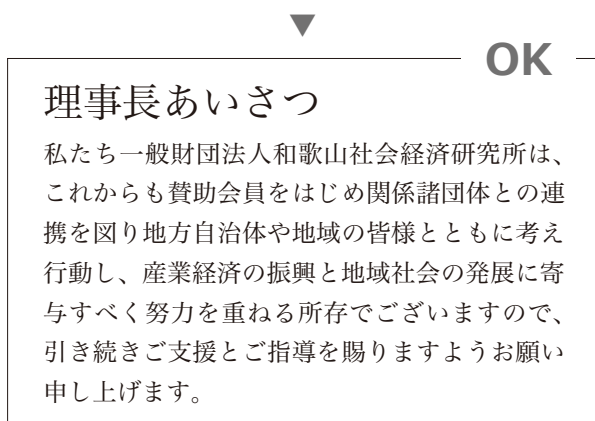
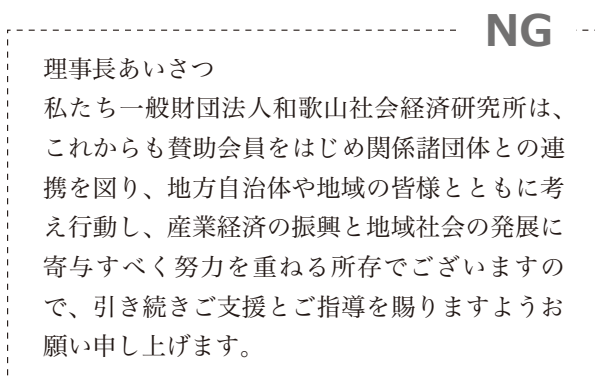
2. レイアウト

①レイアウトの基本は、「ブロック分け」から

まず、紙面をだいたいブロックに分割し、各ブロックに入れる情報の要点を整理します。重要度の高いものほど上部に、さらにヒトの視線（左→右）を意識し配置することで、情報の誘導効果が上がります。



【参考】平本 久美子 著 『やってはいけないデザイン』
株式会社 翔泳社

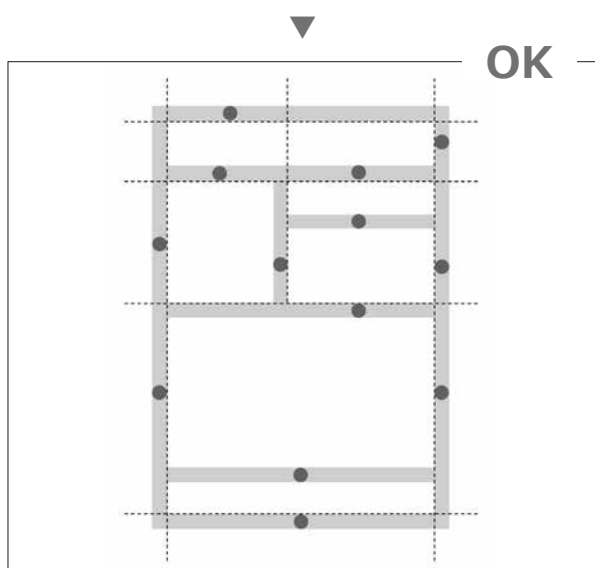
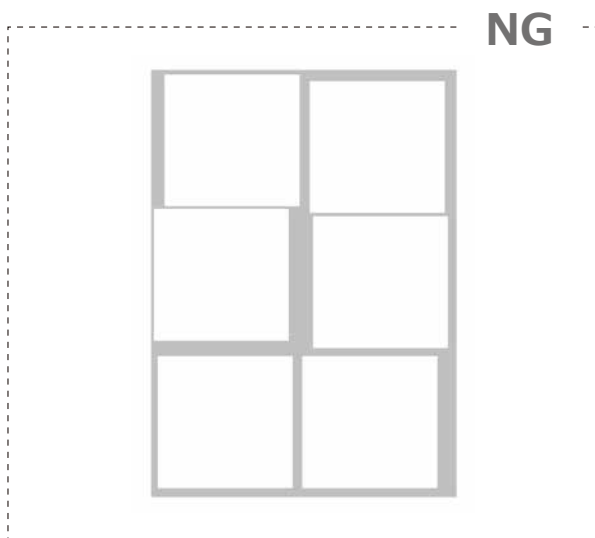


【引用】一般財団法人 和歌山社会経済研究所
外部向HP

②ブロックの大きさ・バランス、余白との関係性

ブロックの大きさを均一にしまうと内容がぼやけてしまい、どれも目立たないため、優先度や重要度によりブロックの大きさに強弱をつけます。さらに、ブロックのはしは、垂直水平のラインで整列させると、情報がきちんと整頓された印象になります。

ブロック間に余白をとることで、それぞれの情報がまとまり内容が把握しやすくなります。余白には、情報どうしが干渉しあうことを防ぐ“クッション”の役割があり、線や枠で区切らなくても、各ブロックが整理されスッ



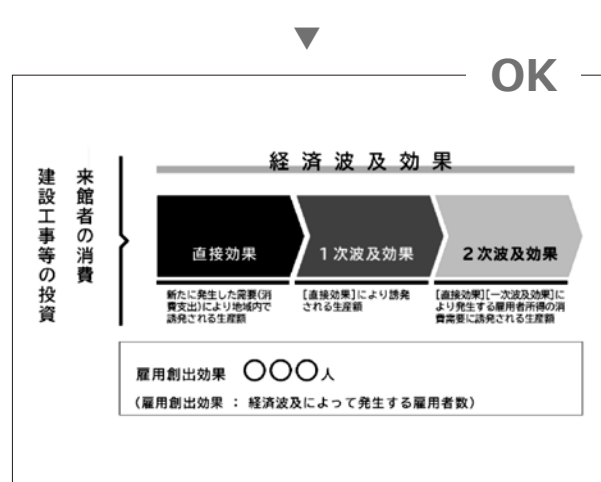
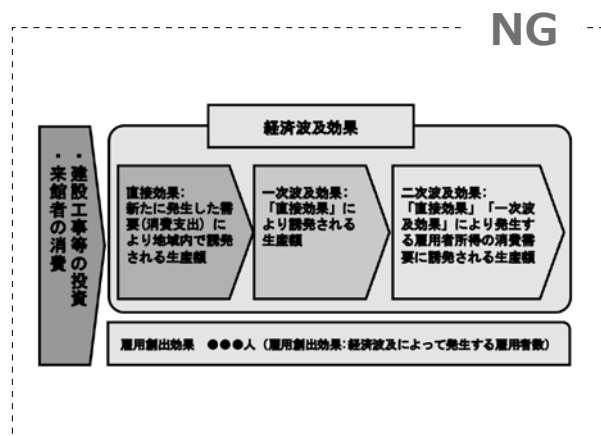
【参考】平本 久美子 著『やってはいけないデザイン』
株式会社 翔泳社

キリとした印象になります。さらに「ブロックどうし」の余白、「紙面はしからブロックまで」の余白についても幅・大きさを揃えるとより効果的です。

全体的に内容がギュウギュウ詰めだと窮屈な印象になり、肝心の内容が伝わりにくくなってしまうです。

③装飾や効果は控えめに

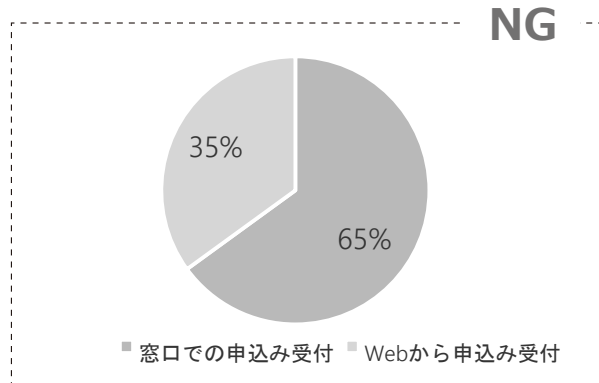
図形や表はなるべく「塗りだけ」「枠線だけ」ととどめ、「全て上下左右中央揃え」は避けます。せっかく整理した情報の重要度や関連性がわかりにくくなってしまいます。情報の誘導する方向を意識して、「枠の中で一方にずらす」や「図形の一部を欠けさせる」ことも効果的です。



3. グラフ・文字・フォント

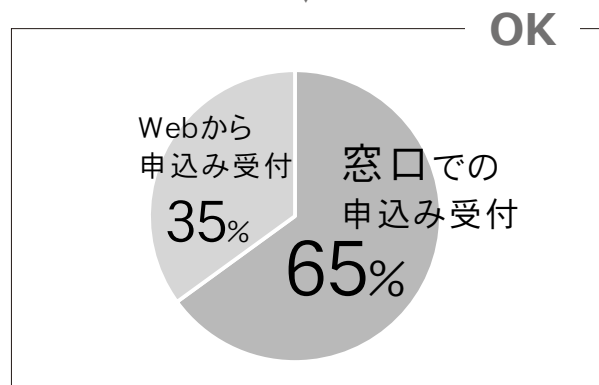
① グラフ／単位は小さく、数字・文字にメリハリ 凡例はグラフの中

情報を視覚的に伝えるためのグラフ。「単位は数値よりも小さく」「強調したいところとそうでないところにメリハリをつける」「凡例はなるべく数値の近くに置く」など グラフは余分な情報は省略し、構成要素をできるだけシンプルにします。



② フォントは適材適所

例えば、「長文（読む）」→明朝体系 「タイトルや見出し（見る）」→太字のゴシック体系 など ある程度適していると思われるフォントの種類や使い方はありますが、明確な規則があるわけではありません。各々の持つ印象やイメージがあるため、使う場所や使い方に注意が必要です。OSに標準搭載されている代表的なフォントをピックアップし、それぞれのイメージや印象、用途について下記の表にまとめました。



【参考】平本 久美子 著『やってはいけないデザイン』
株式会社 翔泳社

明朝体	繊細・優雅・上品	「繊細さ」「優雅さ」「上品さ」のイメージがある明朝体は、縦の線が太く、横の線が細いのが特徴。読みやすいため新聞や小説の本文によく使われます。	游明朝 BIZ UDP明朝 Medium など
ゴシック体	信頼感・安定感・カジュアル	ゴシック体は縦横の線の太さが均一の直線的な形で、「信頼感・安定感」「力強さ・元気」「カジュアル」といった印象を与えます。文章の見出しやタイトルに使われることが多いです。	BIZ UDPゴシック メイリオ 游ゴシック など
楷書体・行書体	伝統的・和風	楷書体、行書体は筆で文字を書いたようなフォント。明朝体と同じく線に強弱がありますが、特に「伝統的」「和風」なイメージです。書状の宛名や署名などによく使われます。	HG正楷書体-PRO HGP行書体 など
デザイン書体	個性・遊びどころ	その他「ポップなもの」「丸みがあってやわらかいイメージのもの」「かわいイメージのもの」逆に「強いイメージのもの」など。広告・チラシのポップやキャッチコピー、ポスターのタイトルなどによく使われます。	HGP創英角ポップ体 HGP創英プレゼンスEB HG丸JツクM-PRO など

【参考】オリジナル紙袋WEB HP『紙袋コラムレカPresents表現したいイメージに合わせて!フォント(書体)の選び方』

4. 社会の動きとデザインの重要性・役割

(なぜデザインが重要とされているのか)

ここまで、「簡単かつ効果的」という観点から、デザインの質を高めるための手法やノウハウについて基礎的なものをいくつか紹介し解説してきました。

「情報をデザインする」という行為は、一般社会においても重要な役割が期待され、注目されています。

①「伝えたいことが把握されやすくなる」

課題を解決するためには、まず相手方の求めていることを理解し、その上で「相手が何を（どんな情報を）求めているのか」を検討・整理することが重要です。その過程で提供しようとする情報の選択や、表現のブラッシュアップなどを経て、伝えたいことが正確に伝わり、把握されやすいデザインになります。

②「言葉だけでは伝えられないモノ（情報）を伝えることができる」

余白や文字組み、フォント、色、イラスト、画像など、これらは言葉ではありませんが、デザインを構成する重要な要素であり、様々な情報を伝えると同時に、感覚的なイメージや印象を与えることに大きな役割を果たしています。

③「ブランディングにつながる」

よいデザインを創造するということは、説得力のあるブランド形成につながります。ブランドが形成されると、価格や機能だけで選ばれるのではなく、「このブランドが好き」「このブランドなら安心」といった、いわゆる「ブランディング」につながります。

デザインは、人々が情報を知る上での重要な要素の一つであり、コミュニケーションの手段でもあります。ビジネスだけでなく社会全体でデザインが注目される理由がそこにあります。

近年、貧困や差別など、自分とは違う立場の相手に壁をつくってしまう対立構造である「分断」が社会課題となっています。その「分断」を解決する手段の一つとして、「多様な立場の人どうしが課題を共有し、協力して解決を目指す」という動きの中で、デザインの役割が注目されています。具体的には、環境や世の中の仕組みを改善することが求められているわけですが、既存のシステムや制度を見直し、持続可能な社会をつくろうとする活動は、「よく観察し、課題を見つけ、解決策を探る」というデザインの本質的なプロセスにも通じる部分があるのではないのでしょうか。

ー 参考・引用 文献（資料）ー

- chot.design HP『はじめてのデザイン～デザインの基本・考え方～』
<https://chot.design/concept-of-design/075fff526372/>
- ニューススイッチ newswitch by 日刊工業新聞社 HP『デザインはなぜ大切なのか？社会の動きから考える、デザインのはたらき、企業との関わり』デザイン評論家・柏木博氏インタビュー 2021年8月4日 <https://newswitch.jp/p/28205>
- オリジナル紙袋WEB HP『紙袋コラムレレカ Presents 表現したいイメージに合わせて！フォント（書体）の選び方』
<https://original-pb.net/column/image-of-typeface>
- ラプラス取説研究所 HP『情報デザインが求められる理由』 研究発表 1996年8月1日
<http://www.laplace-lab.org/report/report001.html>
- 平本 久美子 著『やってはいけないデザイン』 株式会社 翔泳社 2016年12月16日
- ウジ トモコ 著『簡単だけど、すごく良くなる77のルール デザイン力の基本』 株式会社 日本実業出版社 2019年8月10日
- PPOTP 著『PowerPointで何でも作る！神業パワポ』 株式会社 インプレス 2021年10月21日
- 一般財団法人 和歌山社会経済研究所 研究所案内
- 一般財団法人 和歌山社会経済研究所 外部向HP