

1 什麼叫做說明？

Key word
說明

要順利推動工作，就省不了簡報、以及用於報告或達成共識的資料。花了時間製作資料之後，應該都希望對方能仔細看，或是給出明確的評價。如果希望對方能照著我們的想法行動，就必須正確地進行**說明**。

讓對方照著我們的想法行動的說明

拼命說明，對方的反應也很冷淡的理由有可能是「要說明的內容沒說清楚」、「就算說清楚，說的方式也不足以讓對方採取行動」。

平常在說明事物的時候，必須注意三個步驟

- 1 說明與「傳遞」內容
- 2 讓對方「聽懂」內容
- 3 對方願意「採取行動」

自願自地說明資訊屬於「傳遞」，接著是讓對方「聽懂」說明的資訊，最後則是讓對方做出判斷與「採取行動」。

做生意的時候，必須讓對方採取行動才能締造想要的成果。在企劃案放入讓對方願意採取行動的強烈訊息，並且向對方「傳遞」這個訊息，對方才會主動「採取行動」。

若只是一味地強調自己的意見有多麼正確，或是利用一些花俏的表演引起對方共鳴，都不算是真正的「說明」。

在商場的「說明」就是「讓對方採取行動」的行為。



單方面的說明就只是「傳遞」資訊，所以必須在內容放入足以讓對方採取行動的強烈訊息。



當對方覺得「試試看好了」，才算是真的讓對方接受到訊息。

2 為了什麼製作資料？

Keyword
▼
目的

說明就是讓對方採取行動的行為，所以製作簡報、說明會資料、演講稿的**目的**也是為了「讓對方採取行動」。為了讓對方「購買商品」或是「投資」，就必須準備一份能讓對方認同的資料。

設定目標、構思故事

製作資料的第一步就是設定「最終希望對方採取何種行動」的終點。

在設定目標時，必須兼具「具體」、「明確」與「單行完成說明」這三個特徵。與終點有關的敘述越是具體，就越能在不知下一步該怎麼進行時，找出正確的方向。

決定目的這個「終點」之後，接著要構思一個將聽眾導向終點的故事。此時的重點在於描述現狀與理想，以及弭平兩者落差的内容。

現在遇到什麼問題，該做什麼才能解決問題的資訊屬於現況評估，而「最終可得到這個結果」的資訊屬於「理想」的部分。記得讓對方了解要實現這個理想，必須理解哪些事情以及要採取哪些行動。

上述的道理不僅能於企劃書或提案應用。只要懂得上述的道理，就算是只需說明事實的調查報告表，也能在對方徵求你的意見之際，立刻說明自己的想法。

將重點放在華麗的辭藻是無法達成目的。

製作資料的步驟

- 1 寫出目的
- 2 構思故事
- 3 導向終點



在資料置入將對方導向終點的故事

11 注意版面率與圖版率

Keyword

版面率/
圖版率

編排就是**版面設計**，即決定文章與圖版要各佔多少面積的作業。一般來說，都會先設定版面，再將要傳遞的資訊元素配置在版面。周邊的留白多寡也會改變版面的印象。

利用版面率調整印象

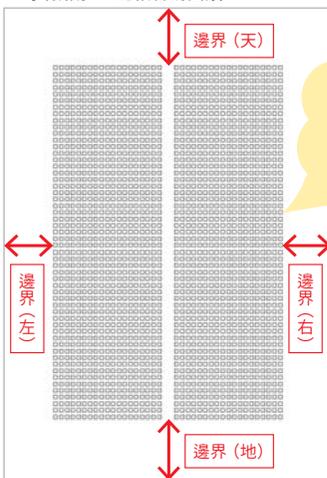
除了配置章節標題的**柱（標題空間）**、代表頁數的**頁碼**、以及常於字典看到的**索引**，配置文章與圖版的位置就是版面。版面的留白（**邊界**）越廣，版面就越窄，而版面佔整個頁面的比例就稱為**版面率**，頁面給人的印象也取決於版面率。

版面率越低的版面編排意味著周圍的留白較寬，也給人較為沉著的感覺，此時頁面的資訊比較少、文章的分量也比較少，比較能降低閱讀者的心理負擔。

版面率較高的版面編排則因為塞了比較多的資訊，所以給人熱鬧與活潑的印象。如果要使用圖版，通常會讓圖版大一點，此時頁面會變得比較有動感，但文字一多，整個版面會變得很緊湊。這種版面比較適合重視意境的簡報資料。

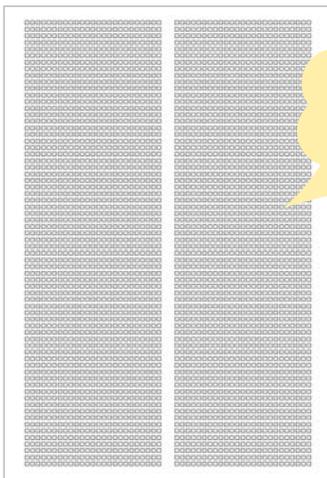
版面的位置也會讓人有不同的印象。舉例來說，位於下方給人比較穩定的印象，位於上方則能營造輕快、俐落的印象。由此可知，版面率是決定頁面個性的重要元素。

- 版面率較低的編排方式。
字數較少，比較容易閱讀



印象
▼
溫和
悠哉
沉穩
洗鍊
高雅

- 版面率較高的編排方式。
資訊較多，元素的密度較為緊湊



印象
▼
熱鬧
活潑
開心
氣勢很強

13 了解設計的基本原則

Keyword
▼
基本原則

所謂的版面編排就是在釐清設計的目的之後，思考文章或圖版該配置在「何處」，又該「如何」配置的作業。基本上，設計有對齊、鄰接、強弱、反覆這四個原則。學會這四個技巧，就能簡單明快地傳遞訊息。

對齊元素，讓元素變得簡潔

編排版面時，最先該注意的就是「對齊」，也就是讓複數的文章或圖形對齊。

舉例來說，只要文章的起點是固定的，讀者就能輕鬆地一直閱讀下去。相同種類的圖形若是依照規則排列，讀者就會以為這些圖形屬於同一群或是同一類。

對齊元素可讓頁面更加穩定，也能讓讀者覺得版面很簡潔穩定。

換言之，對齊元素的目的不只是为了美觀，更是為了突顯元素之間的關係。

● 對齊這些元素！！

- 對齊文章的起點
- 統 圖形的高度
- 對齊圖形的垂直與水平位置
- 統 圖形的大小、形狀與顏色
- 統 元素的間距

■ 完美地對齊

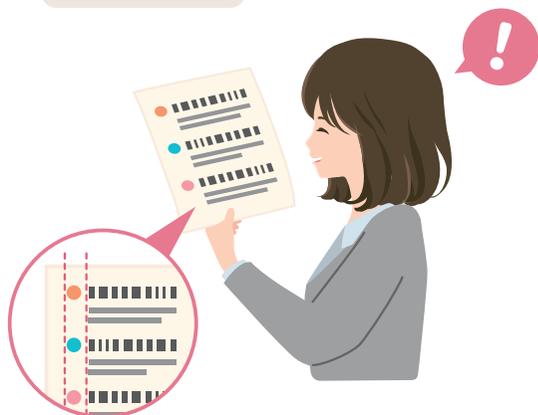
請讓文章、圖形、照片、插圖以及所有資訊元素對齊。

對齊的重點在於

一公釐的誤差都沒有，完美地對齊。

哪怕元素只有一點點沒對齊，看起來都會覺得很礙眼。所以該對齊的時候，就要「完美地對齊」。

正確對齊元素，
訊息就會變得鮮明



17 了解顏色的基本知識

Keyword
顏色的
三種屬性

顏色在版面設計擔任了非常重要的角色，也會左右讀者的心理，所以「顏色也是一種資訊」。在設定配色時，絕對不能不知道的就是顏色的三種屬性。讓我們一起澈底了解色相、明度與飽和度。

RGB 色彩與 CMY 色彩

雖然我們身邊充斥著無數種顏色，但所有的顏色都是由稱為三原色的基本色組成。顏色的三原色分成色光三原色與色料三原色這兩種。

色光三原色是由 **R (Red)**、**G (Green)**、**B (Blue)** 這三種顏色組成，這也是電視與電腦螢幕使用的色彩系統。這三種顏色會越混合越明亮，假設這三種顏色都以 100% 混合，就會組成白色。

色料三原色則由 **C (Cyan)**、**M (Magenta)**、**Y (Yellow)** 這三種顏料組成，是印刷品使用的色彩系統。這三種顏料會越混合越暗沉，若全部都以 100% 混合，就會混出深濃的灰色。

此外，商業印刷為了呈現更紮實的黑色，會再加入 **K (Black)** 這種印墨，也就是利用四色油墨進行印刷。

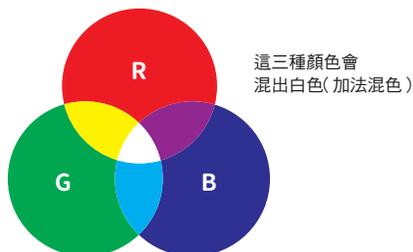
■ 指定顏色的方法

舉例來說，要在版面使用紅色時，可如下利用數值指定。

RGB 色彩：R255 / G0 / B0

CMY 色彩：C0% / M100% /
Y100% / K0%

- 由 RGB 組成的色光三原色 (RGB 色彩)



- 由 CMY 組成的色料三原色 (CMY 色彩)



- 下列是 RGB 色彩的範例。文案與下方的圖形都是「R243 / G22 / B51」的顏色。依照照片拍攝主體的部分顏色設定顏色，就能創造整體性。



18 了解配色的基礎

Keyword
▼
配色

顏色可撼動人類的情緒，所以可讓主旨更順利地傳遞或是增強震撼力。在思考**配色**時，請根據內容挑出適當的顏色。了解顏色的性質再挑選顏色，就能讓內容更加容易閱讀，也更有說服力。

了解顏色的印象

每種顏色都有屬於自己的印象與功能，舉例來說，紅色讓人覺得熱情、能量滿滿，藍色讓人聯想到天空、海洋與清爽。若是與植物、戶外有關的內容，選用代表「自然」、「環境」的綠色，效果會比較顯著。

了解顏色代表的印象，就能想到許多配色的方法。

在為客戶進行簡報時，可試著以對方公司的企業色彩作為配色的核心，如果是自家商品的銷售資料，當然不能少了商品的重點色。

編排商業資料時，必須用具有**辨識性**（參考 52 頁）的顏色與字型。

顏色的印象

顏色	正面印象	負面印象
紅	熱情、富有活力	危險、花俏
藍	清潔、冷靜	冰冷、寒冷
水藍色	清爽、清純	幼稚、冰冷
橙色	活潑、快活	躁動、低俗
黃色	開朗、躍動	輕率、情緒不穩定
綠色	爽朗、平和	不成熟、平凡
紫色	高雅、優雅	孤獨、不祥
粉紅色	溫柔、女性的	幼稚
灰色	沉穩、內斂	陰暗、暗沉

● 背景是黃色、文字是黑色的範例（便宜、輕薄、注意）



● 背景是綠色、文字是白色描邊文字的範例（自然、環保、平和）



● 背景是紅色、文字是鏤空白色的範例（熱情、興奮、危險）



● 背景是水藍、文字是白色描邊文字的範例（爽朗、清涼）



23 該選擇明體還是黑體？

Keyword

辨識性/
可讀性

一般來說，文字較多的資料可使用明體，投影片這類重視效果的資料可使用黑體，但這不是唯一準則。根據用途及版面的編排選擇最適當的字體才自然，讓我們一起尋找最能提升說服力的字體。

辨識性、可讀性、判讀性

要讓文章的意思原封不動地傳遞給讀者，就必須重視**辨識性**、**可讀性**與**判讀性**。所謂的辨識性是指文字的形狀容不容易辨識，可讀性則是文字是否容易閱讀，判讀性則是文字是否容易了解。

職場的資料通常可分成兩種，一種是「讓人閱讀的資料」，另一種是「讓人觀賞的資料」。前者的文字通常比較多，所以比較適合使用可讀性較高、筆畫較細的字體。

另一方面，讓人觀賞的資料則需要引起讀者興趣的小標或關鍵字，所以比較適合使用辨識性較高、筆畫較粗的字體。

選擇明體的情況

筆畫較細的明體給人一種認真的印象，所以希望讀者仔細閱讀文章時，選擇可讀性較高的明體比較好。

不過，如果還是需要營造一些張力的話，可透過「放大字型」、「拉寬大型文字之間的字距」、「選用筆畫較粗的字型」這些方法提升辨識性。

選擇黑體的情況

筆畫粗細均等的黑體是結構簡單又吸睛的字體，所以標題、圖說若採用這種字體，辨識性會提升不少。

要注意的是，如果字型太小，整個字會糊在一塊，所以請選擇筆畫較細的種類。

✘ 在字數較多時使用筆畫較粗的字體，會讓整篇文章黑成一片（HG Gothic E）。

共同紅點服務的現狀

いまや広く浸透しているポイントサービス。買い物をして貯まったポイントが次回購入の際の割引に利用できたり、プレゼントと交換できる付加価値サービスです。近年は、チェーン店をはじめとした複数の店舗で利用できる共通ポイントサービスが人気です。

共通ポイントサービスの大きな特長は、特定の企業やグループだけでなく、業種業態の垣根を超えて提携先の企業間で利用できる点。企業にとって、これを有効なツールとするには、市場拡大と普及率アップが欠かせません。

今後は、提携先の業種業態を増やすことでさらなる普及を促し、積極的な告知をして共通ポイントサービスの認知度を高めていく必要があります。さらに、サービスを導入している企業間の相互顧客化や、ネット顧客からリアル店舗へと誘導し、売上増加を図る施策も必要になるでしょう。また、ビッグデータを使って、潜在ニーズの分析や消費性向の予測を行うのも検討事項になります。

✘ MS Gothic 與 MS 明朝體的文字比較沒那麼漂亮。設定成粗體字也會糊成一塊，所以最好不要使用（MS Gothic）。

共同紅點服務的現狀

いまや広く浸透しているポイントサービス。買い物をして貯まったポイントが次回購入の際の割引に利用できたり、プレゼントと交換できる付加価値サービスです。近年は、チェーン店をはじめとした複数の店舗で利用できる共通ポイントサービスが人気です。

共通ポイントサービスの大きな特長は、特定の企業やグループだけでなく、業種業態の垣根を超えて提携先の企業間で利用できる点。企業にとって、これを有効なツールとするには、市場拡大と普及率アップが欠かせません。

今後は、提携先の業種業態を増やすことでさらなる普及を促し、積極的な告知をして共通ポイントサービスの認知度を高めていく必要があります。さらに、サービスを導入している企業間の相互顧客化や、ネット顧客からリアル店舗へと誘導し、売上増加を図る施策も必要になるでしょう。また、ビッグデータを使って、潜在ニーズの分析や消費性向の予測を行うのも検討事項になります。



○ 筆畫較細的歌德體擁有較高的可讀性，字數再多也不會讓讀者讀得很累（游 Gothic）。

共同紅點服務的現狀

いまや広く浸透しているポイントサービス。買い物をして貯まったポイントが次回購入の際の割引に利用できたり、プレゼントと交換できる付加価値サービスです。近年は、チェーン店をはじめとした複数の店舗で利用できる共通ポイントサービスが人気です。

共通ポイントサービスの大きな特長は、特定の企業やグループだけでなく、業種業態の垣根を超えて提携先の企業間で利用できる点。企業にとって、これを有効なツールとするには、市場拡大と普及率アップが欠かせません。

今後は、提携先の業種業態を増やすことでさらなる普及を促し、積極的な告知をして共通ポイントサービスの認知度を高めていく必要があります。さらに、サービスを導入している企業間の相互顧客化や、ネット顧客からリアル店舗へと誘導し、売上増加を図る施策も必要になるでしょう。また、ビッグデータを使って、潜在ニーズの分析や消費性向の予測を行うのも検討事項になります。

24 整頓混在一起的中文與英文

Keyword
▼
字體混用

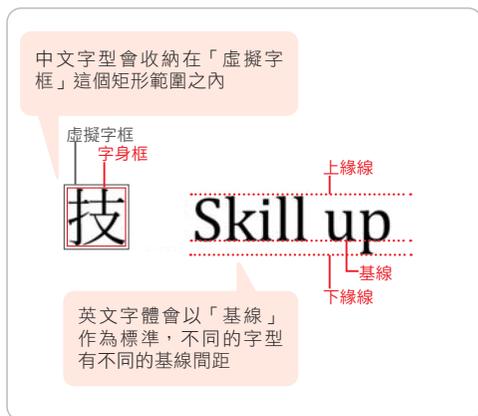
工作資料幾乎都是日文與英文混合的資料，不管是文章、段落、小標、圖說，經常是中文與英文混合的情況。雖然中英文混合的情況這麼常見，但如果能注意到這點，就有機會讓頁面變得更有品味與容易閱讀。

中文與英文的位置不同

要同時使用中文與英文時，必須考慮文字的位置。一如前述，中文與英文在字型的設計上不同，所以要注意這兩種文字在行內的位置（高度）是否一致。

中文字體會以虛擬字框的中心點對齊，英文字體則是以基線對齊，不過，虛擬字框的下方與基線不在同一個位置，而且各種英文字體的基線也不一定是在同一個位置，所以當中文與英文混雜的時候，文字的位置（高度）就會無法對齊，形成高低起伏的現象。

- 在一個文字方塊出現中文與英文的情況



組合相容性較高的文字

雖然會發生高度不一致的情況，但不需要每一字每一句都調整，只需要注意下面這些重點，選出「相容性較高的字型」，就能讓文章變得很漂亮。

① 了解選擇字型的基本知識

- 中文使用中文字型，英文選用英文字型。將句子的英文單字分別設定為英文字型。
- 英文字母與數字使用半形字元，不要使用全形字元。
- 英文的話，不要使用可讀性較低的等寬字型（參考第 57 頁）。

- 將英文設定為中文字體，會覺得字距太寬。



- 英文選用英文字體，看起來才漂亮。



34 利用較大的尺寸強調俐落感

Keyword
強調

不管是文章還是照片，要**強調**特定元素時，基本上就是放大該元素。放大要強調的詞彙，就是讓重要性較低的元素縮小。適當強調的元素可增加張力，也是製作者展現需求與自信的設計。

只讓單一部分放大

如果所有的元素都是一樣的大小，整個版面的確很有整體性，但也顯得很無聊，而要解決這個問題，最簡單的方法就是將單一部分放大，強調該部分。就算只是將標題放大，也能直接了當地傳遞標題本身的意義與氣氛。

放大元素的用意在於「讓讀者瀏覽」，而不是讓「讀者閱讀」，這能讓讀者一瞬間掌握大致的意義或印象，所以非常適合於商業資料備。

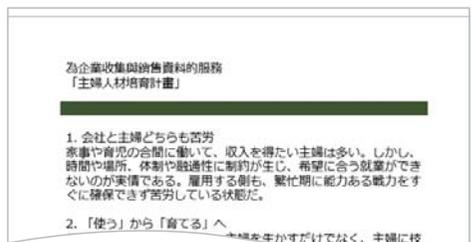
如果能讓讀者第一眼就看到標題，後續就能順利引導讀者到內文。要注意的是，如果強調了所有元素，就等於什麼都沒有強調了。

賦予圖片魄力

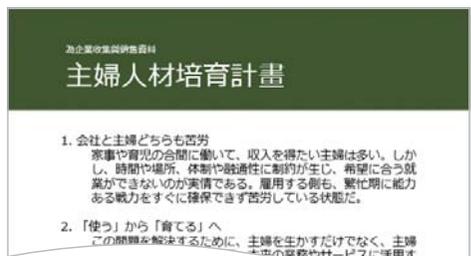
置入面積較大的照片能強調照片本身的意象。就算只有一個具有震撼力的元素也能吸引讀者的注意力。這是常於手冊或雜誌使用的手法，建議大家可以多多模仿。

這時候若能在照片放入說明主旨的標題或文句，就能打造內容簡單易懂的版面。面積較大的照片是「誘餌」，也是讓讀者閱讀內容的手段。

✘ 文字大小都一樣時，顯得單調無聊。



○ 當標題變得清晰可見，就能將讀者誘導至內文。



● 大張照片與適當的標題能賦予頁面魄力



Example 利用大張照片強化意境

種類 ▶ 提案

重點 ▶ 營造魄力

對應軟體 ▶ P

Before

雖然簡潔，
卻很無聊與枯燥

下面是引言、照片、開場白排列整齊，看起來非常俐落的版面，但 點都不有趣，而且很枯燥，很難讓讀者印象深刻。由於是介紹公司的事業，當然要讓讀者 眼就了解「這是什麼樣的公司」。

After

利用大膽的構圖顛覆單 性，
創造畫面的震撼力

下面的範例調整了照片的大小，讓資訊有了強弱之分。只是將 張照片放大，就讓版面從單、沉穩的質感變成魄力十足的質感。將文字放在照片上面時，記得選擇構圖較空曠的位置。

利用最新的技術讓人與社會產生相關性

私たちが提供する製品は、なかなか目に触れる機会がありません。しかし、皆さんの身の回りには、確実に私たちの技術とサービスが活け込んでいるのです。生活に役立つ価値を創造する。それが当社の使命です。私たちは“人と社会を結ぶ”テクノロジーで未来を切り拓いています。



光ファイバーを中心とした高品質で高性能な情報通信機器を開発・製造・販売しています。インターネットとモノがつながるIoTの世界を実現します。

- ▶ 光ファイバーケーブル
- ▶ 光コネクタ/接続部品
- ▶ 光応用機器



自動車に組み込まれる電装部品や電子部品を提供しています。何百という電子部品が使われる最新車の安全と安心の一翼を担っています。

- ▶ 自動車電装部品
- ▶ 自動車用OS



電子部品と伝送技術でデジタル社会のインフラを構築しています。ハードの供給から運用までをワンストップ・ソリューションで提供できるのが当社の強みです。

- ▶ 産業用電線
- ▶ 配電機器

利用最新の技術讓人與社會產生相關性

私たちが提供する製品は、なかなか目に触れる機会がありません。しかし、皆さんの身の回りには、確実に私たちの技術とサービスが活け込んでいるのです。生活に役立つ価値を創造する。それが当社の使命です。私たちは“人と社会を結ぶ”テクノロジーで未来を切り拓いています。

- ▶ 光ファイバーを中心とした高品質で高性能な情報通信機器を開発・製造・販売しています。インターネットとモノがつながるIoTの世界を実現します。
- ▶ 光ファイバーケーブル
- ▶ 光コネクタ/接続部品
- ▶ 光応用機器

自動車に組み込まれる電装部品や電子部品を提供しています。何百という電子部品が使われる最新車の安全と安心の一翼を担っています。

- ▶ 自動車電装部品
- ▶ 自動車用OS

電子部品と伝送技術でデジタル社会のインフラを構築しています。ハードの供給から運用までをワンストップ・ソリューションで提供できるのが当社の強みです。

- ▶ 産業用電線
- ▶ 配電機器

縮小內文的文字，藉此強調照片

調整照片大小，營造畫面張力

36 利用不同的跳躍率強化訴求

Keyword
▼
跳躍率

要讓元素產生差異，打造令人印象深刻的版面，就必須先了解何謂「跳躍率」(Jump率)。跳躍率越高，版面就更活潑，更有魄力，跳躍率越低，版面則顯得越沉靜、高雅。跳躍率是決定頁面第一印象的設計技巧。

利用跳躍率調整呈現方式

跳躍率指的是文字與圖片的大小比例。跳躍率的高低可營造對比，讓人對頁面印象深刻。跳躍率越高時，頁面的躍動感越強烈，跳躍率越低則顯得越沉靜與高雅。

體育報紙的大標題、資訊雜誌的小標題都為了吸引注意力而調高了跳躍率，而以閱讀活動為主的小說則為了營造沉浸感而調降了跳躍率。

就算只是調整文字的大小，也能控制頁面的印象。假設文字的大小差異高達5~10點，就能營造張力與強化訴求。

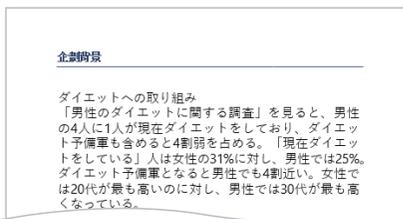
實際作業時，可根據字數、版面大小、留白與內容的整體性，突顯元素的對比。

長篇大論的小標應調高跳躍率

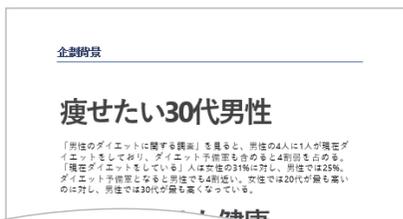
說明資料這類以文字為主體的文件通常會使用很多個小標，藉此將文章拆成好幾層。比起調降跳躍率，營造正式的感覺，不如調高章節小標的跳躍率，替頁面營造張力，這麼一來，整體架構就會變得很俐落，也能清楚地傳遞故事與架構。

此外，就算跳躍率較低，只要在元素周圍保留大片留白，一樣能提升元素的辨識性與吸引讀者的視線。

- 所有文字的大小都一樣，跳躍率也很低，所以頁面給人高雅沉靜的印象。



- 小標的跳躍率較高。與內文的差異非常明顯，也營造了魄力。



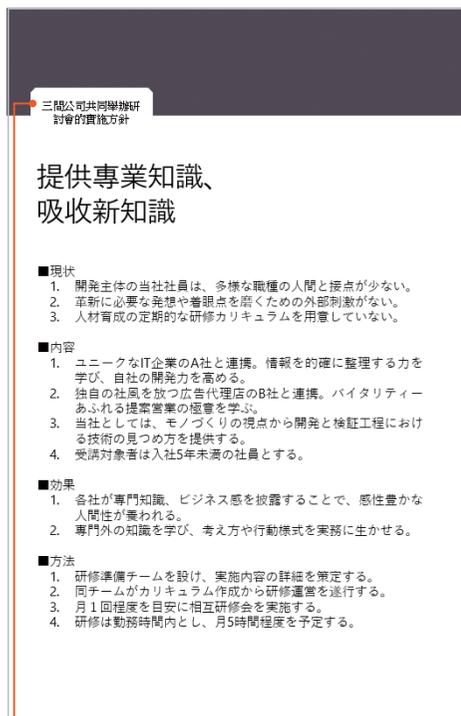
- 調高跳躍率之後，章→節→項的階層架構就變得非常清楚，也變得非常容易閱讀。





經典的上方色帶能營造
滿滿的穩定感、安心感

下面的範例在頁面上方置入了水平色帶。光是置入這條色帶，整體就變得紮實許多，這還真是令人覺得不可思議。這個範例還製作了索引的部分，營造了對比，讓讀者自然而然地望向版面中央。如果是好幾頁的資料，可適當地追加索引部分，營造頁面的整體性。

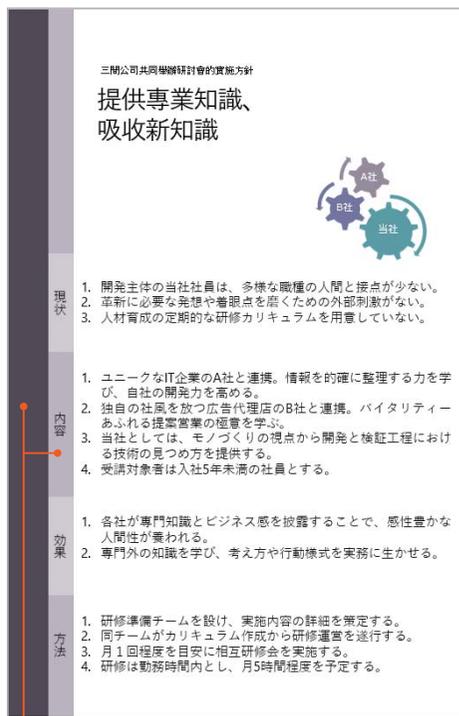


利用圓角矩形製作索引



利用第二條垂直色帶
區分內容的項目

這個版面的屋脊就是左端的深色垂直色帶。在這條色帶的右側新增另一條色帶，再將四個小標放在上面，藉此區分提案內容的項目。讓所有的文字靠著垂直色帶對齊之後，整份提案也變得工整單純。



左側第一條垂直色帶突顯了內容的每個項目