

2026



元祖！

ワンペーパーで 伝えるテクニック

1枚型
説明資料の
作り方

働き方改革の時代 —

「読みやすい」「読みなくなる」「短時間で伝わる」「ストレスのかからない」

「伝えたい事柄を1枚の紙にまとめよ」という発想は、民間に始まったものです

が、やがて国の省庁に伝播し、それが都道府県庁に降りてきて、

今後は市区町村レベルにも浸透していくだろうと言われています。

| | |
|-----------|---------|
| Attention | 注意を引く |
| Interest | 関心を呼ぶ |
| Desire | 必要性を訴える |
| Memory | 記憶に刻み込む |
| Action | 行動を促す |

本研修は、A I D M Aの法則*を働かせた、「読む人にとってストレスの少ない1枚型説明資料作りのノウハウを学ぶと同時に、それを関係部局または地域住民に対し、口頭でわかりやすく説明するための手法を習得することを目的にしています。



オフィス J. corporation

2026 ワンペーパーで伝えるテクニック(半日コース)モデルプログラム

※ 進行の都合上、プログラムの順序などは入れ替えることがあります

| 項目 | 補足 |
|---|---|
| <p>1. 基礎講義</p> <p>(1) 説明資料に求められるもの</p> <p>(2) 庁内資料と対外文書作成で注意すべき点</p> <p>(3) ネガティブの解消型とポジティブの拡大型</p> | |
| <p>2. 説明資料作成のポイント</p> <p>(1) ワンペーパー型説明資料の長所と弱点</p> <p>(2) SDS法とWhole-Part法</p> <p>(3) センテンスの圧縮と1文の平均文字数</p> <p>(4) 箇条書きは万能ではない。便利だが訴える力は強くない</p> <p>(5) ホワイトスペースは手抜きに非ず、積極的に確保を</p> <p>(6) リードの役割と要約のポイント</p> <p>(7) 磁力の弱い単語系見出しと 磁力の強い文章系見出し</p> <p>(8) デザイン自由度の高い2段組み</p> <p>(9) どこを“読ませ”、どこを“見せる”か ——効果的な視線誘導と可動範囲</p> <p>(10) 読み進む方向に図表を配置</p> <p>(11) 文字のメリハリ、ビジュアルのメリハリ</p> <p>(12) 長体と平体</p> <p>(13) 若い人ほど多用したがる傾向の「文字装飾」は控えめに</p> | <p>○ SDS法とWhole-Part法 SDS法とは「Summary→Details→Summary」の頭文字を取ったもので、「結論または総論を先に」という考え方。Whole-Part法とは「全体から部分へ」という考え方。いずれも起承転結の逆</p> <p>○ ホワイトスペース ホワイトスペースとは余白のこと。余白があることで、余裕のある情報処理につながり、余白がなくなると、情報処理の余裕がなくなり、文字を読み飛ばしやすくなる</p> <p>○ リードの役割と要約のポイント 「リード」とはいわゆる導入文のこと。タイトルと本文の橋渡しをする、通常150～200字の小文。紙資料がダウンサイジング傾向の中、要約のスキルを高めることは極めて重要となる</p> |

中間休憩

3. 個人ワーク
説明資料の
原案(叩き台)作成

完成形イメージ

4. 成果物の説明と
相互評価

最初の1分で
成果物を回覧
↓
3分の言葉による説明

5. 総括講義

- タイトル～「具体」と「抽象」の組合せ
- テーマの1行化ほか

左記で、あえて「原案(叩き台)作成」と記したのは、講義時間の制約上、《内容を詳述した完璧な説明資料》の作成は困難と考えるからです。ワークを通じ、説明資料づくりのエッセンスを学び取っていただきます

○個人ワーク 説明資料の原案作成

事前課題で揃えた素材（各種資料やグラフ、表、写真など）をもとに、説明資料の原案（叩き台）を作成する

【事前課題例】

- 空き家問題を考える
- 超高齢化社会問題を考える

どちらか選択

▼それぞれのテーマを「どう捉え（どう踏まえ）」
「どう解決を図るべきか」——を100～150字で記述

▼下記の収集

- テーマに関する文字資料
(書籍、新聞、インターネット等々) 1点
- テーマに関するグラフ類 1点
- テーマに関する図表類 1点
- テーマに関するイラストや写真類 1点

「伝えた」から「伝わる」とは限らない

“伝えたい事柄”を網羅したことに満足してはいませんか？

発信者は伝えたつもりでも、受信者にとってちんぷんかんぷんということがあります。「伝えきる」ための第一歩は、伝えたい情報をいかに上手に視覚化するかです。



2026 ワンペーパーで伝えるテクニック (1日コース) モデルプログラム

※ 進行の都合上、プログラムの順序などは入れ替えることがあります

| 項目 | 補足 |
|--|--|
| 1. 基礎講義 (1) 説明資料の2つのタイプ (2) 説明資料に求められるもの ～相手が「どれだけの時間をかけて読んで(聞いて)くれるのか」に応じた戦略 | ○ 説明資料の2つのタイプ 説明資料には「伝達」が目的の「単純解説型」のものと「説得」が目的の「企画提案型」のものが存在する |
| 2. 書類による説明の大原則 (1) 相手の言葉で説明する (2) 情報の視覚化 4パターン (3) レディネスの把握 (4) 説明ターゲットの選定～庁内資料と対外文書作成で注意すべき点 | ○ 情報の視覚化 オフィスJ.corporationで用意した題材を基に、情報伝達のスキルを学びます |
| 午前 3. グラフ、図表類の活用の仕方 (1) 横棒と縦棒、円グラフと帯グラフの使い分け (2) 表の縦罫線はカットするとスッキリする (3) 説明したい方向に誘導するグラフ作り | ○「ネガティブの解消型と「ポジティブの拡大型」 「ネガティブの解消型」は現状がマイナス状態にあり、その改善を目的とする政策タイプ。「ポジティブの拡大型」は住民にとっての理想像を設定し、それを追求していくもの。発想が「ネガティブの解消型」と「ポジティブの拡大型」にどちらに属すか知ることは、事業案展開の出発点となる |
| 4. 事業案説明の筋道 (1) ネガティブの解消型とポジティブの拡大型 (2) 2W1H—企画提案型文書の必須要素「欠落」に注意 | ○ 2W1H 「What to do (何をやるのか)」「Why to do (何故やるのか)」「How to do (いかにやるのか)」のうち、「Why to do」と「How to do」が脆弱なケースが多い |
| 5. 説明資料作成のポイント (1) 興味を持たない人の心にフックを掛けるには 《情報の視覚化》が必須 (2) SDS法とWhole-Part法 (3) 箇条書きは万能ではない。便利だが訴える力は強くない (4) 階層記号の立て方と階層の深さに注意 (5) ホワイトスペースは手抜きに非ず、積極的に確保を | ○ SDS法とWhole-Part法 SDS法とは「Summary → Details → Summary」の頭文字を取ったもので、「結論または総論を先に」という考え方。Whole-Part法とは「全体から部分へ」という考え方。いずれも起承転結の逆 |
| 12:00 | 昼休み |
| 13:00 午後 6. 視認性を高める資料づくりのコツ (1) デザイン自由度の高い2段組み (2) 効果的な視線誘導と可動範囲 (3) 読み進む方向に図表を配置 (4) 文字のメリハリ、ビジュアルのメリハリ (5) 長体と平体 (6) 「文字装飾」は控えめに (7) フォントの差別化と「可読性」「視認性」「判読性」 (8) 「可読性」に影響を与えていく丸文字系とメイリオ、游ゴシック (9) ユニバーサルデザインフォントの効用 | ○ リードの役割とAIDMAの法則 「リード」とはタイトルと本文の橋渡しをする、通常150～200字の小文。書類作りではリードで読者の関心を惹きつけることが肝要。AIDMAの法則とはAttention(注意を引く) Interest(関心を持たせる) Desire(必要性を訴える) Memory(記憶に刻む) Action(実行に移す)の頭文字を取ったもの ○ 磁力の強い文章系見出し、弱い単語系見出し 小見出しには一般的に「名詞止め」にしたり「～について」で終わる名詞系見出しと、文章の一部(一節)を切り取ったかのような文章系見出しが存在する。読者を惹き付ける力は後者の方が強い ○ フォントの「可読性」「視認性」「判読性」 「可読性」とは文章の読み進めやすさ。「視認性」とは1つの文字の(視力検査的な)認識のしやすさ。 「判読性」とは似たような文字や記号を誤読せずに正しく理解できる度合 ○ 長体と平体 フォントの縦横比率が1:1のものが「正体」。横幅を縮小した縦長の字体が「長体」。反対に扁平の字体が「平体」。タイトルや小見出しに長体を掛けると、書面全体に締まった印象を与える |
| 7. [個人ワーク] 1枚型説明資料作成 8. [グループワーク] 成果物の説明と相互講評 説明者(成果物作成者) |  |
| 9. 総括講義 (1) タイトル～「具体」と「抽象」の組合せ (2) テーマの1行化ほか |  講評者 |

相手がどれだけ時間をかけて
その書類を読むのかによって、
書類作成の戦略が変わる

誰かに「××に関する説明資料を作ってくれ」と命じられたらどうしますか?

ただし、相手は

- ① 資料を熟読する十分な時間がある
- ② 15分程度なら資料を読む時間がある
- ③ ほんの数分しか時間を割けない

説明者(成果物作成者)



