

パワポ作成について

目次

パワポ作成ルール **p.3~4**

パワポ作成コツ **p.5~6**

パワポ例 **p.7~13**

パワポ作成の統一ルール

統一ルール

- ①スライドサイズは4:3、フォントは「メイリオ」
- ②文字はできるだけ少なく ※p.8に参考例
- ③図や表は、できるだけシンプルにし、
見るべきポイントを赤枠で囲む ※p.9~12に参考例
- ④文字に色を付けて強調する場合、
ポジティブ情報は青色、ネガティブ情報は赤色で統一
- ⑤各調査のまとめパワポを、最後に1枚入れる
※p.13に参考例

パワー作成のコツ

コツ

- ① キーメッセージは**13**文字以内
- ② グラフは徹底的にシンプルに
不要なデータはカットする
- ③ 文字に色を付けて強調する場合、
ポジティブ情報は青色、**ネガティブ**情報は赤色
- ④ グラフは「左」、文字は「右」
- ⑤ 強調ポイントは、**フォントサイズ**を大きくする

パワポ例

文字は少なく（下は参考例）

○平均点が5点満点中**4.5点**であり
接客レベルは**全体的に高い**

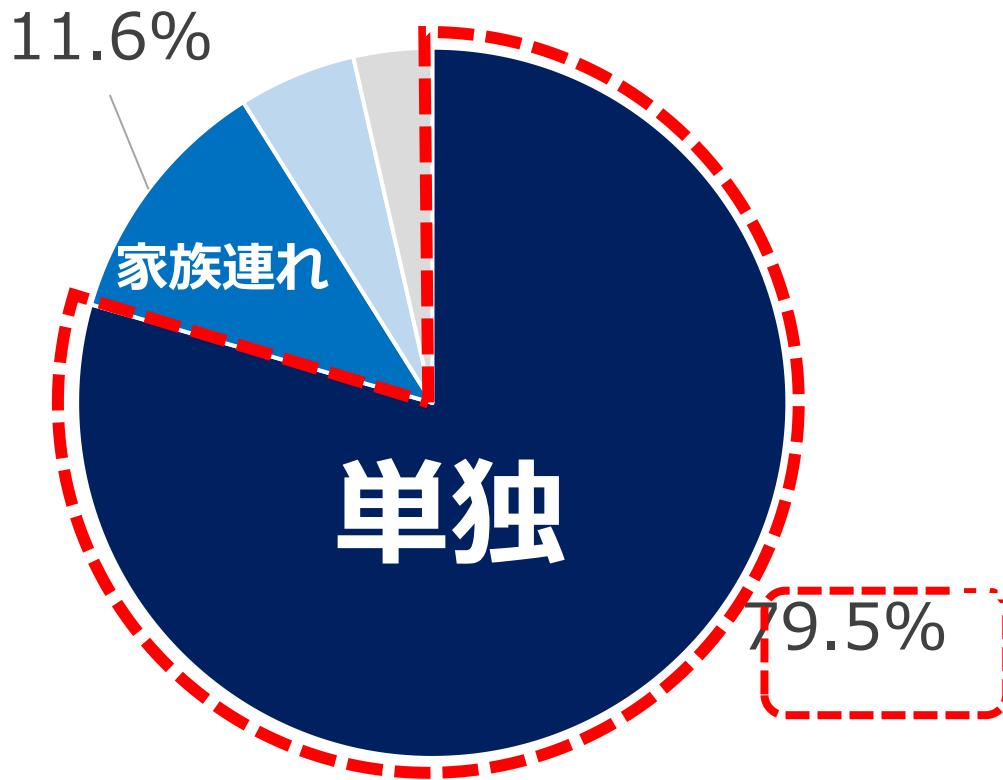
テキストを入力

○ルール遵守に関する項目で高評価を獲得

○**ルールに縛られない項目**は
平均点より点数が**低い**

グラフ例① (必要なデータのみ 示す)

(必要なデータのみ
示す)



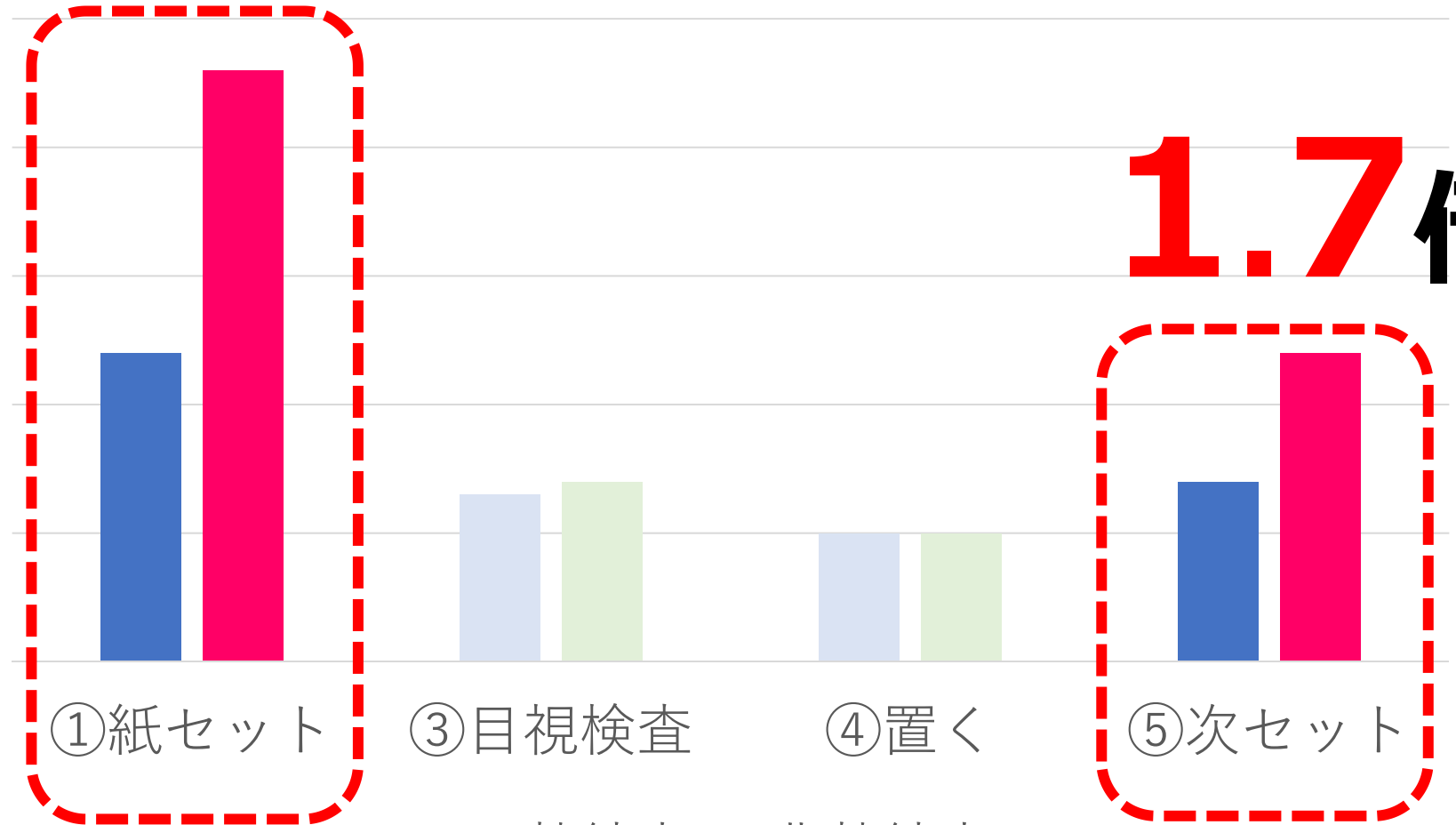
単独が80%弱

家族連れが10%強

グラフ例②

(必要な個所を強調)

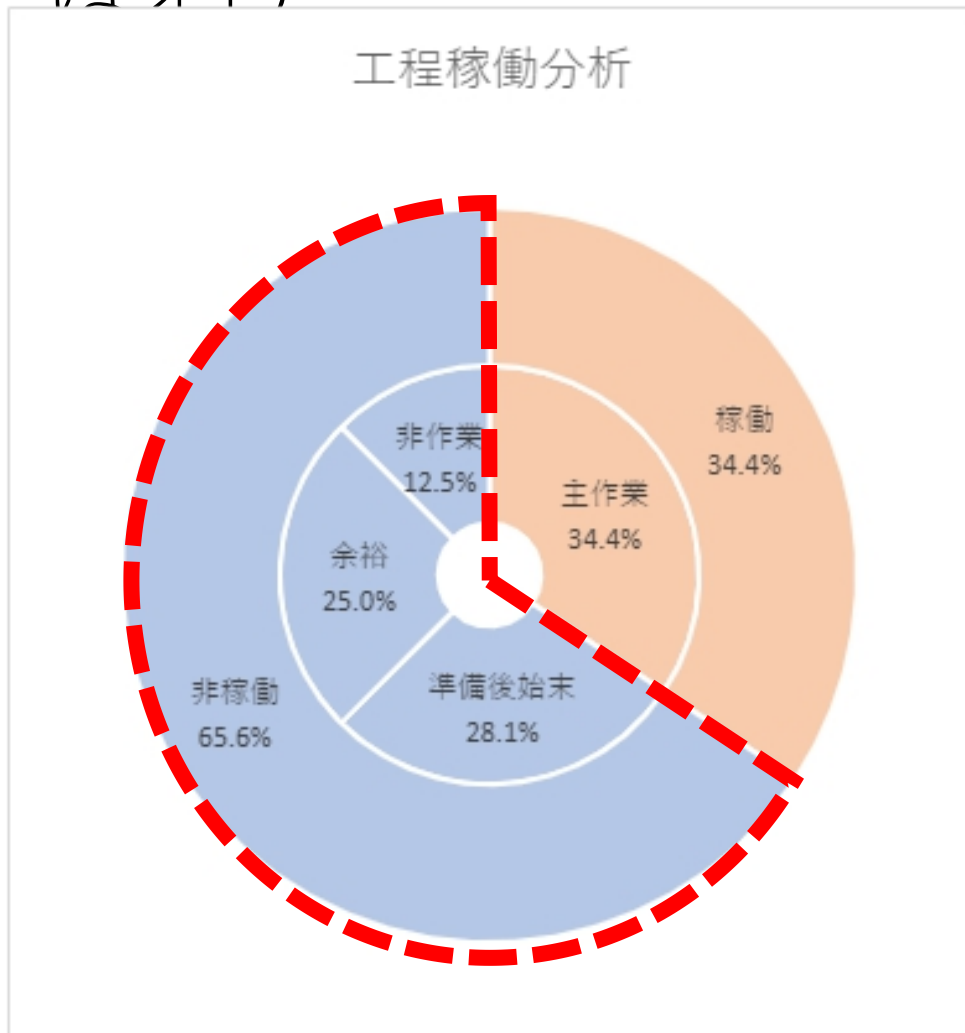
2倍



1.7倍

■ 熟練者 ■ 非熟練者

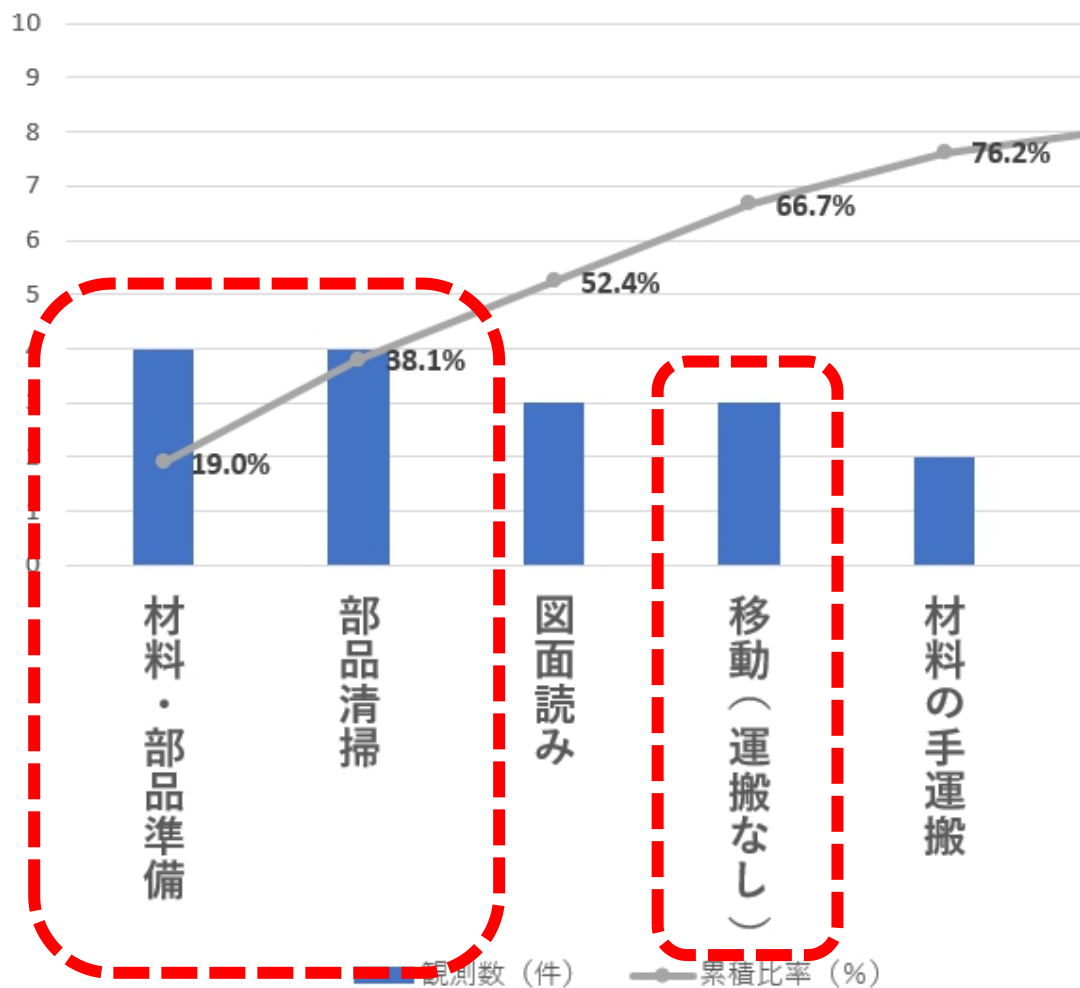
グラフ例③ (グラフは左、文字は右)



非稼働が
65%

グラフ例④ (見るポイントを囲 +、)

非稼働要素作業別



**準備や清掃を
効率的にできるか**

**運搬なし移動を
減らせないか**

まとめ 例 （下は参考例）

○客がスポーツ用品店を選ぶ理由

①品揃え ②価格 ③家からのアクセス

○野球に興味がある方は

「価格」より「品揃え」を重要視

○低価格を求めて来店している顧客が少ない可能性有