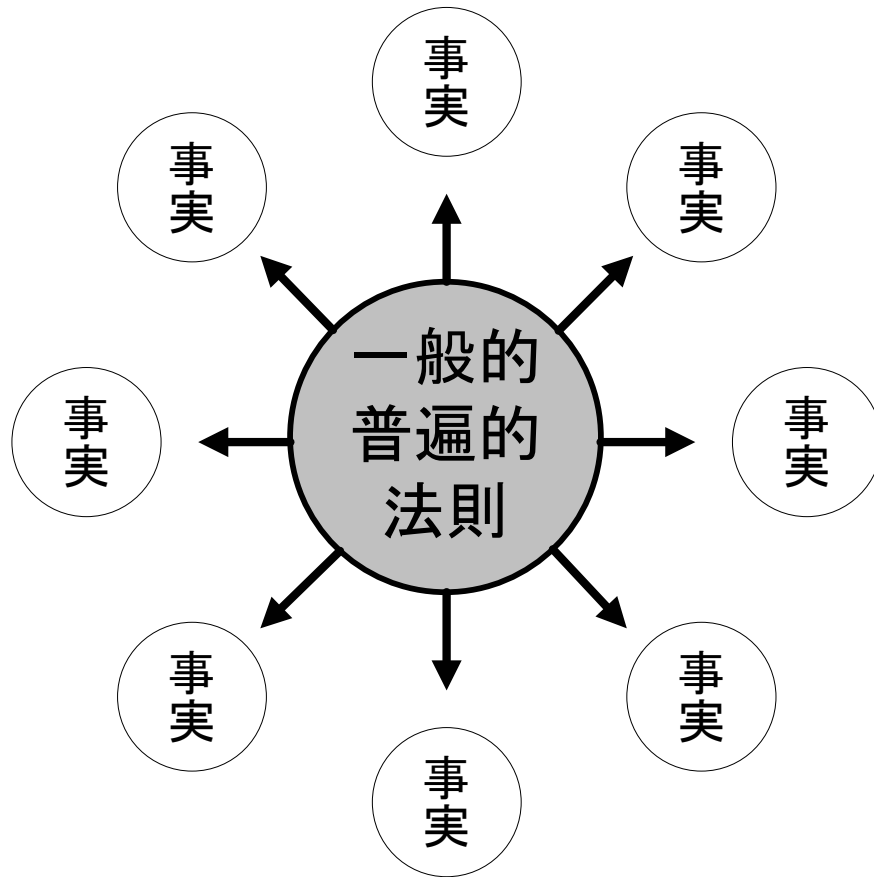
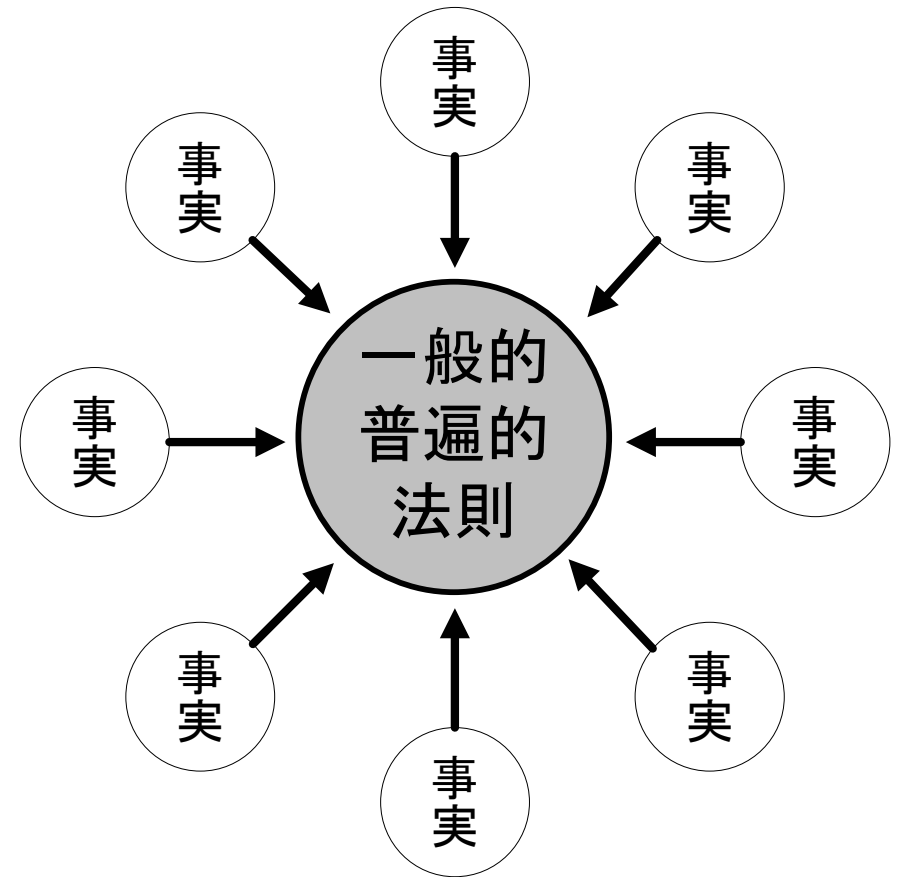


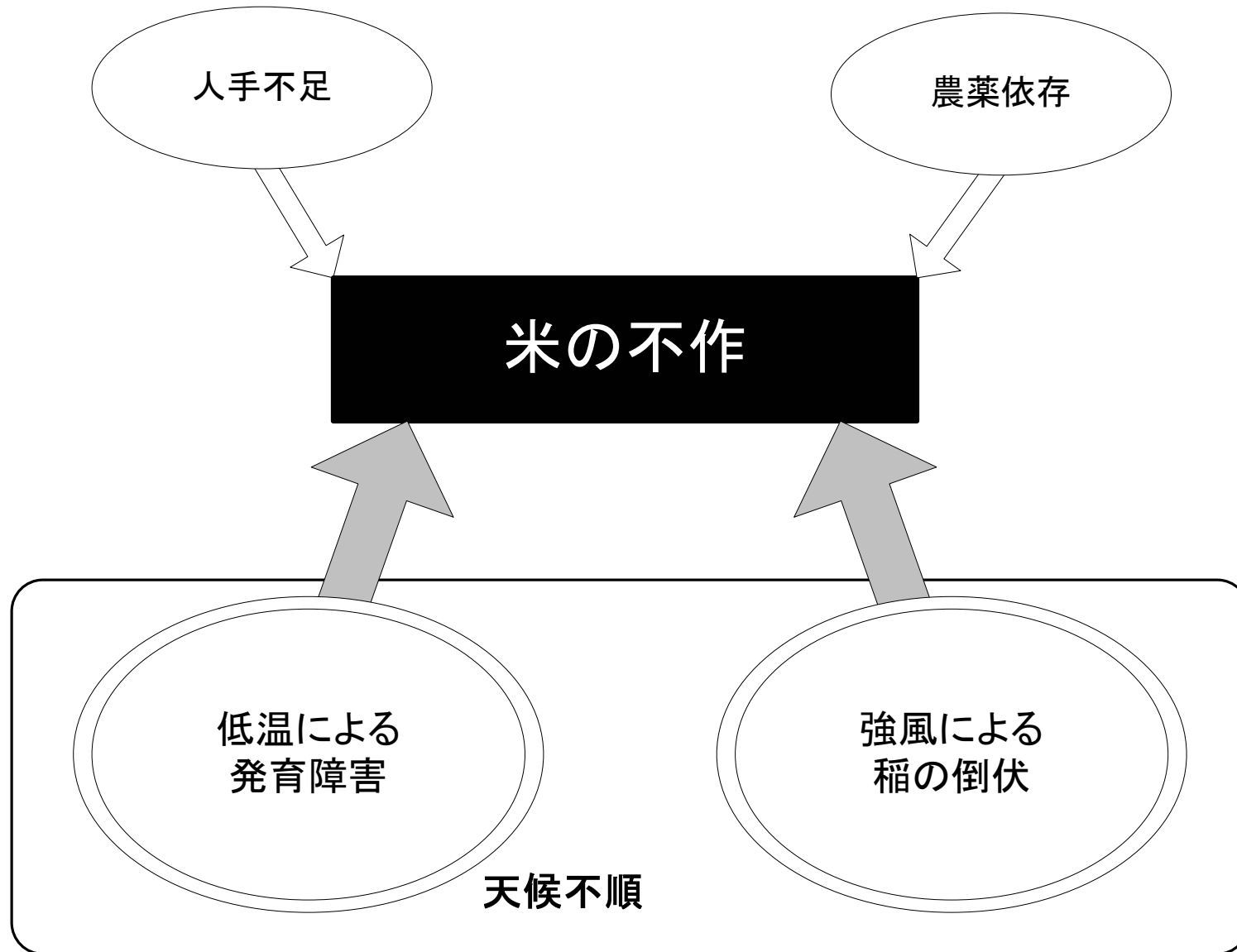
「広がり」感覚の図解例  
演繹(えんえき)法



「縮まり」感覚の図解例  
帰納(きのう)法

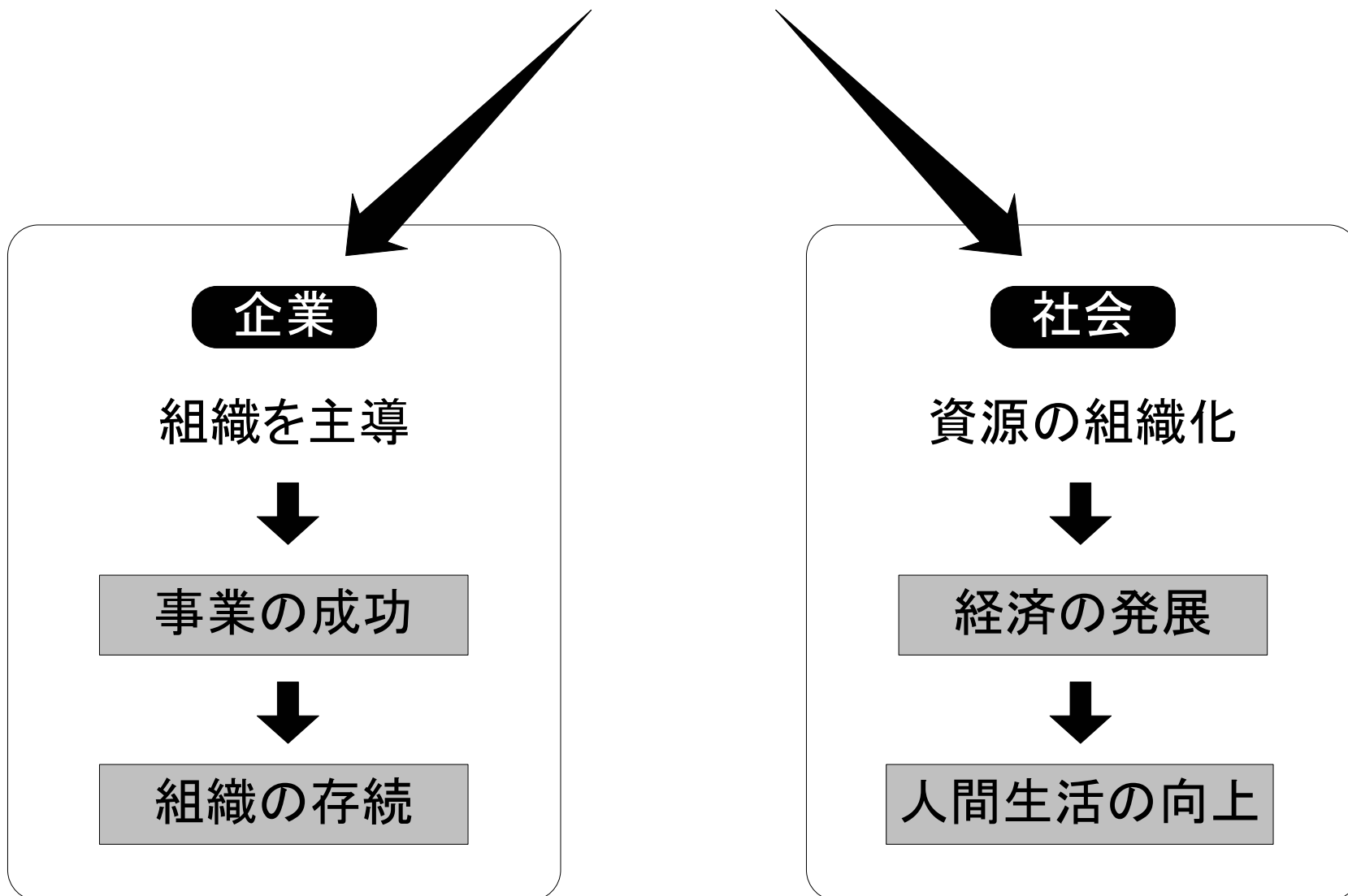


# 米の不作は天候不順が原因！



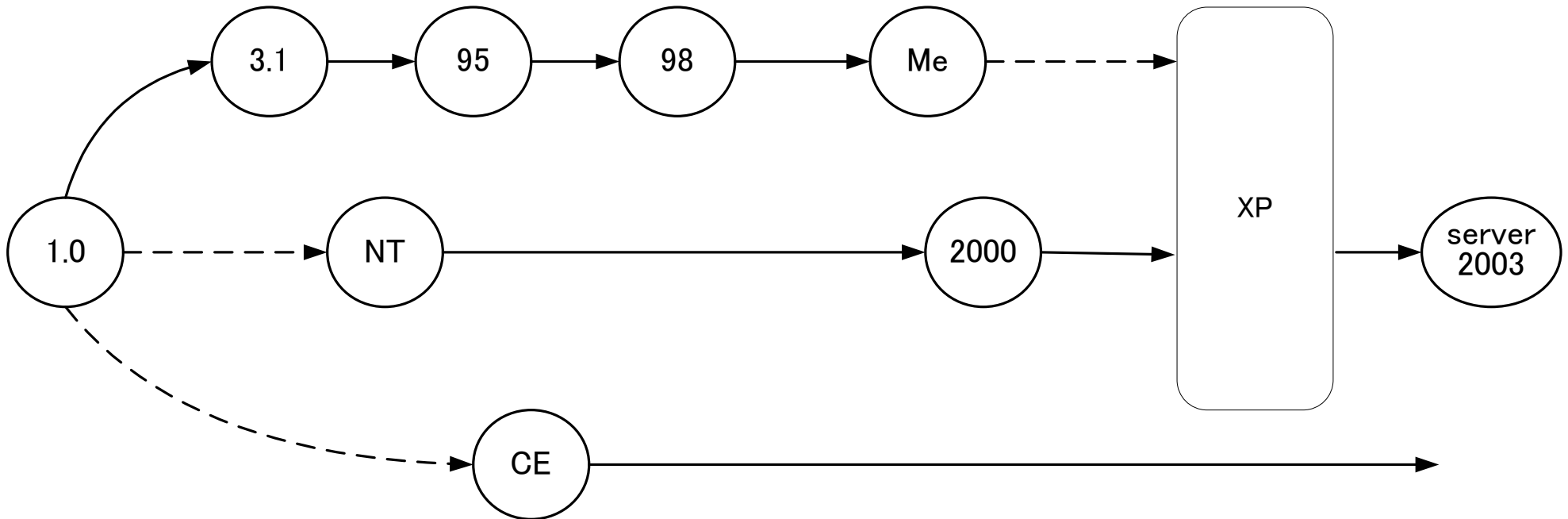
# マネジメントは生産の「動力」である

$$\text{資源} \times \text{マネジメント} = \text{生産}$$

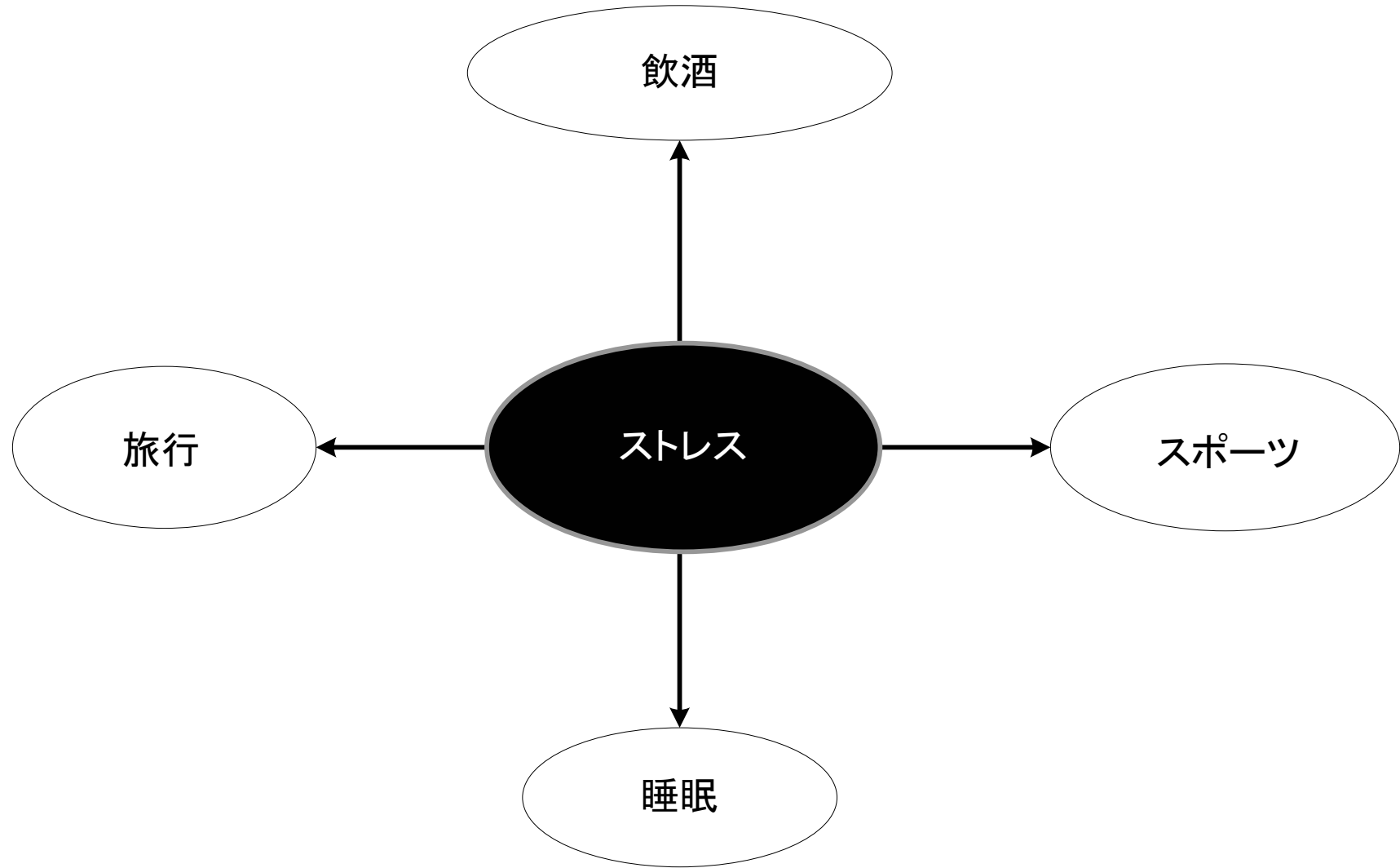


# 広がり の 図解例 : 「伝播」

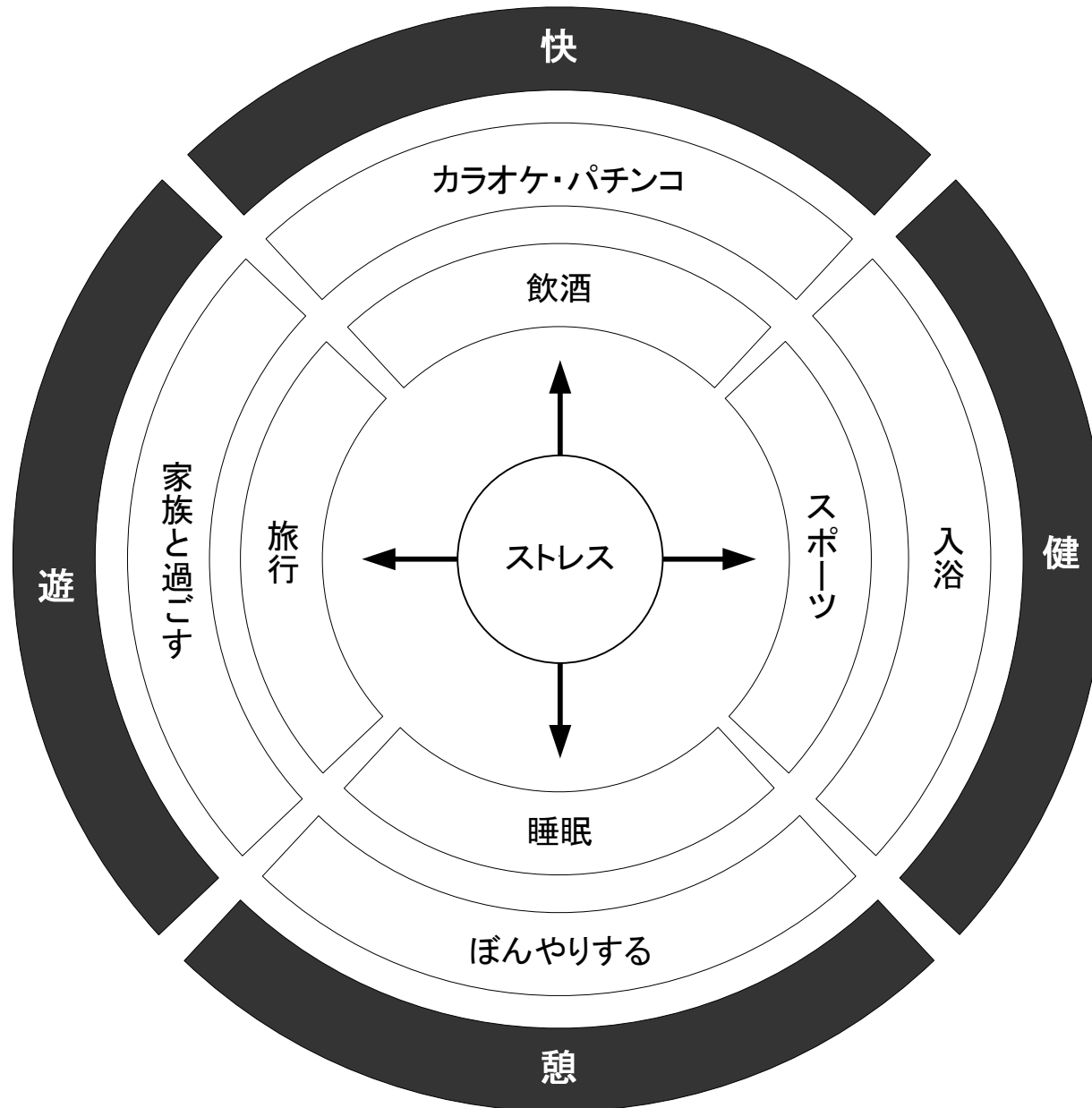
## Windows の 歴史



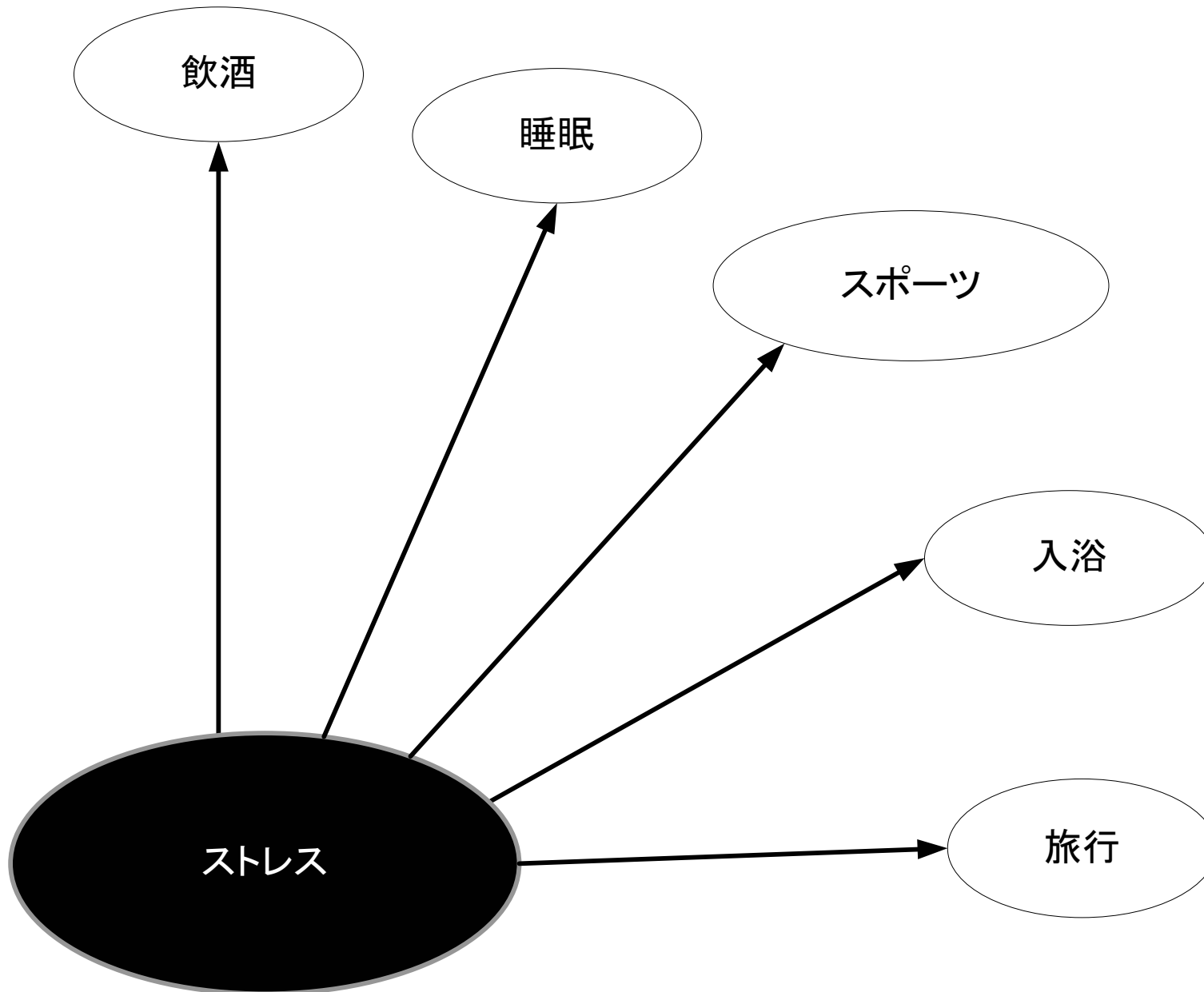
# 広がりの図解例:「拡散①」



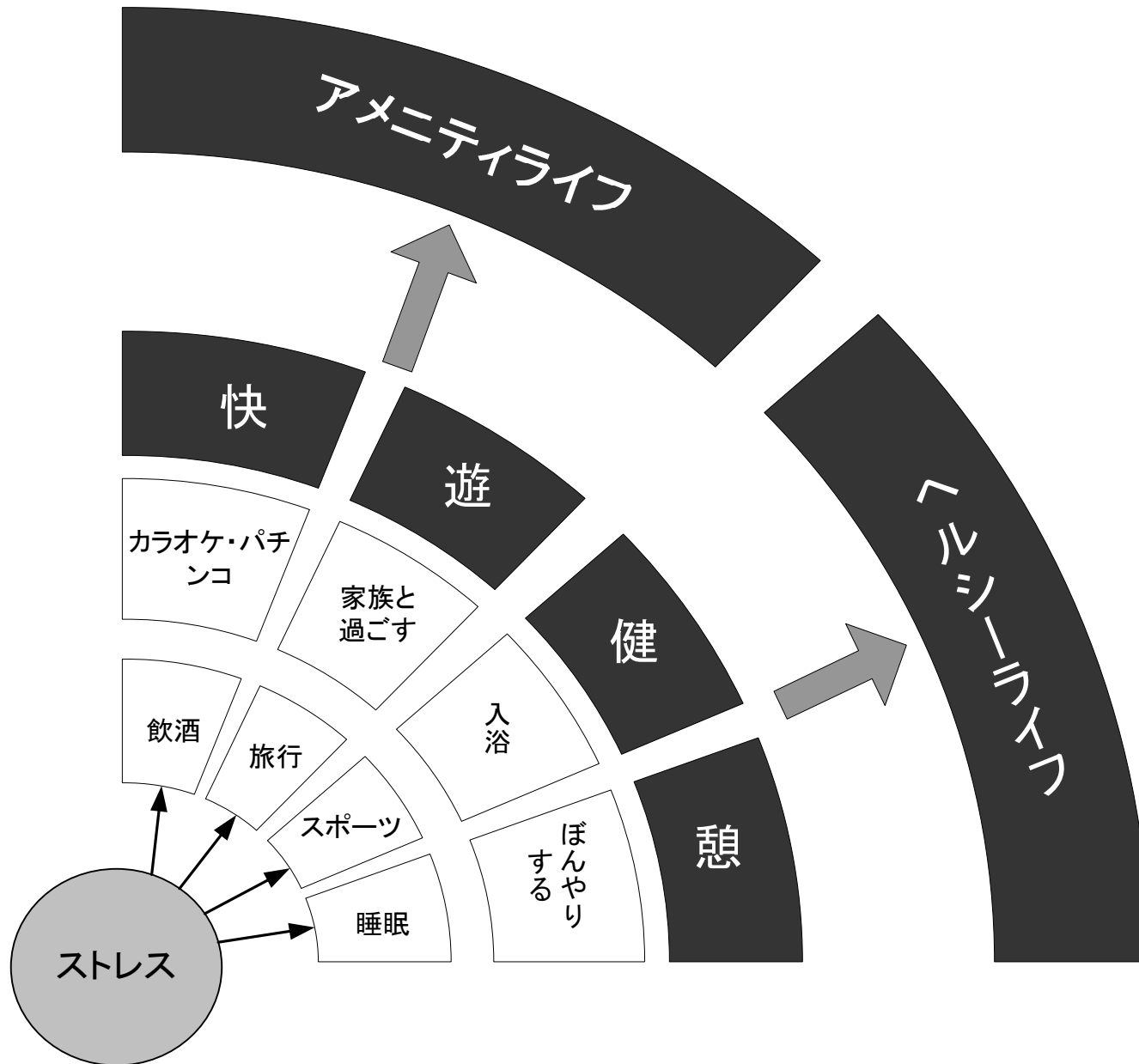
# 広がり の 図解例 : 「拡散②」



# 広がり の 図解例 : 「分散①」

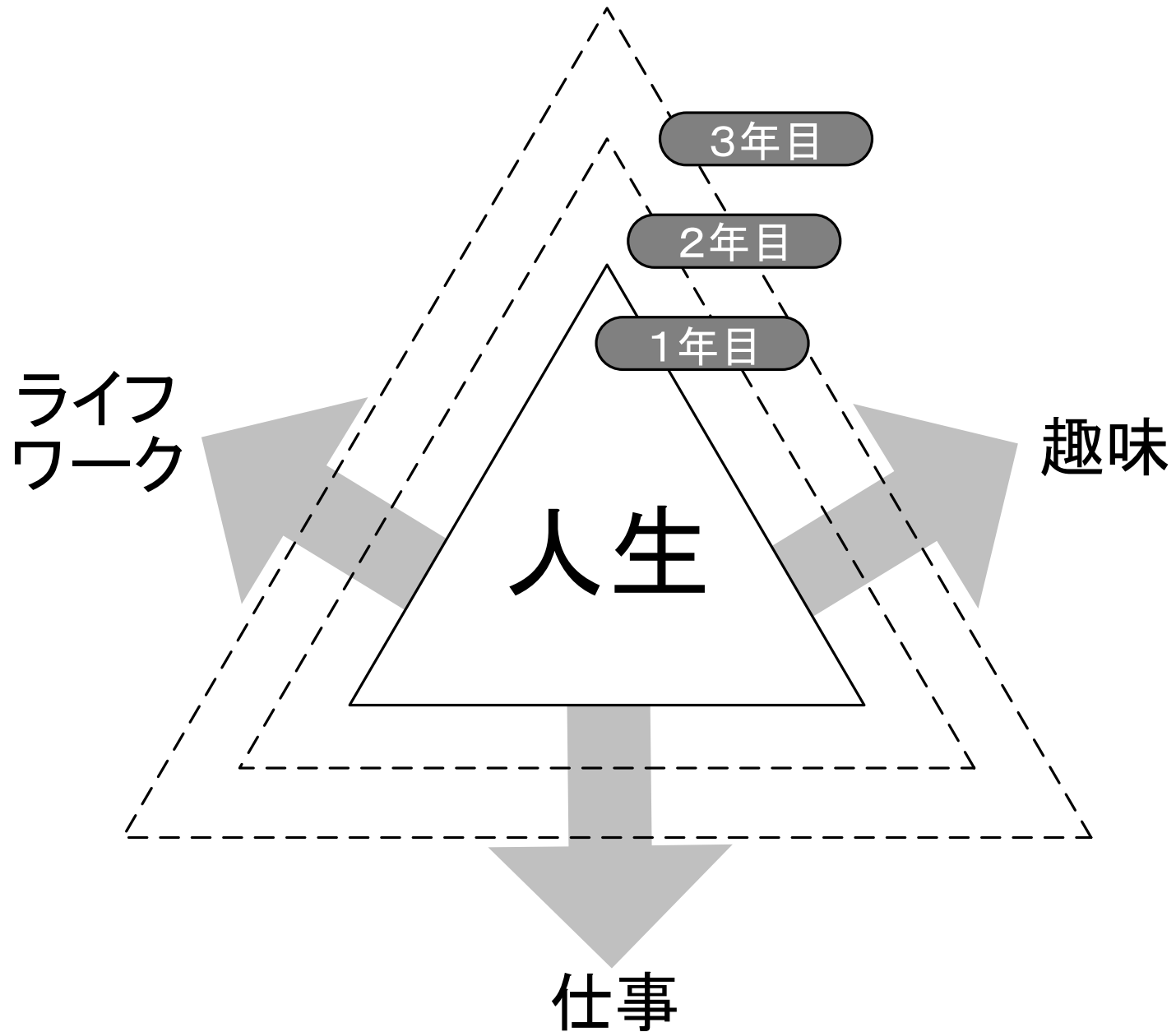


# 広がりの図解例:「分散②」

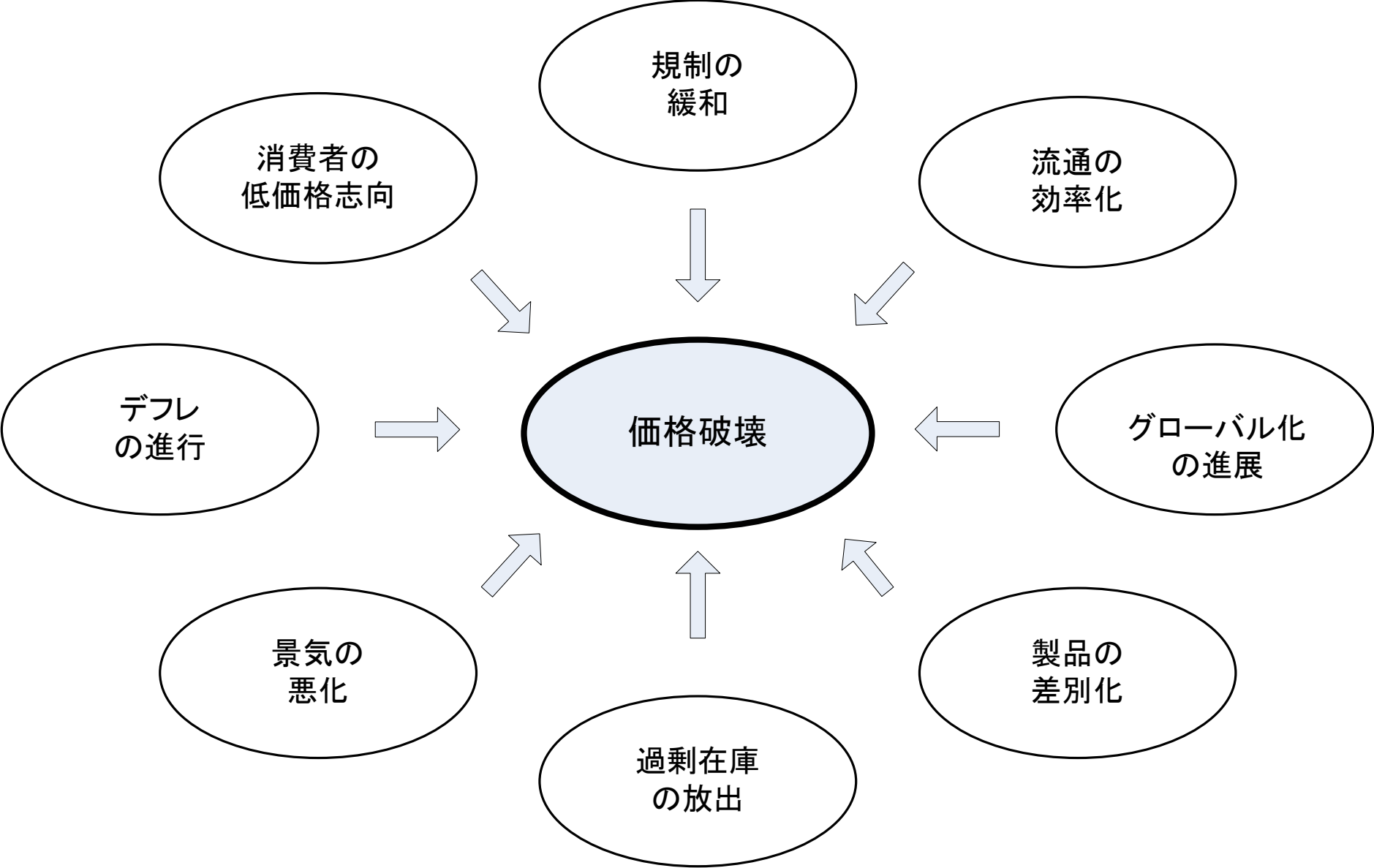




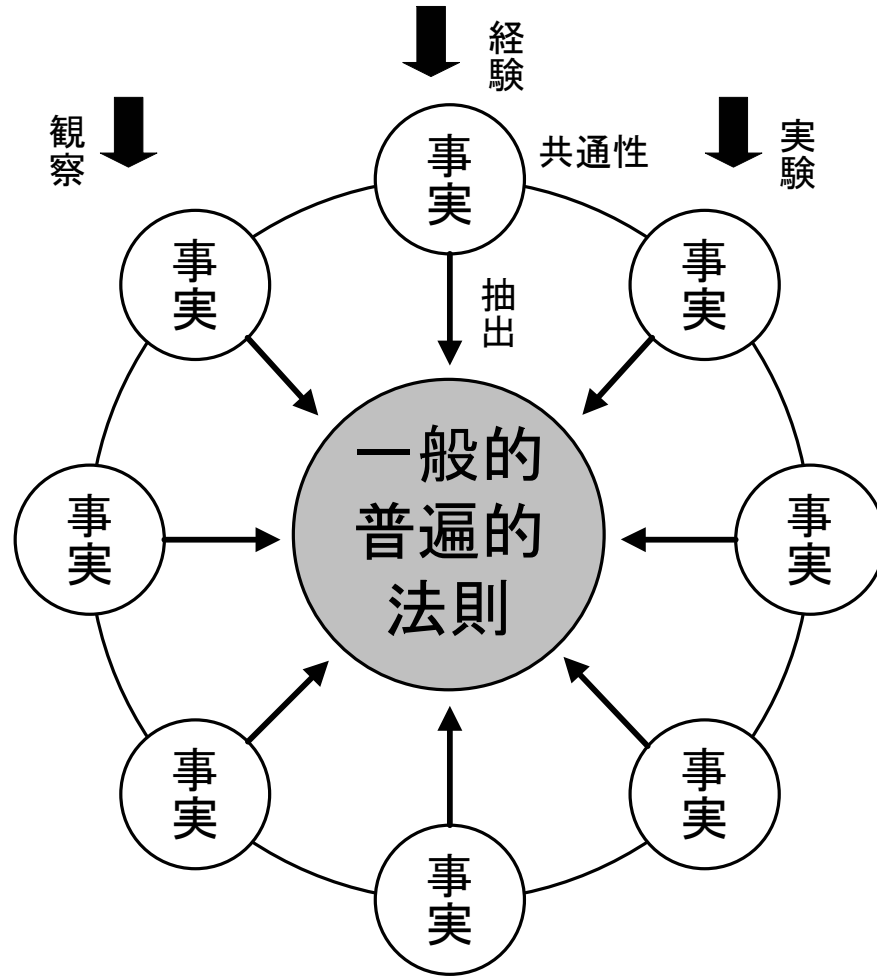
# 年々広がりつつある人生の要素



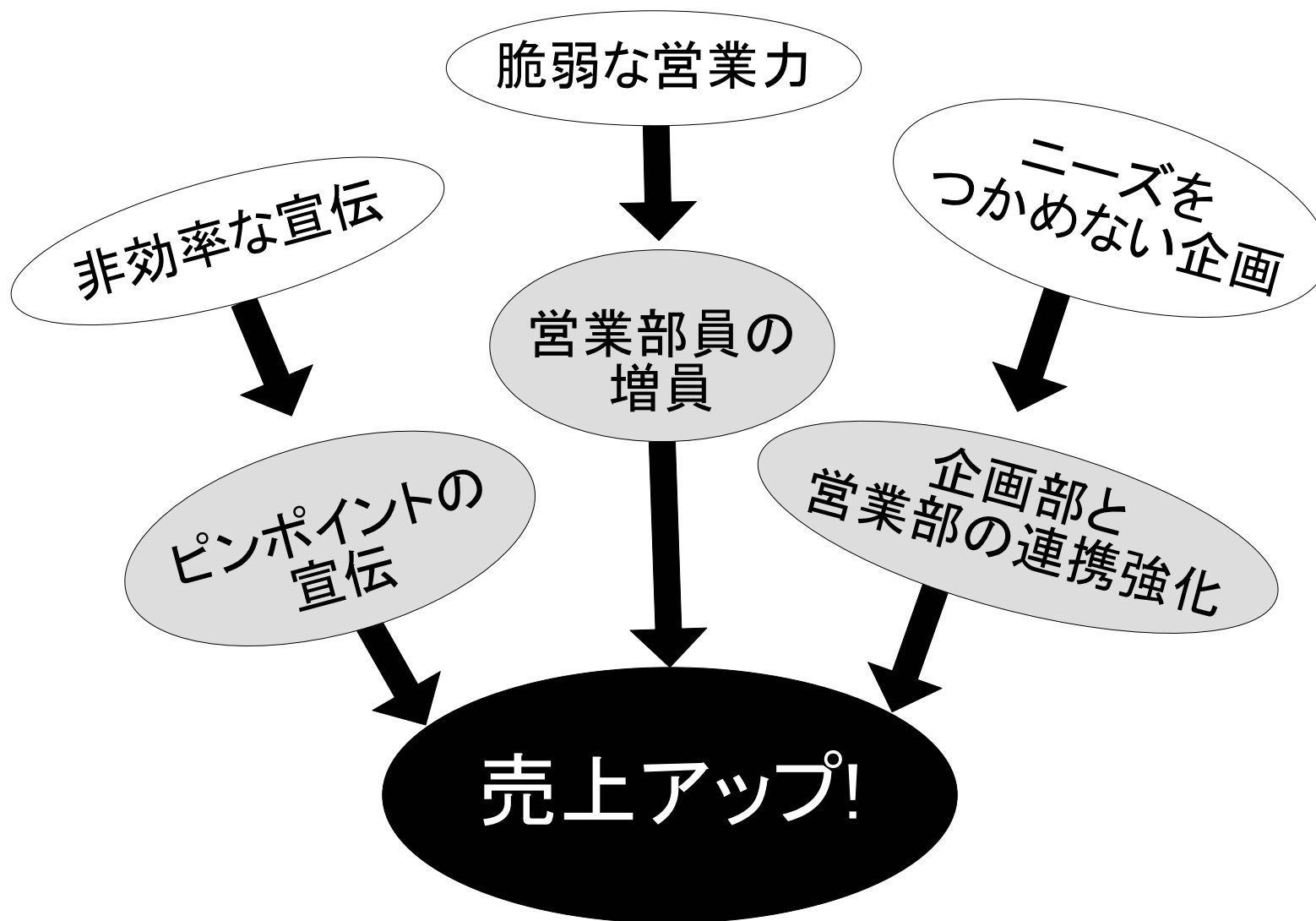
# 価格破壊のさまざまな要因



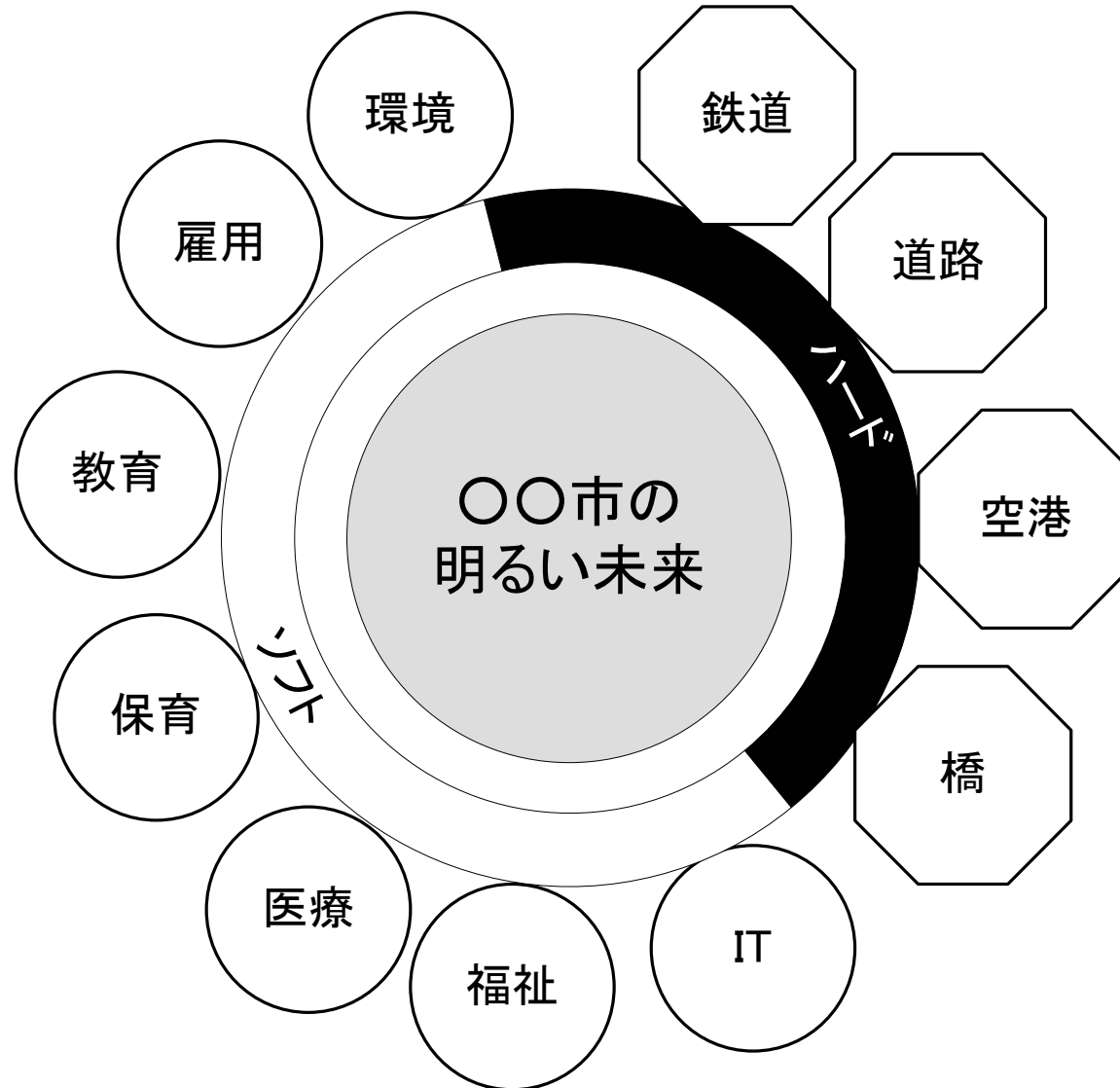
# 帰納的論理の方法



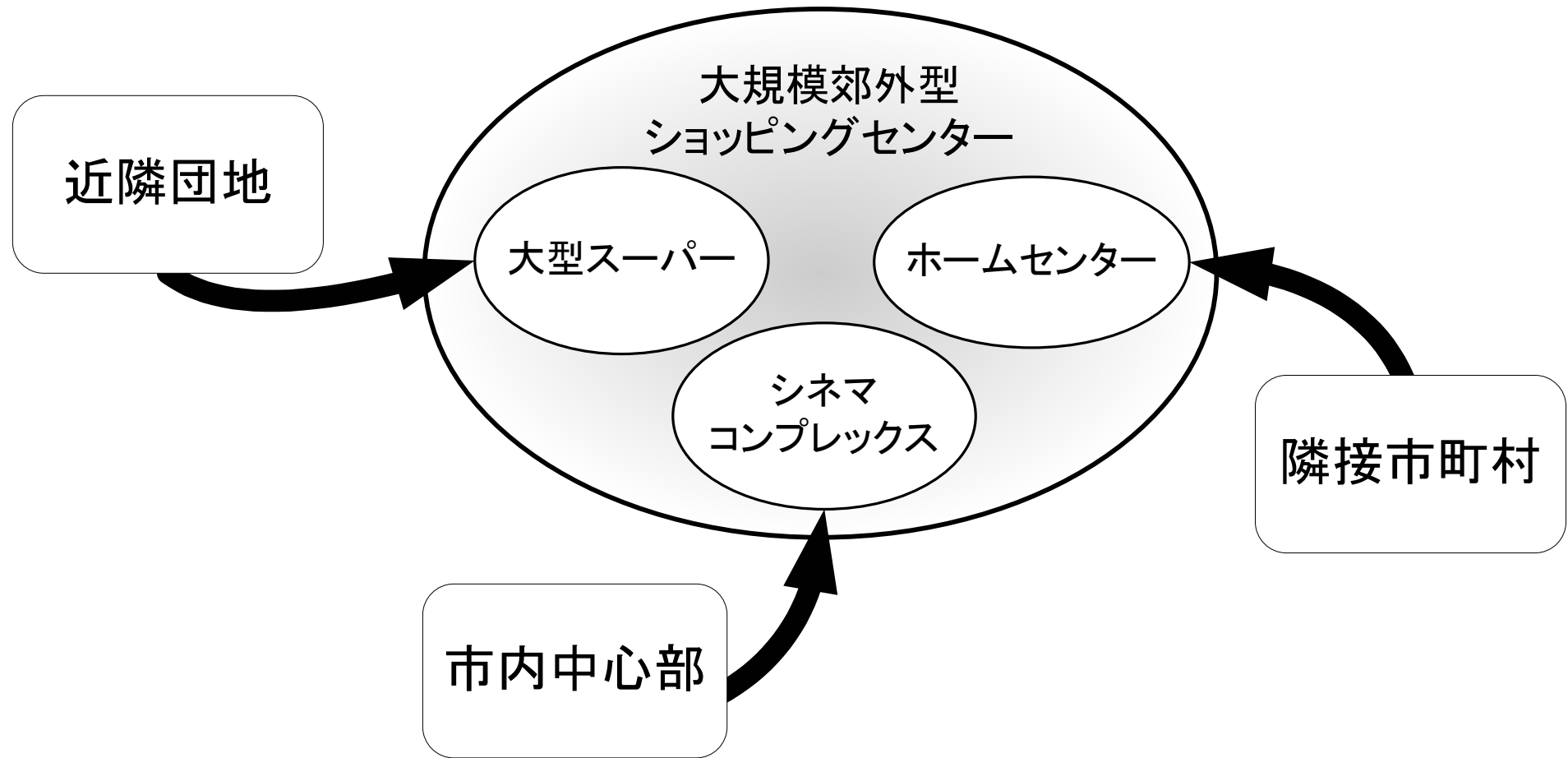
# 売上アップの施策



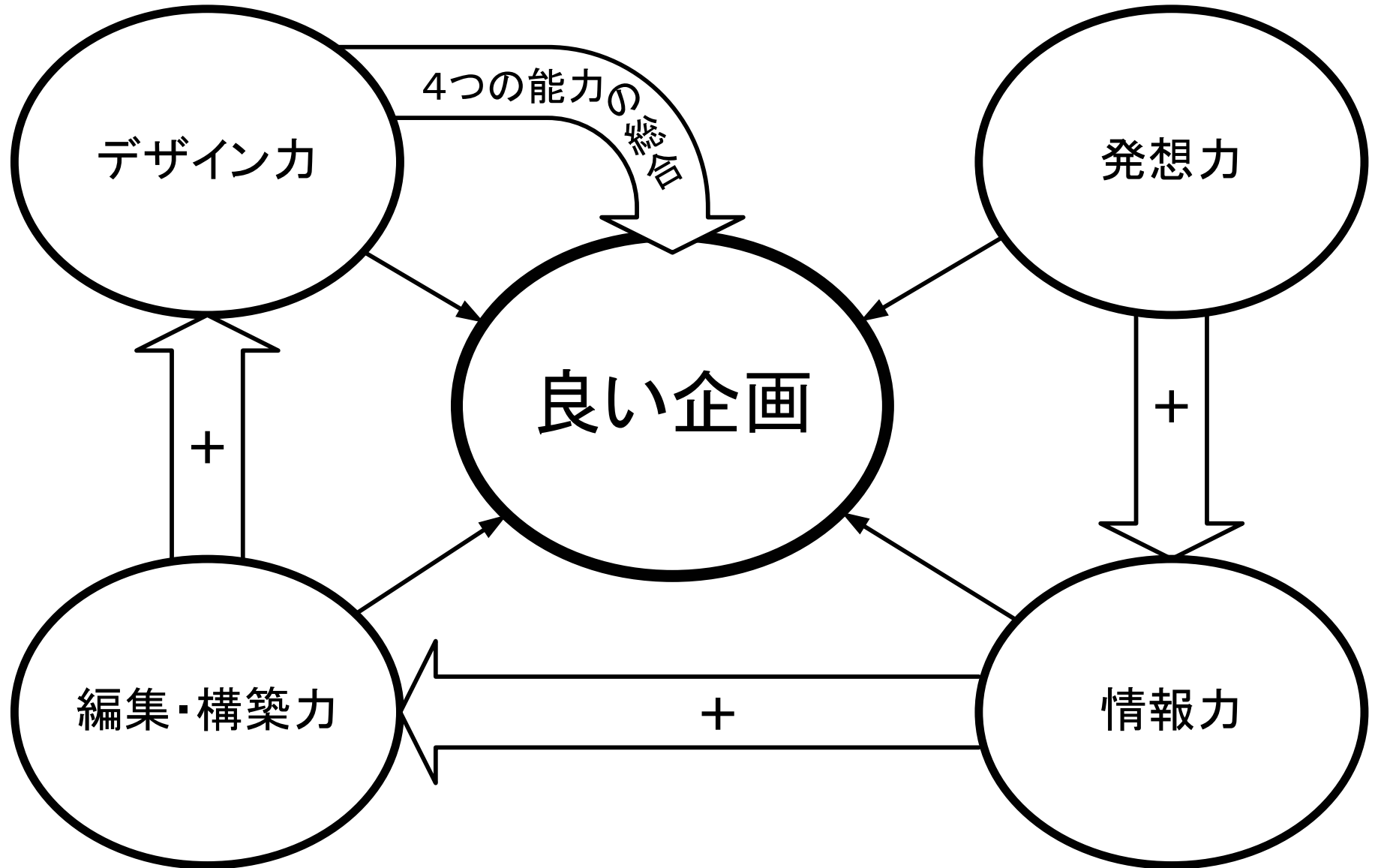
# 〇〇市第5期中期総合計画



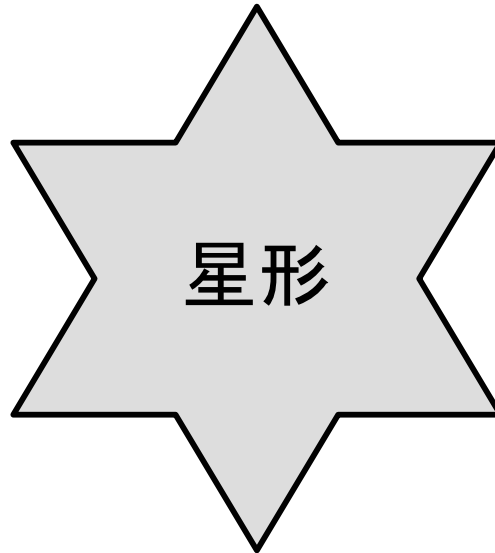
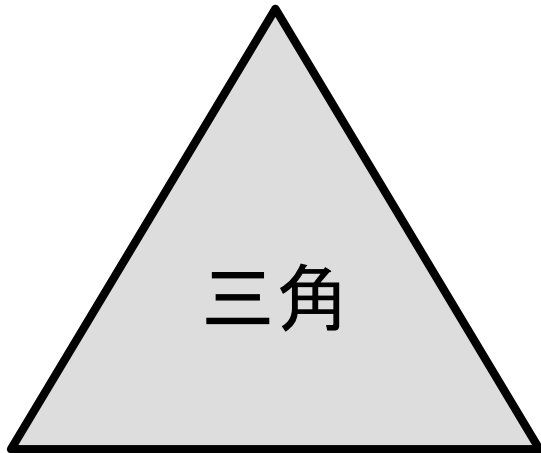
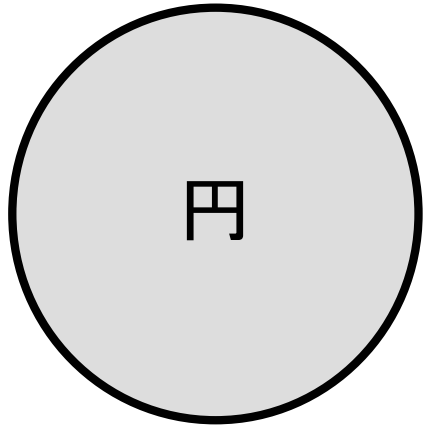
# 郊外型ショッピングセンターの商圈 ～顧客はどこから来ているのか～



# 「良い企画」を育てるには

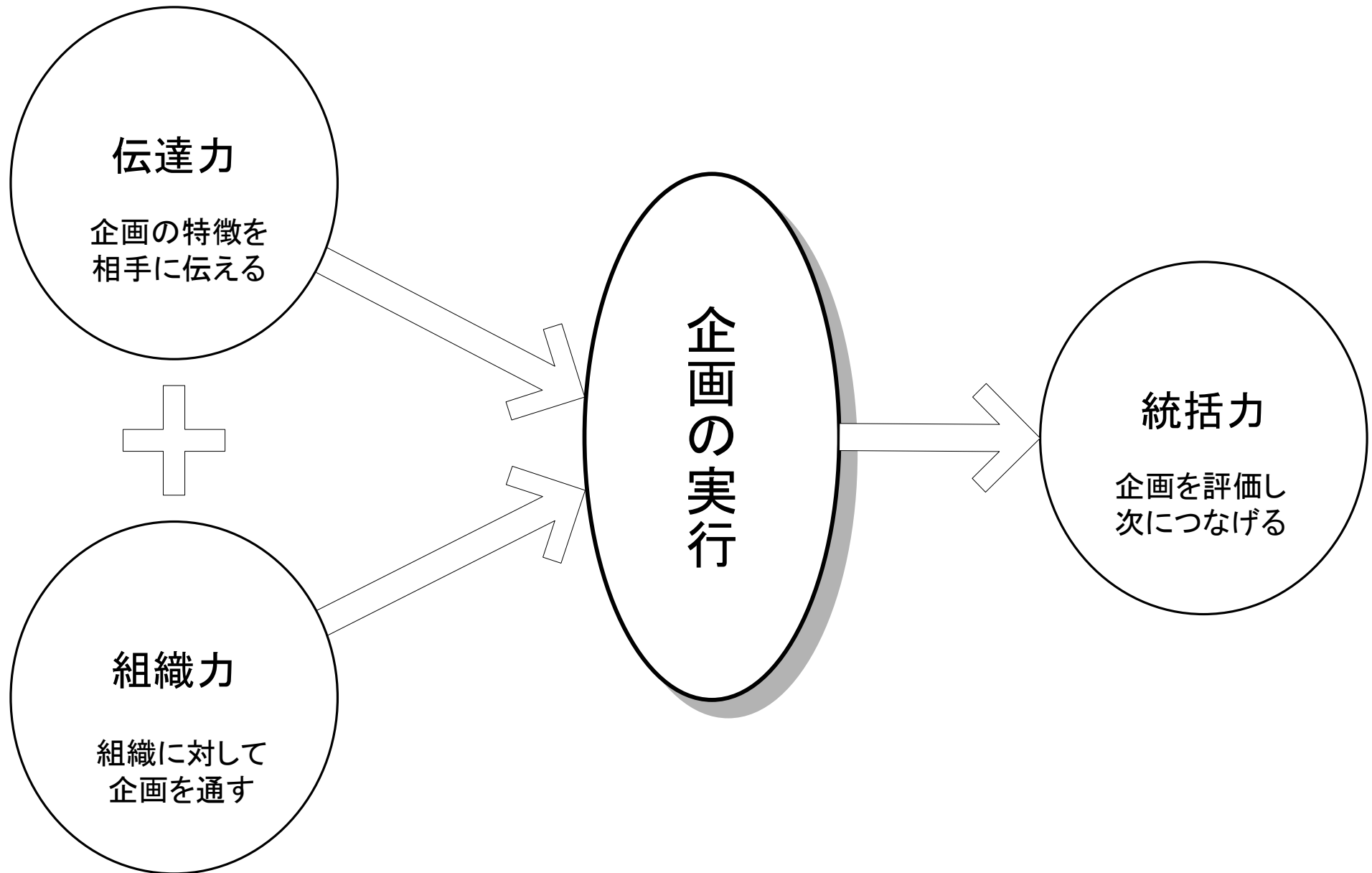


# 図解で使われる主な図形

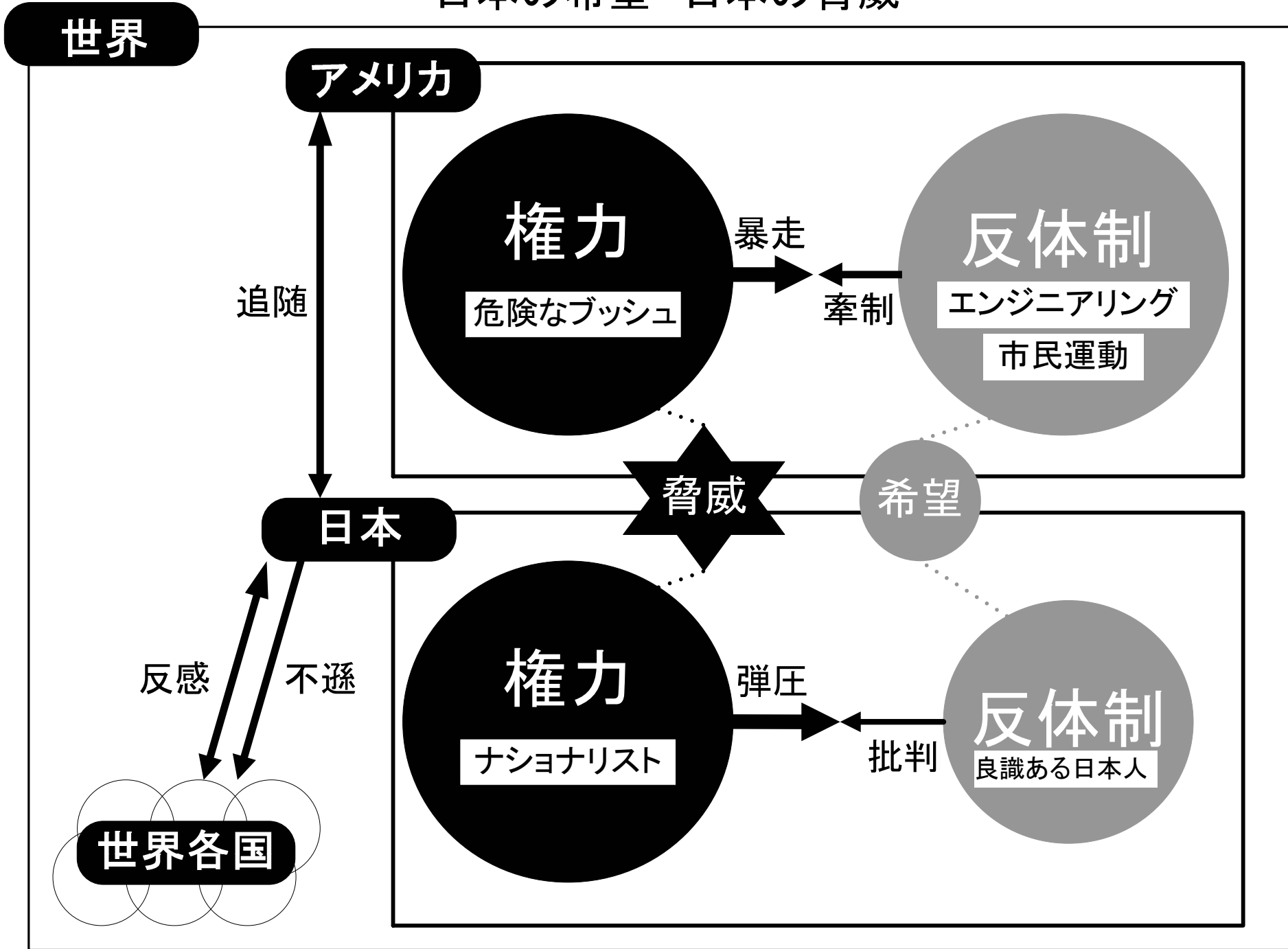




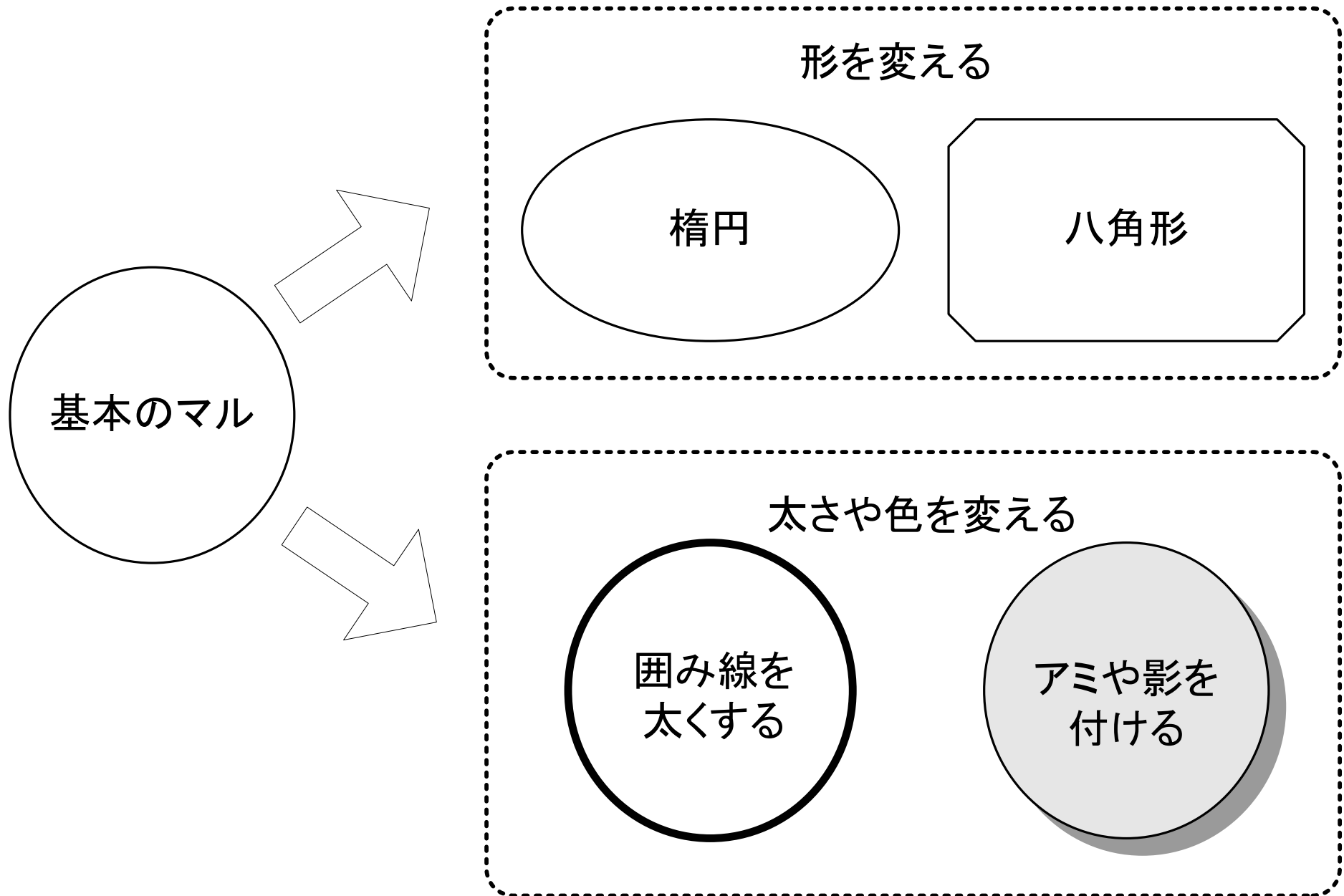
# 企画実現に必要な3つの力



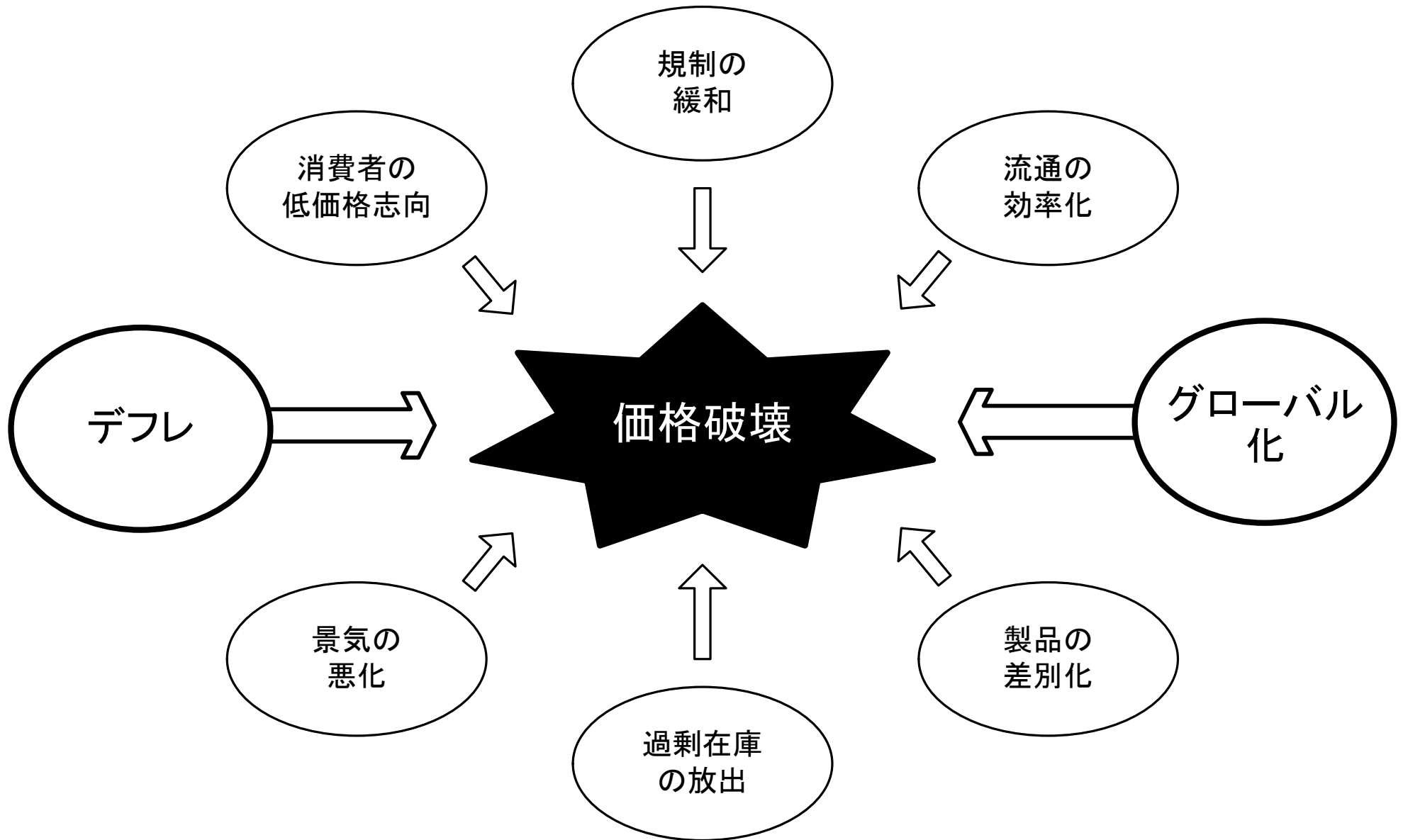
# 日本の希望 日本の脅威



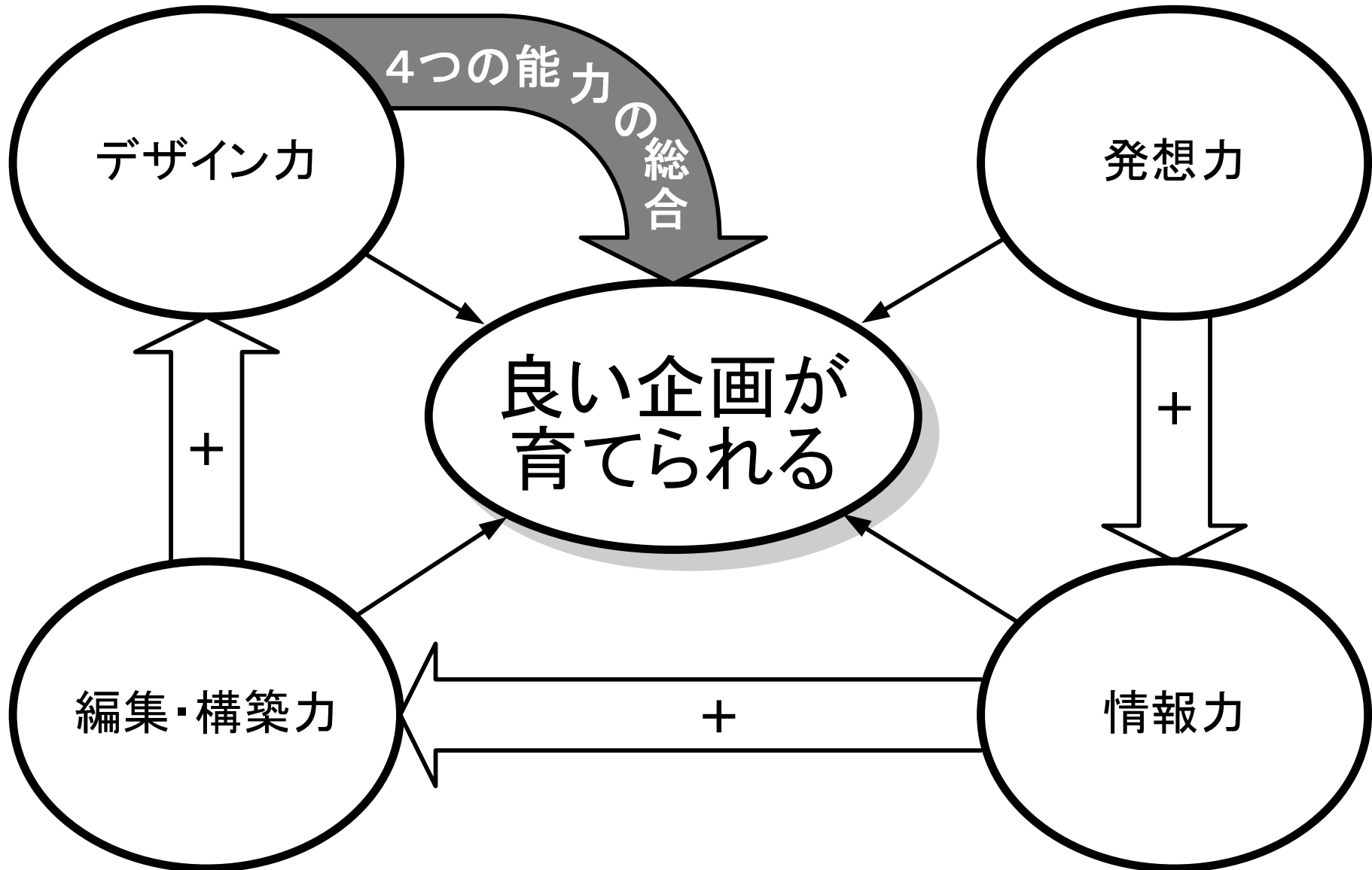
# マルの強調のバリエーション



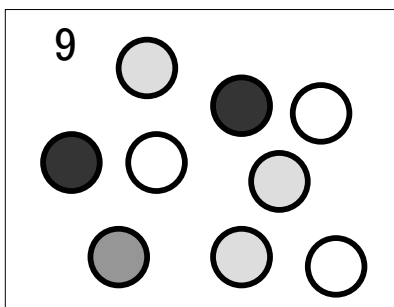
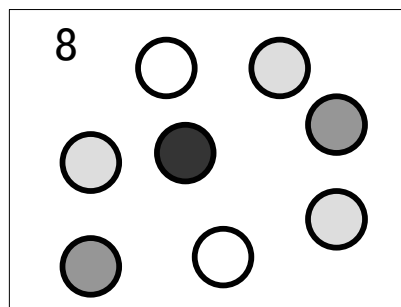
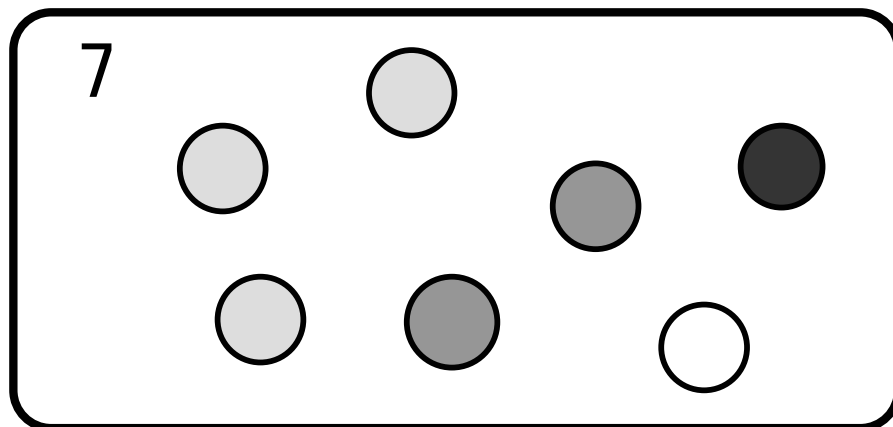
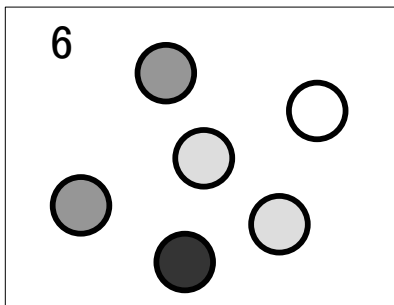
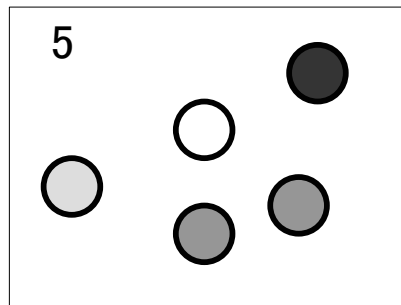
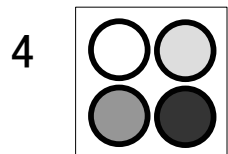
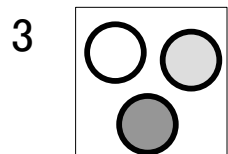
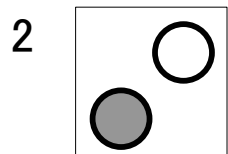
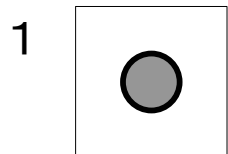
# 価格破壊の原因はデフレとグローバル化



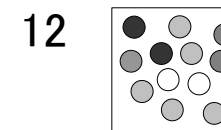
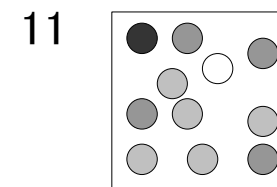
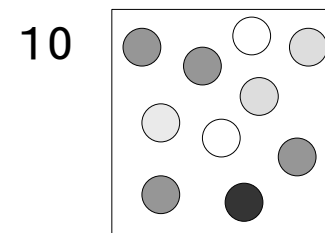
# 「良い企画」を育てるには



# 一度に認識できる対象の数

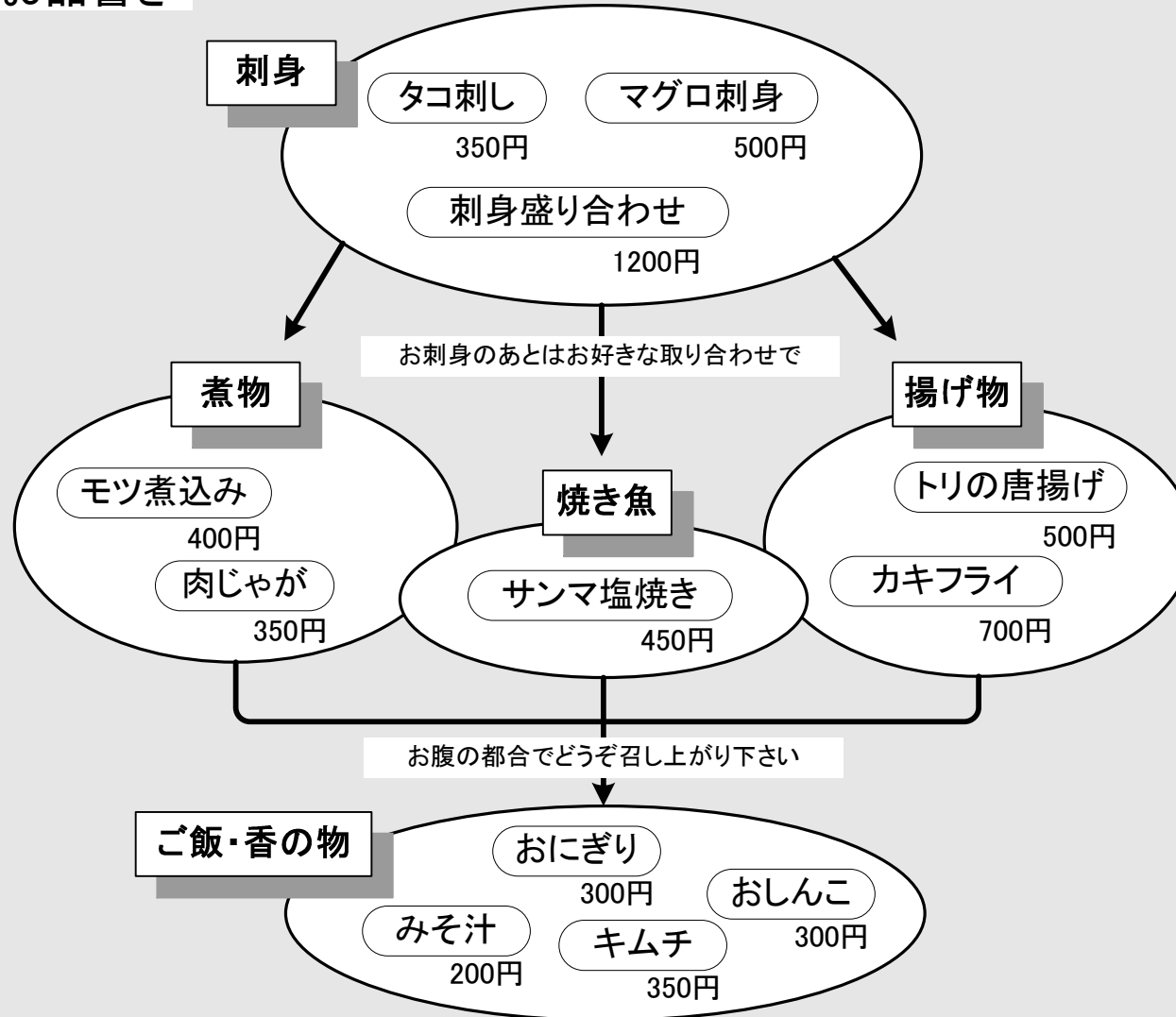


マジック  
セブン±2

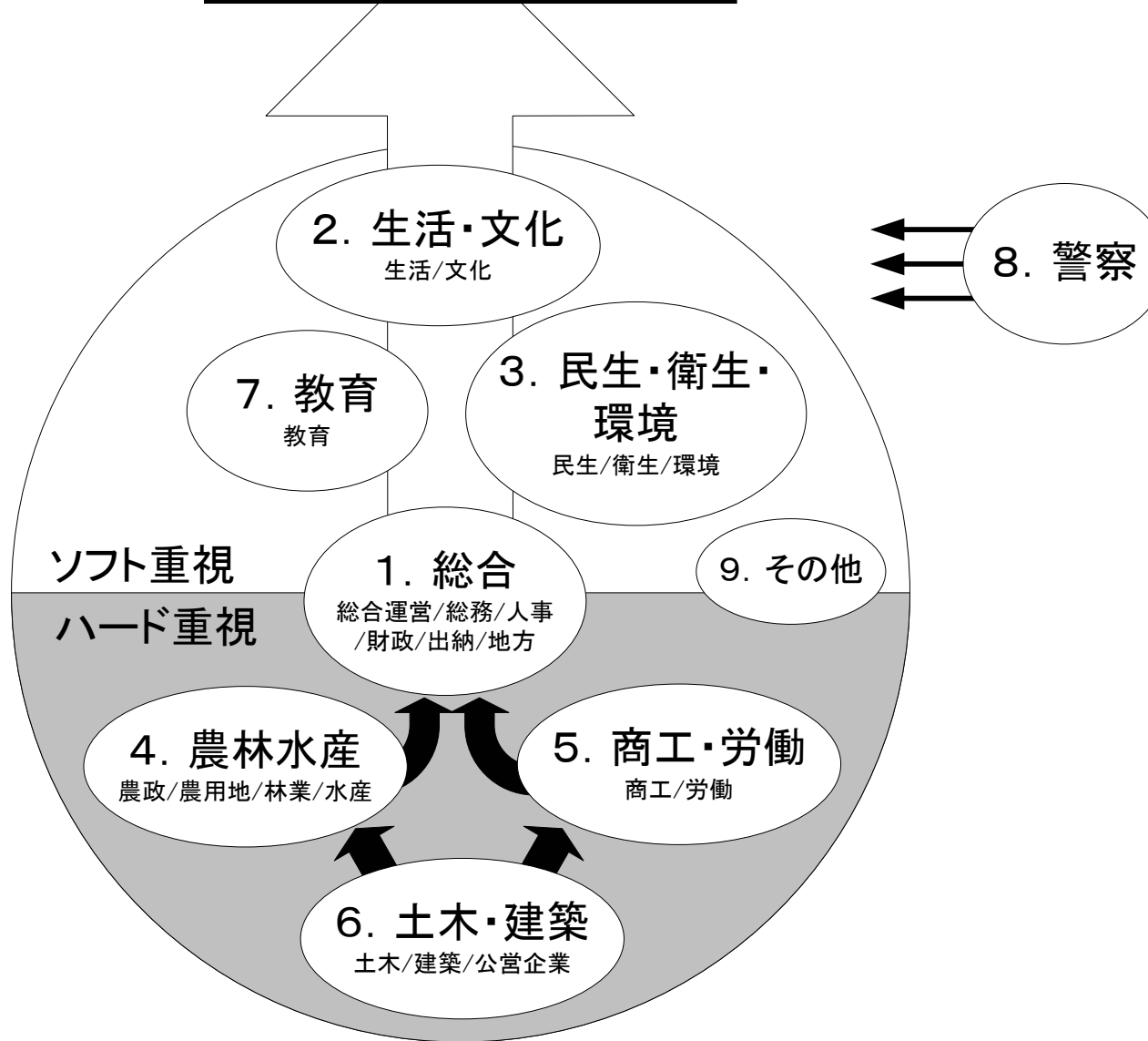


# メニューを見やすくする

お品書き

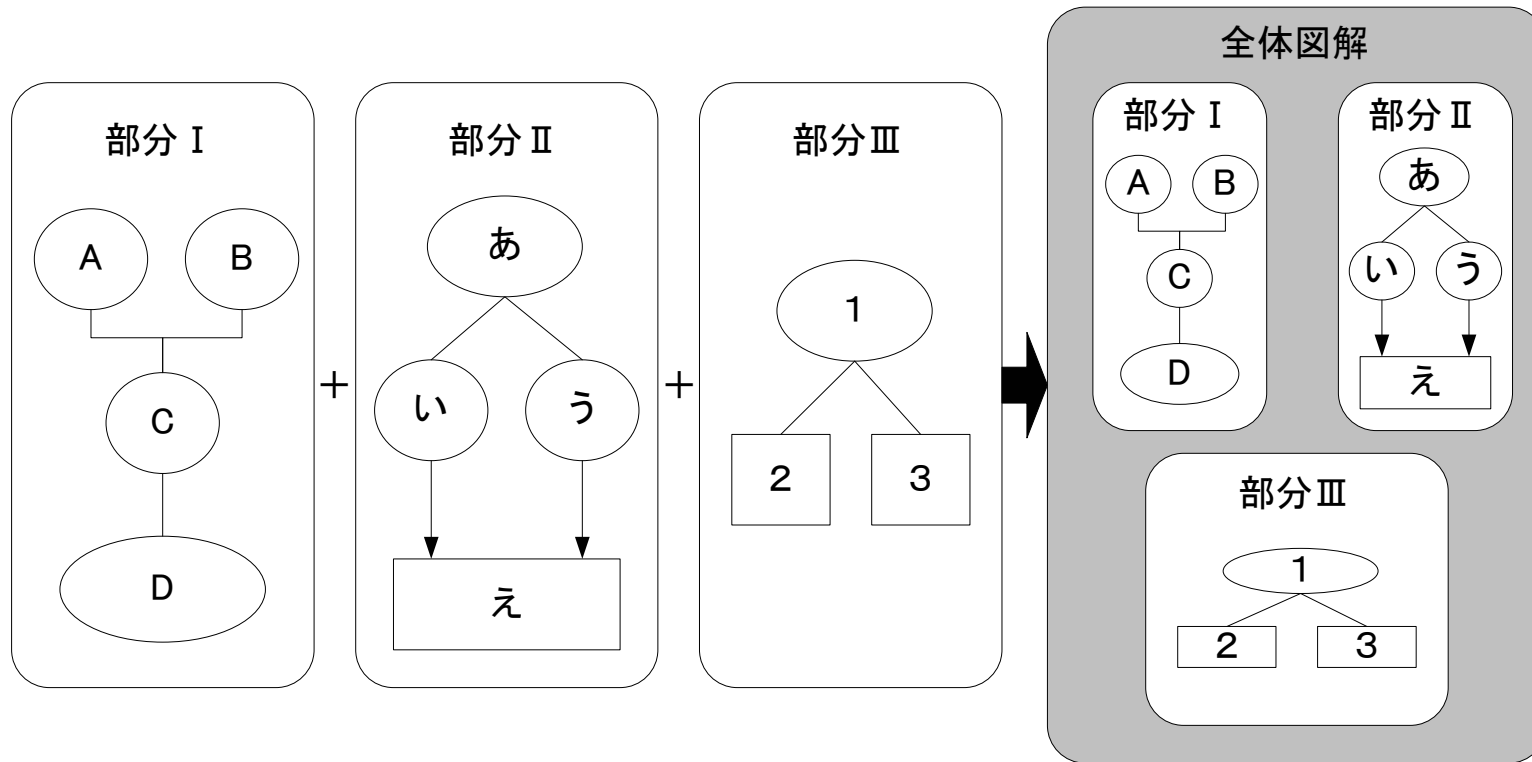


# 目的: 県民の満足

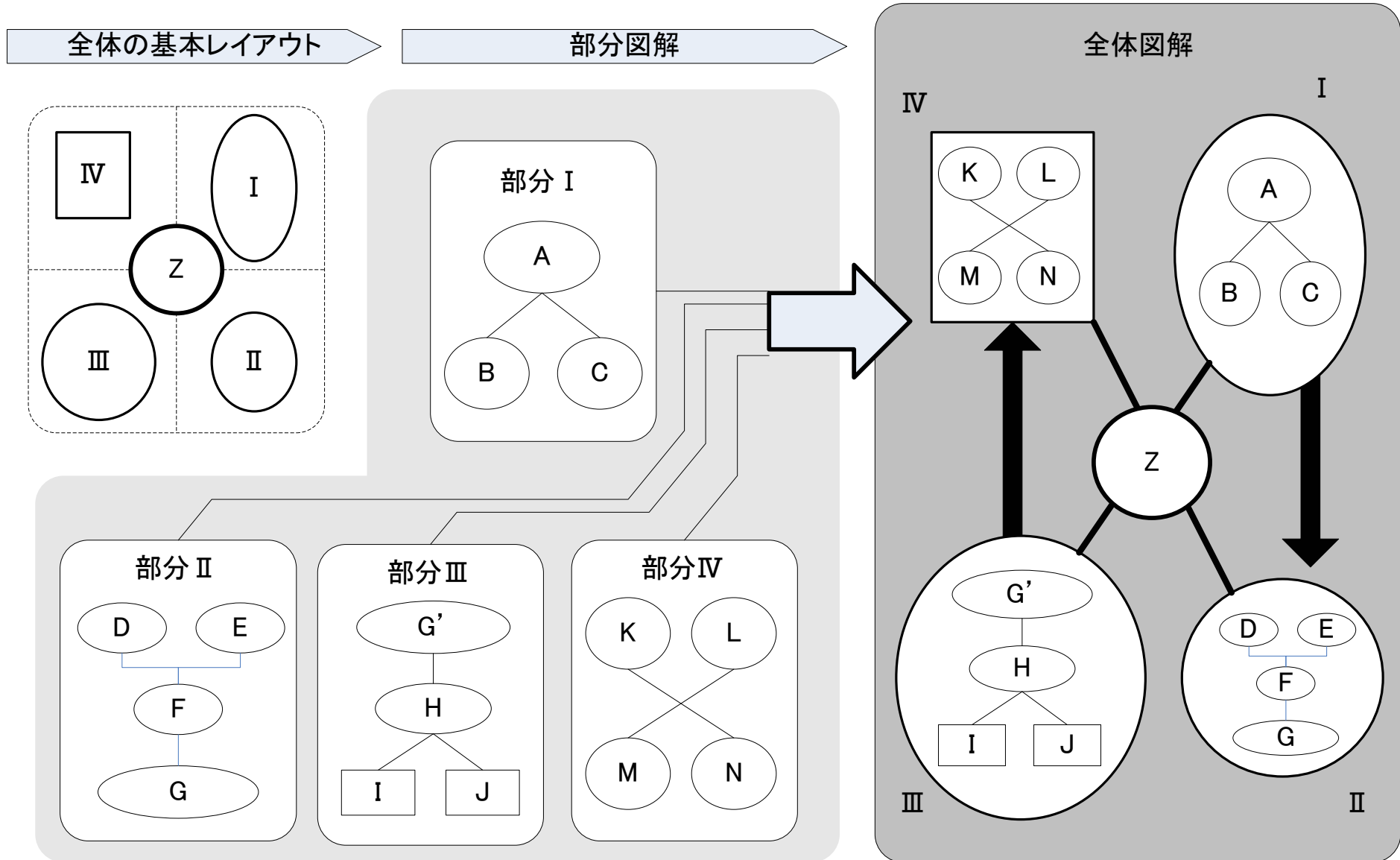




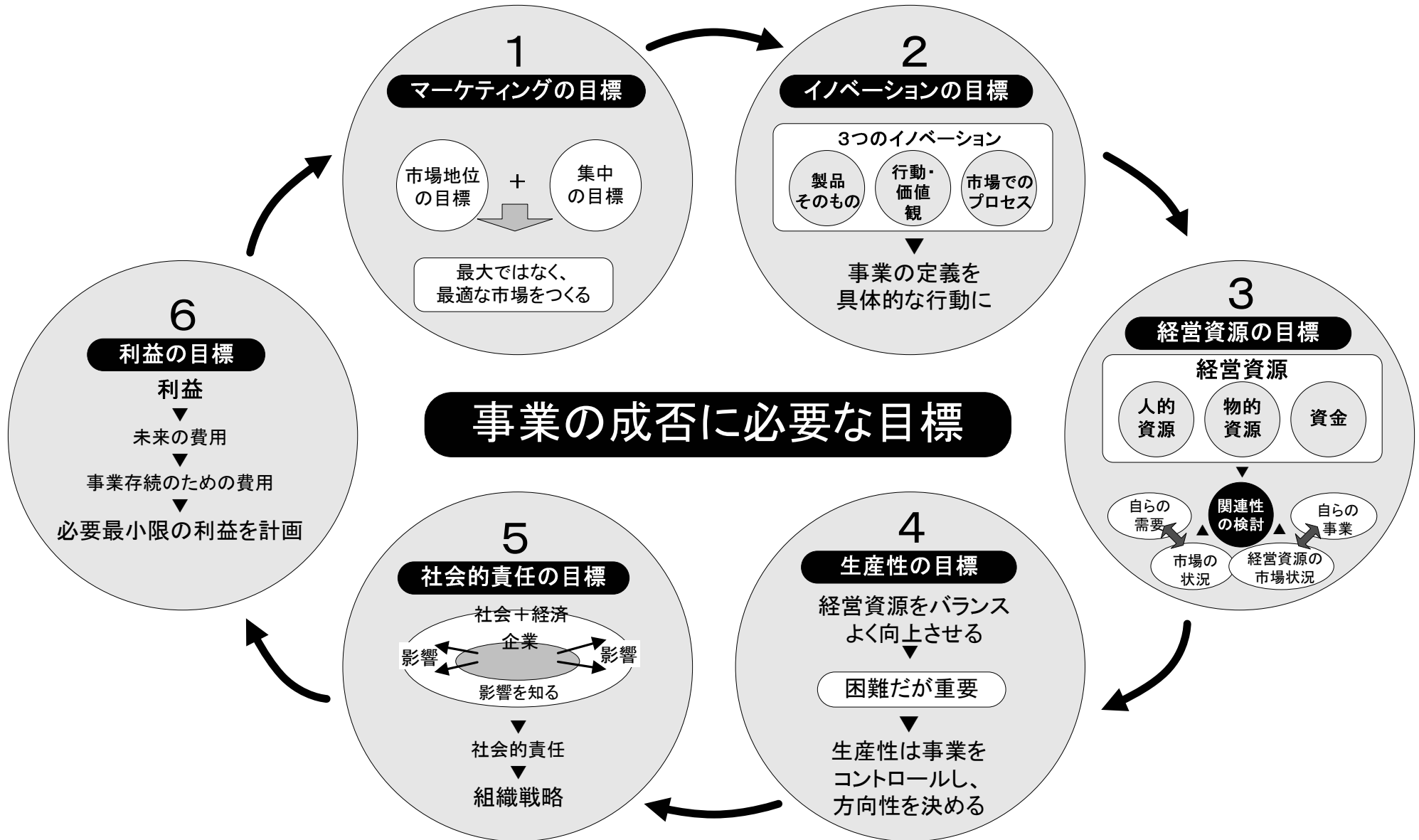
# 部分図解を組み合わせて、全体図解を作る



# 全体の基本レイアウトを先に作って、部分を組み合わせる



# 事業の成否に必要な6つの目標



# 私の情報源

プレゼンテーション

新聞

勉強会

テレビ番組

商品カタログ

ホームページ

メールマガジン

雑誌

# 私の情報源

## 媒体の種類

### 紙

新聞

商品カタログ

雑誌

### 体験

勉強会

プレゼンテーション

テレビ番組

### インターネット

メールマガジン

ホームページ

## 情報収集の頻度

### 定期的

新聞

メールマガジン

雑誌

### 急用時

ホームページ

商品カタログ

### 不定期 or 無意識

テレビ番組

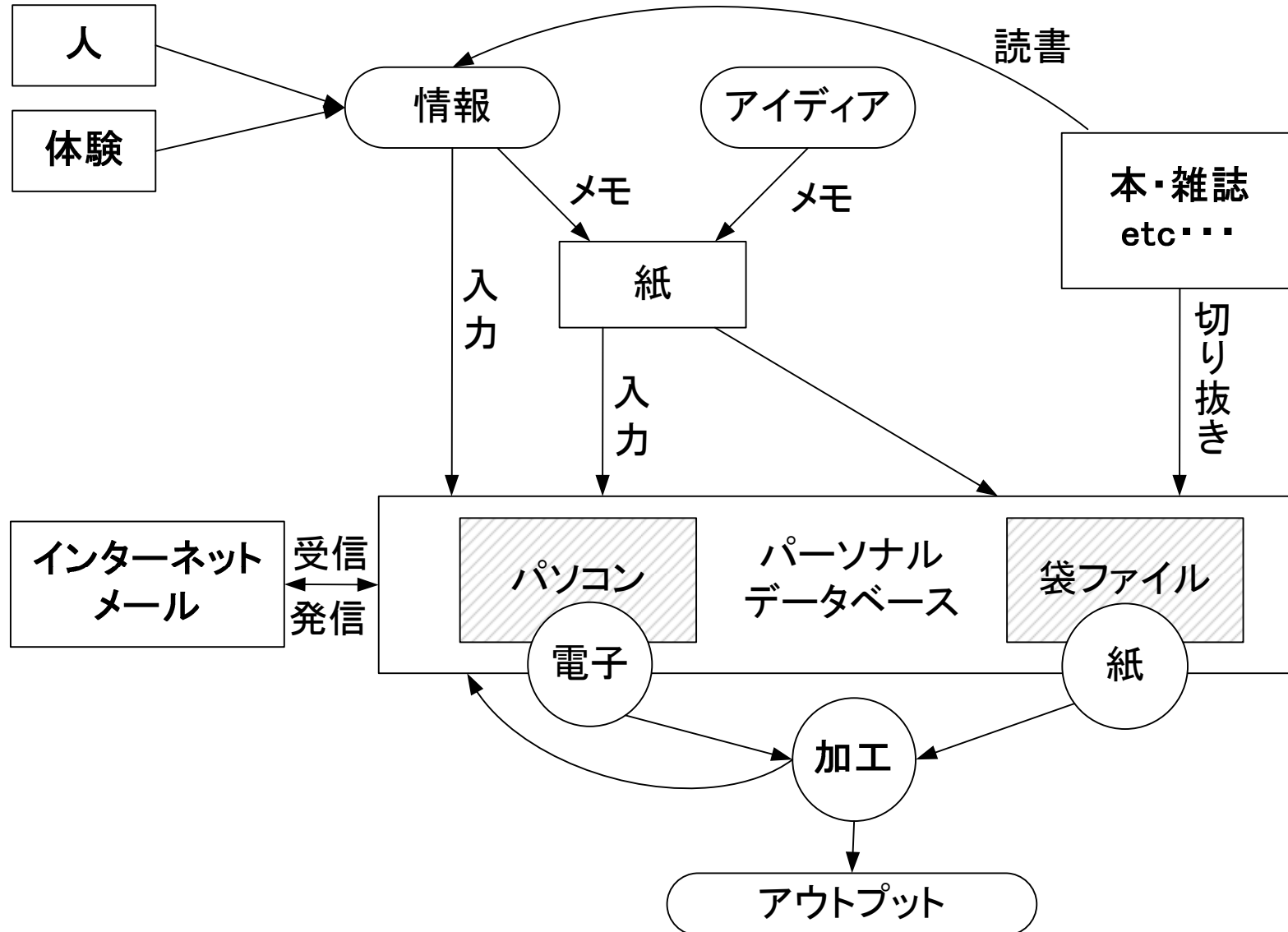
勉強会

プレゼンテーション

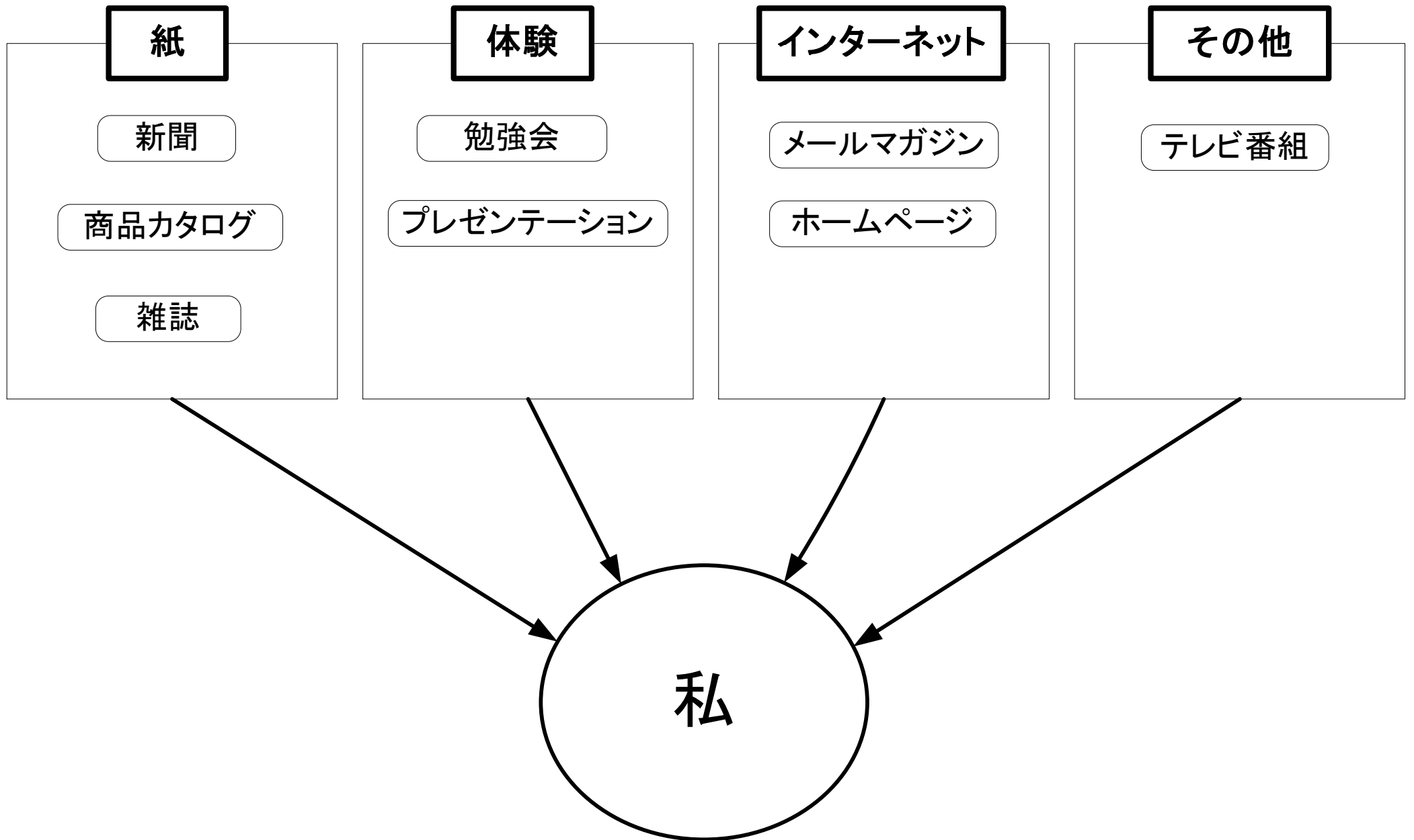
# 私の情報源

	紙	インターネット	体験	その他
定期的	新聞 雑誌	メールマガジン		
急用時	商品カタログ	ホームページ		
不定期		ホームページ	勉強会 プレゼンテーション	テレビ番組

# 私の情報術(収集・整理・活用)

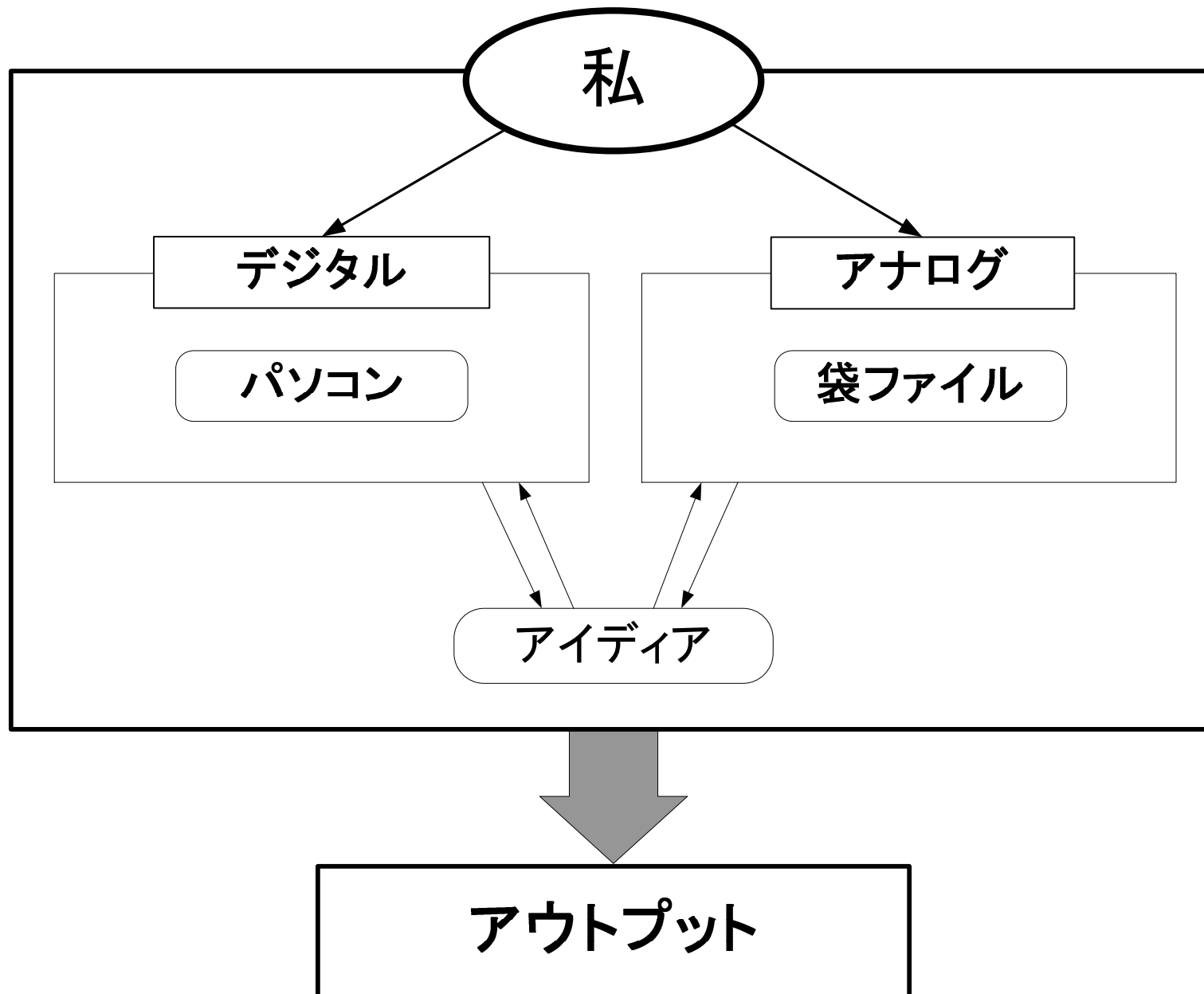


# 私の情報源(部分図解①)

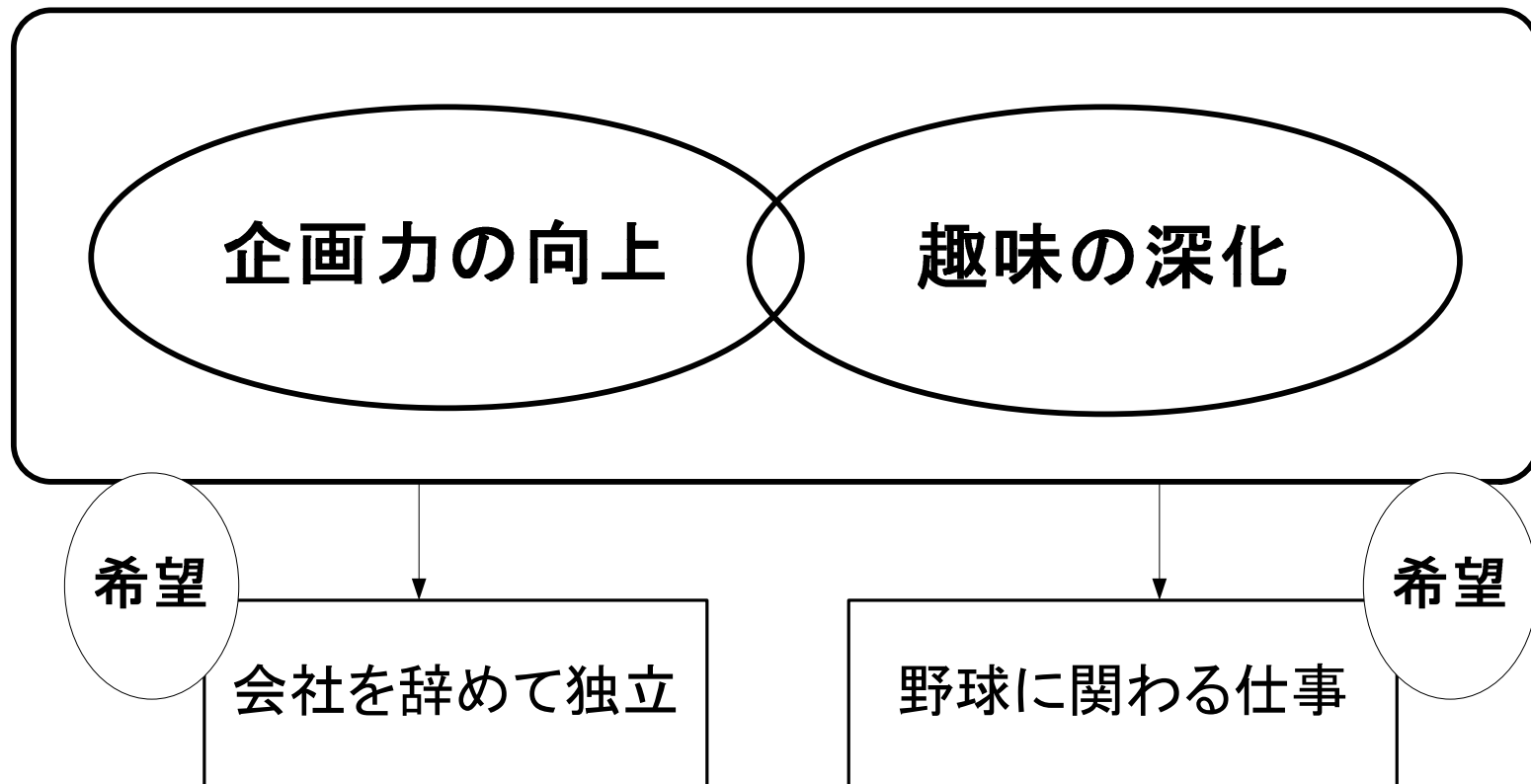




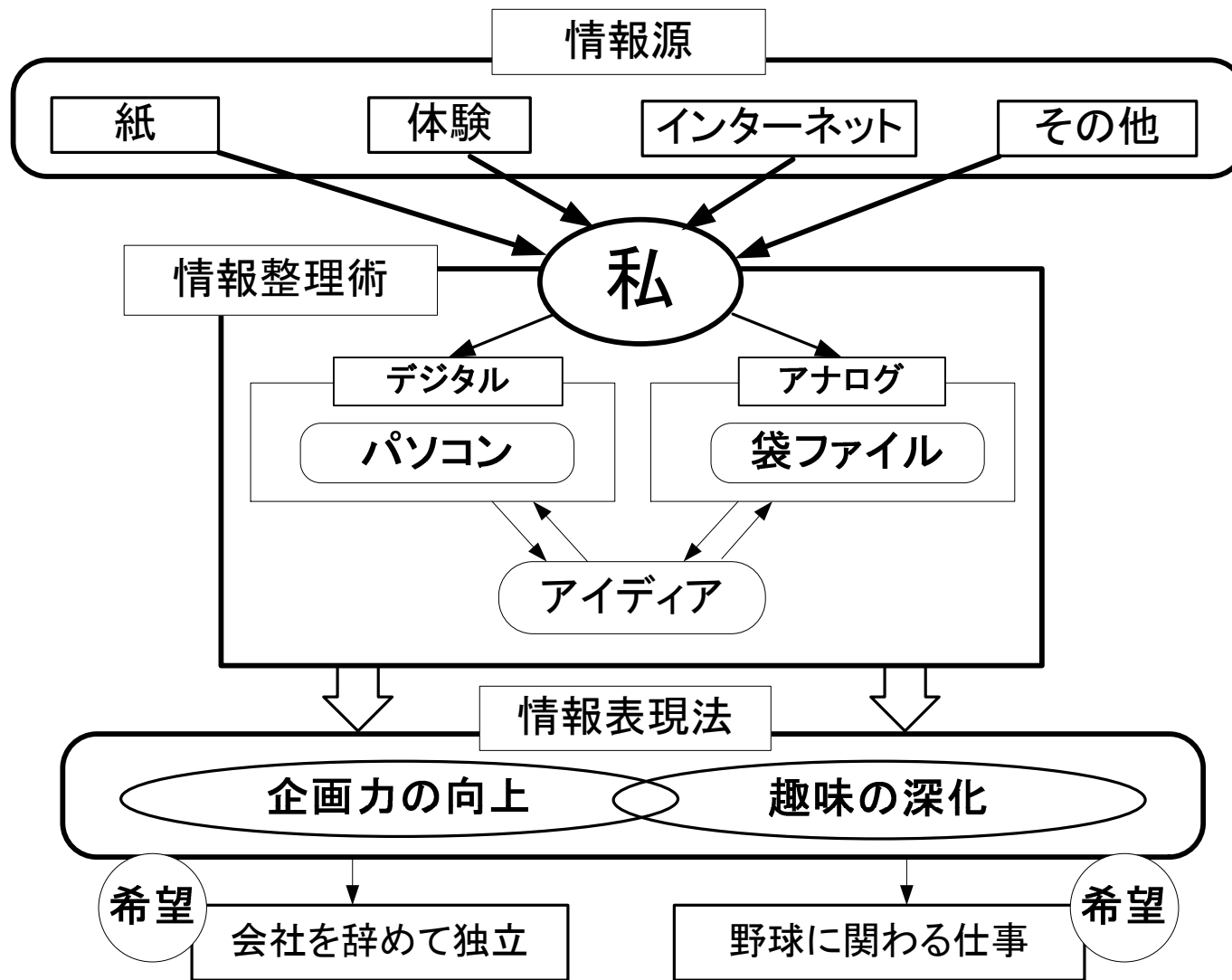
# 私の情報整理術(部分図解②)



## 私の情報表現法(部分図解③)



# 私の情報源



# 私の情報活用術 ～フリーの野球コメンテーターとなるために～

