

実践スキル 2

「顧客起点の提案」に求められる 提案書デザインとは

2025年7月4日

株式会社日立製作所

DSS営/ESU/CPC

お客さまにとって価値のある提供か をキーパーソンに確認する際に 守るべき提案書デザインのポイントを2つご説明します

情報を集める

- 顧客のビジネス目標や悩みを集める
- キーパーソンのホットボタン(重要関心事)を集める

仮説を立てる

- 案件のホットボタンを基準に自社と競合の強み/弱みを整理する
- 自分達の提案内容を整理する

確認する

- 先に顧客への理解を提示する
- ビジュアルデザインで伝わる資料を作成する

実践
スキル

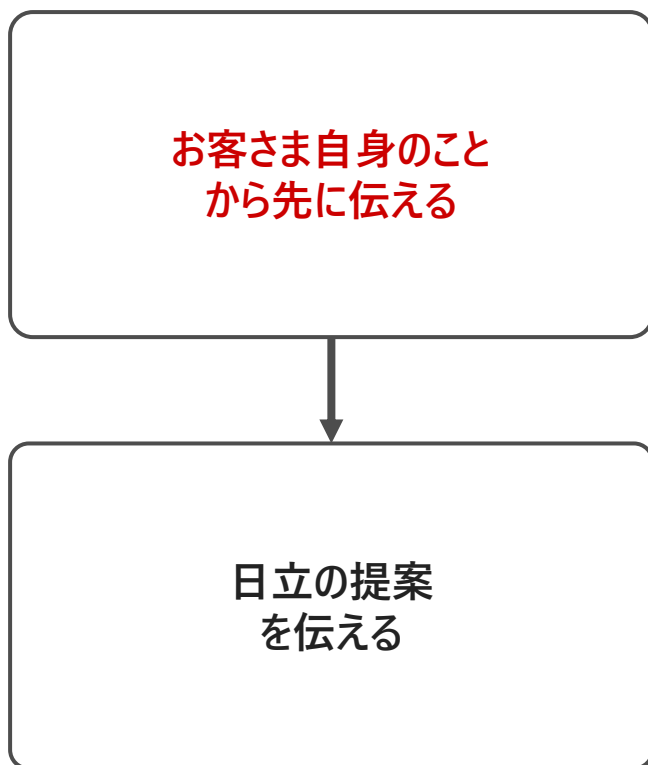
実践スキル2：「顧客起点の提案」
に求められる提案書デザインとは

ひとつめは、「要素」と「順番」です

集合写真で最初に見るところは、自分



お客さまの経営や業務課題の理解を示し、
その上でそれを解決するシステムを提案していることを伝えます



APMPのBOK（抜粋）

“

提案内容を説明する際の順番については、顧客のことを最初に述べるのが推奨されています。

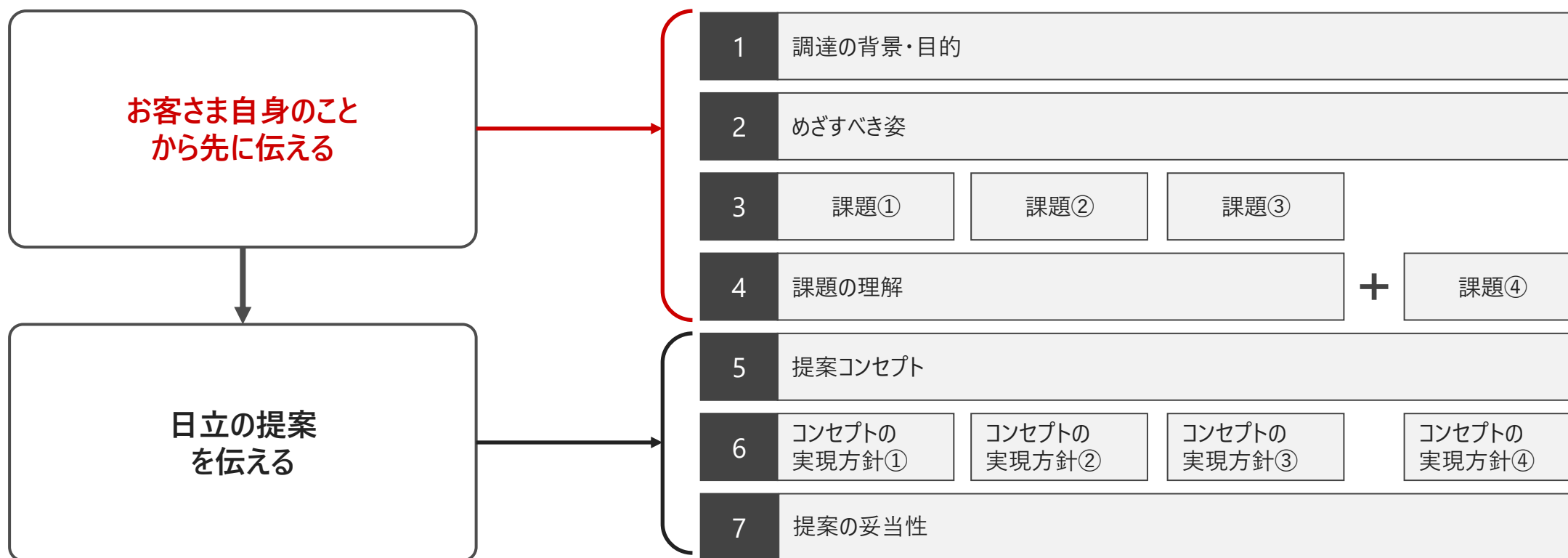
これは、提案が顧客中心であることを示し、彼らのニーズや問題に対する理解を示すためです。

具体的には、提案の冒頭で顧客の主要な問題やニーズを明確にし、それに対する解決策を提示することが重要です。

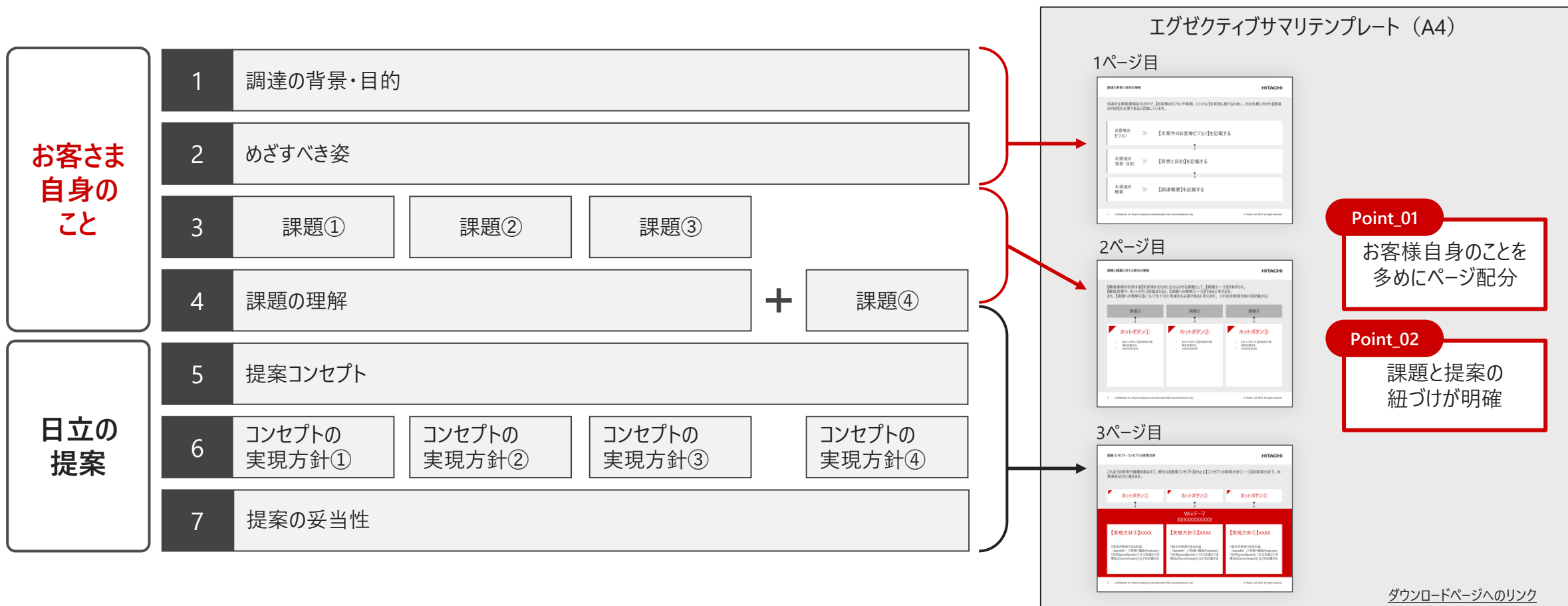
これにより、提案が顧客にとってどのように価値を提供するかを強調することができます。

”

伝える「要素」と「順番」の型があります。
この型を使うと提案内容がお客様に与える価値を「誤解なく」伝えることができます



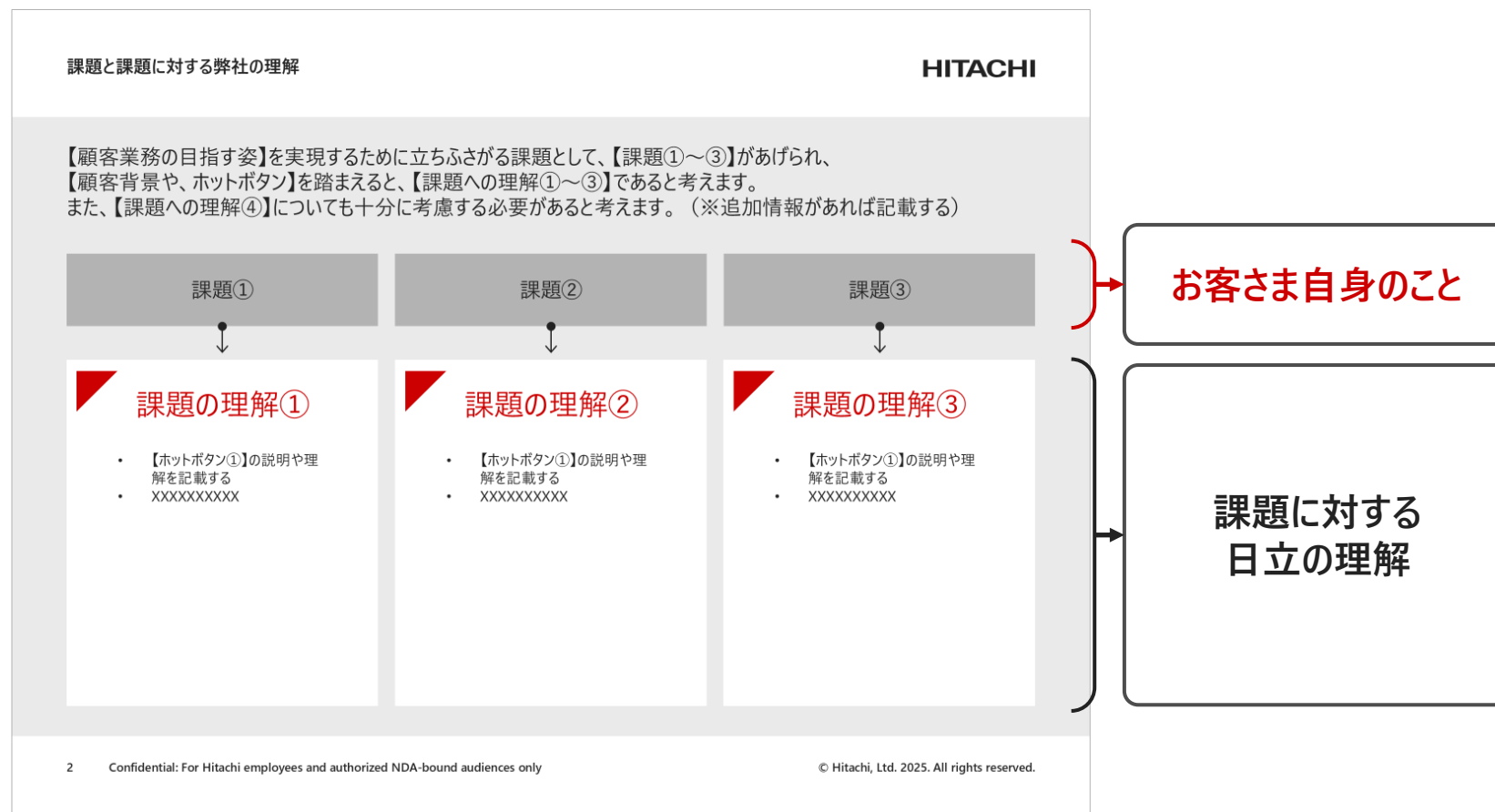
「要素」と「順番」をお客様に説明する際に使えるPPTテンプレートを提供しています



①先に顧客への理解を提示する

2ページ目：

お客様の課題と、課題に対する日立の理解を1枚に紐づけて記載する



「お客様の課題に対して、それぞれ解決策を提案していることを、明確に伝えられる

[ダウンロードページへのリンク](#)

「要素」と「順番」についてご説明しました

情報を集める

- 顧客のビジネス目標や悩みを集める
- キーパーソンのホットボタン(重要関心事)を集める

仮説を立てる

- 案件のホットボタンを基準に自社と競合の強み/弱みを整理する
- 自分達の提案内容を整理する

確認する

- 01 先に顧客への理解を提示する
- 02 ビジュアルデザインで伝わる資料を作成する

実践
スキル

実践スキル2：「顧客起点の提案」
に求められる提案書デザインとは

日立が考えている提案の価値を「誤解なく」「素早く」伝えるための ビジュアルデザインのポイントをご説明します

情報を集める

- 顧客のビジネス目標や悩みを集める
- キーパーソンのホットボタン(重要関心事)を集める

仮説を立てる

- 案件のホットボタンを基準に自社と競合の強み/弱みを整理する
- 自分達の提案内容を整理する

確認する

- 01 先に顧客への理解を提示する
- 02 ビジュアルデザインで伝わる資料を作成する

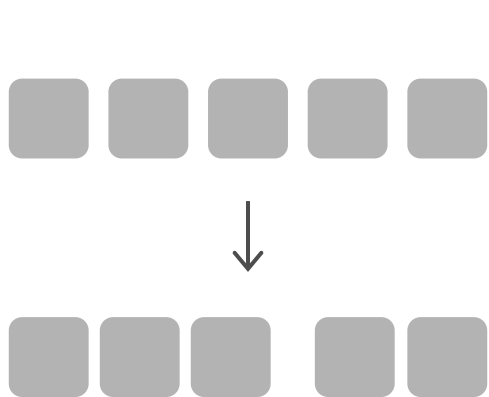
実践
スキル

実践スキル2：「顧客起点の提案」
に求められる提案書デザインとは

守るべきポイントは、デザインの4原則です 提案内容がお客様に与える価値を「誤解なく」「素早く」伝えることができます

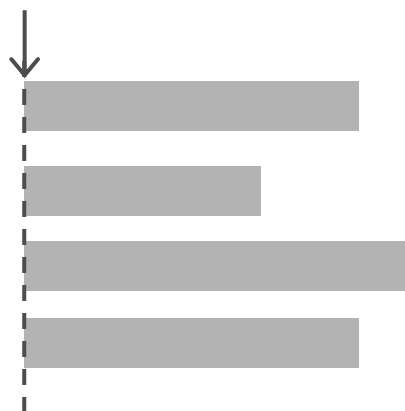
近接 Proximity

関連する要素を近づけてグループ化し
情報を分類する



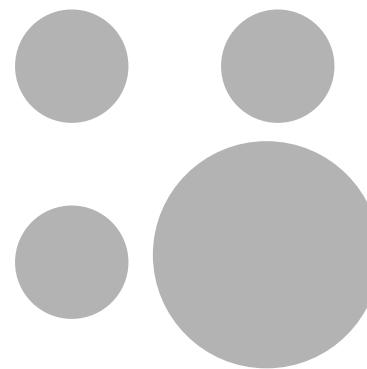
整列 Alignment

要素をきれいに揃えて配置し、
見やすくする



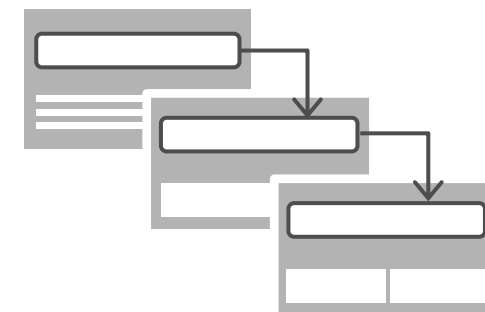
強弱 Contrast

要素にコントラストをつけて
優先度を明確にする



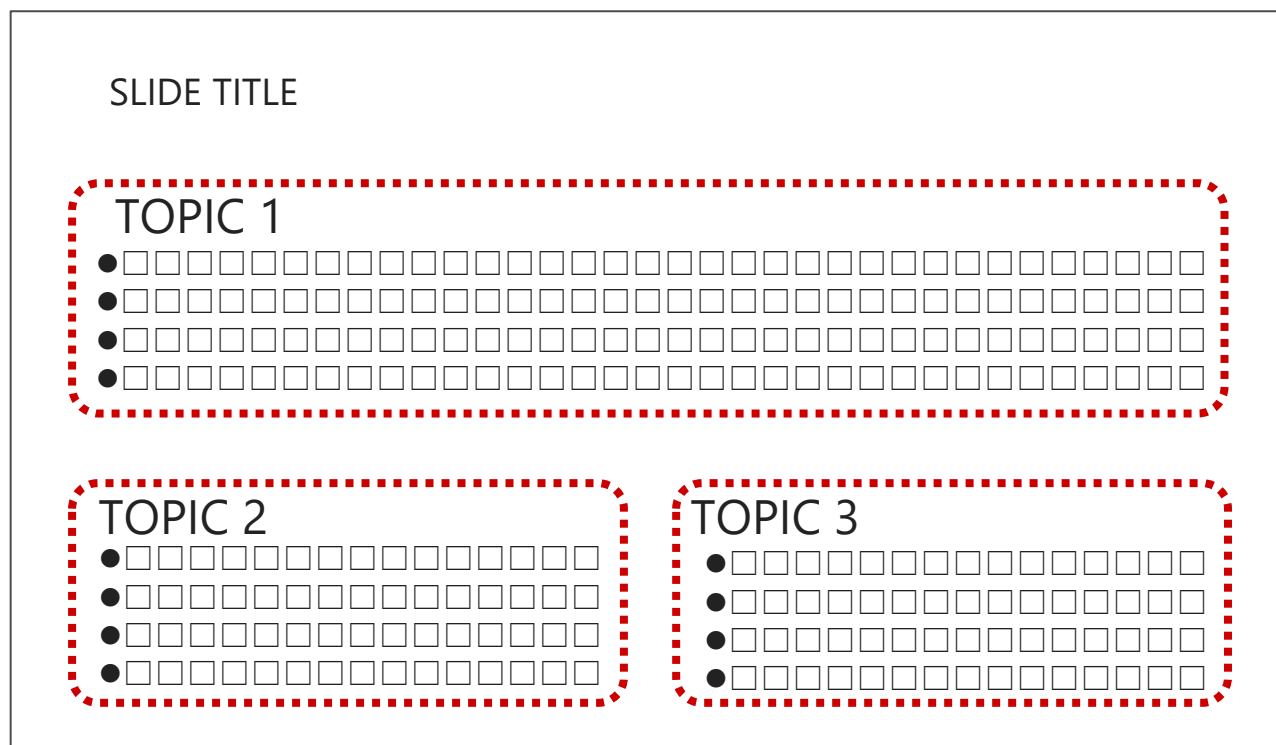
反復 Repetition

ルールを決めて同じ要素を使う
ことで関連性をつかみやすくする



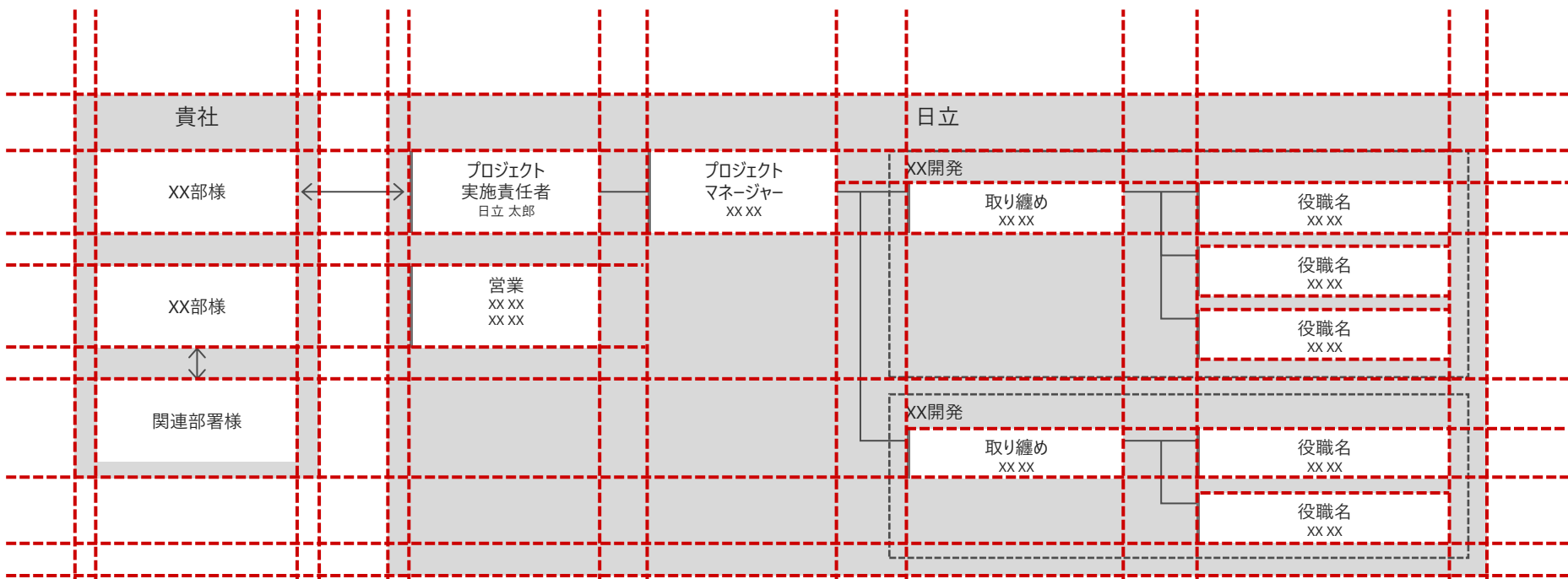
近接：関連する要素を近づけてグループ化し、情報を分類する

- 関連する要素を近づけることでグループ化して情報を紐づける
- 逆に、関連しない要素同士は離すことで、別の要素であることを示すことができる



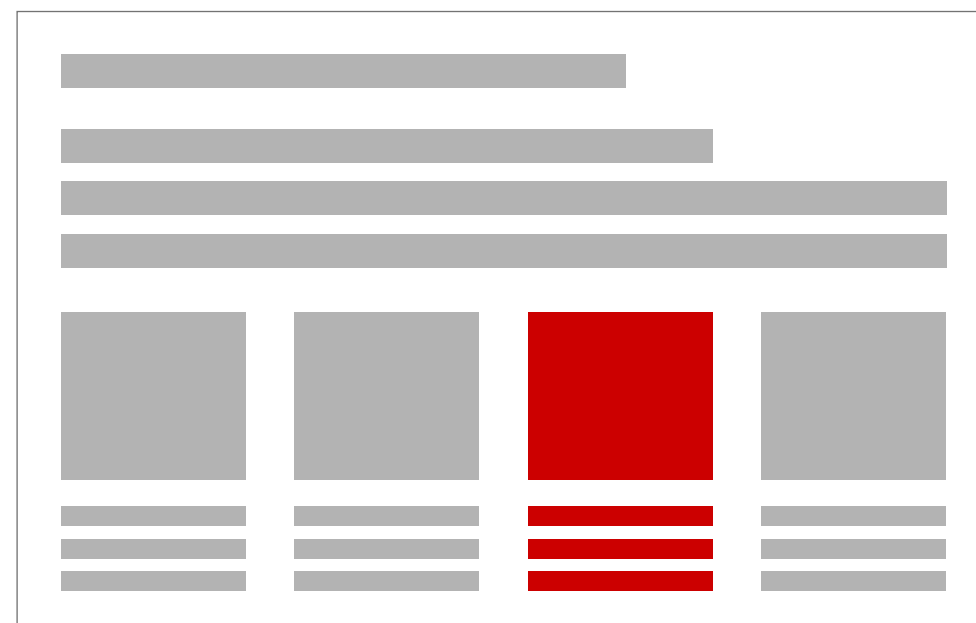
整列：要素をきれいに揃えて配置し、見やすくする

- 要素の上下左右のライン、関連する要素のすき間を「見えない線」で揃える
- 可能な限り見えない線でそろえて、なるべく線が増えないようする



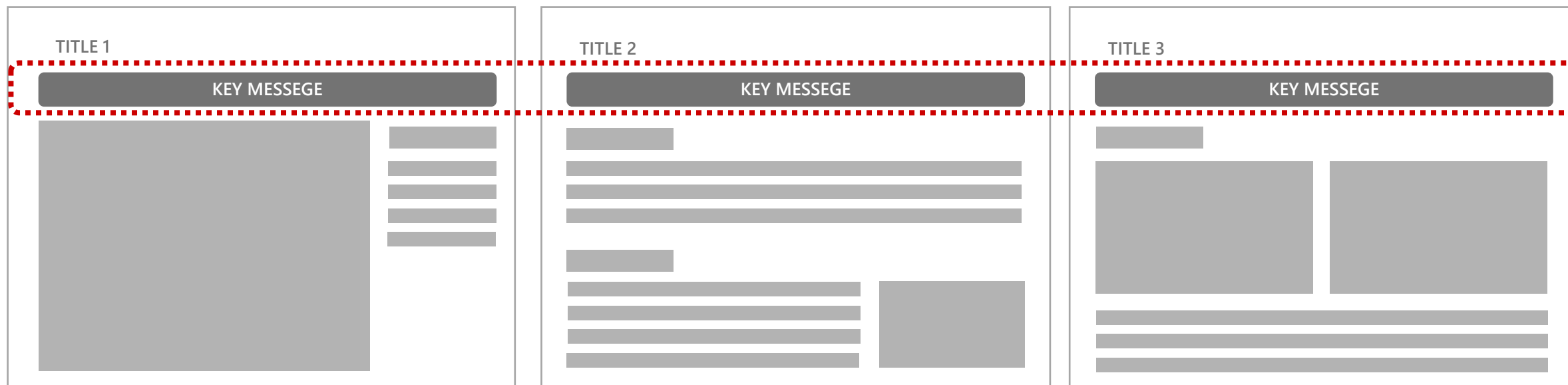
強弱：要素にコントラストをつけて優先度を明確にする

- 紙面の中で「一部だけ」違いを出し、差をすることで強弱が生まれる
- サイズの大きさの違い（ジャンプ率）を使う
- 色での強調は、有彩色を使用することや、相対的に濃い色を使う



反復：ルールを決めて同じ要素を使うことで、関連性をつかみやすくする

- 要素の形（形状、色、フォント、フォントサイズなどあらゆる要素）や配置にルールををきめて、「繰り返し」使う
- 資料全体にわたって、同じルールを使いづけることが重要



デザインの4原則の提案書への活用例

調達の背景と目的の理解：【整列・反復】

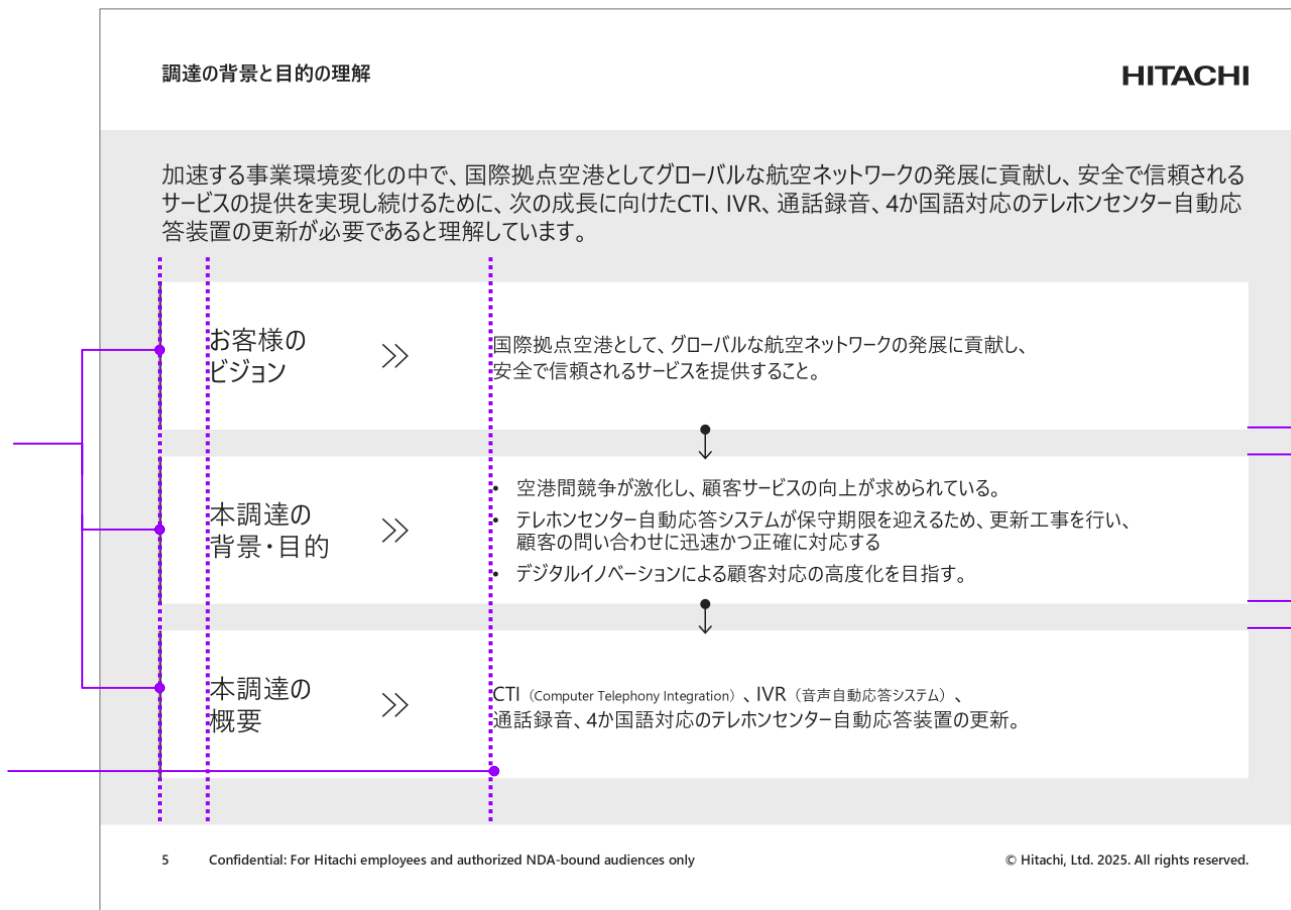
配置を揃え、全体のトーンを統一

反復

同じ要素を繰り返し用いることで、それぞれが関連していることを直感的に理解しやすくしている

整列

関連する要素の左端を揃えて配置することで整理された印象を与える。また、要素同士のつながりが理解しやすくなる

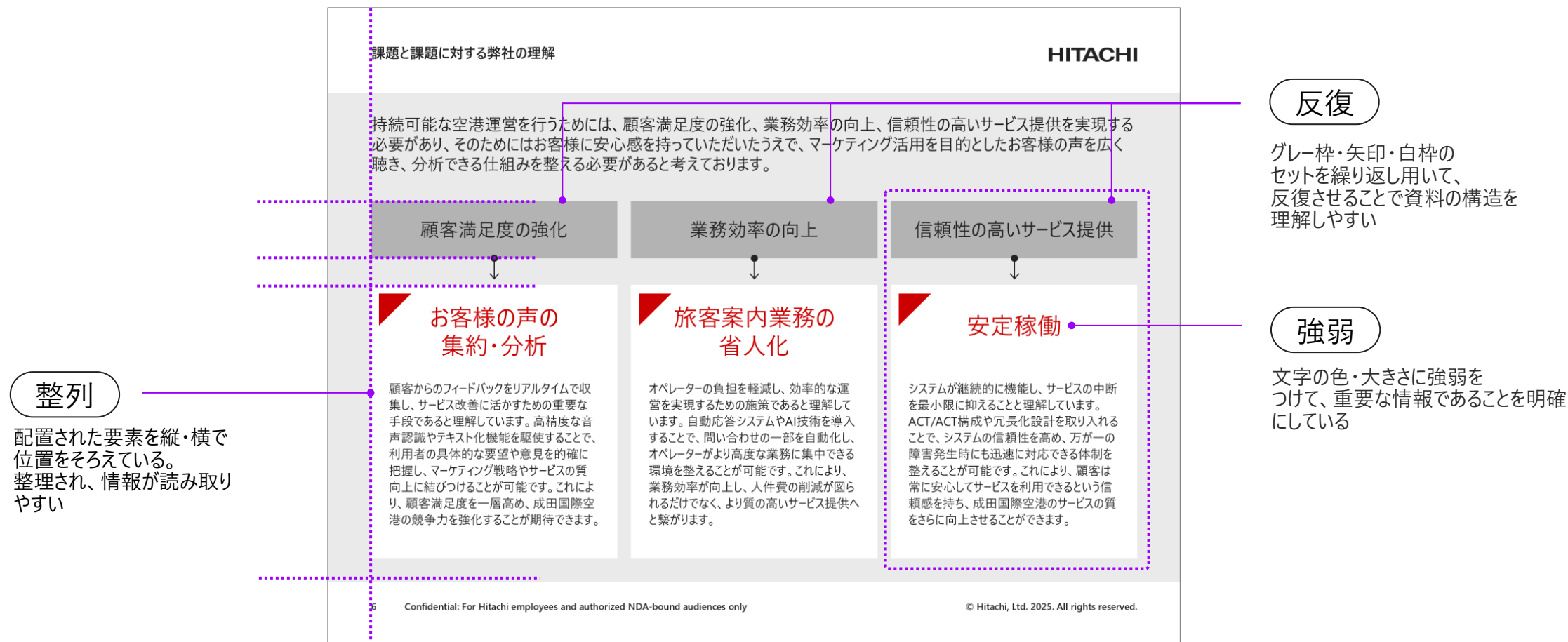


整列

ボックス間の余白を揃えて配置することで整理された印象になる。
また、ボックス間の関連が同じであることを直感的に理解しやすくなる。

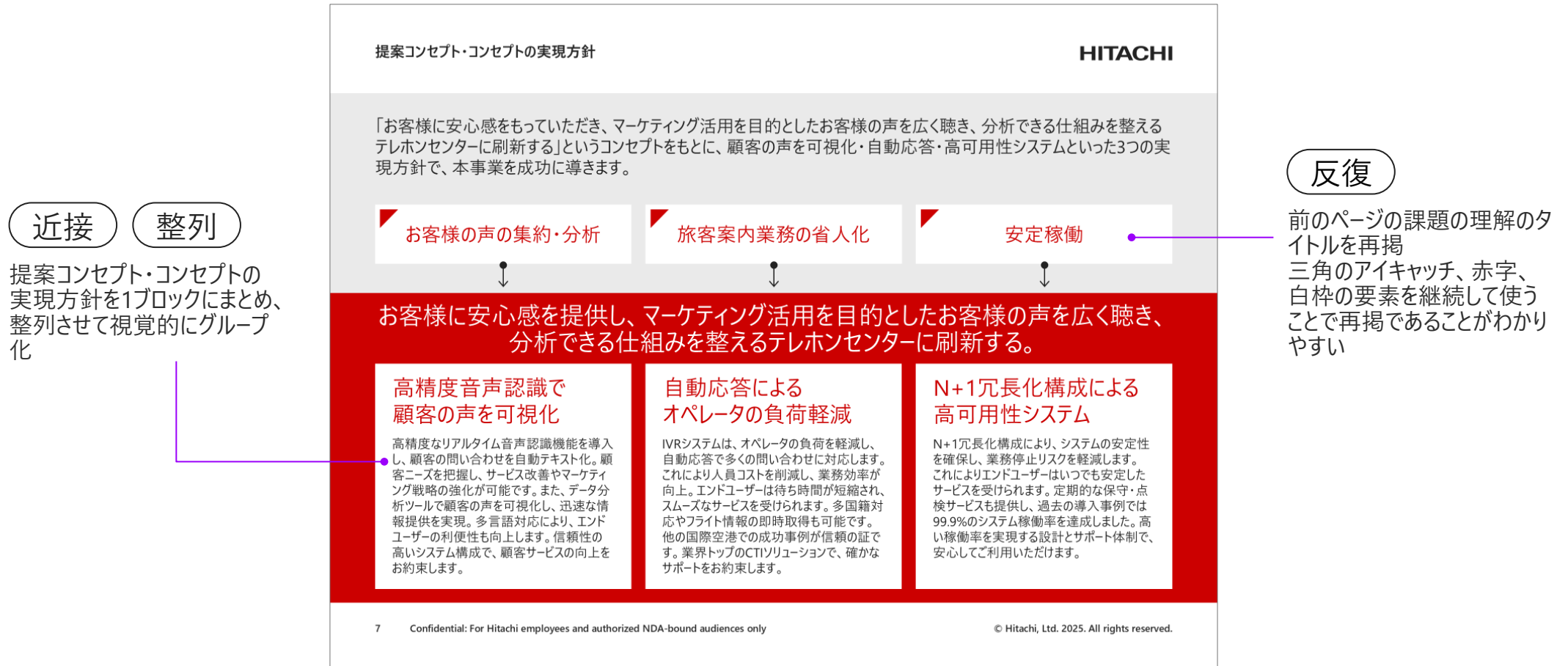
課題と弊社の理解：【強弱・反復】

課題の理解だけ色を変え、他ページでも同じ配色ルールを継続



提案コンセプト・実現方針：【近接・整列】

提案コンセプト・実現方針を1ブロックにまとめ、整列させて視覚的にグループ化



日立が考えている提案の価値を「誤解なく」「素早く」伝えるための ビジュアルデザインのポイントをご説明しました

情報を集める

- 顧客のビジネス目標や悩みを集める
- キーパーソンのホットボタン(重要関心事)を集める

仮説を立てる

- 案件のホットボタンを基準に自社と競合の強み/弱みを整理する
- 自分達の提案内容を整理する

確認する

- 01 先に顧客への理解を提示する
- 02 ビジュアルデザインで伝わる資料を作成する

実践
スキル

実践スキル2：「顧客起点の提案」
に求められる提案書デザインとは

役立つツール

日立のブランドガイドラインが新しくなりました。 これに合わせてCPCの全ツールを刷新しました。

CPCが提供しているツールも、新しいブランドガイドラインに沿って刷新し、
2025年6月末にCPCポータルで公開しています。
これらのツールはすべて(GBC本)に確認いただいたうえで公開しています。

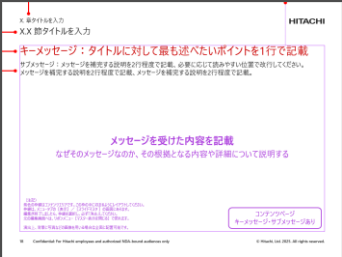
[ダウンロードページへのリンク](#)

テンプレートや効率化ツールで、
お客さまにとって読みやすく分かりやすい
資料作りを支援します

[ダウンロードページへのリンク](#)

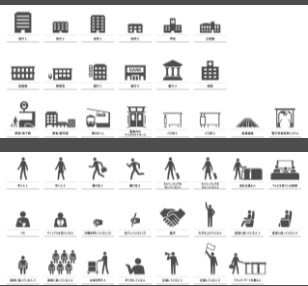
提案書テンプレート

フォントサイズ、配置など、
体裁のルールを定義し、
統一を図る。



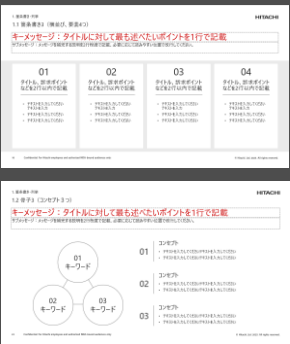
シンプルイラスト素材集

さまざまな業種の提案書
で利用できるイラスト素材
集(600種類以上)。
テイストが統一された図を、
効率よく作成できる。



デザインパターン集

箇条書き、システム構成
図、フロー図など、提案書
でよく使われる図(90種
類以上)の雛形。



効率化ツール

色塗りツール

新ブランドのカラーパレット
の色にすばやく配色できる
PowerPointのアドインツル
で色の不統一を防止し、
効率よく図や表を作成。



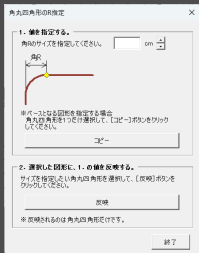
部品挿入ツール

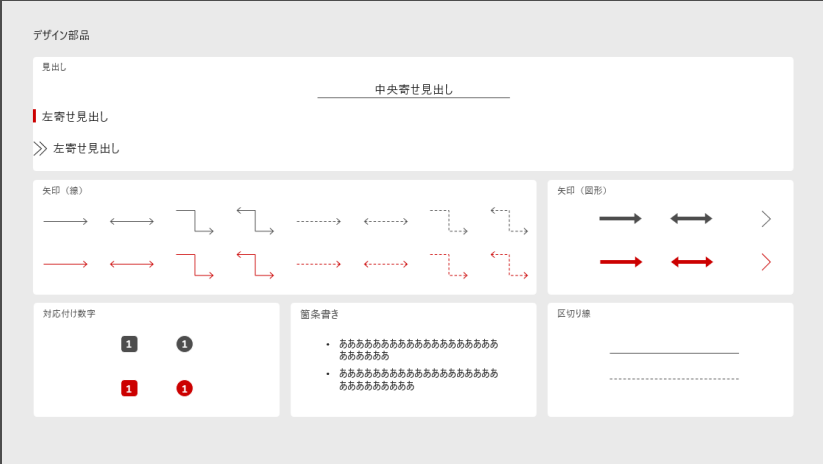
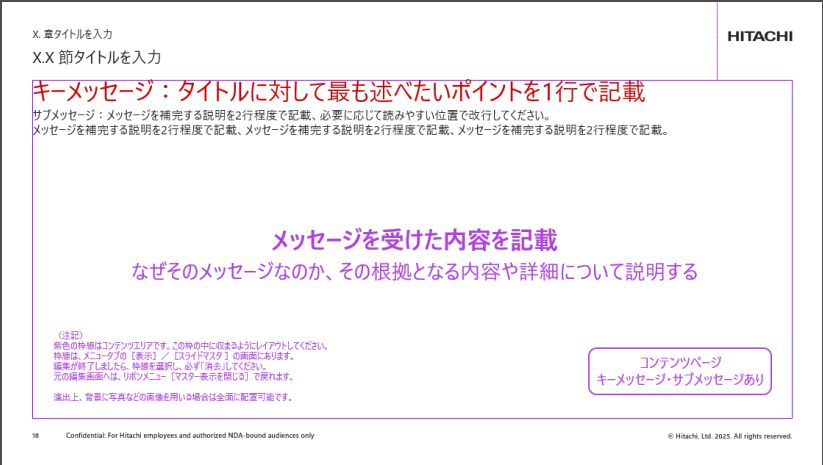
矢印や囲み線などの推奨
部品を、いつでも手軽に
使えるようにアドイン化した
ツール。
簡単な操作で推奨部品
をスライドに挿入できるよう
になります。



図形編集支援ツール

細部まで統一感を出して
高度なデザインを目指した
方に向けた、ワンランク
上の資料作成をサポート
するツール。





提案書テンプレート

タイトルや本文の配置など、体裁のルールが定義されている。新しいブランドガイドラインのデザインコンセプトを反映した設定がされており、新ブランド資料をすぐに作成することができる。

- PowerPoint形式 A4横(4:3、16:9)、A4縦
- Word形式 A4縦
- A3サマリ

CPC提供ツールのダウンロードはこちら↓
<提案書作成ツール (hitachi.co.jp)>

提案書デザインパターン集

論理構造が明確になる表現デザインを70種類以上、
部品としてご用意。

コピー＆ペーストで部品を活用するだけで
わかりやすく、洗練された提案書を作成できる。

CPC提供ツールのダウンロードはこちら↓
<[提案書作成ツール \(hitachi.co.jp\)](https://hitachi.co.jp)>



シンプルイラスト素材集

シンプルなピクトグラム調のイラスト。
テイストが統一された図を、効率よく作成できる。

CPC提供ツールのダウンロードはこちら ↓
<[提案書作成ツール \(hitachi.co.jp\)](https://hitachi.co.jp)>

効率化ツール

色塗りツール

新ブランドのカラーパレットの色にすばやく配色できる
PowerPointのアドインツールで色の不統一を防止し、
効率よく図や表を作成。
[ダウンロードページへのリンク](#)

部品挿入ツール

矢印や囲み線などの推奨部品を、いつでも手軽に
使えるようにアドイン化したツール。
簡単な操作で推奨部品をスライドに挿入できる。
[ダウンロードページへのリンク](#)

図形編集支援ツール

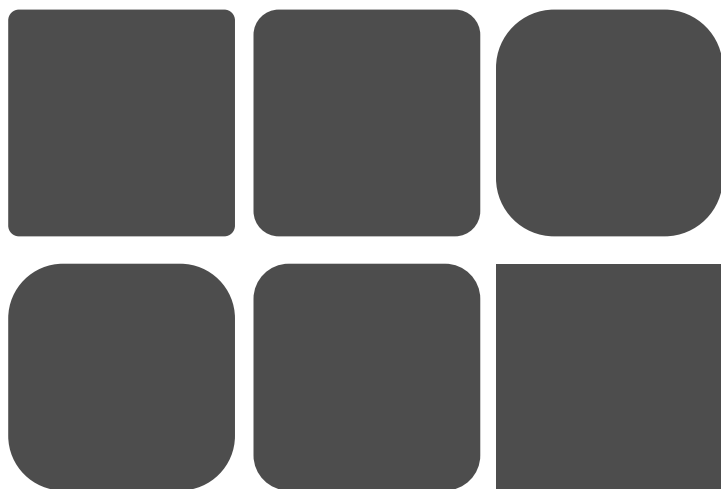
細部まで統一感を出して高度なデザインを目指したい方
に向けた、ワンランク上の資料作成をサポートするツール
[ダウンロードページへのリンク](#)



角丸四角形のR指定

PowerPoint標準の機能では、同じ角丸に設定することができません。

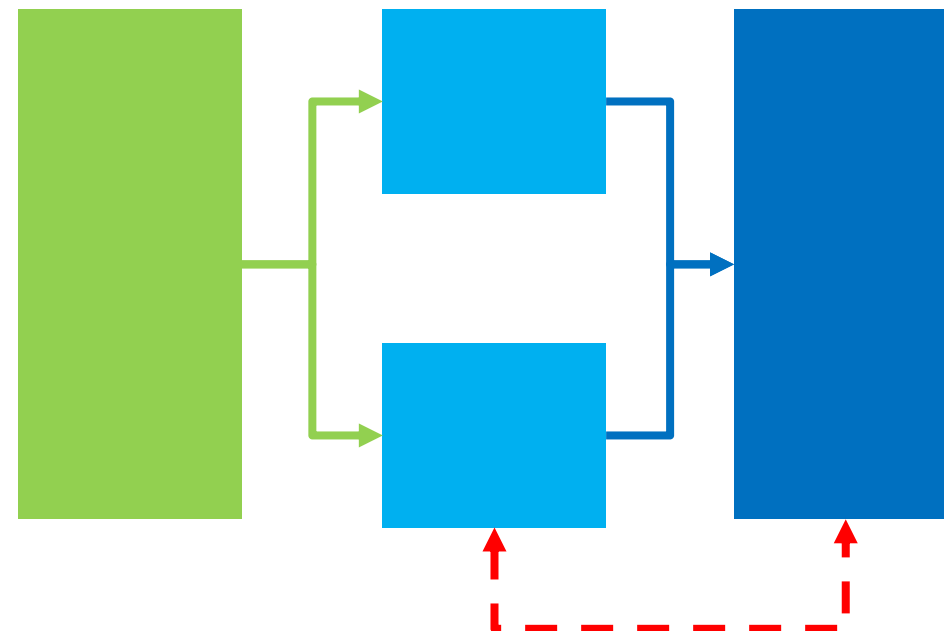
図形で揃えられるところはすべて揃えることで、より洗練された印象の資料にすることができます。



オブジェクト置換・書式変更

新ブランド用に、過去に作成した図表を作り直す作業が発生します。

任意の図形を「よく使うデザイン部品」に置換することができます。



CPCポータルサイトへのリンク



お客さまにとって価値のある提供か をキーパーソンに確認する際に 守るべき提案書デザインのポイントと、役立つツールをご説明しました

情報を集める

- 顧客のビジネス目標や悩みを集める
- キーパーソンのホットボタン(重要関心事)を集める

仮説を立てる

- 案件のホットボタンを基準に自社と競合の強み/弱みを整理する
- 自分達の提案内容を整理する

確認する

- 01 先に顧客への理解を提示する
- 02 ビジュアルデザインで伝わる資料を作成する

実践
スキル

実践スキル2：「顧客起点の提案」
に求められる提案書デザインとは

HITACHI