

# これだけでプロ並み(?)のレイアウト 7ヶ条

---



- ① グリッド拘束率は少なめに。
- ② ジャンプ率は大きめに。
- ③ 図版率は可能な限り大きめに。
- ④ 必ず白抜き部分を入れる。
- ⑤ 罫線を効果的に使いましょう。
- ⑥ 重なりを怖がらない。
- ⑦ センテンスごとにメリハリを。



# ①②③の『率』について説明します。

ほとんど数学ですがこれ位だったら大丈夫ですね

## ◆グリッド拘束率

グリッド(垂直な縦線と平行な横線)に対してどれだけ添っているかを表す数値です。添っていれば(拘束率が高ければ)・真面目・整理されている・堅苦しい・動きがない・面白味に欠けるといった感じを与えますし、グリッドから自由(拘束率が低ければ)・楽しい・変化がある・柔らかい・動きがあるといった感じになります。

## ◆ジャンプ率

使われている文字で一番大きい文字と小さい文字の比率のことです。比率が大きければ(ジャンプ率が高ければ)・親しみやすい・若々しい・楽しそう・動的な感じ、小さければ(ジャンプ率が低くければ)変化に乏しい、退屈・堅い・参加しにくいといった感じになります。

## ◆図版率

全体に対して図版(写真・イラスト・図表・グラフ・パターン等)がどれだけの割合で入っているかの比率です。率が大きければ入っていきやすい印刷物となりますがビジュアル雑誌とは違いますのでほどほどに。

手に取ってもらえる、興味をもってもらうためには最低30%以上にはしましょう。

おまけ

## ◆版面率

「はんずらりつ」と読んでください。紙全体に対する印刷範囲の割合の事です。小さければ(余白が大きければ)おしゃれで高級な感じのものになり、大きければ(紙目一杯)情報量がいっぱいでパワーを感じさせます。

# 文字組の基本中の基本

デザイン・レイアウトを学んで見やすく、訴求力のある印刷物を作りましょう（講座のCMでした）。

打ちっ放しだとこんな感じになりますが、少しでも見やすく、まとまった感じにしたいですね。

デザイン・レイアウトを学んで見やすく、訴求力のある印刷物を作りましょう（講座のCMでした）。

間延びした部分を詰めてはみたのですが、全体の字間がまだ詰まってませんのでもう一息です。

デザイン・レイアウトを学んで見やすく、訴求力のある印刷物を作りましょう（講座のCMでした）。

明朝体であればこれぐらいツメるのが普通です。文章全体が引き締まった感じになりました。

デザイン・レイアウトを学んで見やすく、訴求力のある印刷物を作りましょう（講座のCMでした）。

視認性に優れ、同じポイント数なら大きく見えるのが新ゴです。これだとアキがよく目立ちますね。

デザイン・レイアウトを学んで見やすく、訴求力のある印刷物を作りましょう（講座のCMでした）。

そこでツメてみましたが、この書体はスペースをいっぱいに使っているの部分的にしか詰まりません。

デザイン・レイアウトを学んで見やすく、訴求力のある印刷物を作りましょう（講座のCMでした）。

楷書体ですが同じポイント数でこれだけ小さくなってしまいます。字間も間が抜けているし、そもそも筆書体やファンシー書体は長い文章には向きません。

## タイトルの文字について

アート系の市民活動団体による

# 作品展

これはいくらなんでも寂し過ぎます。一人でも多く来てほしいという熱意がまったく感じられません。

アート系の市民活動団体による

# 作品展

字間をツメて、長体をかけてサイズアップしました。上の物よりいいんですが、文字情報のみな感じです。

アート系の市民活動団体による

# 作品展

左右は同じ寸法でも大分大きくみえますね。タイトルはこの位思いきって変形させて大丈夫です。

アート系の市民活動団体による

# 作品展

上の部分をアールにしてグリッドから自由になりました。全体的に文字情報をビジュアル化するともあります。

アート系の市民活動団体による

# 作品展

別になんでもいいんですが、バックに何か入れて重ねればこんなものでもボリュームアップしますね。

## ◆文字の変形など◆

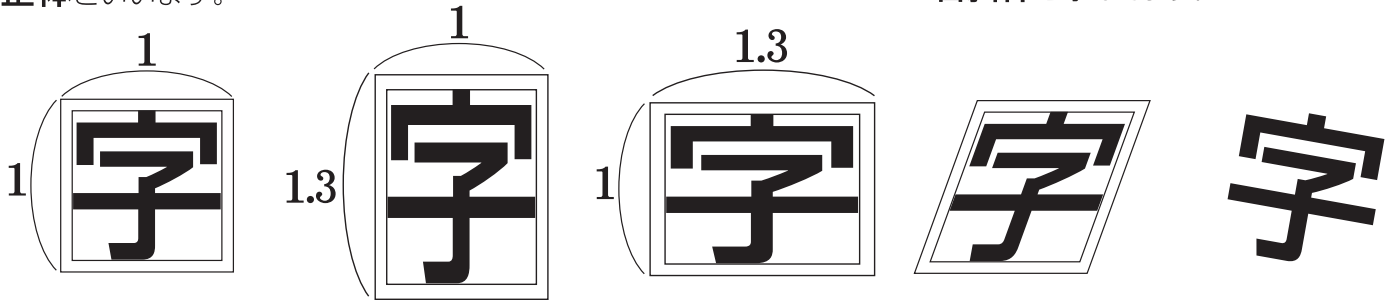
文字そのものを変形させるものには**長体・平体・斜体**の3種類あります。

文字は普通1:1の比率で作られています、これを**正体**といいます。

縦のみを伸ばしました。これを**長体**といいます。

これは**平体**です。

**斜体**です。これは**右斜体**と呼びます。



◆正体が一番読みやすく整った形ですが、文字の入るスペースや書体によって使い分けるようにしましょう。

デザイン・レイアウトは楽しくやるのが基本ですね。これは、正体の文字です。

デザイン・レイアウトは楽しくやるのが基本ですね。左右のスペースがない場合、文字を小さくして合わせますが、

デザイン・レイアウトは楽しくやるのが基本ですね。長体にすればそんなに文字が小さくならずにすみます。

デザイン・レイアウトは楽しくやるのが基本ですね。✕

これは、反則(?)です。長体なのに字間が空いているのは理屈に合いません。

## ◆文字揃え◆ 文字揃えには**右揃え、左揃え、中心揃え、左右揃え、**があります。

文章は大体左側から始まることが多いので普通左揃え(頭揃え)にします。

↓  
デザイン・レイアウトは楽しくやるのが基本ですね。

デザイン・レイアウトは楽しくやるのが基本ですね。

円の中に入れるときは中心揃えにしましょう。

紙の右側に寄ったレイアウトや右に写真などがあって、揃った感じにしたい場合は、稀に右揃えにする事があります。

↓  
デザイン・レイアウトは楽しくやるのが基本ですね。

## ◆文字のビジュアル化◆

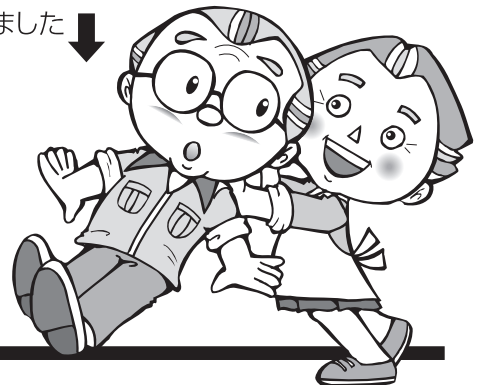
### ◆お父さんの退職は家族の問題!◆

定年後、明るく迎えるためのハッキリ・スツキリ講座

↑ 文字情報のみ

ビジュアル化してみました ↓

◆お父さんの退職は家族の問題!◆  
定年後、明るく迎えるための  
ハッキリ・スツキリ講座



本日は講座に参加いただきありがとうございます。

今回は、デザインを制作する上での文字及び文字の組み方、図版、イラスト、写真の基本的な考え方と扱い方を学んでゆきたいと思っています。

**文字**は ●フォント（書体） ●ポイント数（文字の大きさ） ●字間・行間 ●変形（長体・平体・斜体）などの要素を選択して使用していきます。

この要素に **文字組み** ●縦組み、●横組（右揃え、中心揃え、右揃え、） ●流し込みなどを組み合わせて文章をレイアウトしていくのですが、どんなにセンスのいいレイアウトをしても文字だけの印刷物は訴求力に欠け、読む気力もうせてしまいそうです。

そこで **図版** ということになるのですが、図版とは、図説、表、イラスト、写真、飾り罫などの総称で、書き文字、筆文字、デザイン的に処理された文字などもその範疇に入ります。

例として、お得です。→ **得**

図版にすることによって、①文字よりも簡潔に、分かりやすく説明できる。

②文章より伝えるスピードが早い。③より具体的に訴える事ができる。

④インパクトが強い。⑤親しみがもてる、参加しやすい。などなど、文章の不足している部分とお互いが補完し合ってより完成度の高いデザインになっていきます。

**イラスト** はできるだけオリジナルを使用したいものですね。その気にさえなれば誰にでもできます。考えただけでジンマシンがでるといふ人は、得意な人にお願ひしましょう。相場はイラスト1点に付き350ml缶ビール1本、発泡酒でもOKです。うまい・下手より、人のぬくもりとか息づかいが感じられるはずです。

**写真** はまず、相応しいものを選ぶところから始めその内容の**視覚度**によって大きさや扱い方を決めてゆきます。

角判で使用する事がほとんどだと思ひますが、切り抜きなどを使用することによってデザインの幅が広がってゆきます。写真そのもののトーンによって（黒っぽい・白っぽい）も扱い方を変えるといいでしょうね。

詳しい事は講座での解説をお楽しみ(?)に



# 写真のレイアウトについて

印刷物には写真を使うことが結構あります。そこで写真をレイアウトする上での基本的な知識を紹介します。



複数の写真をただ均等に並べるだけでは、あまり面白くないですね。数が多いとか、写真が小さい場合は見やすいのでこれでいいと思います。

◆複数の写真を並べてレイアウトする時は、写真の明るさ、コントラストをできるだけ統一しましょう。また、その中に強調したい写真があった場合は周囲にベタをもってくるのもひとつの手段です。



この写真の入れ方は×です。顔の向きがソッポですね。右側に入れるか、右向きの写真にしましょう。



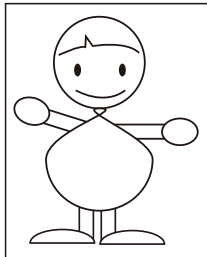
これはOKです。別にファンだからというわけではありません。



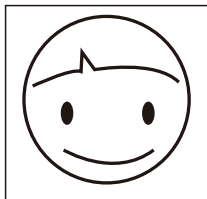
写真の大きさに変化を付けたり、切り抜き、変形を使うと物語り性も出るし、見ていて楽しいですね。

◆写真の切り抜きはバックにもよりますが、結構大変ですし、フォトショップのようなソフトも必要になる場合があります。ここぞという時に効果的に使いましょう。

## 写真の大小

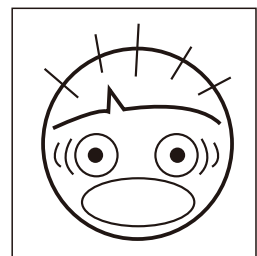
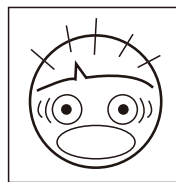
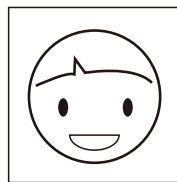


この写真の扱いはノーグッドです。アップの写真は大きく扱うようにしてください。訴求力の大きさを考えるとよく分ります。



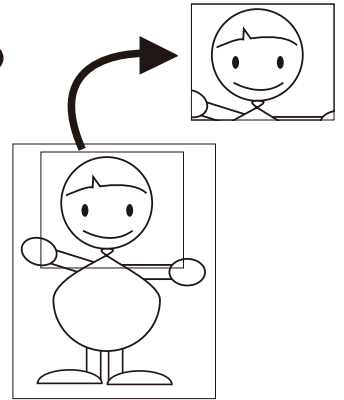
大きな枠にはより拡大してアップに、小さな枠には人物全体をロングにして入れるのが原則です。大小の対比で広がりを感じられます。

同じようなトリミングをした写真ですが、モチーフのインパクトが違います。当然下のようにインパクトのある方を大きな扱いにします。



## トリミング

トリミングとは、写真全体の中からある部分を抜き出すことです。写真をそのまま使用するのではなく、訴求力の強弱、メッセージ性などを考えながらトリミングをしていきます。



## 写真の印象度

写真はモチーフによって訴求力に大きな違いがあります。一般的には人間、特にアップにした顔は最も強いと考えて下さい。空や海の写真は弱いのでバックに使用したりします。決して主役にはなれません。

## 断ち落とし(断ち切り)

建物の内部や自然の風景のように広々としたイメージを演出したいときは断ち落とし(紙の端まで印刷)を使いましょう。2ヶ所までが限度です。広々と冗長な感じの時は写真の上に文字を乗せるようにするのもいいですね。ボリューム感が出ます。



## 市民のための印刷物デザイン講座

10月19日19:00~20:30

仙台市市民活動サポートセンター  
第2会議室

市民の情報発信に必要なデザイン・レイアウトの基礎を分かりやすく教えます。デザインすることが楽しくなること請け合いの講座です。

頭揃えのごく普通のレイアウトです。  
罫線が全く入ってないと結構こんなデザインになりがちです。

## 市民のための印刷物デザイン講座

10月19日19:00~20:30

仙台市市民活動サポートセンター第2会議室

市民の情報発信に必要なデザイン・レイアウトの基礎を分かりやすく教えます。デザインすることが楽しくなること請け合いの講座です。

そのままのレイアウトに無理矢理罫線を入れてみました。  
大分メリハリが付いたようですが、文字情報だけで、面白味に欠ける感じがしますね。

## 市民のための印刷物デザイン講座

10月19日19:00~20:30 仙台市市民活動サポートセンター第2会議室

市民の情報発信に必要なデザイン・レイアウトの基礎を分かりやすく教えます。デザインすることが楽しくなること請け合いの講座です。

文字を加工して、白抜きを入れました。  
こういったものはタイトル部分のビジュアル化と言います。イラストや写真がなくても目を引く効果があります。

上でも使った文字設定についてひとつの例を示します。

## 市民のための印刷物デザイン講座

これは縦横1:1の比率の文字で、正体といいます。

## みんな集れ! 市民のための印刷物デザイン講座

文字数が増えた場合、左右合わせにするとこんなに小さくなってしまいます。

## みんな集れ! 市民のための印刷物デザイン講座

文字を縦長にすると同じ左右でも文字が大きく見えます。これを長体をかけるといいます。

他に斜体というのもあります。  
文字を右斜め上に回転させるとき納まりがいいです。

**みんな集れ! 市民のための印刷物デザイン講座**

# かんたんなレイアウトのアイデア

◆グリッド拘束率・ジャンプ率・シンメトリー・白抜き・罫線の使い方に注目しながら見て下さい。

## 思いが伝わる印刷物を作るために デザイン・レイアウト講座

手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

これはただ文字を並べただけでデザインとは言えませんね。何が足りないのかここで考えてください。

思いが伝わる印刷物を作るために

## デザイン・レイアウト講座

手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

コピーをアールにして、グリッドから自由にしました。文字に長体をかけて少し大きく見せます。

## デザイン・レイアウト講座

手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

真直ぐな罫線を入れてメリハリをつけました。2行にしたので文字には平体をかけ、吹出しで対応しました。

## 思いが伝わる印刷物を作るために デザイン・レイアウト講座

手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

白抜き部分を入れ、全体の左右を合わせました。曲線部分がないと堅苦しい感じがしてしまいますね。

## 思いが伝わる印刷物を作るために デザインレイアウト講座

遊び過ぎな感じのするデザインです。楽しそうな感じはしますがイベントの内容によるでしょう。

## 思いが伝わる印刷物を作るために デザイン・レイアウト講座

手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

グリッドの拘束から逃れるため斜めに扱う事はよくあります。基本は右上がり度文字を斜体にする効果大です。

思いが伝わる印刷物を作るために

## デザイン・レイアウト講座

手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

線と文字などが重なるのをいやがってはボリュームのあるデザインはできません。勇気が必要かもしれません。

思いが伝わる印刷物を作るために

## デザイン・レイアウト講座



手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

イラストを入れてみました。文字だけよりまとめやすいです。眉がないのは気にせず、人の向きに注意を。

## 思いが伝わる印刷物を作るために デザインレイアウト講座

手に取ってもらい読んでもらえるような、ちらし・ポスター・パンフレット・ポストカードなど印刷物を制作するにはデザイン・レイアウトの基本を知っている事が大切です。楽しく学んでより効果的な広報活動をしていきましょう。

一文字、一文字の大きさを変えるのもひとつの方法、一応左右はシンメトリーな感じでのレイアウトです。



9月20日開校  
全4日間



# シニア元気 笑学校

参加する・実践する・楽しむ

## 第10期生募集



誰が先生?

入学試験なし、シニアよまず来たれ

### 時間割り

1時間目(授業)	11:00~12:00
休憩・昼食	12:00~12:45(楽しくランチタイム)
2時間目(ホームルーム)	12:45~14:15(グループごとにおしゃべり)
3時間目(クラブ活動)	14:30~15:30(ミニクラブ、連絡、抽選会など)

■第10期の「日程」は(裏面)に記載してあります。

※授業料は1日当り1,000円(教科書、お茶代、当日お支払いいただきます)

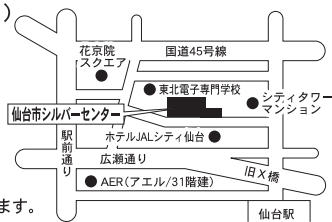
※事前申し込みが必要です。(先着150名で締め切ります。)

### 場所

仙台市シルバーセンター 7階第1研修室  
仙台市青葉区花京院一丁目3-2 Tel022-215-3191

### 問合せ 申込み

「シニア元気笑学校・事務室」 渡辺源治(自宅)  
仙台市太白区鹿野本町18-35 Tel022-248-3765  
申込みは、下の用紙により、できるだけFaxでお願いいたします。



Fax番号 022-271-8977(副校長・堀籠栄子宅)

平成 年 月 日

### 入学申込書

希望日に○をつけてください(1日でも複数日でも、また10期全部でも申し込みできます)  
詳細は裏面に記載「1日目(9/20)、2日目(10/3)、3日目(11/7)、4日目(12/5)、10期全部」

フリガナ お名前		年齢	
住所		電話	

※ご記入いただいた個人情報は、本件以外で使用することはありません。

実際に作ったチラシをサンプルにしながら注意点を考えていきましょう。

- タイトルは、ボリュームをアップさせるためにバックと重ね、白抜き、縁取りなどの文字にして視覚度を高めます。
- イラストは余分な線を省略し、太めの線でシンプルにします。イラストの向きに気を付けてください。
- 会場などの地図も必要になると思いますが、目立つ建築物・施設を入れ、通りの名前も入れます。目標の会場は地図のほぼ中央になるようにしましょう。
- 場所などの情報の頭には印し物【●、◆、★など】を入れて読みやすくしましょう。イラストがあるので堅苦しい感じはしないのですが、だ円や円を入れ、文字を斜に入れる等してグリッドから自由な感じにしています。
- サポートセンター(仙台)の印刷機で印刷するため周囲に10mmの余白をとりました。デザイン的にもその方がスッキリして見やすくなる事が多いようです。
- ◆この団体はタイトルの文字をそのままロゴタイプ(指定書体)として使っていて、作ったマークもそのまま校章(?)として利用しています。マークやロゴタイプがあると色々な場面で使えてとても便利です。

# イラストについて

図版（イラスト・写真・グラフ・表など）が多ければ手に取ってもらい、見てもらえる印刷物になります。中でもイラストは息づかいや温もりを感じさせ、制作者の個性も表われて、親しみが数段UPします。見る側も楽しいのですが、作り手も楽しめますね。

## こんな場合にも効果的です。

- タイトル部分にイラストを入れることで視覚度を上げ、目立たせる。
- 項目に分かれている場合、項目毎にちょっとしたイラストを入れ、内容の違いを明確にする。
- 文字で表現が難しい内容をイラストで分かりやすく表現する。
- 楽しい、嬉しい、悲しいなど感情を簡単に表現できる。
- 情報が伝わる速度が文字よりはるかに早い。

## × こんなイラストやレイアウトは罰ゲームですぞ ×

- スペースが空いてしまったので、そこを埋めるために使用する。
- 2つ以上の要素からなるイラストに無駄な余白がある。
- イラストの方向が外を向いている。
- 印刷物の内容に全く関係のないイラスト
- 細かい線や陰影で描かれたイラスト
- タイトルや写真、テキストの内容と関連性を持たない配置。
- 必要のないイメージを固定してしまうイラスト（季節感など）
- 男女の差をことさら強調するようなイラスト（行政関係では厳禁）
- 黒っぽ過ぎる、白っぽ過ぎるイラスト（黒の部分30%~40%くらいが適当）

# 棚のプレートを例にとって、デザインの基本を考えてみました。

図書のジャンル(?) 区分(?) については、門外漢なので、間違いを責めないでください。



中世日本史

一般的な表示です。ゴシックの中でも大きく見える新ゴを使用しました。



中世日本史

遠くからでも認識できるように、文字間を詰めて、長体をかけました。左右は同寸でも大きく見えます。




歴史

頭の文字で他のジャンルとの区別を容易にし、視認性が良くなりました。



中世日本史

ジャンルごとにアイキャッチャーを作って、視覚に訴えるプレートです。



歴 史

中世日本

これは、小中学校の図書館に良さそうですね。図版率が高いせいですが、親しみやすい感じはすると思います。



日本史

中世～近世

デザインは表面処理だけではなく、型も考えればよりバリエーションが増えます。実際に作るとなると予算的にも大変ですが。

# よく見かける「・・・？」なデザイン・レイアウト

重箱の隅を突つくようなチェックですが

参加費 参加費  
500円 500円

価格のようなシビアな情報は、ファンシーな書体などは使わないようにしましょう。ゴシックが間違いがないと思います。

デザインを学ぼう  
デザインを学ぼう

袋文字を作る場合、面を白、線を黒にすると文字が細くなってしまいます。黒の線の設定の前面に白を乗せるようにしましょう。

楽しんで制作しましょう。

楽しんで制作しましょう。

これは、8ポイントの文字ですが、筆書体だと小さく見えてしまうので本文などには使わないようにしましょう。

新ゴシック系の書体だと同じポイント数で大きく見えます。

イラスト

や写真を入れると  
みんなに手に取って  
もらえます

イラスト

や写真を入れると  
みんなに手に取っ  
てもらえます

白抜きで文字を入れる場合、横線の細い明朝体だと潰れてしまうことがあります、ゴシック体が無難です。

このように円の中に文字を流す場合は中心揃えにしましょう。

罫線を入れましょう

罫線を入れましょう

吹き出しの線は何の情報も持っていません。  
文字情報より目立つのは変ですね。

ボリューム感を！  
ボリューム感を！  
ボリューム感を！

同じ左右の幅でもインパクトが違いますね。  
真ん中は字間を詰めて長体にしました。  
下は文字を少し重ねるようにしています。

白抜きを上手に

白抜きを上手に

白抜きを使えば、平板な印象を免れ、メリハリが付きまます。  
最低2箇所位に使いたいですね。

広報紙研修会



広報紙研修会

イラストは不定形なので、下に文字が入る場合は、下を真直ぐに揃えるとききれいなレイアウトになります。

## ◆ POP、ポスター制作で大切なこと

### ①親しみを感じさせるコピー、タイトル

強制するような表現は避ける、見る人が日常使っている言葉で。

### ②目を引くレイアウト、カラーリング

ジャンプ率やグリッド拘束率、色では赤(金赤)でインパクトを。

### ③イラストや文字のイラスト化で楽しさの演出を

切り抜いた写真や和紙などを貼るなどして図版率を大きく。

### ④場所や内容に合った型

定型(A版、B版)である必要はありません、型を含めたデザインを考えましょう。

### ⑤置く、貼る、突き出す、下げるなどスペースを有効に

ちょっとした工夫で訴求力がUPします、紙以外の素材も有効に利用しましょう。

## ◆ POP、ポスター制作で気を付けたいこと

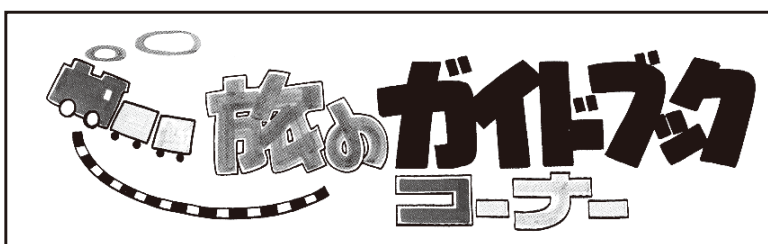
### ①最も伝えたい事を明確に、情報過多にならないように

### ②色を使い過ぎないように

### ③楽しく、遊び心を忘れずに

### ④同じ物を長期間貼り出さない

### ⑤周囲10mm程度は余白を





# 会報・ニュースレターについて

会報やニュースレターは、会員など内部の人たち向けなので、無理に目を引くための演出やインパクトはそれほど必要ではありません。

内容についても了解事項が多いので、微に入り細を穿った説明は必要なく、むしろ仲間意識の高揚や情報の共有が主眼となります。

会員の方に読んでもらうための努力は当然必要で、文字だけの堅苦しい内容であったり、事務報告的な内容だったりするとスルーされる場合も考えられます。

情報は情報としてしっかり伝えながらもどこかに読んでもらうための魅力が必要です。

どこかに遊び心があれば、ずっと親しみが湧き、読んでいても楽しめるはず。

コラム的なスペースで楽しいトピックスを入れるとか、デザインを楽しく動きのあるものにするとか色々方法はありますが、やはり中心は『人』ですね。

たとえば会議全体の写真よりメモを取っている人、微笑みながら聞いている人、などを写真でいえばアップで切り抜きで入れ、背面に会議全体の模様を入れるようにするといわゆる「人の顔の見える会報」になります。

どこかに手描きのイラストか筆文字を入れるのも人の温もりや息づかいが感じられて親しみが感じられます。

## ■記事の見出しですが

たとえば

### 第23回スキー大会が開催されました。

というような単なる報告ではなく

でも

スベツテ、ころんで笑顔がいっぱい！

第23回スキー大会

最初に内容を伝える方が興味を持ってもらえます

# 印刷物制作の手順

会報やニュースレターなどの制作は以下の順番で進んでいきます。

**内容検討（編集会議）→取材→テキスト原稿作成→  
レイアウト・デザイン→印刷→配布**

## 内容検討（編集会議）

発行する目的、得ようとする効果などを踏まえ、コンテンツを決定する。内容のボリューム、予算などにより用紙サイズ、ページ数、印刷方法、色数、発行部数などを決定し用紙や外注先の手配を行います。

## 取 材

会報などの場合は色々な方に執筆依頼をすることが多く、原稿の遅れは、たいがいここで出てきます（催促しにくいですね）。

むしろ取材に行って直接お話を聞き、写真も撮ってくるのがいいと思います。

## テキスト原稿作成

取材や執筆依頼で集めたもの文章のニュアンスを統一化します。

事実関係や数字はしっかり裏付けを取りましょう。（間違いを取材先の方のせいにしてはいけません）。

全体の内容と異なった楽しい話題をコラム的に入れることも大切です。

この時点で、タイトル、サブタイトル、小見出しなども考えるようにしましょう。

訴求する対象（高齢者とか子育て中の親とか）に相応しい言葉使いを心掛けましょう。断定や上から目線は禁物、「ゴミを捨てるな」ではなく「皆さんの協力で町内がきれいに保たれています」という言い方が今一般的です。

子どもの問題に係わっているNPOでも「～してはいけません」から「～できるかな」と変わってきています。

資料的であったりデータの多い印刷物は読む気がしませんね。問いかける、一緒に考えるといったスタンスが必要です。

数字は具体的ではありますが、想像しにくい面がありますので、「〇〇ヘクタール」より「広さは東京ドーム3個分」などと言い換えてもいいでしょう。

## レイアウト・デザイン

人によってやり方はさまざまですが、最初にレイアウトするのは、動かしようのない一番下の主催とか協力団体などの情報がいいでしょう。

日時、場所、参加費などの情報・本文を次にレイアウトし、最後にスペース的に自由度の高いタイトルを入れると納りがよくなります。ある程度全体がシンメトリーになるようにレイアウトするときれいに見えます。

## 印刷

印刷業者さんに外注する場合はデータの作り方をしっかり相談してください。

用紙も指定するのですが、コート紙（光沢）、マット紙（光沢なし）、上質紙（安価）などがありますが、マットコート紙が落ち着きもありカラー写真の再現性も良いので人気があります。

データを渡す前にしっかり文字校正（特に数字など）をしてミスのないように。

自分で印刷（コピー印刷など）する場合は、ほとんどがモノクロだと思います。

カラー物をモノクロで印刷したり、A4のチラシを拡大してポスターとして利用するのはなるべく避けましょう。手間でもそれ用に作るべきでしょう。

用紙は色上質紙がお勧めです。紙の色は、季節や印刷物の内容によって選ぶか、その団体のコーポレートカラーがあれば近い色を使用しましょう。

## 配布

会報などであれば問題はないのですが、不特定多数を対象にしている場合は、ラックなどに置くことが多いと思います。タイトルや必要な情報は上部3分の1にレイアウトして隠れないようにします。

その場で見るだけでなく、持って行ってもらいたい場合、三つ折りなどコンパクトな型にする場合もあります。

手渡しの場合はもちろん言葉と一緒に。

**A, ○○を開催しました。**  **この違いは？**  
**B, ○○が開催されました。**

能動的か、受動的かの違いではありません。

Aの主語は開催した団体、Bの主語はイベントですね。

見る人にとっては主催者よりイベントの内容こそ大切な情報なのでBのように表記する方がいいと思います。

# カラーユニバーサルデザインって知ってますか？

## 色弱（色覚異常）について

ある程度以上の年齢の方なら、小学校の時に『色盲検査』をやった記憶があると思います。検査で色盲と判断されたクラスメートの悲しそうな顔と、クラス全体の微妙な雰囲気、今でも忘れられません。

現在ではやっていませんし、『色盲』という言葉も差別的なため使われていません。

『色弱』あるいは『色覚異常』と今では呼びますが、そういった人たちの色の情報に対する感じ方はどのようなものでしょう。

人間の網膜には、明暗を感じる「杆体」と色を感じる「錐体」という2種類の視細胞があり、「錐体」には赤に反応するもの、緑に反応するもの、青に反応するものの3種類があります。一般の人はこの3種類が揃っていて、日本人男性の約95%、日本人女性の約99%以上がこの型（C型色覚）です。

緑に反応する錐体が無いか感度がずれている人（D型色覚）は日本人男性の約3.5%、赤に反応する錐体が無いか感度がずれている人（P型色覚）は日本人男性の約1.5%を占め、C型以外のD型P型などの型を持つ人を色弱者と呼びます。

それ以外の型もあるのですが、ごく稀なためここでは省略します。

**色弱者は  
日本に300万人以上  
もいます**

日本人男性の20人に1人、女性の500人に1人で茨城県や広島県の人口に匹敵、目の疾患により色覚が一般と異なる人を合わせると500万人以上にもなります。欧米ではさらに高く男性の8～10%、世界全体で2億人を超えます。

**では実際色弱者の人は色の情報に対して  
どのような不便を感じるのでしょうか。**

**身近**では携帯電話の画面や電子機器のディスプレイ、街では、建物の案内図、駅の路線図、各種販売機、ATMさまざまな印刷物、ウェブサイトなどなど色があふれ、色によって情報を得る機会が少なくありません。

しかし、前述のように大勢いるはずの色弱者が見ても分かりやすい色使いでデザインされたものは決して多くなく、重要な情報がうまく伝わっていないのが現実です。

**たとえば**充電中はオレンジ(赤)、充電が完了すると緑に光るインジケータは、色弱者にはとても分かりづらいものです。

また、濃い緑の黒板に赤いチョークで書かれた文字やカラーチョークの色の違いなども同様に判別が困難です。

こうした現状  
に対して

総務省をはじめ、NPO、インクメーカー、電子機器メーカー、各自治体など官民挙げての取り組みがここ数年で始まっています。

ほんの一部ですが、  
カラーユニバーサルデザインに  
取り組んでいる企業などを  
紹介します。

- **教育出版** 「たったひとりの子どもにも不便を感じさせない教科書」を実現するため、カラーイラストやグラフなどに適応、内容についても「赤い風船は何個ありますか？」などを削除。
- **オリンパス** デジカメのボタン、画面の表示。
- **アサヒ飲料** 缶の裏面の一括表示類に白台を入れるなど。
- **東京メトロ** Mの何番というふうの色と文字の複合的デザイン
- **バンダイ** パッケージ類について文字の縁取りなどで対応。
- **阪急電鉄** 「路線図などが見にくい」との人権救済の申し立てに対して、全面的にカラーユニバーサルデザインを導入。
- **福島県** 県がガイドブックをつくり地図や統計グラフ、カレンダーなどに。
- **足立区** 区立の新しい学校に関しては全てカラーユニバーサルデザインに。

※まだまだ紹介しきれないほどの企業や自治体が取組みを行っています。



# 私たちにできること

こういった現状に対して私たちのできることは何でしょう？  
色弱は近眼や遠視と違って眼鏡などによる補正ができません。  
多様な色覚を持つさまざまな人に配慮して、なるべく全ての情報が正確に伝わるように利用者側の視点に立って作られたデザインを作っていきます。

発信者がカラーユニバーサルデザインを踏まえたチェックをしっかりとしていけばいいのです。

今はメディアに関する企業数社が、色弱の人の見え方をシュミレーションできるソフトを無料で提供しています。

又、かけると色弱の人と同じに見える眼鏡も販売されています(CUDOにて、有料)。

一般色覚者がちょっとした手間を惜しまなければより多くの人にしっかりと情報が伝わります。

考えなければならない範囲は視覚伝達に係わる全てのジャンルですが、具体的には、下記のような場面で色に対する配慮が必要になると思われます。

- 公共施設 (病院・役所)
- 博物館・展示施設
- 駅・空港・道路 (標識・電光掲示板等)
- 教育機関 (チョーク・マーカー・教材)
- 印刷関連 (新聞・雑誌・教科書・参考書・マニュアル・会社案内・自治体や企業の広報パンフレットなど)
- 地図・路線図・案内図
- 商品パッケージ
- 商業看板
- ホームページ
- 家電製品
- OA電子機器 (充電ランプ・表示画面・操作画面)
- 販売機・ATM
- 薬 (処方薬の色分け)
- 文具 (書類フォルダー・バインダー・ボールペン・インキ・マーカーペン・絵の具などの色名)
- 販売物のタグ等表示物 (色表示)

このチラシにはデザイン・レイアウト上？な部分が5つあります。  
指摘できますか？イラストが下手とか、全体のレイアウトがなっていない、というのはナシです。

メディアデザイン 新デザイン講座

# チラシやパンフレットづくりで お悩みの方に

## デザイン レイアウト 講座



11月12日 19:00  
12日 20:30

### 会場

仙台市市民活動サポートセンター  
研修室 2  
〒980-0811 仙台市青葉区一番町四丁目 1-3  
TEL 022-212-3010

### 受講料

1,000円

### 定員

15名 (事前申し込み先着順)

TEL (携帯) 090-3049-0613

FAX 022-224-5308

電子メール: kouza@mediadesign.jp

問い合わせ  
申し込み

担当  
千葉浩二

## 参加者募集

手に取ってもらい、読んでもらうための  
団体やお店の印刷物をデザインするのは  
大変ですね。デザイン・レイアウトの基礎  
を知ってれば見違えるような印刷物が作  
れます。易しく分かりやすく、デザイン例  
などを交えながらの講座です。

### 講師

真山正太 グラフィックデザイナー

フリーランスのグラフィックデザイナー。

一般印刷やパッケージのデザイン、企画物や  
コーディネートなどを手がけ、行政、各団体向け  
のデザイン講座を行っている。

一般社団法人メディアデザイン理事、デザイン系  
専門学校非常勤講師。

## デザイン力をよりパワーアップしたい方

メディアデザインでは今後もデザイン講座を予定  
しております。参加をお待ちしております。

### 主催

一般社団法人 **メディアデザイン**

〒980-0801 仙台市青葉区木町通1丁目1-11

朝日プラザ北一番丁1F

サイトWeb: <http://mediadesign.jp> 電子メール: [sendai@mediadesign.jp](mailto:sendai@mediadesign.jp)

### 一般社団法人 メディアデザインとは？

NPO・市民活動に携わっているプロのクリエイターが集まって、2004年4月に  
任意団体としてスタート、2012年11月一般社団法人として市民の情報発信と  
表現活動を支援するため、主催講座、講師派遣、コンサルティング等を行っている。