

デザインする際に注意すべきポイント フォント・文字編

はじめに

Point!

デザインが格好悪いと、それによって宣伝されているものも「格好悪く」思われてしまいます。

見た目の良いデザインは、読みやすさや情報をわかりやすく伝えることができます。しかし、格好悪いデザインは読み手を引き付けられないばかりか、読みにくさまで助長され、見る人に不快感を与えてしまう場合もあります。ここでは、フォント・文字について注意すべきポイントをご紹介します。

01 使わないほうが良いフォント

「創英角ポップ体」を使用した手作りのチラシをよくみかけます。このフォントの特徴として、「太字が目立つ」「明るく楽しそうなイメージ」などがあると思います。しかし、フォーマルや正式な文書等で使用するには軽すぎ、「ポップ」なイメージがついてしまいます。そのため、「創英角ポップ体」の多用は避けたほうが無難でしょう。

あまり使用しないほうが
いいフォント代表

創英角ポップ体

基本的にフォーマルや正式な文書は「明朝体」、それ以外は「ゴシック体」を基調にフォントを選ぶようにしましょう。

02 文字の縦横比は変えない

それぞれのフォントは読みやすい形で完成されています。フォントの縦横比を変える（変形させる）ことで字体が重なったり、つぶれたり、隣り合う字とのバランスまで崩れてしまい、読みにくくなります。⇒安っぽい印象をあたえてしまうことも。

縦横比は変えない!

上記理由から「ワードアート」の多用も避けたほうが無難です。

03 余計な装飾は逆効果

文字が載る背景にもよりますが、基本的に文字に無駄なエフェクトをかけたりする装飾は必要ありません。かえってチープな印象をあたえます。

「なにか寂しいな」と感じて、余計な装飾はせず、テキスト（文字）の大きさや配置を見直し、見てもらう人が読みやすいレイアウトを心がけましょう。

**余計な装飾
逆効果**

チラシ等作成する際に注意すべきポイント

レイアウト編

はじめに

Point!

見た目が良く、きれいでわかりやすいチラシを作成するためには『何を一番伝えたいか』を意識し、必要なものを効果的に配置して見せられるようにしましょう。

配置した写真や文字の位置がバラバラだと、見た目が良くないばかりか、何が伝えたいものなのかが、わかりにくくなってしまいます。

レイアウトの仕方で、見やすさや読みやすさが大きく変わります。

盛り込みたい情報を整理して、見やすいレイアウトを心がけましょう。

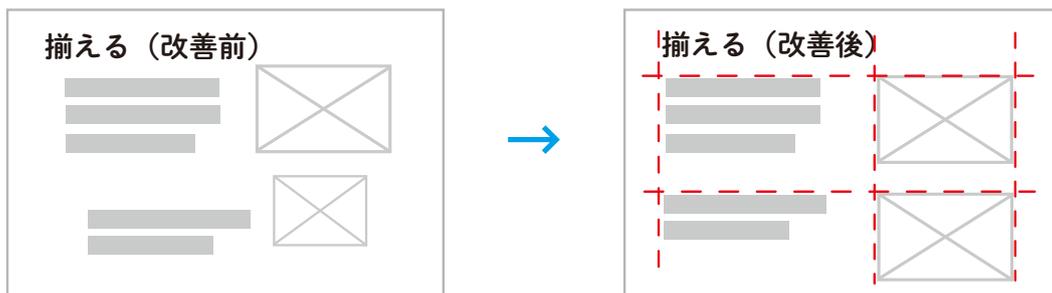
01 揃える

写真やテキストの上下左右幅を揃えると、きれいなレイアウトになります。

下図では改善後、赤い点線をイメージしながら、テキストと図を揃えて配置し、整理しました。

人間の視線は左上から右下へ動きます。配置がずれていると、次にどこを読むか迷子になったり、読みやすさも低下します。

文章の流れを分断しないような配置をしましょう。



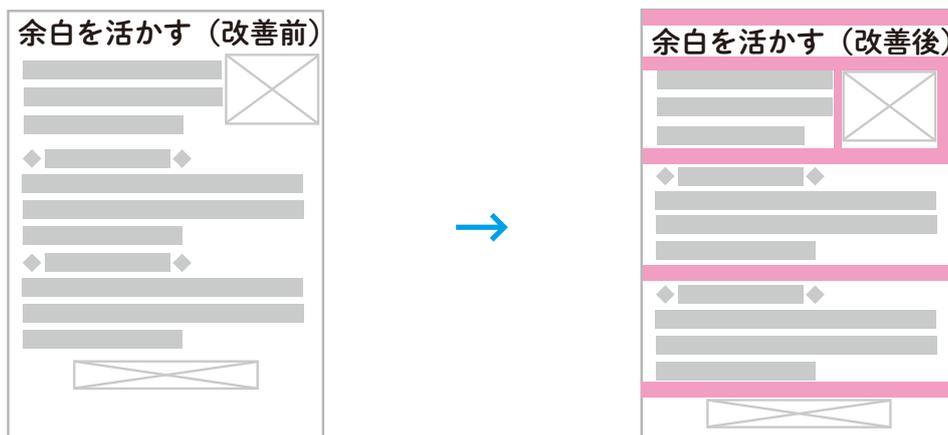
02 余白を効果的につかう

余白の少ないチラシは窮屈で視覚的に見づらいです。テキストや図の間にはスペースを空けましょう。

下図では改善後、ピンクの部分に余白をもうけました。

関連するテキストや図をまとめてグループ化し、スペースで区切ることで、見やすさが変わります。

内容ごとにグループ化を行なうことで、全体の構成が理解しやすくなります。



※上記はレイアウトの基本になりますが、絶対的なルールではないので、適宜使い分けて、読み手に伝わる見やすいレイアウトを心がけてください。

チラシ等作成する際に注意すべきポイント タイポグラフィ編

はじめに

Point!

タイポグラフィとは、印刷物の読みやすさや見た目の美しさを得るために、活字を適切に配列することで体裁を整える技法です。読みやすさや視認性を意識し、紙面レイアウト・書体・字体の大きさ・行間・文字と文字との間隔などを目的に応じて設定しましょう。

01 フォントの統一

ひとつのドキュメントに対し、フォントを多用しないことで、チラシ等の紙面に統一感が得られます。異なるフォントを多用するとイメージに違和感が出てしまうことも。

統一性を持たせるためには、3つ以上の異なるフォントの使用は避けるといいでしょう。

特に本文のフォントは読みやすいものを選んでください。

※基本的にフォーマルや正式な文書は「明朝体」、それ以外は「ゴシック体」を基調にフォントを選ぶようにしましょう。

桜の季節が到来

赤城南面千本桜まつり

一面に広がる桜のじゅうたん

日本さくらの名所百選にも選ばれ、本市を代表する桜の名所

3種類のフォントを使用した例



桜の季節が到来

赤城南面千本桜まつり

一面に広がる桜のじゅうたん

日本さくらの名所百選にも選ばれ、本市を代表する桜の名所

フォントを統一した例

02 文字のジャンプ率

「ジャンプ率」とは、本文のサイズに対するタイトルや見出しサイズの比率のことで、比率が大きいほどジャンプ率が高くなり、小さいほど低くなります。

ジャンプ率の高いデザインは、インパクトが大きく目立つ、楽しい、元気なイメージ。

ジャンプ率の低いデザインは、落ち着いている、堅い、知的といった印象を与えます。

また、ページの統一感をだすためには、ひとつのドキュメントで4つ以上のフォントサイズを使用しないことをおすすめします。多用すると、紙面が散らかって見えてしまう場合もあります。

紙面の内容に合わせて、ジャンプ率を設定してください。

桜の季節が到来

赤城南面千本桜まつり

一面に広がる桜のじゅうたん

日本さくらの名所百選にも選ばれ、本市を代表する桜の名所

ジャンプ率の高い例

*24pt,14pt,10ptのフォントサイズを使用



桜の季節が到来

赤城南面千本桜まつり

一面に広がる桜のじゅうたん

日本さくらの名所百選にも選ばれ、本市を代表する桜の名所

ジャンプ率の低い例

※上記はタイポグラフィの基本になりますが、絶対的なルールではないので、適宜使い分けて、読み手に伝わる見やすいレイアウトを心がけてください。

チラシ等作成する際に注意すべきポイント

基礎的な色の知識と配色編

はじめに

Point!

チラシやポスターに欠かせない『色』。白黒の単調なものよりも、カラーでできたものの方が魅力的で、情報が整理された伝わりやすいデザインになることもあります。

配色するために知っておくべき知識やルールを理解して、伝えたいイメージや内容にあった配色を選びましょう。

01 「色相」「彩度」「明度」

「色相」、「彩度」、「明度」とは配色を考える際に知っておくと役立つ色の3つの要素です。

色相



色相とは、赤や黄、緑、などの「色味」を表す要素です。色味は、暖色と寒色に大別することができ、「暖かみ」や「寒さ」、「活発」「落ち着いた」といった具体的なイメージを色で表現したいときに意識するといいでしょう。

彩度



彩度とは、「鮮やかさ」「強さ」を表す要素です。彩度が高い色ほど鮮やかで純色に近づき、低い色ほど無彩色（グレー）に近くなります。彩度は高いほど活発・明るい印象を受け、低いほど落ち着いた・地味な印象を受けると覚えると、区別しやすいでしょう。

明度



明度とは、「明るさ」を表す要素です。明度が低いほど黒っぽく、高いほど明るい白色になります。隣り合う色の明度差（コントラスト差）が大きいとその差が強調されて見え、小さいと弱く見えます。文字に色を利用するときは、コントラストの低い色では、文字が読みにくくなるという点に注意しましょう。

02 配色のコツ

色数を制限しよう

配色のコツは使う色の割合を決めて、色数を絞込むことです。色数が増えるほどバランスを取るの難しくなります。

配色に自信のない場合は、使う色を3色以下にするとよいでしょう。色数を絞ることにより、まとまりのある印象を与えることができます。

配色をする際に、ベースカラー、メインカラー、アクセントカラーの比率を70%、25%、5%の割合で配色すると、バランスの取れたデザインに見えます。アクセントに強調したい情報を入れるとよいでしょう。



例) ・ベース 黄色
・メイン 青
・アクセント ピンク

色の持つイメージ

色を与える心理的なイメージや意味を知っておくと、それをふまえてどんな風に見せたいかを表現できるようになります。チラシのイメージにあわせて色を選ぶとよいでしょう。

赤色: 生命・愛情・情熱・太陽・恋・前向き・警告
青色: 安心感・知的・誠実・理性・清潔・若さ・冷たい
オレンジ色: 暖かい・幸福感・元気・楽しい・好奇心
黄色: 明るい・希望・楽しい・活発・幸福・注意
緑色: 健康・若さ・自然・癒し・安全・安らぎ・保守的
紫色: 神秘的・高貴・宇宙・優雅・魅力的・霊的
灰色: 落ち着いた・上品・安定・調和・不安・薄暗い
黒色: 神秘・威厳・高級・暗闇・死・恐怖

※上記は配色の基本になりますが、絶対的なルールではないので、適宜使い分けて、読み手に伝わる見やすい配色を心がけてください。白黒印刷の場合はグレースケールでデザインするとよいでしょう。