

「デザインの考え方」の教科書④

バナーの作成①

Photoshop (フォトショップ) を使って作成してみます。

まずは、真似をしてみましょう。

世にあるデザインの「レイアウト」を分析しながら、その特徴を理解し、
こうすると「かわいい」ああすると「かっこいい」を分析していきましょう。

バナー

母の日ギフト
お母さんへの感謝の気持ちをこめて

ご注文受付期間
5/3 (土) まで

送料無料!!

Mother's Day 5.11 sun
母の日ギフト
お母さんへの
感謝の気持ちをこめて

ご注文受付期間
5/3 (土) まで

5月11日♥は
「母の日」です。

華やかな
ありがとうを
贈ろう

Thanks
Mother's
day

華やかなありがとうを贈ろう
5月11日♥は「母の日」です。

Thanks
Mother's
day

一陽来復
Life Goes On
今も、強く、優しい。
ナレーション：藤原紀香 山寺宏一
文部科学省 特別選定
11/16 DVD発売! 上映会も受付中

BS日テレ
マイセンに魅せられて
~ 檀れいが辿る300年の歴史探訪~

出演：檀れい 谷口修実 安城欽寿 ナレーター：安江真由美 製作著作：平成プロジェクト

こいのわ
婚活クレーシング
6.22 DVD発売
先着 100 名様
公式プログラム
プレゼント!
問合せ：平成プロジェクト

2015 SPRING&SUMMER
CATALOG
▶ 2015春夏カタログ特集はこちら

私たちはお父さんが大好きです。
6月16日(日) 父の日
ラッピング無料 キャンペーン実施中!

One's
新規入会で
500
ポイント
プレゼント!!
会員登録はこちら >>

10,000 円以上購入で
6/8(金) 11:59まで **Queen 限定** **3%OFFクーポン** 今すぐクーポンを Get する! >>>

検索ワード

バナー

まずは模写によるバナー制作です。

制限時間は1時間です。

制作の制限時間を意識しましょう。コツは「手間」「無駄」「無理」をしない

最初は大変かもしれませんが、バナー作成は1時間以内での作成を目指しましょう。

ポイントは、ソフトの理解をしたうえで、「手間」「無駄」「無理」をせず作る事。

実際のお仕事で「手間」がかかる作業は、作る前の打ち合わせで別途費用か時間がかかることを伝える必要があります。

「無駄」な作業は仕事として認められないので、当然ダメです。

「無理」なことは、無論出来ないなので、事前に伝えましょう。

技術的に出来る事の理解とソフトの特長の理解が求められます。

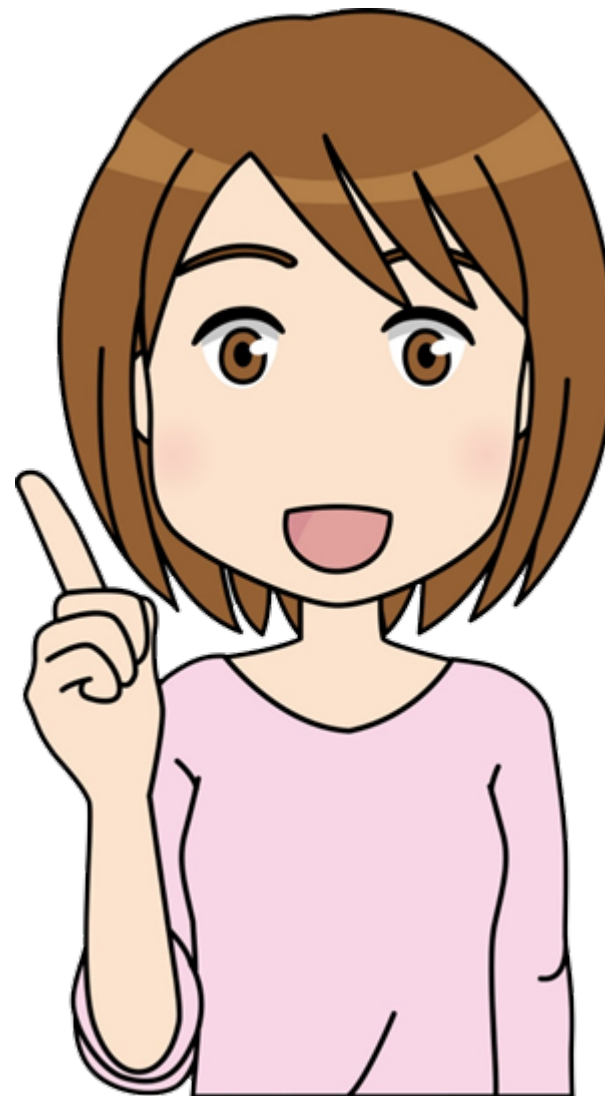
操作技術の復習も兼ねながら多くのバナーを作成してみましょう。

ワンポイントアドバイス

まずは、模写をして徹底的に真似をしましょう。

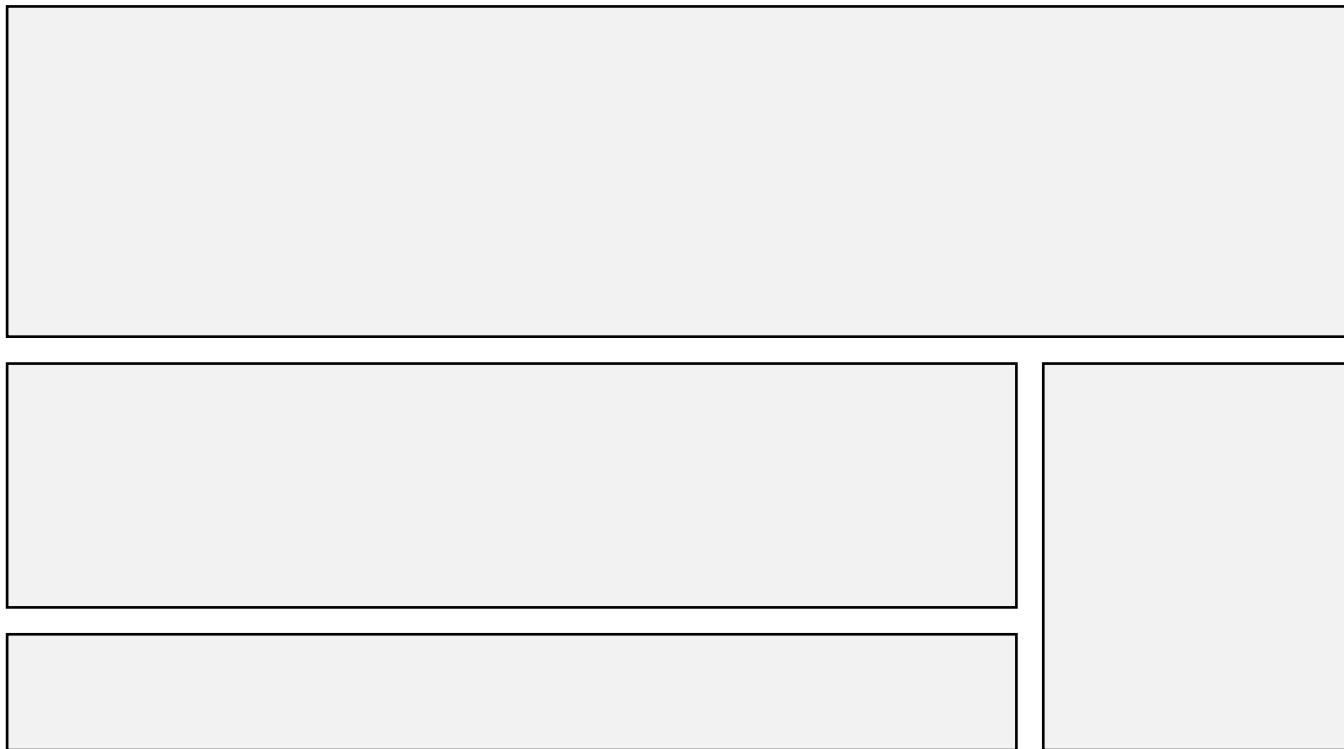
そのバナーの制作者が、意図していた技術・技能・表現などを、Photoshopのソフトでどのようにすれば再現できる考えながら作成してみましょう。これまでの「文字の見やすさ」と「レイアウト」「文字」「配色」をしっかりと意識して真似をしてみましょう。

1. 最初はしっかりと「レイアウト」を考える
「余白」「グループ化」「アクセント」を意識
2. 次に「文字」に注目
「読みやすさ」を徹底的に意識
3. 最後に「配色」を見てみましょう。
「読みやすさ」を維持しつつ「作品の世界観」を守れているか



レイアウトデザイン

「layout」は、デザインや建築設計、インテリア、書籍や雑誌などにおいて「何をどこに、どのように配置するか」を指す言葉です。レイアウトを変えることでデザインの伝わりやすさは変わります。レイアウトにもセオリーは多数ありますが、さほど難しく考える必要はありません。レイアウトに正解はありません。デザインの目的により合うものを試していけばよいでしょう。

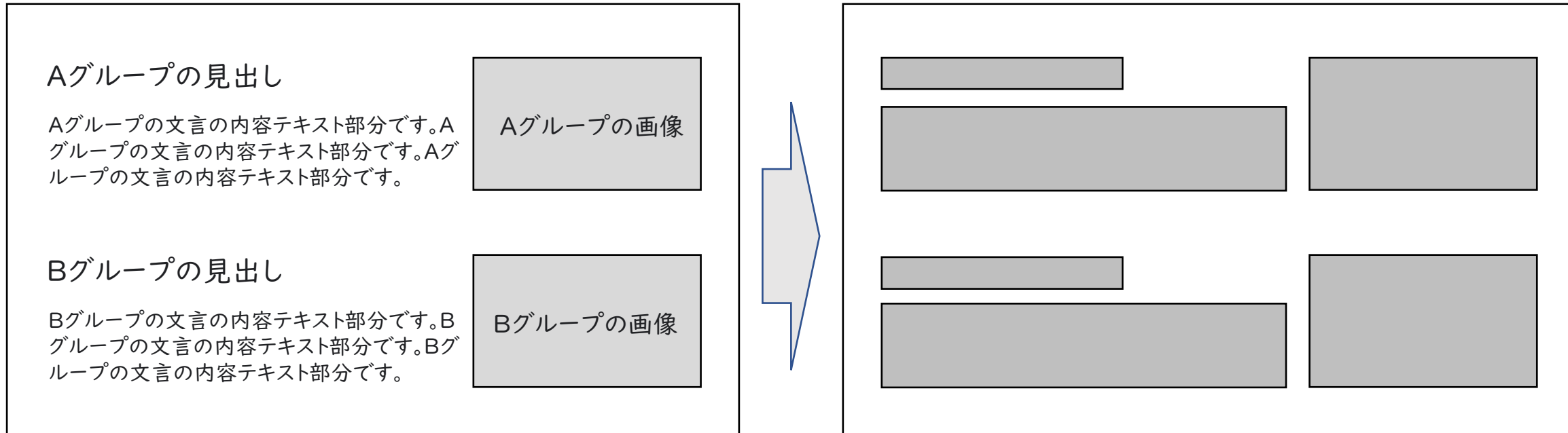


まずはそれぞれの
「面積の意識」
を試してみましょう！

「余白」

まずは「余白」を意識してみてください。ホワイトスペースと呼ばれる何も配置していないところです。むやみに文字を大きくしたりせず、ゆとりをもって配置できるようなスペースを取ってみましょう。「文字とスライドの端」、「文字と文字」、「文字と図」の間にはしっかりとスペースを空けましょう。スペースが美しければ、作品も美しくなります。

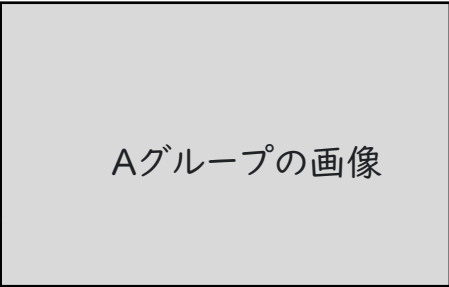
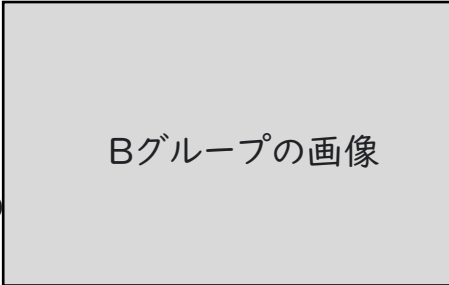
※余白の取り方、ホワイトスペースへの意識



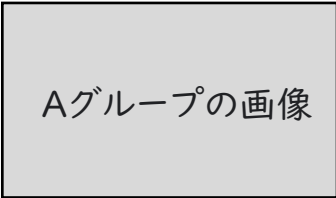
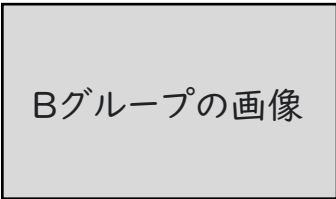
余白のポイント① 作品の周りに余白を取る

コンテンツの周りには、最低でも本文の文字の1文字分の余白を設けるようにしてみましょう。
2文字分くらいの余白をとると、かなりゆったりした作品になり、確実に見やすくなります。
余白が多いほどオシャレな印象になりやすいです。

×余白なし

<p>Aグループの見出し Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。</p>	
<p>Bグループの見出し Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。</p>	

○余白あり

<p>Aグループの見出し Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。</p>	
<p>Bグループの見出し Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。</p>	

余白のポイント② 各項目の周りにも余白を取る

枠の中に単語や文章を入れることがあります。

このとき注意したいのが「ニアミス」。文字が枠のギリギリになってしまうと、枠の近くの文字が非常に読みにくくなります。文字は線の要素で、枠線も線の要素であるため、互いに接近したときに干渉し合ってしまうためです。

「ギリギリだけど収まったからいい」なんてことはありません。枠の中に、余裕をもって文章を配置しましょう。

×余白なし

余裕をもった配置でニアミスを避ける

枠の中に単語や文章を入れることがあります。

このとき注意したいのが「ニアミス」。

文字が枠のギリギリになってしまうと、枠の近くの文字が非常に読みにくくなります。

文字は線の要素で、枠線も線の要素であるため、互いに接近したときに干渉し合ってしまうためです。

「ギリギリだけど収まったからいい」なんてことはありません。

枠の中に、余裕をもって文章を配置しましょう。

○余白あり

余裕をもった配置でニアミスを避ける

枠の中に単語や文章を入れることがあります。

このとき注意したいのが「ニアミス」。

文字が枠のギリギリになってしまうと、枠の近くの文字が非常に読みにくくなります。

文字は線の要素で、枠線も線の要素であるため、互いに接近したときに干渉し合ってしまうためです。

「ギリギリだけど収まったからいい」なんてことはありません。

枠の中に、余裕をもって文章を配置しましょう。

余白のポイント③ 枠の中は窮屈にしない

枠の中の文字が窮屈すぎると読みにくい上に、印象もよくありません。
どうしても枠を大きくできないとか、文字数を減らすことができない場合ならば、少々文字を小さくした方が読みやすいこともあります。

×余白なし

枠の中は窮屈にしない

○余白あり

枠の中は窮屈にしない

×余白なし

枠の中は窮屈にしない特に角丸の
使い方には気を付けましょう。

○余白あり

枠の中は窮屈にしない特に角丸の
使い方には気を付けましょう。

「配置した内容のグループ化」

単調にレイアウトされると直感的に理解しにくい場合でも、内容に即してグループ化を行なうことで、全体の構成やロジックが理解しやすくなります。関連の強い文章と写真同士を近くに配置(=グループ化)すると内容を直感的に理解しやすくなります。また、関連の弱いものは少し離して配置する(上下でスペースを取る)ことで、グループ化が強調されます。

×グループ化

Aグループの見出し

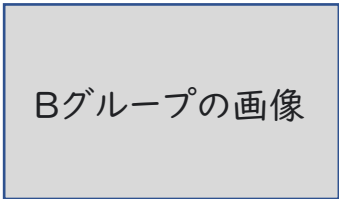
Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。

Bグループの見出し

Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。



Aグループの画像

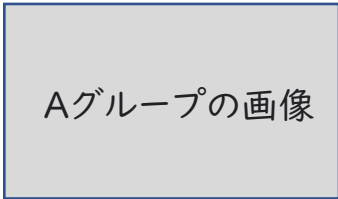


Bグループの画像

○グループ化

Aグループの見出し

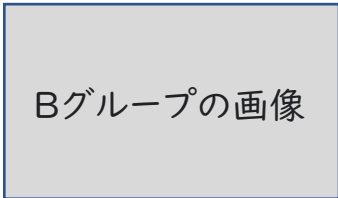
Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。



Aグループの画像

Bグループの見出し

Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。



Bグループの画像

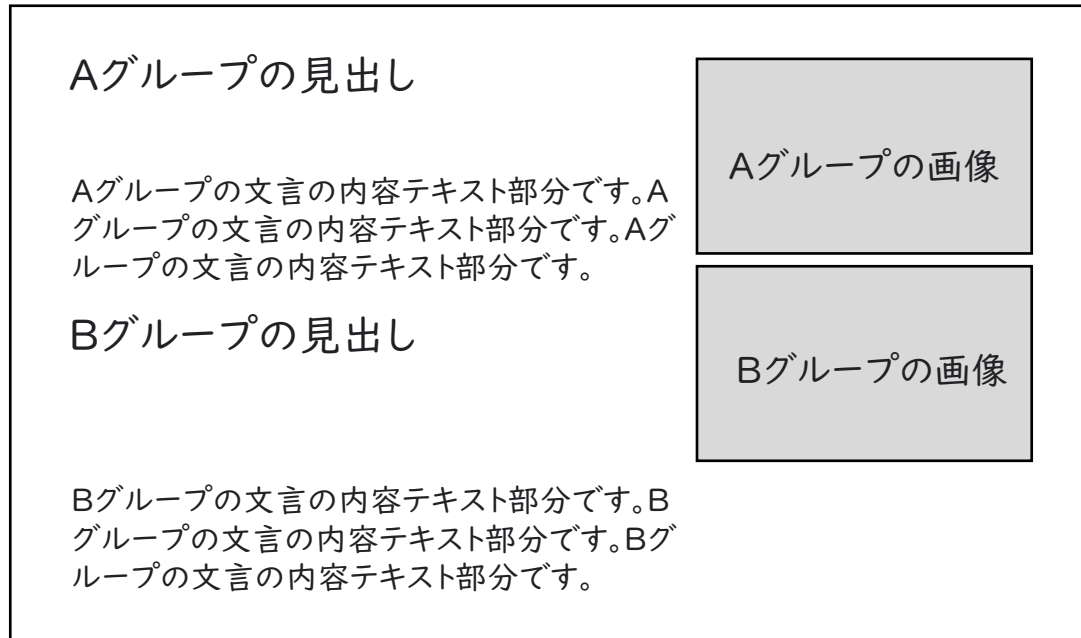
グループ化のポイント① 近接 (Proximity)

近接とは、関連する項目をまとめてグループ化することです。

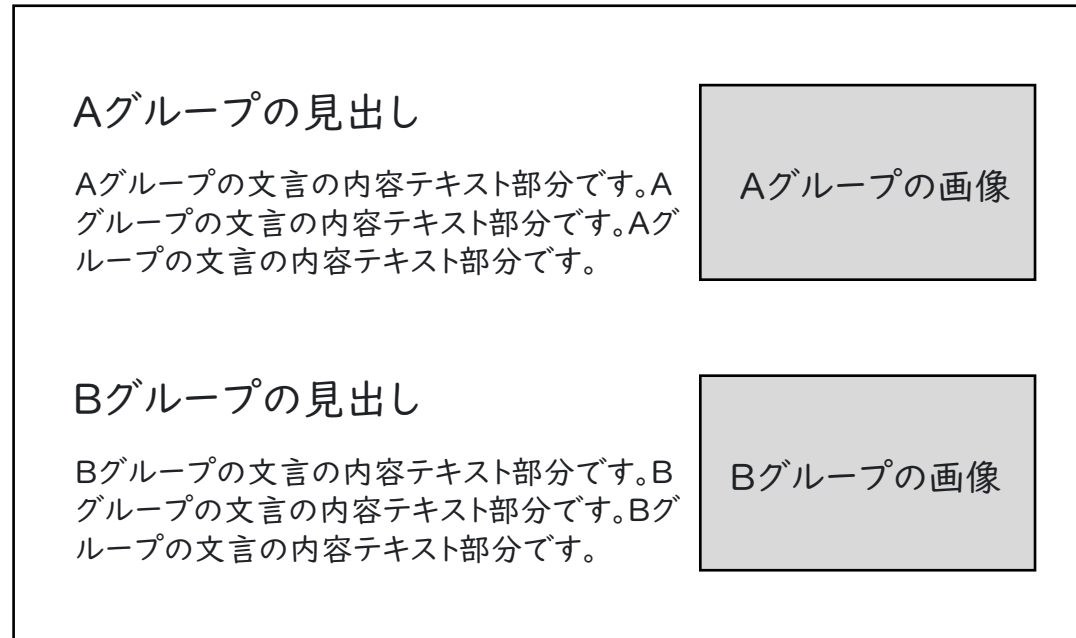
切れ目のないテキストのままでは、文頭から文末まで読まなければ内容を理解できません。

それぞれのグループ間の距離を少し大きめに取ることで、直感的に情報の構成を理解できるようにして、同じ種類や系列の情報を近くに配置しましょう。

×近接



○近接



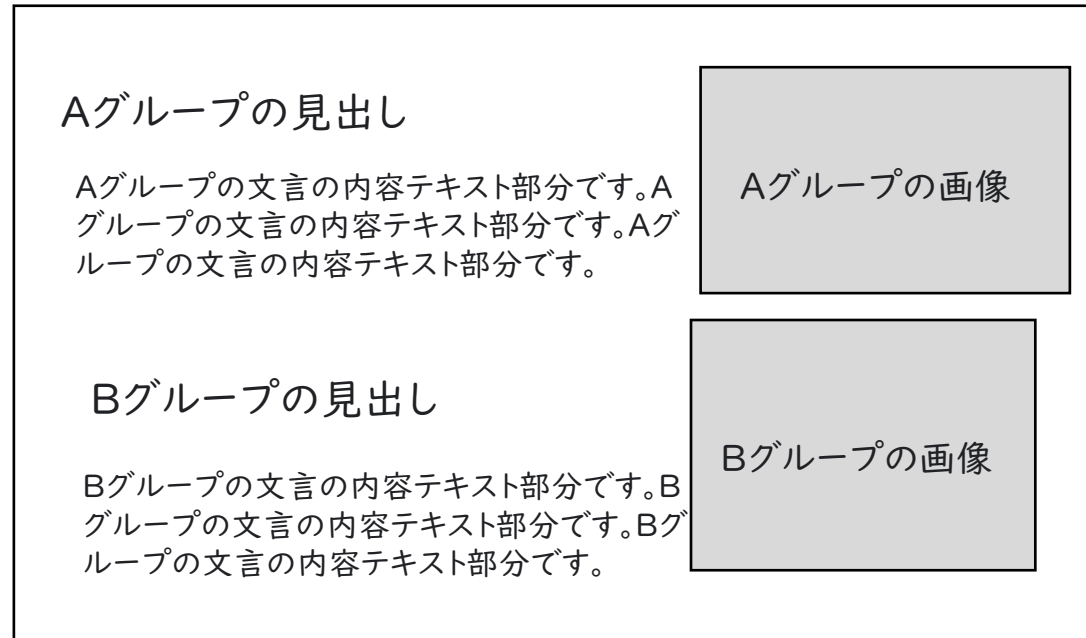
グループ化のポイント② 整列 (Alignment)

【近接】と同様に直感的に情報の構成を理解できるようになります。これが【整列】です。整列を用いることでページの内容に一体感が生まれると同時に、組織化につながります。

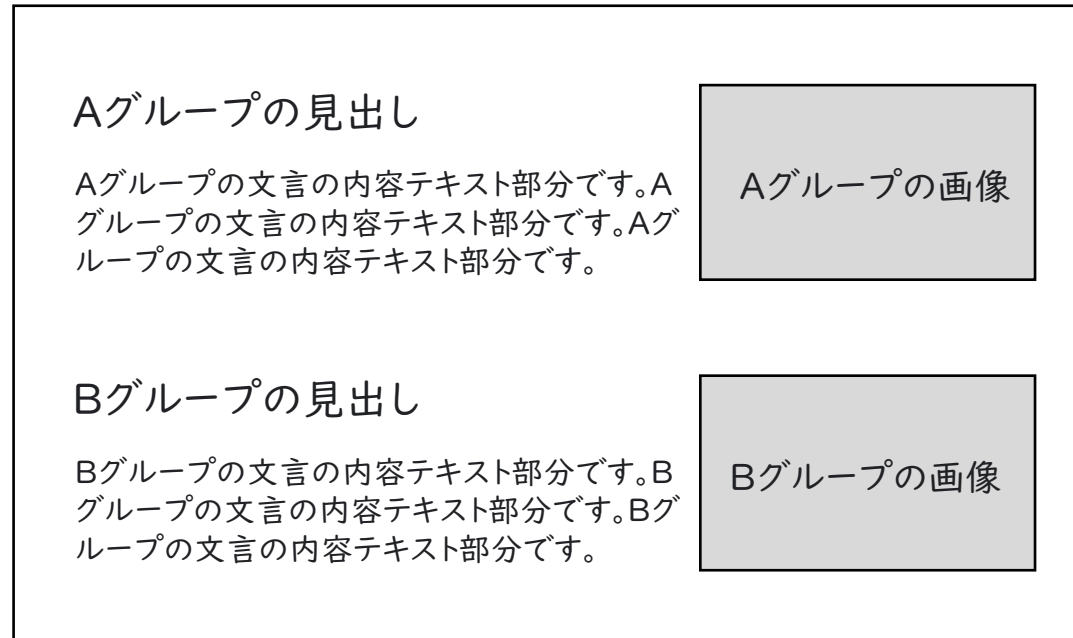
また、整列を利用するときは、目に見えない線を意識しましょう。

「写真画像とテキストの上辺」「タイトル文字と本文の頭」など要素や大きさ、色などを揃えることで生まれる、この目に見えない線を意識してみましょう。

×整列



○整列



グループ化のポイント③ 反復 (Repetition)

デザイン上のある特徴を繰り返し使用することを【反復】といいます。反復させるものは、太字体、罫線、色、アイコンなど様々なものがあり、要素を繰り返し用いることで一貫性や統一感のあるレイアウトを実現できます。また、一度理解したデザイン構造が他の要素にも適用されるため、情報をすばやく取得できるようになります。

×反復

Aグループの見出し

Aグループの文言の内容テキスト部分です。
Aグループの文言の内容テキスト部分です。
Aグループの文言の内容テキスト部分です。

Aグループの画像

Bグループの見出し

Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。

Bグループの画像

○反復

Aグループの見出し

Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。

Aグループの画像

Bグループの見出し

Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。

Bグループの画像

「アクセント」

デザインや文章・建築などの世界では、特に強調したいために周りと違ったアプローチをした部分をアクセントと呼びます。例えば、全体が真っ白なファブリックで覆われたソファに赤の縁取りを施したデザインは、赤を指して「アクセントカラー」と呼びます。

デザインの特徴、作品の象徴的な部分を考えてみましょう

脇役と主役の構成

脇役となる内容と主役になる内容の順番を意識してみましょう



アクセントのポイント① コントラスト (Contrast)

コントラストとは、2つの要素が異なる場合に見た目をはっきりと異ならせることです。情報の優先度を考慮し、重要な要素はより目立たせるなど差別化させましょう。具体的にはフォントの大きさや形、写真のトリミングに変化をつけることで他の要素と対比させます。要素を「まとめる」近接や整列に対し、あえて差別化することで、要素間の関係性を表現します。

どちらが目を引きますか？

Aグループの見出し

Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。

Aグループの画像

Bグループの見出し

Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。

Bグループの画像

Aグループの見出し

Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。Aグループの文言の内容テキスト部分です。

Aグループの画像

Bグループの見出し

Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。Bグループの文言の内容テキスト部分です。

Bグループの画像

アクセントのポイント② ジャンプ率を変える

「ジャンプ率」とは、本文の文字サイズに対するタイトルや見出しの文字サイズの比率のことです。ジャンプ率が低いと落ち着いた印象になり、ジャンプ率が高いと躍動感のある印象になります。

タイトルのジャンプ率を高くすればするほど、タイトルが強調されていることがわかります。

絶対的な大きさではなく、本文に対する相対的な大きさが、目立ちやすさや躍動感を決めているのです。

コンテンツの意図に合わせてジャンプ率を変えてみましょう。

ジャンプ率の見出し

「ジャンプ率」とは、本文の文字サイズに対するタイトルや見出しの文字サイズの比率のことです。ジャンプ率が低いと落ち着いた印象になり、ジャンプ率が高いと躍動感のある印象になります。タイトルのジャンプ率を高くすればするほど、タイトルが強調されていることがわかります。絶対的な大きさではなく、本文に対する相対的な大きさが、目立ちやすさや躍動感を決めているのです。

画像

画像

画像

ジャンプ率の見出し

「ジャンプ率」とは、本文の文字サイズに対するタイトルや見出しの文字サイズの比率のことです。ジャンプ率が低いと落ち着いた印象になり、ジャンプ率が高いと躍動感のある印象になります。タイトルのジャンプ率を高くすればするほど、タイトルが強調されていることがわかります。絶対的な大きさではなく、本文に対する相対的な大きさが、目立ちやすさや躍動感を決めているのです。

画像

画像

画像

アクセントのポイント③ アイキャッチを考える

可読性を損なわずに、一瞬で人の目を捉えるための素材をアイキャッチャーと呼びます。文字や図形、イラスト、写真などを効果的なアイキャッチャーにしてみましょう。文字の邪魔にならない範囲で背景に大きな絵を入れたり、ギザギザやふきだし等を配置することで、人の目を引くことができます。

アイキャッチでより効果的にしてみましょう。

アイキャッチの見出し

大きく太い文字を
アイキャッチにしてみましょう。

可読性を損なわずに、一瞬で人の目を捉えるための素材をアイキャッチャーと呼びます。文字や図形、イラスト、写真などを効果的なアイキャッチャーにしてみましょう。文字の邪魔にならない範囲で背景に大きな絵を入れたり、研究を代表するような写真や絵を大きめに配置することで、人の目を引くことができます。

イラストなどを使って
アイキャッチにする



可読性を損なわずに、一瞬で人の目を捉えるための素材をアイキャッチャーと呼びます。文字や図形、イラスト、写真などを効果的なアイキャッチャーにしてみましょう。文字の邪魔にならない範囲で背景に大きな絵を入れたり、研究を代表するような写真や絵を大きめに配置することで、人の目を引くことができます。

雰囲気のあるイラストや写真
でアイキャッチにしてみる。

可読性を損なわずに、一瞬で人の目を捉えるための素材をアイキャッチャーと呼びます。文字や図形、イラスト、写真などを効果的なアイキャッチャーにしてみましょう。文字の邪魔にならない範囲で背景に大きな絵を入れたり、研究を代表するような写真や絵を大きめに配置することで、人の目を引くことができます。



ギザギザやふきだしなど、
よくあるアイキャッチです。

可読性を損なわずに、一瞬で人の目を捉えるための素材をアイキャッチャーと呼びます。文字や図形、イラスト、写真などを効果的なアイキャッチャーにしてみましょう。文字の邪魔にならない範囲で背景に大きな絵を入れたり、研究を代表するような写真や絵を大きめに配置することで、人の目を引くことができます。

次は文字デザインです。

レイアウトを整えることが出来たら、次は文字を考えましょう。
名刺やアクセスマップと同じく「読みやすさ」を意識してみてください。

可読性

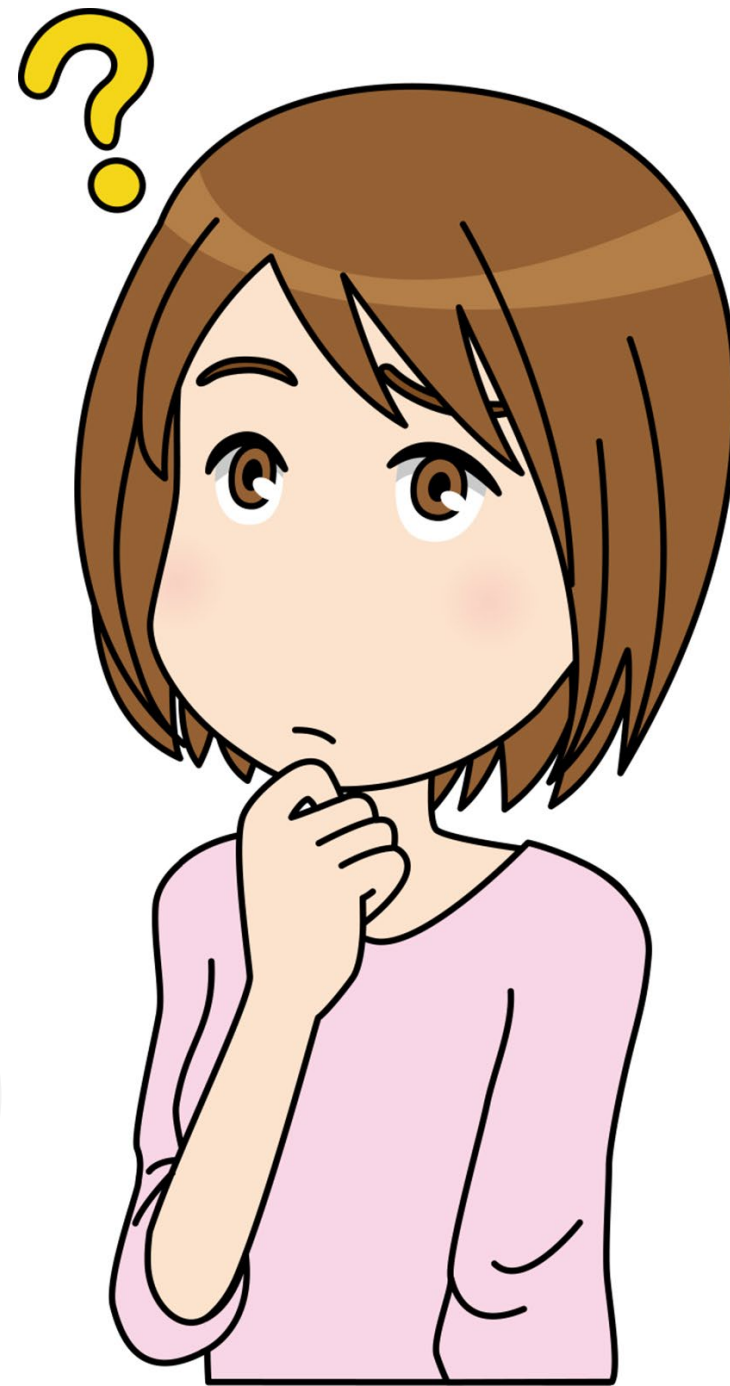
文章が読みやすいか

視認性

パッと見た瞬間の認識しやすさ

判読性

誤読がないか



可読性

文章が読みやすいか

文字や文章の「読みやすさ」は、可読性、視認性、判読性という3つの要素から成ります。

○可読性

「可読性」とは、読みやすさの度合いのことです。ゴシック体は線の強弱がないため、読む文章に使用する際、可読性の点では明朝体に劣ります。しかし、パソコンやスマホの画面では解像度が低いため、明朝体は線がかすれて読みにくくなってしまいがちです。

×可読性

「可読性」とは、読みやすさの度合いのことです。ゴシック体は線の強弱がないため、読む文章に使用する際、可読性の点では明朝体に劣ります。しかし、パソコンやスマホの画面では解像度が低いため、明朝体は線がかすれて読みにくくなってしまいがちです。

○可読性

読みやすい文字

読みやすい文字

読みやすい文字

×可読性

読みにくい文字

読みにくい文字

読みにくい文字

視認性

パッと見た瞬間の認識しやすさ

文字や文章の「読みやすさ」は、可読性、視認性、判読性という3つの要素から成ります。

○視認性

「視認性」とは

遠くからでもしっかりと字が認識できること。
線の太さが均一で、はねや払いがないシンプルな書体であるゴシック体は、視認性が高い書体です。
そのため、キャッチコピーや要点など、「読む」というよりは「見る」という意味合いの強い要素に使うのが向いています。

×視認性

「視認性」とは

遠くからでもしっかりと字が認識できること。
線の太さが均一で、はねや払いがないシンプルな書体であるゴシック体は、視認性が高い書体です。
そのため、キャッチコピーや要点など、「読む」というよりは「見る」という意味合いの強い要素に使うのが向いています。

○視認性

視認性の
デザイン

視認性の
デザイン

×視認性

視認性の
デザイン

視認性の
デザイン

判読性

誤読がないか

文字や文章の「読みやすさ」は、可読性、視認性、判読性という3つの要素から成ります。

○判読性

判読性とは文章の分かりやすさを指す。見ている人に正確に文章の意味が伝わるかどうか（＝誤読・誤解をさせないかどうか）。対象物への「判断」まで含む。

×判読性

判読性とは文章の分かりやすさを指す。見ている人に正確に文章の意味が伝わるかどうか（＝誤読・誤解をさせないかどうか）。対象物への「判断」まで含む。

○判読性

判読性とは文章の分かりやすさを指す。

×判読性

判読性とは文章の分かりやすさを指す。

最後に配色を確認してください

PhotoshopやIllustratorのようなソフト（アプリケーション）を扱う前提として、数値が一つ違えば、別の色です。

例えば、赤と言っても、「色相」「彩度」「明度」が変われば、違う色になります。そしてその違いは、「陰影」なのか「柄」なのかの判断と理解が必要です。まずはよく観察して、どんな配色がどんな印象を与えるかを考えてみましょう。

ポイント！

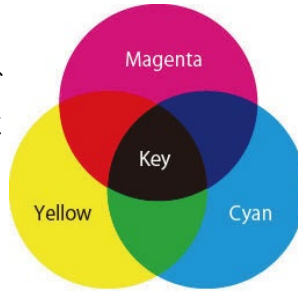
1. CMYK（印刷物）とRGB（Web）では色数が大きく異なります。
2. 色の3属性は「陰影」として表現するのか「柄」として表現するのかをしっかりと見極めたうえで使い分けましょう。
3. グラデーションの使い方は十分に気を付けましょう。
安易なグラデーションは違和感でしかありません。
配色にも意味がある事をしっかりと意識してみましょう。



CMYKとRGB

■CMYK（カラーモデル）

色材の三原色と呼ばれるC（シアン）M（マゼンタ）Y（イエロー）に、印刷の文字等に多く使われるK（ブラック）を加えた色の表現法。CMYは減法混色と呼ばれ、色を重ねるごとに暗くなり、3つを等しく混ぜ合わせると黒色になる。（実際は濃いグレーになるため、印刷では上記のようにブラックが加えられている）パソコンのディスプレイは光の三原色であるRGBで表示されるため、ディスプレイで見た色と印刷の色の違いを理解した上で印刷物制作を行う必要がある。ちなみにブラックのKはBlackのkではなく、画像の輪郭など細部を示すために用いられた印刷板Key PlateのK。

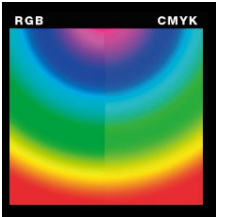


■色の再現性の違い

RGBとCMYKの大きな違いは、表現方法が根本的に異なっているため表現できる色域が異なるということです。色域が広いのはRGBの方で、CMYKはRGBの表現される一部の色を再現できません。

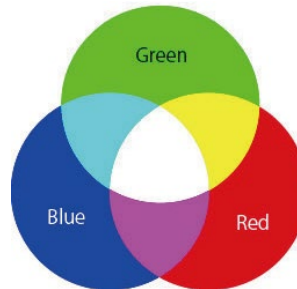
したがって、RGBカラーをそのまま印刷で使うことはできません。蛍光色は、絵の具では再現できないのと同じ原理です。

デジカメで撮影した写真画像も、PCなどのモニター上では鮮やかな色彩表現が可能ですが、印刷する為にCMYKに変換すると、RGB色域の色は、CMYKが表現できる最も近い色に置き換わり、結果としてRGBでしか表現できない鮮やかな色彩はくすんだ色になってしまう場合があります。



■RGB（カラーモデル）

ディスプレイやデジタルカメラで利用される光の三原色であるR（レッド）G（グリーン）B（ブルー）を用いた色の表現法。RGBは加法混色と呼ばれ、色を重ねるごとに明るくなり、3つを等しく混ぜ合わせると白色になる。



RGB のデータ



印刷（CMYK）をするとくすんでしまう



色の3属性

一般に人間の色の認識の仕方には、心理的に三つの属性があると言われています。青とか赤とかいう“色合い”を示す「色相」、色の“明るさ”を示す「明度」、および色の鮮やかさを示す「彩度」のことで、これらを色の心理的三属性と呼んでいます。

H 色相(Hue)



色相は、赤・黄・緑・青・紫といった色味のことを表します。

S 彩度(Saturation)



彩度は色の鮮やかさの度合いを表します。彩度が高いほど色の純度が高くなり鮮やかな色となり、逆に彩度が低い場合は色味が減りくすんだ色になっていきます。

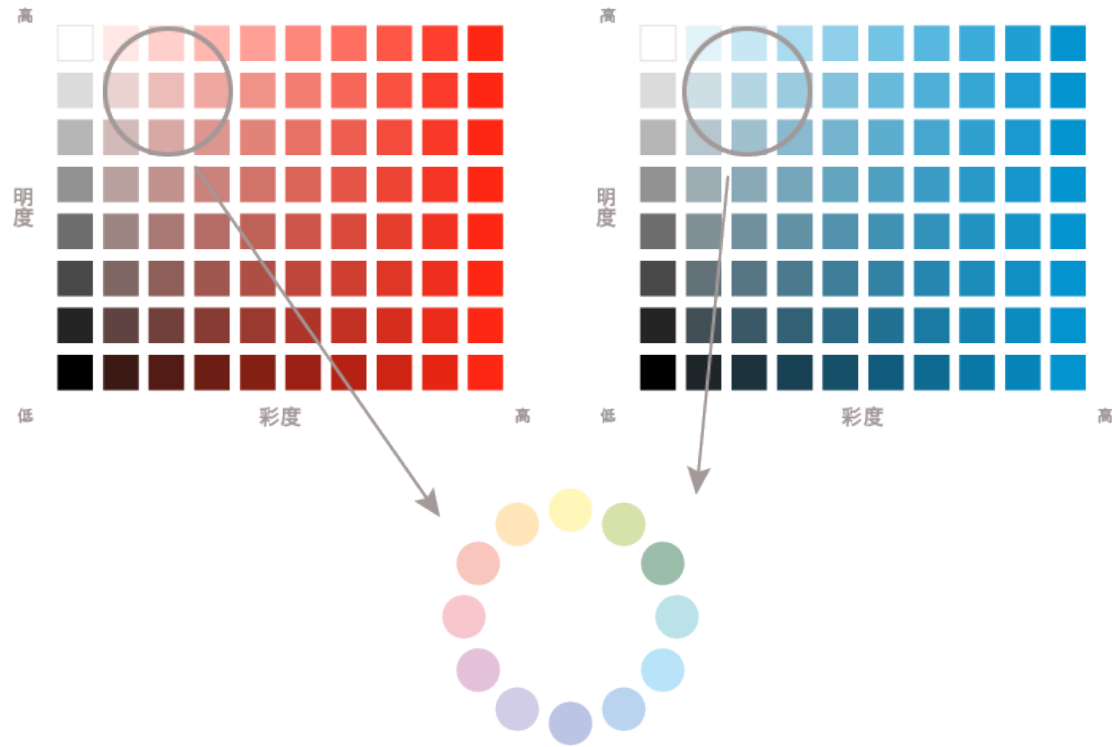
B 明度(BrightnessもしくはValue)



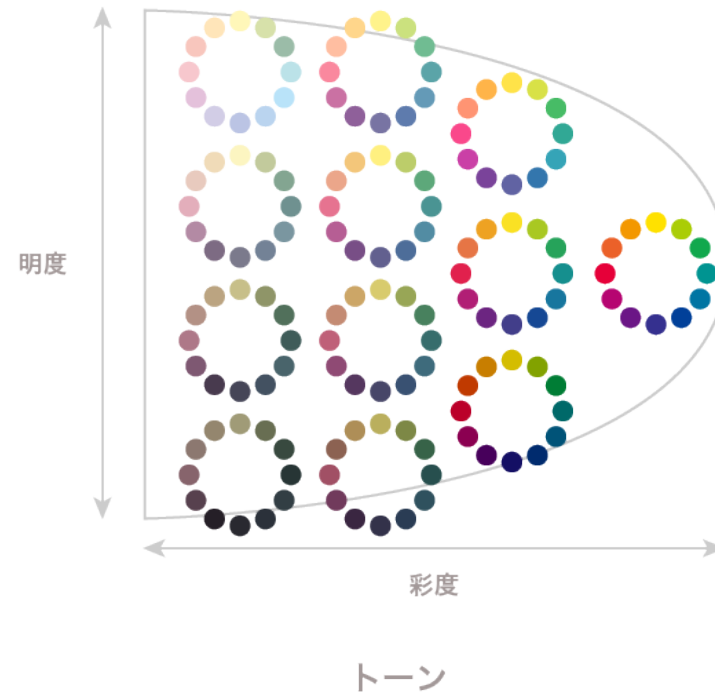
明度は色の明るさの度合いを表します。明度が高くなると色は白っぽく（明るく）なり、低くなると黒っぽく（暗く）なります。

トーン（色調）

色の三属性の組み合わせで、明度と彩度が似ている色を集めてグループ化したものをトーンと呼びます。



トーン別の色相環カラーチャートにすると、このようにまとめることができます。明るいトーンは優しいイメージ、暗いトーンは重くて重厚なイメージを持っています。



トーンを基準に配色を考えると表現したいイメージを伝えやすくなったり、まとまりのある色使いができるようになります。

グラデーション

「陰影」と「柄」の使い分けを意識しましょう。

色や濃淡を連続した階調で表現すること、およびその部分。グラフィックデザインの手法、製版処理のひとつ。グラフィックスソフト、ページレイアウトソフトなどに機能として組み込まれている、色や濃淡を設定することが可能なものもある。

「陰影」

- ・照明が当たった方向から見て、光と影の部分
- ・水滴に対して、光沢や凹凸の表現に当たる部分
- ・茎の部分の凹凸の表現に当たる部分
- ・りんごの下のまるい影の部分



「柄」

- ・りんごそのものの赤い柄
- ・熟している部分の皮の色と熟していない部分の皮の色
- ・りんごの茎の部分の皮の色
- ・また、茎が光の反射による色味

色の3属性を意識して、「陰影」なのか「柄」なのかをしっかりと使い分けましょう。