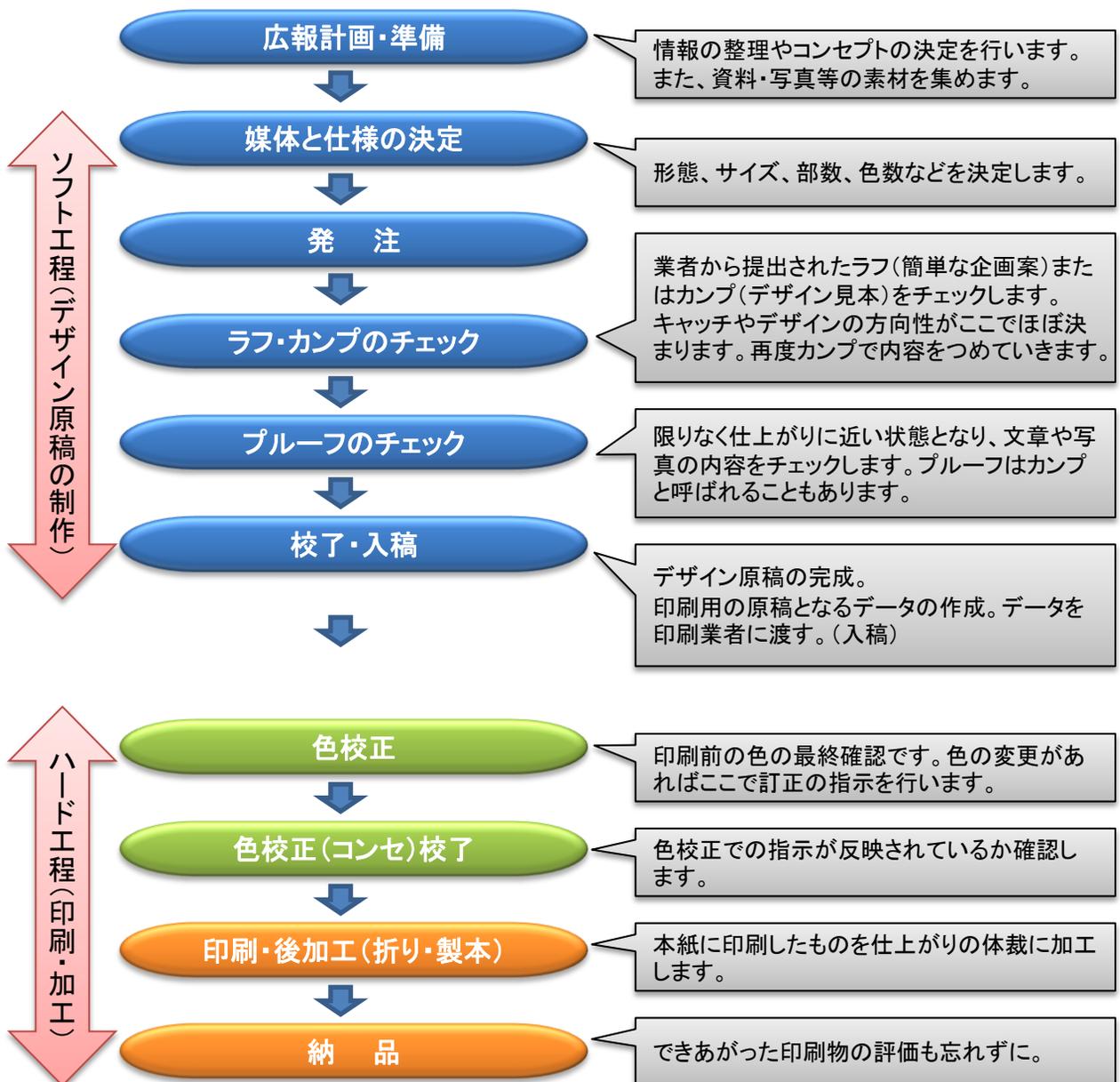


5. 印刷物の活用

限られた予算で最大限の効果をあげるためには、デザインの力が大変重要です。デザインとは、単にコピー(文章)・写真・レイアウト・色使いといった表現上のことだけでなく、誰に、いつ、どこで、何を、何をを使って(ポスター・チラシ等)、どういう手法で(手渡し・設置等)伝えるかを考える=計画する(=デザインすること)です。

■印刷物が出来上がるまでの工程



チェックリスト

発注する前に

- コンセプト・ターゲットは明確ですか
- 媒体・サイズ・部数・色数は適切ですか
- 配付時期・場所・方法は適切ですか
- 文章やイラスト、写真などに人権に関わる不適切な表現などはありませんか
- 委託先に制作意図がしっかり伝わるよう、書面でまとめていますか
- 発注時に文字データ・写真・イラスト・図表等、材料は準備できていますか
- スケジュールの確認はしていますか
- 見積書の内容は確認していますか

カンパが作成されたら

- コンセプトとカンパのイメージはあっていますか
- 一目で何を伝えたいかわかりますか
- 重要度が高い事項について、他の事項と差別化されていますか
- 見やすさ、読みやすさ、インパクトを重視した編集を行っていますか
- 文字の大きさ、文字間・行間は適切ですか
- 情報はすべて正しく入っていますか
- 専門用語やカタカナ語を使う場合、説明はついていますか
- 写真・絵・表・箇条書きなどを活用していますか
- 適度に余白がありますか
- 問合せ先は明記していますか

校了する前に

- 人権尊重や個人情報保護の視点から、内容・表現を最終的にチェックしましたか
- 肖像権・著作権に注意していますか
- 担当者以外にもチェックをしてもらいましたか
- 色校正と入稿前の最終データとの読み合わせはしましたか
- 写真の色が色校正で適切に再現されていますか
- 納品日時・場所の確認はできていますか

●効果的で効率的な広報印刷物を作成しよう

印刷物は、コスト削減、環境対策の観点から、できるだけ効果的で効率的に作成するよう努めましょう。印刷物の発行に至るそれぞれの過程で、次のような観点で精査・検討をすることが大切です。

①印刷物の種類を決める

～印刷物の特性を把握し、目的や内容に応じた使い分けをする～

印刷物には、パンフレット、リーフレット、チラシ、ポスターなど様々な形態があります。印刷物を作成する際には、伝えたい情報の内容と、それぞれの印刷物の特性をよく把握したうえで、内容・目的に応じた形態を選ぶようにしましょう。

広報印刷物の種類と特性比較

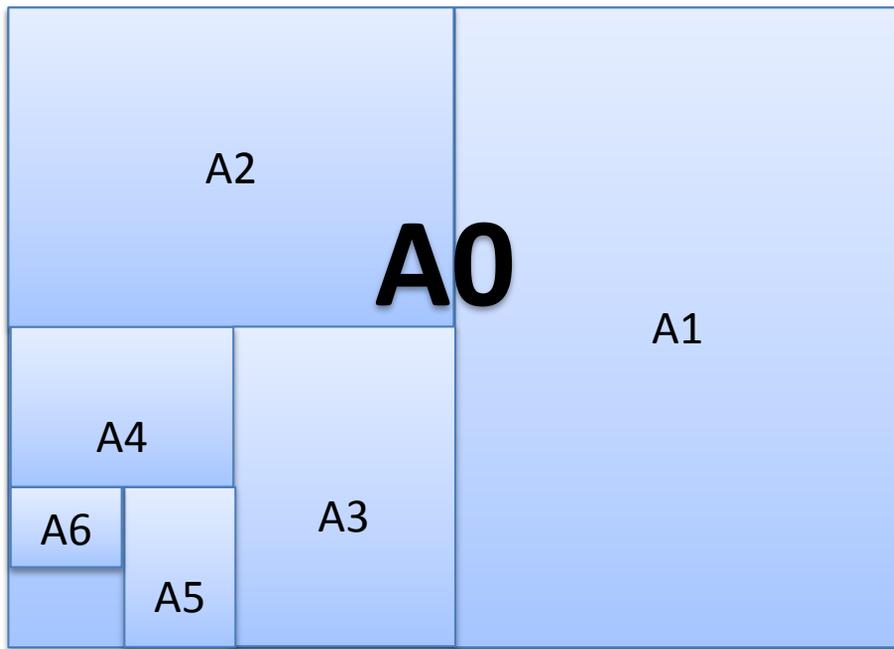
種類	特性
チラシ (1枚もの)	・1枚ですべての情報を伝えることができる ・必要最低限の情報を簡潔にわかりやすく伝える必要がある
リーフレット (折って使う1枚もの)	・1枚ものの印刷物であるが、折り目を利用してさまざまなページ構成にできるため、1枚の紙面の中で異なった情報を伝えることができる
パンフレット (複数頁のもの)	・文章とビジュアル(写真・イラスト)が必要なだけ使えるため、詳細で魅力的に情報を伝えることができる ・スペース(ページ数)がとれるため、系統だった説明や多面的な解説が可能
冊子	・大量の情報を伝えることができるが、読みやすさや情報検索の容易さなどの工夫が必要となる

②印刷物の大きさを決める～市の施設への設置はA4サイズが基本～

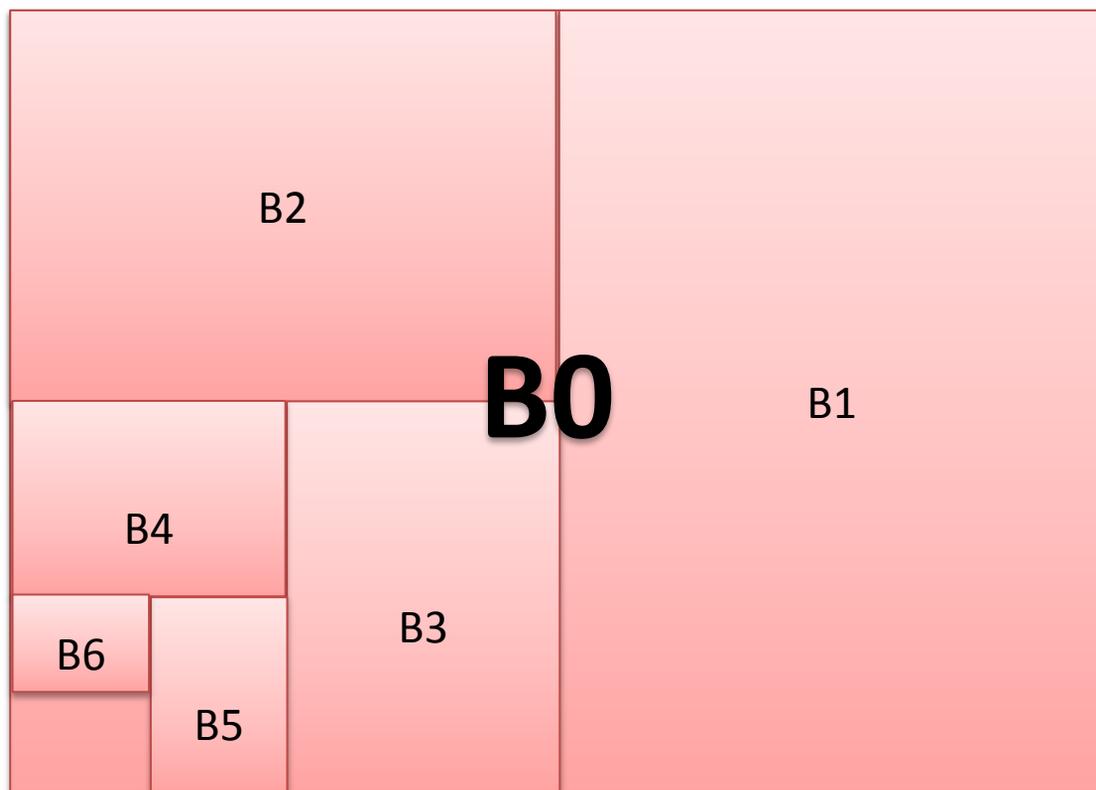
印刷物を施設へ設置する場合、ラックの多くはA4サイズ対応で、A4以外の印刷物は平積み・重ね置きされる場合があります。設置先の現状を調査・確認したうえで、印刷物はできるだけA4サイズを基本に作成するようにしましょう。サイズが統一され、整然と並べられている方が手にとってもらいやすいと思います。

サイズ	mm	サイズ	mm
A0	841 × 1189	B0	1030 × 1456
A1	594 × 841	B1	728 × 1030
A2	420 × 594	B2	515 × 728
A3	297 × 420	B3	364 × 515
A4	210 × 297	B4	257 × 364
A5	148 × 210	B5	182 × 257
A6	105 × 148	B6	128 × 182

(A版)



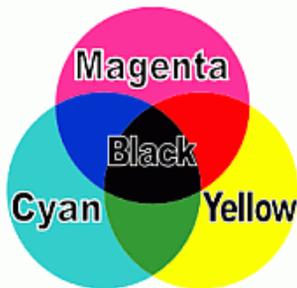
(B版)



③内容にあわせて色数を決める

イラストや写真を掲載する場合、一般的にカラー印刷の方がわかりやすく美しいですが、1色または2色印刷でも工夫次第で訴求力が高まります。色数が少ない方がコストは下がりますが、必ずしも効果が下がるというわけではありません。何でもすぐカラーにするのではなく、1色または2色印刷で魅力的に見せる工夫をしてみましょう。

- ・4色印刷 …… 写真やイラスト、グラフ、図版、美術作品などは、4色のほうが美しくわかりやすい。
(通常のカラー印刷)
- ・2色印刷 …… 2つの色を使って印刷しています。4色の印刷とは違う独特の仕上がり効果があります。
- ・1色印刷 …… 1色であっても美しい表現は可能です。色上質紙を使って印刷すれば、1色でも2色の効果を出せます。



印刷物はC(シアン)、M(マゼンダ)、Y(イエロー)、K(ブラック)で制作します。フルカラー印刷であればCMYKの4色を使います。

④配付計画(配付対象・配付方法・配付場所)をたてる

◇ターゲットをイメージ

印刷物の対象を市民全体だと漠然と考えていませんか。もちろん普及・啓発に関するお知らせや大規模イベントのお知らせなど、市民全体を対象にしなければならない場合もあります。しかし、そうした場合以外、配付対象が漠然としていると効果的で効率的な広報はできません。ターゲットを明確にしてはじめて、印刷物をいつ、どこで、どのように配付すればよいのか、などが見えてきます。

◇ターゲットに応じた配付方法・配付場所を決める

印刷物の配付対象が明確になれば、その方がよく利用する場所はどこか、どんな配付方法がよいかが見えてきます。配付対象となる方の生活様式、行動パターンを分析し、これらの人にもっとも届きやすい配付方法、あるいはもっとも手にとってもらいやすい配付場所を選定するようにしましょう。

多くの配付場所や配付方法が確保できれば安心ですが、必ずしも効果が高まるとはいえません。逆に、印刷部数が増えることで印刷経費や配送経費が増えてしまいます。印刷物の内容・ターゲットに応じた配付方法・配付場所を選定するようにしましょう。