



ISBN978-4-88166-923-5

IC3055 ¥2280E



株式会社ソーテック社

定価（本体価格**2,280**円+税）



決定版

あなたも必ず
上達できる！

プロのデザイナーになるための本

日馬紀子 著



ソーテック社

決定版

あなたも必ず上達できる！

プロの
デザイナーに
なるための本

日馬紀子 著

d e s i g n e r s b i b l e



はじめに ~デザイナーを目指す「あなた」へ~

「デザイナーって、どんな仕事をしているのだろう？」
これが、現在「デザイナー」である私が大学生の時に抱いた大きな疑問です。当時は、この悩みに答えてくれる知人は1人もいないばかりか、デザインに関する書籍や雑誌なども含めて、私が本当にほしいと思う情報を手にすることはなかなかできませんでした。
……あれから10年以上の歳月が流れ、たくさんの失敗やたくさんの涙を流しながら、今、私はこの場所に立っています。そんな私自身の歩みを振り返った時、今の私は改めてこう思います。
「もし当時の自分が、今の私が持っている知識やノウハウを知っていたなら、どんなに勇気づけられたことだろう。そして、どんなに助かったことだろう！」
確かに今の時代は、インターネットを中心にたくさんの情報があふれています。しかし、そんなあふれるような情報の海の中から、本当に必要なものを新人デザイナーが選び出すという作業は、以前よりむしろ困難さを増しているのではないかと感じます。
この本は、そんな期待と不安のなかで、プロのデザイナーを目指そうとするみなさんへ捧げます。私はみなさんに、プロの「デザイナー」としての成功を収めてほしい。そして、何よりも「デザイナー」としての喜びや、仕事の素晴らしさを知ってほしいと思います。そのために、本書では、デザインの基礎となる内容を、あえてこの1冊の中に凝縮しました。
また、当時の私自身を振り返りながら、新人デザイナーが直面するであろう壁や悩みについて、たくさん取り扱っています。この本は、今「デザイン」という豊かで不思議な森の中をさまようみなさんへ宛てた、私からのお手紙であり、心からのエールであり、地図でもあります。この拙い本が小さな灯となり、1人でも多くデザイナーを目指すみなさんのお役に立てることを、心より願っています。

日馬紀子

この本は
こんなふうに使えます!

1 何から始めていいかわからない! 初心者の目線で勉強する

全Chapterを通じキャラクターが本編の内容について質問や解説をしています。彼らのセリフを追いながら読んでみるとよいでしょう

私にちと一緒
一緒に成長していこう



2 デザイナーのこと・デザインという仕事を捉える 考え方や知識を学ぶ

→ Chapter0(デザインを仕事にする前に知っておくとよいこと編)
→ Chapter7(デザイン料と著作権編)

りんかくを
知る

3 アイデアが浮かばない・デザインをもっと良くしたい! デザインアイデア集

→ Chapter2~4(デザイン編)
→ 目次の **Sample** 印を参照



即戦力をつける

4 本当に役立つ現場のことを学ぶ 現場ノウハウやスキル

→ Chapter1(環境&準備編) → Chapter6(ソフトウェア編)
→ Chapter5(印刷編) → 目次の **Flow** 印を参照



なるほど、なるほど、なるほど……



5 わからない単語からデザインを習得 辞書・逆引き

→ 目次(4~8ページ)
→ 巻末の索引(252~255ページ)

Chapter0-1 デザインを仕事にする前に知っておくとよいこと編

現場で求められるデザイナー

デザイナーの仕事とは

そもそも、デザイナーは社会の中でどんなポジションや役割があるのでしょうか。デザイナーの立ち位置と求められる能力やスキルを見てみましょう。

“デザイナー”の立ち位置



“デザイナー”に求められる能力&スキル

① = 能力系 S = 技術系

アイデア力 ①

どんなデザインや表現がよいか考え、アイデアを出す能力。意見や提案を求められることもあります。

イメージ力 ①

クライアントの意向、商品仕様など、制約の中でいかに形にするか、想像力を働かせます。構想力に近いです。

好奇心力 ①

依頼内容や制作物が、すべて自分の興味があることとは限りません。知らないことでも、興味や関心を持ち、面白がって取り組めることが理想的。

ヒアリング力 ①

クライアントの要望、商品について、企画意図など、デザインをするために必要な情報を聞き出す能力。

コミュニケーション力 ①

クライアント、チームのメンバー、印刷所などとの意思疎通ができる能力。対面、電話、メールなど、方法はさまざまですが、相手の意向を汲み取り、こちらの要件を伝えることが大事です。

デザイン力 ①

文章、写真、イラスト、色、構図、形状、目線の動きといった要素をまとまりよく構成し、デザインする能力。

色彩力 ①

色のバランス、リズム感、強弱、美しさなどの色彩の良し悪しを判断する感覚です。

印刷知識 S

意図したようにデザインを仕上げるには、必要不可欠な知識。印刷知識が豊富だと表現の幅も広がります。



スケジュール管理能力 ①

デザイン依頼から納期まで、全体の進行と細かい作業工程を把握・管理する能力。スケジュールが遅れる時は柔軟に対応し、進行を組み直します。

グラフィックソフトスキル S

Illustrator, Photoshop, InDesign (共にAdobe社)などのグラフィックソフトスキル。アイデアを形にし、表現する時にデザイナーの道具となるので、これらのソフトウェアを使いこなす技術が求められます。

デザイン知識 S

黄金比率、グリッドなどのデザイン様式や知識。論理的にデザインが説明できると、アイデアに困った時の助けになります。

マーケティング力 ①

人々の動向は時代と共に変化・発展しています。デザインは商用物のため、社会変化には敏感である必要があります。マーケティング力とは流行している物や売れている商品、世論の動向などを分析し、消費者のニーズを捉える能力です。

デザイナーに求められる要素を、① = 能力系 S = 技術系に分けました。しかし、何よりも一番大切なことは「デザインが好き」「作るのが好き」「イメージするのが好き」という「好き」という気持ちです。

「好きこそ物の上手なれ」というじゃない!

あら、言っちゃった!



Chapter1-1 環境&準備編

デザイン制作前の準備:①

データのやり取り1

「いよいよデザイン制作！」といきたいところです。しかし、デザイン制作が進行するとクライアントやカメラマン、印刷所などのデータのやり取りが発生してきます。データのやり取りの時に起こりやすいトラブルと、それを防ぐためのポイントをお伝えします。

@ ケース1：パソコンやネット環境はさまざま

イラストレーター

OS: Mac OS X v10.6
インターネット環境: ADSL
ブラウザ: Internet Explorer7
使用頻度高ソフト
•Illustrator CS5

依頼主 (クライアント)

OS: Windows XP
インターネット環境: 無線LAN
ブラウザ: Mozilla Firefox3.6
使用頻度高ソフト
•Office 2003
•PDF (Acrobat)

カメラマン

OS: Mac OS X v10.5.7
インターネット環境: 光 (FTTH)
ブラウザ: Google Chrome
使用頻度高ソフト
•Photoshop CS 5
•Photoshop Elements 8

【例】Wordデータ
【例】Illustratorデータ

ポイント: それぞれ違う環境で仕事をしておくと、

いいきかせ。うんうん

みんな同じじゃないなんて!!

ポイント: ちゃんと面倒と、思っているんじゃないか?

寝癖じゃないし、ヘアスタイルだし!

* パソコンユーザーのうち約9割がWindows、約1割がMacを使用しているというデータがあります (2010年6月現在)。

@ データを同じ状態で見えるための工夫とルール

01 PDFを活用する

* 文書データなどは、「PDF変換ソフト」を使用すると簡単にPDF化できます。



それぞれ違う環境下において1つのデータを同じ状態で見えるためには、データをPDFに変換します。しかし、ユーザーによって使用フォントが違うため、単純にPDF化すればOKという訳でもありません。Illustratorデータは文字をアウトライン化してからPDFにする、Wordの場合はパソコン依存フォントのみを使用するといった対策をします。ここでのポイントは、お互いなるべく同一の状態で見ることができるよう工夫をすることです。

02 ファイル名は「半角英数字. 拡張子」にする

* 拡張子とは…ファイル名の末尾にくっつくファイルの種類を示す3~4文字の英数字。「.psd」のようにピリオドで区切ってつける。

拡張子の主な種類と意味

.ai	Adobe Illustratorデータ
.psd	Adobe Photoshop/Photoshop Elementsデータ
.xqx	QuarkXPressデータ
.indd	InDesignデータ
.doc(docx)	Microsoft Wordデータ
.xls(xlsx)	Microsoft Excelデータ
.txt	テキストデータ (メモ帳など)
.swf	Flashデータ
.pdf	PDFデータ
.jpg(jpeg)	画像の保存形式、デジカメ・写真画像向き
.gif	画像の保存形式、イラスト画像向き
.png	画像の保存形式、Web画像向き
.eps	画像の保存形式、印刷データの標準フォーマット
.tiff	画像の保存形式、印刷データの標準フォーマット
.bmp	画像の保存形式、Windowsの標準フォーマット
.pict	画像の保存形式、Macの標準フォーマット

半角英数字と半角記号 - (横ハイフン) と _ (アンダーバー) のみを使用とする。他の記号は、使わない。

ファイル名は、全て小文字にする (大文字と小文字を別ファイルとして区別するOSがあるため)。



【例】



OSの違いのトラブルを防ぐためには、ファイル名を「半角英数字」にし、末尾に拡張子をつけます。ファイル名は日本語でつけることも可能。しかし、現場ではファイル名が日本語のために開けず、半角英数字に変えたら開けた…ということも起こります。逆に、日本語名というだけでデータが開けず、破損することもあります。さまざまな環境下で、一番安全にデータのやり取りができるのが「半角英数字名. 拡張子」です。

“文字”を征する

文字の役割

雑誌や書籍などの誌面にはさまざまな文字があります。これらの文字は一見、無造作に使われているように見えますが、その全てに「意味」と「役割」があります。ここではそんな誌面における「文字の役割」について学んでみましょう。

文字の役割とは... 文字の使われ方は、制作する物(雑誌、チラシ、パンフレット、名刺など)で、種類や用途が違います。その中でも、雑誌類の誌面(=「ページもの」)に表現される文字の要素は10種類前後あります。下記のサンプルで挙げた文字の用途は8種類ですが、他に「ネーム(注釈)」、「ネームの見出し」がある誌面もあります。



文字の役割が
あったとはねえ



07 柱

08 ノンブル

05 本文

04 見出し

03 リード

01 タイトル(大見出し)

大見出しともいいます。紙面全体のコンセプトやテーマを提示します。特集タイトルなどもこれにあたります。

02 キャッチ

タイトル(大見出し)を補足する役割です。短い文章や言葉になります。

03 リード(前文)

前文ともいいます。その記事や特集の内容を簡潔にまとめた文章です。本文への導入を促す役割を持ちます。

04 見出し(中見出し・小見出し)

本文の見出しになります。紙面の構成によって、中見出し、小見出しと見出しの中でも強弱をつけることがあります。

05 本文(ほんもん)

ほんぶんではなく「ほんもん」と読みます。記事として読む文章です。雑誌や書籍の紙面は、この本文(ほんもん)を基準として構成されています。

06 キャプション

写真や図版の説明文。写真や図版の理解をより助ける役割があります。

07 柱

雑誌名や章のタイトルなどを小さく記したものを。読者にとっては、自分が今その雑誌を見てどこの章を読んでいるのかがわかります。

08 ノンブル

ページ数のことです。雑誌や書籍によって、デザイン上のノンブルの位置表現が変わります。左記のサンプル紙面のように片面全てが写真となる場合など、デザイン上、ノンブルを入れないこともあります。



新聞、雑誌、チラシ、名刺...
どれも伝えたい内容が
きちんと目に入るように
工夫されているゾ!

なるほど~
なるほど~

Chapte3-1 デザイン編 (図版) ▶ 視覚度とは

“図版”を扱う前に知っておくべき知識:①

視覚度とは

ここからは、図版について学びます。デザインにおいて、図版はどんな役割があるのか、図版はどのように扱えばよいのかを学んでいきましょう。まず、図版の取り扱いの基礎となる「視覚度」について学びます。

視覚度とは... 視覚(見ること)で情報や意味を伝達する度合いのことです。具体的には、標識や絵文字といった、文字よりも、図や写真から得られる意味の度合いが大きくなるものがあります。



度合い①

サイズが大きい
=視覚度が高い

写真、イラストなど、大きいサイズのほうが「視覚度」は高くなります。また、文字も同様です。



度合い②

文字よりも写真や図、イラスト
=視覚度が高い

文字や文章よりも、写真やイラストのほうが視覚度が高くなります。写真などは、文字がわからない際にも情報や意味が伝わる可能性が高くなるのが特徴です。



その車は、赤い塗装で全体的に丸みを帯び曲線の形状をしている。運転席も助手席も狭くとても小さく、まるでミニカーのような可愛い車である。



これらは視覚度を象徴する言葉ね!



百聞は一見に如かず
1枚の絵は1000の言葉に値する

「視覚度」の意義

人は、情報を得る時視覚から90%の情報を得るとわれています。“百聞は一見に如かず”という諺や“1枚の絵は1000の言葉に値する”という言葉は、人は「視覚＝見る」ことから情報の意図や意味をよく理解できることを端的に表しています。

商業デザインの場合、そこには必ず「目的」があります。その目的とは、「商品に興味を持ってもらう」「商品を知ってもらう」「商品を買ってもらう」ということです。雑誌などの読み物であれば、「文章を読んでもらう」ということです。展示会のイベント告知であれば、「会場に来てもらう」ということです。音楽CDであれば、「その音楽を聴いてもらう」ということです。デザインはそれらの「目的」を達成するためのいわば「手段」です。その手段の具体策として、言葉(大見出し、キャッチコピー、本文など)と図版(写真、イラスト)があります。人は、言葉だけ図版だけのどちらか一方の表現よりも、言葉+図版の表現を好み、また記憶にもよく残る(画像優位性効果)といわれます。そのため、デザインでは、その商品に関係のある言葉、図版が必要となってきます(その商品や目的に関係ない図版を入れるのでは意味がありません)。「視覚度」の意義とは、意図的に「視覚効果」を意識して図版を活用することといえます。

言葉(文章)

図版(写真・イラスト)



言葉(文章)

図版(写真・イラスト)



(視覚効果がアップし、記憶に残りやすくなる)
画像優位性効果

Chapter4-1 デザイン編(色) ▶ 色とは ~デザインにとって色とは~

“色”を制する

色とは ~デザインにとって色とは~

ここからは、色について学びます。デザインでは、色はどのような意味があり、効果があるのか？また、どのように色を扱ったらよいかを学んでいきましょう。

④ デザインにとって色とは… 色を使ううえで重要なことは、デザイナーが色をコントロールし、効果的に(色を)選び使うことです。では、一般的に「色」というとどんな認識があるのでしょうか。一緒に考えてみましょう。

「色」と聞いたら
どんなことを
イメージするのかな？

色いろいろ
COLOR

色で
連想するのは？

レインボーカラー

やっぱり七色！
レインボーカラー

虹エ好きすよのだ

絵の具・インクetc

色といえば、絵の具や
インクなどの画材が
思い浮かぶわ！

色マニア

色といえば…
好きな色とか
流行色を
イメージするにゃ♪

好きな色・流行色etc

どきどき
こころを
なやませ

カラーとモノクロ

色といえば…
カラーと

カラ-♡

モノクロ(白黒)を
思い出すにゃん

モノクロ♡

暖色と寒色

暖色と

HOT

暖色と

あ、これもあった！

寒色

寒色

COOL

カラーバリエーション

カラーバリエーションと
いうのもあるにゃん

どのお色
が似あうか
にゃん

にゃん にゃん

「色」というとさまざまな
イメージがあるね。
次のページからは、
デザイナーとして
知っておくとよい色の知識に
ついて学んでみよう！

次ページ…

文字
図版
色

文字
図版
色

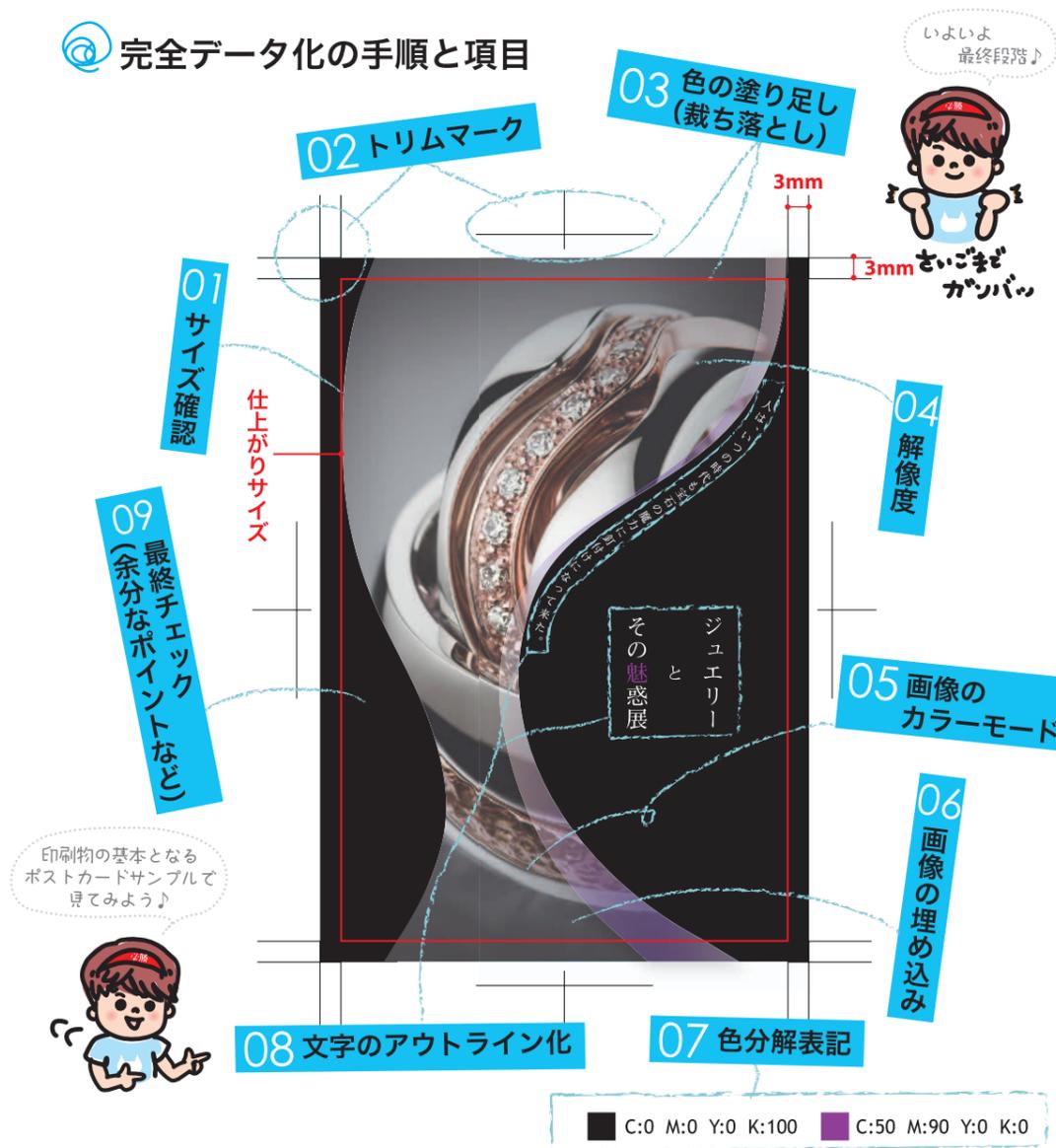
Chapter5-1 印刷編

入稿の準備

完全データ化と入稿

ここからは、いよいよデザイン制作における最後の仕上げ作業へと入っていきます。既存サンプルを参考にしながら、「完全データ化」「入稿の準備」「入稿の方法」という3つの流れについて理解を深めましょう。

@ 完全データ化の手順と項目



01 サイズ確認

原稿サイズの最終チェックを行います。サイズについては、デザイン制作の際にすでに確認していますが、入稿前にもう一度確認しておきます(特に特殊サイズの場合は注意が必要。入稿先の印刷会社のホームページなどでサイズ確認をするとよいでしょう)。

02 トリムマーク(トンボ)

原稿サイズを基に、トリムマーク(トンボ)を付けます。トンボはレジストレーション(CMYK各数値が全て100%)となっているか確認します。

* トンボ → 17ページ 専門用語
* トリムマークの作り方 → 223ページ参照

03 色の塗り足し(裁ち落とし)

原稿の天地左右に+3mmの塗り足し部分を広げます。色の塗り足しがないと、原稿サイズギリギリで印刷物を裁断することになり、外側に紙の地色が見えてしまう危険があります。色の塗り足しは多少の裁断ズレを防止する意味があります。

* 色の塗り足し(裁ち落とし) → 224ページ参照

04 解像度

画像を使用している場合は、画像の解像度(350dpi以上)を確認します。

* 解像度 → 17ページ 専門用語
* 解像度のポイント → 158ページ参照

05 画像のカラーモード

原稿内の画像のすべてがCMYKモードか確認し、RGBモードの場合はCMYKモードへ変換します。媒体によっては、カラーモード変換をせずに画像を仮に配置して入稿し、カラーモード変換は印刷会社で置き換えをお願いするという方法があります。

* 写真を使う時の注意点「カラーモード」 → 156ページ参照

06 画像の埋め込み

04、05で画像の解像度、カラーモードが問題ない場合は画像を埋め込みます(イラストレーター内で画像を埋め込むという作業をします)。

* 画像の埋め込みは、Illustratorの「リンク」ウィンドウのパレットメニューから「画像を埋め込み」を選択することができます。

07 色分解表記

原稿内で使用しているCMYKのカラー数値を記入します。数値の前には、□(四角)や○(色玉:いるたま)で、色ベタも入れておきます。使用しているカラー数と同じ数のカラー表記を入れます。

* デザインフォーマット → 36ページ参照

■ C:0 M:0 Y:0 K:100 ■ C:50 M:90 Y:0 K:0

08 文字のアウトライン化

原稿内の文字を全てアウトライン化します。文字をアウトライン化すると、文字は画像として認識されます。

* アウトライン → 17ページ 専門用語

アウトライン化
outline → outline

09 最終チェック

01~08までの全ての工程が終わったら、一番最後に原稿内に余分なポイント(文字が入力されていない文字ポイントのこと)がないか、デザイン上必要のないゴミがないかをチェックします。ある場合は、削除します。

完全データ化の項目がChapter1のデザインフォーマットと同様項目があるのわかるかな?



Chapter6-1 ソフトウェア編 (Illustrator/Photoshop)

ソフトウェアで押さえておきたいポイント:①

Illustrator編

本ページからは、デザイン制作に欠かせないグラフィックソフト (Illustrator/Photoshop:共にAdobe社) で押さえておきたい機能や、現場で覚えておくと便利な機能についてご紹介します。まずはデザイン制作の基盤となるIllustratorから見ていきましょう。



そもそも...

イラストレーターって
どんなソフトウェアにやの?
何ができるの?



イラストレーターの
基本的な知識や
どんなソフトウェアなのか
簡単に覚えてみよう!

「Illustrator」とは



気分は
イラストレーター

ソフトウェアさえ
あればゼロから作画が
できるのが魅力!



Illustrator
イラストレーター

「Illustrator (=イラストレーター)」という名称が示すように、作図や描画のためのソフトウェア。グラフィックデザイン、Webデザイン、3Dデザインなど、デザインの現場で最も多く使われています。

描画・ドロー系ソフトウェア



Illustratorは
デザイン制作の

画材のひとつと
考えられます

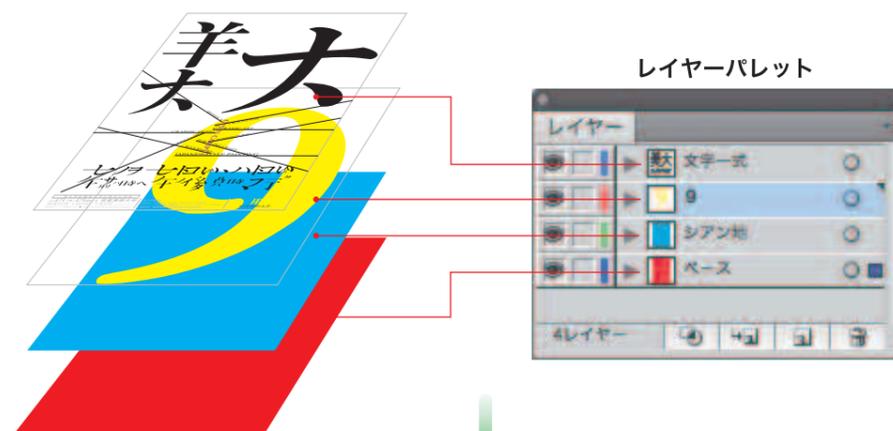
では実際に
イラストレーターの
機能について
見ていきましょう



一緒に
がんばり
ましょう

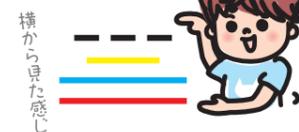
② 「レイヤー」とは...

本来の意味は「重なり」「層」です。絵を描く時は、いろいろな色を塗り重ねてひとつの絵画を完成させていきます。同じようにIllustratorでデザイン制作をする時は、オブジェクト(色や形)を重ねてデザインを完成させていきます。この層の重なりが「レイヤー」です。



4つのレイヤー(層)で
構成されています

「層」=レイヤー



次のページは...



イラストレーターの
「パス」「ペン」「塗り」
「描き出し」



「レイヤー」の考え方は、デザイン制作では基礎となる概念です。紙と絵筆を使う絵画と同じように、パソコン上で線を描き、図を描くために工夫された概念が「レイヤー」といえます。

Chapter7-1 デザイン料と著作権編

頭に入れておきたいデザイン料のこと

デザイン料とは

「デザイン料」とは、一体どんな内訳になっているのでしょうか。デザイナーはデザイン制作だけやっていればよいというのでは、現場では通用しません。デザイナーとして知っておきたい「デザイン料」について見てみましょう。

① デザイン料の主な内訳



企画料(ディレクション料)

宣伝・広告・PRコンセプトを計画し、演出案を担当する場合に発生する料金。デザインと共に依頼されることが多いです。
※クライアントにディレクションの概念がない場合は、事前に説明をしましょう。



出力料(カンパ料)

完成品の体裁にまとめた広告案の出力代。出力は、クライアントが検討・確認するためにします。修正が繰り返された場合、カンパ出力回数で料金が変わります。
【例】カラープリンタ出力 or PDF出力



スケジュール管理料(進行管理)

デザイン依頼から納品までの進行を管理する料金です。カメラマン、ライター、スタイリスト、イラストレーター、デザイナー、印刷所などの関係者が多い場合、全体の流れを把握するために必要となります。



完全データ料(版下料)

校了したデザイン案を印刷所に入稿するため、完全データ(版下)にする作業料金です。完全データ化をしないと印刷できない重要な作業です。



特急料

特急でデザインの提出や仕上げをする場合の料金です。通常のデザイン料に特急料金が加算される形が多いです。
【例】カンパ案出し、納品、印刷など



スキャンング料

写真やイラストなどのスキャンング料金です。印刷用に高解像度でスキャンングする場合、スキャンング1点につき〇〇円と点数で計算します。
【例】紙焼き写真/ネガフィルム/ポジフィルムなどのスキャンング



デザイン料

広告サイズ、用途(チラシ・ポスター・DMなど)、カラー(1C/4C)などを踏まえ算出されます。世間一般的にいわれる「デザイン料」にあたる料金がこれです。



撮影料

撮影段階からデザイン制作を依頼された場合、撮影費(カメラマンのギャランティー)もデザイン料に含まれます。撮影費の中には、撮影機材代・撮影データ処理費などが入ります。



イラストレーション料

イラストレーターに作画を依頼するイラストレーションの料金です。1カット〇〇円で計算します。カラーかモノクロか、作画面積で料金が変わります。企画や商品コンセプトなどによりイラストレーションがメインとなることがあります。



コピーライティング料(ネーミング料)

デザインする商品のキャッチコピーやコピーライティング、ネーミングの料金です。商品の売り、コンセプトなどを文章で表し、デザインと共に訴求力を高めます。



上記にあげた内訳は、一般的に「デザイン料の見積りの内訳」に多い項目です。1つの制作物を作るために、多くの項目が含まれていることを知っておくのが重要です。

次のページには、デザイン料の見積りの出し方が載っているよ

