

編集者ではないが、企業・団体に冊子を編集する方に向けた 編集物ディレクション基礎講座

2017年3月10日(金) 一日集中 【大阪教室】

有名雑誌を手がけるトップクリエイターが、講義時にあなたの冊子に直接コメント!

※ご希望される方は2017年2月17日(金)必着でお送りください。(郵送費はご負担いただきますようお願い致します。)

郵送先:〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島2-1-31 京阪堂島ビル5階

宣伝会議 関西本部 教育事業部 編集物ディレクション基礎講座事務局宛

目的を達成する冊子には、好みや感性以前に
守るべきセオリーがある!

レイアウトまで手が回らず、
決まった型に流し込んでいる

カッコいい・キレイ・洗練された
デザインなどをどうやって
作るのかが分からない

関係者が話題にする!

読者の笑顔が生まれる!

大事に取っておいてもらえる!

デザイナーから、こちらの
期待を超えるプラスアルファの
提案がない

若手に寄ると読みづらい、
年配に寄ると面白くない
冊子ができあがってしまう

一人っ子編集部と呼ばれ、
デザインに予算をかけられない

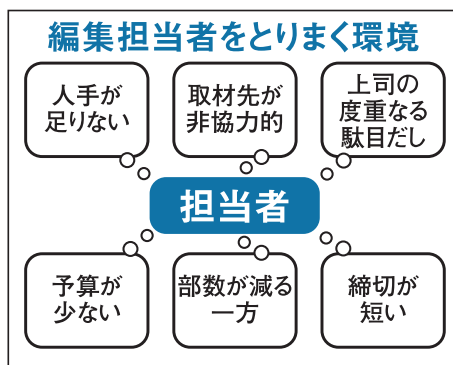
デザインソフトを使えるだけの人と、
デザインができる人は全く違うが、
価格を重視して取引先を選ぶと
前者に当たってしまう

広報誌・社内報・情報誌・会社案内・カタログなどの冊子の
編集・ディレクション方法を学ぶ

読まれる冊子を作る上で必要な知識・スキルを学ぶ

限られた予算・人数・期間の中では、最低限のスキルが必要となる

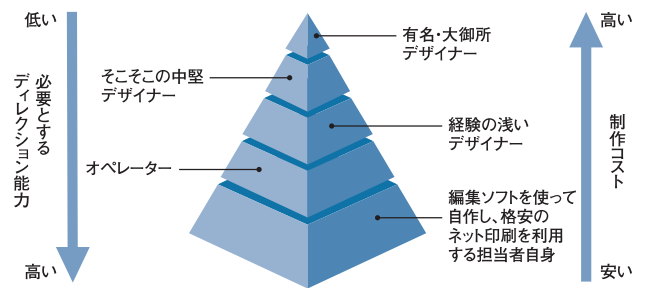
企業が冊子を発行する目的は多くあります。予算・人数・期間など、さまざまな制約条件がある中で、目的のためにどう冊子を作成していくかが鍵になります。一定レベル以上の冊子作成のためには、外部クリエイターへの発注が必要になってきます。しかし、それらを遂行するには、いくつかの課題が立ちふさがります。適切な紙の選び方、製本方法、修正費用、細かい指示をするとデザイナーが機嫌を損ねる、発注先の提案に対する対応など、担当者の悩みは尽きません。発行間隔が長く、ノウハウが貯まらない冊子作りには、失敗するリスクを減らすために、編集・ディレクションのスキルを身に付けておく必要があります。



デザイナーとのやりとりで時間をかけず、思い通りのデザインをあげるディレクション

冊子の構成には、タイトル、見出し、キャプション、フォント、写真、図表、色、余白などのデザイン要素と、コラム、インタビュー、紹介記事などのコンテンツとが絡み合っています。これらを適切に組み合わせることで、どのデザイナーであっても一定レベル以上の冊子を作り出すことが可能となります。そのためには、ある程度の冊子作りのセオリーを知っておく必要があります。誌面をどう構成すべきか判断するためには、自身の感覚に頼っては危険です。好みや感性以前の、体系的なセオリーこそ、安定的な反応を勝ち取る近道となります。そこで、プロの編集者ではないが編集をする方に向けて、本講座を開催いたします。

必要になる費用とスキルのバランス



講座のポイント

時間を短縮しつつクオリティも高める、編集・ディレクションのセオリーを学ぶ

① 編集スキル

② ディレクション方法

③ 進行管理

講座で学ぶこと 基礎編

編集の全体像

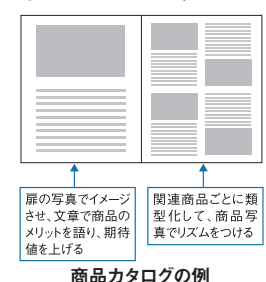
クオリティを左右する全体の進行管理ノウハウ

冊子といっても、さまざまな意図で制作されます。その整理が、そもそも進行を進めるうえでとても重要になってきます。またデザインも、その意図によって変える必要があります。例えば、自社に愛着を抱かせるための社内報のレイアウト、リクルーティングのための会社案内に適したページネーション、化粧品を映えさせるあえてメリハリをつけないデザイン、実際の店舗に誘導させる空間を見せる誌面設計など。同じデザインであっても、その枠組みの中で最大限に魅力を発揮する構成があります。これらの編集全体の進行管理は、企業の担当者のレベルによってうまくいかどうか決まってくる。本講座では、プロ2名より、進行管理のノウハウを学んでいきます。

企画や構成を立てるときに必要なこと

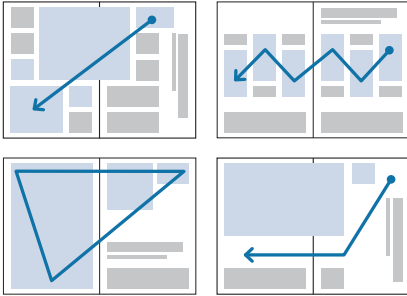
- 「目的」の明確化
→ 何故伝えるのか
- 「ターゲット」の明確化
→ 誰に伝えるのか
- 「内容」の明確化
→ 何を伝えるのか

デザインは目的によって最適なものにする



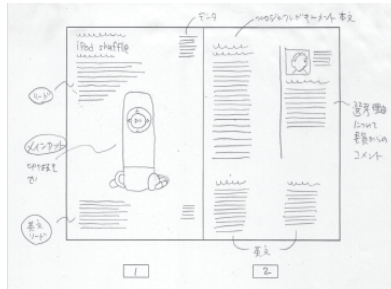
紙ならではの編集技術を身に付ける

誌面にリズムを生み出す 視線の設計法



ページの中には視線の流れがあります。ここでは、背景の色、1行の文字数、余白、フォント、ノンブルなど、共通のレイアウトルールを設けて誌面の流れを作り出す術を学びます。安定感、ワクワク感、リズム感など、特徴のある誌面を作り出すのはデザインです。担当者の編集・デザイン知識の幅で、誌面のクオリティが決まります。

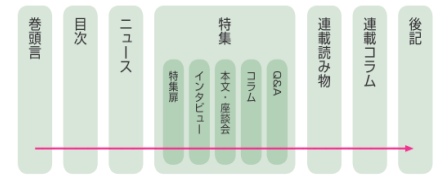
一番インパクトを与えられる 見開きの見せ方



紙の編集には独特な技術が存在します。見開きはまさにその一つです。Web上では表現することのできない見開きは、デザインによって読み手に与える印象を大きく変えることができます。編集のプロより、見開きの考え方・スキルを学びます。

読みやすい流れを生み出す ページネーション設計

例:雑誌の流れ



情報の流れを生み出す

冊子全体には大きな流れがあります。読み手が読み進めていくための構成・仕掛けを組み込むことで、バラバラと自然とページをめくらせることができます。雑誌で使われるノウハウを学び、企業の冊子に生かせる読ませるスキルを身に付けていきます。

発注側が知っておくべき要点を押さえる

いくら予算でどれくらいの クオリティになるのか

A4、40ページのパンフレット制作予算例

詳細	ページ	単価	小計
●●●●	1	150,000	¥150,000
デザイン費	40	●●●●	●●●●
DTP費	40	4,000	¥160,000
●●●●	40	10,000	¥400,000
表紙制作費	1	●●●●	●●●●
本文ビジュアル作成費	40	●●●●	●●●●
執筆・取材謝礼	3	50,000	¥150,000
原稿料	23	10,000	¥230,000
雑誌	1	100,000	¥100,000
予備費	1	110,000	¥110,000
合計			●●●●

※表1〜4、表紙、表紙以外ページ(12ページ)除く

前年の予算を踏襲するだけでは、前年の冊子とたいして変わることはありません。現場の相場感を学び、自社はどれだけのクオリティにいくら払っているのかを学ぶ必要があります。また、手に取ってもらえる比率が増える表紙の制作費、制作会社が納得のいく値段感など、自社内では得ることのできないノウハウが多くあります。本来であればそういった感覚は長い期間を通して養っていくものですが、本講座では業界を渡り歩いてきたプロから直接講義を行います。

自社の目的にとって最適な 発注先・方法を知る

発注先の種類

- 印刷会社
- 編集プロダクション
- デザイン制作会社
- フリーランス

スタッフの種類

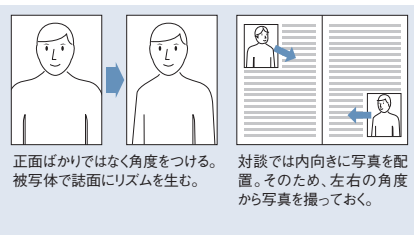
- 発注者／編集者(*)
- デザイナー
- ライター(*)
- カメラマン(*)
- イラストレーターなど

*は内製化可能なポジション

発注にもさまざまなパターンがあります。ラフを自社で作成し、印刷会社でデザイン、印刷を行うパターンや、デザインは自社で行い、入稿のみを印刷会社に発注するパターン、編集プロダクションに素材を全て渡して一括して進行してもらうパターンなど。また、印刷会社一つとっても、商業出版系、軽印刷系、出力ショップ系などさまざまな種類があります。それぞれのやり方、発注先に特徴があるので、それらのメリット・デメリットなどについて知っておくことが重要です。

読み進めてもらうための実践テクニック

誌面をガラリと変える 写真の撮り方・使い方



正面ばかりではなく角度をつける。被写体を誌面にリズムを生む。

対談では内向きに写真を配置。そのため、左右の角度から写真を撮っておく。

限られた環境の中では、担当者自身で写真を撮る場合も出てきます。そういった中で冊子に載せる写真のセオリーを知らずにいる担当者が多々見受けられます。これだけカメラやデザインソフトが発達した中では、ちょっとしたコツを知れば、プロ並みの写真を撮ることが出来ます。冊子にとって効果的な写真の撮り方、選び方を学びます。

思わず手に取るきっかけ 表紙のデザイン方法



表紙の型

- パターン型
- 写真型
- 文字型

手に取るという動作を行うかどうかは、表紙にかかっていきます。写真、イラストなどのグラフィック要素、見出し、コピーなどの、文字情報。それらは、コンセプトによって使い分ける必要があります。会員の手に届く会員報であれば、表紙にコピーや特集内容を多く載せた情報重視。ラックなどに差して、まずは手にとってもらいたい広報誌の場合はグラフィックを前面に出したデザイン重視など。

興味を引き、読み切って もらうための基本コンテンツ

コラム	内容は娯楽、エッセー、ゴシップと多岐にわたる。短い論評で、執筆者の個人名が大きな意味を持つ場合が多い。
連載	小説・随筆・記事などを続き物として掲載すること。冊子の個性になる要素。
インタビュー	個人にフォーカスをあて、質疑応答を載せる。全体の流れを意識する必要がある。
レポート	商品・サービス・場所などを報告する。編集力が問われ、いろいろな見せ方がある。
寄稿文	編集者、記者以外が書く文章。テーマ、執筆者が重要となる。校正・校閲に気をつける必要がある。
座談会	2人以上の話し合いの記事。文章、写真と、気をつけるポイントがある。
Q&A	よくある質問や、複雑なことを伝えるのに最適なコンテンツ。

社内報であれば部署の紹介記事、パンフレットであれば商品に関するコラム、会社案内だと新人のインタビューなど、それぞれの媒体に合ったコンテンツが存在します。雑誌においても、メインの企画に加え、第二特集、箸休めのコラム、連載レポート、有名人インタビューなどが、巧みに配置されています。コンテンツの流れを作ることで、企画に強弱をつけることができます。

カリキュラム

時間	講師	テーマ	内容
第1部 10:00 ? 12:00	志賀 隆生氏	デザイナーを ディレクションする上で 必要な考え方・スキル	読まれる冊子とは/冊子のコンセプト/スケジュール管理の方法/デザイナーとやりとりする上での必須事項/デザイナーへの指示の出し方/予算の使い方/デザイナー側の構成を知る
第2部 13:00 ? 15:00	志賀 隆生氏	担当者が知っておくべき 編集・デザインの基礎知識・スキル	誌面設計/グリッドとフリーレイアウト/視線を誘導する/余白の活用/配置のセオリー/流れを作るページネーション/手に取ってもらうための表紙/配色の基本/文字組の方針/紙の種類と判型によるメリット/冊子の綴じ方/写真の撮り方・選び方
第3部 15:20 ? 17:20	野口 孝仁氏	クリエイター視点から学ぶ 冊子全体のディレクション方法	企業の編集物とは/編集するものによって変わるエディトリアルデザイン/目的を達成する冊子のデザインとは/冊子の講評から学ぶ担当者がつまづく共通点/日常業務で分からないことを共有する質疑応答

※日程・カリキュラム・講師は都合により変更となる場合がございます。

講師プロフィール



数々の広報誌、社内報などを手がける、
編集のエキスパート

志賀 隆生氏 オブスキュアインク 代表取締役
出版社勤務を経て、1985年にオブスキュアインクを設立。書籍、雑誌、広報誌、フリーペーパー、パンフレット、ホームページの企画・編集・制作で活動。企業広報誌では『FUJITSU 飛翔』（富士通）、『無限大』（日本IBM）、『あれきてる』（東芝）などを編集制作。ほかに『三洋電機社内報Think GAIA』（三洋電機）、『月刊alpha』（代々木ゼミナール）、フリーペーパー『月刊テレビバーガー』（関東圏1000店舗のマクドナルドショップで配布）などを編集制作。主な編著書に、『ロゴデザインのアイデア!』『装丁のアイデア!』（ワークスコーポレーション）、『デザイン&レイアウトの見本帳』『ウェブ配色ミニ帳』（MdNコーポレーション）、『新・文字組みとレイアウト』『企業アピールのためのレイアウト』『学校アピールのためのレイアウト』（以上BNN新社）などがある。



有名雑誌、会員誌などを手掛ける
トップクリエイター

野口 孝仁氏 ダイナマイト・ブラザーズ・シンジケート 代表取締役 クリエイティブディレクター
マガジンハウスにて「ポバイ」のデザインを担当。その後、有限会社キャップに4年間在籍。1999年、ダイナマイト・ブラザーズ・シンジケートを設立。エディトリアルとして、「GQJAPAN」、「Living Design」、「東京カレンダー」、「装苑」、「FRaU」、現在は、「美術手帖」、「リシェ」等、多数の雑誌デザインを手がける。また、アパレルブランド「BEAMS」や、「ANNA SUI」、「UNTITLED」、「PUMA」、百貨店・デパートの「三越伊勢丹」、「PARCO」、「玉川高島屋SC」などの広告・カタログ・情報誌の制作、最近では京都の老舗和菓子店「鶴屋吉信」のブランディングなど、グラフィックデザイン全般においても幅広く活動中。

講座概要

- 講義日程：2017年3月10日（金）
- 講義時間：10:00～17:20
- 受講定員：40名
- 講義会場：大阪・堂島周辺
- 受講料金：49,000円（税別・申込金5千円含む）
- 受講対象：企業・団体が冊子の編集・企画を行っている方

※社内での研修等も承っていますので、パンフレットの下部にある連絡先までお気軽にお問い合わせください。（担当:角本）

お申込みはWebから またはこちらまで
FAXにてお送りください

06-6347-8944

編集物ディレクション基礎講座「大阪」 お申込み者情報記載欄	会社名	TEL		
	住所 〒			
	申込者様 氏名	所属部署	役職	生年月日 19 年 月 日
	Eメール			
	派遣責任者様 氏名	所属部署	役職	生年月日 19 年 月 日
	Eメール			
申込形態 ①企業申込（請求書を発行します） ②個人申込		宣伝会議からの情報 ①いる ②いない ③すでに届いている		

お振込み先 三菱東京UFJ銀行 中之島支店 普通 1070902 口座名義：株式会社宣伝会議

※受講料について、開講前のご入金を原則とさせていただきます。入金が確認できず、ご受講いただけませんのであらかじめご了承ください。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※受講は申込者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。企業派遣による申し込みの場合でも、受講者の変更は受け付けておりません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合により、直前に日程変更になる場合がございます。その際、交通費の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確認します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とするご受講等に関しては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー（<http://www.sendenkaigi.com/privacy/>）をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お申込・お問合せ

株式会社宣伝会議 関西本部 〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島2-1-31

TEL：06-6347-8900 E-mail:osakaeduc@sendenkaigi.co.jp www.sendenkaigi.com/class/

