

# PART 1 レイアウトの基本

010	伝わるレイアウトとは	〈レイアウトのパターン一覧〉
014	1.ターゲットを理解する	026 プリント縦組み編
016	2.伝えたいことを明確にする	027 プリント横組み編
018	3.見せ方を考える	028 Webサイト編
020	デザインの進め方	030 スマホサイト編
		031 バナー編

# PART 2 レイアウトのルール

035	判読性	054	視認性	072	可読性
036	グループ化	055	メリハリ	073	書体
042	ライン	062	ジャンプ率	078	カラー
048	コントラスト	068	ホワイトスペース		

# PART 3 レイアウトのアイデア

## 法則

086	01・グリッドで整然と並べる	110	07・反復で規則的に配置する
090	02・要素を集める	114	08・逆三角形で緊張感を出す
094	03・シンメトリーで安定感を出す	118	09・時系列に並べて誘導する
098	04・対比して印象を強める	122	10・引き出し線でアクセントをつける
102	05・分割して対比効果を高める	126	11・目的に合わせて文字を組む
106	06・ビジュアルの中央配置で迫力を出す		

## 動き

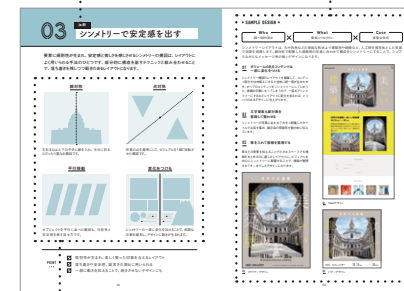
134	12・文字組みを混在させる	146	15・数字でリズム感を加える
138	13・切り抜き写真で楽しさを演出する	150	16・角度をつけてスピード感を出す
142	14・ランダムに配置する	154	17・コマ送りでストーリー性を持たせる



本書はレイアウトデザインに関するさまざまな知識について解説しています。PART1とPART2ではレイアウトの考え方や大切なルールを身につけます。PART3では5つのカテゴリーに分けたレイアウトの技(テーマ)を多彩な作例とともに学びます。

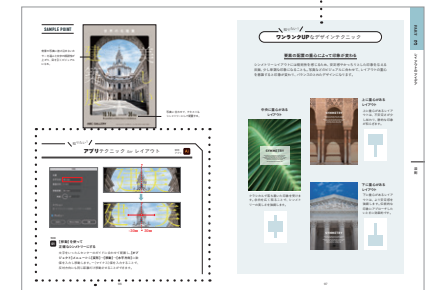
## PART3の読み方

レイアウトテーマ名      デザインサンプル(作例)



テーマのデザイン効果やバリエーション、NGな使い方をシンプルな図を使って解説しています。

テーマに関する、知っておくとさらにデザインの幅が広がるテクニックや知識を集めました。



テーマで活用できるIllustratorやPhotoshopの“使えるテクニック”を、実際の操作画面と合わせて紹介します。

- ▶本書で紹介する作例の多くは、本書オリジナルのものです。そのほかの作品には下にクレジットが記されています。
- ▶本書は、IllustratorとPhotoshopの基本的な操作ができる方を対象としています。

### IllustratorとPhotoshopについて

本書の操作解説部分はAdobe Illustrator・Photoshop CC2023をもとに執筆しています。掲載画面はMac版のCCを使用しています。

### キートップ表記について

掲載画面に合わせて、Mac版の表記を優先して掲載しています。[option]キー([Alt])+ドラッグの場合、丸カッコ()内のキーがWindowsのものとなります。なお、[delete]/[Delete]、[shift]/[Shift]、[tab]/[Tab]など、共通のキートップについては、大文字小文字の表記はMac版に準じています。

Adobe Creative Suite、Apple、Mac・Mac OS X、macOS、Microsoft Windowsおよびその本文中に記載されている製品名、会社名はすべて関係各社の商標または登録商標です。

## メリハリ

- 158 18・ 裁ち落としで印象的に見せる
- 162 19・ 角版・裁ち落とし・切り抜きを使い分ける
- 166 20・ カラーでアクセントをつける
- 168 21・ 反復くずしでアクセントをつける
- 172 22・ 罫線で区切る
- 176 23・ コントラストの効果で印象付ける

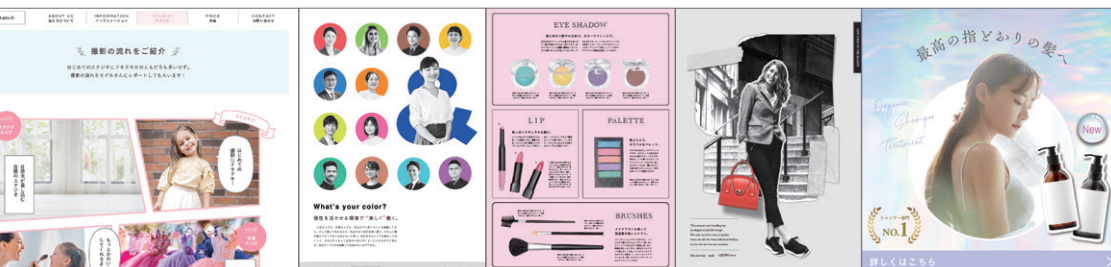
## ビジュアル

- 180 24・ コマ割りで物語を創り出す
- 184 25・ 新聞風デザインを活用する
- 188 26・ ふきだしデザインを活用する
- 192 27・ コラージュで楽しい雰囲気
- 196 28・ インフォグラフィックで視覚的に伝える

## ターゲット

- 200 29・ 対象に合わせて書体を選ぶ
- 204 30・ 子ども向けのデザインをつくる
- 206 31・ シニア向けのデザインをつくる
- 208 32・ 女性向けのデザインをつくる
- 210 33・ 男性向けのデザインをつくる

- 214 デザインの豆知識
- 216 Illustrator基本の操作
- 220 Photoshop基本の操作



# 伝わるレイアウトとは

情報をわかりやすく整理し、的確に伝達するためにもっとも重要なことは、レイアウトを工夫することにあります。レイアウトは一般的に、文字や写真、図版などさまざまな情報材料で構成されていますが、それらをどのようにデザインし、配置するかで情報の伝わり方は大きく変わります。ここではまず、各要素がレイアウトとどのように関わり、どのような役割を持つのかを解説していきます。

## 文字

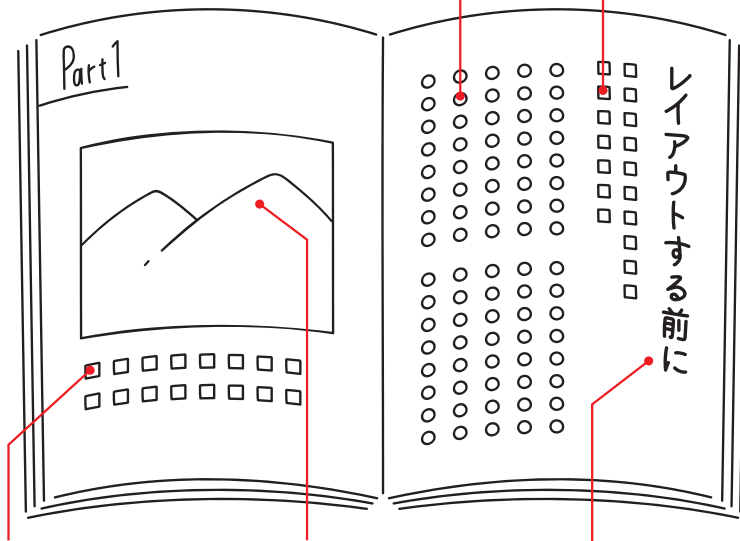
文字や写真、図版といった情報材料の中でも、文字要素は、情報をわかりやすく整理して伝えるために特に重要な役割を持ちます。さまざまな文字要素の名称と目的を覚えておきましょう。

### 本文

メインとなる文章で、全体の内容をしっかり伝える役割を持ちます。ほかの文字要素に比べて文字量が多いので読み手にストレスを感じさせない工夫が必要になります。

### リード

記事内容を要約したものです。タイトルや見出しとあわせて読めば記事のあらましがわかるように書かれていることが多いです。本文に関心を持たせる役割を持ちます。



### キャプション

写真や図版の内容を詳しく説明します。無駄な情報は省き、できるだけわかりやすくまとめます。

### 写真・図版

文字だけでは伝えきれない情報は、ビジュアル(写真やイラスト)を使って伝えると効果的です。

### タイトル

記事の目的や内容を端的に伝えます。いちばん最初に読ませたい要素なので、大きく目立つようにデザインします。

## 写真

同じ写真でも、見せ方を変えれば、イメージも大きく変わります。実際の写真を例に、見せ方のテクニックがいかに重要かを理解しましょう。

### トリミング

写真のどこをいちばんに見せたいのかを考えながら写真を切り取ります。このように、必要な部分だけ残すことを「トリミング」と言います。どこをどう抜き出すかで写真の表情が決まるので、伝えたいメッセージに合わせて効果的にコントロールしましょう。

女性の走る姿に注目させたいなら…  
→全体が見えるようにトリミング!



女性の表情に注目させたいなら…  
→グッと寄った状態でトリミング!



### シェイピング

写真やイラストをどのような形状で使うのかも、見せ方に深く関係します。長方形や正方形など四角の形で配置する方法を「角版」、丸型に切り抜く方法を「丸版」、被写体の形に沿って切り抜くことを「切り抜き」と言います。



### 【角版】

写真を切り抜かずそのまま使うことで、堅さや安定感が生まれやすくなります。



### 【丸版】

円形にくり抜くことで、やわらかさが生まれます。一部を拡大するときにも使います。



### 【切り抜き】

被写体の形が強調されます。動きを出しやすくなり、にぎやかな演出に効果的です。

RULE

1

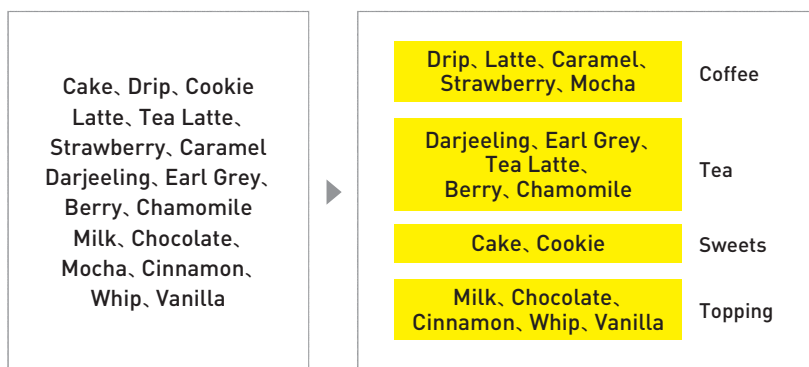
# グループ化

文字や写真をただ漫然と並べても、情報を正確に伝えることはできません。関係性の強いビジュアルと文字をお互い近い場所に配置したり、関係性の弱いものは離して配置する必要があります。これを「グループ化」と言います。この作業を行うことで、情報の関係性を判読しやすくなります。グループ化は最初に行うべきレイアウトの基本作業です。

## Step.1

### 情報を整理する

まずレイアウトを始める前に、同じカテゴリーに属する情報に仕分けします。分類化することで読み手が混乱しないよう、伝えたい情報を整理できます。情報量が多ければ多いほど、読み手には情報を読み解く負担がかかるので、この作業はたいへん重要です。

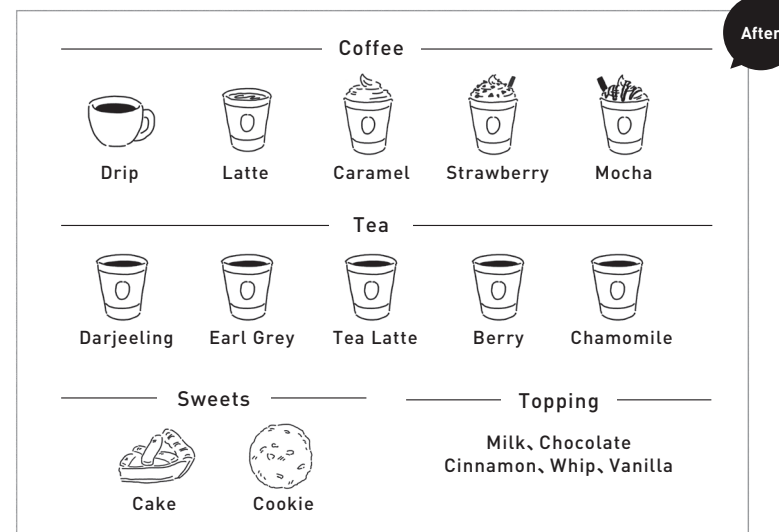
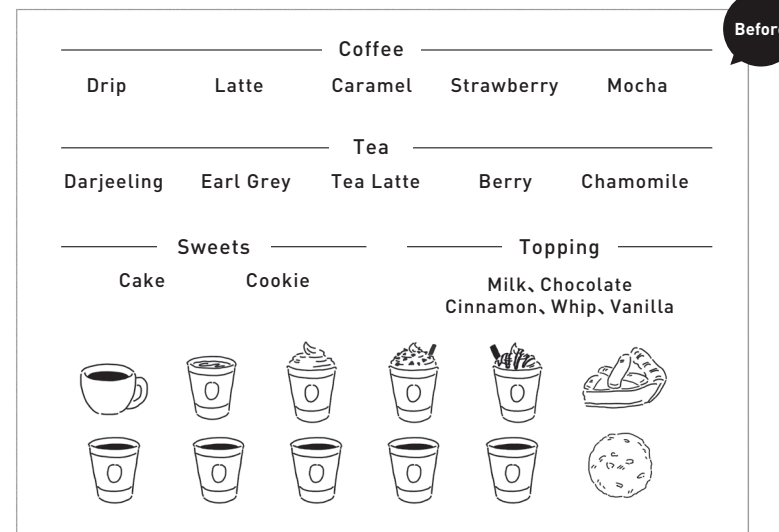


ここではカフェメニューを例にグループ分けを行いました。「Coffee、Tea、Sweets、Topping」と大きく4種類のカテゴリーに分けることができます。

## Step.2

### 関係性の強い情報同士を近づける

つぎに、4つのグループに仕分けた情報群をレイアウトしてみます。関係性の強いイラストと文字を近づけると、情報の意味がさらに明らかになってきました。



## 写真と文字のバランス

写真の上に載せた文字が背景になじんで読みにくければ、どんなに素敵なビジュアルでも情報が正確に伝わらないNGレイアウト。写真の雰囲気は壊さず、文字情報もしっかりと読みやすくしなければ、伝達力のある良いデザインとはいえません。

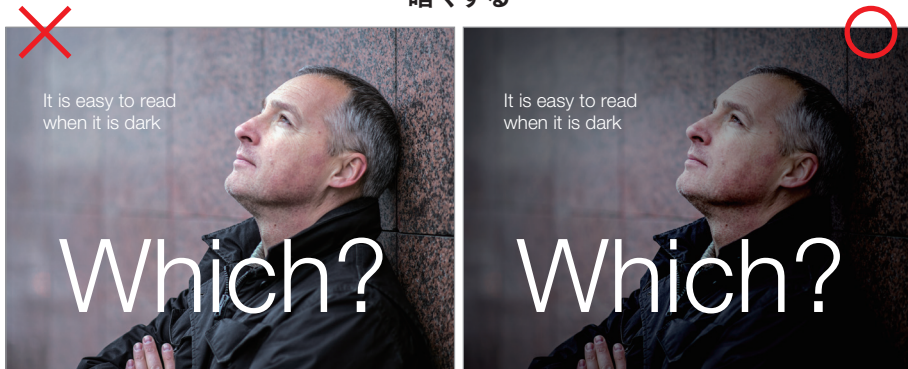
### どっちが読みやすい？

#### 色をかぶせる



写真にグラデーションの色を載せて、写真の雰囲気を壊さず、文字を配置した場所も変えずに見せることができます。

#### 暗くする



背景を暗くして、白抜き文字と明暗のコントラストをつけることで可読性が高まります。

#### 色地を入れる



色の枠や背景を敷くことで、文字情報を写真に溶け込ませずに読ませることができます。

#### 背景をぼかす



ごちゃごちゃした背景で読みにくい場合は、見せたい主役の部分だけにピントを合わせ、それ以外の部分をぼかします。

#### 1色に変える

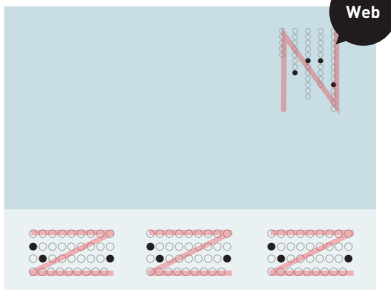


フルカラー写真では色数が多いため、文字色と溶け込みがちです。デザインの色数を減らすことで読みやすくしています。

## 文字組みを混在させる

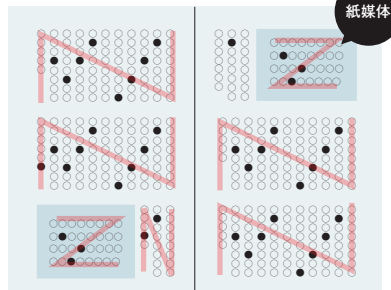
縦組みと横組みを混在させてレイアウトすることで全体の流れに変化が生まれ、動きのあるデザインになります。読み手の視線を迷わせないようにアクセントで誘導し、効果的なデザインをつくりましょう。

### 縦組みをアクセントに



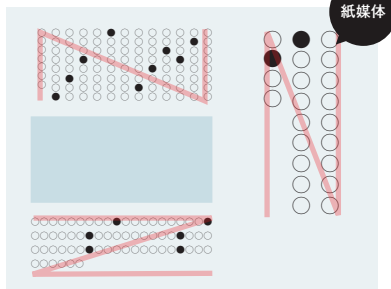
横組みが主体のウェブページに縦組みを入れると、アクセントになります。

### テンポに変化を



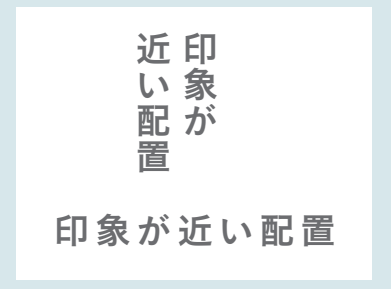
テンポが単調になる文章量の多い紙媒体では、見出し周りを横組みにすると変化がきます。

### キャプションを入れる



本文とキャプションで文字サイズや組みに変化をつけると、読みやすいデザインになります。

### 印象が近すぎる配置



文字の大きさや書体に違いがなく、距離が近いと読み手を混乱させてしまいます。

### POINT

- ✓ 流れに変化が生じて、動的なデザインになる
- ✓ 組みが混在するレイアウトには数字で規則性を与えることも
- ✓ ビジュアルの配置で生まれる余白を無駄なく使える

## • SAMPLE DESIGN •

Who 20-30代女性	×	What 大人っぽいイメージを印象づけたい	×	Case アパレルブランド
-----------------	---	--------------------------	---	------------------

縦・横位置の写真に合わせて、文字組みを変えることで、単調にならず動きのあるレイアウトになります。アイキャッチとして数字を大きくあしらうことで、注目が集まり、読み手が混乱しないよう視線を誘導するレイアウトにしています。

### 01 情報量が多い要素でも すっきりとした印象に

縦位置と横位置の写真を配置する場合、文字を横組みのみで配置すると、余白の空きが均等にならずバランスがとりにくいもの。文字組みを混在させることで、スペースを有効に活用できます。写真と文字をひとつのブロックとして意識しながら文字を配置することで、すっきりとまとまったデザインになります。



### 02 動きのあるレイアウト

バナーのように小さいスペースに文字情報が多く入ると、テンポが単調になるため、組み方を混在させて、動きのあるレイアウトにすることができます。

### 02 バナーデザイン



### 03 流れを変えたいときに効果的

ウェブサイトの多くは上下にスクロールさせる構成のため、文字組みが混在すると、流れを止めてしまいます。組み合わせる場合は、関係性の低い情報と区別したいときのみを使うと効果的です。



### 01 雑誌デザイン



### 03 Webデザイン

## SAMPLE POINT

角版写真やブロックを意識してまとめた文字要素で全体がシンプルな印象になるため、書体で変化をつける。



02  
Day

数字を大きくあしらい、印象づけて視線を誘導する。視線の流れを明確にすることで、縦組み・横組みが混在したレイアウトでも、読み手を混乱させずに情報を伝えることができる。

## COLUMN

## ブロックを意識してレイアウトする



写真と文字をブロックとして配置すると、グループとしてのまとまりが生まれます。写真に紐づく文字は高さや幅を写真とそろえるなど、スクエアを意識して配置しましょう。要素間のガタつきをなくすことで美しいデザインに仕上がります。



意図なく飛び出す要素があると、バランスが悪いだけでなく情報のグループとして認識しづらくなります。

知りたい！  
ワンランクUPなデザインテクニック

## 書体を組み合わせる

文字組みを目立たせたい場合、複数の書体を組み合わせて使用することで印象を変えることもできます。強調したい場合は、単語別に变化させると効果的です。内容に合わせて組み合わせ方を検討してみましょう。

変える。書体を  
変える。書体を  
変える。書体を

## 強調ワードを明朝体に

ゴシック体のほうが明朝体よりも視認性が強いので、強調したいワード以外はウェイトの細いフォントを使い弱めましょう。

## 強調ワードをゴシック体に

明朝体の分量が多いと、上品な印象を与えます。ゴシック体と明朝体の字形の縦横幅が極力近いものを選ぶとバランスがとれます。

## ひらがなだけひと回り小さくする

ひらがなだけを小さくすると、主語(各詞)と動詞がはっきりと浮かび上がりわかりやすくなります。

変える。書体を  
変える。書体を

## 助詞をひと回り小さくする

文章にメリハリがないと感じた場合は、助詞をひと回り小さくすると抑揚をつけることができます。

# コントラストの効果で印象付ける

モノクロとフルカラーを組み合わせるなどの視覚的な差を示すことでコントラスト比が強くなり、メインビジュアルに視線を誘導するテクニックとして活用できます。統一感とメリハリを両立させてバランスをとります。

## カラー写真+カラー写真



写真の上に写真を重ねると境目が曖昧になり、背景と溶け込み伝わりづらくなります。

## 1色背景+カラー写真



コントラストの差をつけることで、メインの写真を目立たせることができます。

## イラスト+カラー写真



線画やシルエットのイラストと写真を組み合わせて配置すると、写真が強調されます。

## モノクロ写真+カラー写真



モノクロ写真上に配置して、メインビジュアルであるカラー写真の印象を強めます。

### POINT

- ☑ コラーズのにぎやかさを取り入れつつも落ち着きがある印象に
- ☑ イラストを入れるとやさしさがプラスされる
- ☑ モノトーンの背景によってカラー写真を引き立たせる

## • SAMPLE DESIGN •



新商品のプロモーションとして主役を目立たせるデザインにするには、コントラストの技法を使うのが効果的です。メインのバッグに視線を集めることで、魅力が伝わりやすくなります。



01 カタログのページデザイン

### 01 モノクロとカラーでコントラストをつける

目立たせたい要素以外をモノトーンにすることで、メインビジュアルの印象が強くなります。ここではコラーズの技法を使い、ひとつのグラフィックとして世界観をつくり込んでいます。

### 02 一色の背景で切り抜き写真を強調する

バッグとのコントラストが強い背景色と組み合わせると、見たい対象が引き立ちます。ベタ塗りはのっぺりとした印象になりやすいので、書体使いや写真の重なりで奥行き感を出し、画面に動きをつけています。

### 03 線画イラストと組み合わせてメインを際立たせる

イラストと写真の組み合わせでメインビジュアルを目立たせています。描き込みの多いカラーイラストよりも、単色の線画やシルエットのようなシンプルなタッチのほうが写真との差が大きくなり、メリハリが出ます。



02 Webデザイン (SP)



03 バナーデザイン



SAMPLE POINT



カラーズでビジュアルをつくり、モノクロ写真とカラー写真の組み合わせが違和感なくまとまるデザインに。



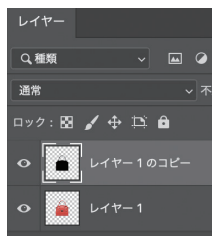
浮き出るような影で立体感を出し、バッグを強調させる。

知りたい！

アプリテクニック for レイアウト

使用アプリ Ps

〈 画像に影をつける 〉



STEP 01 影のレイヤーをつくる

影をつけたい画像を新しいレイヤーに配置し、複製して黒く塗りつぶしたレイヤーを用意します①。黒いほうのレイヤーを選択し、[フィルター]メニュー→[ぼかし]→[ぼかし(ガウス)]を実行してぼかします②。



STEP 02 影の形を変えて浮き出ているようにさせる

ぼかしたレイヤーを下層に移動させ、[編集]メニュー→[変形]→[多方向に伸縮]を選択して四隅のポイントを動かします③。影の濃さは[レイヤー]パネルの[不透明度]で調整します。

知りたい！

ワンランクUPなデザインテクニック

距離感を感じる色

同じ場所にあるものでも、色によって近くに見えたり、遠くに見えたりと距離を感じさせることがあります。暖色系の色は前に飛び出して見える性質があります。これを「進出色」と呼びます。寒色系の色は後ろに下がって見える性質があり、「後退色」と呼びます。

進出色



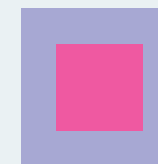
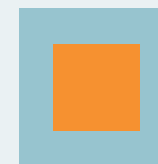
後退色



進出色は、空間が狭く、実際よりも近くに感じる。



後退色は、空間が広く、実際よりも遠くに感じる。



上記の効果を利用し、背景との組み合わせによって、主役を目立たせることができます。

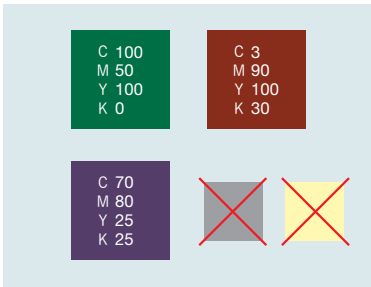
ターゲットがシニアの場合、嗜好だけでなく視力の低下、色の見え方などへの配慮も重要になります。細かい操作が必要となることは苦手な傾向にあるため、ウェブデザインでは操作性の観点でもボタンの位置などに工夫が必要になってきます。

### ターゲットの傾向

- 加齢による色覚の変化で見えにくい色がある
- 視力が低下するため、見るスピードもゆっくり
- わかりやすいシンプルな構成を好む

視力が低下して文字を読むスピードもゆっくりになるため、情報を詰め込みすぎない・わかりやすい構成を心がけましょう。加齢による色の見え方も変化してくるため、視認性を意識したり、文字の太さや行間などに配慮した文字組みを設定しましょう。

### イメージする色



コントラストが強く落ち着いた色が好まれます。年齢を重ねると、色覚が低下し、黄色・灰色・青紫系が見づらくなったり、明度の違いがはっきりとわからなくなったりします。

### 好まれる書体



線の太さが均一で、シンプルな形のゴシック体は視認性が高く見出しによく使われます。また長文を読ませる場合は、線の強弱がありはねやはらいがあることで文字の形を判別しやすい明朝体がお勧めです。

### POINT

- ✓ 視力が衰えるため、文字の大きさは通常よりも1.5倍ほど大きく
- ✓ 文字の太さ、フォントの種類、行間などに配慮する
- ✓ 写真や図などを使って視覚的にもわかりやすい工夫を

### • SAMPLE DESIGN •



背景色とのコントラストを強めるため、文字は大きめにレイアウトしています。また、理解の補助にならない過剰な装飾は混乱を招くだけなので、シンプルなデザインで構成しています。

イメージ写真を大きく見せて注目を集める。



可読性が失われるので過剰な装飾は避ける。

イメージ写真を大きく見せて注目を集める。

行間を広めに確保することで可読性を担保し、意味が変わるところで改行すると読解の手助けとなる。

### Step.1 訴求ポイントを考える

- 商品内容をわかりやすく見せたい
- 健康的なイメージ

新鮮でおいしい食材というコンセプトが伝わるよう、装飾を抑えめにシンプルな構成で設計します。文字の大きさや色にも配慮したユニバーサルデザインを心がけます。

### Step.2 見せ方を計画する

イメージ写真を大きく見せて注目を集め、新鮮な印象を与えるようなレイアウトにします。文字と背景の色のコントラストを高め、視認性を意識します。文字サイズは大きめにしっかり見えるように考慮します。デザインは、過剰な装飾によって可読性が失われる可能性があるため、あしらいはポイントに絞ってシンプルにまとめましょう。

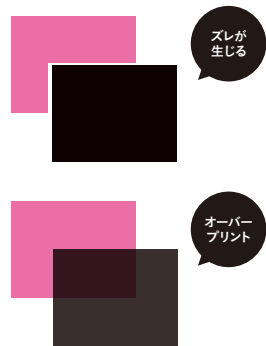


というっかりやりがちナミス。入稿やサイト公開前に必ず注意すべきポイントを紹介しします。

## 〈 DTP 編 〉

### 01 オーバープリント

印刷ではK→C→M→Yとインキを順番に重ねていきます。4つの版が同じ位置で重ならない状態を版ズレといいます。わずかなズレでも、白い隙間が目立つため、スミベタ (K100%) で作成された部分は「オーバープリント」の設定を行います。オーバープリントを使用すると、白い隙間の発生を防ぐことができます。いちばん上に重なったインキがその下のインキに対して透明になるようにできます。Illustratorでは、オーバープリントにしたいオブジェクトを選択し、[属性]パネルで[塗りにオーバープリント]や[線にオーバープリント]にチェックを入れます。



### 02 印刷の「黒」の使い分け

印刷における「黒」には、「スミベタ」「リッチブラック」「4色ベタ」の3つの種類があります。印刷の際、スミベタは版ズレを防ぐために「オーバープリント」処理されるため、写真やオブジェクトの上に乗せた場合、色が混ざって背景が透けてしまう現象が起きます。そこで、リッチブラックの処理を行うことにより、背景が透けてしまうのを防ぐことができます。4色ベタはインク濃度が高すぎてインクの乾きが遅くなったり、紙同士がくっついてしまい、その後の工程で用紙をはがす際に、印刷面がはがれて傷がついてしまうことがあります。このようにトラブルが起きやすくなるのでおすすめできません。黒を設定する際は、それぞれの特徴を生かした使い分けをします。

#### スミベタ

細い文字や線などは、くっきりと仕上がります。背景の色が透けてしまう現象が起きます。

C0%  
M0%  
Y0%  
K100%

#### リッチブラック

より深みのある黒が表現できます。細い文字や線などは、にじんで見えてしまうため、あまり適しません。

C40%  
M40%  
Y40%  
K100%

#### 4色ベタ

インクを大量に使うため、トラブルの原因に。

C100%  
M100%  
Y100%  
K100%

### 03 線の注意点

罫線を引いたり、オブジェクトを配置する際に気をつけたいことのひとつが、線の幅です。確実に印刷できる線幅の目安は、一般的に0.1mm (0.3pt) とされています。0.1mm以下の細い線だと、かすれてしまったり、印刷されないなどトラブルの原因になりかねません。そのため線幅は0.1mm未満にならないように設定します。



## 〈 Web 編 〉

### 04 商用利用か確認する

素材サイトなどで使用した素材を使ってデザインした場合、知らないうちに著作権を侵害している可能性があります。フリー素材とは無料で何にでも使用できる素材という意味ではありません。素材をダウンロードするとき、『商用利用』と書かれているのをよく目にする必要があります。それは、利益目的の利用OKということ。ただし、商用利用可の場合でも、一部使用制限がある場合もあるので、素材サイトの利用規約をよく読んでから使用しましょう。

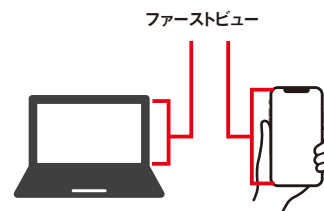
### 05 実は地図も著作物

実は地図も著作物であり、著作権の保護の対象にあたります。マップをスクリーンショットしてウェブサイトに貼り付けると著作権侵害になります。たとえばGoogleマップを使いたい場合は、埋め込み機能を利用するようにしましょう。



### 06 ファーストビュー

ウェブページにアクセスした際に、いちばん最初の画面に表示される部分のことを『ファーストビュー』といいます。ウェブサイトでは、ユーザーがページにアクセスして3秒で離脱するかしないかが決まると言われるほど、ファーストビューは重要です。ターゲットは誰なのか、メッセージは何か、求めている情報があるのか、ファーストビューだけでも伝わるレイアウトを心がけます。



### 07 使用する画像サイズ

意識せずに配置した画像の容量が非常に重い場合があります。容量の重い画像を多用するとページの表示速度が著しく低下して、ユーザーの離脱につながってしまいます。ページの表示速度が遅いと検索結果の順位にも影響してしまうので注意が必要です。