編集者ではないが、企業・団体で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

【オンデマンド配信】申込後7日間 終日視聴可能

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

かっこいい・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

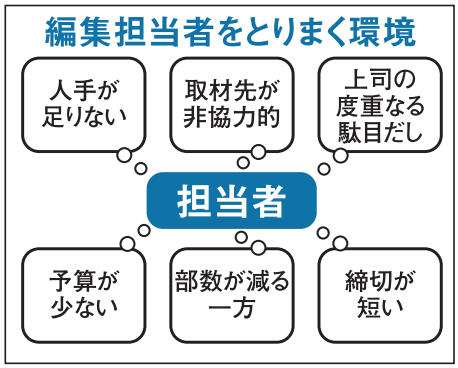
広報誌・社内報・情報誌・会社案内・カタログなどの冊子の編集・ディレクション方法を学ぶ

Marketing & Creativity
宣伝会議

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

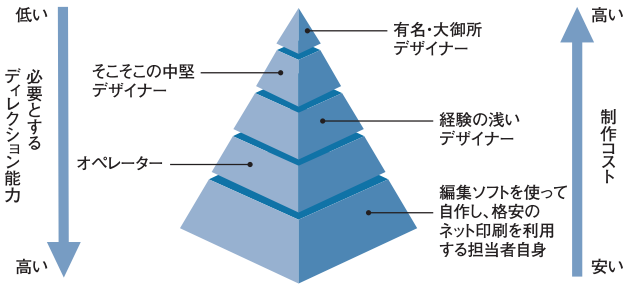
企業が冊子を発行する目的は多くあります。予算・人数・期間など、さまざまな制約条件がある中で、目的のためにどう冊子を作成していくかが鍵になります。一定レベル以上の冊子作成のためには、外部クリエイターへの発注が必要になってきます。しかし、それらを遂行するには、いくつもの課題が立ちふさがります。適切な紙の選び方、製本方法、修正費用、細かい指示をするとデザイナーが機嫌を損ねる、発注先の提案に対する対応など、担当者の悩みは尽きません。発行間隔が長く、ノウハウが貯まらない冊子作りには、失敗するリスクを減らすために、編集・ディレクションのスキルを身に付けておく必要があります。



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

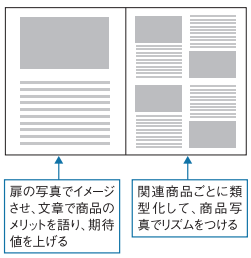
編集の全体像クオリティを左右する全体の進行管理ノウハウ

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くかどうかが決まってきます。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

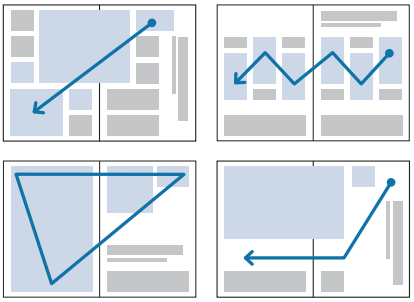


商品カタログの例

講座で学ぶこと 実践編

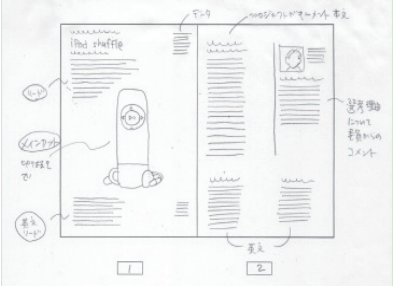
紙ならではの編集技術を身に付ける

誌面にリズムを生み出す視線の設計法



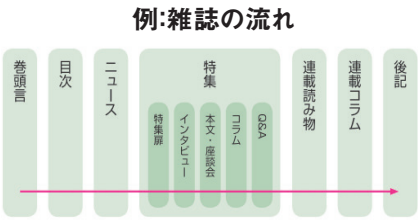
ページの中には視線の流れがあります。ここでは、背景の色、1行の文字数、余白、フォント、ノンブルなど、共通のレイアウトルールを設けて誌面の流れを作り出す術を学びます。安定感、ワクワク感、リズム感など、特徴のある誌面を作り出すのはデザインです。担当者の編集・デザイン知識の幅で、誌面のクオリティが決まります。

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



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、パラパ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

いくらの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
デザイン費	40	5,000	¥200,000
DTP費	40	4,000	¥160,000
表紙制作費	1	200,000	¥200,000
本文ビジュアル作成費	40	3,000	¥120,000
執筆・取材謝礼	3	50,000	¥150,000
原稿料	23	10,000	¥230,000 ※表1～4、目次、表紙以外ページ（12ページ）除く
雑誌	1	100,000	¥100,000
予備費	1	110,000	¥110,000
合計			¥1,830,000

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

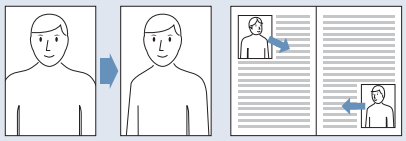
- ●発注者／編集者（＊）
- ●デザイナー
- ●ライター（＊）
- ●カメラマン（＊）
- ●イラストレーターなど

＊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を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。被写体で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できます。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

スポーツ新聞風　週刊誌風　ファッション誌風

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。会員の手元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、気を付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	テーマ	講義概要	講　師
第1部 約120分	**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	**志賀 隆生氏**
第2部 約120分	**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	**志賀 隆生氏**
第3部 約120分	**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ずく共通点	**野口 孝仁氏**

※講師・カリキュラム・日程は変更になる場合がございます。予めご了承ください。

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）、『ゑれきてる』（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『ポパイ』のデザインを担当。その後、株式会社キャップに4年間在籍し、1999年、ダイナマイト・ブラザーズ・シンジケートを設立。『ELLE』『装苑』『GQ JAPAN』『Living Design』『ハーパース・バザー日本版』『MilK日本版』『東京カレンダー』『FRaU』など多くの雑誌デザインの実績がある。現在では『美術手帖』『Winart』などの雑誌デザインから、企業やブランドのCI、カタログ、会報誌、ビジュアル制作、大手百貨店等の広告でも活躍。京都の老舗和菓子店鶴屋吉信をはじめ、企業ブランディングへもデザインの力で大きく貢献している。

受講生の声

スケジュール感や、ラフ案出し、訴求ポイントなど、正解のないデザインでおさえておくべき項目を整理することができました。

編集における基礎知識が自身に不足していると感じていたのですが、その知識を埋めることができました。

様々な検討するべきポイント、テクニックを示していただいたので、すぐに取り入れることができそうです。

具体的な事例が多く、自分の業務においてどのように反映できるか、想像がしやすかったです。

講座概要

- **視聴期間：申込後7日間 終日視聴可能**
- **視聴方法：宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信**
- **受講料金：54,000円（税込 59,400円）**※申込金5,000円（税込 5,500円）含む
- **受講定員：なし**
- **受講対象：企業・団体で冊子の編集・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。

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 ➡ 03−3475−3033

編集物ディレクション基礎講座　お申込者情報記載欄

会社情報	会社名		TEL	
	住所　〒			
申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日　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　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いらない　③ すでに届いている	

お振込み先　三菱 UFJ 銀行　青山支店　普通　1145602　口座名義：株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別々の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなってしまった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※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。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできかねます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・確約します。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ましては、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は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（https://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。

■お問合せ
株式会社宣伝会議　〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL：03-3475-3030　E-mail：info-educ@sendenkaigi.com　www.sendenkaigi.com/class/

Marketing & Creativity 宣伝会議