

資格も免許も必要ないけれど、  
クオリティに最も差が出るデザインの本質を磨くための

【第16期】

# タイポグラフィ 実践講座

【オンライン（ZOOM）・ライブ講座】

2024年10月16日（水）開講 全8回

フォント・字詰め・文字組み・レイアウト…  
センスに依らない、文字の技術とテクニックを学ぶ。



カイトモヤ氏



柿木原政広氏



古平正義氏



澁谷克彦氏

講義

実践

の繰り返しでスキルを引き上げていきます

↓こんな方におすすめします

- ◎現場で得た知識が主なので基礎をきちんと習得したい…
- ◎文字の使い方が正しいのか自分の目で判断している状況なので一般的にあっているのか不明瞭…
- ◎文字情報は最後まで修正が多くあまり時間が取れないので判断基準を磨けずにいる…
- ◎デザイン歴は長いが後輩に上手く説明することができない…
- ◎Webにおける文字の見せ方を学びたい…
- ◎文字組みやフォントの選び方など変な癖が染みついているか不安…
- ◎感覚に頼ってやってもなんとなくしっくりこないデザインになってしまう…

98%

の受講生が  
「大変役立つ」「役立つ」と  
回答しています。

あ



Marketing & Creativity

宣伝会議

# TYPOGRAPHY

## はじめに

### デザインに関わる方が、身に付けておくべき本質

ハードウェアとソフトウェア両面における、デジタル機器の進化によって、だれでも容易に、簡単なデザインを組むことができるようになりました。しかしその一方で、デザインの観点から体系立って構築された文字に対する意識も希薄になってきています。

専門的な知識を持っていない発注側からすると、文字の書体や組みについて、なにかが違うことは分かって、どこをどのように変えればいいのかという点まではなかなか言葉にできません。このような場面で、より良いデザインの指標を具体的に指摘できるのが、本来デザインに関わる専門家の役割です。

文字は全体の意思、トーン&マナーを決定するうえで重要な役割を担います。デザインの本質を理解した、深みのある提案ができないのであればグラフィックデザイナーの存在価値はなくなってしまいます。裏を返せば、文字だけで世界が成立する、タイポグラフィを駆使したデザインがあるように、文字を味方に付けることができれば、デザインをする人間にとって、これほど心強いことはありません。

とはいえ、校了間際まで、コピーの変更や文字修正がある中で、なかなか現場で時間をかけて考えてもらえない部分であることも事実です。

文字要素は、色やレイアウトとは違って、日頃から意識をしている人でないと、良いデザインを見ただけではなかなかマネがしづらい部分です。そして、プロとアマチュアとの差が最もやすい部分でもあり、本気で文字を詰めてみたり、最適な書体を探してみたりと、見極める眼を養わないと、いつまで経っても、文字の扱いが上手になりません。

そこで宣伝会議では、第一線で活躍する講師から、文字に対するデザインの考え方を学び、直接指導を受けることで、プロとして求められる完成度までスキルを引き上げる「タイポグラフィ実践講座」を開講します。

デザインがきれいな人は、文字周りもきれいだといわれています。文字の歴史や背景など、知識の披露で終わりにせずデザインのクオリティを向上させることにつなげたい方、自分のデザインに自信を持ちたいという方、お待ちしております。

## 自らのセンスで高めてきた完成度を、もう一段高める

### 色や写真とは違い 良い作品に似せられないのが文字

色、写真等がもたらすデザインの雰囲気は、見るだけでもある程度吸収することができ、マネして作りやすいといわれています。一方で文字はバランスが掴みにくかったり、ミリ単位の誤差で違和感につながったりするため、一朝一夕に技術を身に付けることはできません。美しく、そして読みやすく文字を配置できるようになるためには、センスや感覚ではなく、文字の意味を捉え、どんな文字をどう構成するべきなのかを知ることが重要です。

### 文字について突き詰めて学び 本質からクオリティを高める

文字をデザインで成立させることは、本来非常に大変なことです。文字を必要以上に崩してしまったり、意味を深く考えずに配置をしてしまうと、写真等の他の素材がどんなによくても、そのデザインは台無しです。文字をデザインとして扱えるようにするためには、文字としての魅力を残しながら、絵として捉える必要があります。本講座では、文字自体が持つイメージと、アートディレクション全体における文字の役割の両方を学ぶことで、デザインのクオリティの向上を図ります。

## 講座で学ぶことの全体像

タイポグラフィ実践講座では  
2つのアプローチでよりデザインを輝かせるタイポグラフィについて考えていきます

### 微視的視点(ミクロ) 「どんな文字を使う？」

書体  
▼  
エレメント

### 巨視的視点(マクロ) 「どのように並べる？」

組版  
▼  
レイアウト

## 講座の POINT

### POINT 1

文字で魅せるデザインに  
実績のある  
一流講師が直接指導

### POINT 2

ただ文字の知識を  
増やすのではなく、  
グラフィックデザインの  
クオリティ向上に特化した  
カリキュラム

### POINT 3

「講義による文字周りの  
ノウハウの理解」⇔「演習、  
課題添削を基にスキルの定着化」  
を繰り返すことで、  
文字周りの判断基準を磨く

## 修了生の声



普段なんとなく使っていたフォントについて知識をつけたかったので、本だけでは理解しにくいフォントの選び方なども学べて画面も見やすく満足度が高いです。



ロゴのブラッシュアップが行われて参考になりました。より良い完成度を求めるために実践していきたいと思います。



実践の上、解説をいただけてとても分かりやすい講義でした。情報量の多いものの扱いに悩んでいたのが、解決への兆しが見えたように思います。



情報整理したうえで、どういうストーリーを持たせて、主役とその他とのバランスを考えながらレイアウトするか等、なかなか思い切れない部分の指摘、改善点を教えていただけ大変勉強になりました。

## 文字が持つ役割と、文字組の基本

### ●文字が持つイメージ

文字が持つ役割と表現を理解するには、人に例えることが効果的です。例えば「書体」は声色に例えられ、「サイズ」は声量、「組み方」は話し方に例えられます。同じ人物でも、ときどきのシチュエーションによって、ボリュームや喋るスピードを変えることができるように、文字によって受ける印象はさまざまです。右図のように同じ言葉だとしても、声量が大きい人や小さい人、若々しい声や熟年の味わい深い声と、文字毎に異なる特徴が表れます。シンプルに短い主張をしたいのか、長時間にわたって話を聞いてもらいたいのか。これから組む文字の目的や内容に沿って、的確な表現を使い分けるためには、「文字」が人に与えるイメージや印象を理解する必要があります。

書体、サイズ、組み方で伝える印象を変える



### ●文字組みの違和感に気付けるようになる

字詰め作業は、快適に読むことができる、美しく見える、といった人間の生理に基づいて行われるものです。そのため、おかしい場所に気付き、何が不自然なのかを認識できれば、誰でも適切に修正することができます。しかし、問題になるのは、文字組みの甘い部分に気付けないということです。本講義では演習を通して、違和感がある箇所を見つけ、どのようにすれば読みやすく、そして綺麗に見せられるのか。論理立てて説明できるようトレーニングを行います。

違和感を論理立てて説明できなければならない

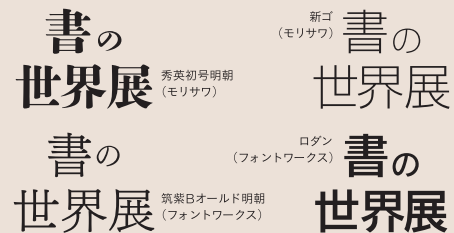
この詰めには隙がありません。

## 表現したいイメージに適した書体を選ぶ

### ●書体の基礎知識をおさえる

書体には明朝体やセリフ書体のような汎用性の高いものからディスプレイ体のようにピンポイントに使うものもあります。デザインのクオリティを高めるためには、求められているイメージから逆算して書体を選定し、しっかりとそのデザインに落とし込むことが必要です。また、いつも同じ書体に落ち着いてしまうのは、その書体の背景について知識が足りていないことが原因です。本講座ではまず、今さら聞くことができない書体に関する基本的な知識から押さえます。そして表現したいイメージに適した書体を選択するために、それぞれの書体を持つ特徴や成り立ちについて学びます。

書体選択をよりスピーディーにするためには書体もつルールをおさえることが必須



### ●機能に合わせた文字選びのポイント

すべての書体はある一定のルールに則って文字がデザインされています。一定のルールでデザインされた文字を連続して見ていくと、その形もつイメージは無意識のものとして定着し、意識は文字の中身を理解することに集中できます。しかし、文字を追うごとにそのルールが変わってしまうと、そこがきっかけとなって文章が読みづらいものとなってしまいます。書体にルールを設けるためには、機能面からも書体選択の考え方を学ぶことが必要です。

同じ書体が続くと読むことに集中できるが途中でルールが変わると読みづらくなる

牧場のうしろはゆるい丘になつて、その黒い平らな頂上は、北の大熊星のおくまほしの下に、ほんやりふだんよりも低く連つて見えました。

牧場のうしろはゆるい丘になつて、その黒い平らな頂上は、北の大熊星のおくまほしの下に、ほんやりふだんよりも低く連つて見えました。

## 目的別ロゴの作り方

### ●テキスト一語一語に役割を持たせる

ロゴや、タイトル、見出しのデザインという、いかにして目立たせるかと、その「かたち」ばかりに注力してしまいがちですが、もっとも重要な要素が「組み」です。組む前の段階では、まだ何の情報もないただのテキストです。ロゴや、見出しのデザインをするうえで、まずはテキストを一語一語に分割していき、伝えたい強さ、意味の大小によって、テキストに役割を持たせていくことが必要です。

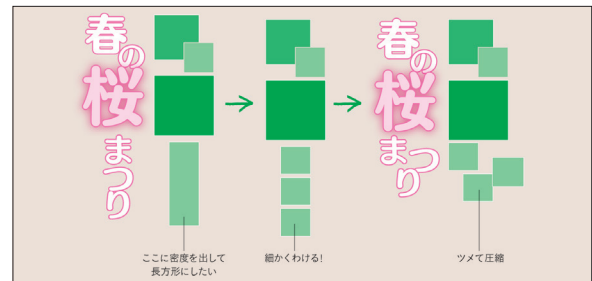
伝えたい強さに応じて  
テキストを大小させブロック化する

春の桜まつり  
春の桜まつり  
春の桜まつり

### ●デザインに合わせてアレンジを加える

ロゴや、見出しをデザインする際に多いのが、「もっと目立たせたい」「もっとロゴっぽくしたい」など、「既存になにか変化をつけたい」と漠然と思うことです。しかし、感覚的に文字に変化を付けるだけではテーマにはまらず、メッセージは上手く伝わりません。ロゴや見出しのように、見せる文字をつくるには、おおきなカタマリで捉え、徐々にそのブロックを、目的に沿った文字のかたちに整えていくことが必要です。本講座では、レイアウトに最適化し定着化させるためのブロックの組み方、文字の調整の仕方について学びます。

全体のデザインに動きやリズムを持たせる

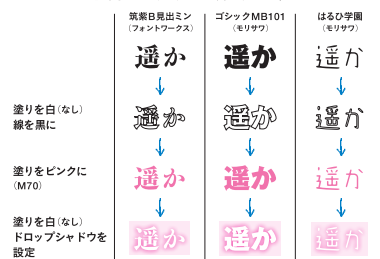


## 文字要素のみでイメージをコントロールする

### ●処理を施しやすい文字を選択する

ロゴや見出し、タイトルのデザインに取り組む際に、「既存書体をただ使用するのではなく、変化をつけなくてはならないのではないか」「フォント打ちっばなしではダメなのではないか」と多くの人が考えがちです。しかし、文字のビジュアルは変化をつけると見る側の好き嫌いになってしまい、よほどテーマに合致したデザインでない限り、好きと思わせるのは大変な作業です。結果、適当に崩しているのではという評価にもつながってしまいがちです。まずは、既存書体で線や塗りなど、さまざまな処理を想定したうえで適した書体を選択する眼を養います。

ワンアクセント加えるだけでも  
印象は大きく変化する



### ●イメージに合うかたちをつくる

イメージに近い書体は決まったものの、いまいちっこりこないという場合、線幅や線長、先端などにわずかに処理を施すだけでも印象の変化をつけることができます。求める仕上がりイメージに近づけることができます。本講座では、ノーマルの文字を題材に、イラストを加えてみたり、トリミングをしたり、グラデーションを変えてみたりと、ワンアクセントを加えることで意図するイメージにコントロールできるようトレーニングします。

アレンジ処理の手法を身に付け  
書体の印象をコントロールする

ウロコ取り(単純化)

文字のワロコやセリフを取るなど、文字を単純化していく方法です。書体そのものの完成されたデザインからあえて崩すことで引っかかりを生んでいます。

B級 B級

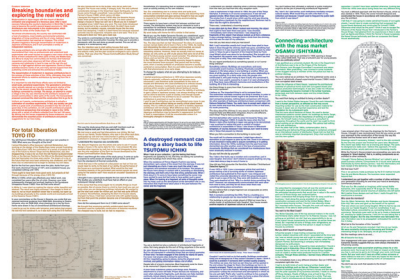


## 情報量が多いときのデザインテクニック

### ●優先順位を決めて整理する

全体のデザインの中で、文字をなんとなく配置しては、伝えたい情報もうまく伝わりません。特に、文字数が多く情報量が多い場合は、上手に文字を配置しないと読む側が疲れてしまいます。しまいには、文字が多すぎるからと、読まずに捨てられてしまうこともあるかもしれません。一方で、情報量が多かったとしても、デザインでコントロールすることで、読みやすく手にとってみたいと思えるデザインに仕上げることもできます。情報量が多いときに、メリハリが利いた読みやすいデザインにするための優先順位の決め方を学びます。

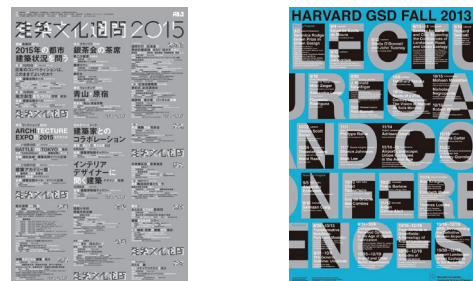
#### 読み手を飽きさせないテンポを作る



### ●訴求内容に沿ってデザインを崩す

要素を正確に把握して、見た目に揃っているデザインは、とても美しく機能的で正しいデザインだといえます。しかしデザインは正しいだけでは無個性になったり、匿名的になりすぎてしまい、魅力の弱いものにもなってしまいます。うまい「崩し」を知っているクリエイターは、崩すことで今まで見慣れていたデザインに新たな価値を生み出します。しかし最初から崩すのではなく、一度揃えてから、魅力的に見せたい部分を崩すことが必要です。本講座では正しく揃えたうえでどのように崩すと魅力的な画面構成にできるのか、事例を基に学びます。

#### 用途に合わせた崩しのテクニックを学ぶ

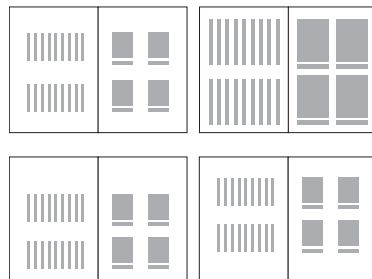


## 文字の配置で美しく見せる「仕組み」をつくる

### ●余白の使い方を意識する

余白の使い方を少し意識するだけですっきりとしたデザインに見せることができます。これは紙のグラフィックに限らず、Web デザインにおいてユーザーのシーンを考え、LP を作成する担当者にも有効です。デザインでの「余白」の存在はとても重要で、ホワイトスペースをうまく生かしたデザインは最初から白をどう扱うかが計算されています。余白が無いと、コントラストが濃い状態が続き、目が休まりません。加えて、無用な干渉も生まれ、「情報認識」の妨げにもつながってしまいます。誘目性や情報伝達の効果を高める余白の使い方を学びます。

#### 空白により読む速度を制御する



### ●導線を意識して文字を配置する

ポスターでも、新聞広告でも、書籍でも、一度にすべての要素を一目で捉えることはできないので、見る側には必ず視線の動きがあります。まず、目に飛び込ませたい要素、あとから読んで欲しい要素など、見る人の時間軸も含めデザインすることが必要です。なぜ、この文字を、その場所に配置しているのか。レイアウトにおける効果的な導線を考慮しながら、文字の配置テクニックを学びます。

#### 視線の移動がうまくデザインされていないと正しく情報が伝わらない

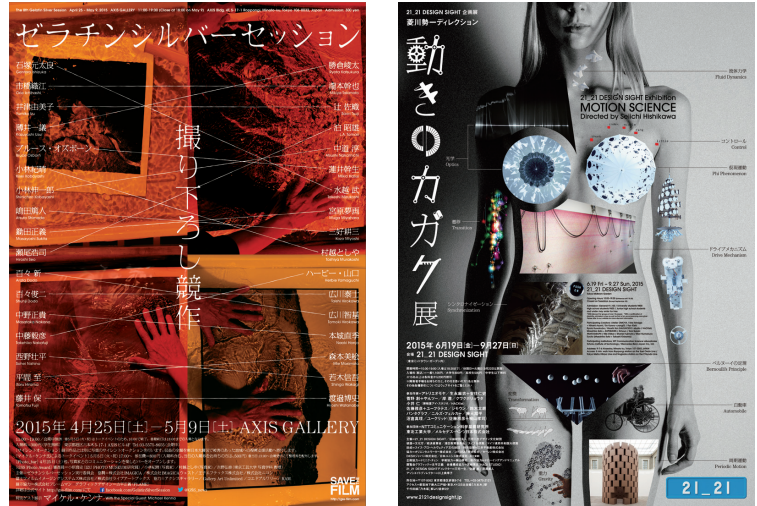


## アートディレクション全体における文字要素の完成度の基準を学ぶ

### ● トップクリエイターとしての突き詰め方

文字要素の突き詰め具合が、プロとしての基準に達しているかどうか、日常の業務をこなすだけでは客観的に判断することができません。視覚伝達の世界は無意識の部分を多く含みます。具体的には指摘できなくても、なんとなく良い感じがする、なんとなく手抜きな感じがするという印象は、じわじわとそのものの評価を動かします。現場の第一線で働くクリエイターは基本を重視し、ミリ単位に至るまで、その細部にこだわり完成度を高めています。トップクリエイターとして働く講師が、限られた時間で、文字周りについてどのような部分に目を凝らし、判断し、そして突き詰めているのか。事例を交えながら、デザインのレベルを上げる視点の置き方について学びます。

文字選択・配置に対する意識の差を学ぶ



## シーン毎で文字を使い分ける（本、ポスター、チラシ…）

### ● 目的用途に沿って文字に持たせる役割を使い分ける

雑誌、カタログ、書籍、チラシ、フライヤー、Web 等、一口にデザインといっても、そのジャンルは非常に多彩です。例えば、カタログは限られた紙面の中に膨大な数の商品を掲載し、品番、品名、価格、サイズ、カラーなど多種多様な情報を整理して載せなければなりません。それぞれの媒体で守るべきルールやセオリーがあり、それに則って、もっとも効果的な、伝わるデザインをつくりあげることが、デザインと制作に関わるひとたちの役割です。雑誌や書籍の本文のように、すらすらと読んでもらうための読ませる文字。チラシやイベント告知のフライヤー、記事の見出し等、その内容を覚えてもらう、存在に気付いてもらうための見せる文字。目的や用途に合わせて、使用する書体や配置を使い分けられるように、事例を通してノウハウを整理します。

### ● 実践的な課題演習

講義を通して学んできた内容について、腹落ちさせるために、エディトリアル、パッケージ、DM、ポスターなどメディアを想定した課題に取り組み、プレゼンテーションを行います。自分の考えを論理立てて説明し、講師からのフィードバックを受けることは、自分で突き詰め切れなかった部分を発見する機会となり、最も力が付くポイントとなります。文字周りは時間の制約等でいつもは突き詰めて考えることができません。課題演習の場を利用して、普段の仕事以上に力を注いで作品を仕上げることが、自分の可能性を広げることへとつながります。

扱う媒体に合わせて情報を整理する



企画意図のプレゼン・講師からの講評でノウハウを一人ひとりに伝授



# カリキュラム

第1回	<b>デザイナーとして知るべき文字の基礎知識 ～書体・組版・ロゴ (1)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・書体とは</li><li>・書体の歴史</li><li>・書体の分類と機能</li><li>・読ませる文字と見せる文字</li><li>・組版の基礎 (横組み)</li></ul>	第5回	<b>文字情報を“正しく・楽しく・美しく”見せる デザインとレイアウト (1)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・情報書き書き出す</li><li>・優先順位をつける</li><li>・改行位置の決め方</li><li>・情報をグループに分ける</li><li>・情報を配置する</li><li>・情報を装飾する</li><li>・色を使い分ける</li></ul>
第2回	<b>デザイナーとして知るべき文字の基礎知識 ～書体・組版・ロゴ (2)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・組版の基礎 (縦組み)</li><li>・タイポグラフィと造形性</li><li>・ロゴの本質</li><li>・ロゴ講評・アドバイス</li></ul>	第6回	<b>文字情報を“正しく・楽しく・美しく”見せる デザインとレイアウト (2)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・盤面率と余白</li><li>・仮想のグリッドライン</li><li>・グリッド拘束率</li><li>・造形ジャンプ率</li><li>・図版率</li><li>・画面を分割する</li><li>・視線の検証</li></ul>
第3回	<b>処理によって文字の印象をコントロールする (1)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・文字を太らせる／細くする</li><li>・角を丸くする／トリミングする</li><li>・文字の比重を変える</li><li>・一部をパーツにする</li><li>・基本図形から削りだす</li></ul>	第7回	<b>より良いコミュニケーションをするための アートディレクション (1)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・コミュニケーションとしてのタイポグラフィ</li><li>・マーケティング課題を整理する</li><li>・ビジュアルとコピーの役割を考える</li></ul>
第4回	<b>処理によって文字の印象をコントロールする (2)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・文字にパターンやテクスチャをつける</li><li>・オリジナルのウロコを追加する</li><li>・手書きの文字を利用する</li><li>・ビジュアルを文字化させる</li></ul>	第8回	<b>より良いコミュニケーションをするための アートディレクション (2)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・課題演習／プレゼンテーション</li><li>・全体のバランス、情報の優先度を確認して調整する</li><li>・細部を突き詰めて世界観を高める</li></ul>

※講義の順番は変更になる可能性があります

# 講師プロフィール



**感覚やセンスに頼らないデザインの基本を論理的に分かりやすく解説**

**カイトモヤ氏** ルームコンポジット 代表取締役／アートディレクター

下北沢のデザインオフィス、株式会社ルームコンポジット代表取締役／アートディレクター。東京造形大学グラフィックデザイン専攻領域 教授。グラフィックデザインを軸に、クライアントと並走できるデザインプロセスやコミュニケーションの新しい形を模索中。主な著書に「たのしごとデザイン論 完全版」「How to Design いちばん面白いデザインの教科書 改訂版」等。香港国際ポスタートリエンナーレ金銀銅賞など。



**文字を人格化し明確な意志を伝える手法を伝授**

**柿木原政広氏** 10inc 代表 アートディレクター グラフィックデザイナー

1970年広島県生まれ。ドラフトを経て2007年に10(テン)を設立。JAGDA会員。東京ADC会員。主な作品にsingingAEON、R.O.U、藤高タオルのブランディング、角川武蔵野ミュージアム、NEWoMan横浜、信毎メディアガーデンのCI、東京国際映画祭、静岡市美術館、などを手がける。カードゲーム「Rocca」をミラノサローネに12年から出展。著作に福音館の絵本「ほんちゃんばん」「ひともしえほん」など。03年日本グラフィックデザイナーズ協会新人賞受賞。NewYorkADC賞、ONESHOW PENCIL賞、東京ADC賞、GOOD DESIGN賞受賞。



**文字とレイアウトの微細なコツを伝授**

**古平正義氏** FLAME アートディレクター グラフィックデザイナー

1970年大阪生まれ。アキタ・デザイン・カンを経て、97年よりフリーランス、2001年FLAME設立。主な仕事に「ラフォーレ原宿」広告・CM、スキんケア「oltana」ブランディング、「Fender」「アートフェア東京」「Mercedes-Benz Art Scope」他のアートディレクション、Char・佐野元春・INORAN・GLAY・青森・AKB48等のCD/DVDジャケット・ミュージックビデオ、BAO BAO ISSEY MIYAKE とのコラボレーションなど。ONE SHOW Gold/Silver、D&AD Yellow Pencil、東京ADC賞など受賞。



**体系化されたクリエイティブの型を基に多数の賞を受賞**

**澁谷克彦氏** グラフィックデザイナー

81年東京芸術大学デザイン科卒業。資生堂宣伝部を経て現在フリー。「クレド・ポー ボーテ」「SHISEIDO」「INOUI」といったグローバルブランドのグラフィック、CI、広告+パッケージ+スペースなど、すべてのコミュニケーションを一貫させたブランドデザインを手がける。2011～2017年、資生堂の企業文化誌「花椿」のアートディレクション。女子美術大学教授。亀倉雄策賞、ADC会員賞、ADC賞、TDC金賞、JAGDA新人賞、NYADC特別賞など受賞。

# 講座概要

- 開催日程：2024年10月16日(水)開講 全8回 19:00～21:00 ●受講定員：30名 ●講義会場：オンライン(ZOOM)・ライブ開講
- 受講対象：広告会社、制作会社、Web制作会社、印刷会社、インハウスの若手アートディレクターやデザイナー。グラフィックだけでなく、Webサイト、パッケージ、プロダクト、エディトリアルなどさまざまな領域のデザイナーが対象です。
- 受講料金：100,000円(税込110,000円)※申込金20,000円(税込22,000円)を含みます

