



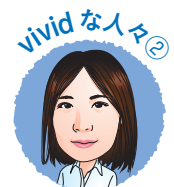
今月のPick Up
「フォント」の基本①



どんな球も
打ち返します!

どっしり構えて強力スマッシュ!

山田真実



Mami Yamada

今回表紙を飾るのは、ビー・クスの注目株、制作部で入社5年目の山田真実です。

新聞広告をはじめとするデザイン制作業務に加え、ページ数の多い新聞の広告特集やカタログ制作など、複数のスタッフが関わる仕事の取りまとめもしてくれます。案件をいくつも掛け持ちし、毎日が締め切りとの勝負。そのため「無駄なく、効率的に」をスローガンに、お客様の伝えたい情報を早く、正しく、美しくデザインに仕上げます。

社内全体が目の回るような忙しさのとき、焦ることなく一人どっしり落ち着いている山田。抜群の「安定感」が持ち味です。その秘訣を尋ねると、こんな答えが。「自分のペースは絶対にくずしません。実力の半分も出せなくなるから」

卓球少女の山田は中学、高校の部活で全国大会に出場したほどの実力の持ち主。その時学んだ「相手の流れに飲み込まれたら勝てない」という教訓が、仕事にも生きているのです。

取りまとめ業務の際は、誰でもすぐに仕事を始められるよう原稿や素材をわかりやすく整理。メンバーを気遣いながら、きちんと道筋をたててリードします。「先輩にも後輩にも頼られる存在になりたい」一若いけれど、しっかり考え、日々成長しています。

現在も卓球クラブに所属し、休日は汗を流すことも多いそう。一方で、カメラを常に持ち歩く「カメラ女子」でもあります。小学校1年生の時から一家ではカメラ係だったとか。仕事にもプライベートにも全力で打ち込み、ますます自分を磨いています。

contents

広告いろはにほへと

デザインのアンテナ / vividな日常 / ズームアップV



“伝える”ためのテクニック

「フォント」の基本①－明朝体とゴシック体－

私たちの暮らしのまわりには、さまざまな文字情報が存在します。新聞、雑誌、看板、店頭POP、商品パッケージ。文字の見やすさ、読みやすさはもちろん、情報が与えるインパクトを左右するのが「文字の形」＝「書体」です。私たちピー・クスが日々携わらせていただいているデザインとは、切っても切り離すことができないものです。

どんな業種、職種の方でも、仕事をしていく上では何かしら書類を作ったり、会議やプレゼンの資料を作ったりと、「他人に見せる」ために文章を編集する機会があることでしょう。書類の読みやすさ、わかりやすさは、その際に選ぶ「書体」によって変わってくるといっても過言ではありません。

和文のフォントの種類には、大きく

分けて「明朝体」と「ゴシック体」があります。明朝体は、横線に対して縦線が太く、横線の終わりに三角形の山（＝ウロコ）がつく書体。ゴシック体は、横線と縦線の太さがほぼ同じ書体で、ウロコはほとんどありません。

■フォントの一例	
明朝体	可読性が高い
MS明朝 リュウミン	正 正 ウロコ
ゴシック体	視認性が高い
MSゴシック 新ゴ	正 正

新聞や書籍、レポート、企画書、報告書の本文など、長い文章にタイトルや見出し、スライドなどのプレゼン資料、Webサイトに

ゴシック体は、比較的太く「視認性が高い（見やすい）」ので、見出しやキャッチコピーなどバツと見て印象づけたい言葉に最適です。新聞のトップニュースの「見出し」でよく使われます。一方、明朝体は「可読性が高い（読みやすい）」ので、新聞や書籍の「本文」に多く使われます。明朝体には太い種類もあるので、ゴシック体とは違った雰囲気を出したい時など、見出しに使われることも多くあります。しかし、可読性が落ちてしまうため、長い文章には向きません。Webサイトやプロジェクターなど画面上で見せる場合は、本文であってもより視認しやすいゴシック体がよく選ばれます。

フォントを使い分けることで視認性や可読性を高め、文章にメリハリをつけることができますが、多用するとかえって読みにくくなることもあります。その場合、少ないフォントで太さを変えたり、文字の大きさや色などのあしらいで変化をつけると、すっきりまとまります。また、ニュアンスのあるフォントで独特の雰囲気を出す

フォントの使い分け 【ゴシック体と明朝体】

フォントを使い分けることで視認性や可読性を高め、文章にメリハリをつけることができますが、多用するとかえって読みにくくなる場合があります。…

▲フォントを多用

フォントの使い分け ゴシック体と明朝体

フォントを使い分けることで視認性や可読性を高め、文章にメリハリをつけることができますが、多用するとかえって読みにくくなる場合があります。…

▲ゴシック体と明朝体を使用し文字の大きさなどを調整

フォントの使い分け ～ゴシック体と明朝体～

フォントを使い分けることで視認性や可読性を高め、文章にメリハリをつけることができますが、多用するとかえって読みにくくなる場合があります。…

▲ニュアンスのあるフォントで独特の雰囲気を出す

ライセンス契約等で購入しないと手に入らないフォントもあります。ピー・クスではより多くのフォントをご用意して、幅広いデザインに対応させていただきます。



【商品パッケージ】

パッケージデザインに惹かれて商品を手にとった経験はありませんか。パッケージには、店頭で「商品をPR」し、「消費者の購入を促す」という大きな役割があります。

どんなに味や性能が優れた商品でも、手に取って購入してもらえなければ意味がありません。パッケージには、お客が商品棚を通り過ぎるわずかな間に、さまざまな他社商品の中で「おっ?」と関心を持たれるような「存在感」が求められます。もちろん、ただ単にデザインを派手にすれば良いわけではありません。商品の魅力や価値を明確に伝えながら、消費者の心をつかむことがポイントです。

そのために、まずは商品の強みやコンセプト、ターゲット層、他社の動向や時代の流れなどを調査・分析する必要があります。消費者に一番PRすべきところはどこなのか、どんな表現だったら商品に価値を見出し、「欲しい!」と思ってもらえるのか。デザインはもちろんネーミングやロゴ、キャッチコピーなど、一つ一つアイデアを吟味し、商品を最大限にPRできるパッケージに仕上げていきます。

また、商品は一度購入してもらえばそれで終わりではありません。パッケージは、購入後も何度も目に触れるもの。消費者に商品のイメージを定着させ、次の購入につなげることも考慮しなければなりません。普段何気なく手にするパッケージにも、実はさまざまな工夫が盛り込まれているのです。

実績

パッケージ制作

JA全農長野様 きのこ商品パッケージデザイン

2012年4月

信州きのこブランド認知向上のためのデザイン

昨年から新しくなった、JA 全農長野様のきのこ商品のパッケージをデザインさせていただきました。

全国第1位の生産量を誇る信州きのこ。全国ブランドとして認知・確立するためのプロジェクトの一環であるコンテストに応募させていただいたところ、ありがたいことにピー・クスのデザインが大賞を受賞。新たなパッケージとして選出されました。

「信州らしさ」「消費者の目にとまりやすい」「親しみやすく温かみがある」といったテーマのもと、信州きのこブランドの魅力为全国へ発信すべく社内検討を重ねました。

その結果、からだを健康で元気にしてくれるきのこのパワーを表す「信州のチカラ」というキャッチコピー（ブランドネーム）と、売り場で目が合ったら思わず手に取りたくなるようなかわいらしい「顔」が誕生。出会う人すべてを明るく、力強く応援しています。

食品はもちろん、あらゆる商品について、ネーミング、パッケージの企画からデザイン制作までピー・クスにおまかせください!



デザインのアンテナ

若きクリエイターユニットのデビュー展

Syncopations#1 -シンコペーション展-

制作部入社4年目の瀧澤梓はこの度、大学時代の友人同士6人で「シンコペーションズ」というユニットを結成。その記念すべき第1回目の展示会が7月中旬に東京・吉祥寺で開催されました。

グラフィックデザイナー、webデザイナー、ゲームクリエイターなどさまざまな分野で活躍するメンバーが、社会に出て鍛えた力も発揮しながら思い思いの作品を発表。ピー・クスでデザイナー兼イラストレーターとして活躍する瀧澤はイラストレーション作品でデビューを飾りました。今回はボールペンで手書きした絵にコンピューターで色をつけるという手法にチャレンジ。新しく得たスキルを、今後の仕事にも生かしてくれることでしょう。

今後のシンコペーションズの活動に、ぜひご注目ください!

～遠方にも関わらず足を運んでくださった皆さま、誠にありがとうございました!～

vividな日常

制作部
塩田哲也



この4月、私は勤続15年を迎えました。取引先の皆さまはもちろん、社長はじめ一緒に働く仲間のおかげです。ありがとうございます!

ピー・クスには永年勤続者対象の「リフレッシュ休暇」制度があり、私は6月に6日間のお休みをいただきました。

テーマは「子どもとの時間」。まず、富士山が世界文化遺産に登録された当日に、富士急ハイランドに行ってきました。あいにく富士山の姿は見られませんでした。子供たちは笑顔満開! 成長した姿に夫婦で感激しました。

一番楽しかったのは、平日の子どもの様子を知らること。朝どんな風に学校に通い、どんな様子で帰ってくるのか。休日とは違う姿を見ることができ、大変貴重な時間になりました。「私に話したいことがこんなにあるんだ」と気付かされました。充実した家族との時間で、大いにリフレッシュできました!

39パワおしらせ

作. 園



つづく...はず



ビー・クスでは「皆が気持ちよく働ける職場環境を自分たちの手でつくっていかう!」と、日頃からさまざまな活動を行っています。そんな「ビー・クス色」あふれる取り組みをご紹介します。

「朝礼④」

これまでご紹介してきた「ビー・クス朝礼シリーズ」もついに最終回。月曜の「人間力を高める朝礼」、水曜の「クリエイティブ力を高める朝礼」に続き、今回ご紹介するのは金曜日の「感謝力を高める朝礼」です。

ビー・クス朝礼の定番である、全員との握手、当番のスピーチ、「わが社の基本的な考え方」の読み合わせが終わったら、いよいよ金曜のメインコーナー「ありがとう発表」です。

毎回4人ずつ、最近感じた「感謝の気持ち」を思い思いに発表します。例えば、家族や友人、取引先の方、行きつけのお店の店員さんなど、日頃お世話になっているあの人に。はたまた、旅行先で偶然出会った人、街でトラブルを助けてくれた名前も知らないあの人へ。感謝のもととなるエピソードとともに、この場を

借りて「ありがとう」を伝えます。感謝の対象は「人」だけではなく、いつも肌身離さず持っている携帯電話やメガネ、愛車、食べ物、サービスなどなど、「モノ」はもちろん、形のないものでもなんでもOKです。

発表の順番が回ってくると、改めて普段の生活を見返し、いまの自分を支えてくれる人やモノのありがたみを再確認できます。また聞く側は、発表者の意外な一面を垣間見たり、自分では気付かないものの見方に感心したり、ありがたみのエピソードに心が温まったり。毎回その場が「ほっこり」した雰囲気になります。

これで、ビー・クスの朝礼紹介はおしまいです。これから皆がより気持ちよく、前向きに仕事をスタートできるよう改善を重ねながら、皆で朝礼をつくっていきます!

編集後記

皆さん、暑い夏に負けていませんか? ビー・クスではこの5月に、2F西側に新しく窓を設ける工事をしました。さらに、全ての窓に遮熱カーテンを取り付けるなど、30台以上のパソコンがひしめき合うフロアに徹底的に「熱さ対策」を実施。おかげさまで職場環境がまた一つ快適になりました。

ちなみに私、少し席移動があり、日ごろ後回しにしていたデスク周りの整理整頓(思いがけず)実行。「快適」を保つには意識も大切ですね(^_^);

さて、今回は秋の発行を予定しております。どうぞお楽しみに!

【吉田葉子A】



いつもお世話様です

クリエイティブ・プロモーション部
山口 奈奈

上の「ズームアップV」で紹介しているビー・クスの朝礼。実は、まだご紹介していないコーナーが一つ存在します。それは、月曜と金曜の「営業報告」です。

このコーナーでは、各営業担当が当番制で、日頃の営業活動で得た旬な情報や成功事例などを報告しています。お客様と接する中で「ぜひ見習いたい!」「刺激になった!」と感じたエピソードや、ビー・クスにはない会社の取り組みなどもご紹介。皆で情報を共有します。

日頃から、お客様には多くのことを学ばせていただいています。感謝の気持ちとともに、私たちからもお客様にプラスの影響を与えられたら!と、毎呼吸が引き締まります。

お客様の声

社外報vol.3をご覧いただき、皆さまからあたたかいご意見をいただきました。ありがとうございます!

- 毎回楽しみにしています。新入社員さん、フレッシュですね! 私もそんな頃があったのかなあ...<O社S様>
- 最近スマホにかえました。AR面白そうですね! 早く試してみたいです。<T社U様>

よりお役に立てる、楽しい社外報づくりのため、皆さまのご意見・ご感想・ご質問をお待ちしております。各営業担当までお気軽にお寄せください!

今、ウワサの!



スマホをかざすと紙が動き出す!?

使って楽しい! 情報が拡充!! スマホ市場を狙ったNEWプロモーションツールです!!

紙媒体に「動き」や「音」をプラス!

スマートフォンやタブレット端末のカメラ機能を利用してデジタルコンテンツを表示! 印刷物では表現しきれない情報を盛り込んで、より効果的なプロモーションを!!

アイデア等のご提案も致します! まずは、お気軽にお問い合わせ下さい!!



発行・編集 株式会社 ビー・クス
住所 〒380-0911 長野市稲葉 891-3
TEL 026-251-1791 (代) FAX 026-251-1795
mail info@viex.co.jp URL http://www.viex.co.jp