

レイアウトの基本

作成する前にもっとも重要なことは、 はっきりとしたコンセプトを持つことです。

せっかく作成したチラシの効果がでないことは良くある事です。その原因はコンセプトが無いか作る側に迷いがある事が多々あります。

欲張りすぎて、なんでも注ぎ込みすぎた結果、何を伝えたいのか受け手側が悩んで理解できないからです。これを避けるために次のことを考えてみましょう。

大きな効果を発揮する 5W1Hによるチェックリスト

広告宣伝活動の計画をたて、制作者側が5W1Hによるチェックリストを、正確かつ充実したものにすることです。それは広告宣伝活動が目的とする対象にたいして、より大きな効果を発揮する重要な作業です。

●コンセプトを決める方法

【Why】なぜ

どういう目的で広告宣伝するか。

企業広告か、商品広告か、新製品の紹介か…

なぜこの商品が優れているのか など

目的を絞るによりレイアウトの全体が見えてきます。

【Where】どこで

どの方面で広告宣伝をするのか。

地理条件（全国・地方・地域）を良く知り、理解することが大切です。

これによって地域の好みの色やレイアウト内容が解ってきます。

【What】何を

何を売りたいのか、何を知らせたいのか。

お客様が知りたい情報を表現する。

【Who】だれに

訴求対象はだれか、その志向性は。

人（男性・女性・年齢・生活水準など）をよく知り、その人の感覚に合った表現をすることです。

ターゲットを決めることにより、自ずと色彩や書体や配付する場所等が絞られます。

【When】いつ

いつ、いかなる時に広告宣伝を実施するのか。

暦（何年・何月・何日・何時）をよく知り、季節と催事を考えに入れる。新しいニュース性を取り入れます。

作成する時期によって、色彩やイメージする写真やイラストが必然的に決まります。

【How】どのように

広告方法・表現方法をどのようにするのか。

利用媒体が間違っていないか。デザインポリシーと※表現方法を十分に検討します。

※表現方法

【ポスター】印象づけるための広告であり、主に街頭に掲載することがほとんどです。通りがかりや短い時間に強く印象づけることが必須条件で、内容は簡潔にすることが大切です。

【チラシ広告】ポスターと違い、手に持って読む事ができるので、内容はポスターより細かく表現することができます。（但し、ポスターも掲載する場合はイメージを統一することが重要です。）

【ダイレクトメール】直接手渡しや、住居に投函されることが殆どですから、住まいに居ながらゆっくり読む事ができるので、情報を多く掲載することができます。

※情報は読み手側が、本当に必要な内容を選び、詰め込みすぎないように注意しましょう。