

2023.2.10

第4分科会 ビラの作り方 オンライン版

有限会社エディット
水谷 一生

第4分科会プログラム

- (1) ビラの特徴と発行目的
- (2) ビラ骨子の検討
- (3) ラフレイアウトの作成
- (4) 原稿の作成
- (5) ビラ原案の仕上げ

分科会でめざすこと

小手先の**テクニック**を覚えるのではなく、
ビラ作りの**考え方**と**段取り**の**基本**を
身につけましょう。

基本を身につければ応用力が身につくからです。
とはいえ、せつかく時間をかけるのですから、

**実際に活用できる新採ビラ原案を
作り上げましょう！**

<受講上の注意>

- A4の紙(数枚)と鉛筆・シャープをご用意ください
- 休憩は随時設けます
- 諸事情により必要な場合は
各自頃合いを見計らって一時退出してOKです
- グループワークの時間がありますので
離席して参加を逃さないようご注意ください

(1)ビラの特徴と発行目的

ビラとは何ぞや？

■ 媒体による違い

【新聞】 定期、配付、多種ニュース伝達

作り手：読者がじっくりと読んでくれることを前提に、
さまざまな情報についてくわしく説明したい。

読み手：読みたい記事を読む。すべて読むとは限らない。

【ポスター】 不定期、掲示、特定情報訴求

作り手：一つの標語について印象づけたい。

読み手：一瞬で眺める。すぐ忘れるが印象に残ることもある。

【ビラ】 不定期、配付、特定情報訴求

作り手：一つの情報について端的に説明し、
読者に何らかのきっかけを与えたい。

読み手：目を通しやすい。じっくり読むとは限らない。

■ビラの特徴

■1点集中 やや説明

- 紙面スペースが限られているので
多くのことを伝えることはできません
- 多くのことを伝えたい場合は
何種類ものビラに分けるのがベター
- 一つのことを「シンプル」に訴求を

■ビラの特徴(その2)

情報(主張)を明確に伝えられる



ただし、発行の目的によって
手段(情報の内容や伝達方法など)
を変えるべき。

■ 手段と目的の関係

いつ
どこで
だれに
なにを
どのように

を伝えることで

どうなりたいか？

↑
手段

こちらが大事です→ **目的**

↓
ですから

ビラを作る際には.....

- まず発行の「**目的**」を決めてから、
目的を達成するための「**手段**」を
考えることが大切です

逆にならないように気をつけましょう

■ 良いビラとは？

目的を達成するために

- ① 対象の**関心**を惹く
 - 手に取って読む気にさせる
- ② 内容を**理解**しやすい
 - 文章が平易でわかりやすい
 - レイアウトが整理されている
- ③ **説得力**がある
 - 論理が明瞭で、読者が賛同できる

<メモ>

(2) ビラ骨子の検討

何のためにどんなビラを作るか？

■ ビラ作りの流れ

- ① **目的**を考える → 「誰に」「何を」「何のために」
- ② **訴求点**をしぼる → ①の「何を」について1点集中
- ③ 構成案(**ラフ**レイアウト)を描く → 紙面の設計図
- ④ **原稿**を書く → わかりやすく、説得力ある文章
- ⑤ **レイアウト**を仕上げる → 関心・理解の向上

■ビラの様式

- ビラを作る際は、通常、紙の大きさ、タテかヨコか、カラーかモノクロかなどを決めますが、今日は次のようなルールとします。

＜サイズ＞A4判（縦でも横でも可）

＜色＞原則的にモノクロ

＜その他＞自由

■キャッチをつける

1 キャッチに必要なもの

「瞬時の内容把握」

と

「読者への訴求」

- 読者が読む順序は
キャッチ → 画像 → リード → 本文
- とにかく「わかりやすい」キャッチを！

2 キャッチ作りのポイント

- **キャッチだけで意味がわかるように**
 - ⇒ 5W1Hを明記する
特に、なくては理解できないWとHを優先
- **最大公約数ではなく、重要ポイントを抜き出す**
 - ⇒ 具体的なキーワードを入れる
- **つまらないキャッチの原因は「自粛」**
 - ⇒ 初心者が多い
目標達成するためには、「無難」よりも「思い切り」が大事
 - ⇒ つまらなそうなら、読者は関心を寄せてくれない
- **「てにをは」を省いて簡潔に**
 - ⇒ 長いキャッチは焦点がぼやけ、歯切れが悪い
短くする手段として手軽なのは、助詞を省くこと

- **文字の形にも注意するとベター**
 - ⇒ 漢字ばかり、かな・カナばかりだと読みにくい
- **キャッチは1本とは限らない**
 - ⇒ 2~3本に分けると整理されることが多い
メイン、サブ、テーマなど、
「1本に1情報」を心掛けると瞬時に判断しやすい

【見出しとキャッチコピー】

正確には、見出しとキャッチコピーとは異なります。

見出しは、概要を把握してもらうための短い文言です。記事内容がわかることが重視されます。それに対し、キャッチコピーは、「人の心をつかむ(注意を惹く)ように工夫した簡潔な宣伝文句」です。共感、怒り、疑問など、人の感情をゆさぶることによって、関心を抱いてもらうことが重視されます。

3 キャッチ作りの手順

(1) キーワードをピックアップする

⇒ 5W1H+重要項目(新しい発見)

(2) 削ってはいけないキーワードを選ぶ

(3) 選んだキーワードをつなぐ

⇒ なるべく短い助詞でつなぐように

(4) 作ったキャッチの文節順序を変えてみる

(5) 別の視点から推敲する

⇒ 次ページ参照

<別の視点からの推敲>

⇒ 自分の思い込みが激しく、
ひとりよがりの表現になってしまうこともある
初めて見た人が理解できることが大切

【別の視点の例】

- 別の内容に変えてみたらどうなるか
- メインとサブを入れ替えたらどうなるか
- キャッチをもう1本増やしたらどうなるか
- もっとジャストフィットする単語はないか
- もっと遊んでみたらどうなるか

(3)ラフレイアウトの作成

考えをカタチに

■ラフレイアウトとは

紙面構成案＝ラフレイアウト(ラフ)

「紙面のどこに何を置くか」について

おおよその案を**下書き**すること

＝**設計図**

- ラフを誰かに提出する必要がなければ、フリーハンドの手描きで構いません。

■ 構成案(ラフ)作成の心得

- 原寸大の紙に描く
 - ⇒ 文字や写真の大きさイメージをつかみやすいため
- 多少、汚くても構わない
 - ⇒ 見せるためのものではなく、考えるためのもの
- すべての文言を書く必要はない
 - ⇒ キャッチなどおおよその内容がわかる文言だけで可。
大切なのは「どこに何を書くか」の配置を試すこと。

ラフの段階でレイアウトの設計は決定
「パソコンで置きながら考える」は愚の骨頂

<メモ>

■ 構成案(ラフ)作成のポイント

- 内容を大きく分けてグループ化
 - ⇒ ビラ全体を3~6個くらいのグループに分ける
- 各グループの別を明確に
 - ⇒ グループの別を整理。グループごとに小見出しをつけて「何のことについて書かれているか」を示す
- 重要な情報を目立たせる
 - ⇒ メインの情報は大胆に、その他の情報は控えめに。
「すべて目立たせよう」は「すべて目立たない」ので、
次ページの★に注意して作成する

★ 整理して、インパクトを強く

目立たせる要素はひとつであるべき

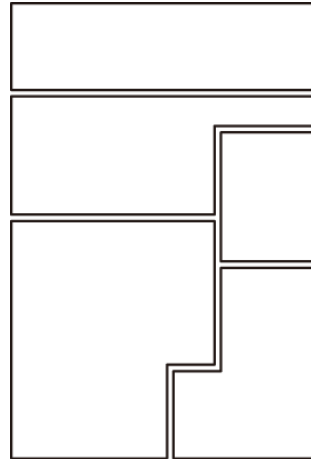
- 情報のスペース区分を整理する
 - ・スペース区分が入り組んでいると意味不明になる
- 脇役はグループ化して、1カ所にまとめる
 - ・主役だけが「異質物」になると目立ち、わかりやすい
- ホワイトスペースを活かす
 - ・余白は主役の敷地である
- アクセントをつける
 - ・色、背景、ケイ線、飾り文字、ワンポイントマークなど
- 縦組みと横組みの混在、囲みの活用
 - ・1カ所だけ周囲と違うと変化がつく

■情報のスペース区分

× 整理されていない例



← 左のチラシの構成



◎ 整理されている例

行動月間 臨時・非常勤の
組合を応援します

今こそ新しいスタートを

~~~~~

**現在の状況**

~~~~~



5-23 第1回統一集会

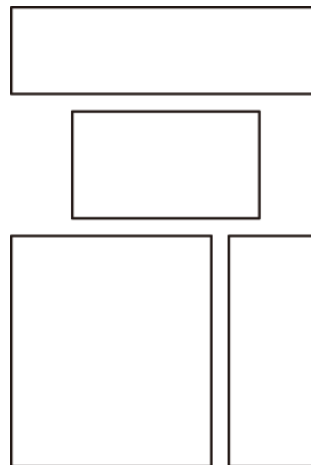
~~~~~

**今後の課題**

~~~~~



← 左のチラシの構成



■ ジャンプ率でインパクトを強く

ジャンプ率とは、文字や写真の大小比のこと

- ジャンプ率が高いと.....
元気、活気がある、目立つ、楽しそう、行動的
←→ 下品、広告的、安っぽい、飛ばし読みしやすい
- ジャンプ率が低いと.....
上品、格調高い、説得力がある、知性的
←→ 堅い、冷たい、目立たない、飛ばし読みしにくい
- 文字のジャンプ率
目立たせるべき文字を目立たせる
- 写真のジャンプ率
ジャンプ率が高いと、シャープで緊張感あるイメージ
ジャンプ率が低いと、穏やかで落ち着いたイメージ

■ ラフ(構成案)を作成しよう

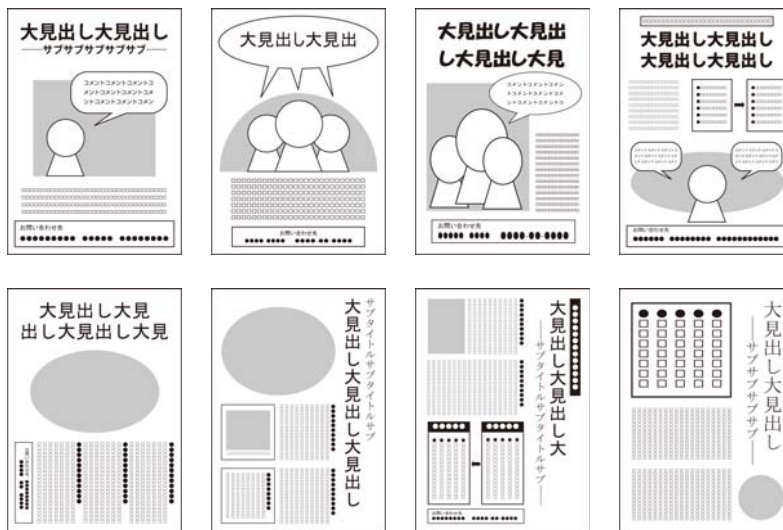
A4判のコピー用紙に
ラフを鉛筆描きしてみましよう

キャッチ、写真、イラスト、文などの位置を
量や大きさを考えながらスペース取りします。
キャッチや小見出しの文言も書き込みます。
当初のキャッチを変更しても構いません。

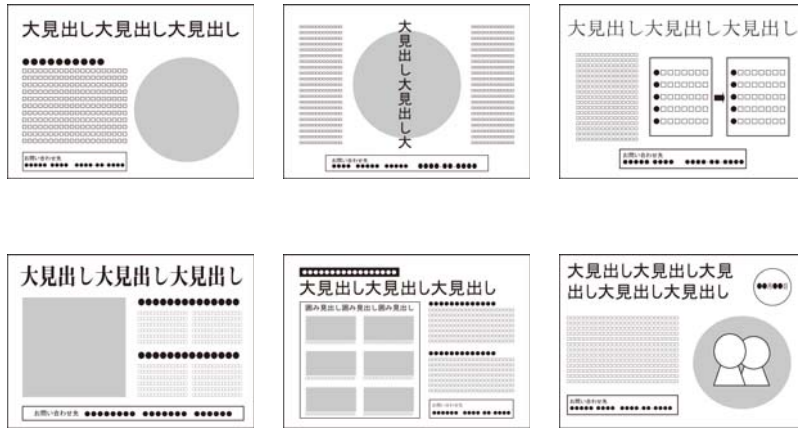
■ サンプルの活用 ①



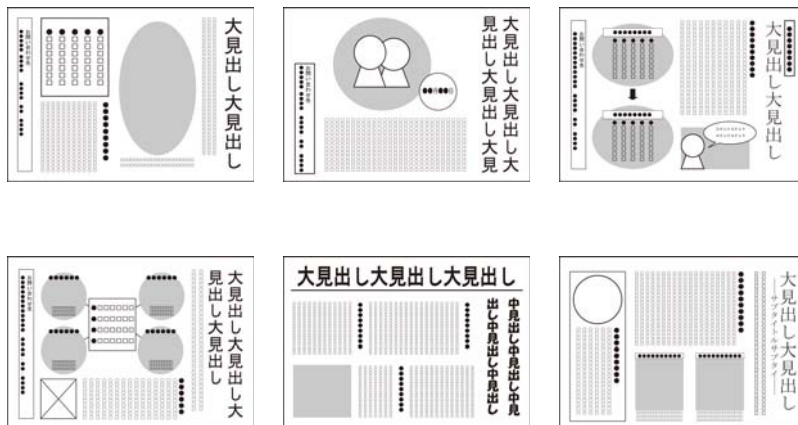
■ サンプルの活用 ②



■ サンプルの活用 ③



■ サンプルの活用 ④



(4)原稿の作成

■ビラに望まれる「いい文章」

- いい文章とは、決して「クリエイティブな表現」ではありません！

「いい文章」とは

- (1) 誰が読んでも理解しやすい
- (2) 誤解を受けず、正確に伝わる
- (3) 必要な情報が多く、不要な情報が少ない
- (4) **相手の立場に立った「心」**が伝わる

<よく見かける悪文>

私たちは、社長が先般からの要求をないがしろにしたばかりか、交渉の席につこうともしない態度に大きな怒りを覚えた。



文が複雑で理解しにくい！

■ わかりやすい文を書くコツ

短文の場合は、
究極的には次の2点だけです。

(1) 一文を短くする

(2) 文節の順序を工夫する

これだけで相当わかりやすい文章になります

<コツの補足解説>

1 一文を短くすると

- 文がシンプルな構造になる
- 主語と述語が近づく
 - ⇒ 離れていると、読者が主語を忘れてしまう
- 修飾部が短くなる
 - ⇒ 長い修飾語は読者の頭を混乱させる

2 文節を並び替える時は

- シンプルな文になるように
- 誤解を生じさせないように
- 読者がわかりやすい順序を試行錯誤

3 奥の手

- 本文で書きにくい内容は、カッコに括るか箇条書き

<メモ>

(5) ビラ原案の仕上げ

■ ラフ修正 & 原稿作成

新しい白い紙に
ラフ(ブラッシュアップ版)を
清書するつもりで、
原稿すべてを作成しましょう。

時間が足りなさそうであれば、
ラフの上からペンでなぞっても構いません。