

あなたがお使いの名刺はいい仕事してますか？

いろんな地域貢献などしているが、企業アピールにつながらない。取扱いアイテムが多いが、コロナ禍では提案する機会に恵まれない。継続的に営業訪問するためにも話題性に富んだ工夫がしたい。

SDGs名刺

「作る責任 使う責任」
 ミライに継ぐ。ミライに継ぐ。SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
 営業1課 村上昌弘
 大和写真工業株式会社
 〒561-0828 大阪府豊中市三和町4丁目3番1号
 TEL 06-6331-1807 FAX 06-6332-4453
 携帯 070-6041-2839
 E-mail: mura@daiva-akk.co.jp
 http://www.daiva-akk.co.jp
 この名刺はSDGs(持続可能な開発目標)に基づいた用紙、「竹紙」を使用しています
 竹紙100

竹紙を使用して御社の取組をしっかりと伝える。

抗菌名刺

「作る責任 使う責任」
 ミライに継ぐ。ミライに継ぐ。SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
 営業1課 福田学
 大和写真工業株式会社
 〒561-0828 大阪府豊中市三和町4丁目3番1号
 TEL 06-6331-1807 FAX 06-6332-4453
 E-mail: fukuda@daiva-akk.co.jp
 http://www.daiva-akk.co.jp
 携帯 070-6048-1274
 抗菌加工用紙使用

Withコロナ時代の菌やウイルスの増殖を抑える働きがあります。ちょっとした御社の心遣いを伝える。

QRコード入り

「作る責任 使う責任」
 ミライに継ぐ。ミライに継ぐ。SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
 表面のQRコードをスマートフォンでかざして下さい。AEDの使用方法が動画で見れます。
 AR名刺の使い方
 iPhone/Androidスマートフォンで「AR(拡張現実)」を使用。
 「AR」をタップして画面の指に当て、カメラでARコードを読み取り、画面が動きます。
 チラシのように捨てられたいせず、手元に持ちおかれやすい名刺にQRコードを付けてHPへ誘導し企業情報を伝える。



裏面▼



HPへ

小さな名刺に御社のいろいろな“伝えたい”を載せてみませんか？御社の心強い広告塔になってくれることでしょう。

★ QRコードは当社で作成します。ホームページ作成も承ります。★

お問い合わせで注文はこちらから

ココロに響く。ミライに継ぐ。
大和写真工業株式会社

本社 大阪府豊中市三和町4-3-1
 TEL 06-6331-1807(代) FAX 06-6332-4453

高槻支店 大阪府高槻市明田町1-12
 TEL 072-681-1805(代) FAX 072-681-1830

D-WAVE 2

大和写真工業(株) 本社 大阪府豊中市三和町4-3-1
 高槻支店 大阪府高槻市明田町1-12

TEL 06-6331-1807(代)
 TEL 072-681-1805(代)

FAX 06-6332-4453
 FAX 072-681-1830

大和写真工業(株)が毎月お客様へ印刷・複写・デジタルのお役立ち情報をお届けします。

ディー・ウェーブ

D-WAVE

MONTHLY NEWS LETTER PRESS Vol.181

2023

2

February

その先の時を刻む。
 「幸」のさかさまも
 また「幸」。

“錬金術は等価交換”
 このフレーズにピンときた人は相当のアニメ通。大ヒットアニメ「鋼(はがね)の錬金術師」の主人公エドがよく使う言葉で、〈与える価値の大きさ=得られる利益の量〉というこの世界の絶対的法則。

ちなみに当社の今年のスローガンは「原点回帰！お役立ち精神」。「売上が上がらない」、「利益が出ない」と悲観する前に、「お客様に提供している価値が少なくないか?」「得ることだけを目的として行動をしていないか?」と自分自身に問いかけてみるのが大切かも…。当社は皆様のお役に立てているでしょうか?

代表取締役 鶴井宏尚



文字組みとデザインの「見せテク」

「タイトルを目立たせたい → 文字を太く」

「本文を見やすくしたい → 文字を大きく」

単純に考えればこのような方法を思い浮かべますが、本当にそうでしょうか？

やり方次第では逆効果になることも…

今回はいろいろな見せるテクニック「見せテク」を実験・解説したいと思います。



まずは見比べてみてください。

AとB、どちらの紙面が読みやすいでしょうか？

A

「伝えたいを伝えるように」

本文の文字を可能な限り大きく、フロントも太いものを使用。

私たちが携わる商業デザインは、単に見栄えが美しいだけではダメです。誰に(ターゲット)対してわかりやすくどう伝えるか、文字とレイアウトのバランスを工夫します。例えば高齢のかたに向けたメッセージであれば、なおさら文字の大きさに気をつけなければなりません。調べてみると14ポイント(19級)以上が望ましいとか。メインの見出し、小見出し、そして本文とメリハリとつけ、一目瞭然で内容がわかるように読み進んでいただくため、見やすい大きさのみならず、改行の数、ひらがな、漢字の量など細かなことを踏まえ、書体、字間・行間の配慮で構成します。

B

「伝えたいを伝えるように」

文字は小さいが、文字間・行間ともにゆったりとレイアウト。

私たちが携わる商業デザインは、単に見栄えが美しいだけではダメです。誰に(ターゲット)対してわかりやすくどう伝えるか、文字とレイアウトのバランスを工夫します。例えば高齢のかたに向けたメッセージであれば、なおさら文字の大きさに気をつけなければなりません。調べてみると14ポイント(19級)以上が望ましいとか。メインの見出し、小見出し、そして本文とメリハリとつけ、一目瞭然で内容がわかるように読み進んでいただくため、見やすい大きさのみならず、改行の数、ひらがな、漢字の量など細かなことを踏まえ、書体、字間・行間の配慮で構成します。

文字が大きいと見やすく、濃い文字ははっきり見える。Aではそれを実践してみました。

ですが、細くて小さいBの方が見やすいなあと感じた方もいるのでは？

「紙面を見やすく」するには「文字を大きくして認識しやすく」するだけでなく、「文字のまわりに余白を作って認識しやすく」した方が効果的な場合もあります。



見せテク 1

余白を使って情報を整理

文字を読みやすくするだけでなく、洗練された雰囲気や高級感を出すのにも有効なテクニック。余白をたくさん取るとより目立ちますが、その分、入れられる情報量も変わるので、その辺のセンスも必要です。

01 余白が少ないデザイン

余白は「余白の美」とも言われるほど紙面にとって大切な要素。視認性・可読性を高めるほか、間であったり、呼吸さえも生みだすスペースです。

02 余白が多いデザイン

余白は「余白の美」とも言われるほど紙面にとって大切な要素。視認性・可読性を高めるほか、間であったり、呼吸さえも生みだすスペースです。

見せテク 2

大きさに差をつけて区別

文字の大きさを変えて、要素を区別して見せるテクニック。コツとしては縦横サイズを2倍以上つけないと、あまり差が出にくく目立ちません。また文章の一部だけや漢字のみを大きくする手法もあります。

セミナーのご案内

日時: 2023年2月1日
会場: 三和町公民館
定員: 50名
参加費: 無料

セミナーのご案内

日時: 2023年2月1日
会場: 三和町公民館
定員: 50名
参加費: 無料

見せテク 3

枠で囲ってアイキャッチ

紙面の中で一部分だけを枠で囲うことで、他と差別化して目立たせることができます。他の手法と合わせてより効果的に見せる事も可能。また文字や枠に色をつけても目を惹きつけやすくなります。

ここを見て!

ここを見て!

ここを見て!

背景に柄を入れると逆効果になることもあるので要注意!

大切なのはメリハリ!



「伝えたい」を「カタチ」にするために、それに適した手法を柔軟に選ぶことも大切です。