

人を集めるチラシはこう作る



NGチラシ 多すぎる色使い、不適切な画像の入れ方で見にくい印象に

【経営者の皆さまへのご案内です】
知らないで損するTF金融セミナー
 老後の不安をなくしたい、収入アップしたい、もっと支出を減らしたい、貯金体質になりたい、など、なかなか聞けないお金のことを、短時間で効果的に学び、知識を得られる入門講座です。 **無料**

セミナー参加で 知って得するポイント

- 老後のお金の不安を軽減します。
- 効率よくお金を貯めることができる。
- 社会保障ってどんなものがある？
- ライフプランを作りたい。
- 病気をしたとき、働けなくなった時が不安。
- どんなことに備えておけばいい？
- 今後の資金の流れがわかります。
- 今後のお金の不安を解消できます。
- 貯蓄しているけど、これで大丈夫？

セミナーではこんなことが学べます

Column
お金について不安があるのはなぜでしょう？
 この文章はダミーです。文字の大きさやスタイルをご理解いただくためのものです。内容が定後、新たに書き起こします。この文章はダミーです。文字の大きさやスタイルをご理解いただくためのものです。

カンタン効果的な家計簿を付ける方法
 この文章はダミーです。文字の大きさやスタイルをご理解いただくためのものです。

収入の2割を自動的に貯める方法
 この文章はダミーです。文字の大きさやスタイルをご理解いただくためのものです。

将来収入を増やす効率的な自己投資法
 この文章はダミーです。文字の大きさやスタイルをご理解いただくためのものです。

各地で開催中のセミナーにご参加ください

【東京会場】 1/31 10:00-11:30 東京都港区東新橋 1-7-3
 会場 TEL:03-5561-8311 電話予約 03-0000-0000

【大阪会場】 2/2 14:00-16:30 大阪府大阪市東区 3-1-1
 会場 TEL:06-6646-0008 電話予約 06-0000-0000

【名古屋会場】 2/10 14:00-16:30 名古屋市中区西本町 2-3-10
 会場 TEL:052-555-0005 電話予約 052-0000-0000

【お電話からのお申し込み】 0120-000-000 【受付時間】午前9:00~午後9:00~
 【WEBからのお申し込み】 <http://XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX>

1

2

3

ダメポイント 1
色数が多く情報の強弱がわかりにくい
 文字の色数だけでも、「黒、赤、緑、青、黄色」の5色が使用されている。このように使用する色の数が増えると、煩雑な印象を与えるとともに、情報の優先度がわかりにくくなる。また、色の使い分けが適切だと情報のまとまりも見えなくなってくるので、読みにくくなってしまふ。

ダメポイント 2
背景画像の主張が強くて文字と重なって読みにくい
 文字だけの誌面に比べて、画像が入った誌面は注目されやすい傾向にある。しかし、このチラシでは、画像に文字が重なっているうえに、画像の主張が強いため、文字が読みにくくなってしまっている。黄色系の背景に緑の文字を乗せるなど、コントラストが保てていないため、さらに読みにくい。

ダメポイント 3
申込み先情報が目立たず行動につながりにくい
 セミナーの参加申込みに関する情報が埋没してしまっている。たとえば、このチラシでお客様に関心を持ってもらったとしても、「参加の申込みをする」という行動を起こしてもらえない可能性が高い。また、WEBからの申込みの場合、URLを打たせるのはお客様の負担が大きい。

チラシはセミナー告知や商品説明など様々な場面で使用されるが、中にはわかりにくい作りになっているものもある。チラシ作りで陥りやすい失敗やわかりやすさを向上させるポイントをサンプルを挙げながら解説する。

トッパン・フォームズ株式会社
 営業統括本部 企画販促本部
 デザイン開発部 UD・UIデザイングループ
古川琢真

ビジネスフォームやデータ・プリント・サービス分野で培ってきた技術やノウハウをベースに、最適な情報伝達を提案する情報管理ソリューションカンパニー。古川氏は、DMや販促物のデザインを数多く担当し、「フォームズクリエイティブ」を立ち上げる。

セミナーの集客などで活用されるチラシ。金融機関でも積極的に使用されている。チラシを作る際、多くの人は、まず必要な情報を紙面内に収まるように配置し、色や文字の太さを変えて強調をつけていく。そうした配慮をして作ったにもかかわらず、集客や商品理解など、チラシの目的を達成できているのか、疑問に感じることもある。チラシを作成したことがある人なら、こういった経験をすることも多いのではないかと。トッパン・フォームズでは、独自の科学的調査に基づく根拠やユニバーサルデザインの観点から、デザインの課題を明確にしてきた。中でもトッパン・フォームズの総合クリエイティブソリューション「フォームズクリエイティブ」では、脳科学実験や計測データを基に、読み手の注目をひいて関心を持たせるデザインの根拠を蓄積し、ユニバーサルデザインの手法による見やすさ・わかりやすさを追求している。

つまり、「フォームズクリエイティブ」では、個人の感性（センス）に頼らず、科学的な根拠を持って効果的なデザインを作成することが可能になったわけだ。以下では、セ

ミナーの案内チラシを例に、一般的に陥りやすい課題と改善ポイントを紹介する。

色の種類が多過ぎると情報の優先度がわかりにくくなる

●NGチラシ

左のチラシは、金融機関の窓口などでもよく目にする「セミナーのご案内」である。サンプルであるため一部ダミーの文言が入っているが、必要な情報はすべて盛り込まれている。どこことなく見にくい印象があるチラシではないだろうか。

この要因として、まず文字の色の使い方が挙げられる。背景色とのコントラストが保てていない部分があるため、読みにくく感じてしまう。また、使用する色の種類が多過ぎると、情報の優先度がわかりにくくなり煩雑さを感じてしまうので要注意だ。

画像の使用にも気をつけてほしい。画像は注目を集めたり、視線誘導を促したりする効果がある一方で、適切に使用しないと文字の読みにくさにつながる。NGチラシでは、文字に重なる画像があり、読み手に