

和文書体

屋外広告で使用する和文書体は、見やすさや読みやすさからゴシック体が多く使用されるが、キャプションや文章には明朝体も使用される。キャッチコピーやアクセントとして、教科書体や行書体、飾り書体、毛筆文字(カリグラフィ)なども使用される。屋外では一般的に、太いゴシック体が見やすいが、漢字は画数が多くなると読みづらくなる。また、ネガ使用(文字を白ヌキ)にする場合は、ポジ使用より若干細く使用の方が良い。表示する情報によって、書体や書体の太さを決定する。また、多くの書体を使用するのは煩雑になり、見にくくなる。全体的に統一性を持たせるには、同じ書体(ファミリー)で太さ(ウエイト)に変化をつけると良い。



明朝体は、やわらかく優しいイメージを伝える。



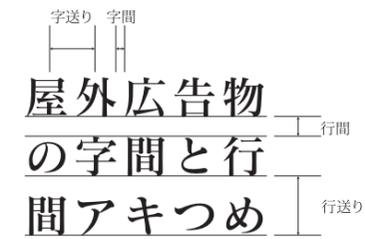
教科書体は、明朝体の優しさとゴシック体の見やすさを合わせ持つ。



コンピュータ書体にはない、味わい深い手書きの書体。



インパクトの強さが広告の趣旨を伝える。余白と文字とのバランスが大切。



和文の字間と文字詰め

文字と文字の間のアキを字間、行と行のアキを行間という。和文書体は正方形の枠内に収まるようにデザインされており、基本的な文字組みは正方形を隙間なく並べたベタ組みとなっている。かなは漢字に比べて少し小さくできている。書体や文字によって正方形を占める割合が違うので、ベタ組みにした場合に不揃いに見える。その場合は、字間をツメてバランス良く配置する。

屋外広告物のデザイン

屋外広告物のデザイン

屋外広告物のデザイン

かなの字間をツメて全体のバランスを調整する