



iwork-pro.jp

アイ・ワーク News

iwork News Vol.5

クリックして
Webサイトへ
アクセス



プチ

連載
企画

T.IWAMOTO

FONT SELECT

— 第1弾 —

フォント選びは 慎重に。

(時には大胆に)

“スマイルクリエイター”
アートディレクター 岩元
T.IWAMOTO



私たちデザイナーは日々何かを制作(デザイン)しています。それはチラシやポスター、パンフレット、Webサイト等さまざまです。私たちにとっては日常の作業ですが、デザイナー以外の方々にとっては企画書・提案書・資料などを作成する場面では「デザインの難しさ」を感じている方は少なくない、のではないのでしょうか。

そんな方々へ向けて、制作する上でのポイントを「テーマ別」にプチ紹介していこうと企んでいます(しかも連載企画...)。少しでも参考にしていただければ、跳ねるように喜びます。

待望の?第一弾は「フォント選び」についてお話しします。フォントと一口に言っても無数にあります。日本語書体、欧文書体、ゴシック体、明朝体など。フォントの持つイメージはそれぞれ異なり、見る人に与える印象は大きく変わります。“与える印象が大きい”のであれば、どのフォントを使用するのか慎重に選ぶ必要がありますね。

では、ここで「フォントにあった怖い話」の言葉を例に、どんなフォントが合うか試してみましょう。

さあ、どれが一番しっくりしますか? /

- A. フォントにあった怖い話
- B. フォントにあった怖い話
- C. フォントにあった怖い話

ここでは「怖い」という言葉がポイントになります。怖い=緊張感、怯え、オカルトなどが頭に浮かぶと思います。大事なのは言葉のイメージから連想すること。そこからおのずとベストなフォントが見えてくるのではないのでしょうか。

また、フォントにはウェイト(書体の太さ)が幅広く作られているものが多数あります。この「太さ」によっても印象が大きく変わります。細いフォントは「シンプル・繊細・軽やかさ」、太いフォントは「力強さ・インパクト・目立つ」といった印象に繋がります。私たちはこのような印象に注目して日々フォントを選んでいきます。フォントひとつで印象が変わるのでデザインは奥深く面白いなと、あらためて感じつつ、今回はここまで。

今回のプチ紹介は「余白」です。(の予定...)

Topic

DIN FONT

デザイナーにも「好きなフォント」「苦手なフォント」があり、つつい好きなフォントばかり使ってしまう傾向があります。それが「DIN(ディン)」です。DINは、ドイツ工業規格の書体で、ドイツの高速道路などの道路標識や街中の看板のような工業製品などに使われています。東京オリンピックのロゴに使用されたり、今でも世界中で根強い人気のフォントです。

これが様々なところで目にするので、少々飽きつつもシンプルで使いやすく、クオリティを上げてくれる優れたフォントです。現在、Adobe fontとして使用可能なので、皆さんもぜひ一度試してみたいかがでしょうか。

USABILITY

PCで、スマホ画面を確認し、 (校正のための) キャプチャを取る方法

“糖質捜査官”
WEBディレクター 川出
K.KAWADE



様々なお客様のサイトをGoogle Analyticsを使って分析させて頂くことが多いのですが、ほとんどのユーザーがスマホで閲覧しています。

webサイトの制作をしていると、コンテンツが多く、スマホで見づらいうな~ということがよくあります。依頼主は、パソコンで確認しているので、気付かれないことが多いのかもしれませんが。ユーザーの閲覧している環境で確認の方が、伝わりやすい内容になります。

でも、全ページスマホで確認するのは難しい。

校正のための画面の画像も取得できない。

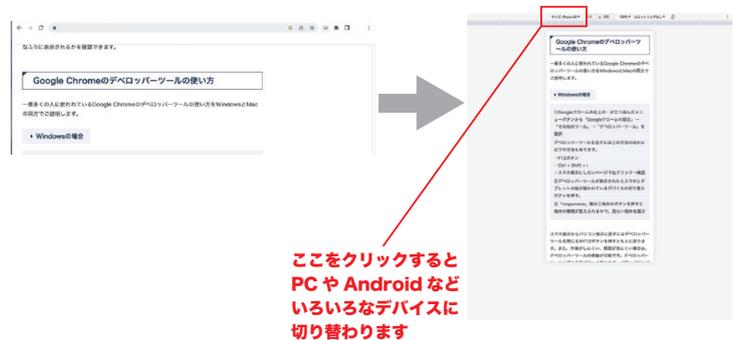
という声が聞こえてきました。

実は

PCで、
スマホ画面を確認し
(校正のための)
キャプチャを取る方法が
あるんです。

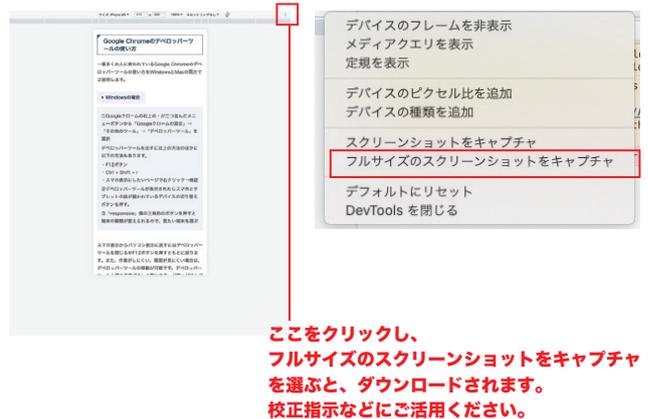
Google Chromeの場合

① PCのキーボードの **F12** を押す (デベロッパーツールが起動します)



② PCモードに戻りたいときは、**F12** を押す (デベロッパーツールを終了します)

③キャプチャを取得する場合



※他のブラウザの場合、弊社担当にお申し付けください。方法をお伝えします。

皆様のお客様(サイトユーザー)へ

皆様の思いが伝わりますように、これからも、最大限尽力させていただきます。
お困りのことがございましたら、ご遠慮なくお声がけください。