

さし絵 スゴジオ

活用大辞典

資料作成はこれで完璧!

ビジュアル文書研究会 著

Shusaku

さし絵スタジオは株式会社終作の登録商標です。
その他の商品名、会社名などは各社の登録商標または商標です。

まえがき

このたびは本書をお買い上げ頂きありがとうございます。
弊社の発売した「さし絵スタジオ」は、これまでにないコンセプトの商品です。
「きっと多くのお客様のお役に立つはずだ」
と期待する反面、
「使い道がわからなくて、とまどうお客様も多いのでは？」
という不安もありました。
そこで企画されたのが本書です。

この本はさし絵スタジオの操作方法ではなく、
「どういうときに役に立つか」
「どのように使うと効果的か」
といったことを中心に構成しました。読者の皆さんがさし絵スタジオで何かの
資料を作るときに、ぜひ参考になさってください。より効果的にさし絵スタジオ
を活用できるはずです。

この本とさし絵スタジオが、読者の皆さんのお役に立つことを祈っております。



株式会社 終作 代表取締役 古島終作

※本書はさし絵スタジオのマニュアルではありません。さし絵スタジオの操作方法
について、まずはさし絵スタジオ付属の「基本マニュアル」をご覧ください。

さし絵 スタジオ 活用大辞典

資料作成はこれで完璧!

登場人物	6
プロローグ	7

イラストで変わるあなたの文書

イラスト1つで理解度アップ	10
意味がなくても絵を入れよう	12
図解よりイラスト図解	14
人を使って印象アップ	16
写真よりイラスト	18
イラストは脳に優しい!	20
説明キャラで雰囲気をやわらげよう	24
文書に入る4要素	26

雰囲気を使いこなす

雰囲気の基本はこの2つ	30
安心感・ほのぼの感を出すには	32
もっと目立たせたい1 (太アニメ)	34
もっと目立たせたい2 (外輪郭)	36
もっと目立たせたい3 (影つき)	38
未知の新企画はシルエットで表現	40
お堅い文書もシルエット	42
ちょいワル商品は白黒で	44
かなりのワルも白黒で	46
競合製品はグレーにしよう	48
生産過程を格子線と単色格子で	50
特殊な雰囲気を使い道	52
雰囲気マップ	54

CONTENTS

向きを使いこなす

向きの基本は変えないこと	58
向きを変えて本文に注意を向ける	60
向きを変えてバグを隠す	62
光源を変えてムーディーに	64

人物を使いこなす

3つの人物タイプの特徴	68
思わぬシーンを作れる人物入れ替え	72
時間があるときは人物合成を使おう	74
擬人キャラで親しみアップ	76

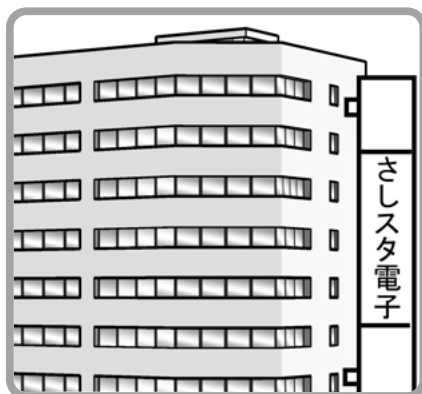
レイアウトで表現力アップ！

コピー貼り付けで切り抜きしよう	80
真横向きで新たなシーンをレイアウト！	82
斜め視点のレイアウトのコツ	84
群衆はシルエット+画像変換で表現	88
アニメ矢印はおすすめです	90
4コマ漫画で息抜きを	92
ページマンガはやめておこう	94

そのほかの小技集

素材がないときの対策	98
対話形式には顔をつけよう	102
こういう文書はイラスト禁止	106
まとめ	110

登場人物



どこかの都会の雑居ビル。ここに中堅メーカー「さしスタ電子」の本社と営業部が入っています。このお話には、さしスタ電子で働く3人の社員+αが登場します。



スタ子

さしスタ電子に入社して6年目のキャリアウーマン。たまにミスするけど、部長の片腕として活躍中。



部長

さしスタ電子の第3営業部部長。大きい会社ではないので、部長といっても部下は30人ほどだ。



さし夫

さしスタ電子の新入社員。社会人としての常識はほとんどゼロだが、発想は柔軟？



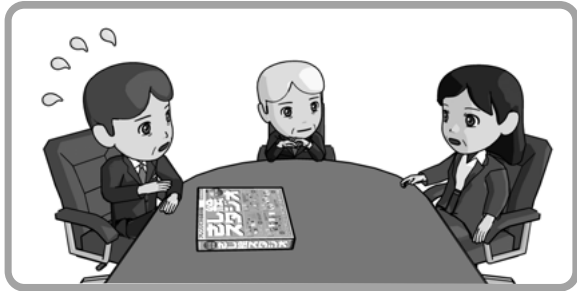
さしスタちゃん

神出鬼没のワンダーガール。命がけで(株)終作の製品を宣伝しているらしい。

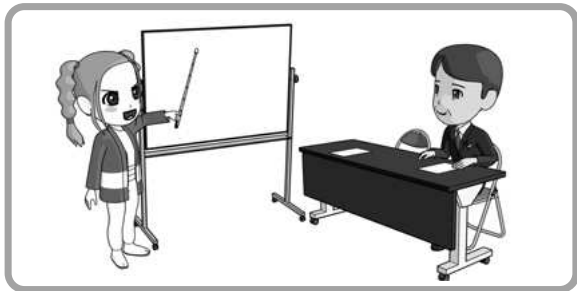
プロローグ

さし絵スタジオのおかげで降格の危機をまぬがれた部長は、すっかりさし絵スタジオを気に入ってしまいました。(パッケージ裏面の漫画参照)

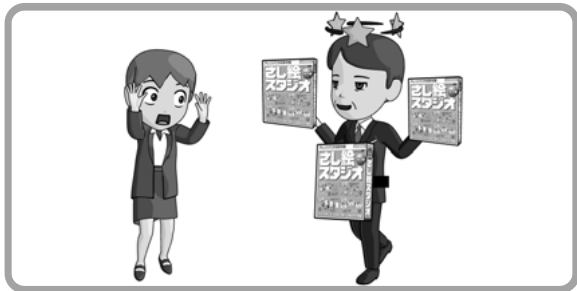
部長は社長にさし絵スタジオの全社導入を提案。スタ子さんの働きもあって、ついに、さし絵スタジオがさしスタ電子全社に導入されることになりました。



部長は自ら導入の責任者になり、(株)終作でさしスタちゃんからみっちりなさし絵スタジオ活用法のセミナーを受けました。(※実際にはそういうセミナーは提供されていません。)



そして、部長はすっかりさし絵スタジオ伝道者となって帰ってきたのでした。いつもの部長に戻るまで2、3日かかったそうです。



そんなとき、新入社員のさし夫君が配属されてきました。そこで、部長自らスタ子さんとさし夫君にさし絵スタジオ活用法を教えることにしました。さてさて、どうなることやら。



さし絵 スタジオ 活用大辞典

イラストで変わる あなたの文書

イラスト1つで理解度アップ

意味がなくても絵を入れよう

図解よりイラスト図解

人を使って印象アップ

写真よりイラスト

イラストは脳に優しい!

説明キャラで雰囲気をやわらげよう

文書に入る4要素



Effective usage of Sasie studio

イラスト1つで理解度アップ

見にくい

営業本部 お花見のお知らせ

待ちに待ったお花見の季節がやってきました。今週末には事務所近くのさしスタ公園でも桜が満開になるそうです。営業本部でもお花見を開催することになりました。皆さん、ふるってご参加ください。

日時: 4月6日(金) 17:30より
場所: さしスタ公園(さし夫君が場所取りしています)
参加費: 1000円(現地で徴収します)
お酒: 幹事側で用意しますが、持ち込み大歓迎

幹事 さし夫、スタ子

イラスト なし

文章だけの文書。お花見という楽しいイベントの案内なのに、やたらと堅苦しいです。

一目でわかる

営業本部 お花見のお知らせ

待ちに待ったお花見の季節がやってきました。今週末には事務所近くのさしスタ公園でも桜が満開になるそうです。営業本部でもお花見を開催することになりました。皆さん、ふるってご参加ください。

日時: 4月6日(金) 17:30より
場所: さしスタ公園(さし夫君が場所取りしています)
参加費: 1000円(現地で徴収します)
お酒: 幹事側で用意しますが、持ち込み大歓迎



幹事 さし夫、スタ子

イラスト あり

お花見のイラストを添えた文書。遠目にも何の文書かわかり、親しみをもてる雰囲気です。

イラストを添えるところが変わる

- ・ 何の説明か一目でわかる
- ・ 雰囲気をやわらげる

イラストで 変わるあなたの文書



部長、お花見の案内できましたよ。最初は文章だけだったけど、部長に言われたとおりイラストを添えたらいい感じね。見違えたわ。



うん、いいねいいね。お花見の案内程度なら文章だけでも内容は十分伝わるけれど、雰囲気が違うよな。**絵が入っていると雰囲気が和らいで、文章を読みみようという気になる。**文章だけなら読まなかった人も、これなら目を通す可能性大だ。



ぱっと見ただけで、何の案内か想像できちゃうから、イラスト入りの文章の方が理解も早い気がするわ。



そうだな。これくらいのイラストなら、さし絵スタジオでなく普通の素材集でも用意できそうだが、1つイラストを添えるだけで文書の出来が大きく変わることがわかったかな？



はい、ガッテンです。さし夫もわかった？



わかったけど、オレ、花見の場所取りっすか？ いやだなあ・・・(としいつつ、仕事さぼれてラッキーかも！)



意味がなくても絵を入れよう

眠い

<経済の起源は物々交換>
経済の起源は原始時代から行われていた物々交換だと言われている。大昔、魚だけ捕って暮らしている「魚村」と、木の実の採取だけで暮らしている「木の实村」があったでしょう。魚村の住人は木の実もほしいし、木の实村の住人は魚も食べたかったはずだ。そこで両者は魚と木の実を交換するようになる。誰かに強制されたわけではなく、お互いが特をするから交換する。それは今日の経済にも通じるかもしれない。

イラスト なし

文章だけの大学の講義資料。ずらずら文が書いてあるだけで、いかにも眠くなりそうです。

目立つ

<経済の起源は物々交換>
経済の起源は原始時代から行われていた物々交換だと言われている。大昔、魚だけ捕って暮らしている「魚村」と、木の実の採取だけで暮らしている「木の实村」があったでしょう。魚村の住人は木の実もほしいし、木の实村の住人は魚も食べたかったはずだ。そこで両者は魚と木の実を交換するようになる。誰かに強制されたわけではなく、お互いが特をするから交換する。それは今日の経済にも通じるかもしれない。



イラスト あり

人物のイラストを添えた文書。本文の内容と全く関係ありませんが、雰囲気は和らぎます。

意味のない絵も意味がある

- ・ 注目を集める（眠気覚まし）
- ・ 雰囲気をやわらげる



絵を選ぶ暇もないときは、関係ない絵を入れるだけでも効果あり

イラストで 変わるあなたの文書



これは、大学の講義内容っすか？ 思い出すなあ、あの眠くて退屈な日々を



うちの社内文書ばかりじゃ読者も退屈だろうから、作例にはいろんなジャンルの文書を入れることにしたぞ。このように、本文とは**全く関係がないイラストでも、注目を集めたり雰囲気をやわらげたりする効果があるんだ**。絵が入っていると「この文章は簡単な内容なのかも」と思ってしまうわけだな。絵を選ぶ暇もないときは、こういう使い方もありだ。



左の、文章だけの資料が出てきたりしたら、間違いなく寝ちゃいそう。ほとんど睡眠薬だな、これ。



でも、イラストがあるとつい目がいっちゃうわね。ついでに文章も読んでしまうかも。これは眠気覚ましになるわ



それにしても、このお姉さん、結構オレの好みかも。



そんなこと、関係ないでしょ！ バシッ



ははは、関係なくもないぞ。絵が注目を浴びすぎると本文の方に目がいかなくて、結果的に伝えたいことを伝えられなくなってしまう。主張の弱い、イラストタイプの人物を使ったほうがいいのかもな。このあたりは、後の章でじっくり説明しよう。



ちなみに、この例のようにずらずら文章を書くだけというのは、イラスト以前の問題よね。**段落を分けるとか箇条書きにするとかするべき**だわ。読者の皆さんは真似しないでね！

イラストで 変わるあなたの文書



さっきの資料を図解でまとめてみたぞ。だいぶ見やすくなったんじゃないかな？
左の図は一般的な文字図解。ビジネス文書ではこの手の図解はよく見かけるはずだ。
右の図はイラスト図解。図解の文字の部分をイラストに置き換えたものだ。



もちろん、イラスト図解の方がわかりやすいわよね。**一般的な図解は、全体としては絵だけど、「魚」とか「木の美」とかいう文字は読む必要があるから、なんか中途半端でちょっと見づらいわ。**



確かに見やすい気はするけど、そこまでやらなくても良いんじゃないかって気もするなあ。オレ、大学の卒論は左の図みたいな文字図解しか作りませんでしたよ。教授もそれで良いって言っていたし。



いやいや、良いものを作るのに遠慮はいらんぞ。これまでは自由にイラストを作れなかったからイラスト図解にしなかっただけで、さし絵スタジオがある今なら簡単にイラスト図解を作れる。さし絵スタジオを使えば、文字図解もイラスト図解も、作る時間は同じだしな。



そうよそうよ、さし夫、意外と保守的ねえ。



そもそも、昔のビジネス文書は活字だらけで文字図解なんてほとんど使われていなかったんだ。それがパソコンの登場で文字図解を簡単に作れるようになり、広く使われるようになった。さし絵スタジオという新しい手段ができたのだから、使う側も表現を進歩させて良いと思うぞ。



でも一つだけで注意。**イラスト図解は見やすいけれど、文字図解よりも正確さに欠けるわ。**講義やプレゼンなら口頭でも伝えるから間違えることはないでしょうけど、文書だけを相手に見せるときは誤解されないように気をつけてね。この例の場合、イラストの下に文字を入れられたり、「山村」「漁村」といった文字は残したりしても良いかもね。

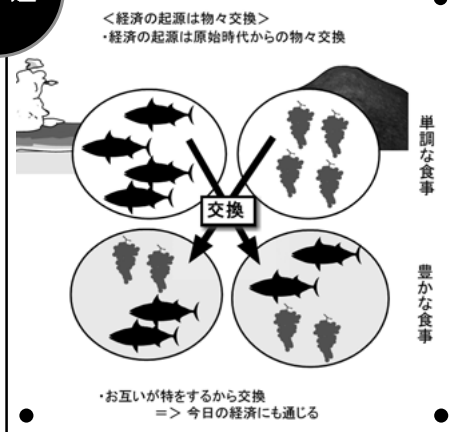


海産物



人を使って印象アップ

普通



人の顔 なし

イラストを使った図解。かなり見やすいです。

印象に残る



人の顔 あり

表情のついた人の顔を加えました。人の顔がついているとかなり印象に残ります。

表情のついた人物を加える

- ・印象に残る
- ・くだけた文書向き

イラストで 変わるあなたの文書



今度はさっきの文書に人物の顔を加えてみたぞ。表情がついているから「お互いが特をする」ことが一目瞭然だ。ちょっとくだけすぎの印象もあるけど、さらにわかりやすくなったのではないかな？



う、う〜ん。部長、これはさすがにやりすぎではないでしょうか？



たしかに、あまりお堅い場所では使わない方がよいかもな。でも、人は人間に興味があるし、原始以来相手の表情を見ながら自分の行動を決めてきたらしいぞ。だから、**表情のある人物は注目を集めるし、とりわけ印象に残るんだ。**

最初の、文章だけの単調な資料だと、ほとんどの学生は寝ているだけだろう。でもここまで来れば多くの学生が内容を理解して記憶にとどめてくれるだろうな。



こんな資料で講義を受けていたら、学生時代、試験前にあんまり勉強しなくてすんだらうになあ。



人物のイラストを入れる良さはわかるんだけど、なにか心に引っかかるのよねえ。



スタ子さんは、自分が原始人役でこの作例に出演しているのが気に入らないんですよね？！



その通りよ。しかも、あなたと一緒に出演しているのがね！



写真よりイラスト

見にくい

六角大王Super 人体作成機能の利用
正面の全身写真を撮ってください。
・両足を肩幅程度に開く。
・手をやや広げてペンギンのように。

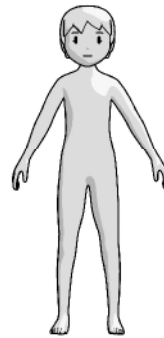


要素 写真

人物のポーズを写真で説明した図です。
ポーズがわかりにくいです。

見やすい

六角大王Super 人体作成機能の利用
正面の全身写真を撮ってください。
・両足を肩幅程度に開く。
・手をやや広げてペンギンのように。



要素 イラスト

同じポーズをイラストで表現しました。
格段に見やすいです。

イラストは写真より優れた点が多い

写真の特徴

- ・何が写っているのか見にくい
- ・余分なものも写っている
- ・高品質に作るにはコストが高い
- ・現場や自社商品などの紹介向き

イラストの特徴

- ・シンプルな線画なので見やすい
- ・必要なものだけ見せられる
- ・さし絵スタジオを使えば安価に作れる
- ・抽象的な概念の説明向き

イラストで 変わるあなたの文書



オレ、イラストってなんか抵抗あるんですよね。マンガは学生時代にさんざん
回し読みしたから、社会人になった今はもう卒業したいっす。
説明に使うのはイラストより写真の方が良くないっすか？写真の方がきれいで
洗練された感じがするし、デジカメがあれば簡単に撮れますよ？



現時点では、さし夫君のように思う人は多いだろうな。確かにきれいに撮れた
写真は印象に残る。しかし、説明に使うとしたら問題も多いんだ。
スタ子君、左の人物写真を見てどう思う？



そうねえ、この中年男性、いったい誰なのかしら？あんまりオシャレじゃない
わねえ・・・あ、ごめんなさい。ポーズを説明している場面なのに服がだぶだぶ
だったり、背景にとけ込んだりして見にくいわ。



そうだな。写真には、基本的に次の2つの問題がある。
・具体的すぎて、伝えたいこととは関係ないことが気になってしまう。
・背景に何かが写ったりして見にくいことが多い。



それに、この写真、いかにも素人が撮ったって感じでなんか安っぽいわ。



素人が撮った写真は、プロが撮った写真と比べるとやはり見劣りする。下手な
写真を使うと、イラストよりもずっと安っぽく見えてしまう
から気をつけよう。これを避けるにはモデルを雇って、スタ
ジオを借りてプロのカメラマンに撮ってもらうしかないな。

この写真なんかモデルを雇ってスタジオで撮ったそうだけ
ど、安くても10万円近くかかるらしいぞ。ポーズを指示した
りするために社員が出向かないといけないし、大変なコスト
がかかるんだ。



みなさん、イラストの良さがわかったでしょうか？
ただ、**現場写真とか、自社製品の写真なんかはイラストより写真の方がより具
体的で説明としても優れているのよね**。使い道に応じて使い分けましょう。



イラストは脳に優しい！



前のページの説明で、写真に比べてイラストには様々な利点があることを分かってもらえたかな？

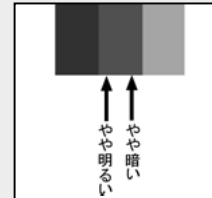


はい！



実は、もっと本質的なところで写真よりもイラストの方が優れた点があるんだ。**イラストは人間の脳から見ても、写真より見やすいもの**なんだよ。

さて、右の図を見てくれるかな？じいっと見ていると、真ん中の帯の左側はやや明るく、右側はやや暗めに見えるはずだ。（※個人差があります）



あ、ほんとだ。



でも、印刷上は3つの明るさで塗り分けているだけだから、真ん中の帯の物理的な明るさは同じ。本来はのっぺりと同じ色で見えるはずなんだ。



ええ?!なんかコワイっすね。オレの目、なんか変なのかな？



心配しなくても良いぞ。もともと人間の視覚がそのようにできているからなんだ。人間の目（というより、視覚情報を受け取った脳）は、物の輪郭線を大きめに把握するようにできているんだよ。だから、3つの色の境目が強調されるように、真ん中の帯の左側は明るめに、右側は暗めに見えるんだ。いや、もしかしたら逆に、境界線を認識しているから明るさが変わって見えているのかも知れないな。



人間の視覚って意外と当てにならない物なのね。映像的に、見たままの物を目で見ているのかと思っていたわ。



動物の視覚自体が「あるがままに見る」ことが目的でなく、「それがなんなのかを把握する」ことを目的に発達した物だからな。見えた物が天敵なのか、食料なのか、素早く正確に把握しないと生き残れなかったのだろう。



視覚には、人間のサバイバルの歴史がつまっているんスね。



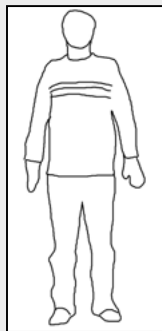
さし夫もたまには難しいこというのね。雪降らないかしら・・・



人間が物を見るときには輪郭線が強調されるのは分かったかな？ さて、人間が物の形を把握するときは、主に、この輪郭線の情報を使っているのではないかとされているんだ。



網膜に映る映像



脳で輪郭を抽出



輪郭から形を理解

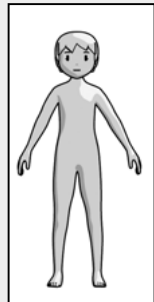


こ、これは！！ 脳の中でマンガが作られているんスカ??

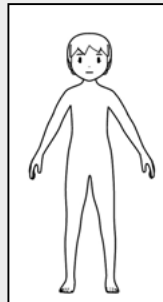
次のページに続く→



オッホン。マンガというより線画と言ってほしいが、まあ同じかな。そのとおり、人間の脳は網膜の映像から線画を作った上でそれを理解しているわけだ（もちろん無意識にだけ）。そして、イラストを見るときはこうなる。



網膜に映る映像



ほとんどそのまま



輪郭から形を理解

人の形ね！

脳



つまり、**脳があまり動かなくても形を理解できてしまうわけね！**



イラストが見やすい理由が分かったかな？ イラストというのは普段目している現実の風景とは一見異なるものだが、**脳内的には写真よりも親しみのある映像**といえるかもしれない。

実際には人間の視覚は輪郭線だけでなく、色の違いや明暗なども含めて総合的に形を把握しているようだがな。



いやー。よかったよかった。オレも、イラストの方が見やすいと思っていたんすよ。でも、学生時代のマンガの読み過ぎかなあと思って認めたくなかったんだよね。これで安心してビジネス文書にイラストを入れられるなあ。



昔のことはいいけど、これからちゃんと仕事覚えなさいよ！





説明キャラで雰囲気をやわらげよう

バラバラ

【中高年向けゲーム市場の特徴】

- ・購入までの敷居が高い
- ・ゲーム機を持っていない。
- ・ゲームに対する誤解・偏見。
- ・機械操作への不慣れ。
- ・おもちゃ売り場への抵抗感。



【中高年市場における我が社】

有利な点

- ・日帰り温泉施設運営によるお年寄りとの距離の近さ。
- ・中高年スタッフの存在。
- ・豊富な既存コンテンツ。

不利な点

- ・参入の遅れによるネームバリュー不足。
- ・入力デバイス開発経験の不足。

キャラクター バラバラ

何かのプレゼン資料。悪くないですが、イラストにまとまりがありません。

統一感

【中高年向けゲーム市場の特徴】

- ・購入までの敷居が高い
- ・ゲーム機を持っていない。
- ・ゲームに対する誤解・偏見。
- ・機械操作への不慣れ。
- ・おもちゃ売り場への抵抗感。



【中高年市場における我が社】

有利な点

- ・日帰り温泉施設運営によるお年寄りとの距離の近さ。
- ・中高年スタッフの存在。
- ・豊富な既存コンテンツ。

不利な点

- ・参入の遅れによるネームバリュー不足。
- ・入力デバイス開発経験の不足。

キャラクター 統一

人物を統一してみました。よりフレンドリーな感じです。

長い資料で「説明キャラ」を登場させると親しみが増す

- ・一緒に読み進めている雰囲気を与える。
- ・短所、長所、解決策などで感情移入できる。
- ・一人で飽きそうなときは2, 3人に増やそう。

イラストで 変わるあなたの文書



今度は、プレゼン資料に人物を入れてみた。右の例では3人の人物が同じ人、同じ雰囲気（タッチ）であることに注目してほしい。これがいわゆる「説明キャラ」なんだ。説明キャラが重要な文を指さしたり、表情を変えたりすると親しみやすい雰囲気になるぞ。



人が同じだと何か変わるんですか？



次から次へと違う人が出てくると一貫性がないし、見ている人は不安を感じる。しかし、同じ人物を使い回すとそれが変わるんだ。この例だと2ページしかないからわかりにくいけど、何十ページもある資料すべてで同じ人を使い回すんだよ。そうすると、**退屈な(?) 資料もその人物と一緒に読み進めているように感じられて親しみやすい雰囲気になる。**



これは、いままでの素材集では真似できないわね。さし絵スタジオなら、同じ人物の表情を変えたり、いろんなポーズをとらせたりできますものね！表情に合わせて感情移入しちゃうかもね。




ただ、長い資料で1人だけを使い回すと飽きるから気をつけよう。長い資料では、場面に変化をつけたり、2, 3人の掛け合いにしたりするとよいだろうな。



オレ達って「説明キャラ」だったんスね。読者の皆さん、よろしく！



文書に入る4要素

要素	具体例	長所	短所
文 本報告書の要点は	タイトル、文章、箇条書きなど	物事を確実に伝えられる。	読むのに時間がかかり、難解なことも。
図表 	表、グラフ、構成図	わかりやすい	構成要素の文は読まねばならない。
イラスト 	クリップアート、CG、さし絵	一目で分かる	素人が作るの難しかった。
写真 	現場写真、実例、イメージ写真など	一目で分かる	余計な情報まで与えてしまう。高品質な物は素人には作れない。

文書には4つの要素がある

ビジネス文書には、大きく分けると「文、図表、イラスト、写真」の4つの要素が含まれています。文章が最も抽象的で、写真が最も具体的、図表やイラストはその中間的な位置づけです。

4要素をバランス良く活用 ➡ わかりやすい文書

イラストで 変わるあなたの文書



文書の要素は大きく分けると「文、図表、イラスト、写真」の4つになるんだ。わかりやすい文書のためにはこの4要素をバランス良く活用すればよいわけだな。



あー、今なら音楽や動画なんかのマルチメディアも入るんじゃないですか？



(いきなりっこむなよ) 音楽や動画も必要だが、現実的には利用するのは難しいだろうな。ビデオカメラがあれば簡単に動画も作れるけれど、素人の撮った品質の悪い動画を使うと逆効果だ。現在、音楽や動画はネットで多く流通しているけれど、そのほとんどは映画や楽曲のようにコンテンツそのものを目的に作られている。何かの説明のために音楽や動画を作ることは少ないんじゃないのかな？企業のCMなんかはその少ない例だろうね。
とりあえず、**音楽や動画は利点も欠点も写真と同じような物**と考えてくれ。



で、今回のポイントは？



4つの要素のうち、イラストだな。これまでは融通のきかないクリップアートを使うか、プロに描いてもらうか、どちらかの選択肢しかなかった。でも、**さし絵スタジオが登場した今では、より多くの分野でイラストを利用できるようになった**。ぜひ積極的に使ってほしいな。



ちなみに、「イラスト」というと芸術的なイラストレーションの意味もあるけど、この本ではもっと気軽なさし絵とか、説明イラストとかの意味で使っています。そこだけ注意してね。

さし絵 スタジオ 活用大辞典

雰囲気を使いこなす

雰囲気の基本はこの2つ
安心感・ほのぼの感を出すには
もっと目立たせたい1 (太アニメ)
もっと目立たせたい2 (外輪郭)
もっと目立たせたい3 (影つき)
未知の新企画はシルエットで表現
お堅い文書もシルエット
ちょいワル商品は白黒で
かなりのワルも白黒で
競合製品はグレーにしよう
生産過程を格子線と単色格子で
特殊な雰囲気を使い道
雰囲気マップ



雰囲気の基本はこの2つ

気軽な 文書



人物



マンガタイプ

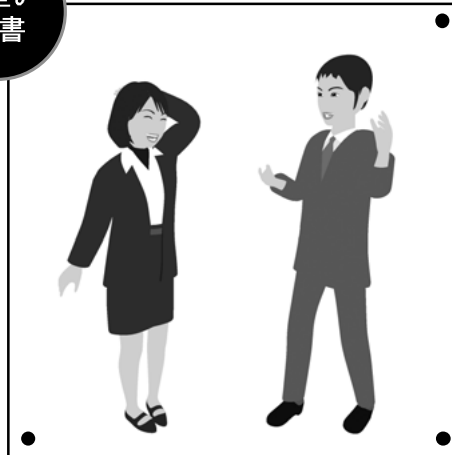
雰囲気



アニメ調

人物はマンガタイプ、雰囲気はアニメ調にしました。楽しそうな雰囲気、存在感があります。

お堅い 文書



人物



リアルタイプ

雰囲気



べたぬり

人物はリアルタイプ、雰囲気はべたぬりにしました。ややお堅い雰囲気、存在感は弱めです。

基本はこの2タイプ、状況に応じて使い分けよう

見やすい	↔	やや見にくい
存在感あり	↔	存在感なし
表情よくわかる	↔	表情わかりにくい
くだけた印象	↔	お堅い印象、洗練された印象

雰囲気 を使いこなす




う～ん、どうしよう。さし絵スタジオは「雰囲気が変わる」のが良いけれど、人物は3種類、雰囲気は15種類もあって、どれを使えば良いのかいつも悩んじゃうのよね。



心配ご無用。左の2パターンのどちらかにすれば大抵の文書に対応できるぞ。くだけた印象で雰囲気をやわらげたいときは「マンガタイプ+アニメ調」、お堅い印象で高級感を出したいときは「リアルタイプ+べためり」がよいだろう。



アニメ調もべためりも、ださくないですか？ せっかくデータが3Dなんだから、CGっぽくてかっちょいい  リアルを使いたいなあ。

こんな感じ



気持ちはわかるが、あくまで商品・サービス・出来事を説明するためにイラストを使うべきだな。見る人がイラストそのものに見とれてしまっただけはむしろ逆効果だ。アニメ調やべた塗りはムダが省かれて見やすく、物事の説明にはぴったりだ。



ついでに言うと、さし絵スタジオのリアルタイプって「本当にリアルなCG」と比べるとなんか安っぽいのよねえ。小物類なんかは結構良いけど、人物のリアルタイプはいまいちだと思うわ。私はあまり使いたくないわ・・・



それだけは言わんといて。



安心感・ほのぼの感を出すには

普通

安心のために

当病院では少しでも患者の皆様の不安を取り除くことを目標にしております。分からないこと、疑問に思ったことはご遠慮なく医師、看護師にお尋ねください。

○×病院



雰囲気



アニメ調

病院のポスターです。特に悪くはありません。

ほのぼの

安心のために

当病院では少しでも患者の皆様の不安を取り除くことを目標にしております。分からないこと、疑問に思ったことはご遠慮なく医師、看護師にお尋ねください。

○×病院



雰囲気



べたぬり

雰囲気をべた塗りにしました。ほのぼのした感じになり、文章も引き立ちます。

べたぬり表示の特徴



- マンガっぽくない ➡ お堅い文書もOK
- ほんわかした雰囲気 ➡ 安心感
- 絵が目立たない ➡ 文章が引き立つ
- ×絵が目立たない ➡ イラストが重要なら不向き。

雰囲気

を使いこなす



右の絵と左の絵、どっちがいいかな？



部長、オレ看護婦さんなら誰でも好みっす。



そういう問題じゃないでしょ！ 右の「べためり表示」の方がほんわかしていて安心感のある雰囲気じゃないかしら？



そうだな。べためり表示は医療分野、保育分野の文書ではお勧めだ。ただし、絵が目立たなくなってしまうから注意しよう。



この文書のようにイラストに重要な意味がないときは、かえって絵が目立たない方がいいわよね！



目立たなくても優しい看護婦さんが最高っすね！



もっと目立たせたい1 (太アニメ)

普通



雰囲気



アニメ調

普通のアニメ調。線が細く、すっきりした印象です。

目立つ



雰囲気



太アニメ調

太アニメ調。線が太くて、より見やすい感じがします。

太アニメ調の特徴



- ・絵が目立つ。
- ・素材によっては見にくくなるので注意。

雰囲気 を使いこなす



通帳を見ているのね。初月給の喜びを思い出すわ。でも、この喜びを・・・



もっと強調したいのよね！



それなら 太アニメ調だな。輪郭線が太くなって、イラストとしてさらに見やすくなるぞ。それに、絵として目立つようになる。



さっそく試してみま～す。



あ、あれ？かえて見にくくなっちゃった。キーボードが目詰まりしているみたい。部長、どうして？



残念だったね。輪郭線が複雑な素材ではかえて見にくくなることもあるんだ。気をつけよう。ちなみに、「図形のプロパティ」パネルの「線幅」で線の太さは自由に変えられるぞ。見にくくならない程度に線を太くしてもいいかもな。アニメ調では普通3pt、太アニメでは6ptの太さだ。





もっと目立たせたい2 (外輪郭)

普通



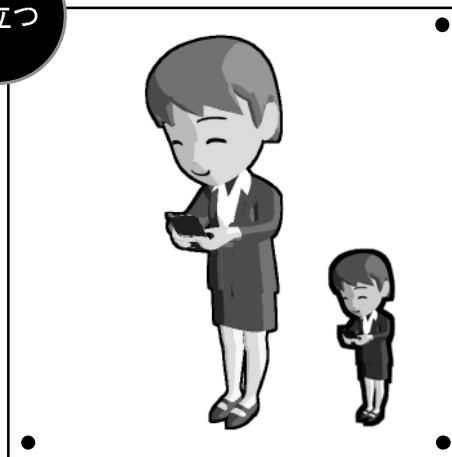
雰囲気



アニメ調

普通のアニメ調。線が細く、すっきりした印象です。

目立つ



雰囲気



外輪郭

太アニメ調。外の輪郭線だけ太く表示されます。絵が小さくても見やすいです。

外輪郭の特徴



- ・絵が小さくても見やすい。
- ・素材によってはアニメ調、太アニメ調より見にくいことも。

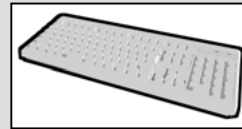
雰囲気 を使いこなす



太アニメでは見にくくなってしまったときには 外輪郭を使ってみよう。特に、**絵を小さく縮小して使うときはアニメ調よりも目立つはずだ。**



それじゃ、前回のリベンジ、やってみます。



あれ～！またもや見にくいっすよ。これじゃ豆腐かこんにゃくだ。



内側の輪郭線が表示されないから、これも素材によっては見にくくなってしまっぞ。気をつけてな。



アニメ調と 外輪郭の中間、というか、周りの輪郭だけ太くて、内側の輪郭を細く見せたりはできないのかしら？



ふふふ、待っていました。それも、さし絵スタジオならできるぞ。アニメ調にしてから図形プロパティパネルの **効果** ボタンを押して、「縁取り」を選択しよう。それから色を黒に、幅に5くらいの数字を指定すればOKだ。



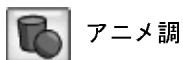
またやってみま～す。あ、今度はうまくいきました！





もっと目立たせたい3 (影つき)

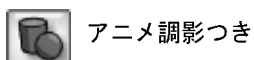
普通



アニメ調

普通のアニメ調。

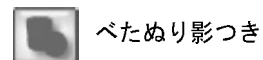
目立つ



アニメ調影つき

アニメ調影つき。影がついているので目立ちます。

やや目立つ



べた塗り影つき

べた塗り影つき。本来目立たないべた塗りですが、影があるので目立ちます。

影つきの利用



雰囲気を変えずに絵を強調したいときは、「影つき」を使おう

雰囲気 を使いこなす



今回の資料は顧客向けだから、洗練された雰囲気の[■]べた塗りを使っています。でも、1カ所だけイラストを強調したいところがあるのよねえ。強調したいからと言って、ここだけ[■]アニメ調にするのも変な気がするし。部長、こういうときはどうしましょう？



スタ子君が悩んでいるように、同じ資料の中で[■]アニメ調と[■]べた塗りを混在させるのは、できれば避けた方が良さそう。基本的には、同じ資料の中では雰囲気をそろえた方が見る側は安心するだろう。特に、同じ人物を使い回しているようなときは、雰囲気が変わると変に思われるかも知れない。



で、どうすれば良いんですか？



(だから途中でつっこまんでくれよ・・・) そういうときには「影つき」を使おう。[■]アニメ調影つきと、[■]べたぬり影つきの2種類あるぞ。イラストに影がついて強調されるから、結構目立つようになるぞ。特に、[■]べたぬり影つきは、本来目立たないべた塗りのイラストを強調する物だから、けっこう便利だ。



わあ、助かったあ。部長、ありがとうございます！



ちなみに、これも図形プロパティパネルの^{効果}ボタンを押して、いろいろいじると設定を細かく変えられるぞ、暇な人はいじってみよう。

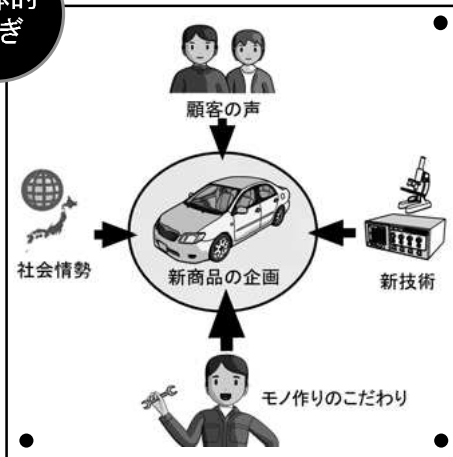


それってやっぱりオレのことっすか？



未知の新企画はシルエットで表現

具体的
すぎ



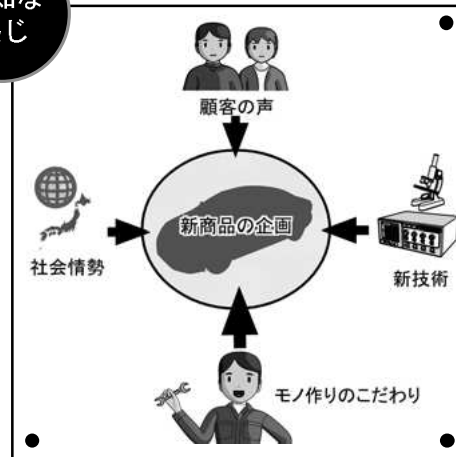
雰囲気



アニメ調

新商品の企画のために必要な要素を図にしました。未知の企画のはずなのに、この車は・・・

未知な
感じ



雰囲気



シルエット

新商品は、これから作る物なので、シルエットにして、あえてわかりにくくしました。

シルエットの利用



これから作る新商品、新サービスはシルエットで表現する。

雰囲気

を使いこなす



左側の作例につっこみをいれてくれませんか？ さし夫君、いつものノリでつっこみ入れてくれないかね？



アニメ調で見やすいし、言うことないと思いますけど・・・



「**新商品**」のはずなのに、これって町で良く見るカーラじゃないの？
ってことですよ！




正解。さすがスタ子君だな。町で良く見るかどうかは重要じゃないけど、イラスト自体が具体的すぎるのが問題だな。これから作る新商品なのだからはっきり形が分かるのは変だ。

そこで、新商品がわざと見にくくなるようにシルエットで表現したのが右の例だ。雰囲気はぴったりだし、上に文字を重ねても見やすいので便利だ。



新商品はシルエットね！



よく分からない感じといたら、ぼかしでもいい気がするけど、ぼかしじゃだめなんすか？ こんな感じで。



つっこみはできなかったが、いいところに気がついたね。ぼかしも、あえてイラストを見にくくするものだ。しかし、「未知のもの」というより「物はあるけどよく見えない、よく分からない」といったニュアンスが強いんだ。ちょっとネガティブな意味合いだね。新企画の象徴には使わない方がよいだらう。



お堅い文書もシルエット

普通



雰囲気



アニメ調

お役所に提出する報告書のようなお堅い文章とアニメ調はちょっと合わないかも知れません。

お堅い



雰囲気



シルエット

イラストをシルエットで表現してみました。お堅い雰囲気に合うようです。

シルエットはお堅い雰囲気を醸し出す



- ・イラストの見やすさや、雰囲気をやわらげる効果はない。
- ・お堅い印象を保てる。

雰囲気

を使いこなす



これはお役所（自治体）に提出する資料の一部のようだな。**お堅い文章の内容に、アニメ調のイラストは不釣り合い**かも知れないな。この場合、イラストに重要な意味があるわけではないから、右のようにシルエットを使うのがよいだろう。



うわ～。堅い文章って苦手。



私も昔はそう思っていたけれど、**堅い文章も悪いことではないわ。堅い文章の方が内容を簡潔に表現できる**から、理解が早くて助かるのよ。仕事でなければ、あまり読みたくないですけど。



あれ、そうだとすると、理解しやすい文章には、理解しにくいイラストしか使えないってことですか？それは困るなあ。



スタ子君の言うことも間違いではないが、「**堅い文章**」と「**簡潔な文章**」は微妙に違うぞ。あまり好きではないが、「私は難しい仕事をやりましたよ」と印象づけたいときにはとにかく堅い文章にしたほうがいいだろう。そんなときはシルエットを使えばお堅い印象を保てるな。



最近はお役所のほうが率先してマンガチックな広報文書を出したりしているから、そんなに堅さにはこだわらなくてもよいのかもしれないわね。それから、シルエットを使うとイラストが見にくくなってしまいうので気をつけてね。



Effective usage of Sasie studio

ちよいワル商品は白黒で

普通

Sashisuta Rocker

バンド用品 格安通販！



雰囲気



アニメ調

普通のアニメ調で表現した、バンド用品の通販ショップのサイトです。

印象的

Sashisuta Rocker

バンド用品 格安通販！



雰囲気



白黒

イラストを白黒にしてみました。かなり印象的です。

白黒表示は印象に残る



- ・男らしさ、不良っぽさの演出向き。
- ・人によっては嫌悪感を持つことも。

雰囲気

を使いこなす



かっこいい！ 白黒表示なんて、何に使うんだろうと思っていたけど、こういうのにぴったりですね。右の作例、ロックな雰囲気出ていますよ！ オレも高校時代はバンドにあこがれたんだよなあ（結局やらなかったけど）。



そうかしら？ 私は左のアニメ調の方が好きだわ。白黒表示ってなんか怖いというか、攻撃的な感じがして好きになれないのよね。



白黒表示は人の好みが変われるから、使い道に気をつけよう。白黒表示は「あくの強さ」が特徴だ。男らしさとか不良っぽさの演出にはぴったりだな。

- ・ロック
- ・大型バイク
- ・強いお酒
- ・タバコ

なんかに関連する商品のイメージに合いそうだ。逆に、このあくの強さが嫌がられることもあるんだ。スタ子君のようにね。あまり一般的な商品には合わないかもな。



今回は、あくの強い男で決めてみたぜ。



やあねえ、男って。私はほんわかべた塗りさんが良いわ。



ワシなんか、サイバーパンクだぞ！

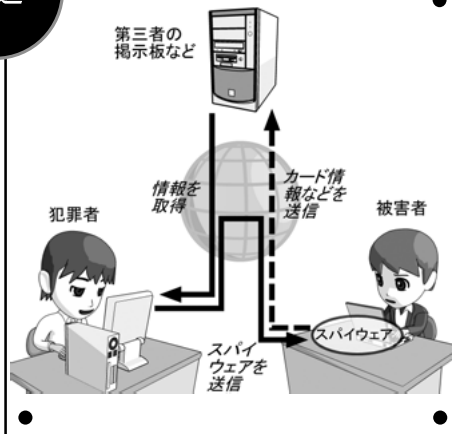


しまった。乗せられてしまった。ところで、この白黒表示、イメージイラストとしては使えるが、やっぱり形が見にくいから、具体的な説明などには使わない方がいいぞ。次ページで説明する特殊な例を除いてな。



かなりのワルも白黒で

普通



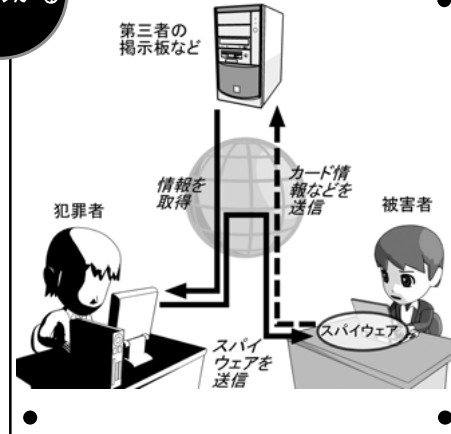
雰囲気



アニメ調

犯罪者らしさをずるそうな表情で表現しました。

よくわかる



雰囲気



白黒表示

イラストを白黒表示にすることで犯罪者を表現しました。一目で被害者との違いがわかります。

白黒の利用

白黒表示は犯罪のイメージに使える

雰囲気

を使いこなす



こ、これは！



あらあら、さし夫君。かっこいい男のはずだったのに、犯罪者になっちゃったわねえ。



はははは、すまん、さし夫君。☑白黒表示は犯罪の表現にもびったりなんだ。

男らしさ・不良っぽさ → 反社会的 → 時には犯罪
というイメージの連想があるからだろうな。逆に、反骨精神を感じるからかっこいいのかも知れない。



そ、そうっすよね。時にはルールを破ってでも正義を貫くのが男ですよ！



この作例は、ルールを破って私腹を肥やす人のようだけどね。さし夫は犯罪者にならないでよ！



当然じゃないスカ。スタ子さん、あんまりいじめないでくださいよ。



ところで、☑アニメ調の作例も、表情で「悪いことをしている」雰囲気がよく出ている。でも、☑白黒表示のほうが、善良な市民である被害者（＝スタ子君）との違いがはっきりしてわかりやすいな。



やっぱり、私の好みって善良な市民そのものなのねえ。ふいふい〜。



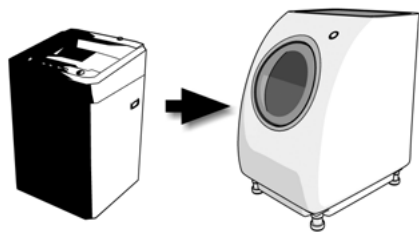
スタ子さん、表情が犯罪者になっていますよ・・・



競合製品はグレーにしよう

強い
否定

これからはドラム型！



雰囲気

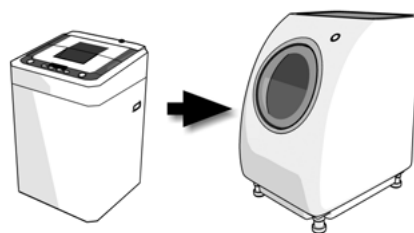


白黒表示

旧型の製品を白黒表示で表現しました。
ちょっときつい表現です。
(※ドラム型製品はカラー表示です。)

弱い
否定

これからはドラム型！



雰囲気



グレー表示

旧型の製品をグレー表示で表現しました。
やんわりとした表現です。
(※ドラム型製品はカラー表示です。)

競合製品・旧製品はグレー表示で



- ・適度に陳腐さを表現できる。
- ・「昔の出来事」の表現にも使える


雰囲気

を使いこなす



「この前、いとこの家に行ったらドラム型の洗濯乾燥機が置いてあったのよ。私もほしくなっちゃった。縦型の普通の洗濯機はもう、時代遅れよねえ！」
・・・あら、ちょっとヤラセっぽかったかしら？



いや、ご苦労。そういう気持ちを実感したいときは、グレイ表示を活用しよう。古い商品や、競合製品を表現するのにぴったりだ。



あの、左側の白黒表示はやっぱりだめなんスか？



この場合は使わない方がよいだろうな。こういう時の白黒とグレイのニュアンスは

白黒表示=「強烈に否定する」

グレイ表示=「やんわりと否定する」

といったところだろう。ちょっと古いとか、機能が落ちる、くらいだったらやんわりと否定する程度でよいのではないかな？ 会社のラインナップに縦型洗濯機が残っていたり、旧製品を大切に使用しているお客さんがいたりすると、強い否定は逆効果だ。



それに、他の会社や商品を強く否定するのは、日本では嫌がる人が多いわよね。



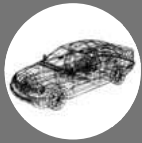
ということは、海外では白黒表示の方がいいのかも知れないスね。



そこまではわからんが、いい着目点だな。雰囲気を使い分けは、国や地域や時代によって変わるものだから気をつけよう。どういう相手に見せるものなのかを常に忘れないようにしてくれ。

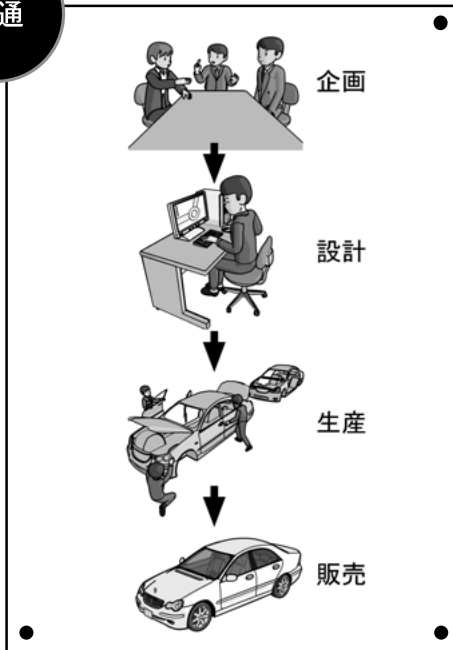


ついでにいうと、「昔の出来事」を表現するときにもグレイ表示は有効よ。覚えておいてね。



生産過程を格子線と単色格子で

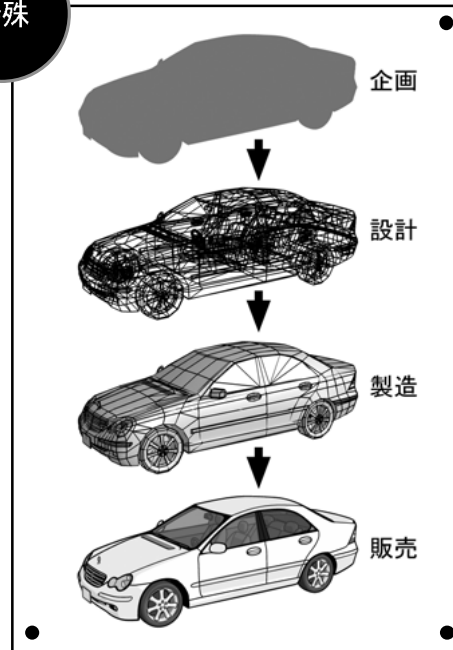
普通







すべて  アニメ調

工業製品の生産過程を普通のイラストで表現しました。一般的です。

特殊



 シルエット  格子線
 単色格子  アニメ調

工業製品の生産過程を、雰囲気を変えることで表現しました。やや特殊ですが、よい面もあります。

格子線や単色格子で生産の過程を表現できる  

- ・ 格子線 → 何かをパソコンで設計している状態
- ・ 単色格子 → 工業製品などを作りかけの状態
- ・ 明確な表現ではないので、補足説明を忘れずに

雰囲気

を使いこなす



最初に言っておくが、今回の作例はどちらかというと**左の表現の方がわかりやすくてよい**かもしれない。

左：企画・設計・生産・販売、を具体的に表していてわかりやすい。
右：ちょっと抽象的だから、文字の補足を入れないとわかりにくい。
右の例は下手すると「CGの作り方」と思われてしまうかもしれないから注意しよう。



え？ それじゃあ右の作例はいい・

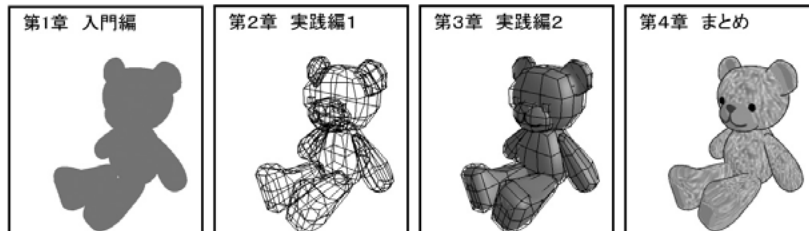


こんなところは**右の作例のよい点**かな。

- ・「生産現場の素材」がなくても「作りかけ」の状態を表現できる。
- ・素材を探す手間が一回だけですむ。
- ・同じ素材を使い回しているのだから、一貫性がある。



一貫性があるから、解説書や教育資料の冒頭にも使えそうね。終了・完成に近づく**雰囲気**を出せるわ。例えばこんな感じで。



オレとしては、「素材を探す手間が一回だけですむ」ところが**魅力**だなあ。楽しんで資料を作れそうだよ。



特殊な雰囲気の使用道

不明瞭



雰囲気



ぼかし表示

「よく思い出せない」状態をぼかし表示で表現してみました。

きれい



雰囲気



アニメ調リアル



リアル

炊飯器をアニメ調リアルで、鍋物をリアルで表示しました。結構きれいです。

ぼかしとリアルの利用



ぼかし表示 ➡ よく思い出せない、アイデアがまとまらない、表現
アニメ調リアル、リアル ➡ 小物類の高級感を出す

雰囲気

を使いこなす



今回はにぎやかですね。



残りの雰囲気もわりと特殊だから、まとめて紹介しよう。
まずは ぼかし表示だ。ぼかし表示は「よく思い出せない」とか「アイデアがまとまらない」状態の表現に合っているぞ。



わざと見にくくする、という意味ではシルエットに近いのだけれど、やや悪いニュアンスなのよね。

シルエット → 未知のもの、これから作る物
 ぼかし表示 → 対象が存在するけれど、自分にはわからない
という感じかしら。



そうだな。ぼかし表示を使う場面は限定されそうだ。
さて、次に アニメ調リアルと リアル表示だ。工業製品や加工食品などの小物類はこれらで表示するとかっこよく見えるときがあるぞ。高級感を出したいときに使ってみよう。



リアル表示 → 高級感があり、写真に近いが、見にくい
 アニメ調リアル → 高級感があり、かなり見やすい。
リアル表示とアニメ調の中間

といった感じね。



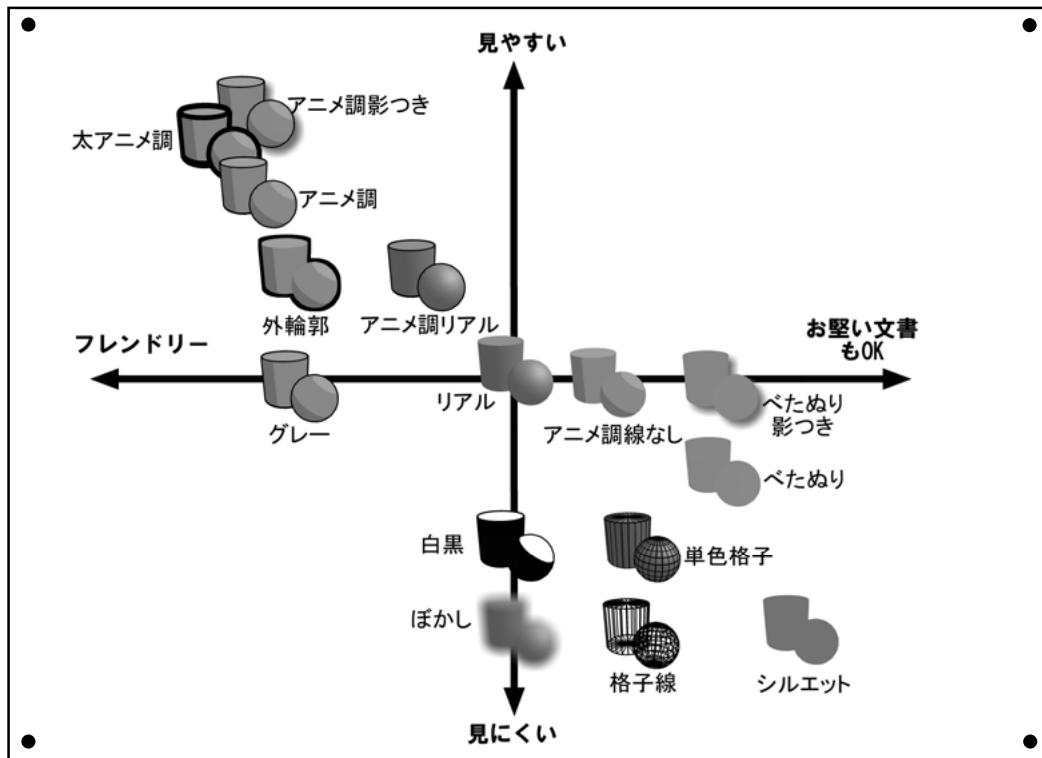
でも、人がいる素材をリアル表示すると安っぽく見えちゃうから、気をつけたほうがよさそうだな。

リアル表示の人物





雰囲気マップ



各雰囲気ボタンの見やすさとフレンドリーさをまとめるとこの図の通りです。

雰囲気のとまとめ

- ・各雰囲気の特徴をよく把握しよう
- ・人物以外の素材ならフレンドリーな雰囲気でもお堅い文書に使える

雰囲気

を使いこなす



いろんな雰囲気の使い方が出てきたけど、まとめるとこのグラフの通りだ。着目点はこの2つ。
・見やすいかどうか
・お堅い文書にも使えるかどうか
それぞれの特徴をよく把握した上で使い分けるようにしよう。
ただし、人物以外の素材（小物類など）なら、アニメ調なんかでもお堅い文書に使って良いかもしれないな。



うわー、すごいっすね。これだけ並ぶとやっぱり迷っちゃいそう！



大丈夫。迷ったら、基本に戻って**アニメ調**か、**べためり** のどちらかにすればいいのよ。
ところで、見やすく、お堅い文書もOKというのはないのかしら？ そういうのがあると嬉しいのになあ。



残念ながら今のところ、見やすくお堅い文書もOKなタイプ（グラフの右上）はないな。これは、技術的な問題ではなくて人の印象の問題だからどうしようもないんだ。なぜかという、今の世間には
見やすい → **わかりやすい** → **子供向け** → **フレンドリー**
アニメ調 → **マンガ・アニメ** → **娯楽** → **フレンドリー**
という2種類の先入観が存在するからだ。見やすいものは必然的にお堅い文書には使えなくなってしまうな。



困ったわねえ。そんな先入観、吹き飛ばしてほしいわ。



でも、悪いことばかりではないぞ。イラストが持っている
イラストがある → **雰囲気が和む**
イラストがある → **わかりやすいような気がする**
という効果は、「見やすいものはフレンドリーだ」という先入観があるから生まれているのだと思うぞ。
お堅い文書にもアニメ調の人物を入れられるような時代が来たら、意味のないイラストを添えただけの文書は「特にわかりやすくはない文書」とみなされるようになるかもしれないな。

さし絵 スタジオ 活用大辞典

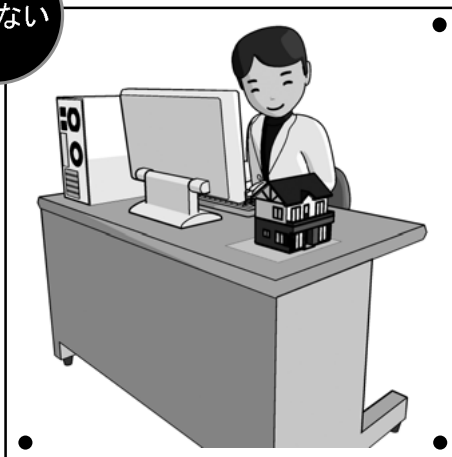
向きを 使いこなす

- 向きの基本は変えないこと
- 向きを変えて本文に注意を向ける
- 向きを変えてバグを隠す
- 光源を変えてムーディーに



向きの基本は変えないこと

見えない



向き 変更

人物の顔がよく見えるように素材の向きを変えました。しかし、モニターの内容が見えないので、何をやっているのかよくわかりません。

見える



向き そのまま

素材のもともとの向きです。モニターの内容が見えるので、家の設計をしていることがわかります。

素材は、いちばん見栄えがよい向きに調整されている

・ 普通は向きを変えなくても良い

次の時だけ向きを変えよう

- ・ 同じ素材を何度も使いたいとき
- ・ ある方向に興味を向けたいとき
- ・ ある部分を隠したり、ごまかしたりするとき
- ・ 複数の素材をレイアウトするとき

向き

を使いこなす



さし絵スタジオの特徴の一つに、素材の向きを変えられることがある。しかし、**普通は向きを変えずにそのまま使えばよいぞ。以上だ。**



あの～、さし絵スタジオの箱を見ると、「向きが変わる」のは4大機能の一つになっていますけど、ほんとにいいんですか？



もちろん、向きを変えた方がいいときもあるけれど、慣れないうちは最初の向きのままで使った方が無難だな。それぞれの素材は、いちばん見栄えのよい向きに調整されているんだ。面白いからといって、無意味に向きを変えるのはやめておこう。



左の例なんか、人の表情がよく見えるように向きを変えたようね。でも、モニターが見えないから、何をやっているのかわからないのよね。
たとえば、**同じ素材を何度も使いたいときは変化をつける意味で向きを変えても良い**と思うけど。



そうだな、他に向きを変えた方がよいケースは後のページで解説しているから、それを参考にしてくれ。



今回は、あっさり終わりましたね。



向きを変えて本文に注意を向ける

気が
散る



向き 左向き

オリジナルの素材です。人が紙の外を向いているので、見る人は気が散りそうです。

集中
できる



向き 右向き

人物を右向きに変えました。人が文書の中央を向いているので、気が散らずに文章を読めそうです。

向きの利用

人物が文章側を見るように、向きを変えよう

向き

を使いこなす



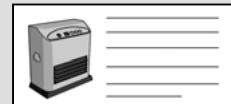
今回は、わかりやすい例ね。左の作例だと私が左を向いているから、それにつられて左の方を見ちゃうんだけど、左側は文書の外なのよね。結果的に、読んでほしい文章の方を見てもらえなくなっちゃうわ。
右の例だと私の視線が文章の方を向いているから自然に文章を読めるわよね。



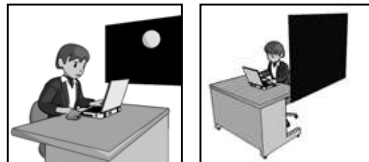
そうだな。絵の中に人がいると、人に興味が行く。そして、特に顔に興味を持つものなんだ。人の表情や目線は普段の生活でも気になるものだしな。文章の中にイラストを入れるときは、人の目線が文章の方を向くようにしよう。



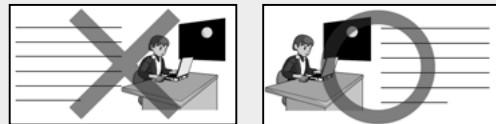
人物だけでなく、小物類も文章を向かせた方がよさそうっすね。こんな感じで。



でも、素材はいちばん見栄えのよい向きになっているんでしょう？ 向きを変えたら困るときもありそうだな。例えばこの「残業」の素材、向きを変えると「この黒い四角はなに？」って感じになっちゃう。



そこは、悩ましいところなんだよな。でも、そういうときは逆の発想で、絵の配置場所を変えれば良いんじゃないのかな？ こんな感じで。

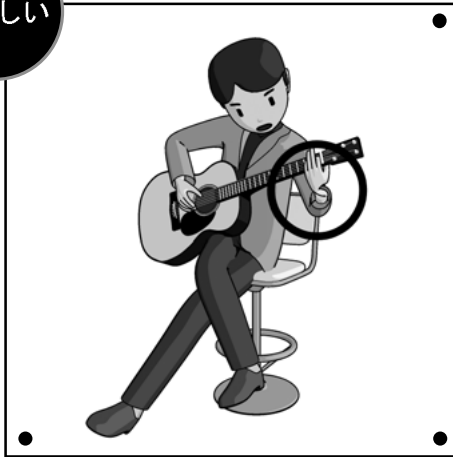


解決策になっていないような気もするけど、問題を解決できれば良いかな。



向きを変えてバグを隠す

見苦しい



向き そのまま

オリジナルの素材ですが、左手首がねじれていて、見苦しいです。

問題なし



向き 手が隠れる向き

向きを変えて、手首のねじれを目立たなくしました。


向きの利用

バグがあったら向きを変えてごまかすのも手

向き

を使いこなす



残念ながらさし絵スタジオには、次のような**バグのある素材**も含まれている。
・手首がねじれている
・ マンガタイプの人物を使うと、頭に小物類がめり込む割合で言うと1%未満だがな。



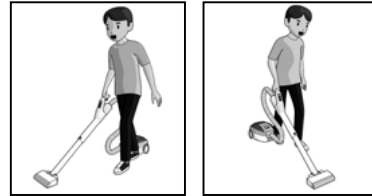
そういうときは、**向きを変えて、問題部分が見えないようにする**わけっすね。確かに左の図では手首が変に見えるけど、向きを変えた右の図だと目立ちませんね。しかし、この本ってもっと高尚な本だと思っていたけど、意外とチープな技も紹介するんすね。






読者の参考になればいいの！



バグでなくとも、**あえて隠したい部分がある**ようなときも使えそうね。たとえば、
・室内の情景だけど、使いたい服の人物が靴を履いているときは向きを変えれば目立たないわ。

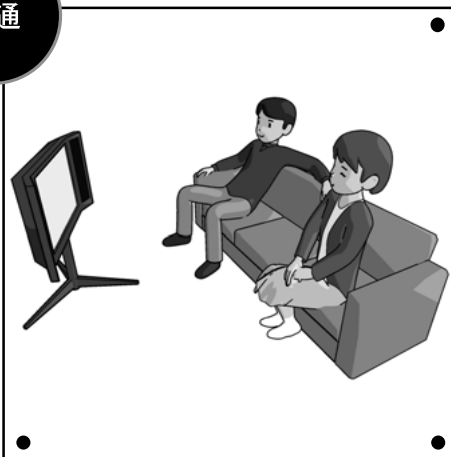


うむ。神業のような向き設定だな。このほかにも**次のような技**があるから、覚えておくとよいだろう。
・ 出力枠設定ツールで範囲を制限して、問題ある部分は省く
・ 落書きツールで問題部分を上書きしてごまかす。
( べためり表示なら簡単だ)
まあ、早めに終作の方で直してくれるのを期待したいがな。



光源を変えてムーディーに

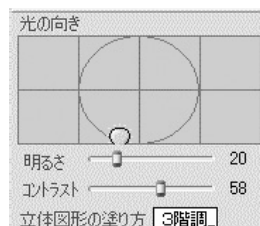
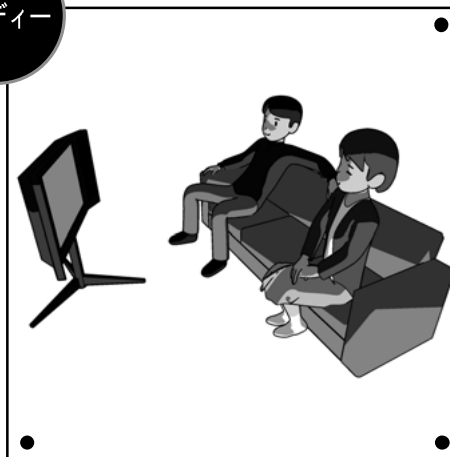
普通



オリジナルの状態

オリジナルの素材。気楽にバラエティ番組を見ている感じです。

ムーディー



変更後の状態

光の向きと明るさを変えて調整した例。じっくり映画を見ている感じです。

光の向きの調整

光の向きや明るさを調整すると、ムーディーな雰囲気を出せる

向き

を使いこなす



今回は、素材の向きではなくて、光の向きについて話そう。**光の向きの変更は、やや難しいし、変えるべき場面も多くはないから、初心者の方は読まなくてもよいぞ。**



そ、そんな～ せっかくだから読んでくださいね。
光の向きを変えるには、準備が必要よ。さし絵スタジオの「表示／立体図形の光源」メニューを選択して「立体図形の光源パネル」を表示させてね。
そして、**次の操作が必要よ。**

- ・「光の向き」の電球マークを下に動かす。
- ・「明るさ」を少し左に動かす。
- ・「コントラスト」を右に動かす。



おっ、光が下から当たって、全体に暗くなって、良いムードになってきたな。



ふふ～ん。ロマンチックねえ。この設定も雰囲気ボタンに追加してほしいわ。ああ、それにしても2人の距離が気になるわ。この距離は縮まるのかしら？



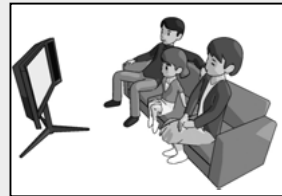
いやあ、表情を変えればホラー映画って雰囲気じゃないスカ？ (バシッ) あ、いたた。



いいのよ。ホラー映画の方が2人の距離が縮まって良いじゃないの。



ちなみに、今回の素材はオリジナルでは2人の間に子供がいるんだ。「ムーディーな演出」ということで2人だけにしてみた。人物素材の「特殊人物／その他の人物」の中にある**「透明人間」を使うとシーンから人を消すことができるぞ。**



やっぱり2人は結ばれるのね！

絵 ざし スタジオ 活用大辞典

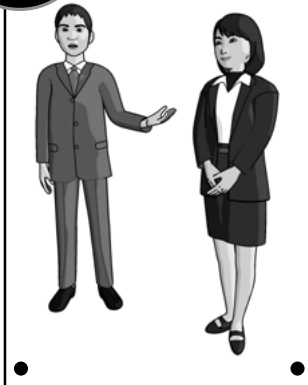
人物を 使いこなす

3つの人物タイプの特徴
思わぬシーンを作れる人物入れ替え
時間があるときは人物合成を使おう
擬人キャラで親しみアップ



3つの人物タイプの特徴

お堅い



リアルタイプ

表情： 表情見にくい

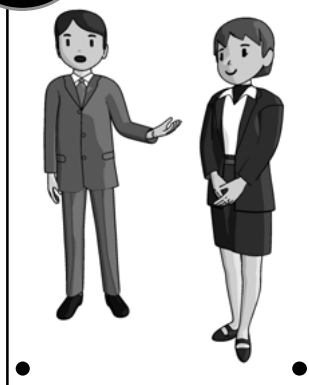
堅さ： お堅い

印象： 美人

お堅い文書に適する
美人に目を奪われる危険も？

べためりでの利用が◎

普通



イラストタイプ

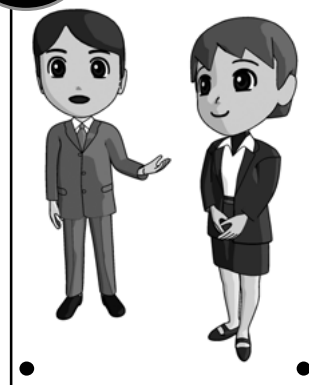
表情： 中間

堅さ： 中間

印象： なんでもない

幅広く文書に適する
顔の存在感のなさが◎

フレンドリー



マンガタイプ

表情： 表情見やすい

堅さ： フレンドリー

印象： かわいい・元気




くだけた文書に適する
人が目立ちすぎる危険も

3つの人物タイプ


・用途に合わせて使い分けよう

人物 を使いこなす





ご存じの通り、さし絵スタジオには  リアルタイプ、 イラストタイプ、 マンガタイプ、の3つの人物タイプがあるわよね。それぞれの特徴を把握して使い分けてね。



まずは  **リアルタイプ**。綺麗なおねえさんが魅力・・・じゃなかった、マンガっぽさがまったくないので、お堅い文書にも使いやすいな。ただ、顔が小さいから表情を見にくいのが難点だ。




よかった。部長にもこのお姉さんの魅力が伝わったみたいだな。リアルタイプは、お堅い文書もOKな割に、人物が気になりすぎる危険がありそうっすね。ただ、 アニメ調だとオレの好みだけど、 べた塗りならそれほどでもないから、べた塗りで使う分にはOKっす。



やあねえ男って。文書内のイラストが美人かどうかなんてどうでも良いじゃないの！

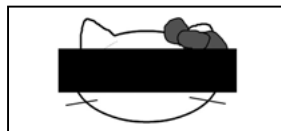


次は  **イラストタイプ**。お堅さや、表情の見やすさも中間なので、多くの文書で無難に使えるそう。

あと、単に中間と言うだけでなく、目が点で顔に存在感がないのも魅力だな。これなら見る人が美人に見とれたり、元気なキャラに目を奪われたりしないだろう。本来伝えたいことを伝えやすいかも知れないな。



某国民的猫キャラクターも、目が点で存在感が薄いところが逆に魅力なのかも知れないわね！



次のページに続く→



さて、最後は👤 **マンガタイプ**だ。くだけた雰囲気、フレンドリーな感じを出したいときにいいぞ。見るからに元気いっぱいエネルギーな感じが魅力だ。



私の登場ね。きゃー、我ながらかわいい！



頭も目も大きいから、表情がはっきりわかるのも良いところだな。表情で何かを表現したいときには特にお勧めだ。
でも、存在感がありすぎて、人物ばかりが気になってしまう危険はあるな。これは見る相手にもよるだろうね。



学生時代にマンガ漬けだったオレなら感わされることはないっすね。
でも、注目してもらいたいからイラストを入れるのに、目立ちすぎてもだめっていうのは難しいなあ。そんな微妙なことわかんないスよ。

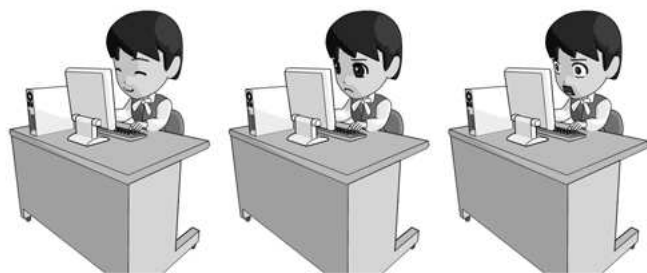


迷ったら、もう、自分の好みで選んじゃえば？



迷ったら、同僚に聞いたりしてもいいと思うが、自分の好みで選ぶのも悪くないね。自分の趣味で選んだ人物なら、楽しく仕事ができそうだ。(じゃあ、ワシは綺麗なお姉さんで・・・)

ワンポイント解説「表情」



表情を変えることで、全く異なる意味の素材として利用できます。このイラストの場合、左から「楽しく仕事をしている」「仕事が進まなくて困っている」「データを消してしまった！」という意味で使えます。



Effective usage of Sasie studio

思わぬシーンを作れる人物入れ替え

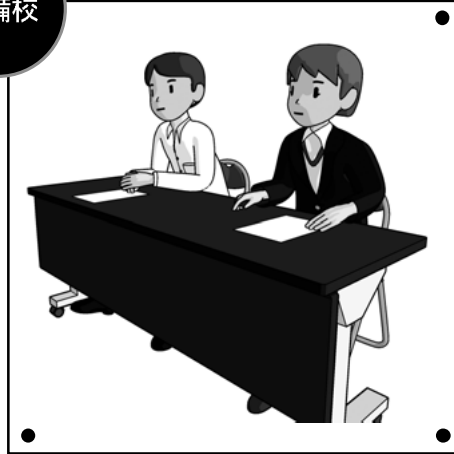
会社



人物 そのまま

「何かを聞く社会人」の素材。社内の勉強会か、社会人向けのセミナーといった感じです。

予備校



人物 入れ替え

人物を変えてみました。塾か予備校みたいです。

人物入れ替えの利用

目的のシーン素材がなくても、人物入れ替えで作れることがある

人物 を使いこなす



人物の入れ替え機能って便利よねえ！ 取引先の業種に合わせて服を替えられるから、イメージにぴったりのイラストを作れるわ。スーツ、エプロン、私服、白衣、農業、工業、何でもOKだわ。



そうだな。ここがさし絵スタジオのいちばん便利なところかも知れない。たとえば、左の図は社会人の勉強会かセミナーの素材なんだが、学生服に入れ替えれば塾か予備校の授業といった感じだな。
私服の女性なら主婦向けのセミナーだし、お年寄りにすればセカンドライフの講演会になりそうだ。



でも、この「何かを聞く社会人」の素材って「オフィスと仕事」のフォルダにしか入っていないっすよね？ 「学校」のシーンや「家庭」のシーンには入っていないですよ。どうやって見つければいいのか？



そこが問題なんだ。今のところは自分で探すしか方法はなさそうだな。
目的のシーン素材がなくても、他のシーンの人物入れ替えで作れることが多い。
すぐにあきらめずに他のシーンをいろいろ探すようにしよう。



特に、「オフィスと仕事」や「基本ポーズ」のシーンはいろんな服装で使い回せる物が多いから、ひとつお見えておいて損はないわね。



最初から違う服装のシーン素材が用意されていればいいのになあ。



それをやると素材が今の100倍以上になってしまうから、かえって探しにくいんじゃないかな？



どのシーン素材を、どの人物と組み合わせるかは、使う人の想像力が必要かも知れないわね。



時間があるときは人物合成を使おう

普通

チームワークで
顧客サービスの向上を！



営業・管理・工場 協力強化月間
○月○日～○月○日

人物 デフォルト

握手している2人のイラストです。オリジナルのイラストは2人ともスーツですが、文書の内容に合わせて右の人物を作業着に入れ替えています。

内輪ウケ

チームワークで
顧客サービスの向上を！



営業・管理・工場 協力強化月間
○月○日～○月○日

人物 人物合成の人物

2人の人物とも、人物合成機能で新たに作りました。実在の人物に似ているので、さらに注目を浴びそうです。

人物合成の利用

- ・ 時間があるときは人物合成で人を作り、リアリティを出そう
- ・ 忙しいときはデフォルトの人物でもOK

人物 を使いこなす



今回は、久々にうち（さしスタ電子）の社内文書を作ってもらったぞ。見せてくれないかな？



はい。左は私の作例で～す。人物入れ替えでスーツと作業着の人の握手を作りました。作業時間は5分よ。



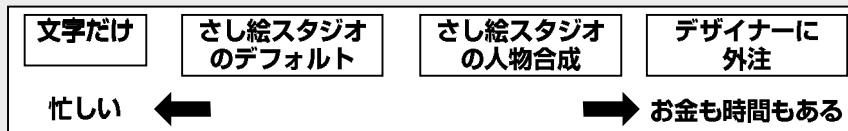
右はオレの作例っす。いつもワイシャツの営業本部長と、はげ頭の山梨工場長を、人物合成で作ってみました（工場長は写真を見ただけ）。作業時間は30分かな。



さし夫も意外とやるわね。そっくりって訳じゃないけど、頑固そうな2人の雰囲気がよく出ているわ。私は、やっぱり面倒だから人物合成なんてめったに使わないけど。



2人ともなかなかいいね。できあがりは、もちろん右のさし夫君のほうがいいな。人物に存在感があって社内ウケしそうなポスターだ。スタ子君も、短い時間で文書を作るという意味では悪くはないぞ。社会人は自分の存在がコストになっていることを忘れないようにしましょう。人物合成機能を使うかどうかは、その時間をとれるかどうかで判断するとよいぞ。



本当に忙しければさし絵スタジオを使わずに文字だけの文書でもよいし、会社の広告を出すようなときはデザイナーに頼んでよいだろう。



同じ人物だと飽きそうだから、オレ、忙しくても人物合成は使いたいなあ。



気持ちはわかるが、時には「**ビジネス文書のイラストは、あくまで説明に使う物**」と割り切ってよいと思うぞ。ビジネス文書を見る人は、中のイラストを見て感動したり感心したりしたいわけではないんだ。まずは、文書に何が書いてあるのかを知りたいわけだからな。そういうときのイラストは、記号や絵文字の一種であっても構わないんだ。



擬人キャラで親しみアップ

普通

本日特売

ほうれん
そう

ビタミンと鉄分が
たっぷりだよ！



雰囲気



アニメ調

野菜売り場のPOPのようです。アニメ調で表示していますが、特にかわいい絵ではありません。

フレンドリー

本日特売

ほうれん
そう

ビタミンと鉄分が
たっぷりだよ！



雰囲気



外輪郭+擬人キャラ

人物素材の「特殊人物/擬人キャラ」を、ほうれんそうの上に重ね、表示を外輪郭にして、擬人キャラを見やすくしています。かわいくて人目を引きます。

擬人キャラの利用

小物類に「擬人キャラ」を重ねれば、親しみが増す

人物 を使いこなす



さし絵スタジオの小物類って、ちょっとリアルすぎるのよね。かわいらしく見せたい時にはちょっと不満だね。アニメ調で表示したからといって特別かわいくないしね。

車だけは「マンガ車」というかわいらしい素材もあるけれど、他のジャンルでもかわいい素材を作してほしいわ。



普通のタクシー



「マンガ車」のタクシー



そういうときは「擬人キャラ」を使おう。擬人キャラは「人以外」の何にでも使えるからぜひ使ってみよう。左のPOPは「ほうれんそう」をアニメ調で表示した物だ。普通の単なるほうれん草だな。


そして右のPOPは、ほうれんそうに擬人キャラを重ねた物だ。かわいらしいな。

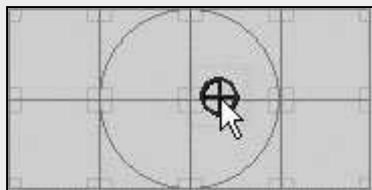


かわいいわね！ 普通の小物類もこうなると親しみがわくわ。この擬人キャラって、どうやって使うんですか？

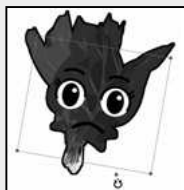


使い方は同じフォルダの「汎用〇〇君の使い方」というファイルに書かれているようだから、それを読んでくれ。

ただ、向きを決めるとき、立体的な向きまで操作するのは普通の人には難しいから、 ツールで回転させるだけでよいと思うぞ。




玄人ならここもいじろう



普通は で回すだけでOK



ちなみに、輪郭線が複雑な素材だと擬人キャラがよく見えないので、素材はこの例のように 外輪郭で表示しておくとうれしいわよ。

さし絵 スタジオ 活用大辞典

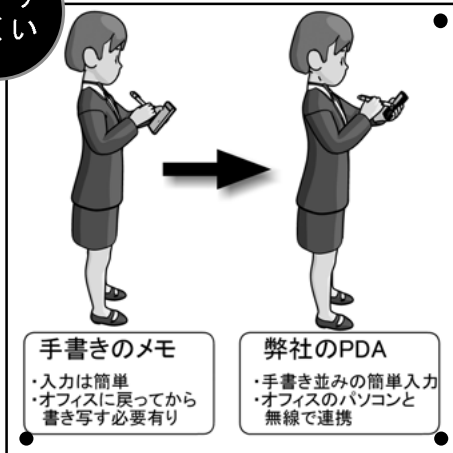
レイアウトで 表現力アップ!

- コピー貼り付けで切り抜きしよう
- 真横向きで新たなシーンをレイアウト!
- 斜め視点のレイアウトのコツ
- 群衆はシルエット+画像変換で表現
- アニメ矢印はおすすめです
- 4コマ漫画で息抜きを
- ページマンガはやめておこう



コピー貼り付けで切り抜きしよう

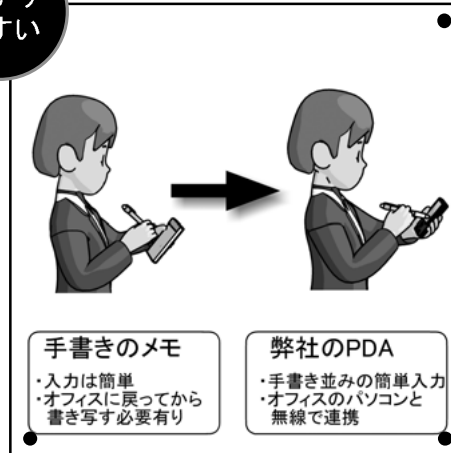
わかりにくい



切り抜き なし

イラスト図解の作例。さし絵スタジオの「メモる」と「PDAいじる」をそのまま使っていますが、肝心の手元が小さくてよく見えません。

わかりやすい



切り抜き あり

イラストの上半分だけ別のウィンドウでコピーしてから貼り付けた作例。手元がアップになって見やすいです。

別のウィンドウを利用すると、素材の一部だけを切り抜いて使える

- ・ さし絵スタジオ内でコピーと貼り付けを利用
- ・ 印刷するときには大きめの画像をコピーしよう

レイアウト

で表現力アップ!






複数の図形をレイアウトするとき、左の作例みたいになっていないかな?

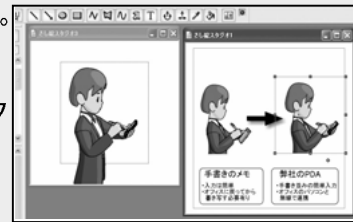


はい。なっています。本当は上半身のアップにしたいのだけど、「上半身だけのメモ」素材がないから仕方ないですよね? だめなんですか?



だめ、というか、ここは簡単に改良できるぞ。

1. ウィンドウ右上の  ボタンを押そう。
複数のウィンドウ (ドキュメント) を使えるようになる。
2. 「ファイル/新規作成」メニューを選択して新しいウィンドウを開こう。
3. 新しいウィンドウにイラストを配置しよう。
4.  ツールでイラストの上半身を囲おう。
5.  ボタンでコピーしてくれ。
6. レイアウトしているウィンドウをクリックしてアクティブにしてくれ。
7. 最後に、「編集/貼り付け」メニューを選択すれば、上半身だけが貼り付けられるぞ。



手順の説明なんて、めずらしいっすね。

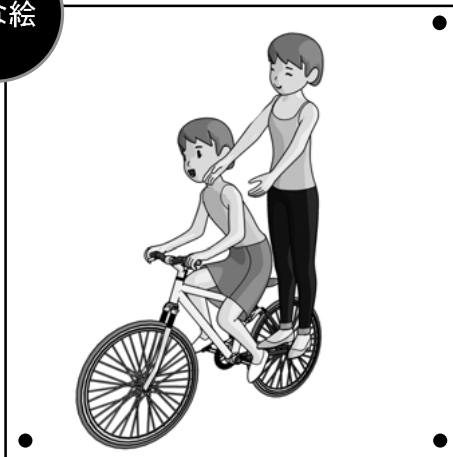


マニュアルにも書いていないようだからな。
ちなみに、なるべく大きい画像をコピーしておいた方がよいな。後で印刷したりするときの品質が上がるぞ。画面の表示倍率を50%くらいにしてから、大きめの範囲を指定するとよいだろう。表示が小さくても、大きめの画像がコピーされるんだ。



真横向きで新たなシーンをレイアウト！

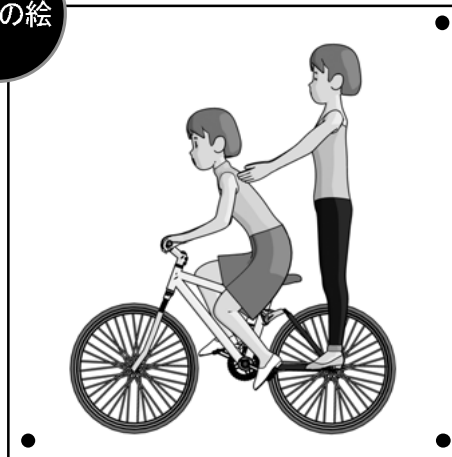
変な絵



向き そのまま

自転車を一人で乗っている人の素材と、立っている人の素材をレイアウトして、自転車の2人乗りを表現しました。しかし、後ろの人の右手、右足が変で、宙に浮いているみたいです。

普通の絵



向き 真横

真横向きにして2つの素材をレイアウトしてみました。右手右足が隠れて見えないので、自然に二人乗りをしているように見えます。

真横、真正面の向きなら、新たなシーンを作りやすい

- ・物の重なりをごまかしやすい。
- ・立体的でないなので、初心者でも配置しやすい。

レイアウト

で表現力アップ!



この左側の絵、いったいなんなんスか？ 後ろの人が宙に浮いていますけど？



「2人乗りは危ないからやめましょう」というポスターを作ろうとしたの。でも、1人で自転車に乗っている素材はあるけど、2人乗りの素材はないわよね。それで、立っている人物の素材を後ろに配置してみたんだけど・・・ ぐすん。うまくいかないわ。
(立っている人物素材の手だけを☑️ツールで動かして作っています。)



がんばったじゃないか。後ろの人物の配置なんか絶妙だな。スタ子君は意外と絵の才能があるのかも知れないね。だけど、さし絵スタジオではそれぞれの素材が独立した絵として配置されるから、右手や右足の重なりが不自然に見えるしまうのは仕方ない。
こういうときは、右の作例のように**真横向きにしてから素材を重ねて**みよう。



部長、ありがとうございます。これなら自然な2人乗りだわ。



ちなみに、真横にすると重なりをごまかせるだけでなく、配置自体もやりやすくなるんだ。**真横なら「後輪の中央の上に足を乗せる」という配置が簡単に**できる。でも、斜めの視点の場合、足をどこに置けばよいか慣れていないとなかなか判断できないからな。



ちなみに、本格的3Dソフトの「六角大王Super Win版」を使えば、2人乗りのシーンも完璧に作れるわよ！好評発売中！

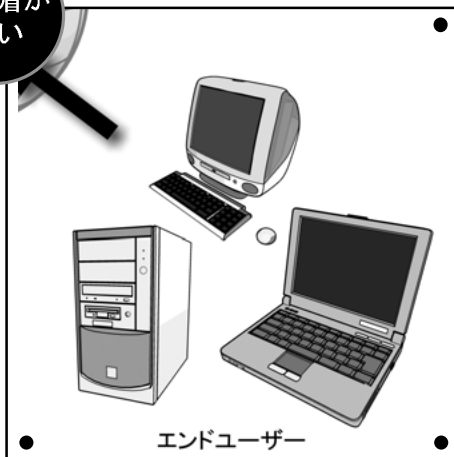


き、きみはいったい!?



斜め視点のレイアウトのコツ

落ち着かない



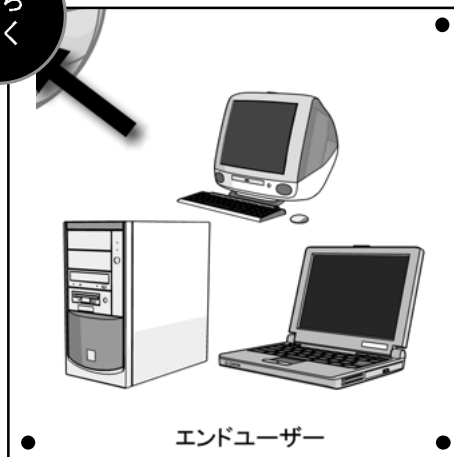
エンドユーザー

向き そのまま

レンズ 標準

イラスト図解の一部分のようです。パソコンが3台並んでいますが、向きがバラバラなので落ち着きのない印象です。

落ち着く



エンドユーザー

向き そろえる

レンズ 望遠

パソコンの向きをそろえ、望遠レンズにして、配置も少し変えました。落ち着いた、まとまりのある印象です。

複数の小物素材をならべるときの注意

- ・向きをそろえる
- ・望遠レンズか平行レンズにする
- ・大きさや位置をそろえる

レイアウト

で表現力アップ!



理由はわからないけど、右の作例の方がすっきりしていていい感じっすね。

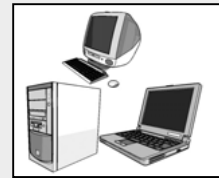


素材を単に配置しただけだと、左のようになってしまうんだ。普通のクリップアート集なんかでもこんな感じだろうな。でも、さし絵スタジオなら右のように綺麗にそろえることができるぞ。3つの手順があるから忘れないように。



1. 素材の向きをそろえよう

まず、素材の向きがバラバラだとちぐはぐな印象になってしまう。3つの素材を選択してから「立体図形のプロパティ」パネルで向きを変えよう。3台のパソコンが同じ向きをむくぞ。



ちなみに、素材によっては右と左が逆になっちゃうようなこともあります。そういうときはだいたいの見た目でそろえてね。普通は、小物の底の角度を一致させればOKだわ。



2. 望遠レンズか平行レンズにする

次に、3つの素材を選択してから「立体図形のプロパティ」パネルで、レンズの「望遠」ボタンを選択しよう。ダイナミックスが消えて落ち着いた感じになるぞ。



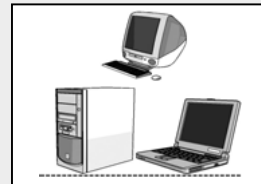
レンズが「広角」や「標準」の素材が2つ以上並んだ画像って、現実にはあり得ないものなのよね。だから、不自然で不安な印象になってしまうの。「望遠」なら自然に見えるわ。

次のページに続く→



3. 大きさや位置をそろえる

スタ子君、詳しいな。最後は、常識的なことだが位置や大きさをそろえよう。絵の下端が水平になるように配置するといいぞ。



さし絵スタジオには「図形／位置を整列／下端をそろえる」というメニューがあるわ。でも、残念ながら選択枠の位置をそろえるだけだから、立体図形には使えないの。目で見て移動させてね。



う〜ん。大きさや位置はともかく、素材のレンズや向きが最初からそろっていると良いのになあ。素材によって向きがバラバラなのは不便じゃないスか？



これは仕方ないだろうね。レイアウトしたときの見た目を優先したら、逆に、素材単体で表示したときの見栄えが悪くなってしまいうだろう。単体で表示するならレンズが「標準」のほうがダイナミックでかっこいいぞ。





群衆はシルエット＋画像変換で表現

楽しい

フランチャイズの集客力
・規模の効果で大規模な広告が可能
・ブランドイメージによる安心感



雰囲気 アニメ調

人物 様々な人物

アニメ調で群衆を表現しました。人物も一人一人服装や向きを変えてみました。見ていて楽しいですが、何を説明したイラストなのかテーマがわかりにくいです。

わかりやすい

フランチャイズの集客力
・規模の効果で大規模な広告が可能
・ブランドイメージによる安心感



雰囲気 シルエット

人物 2種類だけ

シルエットで群衆を表現しました。人物も一人と家族の2種類だけです。楽しい絵ではありませんが、説明したいことを過不足なく表現しています。

群衆を表現するときはシルエットを使おう

- ・ 目立ちすぎないから、「群衆」の説明に最適。
- ・ 人の種類が少なくても自然に見えるから、作るのが楽。
- ・ 画像に変換してから複製しないとメモリを使うので注意。
- ・ 見て楽しい絵ではない。

レイアウト

で表現力アップ!



これは、「ウオーリーを探せ」ですね。



違います。群衆を表現したイラストの例です。



左はアニメ調で群衆を表現した例だ。なかなか凝っていて、人の服装や向きも一人一人変えているぞ。見ていて楽しいのだが、ちょっと気が散っちゃって、文書本来のテーマがかすんでしまうかもしれないな。



右はシルエットで群衆を表現した例ね。シルエットは絵としては見にくいけれども、この場合は「群衆」ということだけ表現できればよいから問題ないわ。人物も「家族」と「一人」の2種類しかなくて、向きも同じものを複製しているだけよ。それでも、シルエットなら不自然には感じないのよね。

シンプルな表現で気が散らないし、作る手間も省けちゃうから、私好みのやり方ね!



スタ子君は、もっと仕事を楽しんでいるのだと思っていたんだけど・・・ワシはちょっとさみしいぞ。仕事の効率を心がけるのはよいことだがな。



仕事は楽しいけど、残業はしたくないだけですよ。

ちなみに、さし絵スタジオでは、**人物を多く配置するとメモリをたくさん使う**のよね。7, 8人以上いる場合、環境によっては急に終了するようなこともあるわ。それを避けるために、人物を大勢配置するときは**人物の素材を1つ配置したら、すぐに「図形/変換/画像図形に変換」メニューで画像図形に変換してね**。シルエットの場合、最初に画像図形に変換してから複製すると、動作も速くて楽よ。

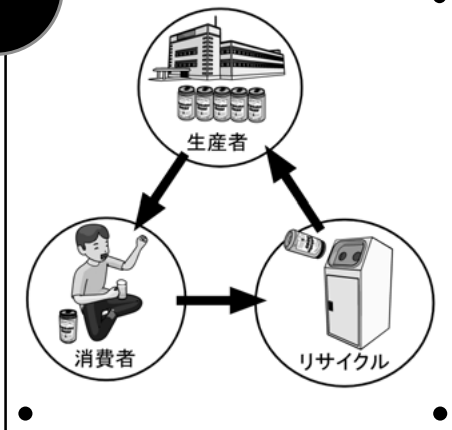


仕事の文書ではシルエットがいいことがわかったけど、さし絵スタジオで「ウオーリーを探せ」を作れることもわかったぞ。今度遊びで作ってみようかな?



アニメ矢印はおすすめです

普通



矢印 普通の矢印

普通の矢印を使ってイラスト図解を作りました。静止画として見せるならこれで十分です。

よく
わかる



矢印 アニメ付き矢印

「素材／説明アイテム」の「アニメ付き矢印」を使ってみました。WebやPowerPointでは矢印がアニメーションします。項目間の流れがよくわかります。

アニメ付き矢印の利用

Webやパワーポイント用の図解を作るときは、アニメ矢印を活用してみよう

レイアウト

で表現力アップ!



今回はアニメーションだ。さし絵スタジオなら「アニメ付き表情」と「アニメ付き矢印」の2種類のアニメーションを作れるぞ。



アニメーションって面倒くさそうでいやだわ。1コマ毎に動きとか位置とかを決めてゆくんですよね？



いや、さし絵スタジオなら簡単だ。普通に素材を配置するだけでいい。そのかわり、ほんとに表情と矢印の2種類しかなくて、複雑なことは何もできないがな。

あと、コピーと貼り付けでなく、いったんGIFアニメーションのファイルに保存しないと他のソフトで読み込めないところは少し面倒かも知れない。



矢印のアニメーション。なかなかいいっすね。こういうのって時々テレビに出るよなあ。自分で作れるなんて嬉しいっす。

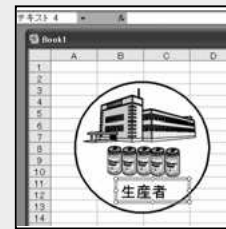


そうだな。見栄えも良いし、物の流れの様子がよくわかるから理解も早い。Webやプレゼンで図解を作るときにはぜひ使ってみよう。



ところで、今まで説明したようにさし絵スタジオでは複数の素材をレイアウトできる。でも、さし絵スタジオでは1つの絵だけを作って、レイアウトは他のソフトでやってもいいんだよ。他のソフトの方が「ドローツール」としての機能は豊富だったりするからな。素材はさし絵スタジオ、配置はPowerPoint・Excel・花子というように使い分けてもいいだろう。

特に、印刷するようなときは「絵はさし絵スタジオ、文字は他のソフト」というように分けた方が綺麗に印刷できるぞ。



Excel上で文字を入力した例



他のソフトの肩を持つなんて、部長、太っ腹ですね！



4コマ漫画で息抜きを

骨休め



空きページ イラスト一つ

長い文書の中の空きページに花のイラストを添えてみました。骨休めということで普通はこれで十分です。

フレンドリー



空きページ 4コママンガ

同じ空きページに4コママンガを入れてみました。作るのは大変ですが、読者はかなり親近感を持ってくれそうです。

長い資料を作るときは、4コマ漫画を入れるのも悪くない

- ・ 作るのが大変なので、時間があるとき限定
- ・ 社内の実話をマンガにすると、親しみアップ
- ・ コマ毎に分けて作り、最後に組み合わせよう

レイアウト

で表現力アップ!



うちの新人教育資料っすね。150ページもあって読破するのは大変だったなあ（実は読み飛ばしたページも多かったけど）。ここは確か、章の終わりの空きページっすよね？ オレが読んだときにはたしか左のタンポポの絵だったような気がする。

右の例のようにマンガが入っていたら楽しかっただろうな。



あなたがちゃんと読んでいたなんて以外ね。

今どきの新人君に少しでも愛社精神を持ってもらうには、長い文書の合間にマンガのページがあってもいいかもしれないわ。



マンガを作るのは、さし絵スタジオを使っても結構大変だ。時間に余裕があるときだけにしよう。でも、マンガが一個入っていると文書全体、あるいは執筆者に対する**親しみがだいぶアップするぞ。**



さし夫君。どんなネタをマンガにすると面白そうだと思う？



そうだなあ。

- ・社内で起きた笑い話
 - ・社内ローカルの内輪うけなネタ
 - ・部長や社長など、お偉いさんの意外な趣味をばらす
 - ・部長や社長など、お偉いさんを茶化したネタ
- って感じかな？



最初の2つは良いが、後の2つはデンジャラスだな。クビにならないように気をつけよう。それから、わかっていると思うが取引先を茶化すようなことは絶対にやめような。



部長の意外な趣味ねえ・・・ うふふ。



え？ スタ子さん、教えて教えて！



ページマンガはやめておこう

素人



作成者 素人

素人（(株)終作の社員）が作った、マンガの原案です。似たようなコマが続いて単調な感じがします。

プロ



作成者 プロ

左の内容をプロのアドバイスで手直したマンガ。メリハリがあり、ギャグも織り込まれ、より魅力的なマンガになりました。

資料のためにページマンガを作ることはやめよう

- ・ 4コママンガより、さらに作るのが大変
- ・ 素人がうまく作るのは困難
- ・ ページマンガは「物事の説明」には適さない

レイアウト

で表現力アップ!



今回の作例は、(株)終作に特別に提供してもらったものだ。さし絵スタジオのパッケージの裏に載っているマンガだな。左は最初に素人((株)終作の社員)が作った物、右はプロのアドバイスで手直したものだ。



左のマンガは、コマの大きさがずっと同じで、なんか飽きちゃいそうだわ。それと比べると右のマンガはダイナミックで、内容も面白いわよね。



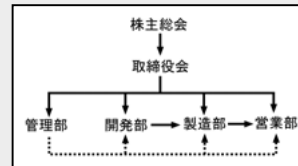
素人が作るとどうしても、左のように見劣りするマンガしか作れない。それに、4コママンガよりもはるかに作るのが大変だしな。せっかく作例としてあげたけど、読者の皆さんはまねしない方がいいだろう。



実をいうと、マンガよりも「イラスト図解」のほうが物事の説明に適することが多いぞ。マンガはもともとストーリーを表現する手段として発展したものだ。ストーリーは、こんな感じに常に1次元で表現される。

2人がいた → あんなことがおきた → こんなことがおきた → おわり

だが、仕事で説明したいことはだいたい複雑なつながりをもっているんだ。例えば会社組織はこんな感じだ。



ストーリーは物事を感動的に表現できるわよね。でも、物事の複雑な関係をわかりやすく表現するなら、イラスト図解の方がすぐれているという訳ね。



説明には適さないとすると、さし絵スタジオのパッケージには、なぜマンガが使われているのかなあ？



「マンガは人目を引く」ということを優先させたんじゃないかしら？ パッケージの表や見開きではマンガは使われていないわよ。

さし絵 スタジオ 活用大辞典

そのほかの 小技集

素材がないときの対策
対話形式には顔をつけよう
こういう文書はイラスト禁止
まとめ



素材がないときの対策



あれ？ いきなり左ページから会話が始まっている。入社早々大出世だ！



残念ながら出世というわけではないぞ。小技集ということなので、この章だけは我々の会話の中で説明してゆこう。さて、素材集を使っていると「必要な素材がない」ことがある。かなり柔軟とはいえ、さし絵スタジオも例外ではないんだ。そういうときは次のような対処策があるぞ。

1. 他のカテゴリーのフォルダを探す。
 2. 素材の組み合わせで新たに作る。
 3. インターネットで探す。
 4. あきらめて文字だけですませる。
- それじゃあ詳しく説明しよう。



1. 他のカテゴリーのフォルダを探す。

これは簡単だから私が説明するわ。さし絵スタジオは「マルチフォルダ構成」だから素材を探しやすいの。でも、時には思わぬところに意外な素材が置いてあったりするのよね。他の関連していそうなフォルダも探してみてね。

特に、**シーン素材は人物の入れ替えでいろんな素材に変身するから**、いろいろ探してみて。「**オフィスと仕事**」や「**基本ポーズ**」の素材はいろんな用途で使えることが多いわ。



検索機能があると助かるのになあ・・・ そうか！ **OSの検索機能を使えば良いんだ**。C:¥ProgramFiles¥Shusaku¥さし絵スタジオ¥RSuper_Lib¥Objectの中を検索すればよさそうっす。





2. 素材の組み合わせで新たに作る。

二人ともさえてるね。次は素材の組み合わせだ。いくつかの素材を組み合わせると目的のイラストを作れることがあるぞ。たとえばこれは「カーディーラー」。背景の建物はコンビニなんだが、シルエットでごまかしているんだ。車の向きをそろえて、望遠レンズにすることも忘れずにな。

こういうふうに、「建物のシルエット+小物や人物」でいろいろ作れることが多いから覚えておこう。



あまり多くの素材を配置すると、自然なレイアウトが難しいから、「建物+人物」だけですむときは、その方がいいかもしれないわ。



3. インターネットで探す。

うまく素材を作れなかったりしたら、インターネットで無料の素材を探してみよう。お勧めは、次の2つだな。

クリップアートファクトリー (提供: リコー) <http://www.printout.jp/clipart/>
OfficeOnline (提供: マイクロソフト) <http://office.microsoft.com/ja-jp/clipart/>

いずれも、普通の画像素材だから、雰囲気とかを合わせられないのが難点だ。ここで**見つかったイラストを真似て、さし絵スタジオで素材を組み合わせせて作り直す**、という技もあるぞ。

なお、これらの素材の利用条件は各サイトの注意書きをよく読むようにしてくれ。URLが今後アクセス不能になったり、有料化されたりする可能性もあるから気をつけよう。(※素材をさし絵スタジオで開けないときは、他のソフトで開こう。)



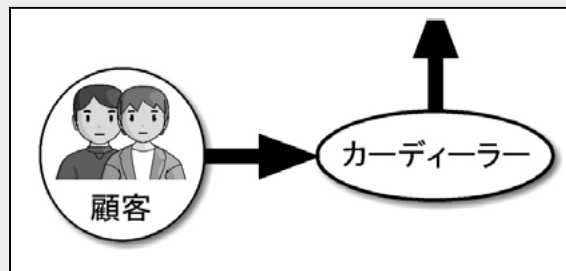
こ、こんなURLまで乗せちゃって。この本「さし絵スタジオ」に本当にバンドルしてもらえるのかなあ？

次のページに続く→



4. あきらめて文字だけですませる。

さて、最後の手段は、あきらめることだ。どうしようもないときは、無理にイラストを使わずに文字だけですませてしまおう。たとえば、イラスト図解ならイラストの代わりに文字を楕円で囲むだけにしてよいだろう。



部分的に普通の図解にしてしまうわけね。それにしても「あきらめる」なんてオチでいいのかしら。「絵のうまい同僚に描いてもらう」とかあっても良いような気がするわ。

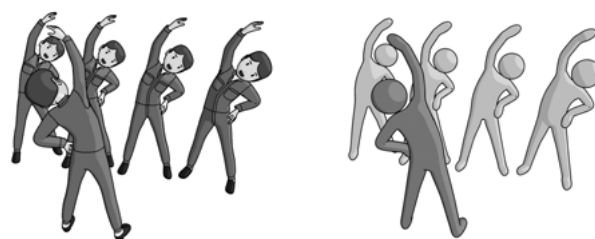


違うのよ！ ぜひ本格的3Dソフト「六角大王Super Win版」を買って、素材を自作してね！



六角大王は比較的使いやすいとはいえ、3Dソフトはやっぱり難しいから、読者の皆さんはよく考えてから買うように・・・ううぐ。

ワンポイント解説「アイコン人物」



「基本人物」の「アイコン人物」を使うと、よりシンプルなイラストを作れます。ポーズを強調したいときや、遠くからでも見やすくしたいときに使ってみましょう。



対話形式には顔をつけよう

部長

今回は、対話形式を使った文書について説明しよう。対話形式の文書の魅力はいろいろあるから、機会があったら読者の皆さんもトライしてみよう。

スタ子

私たちの会話って、まさに「対話形式の文書」ですよね？ 部長の理屈っぽい説明も、対話形式なら読みやすい気がするわ。

さし夫

それはわかるんすけど、なんでここだけオレ達の顔がなくて、名前だけなんすか？



混乱させてしまってすまん。「対話形式の文書には、セリフの冒頭に顔のイラストをつけると良い！」ということを感じてほしかったんだ。

対話形式には、本書のように顔のイラストをつけよう

- ・「名前」でキャラを表現するより親しみが持てる。
- ・誰が話しているのか、名前よりわかりやすい。
- ・表情がセリフ内容を象徴するので、理解しやすい。



そうっすね。名前だけで会話が進むよりもずっといいですね。顔が出ていた方がオレ達も話し甲斐があるし。



ちなみに、本書のように「吹き出し」でセリフを囲まなくても、「箇条書きの文」の冒頭に顔をつければ十分効果が出ると思うわ。



たとえば、こんな感じでセリフを配置するのよ。



うむ、こんな感じなら、Web やワープロでも、簡単に表現できるはずだ。



対話形式そのもののよさとしては、次のようなことがあるぞ。

対話形式文書の長所：

- ・単なる文章よりも読む気にさせる（雰囲気や和らぐ）。
- ・「教師役」と「生徒役」を配置することで読者（=生徒）の立場に立った説明ができる。
- ・「ボケ役」と「つつこみ役」を配置することで、ギャグを入れやすくなる。



本書の場合、部長が教師役で、さし夫君が生徒役、私は中間的な立場ね。



オ、オレはやっぱりボケ役で、スタ子さんがつつこみ役ですかね？
それはともかく、対話形式って良いところだらけっすね。文書はすべて対話形式にしちゃえばいいような気がするなあ。



いや、残念ながら欠点もある。対話形式は、ページマンガ（ストーリーマンガ）同様、もともとはストーリーを表現するための手段だからな。

対話形式文書の短所：

- ・要点がわかりにくく、整理された表現ができない。
- ・複雑な構造の物事を説明するのには向かない。
- ・文章が長くなりがち。
- ・会話そのものだから、口頭と合わせて説明する文書（プレゼン資料など）には向かない。

この欠点をカバーするために、本書では会話形式の文書でも箇条書きを入れたり、イラストを入れたりしているんだ。



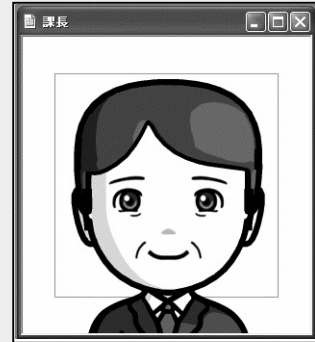
長所と短所を考え合わせると、こんな感じで使い分ければよさそうね！



次のページに続く→



いいねいいね。ちなみに、さし絵スタジオには「頭部だけ」の素材はないから、出力範囲を顔部分に限定して出力するようにしてくれ。ワシならこんな感じた。



ところで、「文章が長くなりがち」、という欠点は逆にいうと「ページ数を水増しできる」という長所にもなりますよね？



ま、まさかこの本ってページ数を水増しさせるために対話形式にしているのじゃないでしょうね？



そ、それだけは言わんといて・・・





こういう文書はイラスト禁止



オレ今、ビジネス文書の書き方を勉強しているんだけど、こういう請求書を作ってみたっす。フレンドリーでいいっすよね！

御請求書

株式会社 △△ 御中
2006年12月20日


株式会社 さしスタ電子 営業3部 榎崎さし夫
123-4567 東京都〇〇区〇〇 1-2-3 雑居ビル6F
TEL:03-1234-5678 FAX:03-1234-5678

下記の通りご請求いたします。

発注№.	商品コード	商品名	数量	単価	合計
	88C1234	特注電子デバイスA	1,000	200	200,000
	88F567	汎用電子コンデンサー B	2,000	50	100,000
					300,000
					消費税 15,000
					ご請求金額 ¥315,000

お支払い方法
2007年1月末日までに下記口座にお振り込み願います。
〇〇銀行 〇〇支店 普通口座 012345678
株式会社 さしスタ電子 名義 (カ)ワシスタデンシ(名義)

よろしくお願ひしま〜す!




フレンドリーなのはいいけれど、思わず振込額を間違えてしまいそうだな。請求書とか、納品書なんかの、厳密さを要求される文書は、イラストなしのお堅いままでいいのじゃないかしら。



さし夫君、ナイストライだな。しかし、スタ子君の言うように請求書にはイラストを添えない方がよいだろう。

ただ、理由としては「お堅い方がよいから」からではなく、「イラストを添える意味がない」からだな。請求書、納品書、見積書などの定型文書は文書としてのフォーマットが決まっているから、もともと見やすい文書と言える。それに、請求額などの数字が主役だからイラストで説明すべき内容がないと言えるな。



そうよね。イラストが入ると、本来伝えたい内容(=金額や期日)に注意が薄くなってっちゃうわ。でも、見積書なんかは何ページにもなるときは、表紙にだけイラストを入れてもいいのじゃないかしら。



もうひとつ、何かのお詫びを記した**謝罪文**にもイラストは不要だな。製品の不具合や誤った使い方の説明としてイラストを入れるのはよいが、間違っても「お詫びのポーズ」のイラストは入れないようにしよう。



今の常識では

イラスト → くだけた感じ
文章だけ → お堅い感じ

となっているから、お詫びは文章だけで表現した方がかしこまった感じがすると思うわ。



最後にもう一つ、**海外向けの文書**にもイラストはあまり入れるべきではない。欧米では特に

イラスト → 子供向け、あるいは完全な芸術

という意識が強そうだからな。たとえばアメリカでベストセラーのとあるビジネス書は、もちろん活字だけの本だ。しかし、その本の日本語版はイラストでんご盛りのフレンドリーな本として売られていたりするんだ。



日本ではOKな内容でも、海外では「私は子供じゃないデス。バカにシナイデ!」と思われる危険があるってことね。



実際、アメリカのビジネス書はほとんど活字ばかりだが、日本のビジネス書はイラストやマンガを盛り込んだ物が結構売られているぞ。ただ、著者がアメリカ人の本は、文章の内容がうまく整理されていてわかりやすいことが多い。そういうところは見習いたいね。

次のページに続く→



日本はマンガ文化が浸透していて、マンガを読んでいる人が多いから、ビジネス文書にマンガが入っていても抵抗が少ないんだろうな。
欧米人は普段マンガを読んでいないから、イラストに抵抗があるだけでなく、「イラストを見てその状況や人の感情を把握する」といったことに慣れていないかも知れないっすね。



いいことに気づいたね。確かに、現時点では日本人の方がイラストを記号として解釈する能力が高いかも知れない。日本人にとってはイラストがあるとわかりやすくて、欧米人にとっては「この表情は驚きを表しているのかな？」って、とまどってしまうことがあるそうだ。



そうよ！日本人ならさし絵スタジオをガンガン使わないとね！

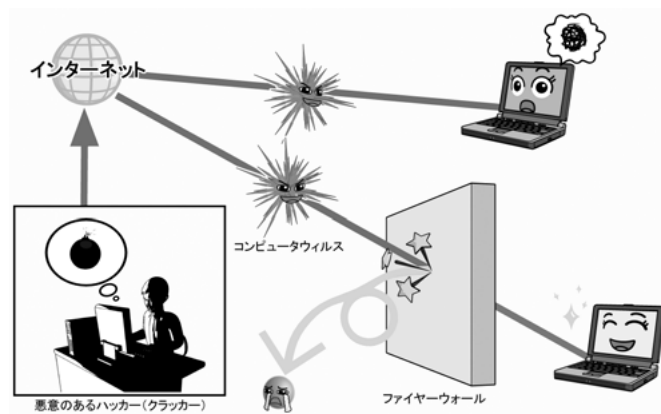


話がそれているようですが、要点をまとめると、こんな感じね。

こういう文書はイラスト禁止

- 請求書、納品書、見積書などの定型文書
- 謝罪文書など、特に堅さを求められる文書
- 海外向けの文書

ワンポイント解説「感情アイテム」



「素材」の「説明アイテム」の中の「感情アイテム」を使うと、楽しくてよりマンガチックなイラストを作れます。この例では「涙」「爆弾」「ぐじゃ線」「激突星」などを利用しています。



まとめ



さて、これまでさし絵スタジオの活用法や効果的な使い方を説明してきたけど、勉強になったかな？



はい！ とっても勉強になりました。これからの資料作成が楽しくなりそう
だわ。



うーん。確かに勉強にはなったけど、なんか歯切れが悪いんだよなあ。「ここは
利点だけど、こういうところは注意しよう」みたいなものが多くて。なんか、も
っとはっきり断言してほしかった項目が多いかも。



疑問を持つのは良いことだぞ。でも、例えば「どの雰囲気ボタンを選ぶか」な
んてことは断言できる物ではないんだ。世の中は業種も会社も千差万別だし、
時代によっても好みが変わるものだからね。こればかりはさし絵スタジオを使
いながら経験を積んで判断するしかないな。文書を見せる相手に合わせて、柔
軟に変えてゆこう。

それに、断言されたことをうのみにするより、「なぜそうすべきなのか」を
常に考えていた方がいいぞ。理由を知っていれば状況が変わっても柔軟に対応
できるからね。



部長の理屈っぽいうんちくも、いつかは役に立つかも知れないってことね。



さて、本書をまとめてしまうと、ワシが伝えなかったのはつぎの2点だ

1. イラストを入れて、わかりやすい文書を作ろう！
2. 状況に合わせて、柔軟にアレンジしよう！



1について、イラストを入れる意義としては、
・イラストを入れると雰囲気が和らぐ。
・イラストを入れるとわかりやすくなる。
の2つがあったと思うけど、後者の方が大切ってことかしら？

そのほかの 小技集



そうなんだ。これまでの融通のきかないクリップアートでは、前者の用途にし
か使えなかった。しかし、柔軟なさし絵スタジオなら、後者の用途にも十分使
える。

そして、**わかりやすいということは物事を短時間に理解できる**ということ。
時間が空けば残業しないで帰宅できるし、より創造的な仕事に割り振ることも
できる。大げさに言うと社会全体のプラスになるわけだ。



「単なるお遊びではなくて、理解を助けるためにイラストを入れている」ってこ
とを分かってもらえれば、読者の皆さんが作る文書は多くの人に認めてもら
えますよね！



2については、さっき部長が言っていたように**文書を見せる相手に合わせて柔
軟にアレンジ**するってことね！ 残念ながら、文書にイラストが入ることを嫌
う人もまだまだ多いようだから、お堅い用途ではまだまだ慎重に使ってほしい
わ。



実を言うと、20年くらい前のビジネス文書は、ほとんど文章だけだった。た
まに必要なグラフを入れる程度だな。当時は性能の低いワープロしか使えなか
ったから、それも仕方なかったんだ。

でも、その後パソコンの普及で構成図のような図解が普通に使われるよう
になったし、デジカメの登場で現場写真を載せることも当たり前になった。



次はイラストの出番ってことかな。さし絵スタジオがビジネス文書の常識を変
えるかもしれないっすね。なんかワクワクするなあ。読者の皆さんの活躍を期
待していますよ！



なんだか話が大きくなっちゃったけど、本書はこれでおしまい。少しでも読者
の皆さんのお役に立てたのなら嬉しいわ。またね！

参考文献

「わかりやすいビジネス文書の書き方」が書いてある本

- ・永山嘉昭著「説得できる図解表現200の鉄則」、日経BP社、2002年
- ・日経BP社監修「説得できる文章・表現200の鉄則」、日経BP社、2000年
- ・海保博之著「文書・図表・イラスト一目でわかる表現の心理技法」、共立出版、1992年
- ・海保博之著「くたばれ、マニュアル」、新曜社、2002年

マンガの描き方を参考にしたい方へ

- ・マンガ技法研究会著「マンガの描き方 第1巻キャラクター編」、グラフィック社、1996年
 - ・手塚治虫著「マンガの描き方」、光文社、1996年
- (マンガの描き方については、このほかにも多数の本があります)

人間の視覚に関する専門書

- デビッド・マー著「ビジョン」、産業図書、1987年
- 乾敏郎著「視覚情報処理の基礎」、サイエンス社、1990年

さし絵スタジオ活用大百科

検印廃止

2007年1月19日 初版第1刷発行

著者 ビジュアル文書研究会 ©2007

発行者 古島終作

発行所 株式会社終作

146-0085 東京都大田区久が原3-39-23ビレッジ102

FAX:03-5748-3853

<http://www.shusaku.co.jp/>

印刷 株式会社音研

デザイン 中村高之

Printed in Japan