

第7章：目立つべきと目立たぬべき

このテーマは、ここまでの話の中にも何度も出てきました。【バカ売れチラシ】を作る上では欠くことができない一貫した重要なテーマです。この意味を、理論を持って説明しましょう。これがわかるだけでも【バカ売れチラシ】の考え方や作り方はレベルアップします。

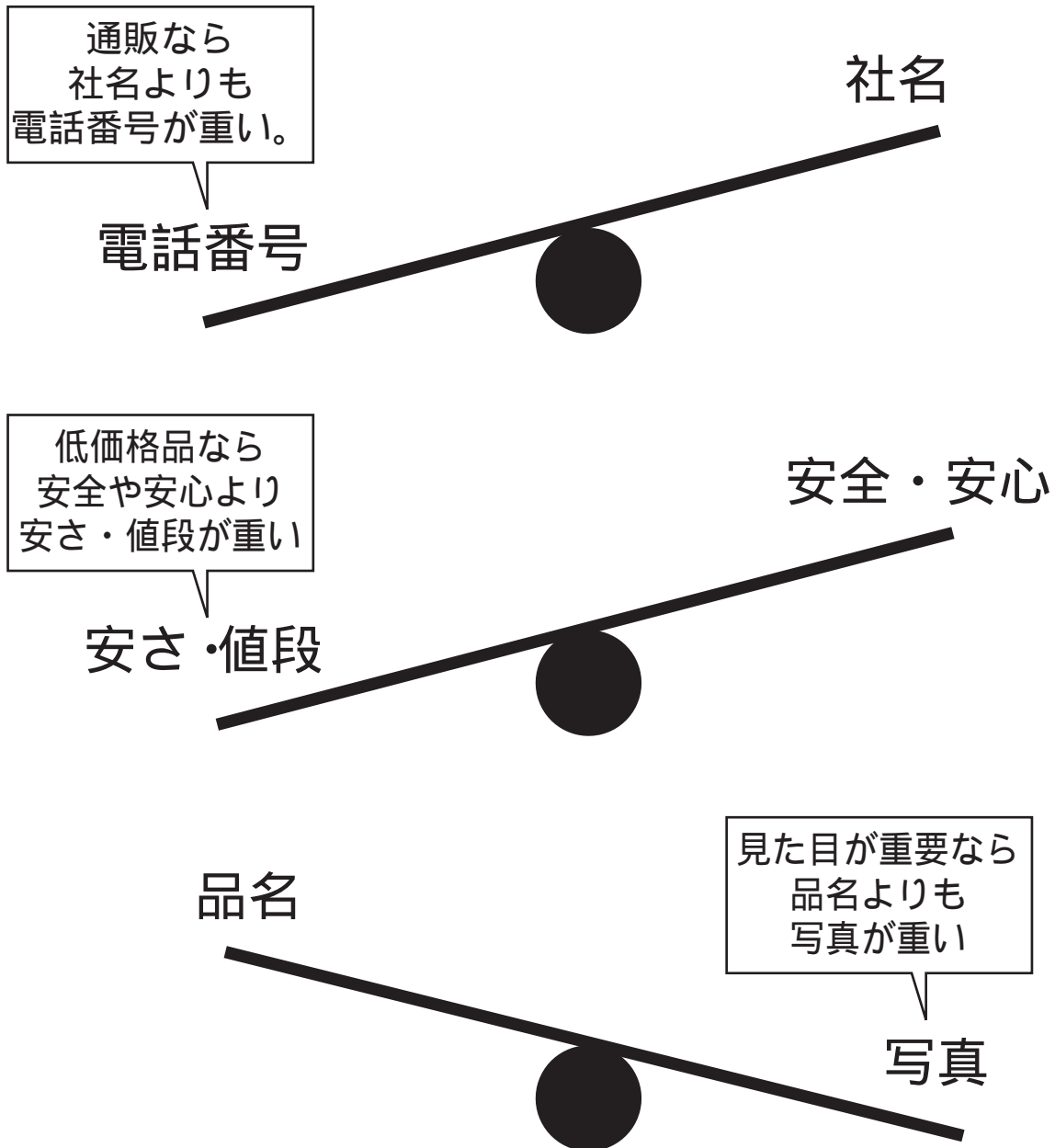
考え方の基本は強調。デフォルメという考え方。

絵心がある人はデフォルメというと「ああ、強調することだな」ってわかります。デフォルメとは、その対象物の特長のある部分をより強調して表現することなのですが、広告の中にもこの考え方が重要になります。【誇張】というと大袈裟な表現やうそや誇大表現のことですから勘違いしないでください。これをやるとJ A R O（公共広告機構）からお叱りを受けることになってしまいます。私のいう【強調】とはあくまでも大きさや太さ配置などの見た目のことです。書かれている内容は嘘がないようにしなければいけません、

例えばAとBというふたつの文章があって、Aの方がBよりも重要で、目立たなければいけないとすれば、Aを上配置する・Aを太い文字で表現する・Aを枠で囲う・などの表現方法がありますね。まずはこの大きさや太さや配置で目立たせる方法から考えます。これだけでも目立つ存在にすることが出来たら、その部分だけに色を付ければもっと目立ってくるわけです。同じ白黒表現でAがBよりも目立つ存在にすることが出来たら色を付ければもっと目立つのは当たり前ですね。

頭の中にシーソーを置いてみよう。

多くの方は【なんでもかんでも載せてしまおう主義】に走ってしまっています。何でも載せてなんでも目立たせると滅茶苦茶になりますよね。このバランスを取るためには【2つにひとつ方式】を使うと簡単に解決します。皆さんが子供の頃に遊んでいたあのシーソーを思い浮かべるといいんです。



重くなっていることを軽い方よりも目立たせることです。

場合によっては軽くなったものは掲載しなくてもいい場合もあります。