

目次 Contents

はじめに 3

Image Design 8

第一章 Real Sample 17

町議会議員 男性:45歳	18
市議会議員 男性:37歳	24
県議会議員 女性:47歳	28
市議会議員 男性:46歳	32
市議会議員 男性:70歳	36

第二章 Professional Technique 41

第一部 ポスターを構成する要素とそれぞれの意味、 および留意点 42

1. 「顔」の表情や衣装選び 44
2. 「名前」の表記や書体選び 45
3. そのほかの要素を含めた全体の構成 47
4. イメージカラーとポスター全体の色調の決定 48

第二部 ポスターの要素と配置を考えよう 49

1. ポスターのサイズを認識しよう 50
2. 顔写真と名前の配置を考える 54

3. 目線を意識して要素を配置する 56

4. 四大要素を配置する 58

第三部 印象の7割は“写真”で決まる 65

1. 好印象に見える写真とは何か 66
2. 写真の実例集、それぞれの利点・欠点 67
3. 表情や衣装などによる演出方法 70
4. スタジオ撮影の注意点 82
5. 屋外撮影の注意点 92
6. 撮影後のデジタル加工 94

第四部 文字が与えるイメージ 103

第五部 色が与えるイメージ 119

Example 128

第六部 トータルバランス 139

第三章 Special Professional Technique 147

第一部 地域による色の好感の差異を知る 148

第二部 性別と年齢を意識した訴求 158

第四章 Professional Data〈資料編〉 161



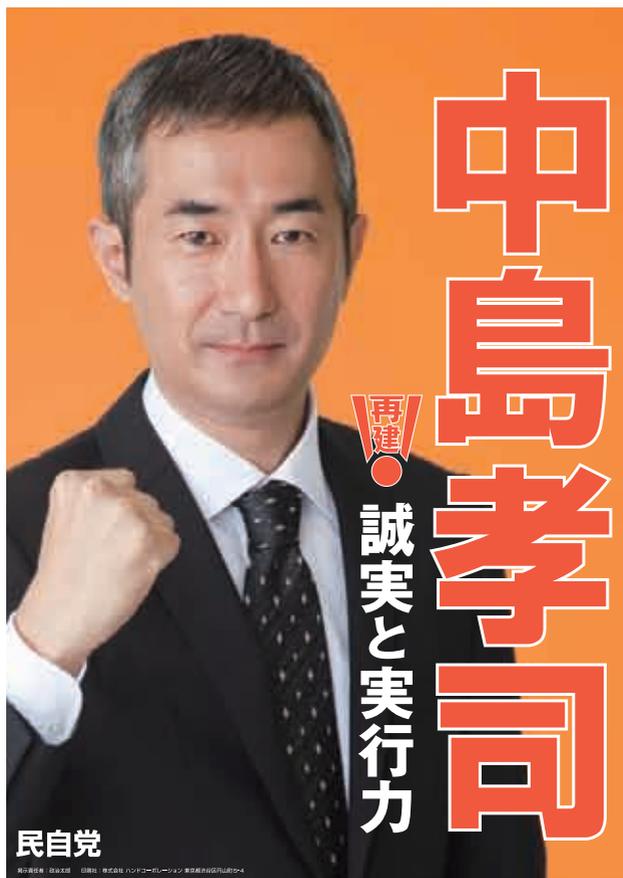
重厚感を打ち出した作例

候補者の強い信念を印象づけるため、顔の陰影がはっきりと出やすいライティングで撮影をしました。候補者名と政策・公約のキャッチフレーズの色には、純粋さをイメージさせる白と明るさを感じさせる黄色に、情熱をイメージさせる赤を組み合わせています。静かな印象の中にも、候補者の行動力を感じさせるように仕上げました。



誠実さを打ち出した作例

候補者の優しく誠実なイメージを伝えるため、自然の緑を生かし、屋外で撮影しました。候補者の視線をやや上にして、現実的な近い未来を見すえ、かつ行動力があることを印象づけました。候補者名と政策・公約のキャッチフレーズには、純粋な印象のある白と真面目さを印象づける緑を使用し、全体をバランスよくまとめました。



実行力を打ち出した作例

真正面を見て有権者と視線を合わせ、こぶしを握ったポーズで撮影し、活動的で実行力があることをアピールしました。イメージカラーにも活発さと同時に明るさを感じさせるオレンジを使用し、相乗効果を狙いました。ワイシャツの白を生かし、誠実さを印象づけると同時に、紙面を引き締めるよう配慮しています。



さわやかさを打ち出した作例

衣装は普段着に見えるシャツをノーネクタイで着用し、親近感を印象づけ、公約の「子育て・福祉」にふさわしい「よいおじさん」のイメージに仕上げました。候補者名や政策・公約のキャッチフレーズの書体には、丸ゴシック体を使用して、優しいニュアンスを加え、全体的なイメージは青で清潔感をアピールしています。



履歴をアピールした作例

ポスターは初見の印象が大切なので、候補者の履歴をアピールする場合、ひと目で履歴がわかる衣装を着用すると効果的です。この例では医師であることを衣装や小物でアピールし、かつ顔に立体感が出る撮影で、人間性の豊かさ、奥深さを表現しました。シンボルマークにはオレンジと黄色を選択して、おおらかさや活動的なニュアンスを加えました。候補者名は丸ゴシック体を使用してやわらかさを、キャッチフレーズは明朝体を用いて誠実さを出しています。



キャッチフレーズを有効に伝える作例

政策・公約のキャッチフレーズをアピールするならば、写真の撮り方が重要です。この例では「地域で支える子育て・福祉」のキャッチフレーズに合わせ、子どもと一緒に撮影しました。候補者名とキャッチフレーズの書体には丸ゴシック体、色は緑と、病院名などによく用いられる組み合わせを使用し、優しくクリーンなイメージを伝えていきます。また子育てをイメージできるシンボルマークにも緑を用いました。

第一章

Real Sample

実際の議員経験者などの立候補時のポスターと
各人の政策やアピールポイント
要望などをふまえ
広告学に基づいて作成した例です。



2007年 立候補時のポスター

候補者プロフィール

男性
45歳
町議会議員 5期
町議会議員選挙用ポスター



候補者の写真はドラマティックな撮影により、重厚感のあるイメージに仕上げました。経験と実績を感じさせると同時に、向かって左手から強い光をあてることで将来性も感じさせます。候補者名は下に配置して安定感を印象づけました。ドラマティックな撮影では、ともすると押し出しの強さが出やすいため、候補者名の色は明るい黄色系を採用し、若々しさをアピール。文字は紺色の縁をつけることでキリッと締まった印象になるよう配慮しています。

※候補者名は下に配置(ポスターを見る人の目線の動き):57ページ参照 ※ドラマティックな撮影:88ページ参照
※候補者名の色(色のもつイメージ):120ページ参照



候補者の顔がよくわかるバストアップの写真を使用した作例のひとつ。真面目な表情ながらも、口角が上がり、“笑み”を感じさせる表情のカットを選びました。候補者の胸元には選挙地域のバッジを採用し、地元住民との絆を感じさせるアイテムとして使用しています。また、政策・公約のキャッチフレーズの「心・愛・夢・絆」は、これまで使用していた筆文字から、グラフィカルな文字に変更。より見やすくなるように配慮し、有権者が視認しやすいアイキャッチとしてデザインしました。

※表情:70ページ参照 ※選挙地域のバッジ(経歴や公約を想起させるアイテム):80ページ参照



候補者名の表現を紺色の色帯の上に白いゴシック体という、以前の立候補時のポスターと同様のスタイルにすることで、有権者に親近感と連続して出馬していることをアピールした作例です。ネクタイに赤系を使用していることから、名前下の色帯も少し赤みを帯びた紺色に変更し、落ち着きと重厚感をプラスしています。左胸の位置に、キャッチフレーズである「心・愛・夢・絆」のアイキャッチを置き、それを胸に秘めているという印象になることを狙っています。

※ネクタイ:76ページ参照 ※ゴシック体:106ページ参照



撮影のアイテムとして万年筆を持った写真を使用した作例です。これは法学部卒であり行政書士として活動してきた候補者の経歴をイメージさせ、知的な印象をアピールするという狙いがあります。座ったポーズにすると、人とゆっくり対面するときの候補者をイメージさせ、かつ落ち着いた印象をもたらすことができます。また、手を組むことで安心感や信頼感なども表現できます。また、このようにポスターを横位置にすると右の名前スペースが大きくなり、候補者名の強いアピールが可能となります。

※撮影のアイテム(経歴や公約を想起させるアイテム):80ページ参照 ※候補者名(文字の組み方):112ページ参照



左と同じ写真で、机の表面の白さを生かした作例です。この白い部分を生かして候補者の名前を下に配置できるため、色帯などをひく場合に比べ、全体がすっきりして、広がり感のある印象に仕上げられます。下に配置した名前と候補者の顔とで三角形が形成されるため、安定感が増します。加えて政策・公約のキャッチフレーズ以外の文字要素を下にまとめ、キャッチフレーズが印象的に目に飛び込むよう配慮しました。候補者名には自然をイメージする「緑」を用いて、優しく親しみやすい印象に仕上げています。

※候補者名を下に配置(ポスターを見る人の視線の動き):57ページ参照 ※自然をイメージする(色のもつイメージ):120ページ参照

第二章 Professional Technique

第一部 ポスターを構成する要素とそれぞれの意味 および留意点

第一部

ポスターを構成する要素と それぞれの意味、および留意点

一般に広告は、「何をアピールするか」「それをどのようなイメージで伝えるか」を明確にしてから作りはじめます。この最初の確認作業を怠ると、いくら労力とお金をかけた表現をしたところで、効果が薄くなってしまふからです。

選挙ポスターも、同様です。ポスターを作り始める前には、まず「何をアピールするか」「それをどのようなイメージで伝えるか」を明らかにすることが肝心です。

まずアピールすべきは「顔」と「名前」

一枚の選挙ポスターには、さまざまな要素がつまっています。主なものは、「候補者の顔」「候補者の名前」「政党名」「政策・公約を謳うキャッチフレーズ」「ホームページのURL」「講演会告知」などです。どれも重要な要素ですが、選挙ポスターの究極の目的が「有権者に顔と名前を覚えてもらい、最終的には投票用紙に名前を書いてもらうこと」という点において、最も重要なのは、やはり「顔」と「名前」です。そのほかは、顔と名前を覚えてもらったうえで、投票行動に結びつけるための補強的な要素ととらえたほうがよいでしょう。

つまり、選挙ポスター作りにおいては、「顔」と「名前」を引き立たせ、盛り込みたい要素に強弱をつけながら全体を構成していくことが大切なのです。もし、これを考慮せず、欲張って全ての要素を目立たせると、結果的に「顔」と「名前」を埋もれさせてしまいます。これでは、選挙ポスターとしては失敗作となる可能性が高いのです。

ただし、複数回当選している候補者などは、「顔」と「名前」は有権者に浸透していると考えられますから、政策・公約などをメインにアピールすることも考えられます。

独自のイメージづけも不可欠

もちろん、ただ単に「顔」と「名前」を強調すればいいというものではありません。選挙ポスターにおいては、その「顔」と「名前」が、どのようなイメージで有権者に伝わるかということも重要なテーマです。候補者がどのような考えをもち、どういう立場で立候補しているかをしっかり伝えないと、いくら「顔」と「名前」を覚えてもらっても、直接の投票行動にはつながらない可能性が高いのです。そこで、まず、候補者自身の最も「ウリ」になる部分を強調したイメージ作りを行います。

そのとき、広告学的な見地からは、次のようなポイントが重要だと考えられます。

1. 「顔」の表情や衣装選び
2. 「名前」の表記や書体選び
3. そのほかの要素を含めた全体の構成
4. イメージカラーとポスター全体の色調の決定

こうしたポイントとその効用については、あまり広くは知られていません。しかし、広告学的な表現テクニックを使いながら、選挙ポスターを構成する主要要素の表現方法を選んで作れば、候補者のイメージをより効果的に有権者に伝えることができます。まず、上の1から4について、独自のイメージを打ち出していくための表現テクニックの概要を説明していきます。

第二章
Professional Technique

第二部
ポスターの要素と配置を考えよう

第二部

ポスターの要素と配置を考えよう

ポスターを構成する要素のうち、最も大切なのは候補者の「顔」と「名前」です。この二大要素をどうするかで、ポスターの出来が左右されると言ってもよいでしょう。さらに「政策・公約のキャッチフレーズ」と「政党名」を加えた四大要素をどのように配置するかで、ポスターの構成が決まり、その構成の仕方によって、有権者に適切にアピールできるかどうかが変わってきます。まずはポスターの大きさを把握し、その中でどのように配置すれば、候補者にとって、また当該選挙にとってプラスに働くかを考えていきましょう。

1. ポスターのサイズを認識しよう

ポスターのサイズは選挙により異なる

選挙ポスターを制作する前に、まず大きさと形を認識し、このスペースの中に顔写真と候補者の名前をどう配置するか、政策・公約のキャッチフレーズや政党名などをどのように入れるかをイメージしましょう。

候補者個人の選挙ポスターの場合、地方選挙ポスターも国政選挙ポスターも、規格は420ミリ×300ミリ。ほぼA3サイズ(420ミリ×297ミリ)と同じです。ただし、都道府県知事選挙ポスターと、比例代表を除く国政選挙ポスターに限っては、個人演説会の日時、場所の欄を設けることで、規定サイズに100ミリをプラスでき、その場合の実質サイズは420ミリ×400ミリと正方形に近い形となります。

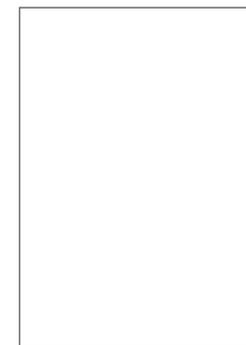
いずれもどの辺をタテにするかといった規定はなく、タテ画面、ヨコ画面は自由に選べます。規格内であれば、丸型や菱形などの変形でも作ることができます。

候補者個人の選挙ポスターの法定サイズ

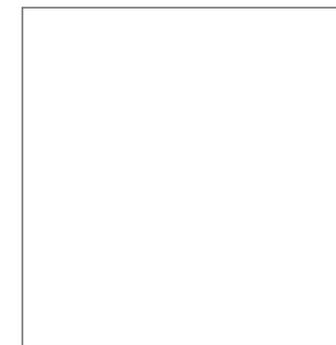
(単位: ミリ)

選挙名		規格	個人演説会
地方選挙ポスター	都道府県知事	420×300	420×100
	都道府県議会議員	420×300	できない
	政令指定都市市長		
	政令指定都市議会議員		
	市長・特別区長		
	市議会議員・特別区議会議員		
	町村長		
町村議会議員			
国政選挙ポスター	衆議院議員(小選挙区)	420×300	420×100
	参議院議員(選挙区)		
	参議院議員(比例代表)	420×300	できない

※タテとヨコの決定については自由



420ミリ×300ミリ



420ミリ×400ミリ

第二章
Professional Technique

第三部
印象の7割は“写真”で決まる

第三部

印象の7割は“写真”で決まる

よい選挙ポスターを作るために最も重要なのは候補者の写真です。そしてポスターの印象の7割は写真で決まると言ってもよいでしょう。いわばポスターの写真が候補者の第一印象となりうるのです。実際に会えば、表情や話し方などで印象のよさをプラスしていくことができますが、ポスターは1カットのみ。その大切な1カットで候補者を好感をもって見てもらうためのポイントを考えていきましょう。

1. 好印象に見える写真とは何か

写真で候補者の好印象を表現する

1カットのみの写真だからこそ、これに注力することで、有権者に好印象をアピールすることができます。そのために第一に考えなければならないのは、表情や身だしなみです。ちょっとした表情や身だしなみの良し悪しで印象が左右されると心得ておきましょう。身だしなみでは特に清潔感が重要です。また他の候補者との差別化を図るために、候補者の人柄をよく表現し、やる気などをアピールすることも大切です。

2. 写真の実例集、それぞれの利点・欠点

バストアップ写真 1



必ず押さえておきたい、正面バストアップ

顔が実物大に近くなる正面バストアップ写真は、最も基本的な撮り方です。そのメリットとしては、人の顔写真を見るうえでは、実物大がいちばん自然に感じられ、認識しやすいことが挙げられます。また、正面写真は証明写真のように正式な感じが出せ、またポスター以外のさまざまな広報物にも使用することができます。実際のポスターでは他の表現を使うとしても、この写真は必ず押さえておくべきでしょう。

第二章
Professional Technique

第四部
文字が与えるイメージ

第四部

文字が与えるイメージ

ふだん、何気なく眺めている文字ですが、実際にはさまざまな書体があり、書体によってイメージが異なります。ポスターで大切な文字要素は「候補者名」と「政策・公約のキャッチフレーズ」です。候補者のイメージやキャッチフレーズの内容に則した書体選びは、ポスター作りのカギ。ここではその書体選びに役立つヒントを解説していきます。なお、ポスターでは文字要素はほとんど和文で表記されるため、和文書体の明朝体とゴシック体について説明をしていきます。

明朝体

明朝体は中国・明代に出版された本の書体に由来し、書の楷書体に基づいています。明朝体の特徴は文字の横画が細く、縦画が太いことです。漢字の横画の右端にはうろこのような形がついていますが、これは書（毛筆）における留めの名残でしょう。右はらいや左はらいにも名残があります。明朝体は、線の強弱があり、洗練された美しい書体として頻繁に用いられ、とても親しみやすく、かつ読みやすい印象があります。

Point

明朝体の長所

- ・ 風格がある、正統的な印象がある。

明朝体の短所

- ・ ゴシック体に比べ視認性がやや劣り、印象が弱い。
- ・ ヨコ組みではきれいに組むのが難しい。

使用するうえでの留意点

- ・ 本来タテ書きから変様した書体なので、タテ組みの場合は組みやすく、読みやすい。ヨコ組みの場合、文字の高さがバラバラになるので、文字の高さを調整し、合わせてベースラインや字間も調整しないときれいに見えない。

明朝体の例

- リュウミンEB-KL 最もオーソドックスな書体で、正統的な印象がある。

中島孝司 なかじまたかし

- 見出しミンMA1 明朝体の中では比較的視認性が高い。

中島孝司 なかじまたかし

- 光朝 エレガントで洗練された印象がある。

中島孝司 なかじまたかし

- 正楷書CB1 筆文字に近く、伝統感、安心感がある。

中島孝司 なかじまたかし

- 楷書MCBK1 正楷書CB1の印象に加え、さらに力強いイメージ。

中島孝司 なかじまたかし

- 教科書体ICA M 見慣れた書体なので親しみ感がある。

中島孝司 なかじまたかし

- 隷書101 特徴的な書体なので差別化が図りやすい。

中島孝司 なかじまたかし

第二章
Professional Technique

第五部
色が与えるイメージ

第五部

色が与えるイメージ

人間は色によってさまざまな感情や感覚が引き出されることがわかっています。また、色にはそれぞれイメージがあります。候補者のイメージやキャッチフレーズの内容などに合わせた色選びをすることで、適切なイメージ作りができます。また、色は基本的に色相、明度、彩度で表すことができますが、色の組み合わせによる多彩な視覚効果を利用して、候補者名などを目立たせることも可能です。ポスター作りには、こうした色についての十分な理解が必要です。

色のもつイメージを知る

人間は色を見ると自然にさまざまなイメージをもちます。色から感じる効果としては「活動性」、「力量性」、「評価性」の3つの要素に集約されます。

「活動性」は色を見て「温かい・冷たい」「動的・静的」などと感じ、色によって人間の気持ちなどが動くことです。例えば部屋の中で広い面をしめるカーテンや壁紙を変えることで、活動的な空間や落ち着いた空間を演出することができます。「力量性」は「強い・弱い」「硬い・軟らかい」と感じることで、例えば色によって重量感などが変わります。実際に引っ越し業者が梱包用段ボールの色を軽く感じる白に変えたところ、従業員の作業率が上がったという事例もあります。

3つめの「評価性」は、その色を見た人がどのような印象を受けるかということです。選挙ポスターは主にこの「評価性」を生かした制作を行います。色によって有権者がポスターを見たときに感じる候補者のイメージが左右されるからです。

色のもつイメージを応用して候補者のイメージカラーを決め、ポスターやはがきなどの広報物に用いると、候補者の一貫したイメージづけに役立てることができます。

色のもつイメージ(評価性)の一例

	赤 情熱的、勇気がある、華やか、活動的など
	黄 元気、はつらつ、プラス思考、おおらかなど
	オレンジ 明るい、活発、親しみやすい、若々しい、健康的など
	ピンク 優しい、やわらかい、かわいい、素直、女性的など
	青 清潔、さわやか、冷静、知的、信頼、誠実、男性的など
	緑 自然、癒し、和む、安心・安全、新鮮、平和的など
	茶 素朴、落ち着く、穏やか、安らぎ、伝統、暖かいなど
	紫 高貴、気品、大人っぽいなど
	白 純粹、無垢、潔白など
	黒 強い、硬質、高級、フォーマルなど

第三章 Special Professional Technique

第一部 地域による色の好感の差異を知る

第一部

地域による色の好感の差異を知る

誰でも生まれ育った時代や環境などに大きな影響を受けます。色も例外ではありません。色には好みの年代差があり、性差を含め、個人的な好みの差もあります。さらにもうひとつ、地域による差もあるのです。地域による色の好みの差は、自然環境や風土に関わりがあります。大きく影響しているのは、日光です。日光の光の色や明るさなどが人の色の好みを左右している面があるのです。ここでは地域による色の好みについて検討していきましょう。

色温度は光の色の違い。日本の南北でも異なる

たき火の火はオレンジ、太陽は赤やオレンジなどと意識することが多く、夜空の月は白っぽく見えることもあります。ひと口に光といっても色の見え方はさまざまです。このように違って見えるのは、物質を熱するとその温度により発する色が変わるため、物質が温度を増すにつれて、暗赤→赤→オレンジ→黄→白→青白と変わります。例えば鉄を熱すると、低温では暗赤色に見えますが、温度が高くなるとオレンジを帯び、さらに高温になると黄色っぽくなります。

こうした光の色は、色温度(単位：K=ケルビン)で表します。例えばろうそくの炎は2000K、白熱ランプは2800Kで、赤みを帯びて見えます。白色蛍光ランプは4200K、蛍光灯には5000Kを超えるものもあり、青みを強く感じます。

色温度は自然光でも違いが現れます。地球上で赤道圏では色温度が低いので光は赤みやオレンジを帯び、北極や南極では最も色温度が高くなるので光は青白くなります。日本では、緯度が低いほど色温度が低く、緯度が高いほど高くなるので、【図1】のように南から北へ、赤→オレンジ→黄→黄緑→緑→青緑→青→青紫となります。

日本における色温度の違い

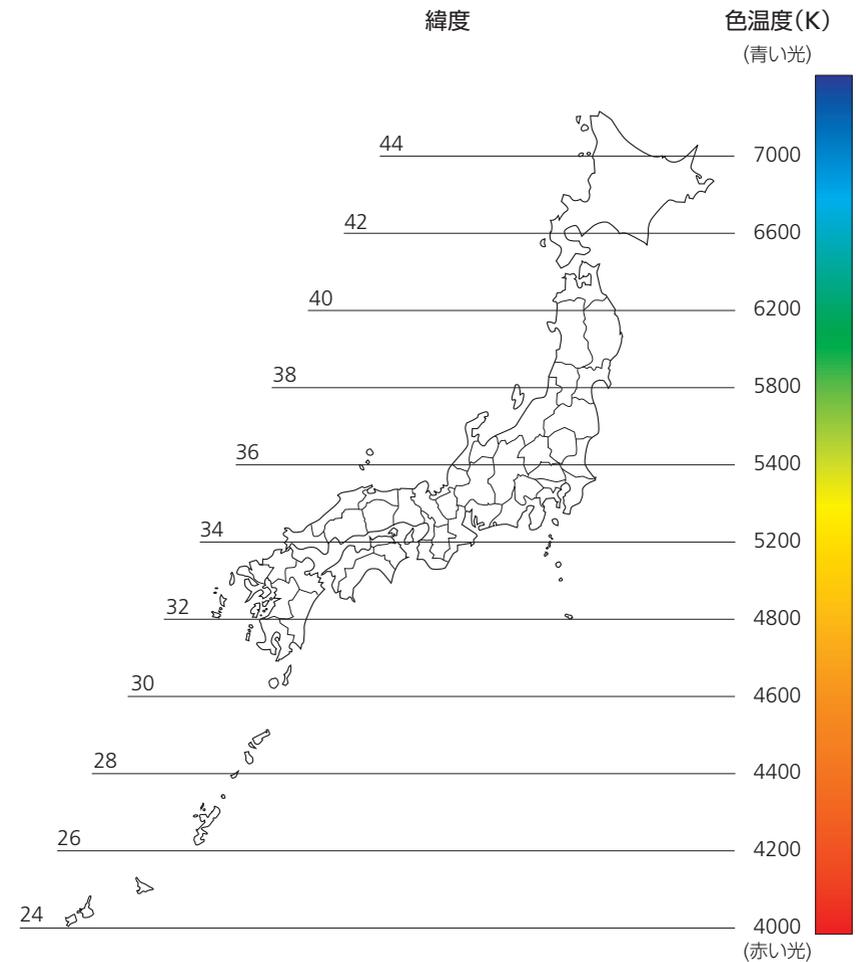


図1

第四章 Professional Data

資料編

広報物のいろいろ

広報物には、候補者個人のもの、政党・確認団体のものがあります。いずれも公示（告示）以前に、準備を整えておく必要があります。特に候補者個人のは自ら準備を進めなければならないので、早めの対応が大切です。

広報物には、ポスターやビラ、はがき、新聞広告などがあります。発注してからすぐに揃うものばかりではありませんし、実際の選挙運動に入るとさらに種類が増えるので、直前になって混乱しないよう、あらかじめ、いつ、何を、どのくらい用意するのかを計画しておきましょう。

広報物の制作には一定の期間が必要

広報物を制作するためには、ある程度の期間が必要です。例えば、候補者個人のポスターを例に挙げてみましょう。

まずは候補者のイメージをどうアピールするか、政策・公約を表現するキャッチフレーズはどうするかなどの企画を立てる期間が必要です。長ければじっくり練ることができますが、実際にはあまり時間がとれないことも多いでしょう。次にその企画に沿った写真撮影やデザインを考え、実際に撮影・デザインを進めます。この期間も状況により異なりますが、少なくとも1カ月程度は見ておく必要があります。デザインが完成したら印刷ですが、印刷所と数回やり取りをするので、少なくとも2週間程度が必要です。つまり、実際の制作に入ってから、少なくとも1カ月半は必要ということ。印刷する前に選挙管理委員会に確認を取ることなどを考えると、公示（告示）まで2カ月程度の余裕をみて、制作に入れるように企画を進めるとよいでしょう。

なお、ポスターの制作がスタートしたら、その制作方針に合わせて、ビラやはがきなどの制作も進めていきます。

【候補者個人のもの】

公示（告示）前に用意するもの

- ・ 後援会しおり、入会申込書、後援会会報
- ・ 後援会事務所および連絡事務所用看板、ステッカー
- ・ 国政報告会などの告知用ポスター

公示（告示）後に用意するもの

- ・ 選挙運動用ポスター
- ・ 選挙運動用ビラ
- ・ 選挙運動用はがき
- ・ 選挙公報
- ・ 新聞広告
- ・ そのほか、看板、立て札、候補者用胸章・たすき、選挙運動用の自動車や自転車なども必要になります。

【政党・確認団体のもの】

公示（告示）前に用意するもの

- ・ 政党演説会告知用ポスター

公示（告示）後に用意するもの

- ・ 選挙運動用ポスター
- ・ 選挙運動用ビラ
- ・ 選挙運動用はがき
- ・ 選挙公報
- ・ 新聞広告
- ・ そのほか選挙活動用の自動車など