



●B5判 190頁  
●価格 / 10,000円(税別)  
●2014年9月発売

赤が際立つ  
デザインに  
しますね！

こんなこと  
ならない  
ように!!



※漫画は販促用の画像です

## 競争に勝つ広告を 作るヒントがここに!

- ★稼働の底上げになる表現とは
- ★低予算で効果的な広告を打つ考察
- ★ファンが投資したくなる表現とは
- ★差がつくWebでの表現とは
- ★ホール装飾の極意とは
- ★広告代理店が仕掛ける罠とは
- ★景品コーナーの消化率を変える
- ★規制のピンチをチャンスにするコピー

## CONTENTS

### ●第一章 攻めの広告を打つため押さえておきたい基礎事項

PART.1 良いデザインとは  
PART.2 グラフィックデザインの基本

1. フォント
2. ジャンプ率
3. 版面率
4. 図版率
5. 拘束率
6. ホワイトスペース

PART.3 色彩センスゼロでも大丈夫! プロの技を3つの原則から学ぶ  
PART.4 年齢・性別による 好まれやすい色を理解する

### ●第二章 低予算で効果的な 広告を打つための考察

1. ノープランでチラシを打ってはいないか
2. 媒体を正しく選定しよう
3. 消費者が不快に感じる広告媒体とは
4. 反感を示されにくい媒体とは
5. ある企業の取り組み
6. 紙媒体が減らない現状
7. 折り込みチラシはまだホール広告の主力メディア
8. 広告に求められる "グローバルメディアデザイン"
9. チラシは高齢者対策だけなのか
10. 万人に訴える表現の有効性
11. 縦か横か? それだけで変わるチラシの心理効果
12. 低予算で広告を打つためには

### ●第三章 事例集

- CASE.01 デザインは見た目だけではない。あらゆる問題解決の手段
- CASE.02 日の丸のデザインの意味とは。赤と白になぜ魅了されるのか
- CASE.03 **ビジネスで好印象を与え、ユーザーを引きつける緑色**
- CASE.04 幸運を感じさせる黄色。綻びのない遊技空間を作るには
- CASE.05 刺激的な阪神タイガースの色、ホールを強く楽しく見せる
- CASE.06 差別化を図るためのオレンジ。心に沁みる色にするには
- CASE.07 新撰組はダサイ集団だった? カッコいいニュアンスの色とは
- CASE.08 おしゃれならピンクで装え。ホールでも有効な色合い
- CASE.09 ヤンキーの紫がホール企業で効く! 太古の歌人が伝えた人の縁
- CASE.10 オリピックに溢れる、カラーリングのヒント
- CASE.11 **ディズニーランドとUSJに学ぶ。万感溢れるニュアンスとは**
- CASE.12 配色のコツは吉本ばなな。モノクロの効果とは
- CASE.13 遊技を大衆娯楽としてアピールする色とは
- CASE.14 ルイ・ヴィトンの紋様の効果。地味な表現か企業の象徴か
- CASE.15 ホールの認知度が上がる、キャンペーンロゴの効能
- CASE.16 勝利の女神が微笑む表現の見極めとは
- CASE.17 桃太郎、死亡フラグ成立!! パロディ広告企画の実効性
- CASE.18 **パロディ広告で健康になる? 笑いは集客に繋がるのか?**
- CASE.19 目を閉じればチラシがよくなる。デザインを見極める秘訣とは
- CASE.20 華やかな出玉予感させる豪華絢爛な和のテイスト
- CASE.21 広くユーザーを捉えるキャラの描き分け方法とは
- CASE.22 **へそを意識するだけで、チラシも店長も魅力アップ!**

- CASE.23 恋愛の手法でチラシの魅力を上げる
- CASE.24 思い込みで作る広告は危険期待を裏切らない表現とは
- CASE.25 イヤな性格が良い広告を作る 宮崎駿に学ぶヒント
- CASE.26 誰もが興奮させるグラデーション表現とは
- CASE.27 **店長に囁く天使と悪魔、広告代理店が仕掛ける罠**
- CASE.28 常識を覆す表現とは良識が正しいチラシを作る
- CASE.29 ユルい感じの女子高生に学ぶ、イメージ広告作成法
- CASE.30 男子高校生が反面教師。大胆な広告はまず常識から
- CASE.31 iPhoneはかまぼこ板? 他店と差がつく美しさの表現
- CASE.32 至高の「型」で視認性アップ。差がつくWebでの表現
- CASE.33 機種の見せ方は配慮を。それだけで好感度が上がる
- CASE.34 カツオに見る美味い処世術。効果的なトリミング表現
- CASE.35 アペノミクスの狡猾さとは。POP文化は表現に最適
- CASE.36 投資したくなるビジュアルとは。快感を与えるシュールさ
- CASE.37 天気予報を注意深く見ればイメージアップに繋がる
- CASE.38 **ユーザーの脳にダイレクトに訴えかける表現とは**
- CASE.39 規制のピンチはチャンスと 捉えるコピーを創作
- CASE.40 広告で世界征服は可能か? シンプルな言葉は人心を制す
- CASE.41 ホールはコピーで決まる。誠実であれば惹かれる
- CASE.42 相手に負けないコピー表現で "おいしい" 稼働を目指せ
- CASE.43 アートのエロさで女性を吸引。萌えに対抗する
- CASE.44 女性に嫌われないエロ? 曲線の美しさで見せる広告
- CASE.45 女子を取込むには「キラキラのニュアンスだよ」
- CASE.46 女性より美しい女性とは 女性より美しい表現?
- CASE.47 プロの創作に巧妙な手を加え、見せ方を向上させる
- CASE.48 計算が求められるチラシ。正解を導き出せば効果アップ
- CASE.49 ルバンの接客で集客アップ。表現もカッコよくするコツ
- CASE.50 **ダサくてもパチンコらしさ。真のデザインの美しさとは**
- CASE.51 タイアップ機は新しい神? 愛ある表現がユーザーに効く
- CASE.52 センスを磨くのは簡単。すべては基本的な鍛錬の追求
- CASE.53 強者は決して手を抜かない。ブランド力を伝えるデザイン
- CASE.54 **谷崎潤一郎はロリコン? 販促に効くコスプレとは**
- CASE.55 効果的なホールのBGMと効くバックグラウンドとは
- CASE.56 ダサくても集客できる表現。イケててもダメな広告
- CASE.57 **子供でも44億円稼げる方法。抽象画で稼働が上がる?**
- CASE.58 ファッションの極意とホール装飾の極意
- CASE.59 本気(マジ)でユーザーに 誠意が届く表現とは
- CASE.60 **遊技はネガティブに見られがち。その意識を変える手段**
- CASE.61 もうチラシネタに迷わない! 必ず見つかる適切なモチーフ
- CASE.62 **男女ではチラシの見方が違う! その重要なポイント**
- CASE.63 ユーザーを不信の谷に落とす。不気味な広告表現とは
- CASE.64 キャラにてこ入れして稼働の底上げを
- CASE.65 **ホールのエコは本当に効くのか 必ず効く社会貢献とは**
- CASE.66 フェイスブックより効く。お得意様を増やす手段とは
- CASE.67 ホールの人材不足を解決する笑顔の表現とは
- CASE.68 景品コーナーの消化率を変える表現とは
- CASE.69 稼働の底上げは防犯から。その意気込みが明日を作る
- CASE.70 広告は貴社の「心」を見せる。永遠に掲げたい表現とは

付録  
広告制作に役立つ簡単カラーチャート