



『視線の流れ』をレイアウトに活用してみよう!

コミュパレでは「自分たちの想いが伝わる・届けられるデザイン」の作成方法や、印刷物作りのヒントになる情報を発信していきます。今回は、レイアウト決定において知っておくと役立つ『視線誘導の法則』についてご紹介していきます!



視線の動きからレイアウトを考える

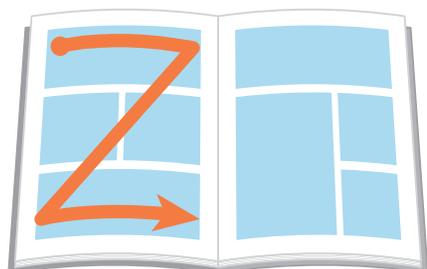
レイアウトを作成する際に重要なポイントのひとつが、「視線誘導の法則」です。人の視線には無意識のうちに決まった動きのパターンがあり、特に知られているものに「Zの法則」「Nの法則」「Fの法則」があります。

紙面上の情報は、見る順番によって伝わり方が大きく変わります。これらの法則を意識するだけで、誰でも見やすく伝わりやすいレイアウトを作成することができます。



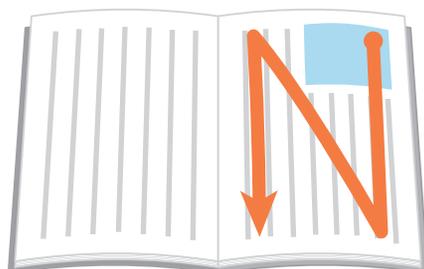
『Zの法則』

視線が左上から右上、右下へと“Z”のように動くため、「Zの法則」と呼ばれます。名刺やパッケージ、チラシなど、全ての情報が一面に収まるデザインや、多くの要素が混在するレイアウトに適しています。特に横書きの文書ではこの法則が効果的で、視線の流れに沿って情報を配置することで、読みやすく自然なレイアウトが可能になります。チラシの作成や、1ページに多くの情報を載せたい場合には、迷ったらまずZの法則を基本にレイアウトを考えるのがおすすめです。



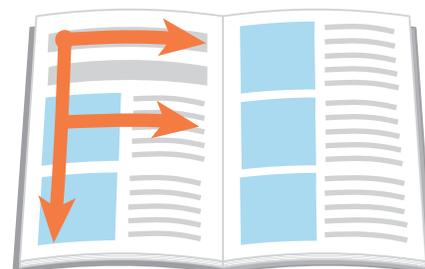
『Nの法則』

縦書きレイアウトの場合、人の視線は右上から左下へと“N”の形に動く傾向があります。これは日本語の読み方が右上から始まることに由来し、小説や新書、教科書、雑誌などの右開きの冊子に適しています。ただし、写真やイラストがある場合は視線がそちらに先に向くこともあり、Nの法則が必ずしも成立するとは限りません。視線が左上に逸れてしまわないように、右上の要素を強調して「最初に見るべき場所」をしっかりと示しておくことで、視線を自然にNの流れへ導くことができます。



『Fの法則』

視線が左上から右へ、次に左側を下へ降りながら要素を確認していく流れが「Fの法則」です。アルファベットのFに似ていることからそう呼ばれます。この法則は主にウェブサイトや横書き文書に適しており、ユーザーがページ上の情報を素早くスキャンしやすくなる配置法です。特に重要な情報を上部と左側に優先的に配置すると、ユーザーにとって読みやすく、理解されやすい構成になります。



視線の動きを意識するだけで、レイアウトの伝わり方は大きく変わります。Z・N・Fの法則を上手に使えば、誰でも見やすく、伝わるデザインが作れます。迷ったときは「Zの法則」を基本に考えると安心です。

お客様が作成された印刷物のご紹介

デザイン作成のヒントが見つかるかも!? ジムブレンのお客様が実際に作成された印刷物を例に挙げ、「どんな部分にこだわっているのか」「想いを伝えるためにされている工夫」等を皆様にご紹介していきます。

木之本まちづくり協議会 様 A4サイズ/片面カラー印刷

どんな印刷物?

地域の方々に活動の様子やイベントの情報をお伝えるために発行しているおたより。

お客様のごこだわり Point 01

写真をたくさん入れることでぎやかに誰でも楽しく見ることができるようにしているそうです。

お客様のごこだわり Point 02

カラフルな印刷物にすることで誰が見ても見やすくなるようにしているそうです。



伝わる印刷物作りのコツ

- ・吹き出しやぼかし効果等の装飾で見出しをもっと目立たせる!
- ・季節感のあるイラストを使って、楽しい雰囲気が伝わる紙面に!

