

版下供養進行スケジュール

16:00～

入 堂

勧 請

方便品

讚ばち

祈願文

自我げ

神力げ

玄 題

此 要

回 向

御貫主挨拶

退 堂

境内 原稿お焚き上げ

勧 請

自我げ

呪陀羅

玄 題

回 向

第32回原稿感謝の日

はんしょくじよ

版下供養

9月9日(金)
法華宗大本山 本能寺
16:00～17:00 見学無料

平素は、京都廣告懇話会ならびに弊会主催の「原稿感謝の日ー版下供養ー」に、
ひとかたならぬご協力を賜り厚く御礼申し上げます。
日頃、私達の活動に欠かす事の出来ない原稿に、この一年の感謝を込め、
下記要領にて法要と懇親パーティーを実施いたします。
つきましては、本趣旨にご賛同頂き、是非ともご協賛賜りますようお願い申し上げます。

平成28年7月吉日

京都廣告懇話会 会長 国府秀人
版下供養実行委員会 委員長 松本 博

法要

16時から17時まで(受付:15時から)法華宗大本山 **本能寺** 中京区寺町通御池南入ル
※ 供養させていただく原稿は13時～16時までに受付へご持参ください。

懇親
Party

18時から20時30分まで(受付:17時30分から)
京都ロイヤルホテル&スパ TEL.075-223-1234

- 全 催／京都廣告懇話会
□後 援／京都廣告協会、(社)日本グラフィックデザイナー協会京都地区、京都新聞、KBS京都、BBC びわ湖放送、エフエム京都、エフエム滋賀、
京都印刷工業組合、読売新聞京都総局、朝日新聞京都総局、毎日新聞京都支局、中外日報社、えふえむ草津、月刊誌 Leaf (順不動)
□お問合せ／事務局 (株)ソーシャルメディアマーケティング研究所 TEL.075-211-2070・携帯 090-1591-8336 (担当:青木)
□お申込み／事務局 FAX.075-320-1656

 京都廣告懇話会
Kyoto Advertising Communication Group

ご協賛
申込書

貴社名
(協賛企業名)

◆第一部
法要に
(16時から)

ご出席 (会員
協賛企業
名
名) 欠席する

◆第二部
懇親パーティーに
(18時から)

ご出席 (会員
協賛企業
名
名) 欠席する

 京都廣告懇話会 会員名

ご協賛金◆一口 10,000円 (法要・パーティー 1名様分含む)

◎貴社会員の方が参加される場合は1名様につき別途8,000円です。
◎ご協賛金は当日お願いいたします。

◎懇親会パーティー会場では、自社 PR 書類をご用意頂きますと、協賛各社全員に配布させて頂きます。
(100部ご用意の上、前日までに事務局へご連絡ください。)



年に一度、業界あげての原稿感謝の日…
是非、ご参加下さいますよう、京都廣告懇話会メンバー一同
お待ちしております。

廣告懇話会が行う版下供養とは・・・

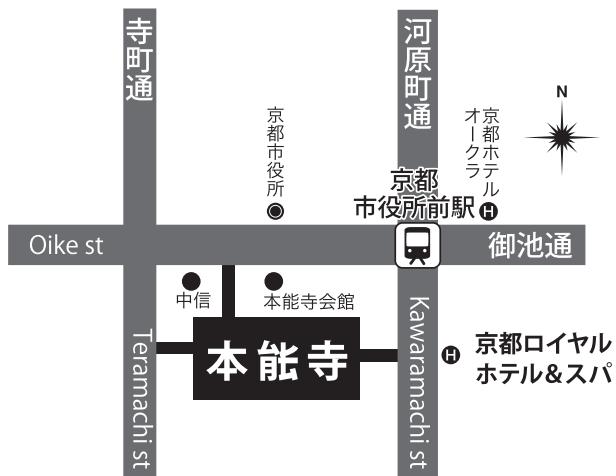
古くなった絵やデザイン画の下絵(データCD・DVD・MO等)が眠っていませんか?

ご不要になったものがありますか?"感謝"の気持ちを込めて供養いたします。

京都廣告懇話会では、広告物に関わる広告の基の原稿に感謝する日を定め、年に一度、本能寺にて原稿感謝の日「版下供養」を実施しています。一般の方にも参加していただき、ご自身で大切にしておられる“原稿”を、お預かりし供養をさせていただきます。

「版下供養」にぜひご参加いただきますようお願い致します。

Access



版下とは・・・

PCを用いてのデザインが当たり前になった昨今ではすっかり耳にすることがなくなった「版下」。

チラシやポスター等の印刷物制作の際、紙台紙に写植文字や図の紙焼き(印画紙)を貼付けてデザインし、トンボや罫線などを施したものです。この「版下」を製版カメラで撮影し、印刷用のフィルムを作成していました。この段階で文字やレイアウトに間違いがないか、また書体・級数等を確認する作業が「版下校正」です。さらにこの上からトレーシングペーパーを被せ、デザイナーはそこへ色指定をはじめ製版に対する指示を詳細に書き込んでいました。

「ここはスミベタでヌキ文字、M100・Y100(キンアカ)、C30%のアミカケ…」。色指定を見てもカラーになった時のイメージを頭に描くのは難しく、当時のデザイナーには本当に頭がさがります。その指示通りに製版がなされて4色のフィルムが出来、1枚ずつ実際の印刷と同様に仕上げたものが「色校正」です。「色校正」では基本、色のみの修正が理想ですが、いざ上ってくると色のみの修正ではおさまらないことも多く、部分的な修正で済めばまだ良いですが、レイアウト変更にまでなれば再び「版下」の出番となり、修正され、製版のやり直しとなります。こうなると時間的、経費的に大きなロスとなり、納期にも影響を及ぼすために「版下校正」は当時の廣告営業マンにとって印刷物制作の上で、とても重要な工程であり腕の見せどころでもありました。お得意先からいただいた「手書きの原稿」(元原)に対し、版下はデザイナーが仕上げた製版のための原稿(原版)であり、作業指示書の役割も果たし、お得意先と製版の現場を取り持つ廣告・印刷業者の営業マンにとって大切なツールでした。