

高山 靖子

亀井 暁子

高瀬 奈美

服部 守悦

峯 郁郎

Edward Sarich

Gary McLeod

Jack Ryan

Mark Sheehan

# DESIGN ENGLISH

クリエイターのための闘う英語

## 素材協力者

青木和義

伊藤達哉

稲垣葵

大嶋慎一郎

片平光紀

川口峻

佐々木明

佐藤毅秀

佐野公理

中井俊宏

堀田徹

松田優

宮田夏鈴

森田凌伍

山本瑞季

吉川由衣菜

建築研究会 kenken 有志

### Photo:

p.118 Shizuoka University of Art and Culture (Logo 1)

p.121 Kenneth William Caleno / Shutterstock.com

p.138 Leonard Zhukovsky / Shutterstock.com (Guggenheim Museum)

p.139 meunierd / Shutterstock.com (Centre Georges Pompidou)

p.139 HUANG Zheng / Shutterstock.com (The chapel of Notre Dame du Haut)

p.147 Pres Panayotov / Shutterstock.com (敷地2)

## はじめに

デザインを学んでいるみなさん、すでにデザインの現場にいるみなさん、デザインに国境はありませんよね。世界中の人々とデザインを考えるためには、英会話力も必要だと思いませんか？

本書は、静岡文化芸術大学デザイン学部の教員が、デザインの現場における経験をもとにデザイン検討をするときによく使う言葉を盛り込み、国際文化学科の英語担当教員が、教育経験をもとに会話に役立つポイントをわかりやすくまとめました。

本書一冊でデザイン検討のできるパーフェクトな英語が身につくわけではありません。しかし、表現したいことがたくさんあるみなさんなら、本書をきっかけに会話の糸口をつかみ、学習へのモチベーションを高めることができるでしょう。

これからデザインの仕事に関わるみなさんに、あるいはすでに活躍しているみなさんに、楽しく意欲を持って英語学習に取り組んでいただきたい。そして、世界中の人々とディスカッションしながらデザインを高めたい。

これが、本書を作成した私たちの願いです。

静岡文化芸術大学

高山靖子

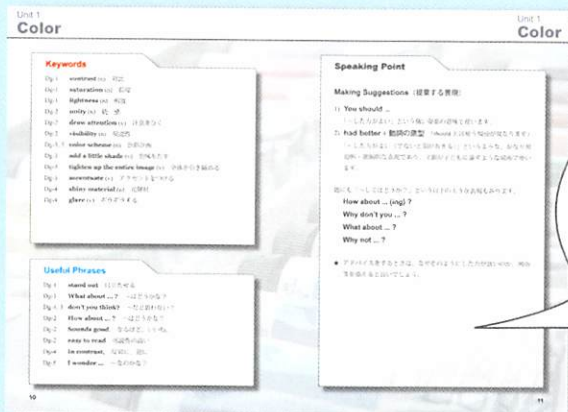
# 本書の使い方

本書では、Unit ごとにテーマを設定し、それに関連する表現を使った Sample Dialogue を掲載しました。これをもとに、会話に役立つポイントを Keywords、Useful Phrases、Speaking Points にわかりやすくまとめてありますので、最低限の習得目標とするとよいでしょう。

Activities は、各 Unit で学習したことを応用してディスカッションや説明を行うトレーニングです。本書の巻末には、Activities で使われる可能性の高い言葉や辞書では調べにくい表現を Activity Guide としてまとめてありますので、適宜活用してください。

## ① Keywords, Useful Phrases, Speaking Points

まずはこれに目を通して、各 Unit の学習ポイントをチェック。



まずは  
これだけでも憶えよう！

## ② Sample Dialogue

ここで①の使い方や使われる状況を学習。

下段の質問に答えて、理解度をチェック。



Sample Dialogue 内の  
Keywords は赤文字、  
Useful Phrases は青文字で  
書かれています。

3

## Activities

各 Unit で学習した内容を Activities でどんどん使しましょう。



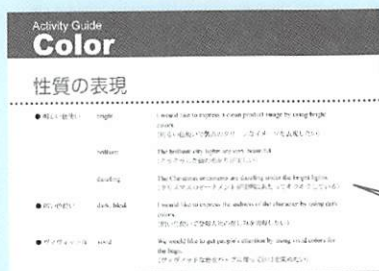
間違えても気にしない！

イラストやボディランゲージも  
交えて、サバイバル英語を  
身につけよう！

4

## Activity Guide

巻末の Activity Guide に Activities で使う可能性の高い言葉が各 Unit のテーマごとにリスト化されていますので、適宜利用しましょう。



Unit テーマに

直接関係する言葉だけでなく、  
一緒に使う頻度の高い言葉も  
掲載されています。

5

## Column

ところどころにコラムとして、間違えやすい言葉や、日本語では同じ言葉でも英語ではその感覚によって使い分けられている言葉を掲載しました。憶えておくとより深いディスカッションができるようになりますので、学習の合間に読んでおくとよいでしょう。



ちょっと休憩。

# Table of Contents

---

はじめに .....	3
本書の使い方 .....	4
<b>Unit 1 Color</b> .....	9
<b>Column:</b> 彩度と発色 .....	17
<b>Column:</b> シンボルマークは和製英語? .....	17
<b>Column:</b> ハレーションは使わない? .....	18
<b>Column:</b> Character Colorは日本語? .....	18
<b>Unit 2 Form</b> .....	19
<b>Column:</b> エッジ(端部)の表現も状況次第 .....	30
<b>Unit 3 Material</b> .....	31
<b>Unit 4 Operation</b> .....	41
<b>Column:</b> いろいろな操作 .....	50
<b>Unit 5 Composition</b> .....	51
<b>Column:</b> どのくらい下の方にある? .....	60
<b>Unit 6 Sense</b> .....	61
<b>Unit 7 Scale</b> .....	69
<b>Column:</b> 何の大きさ? どんな大きさ? .....	78
<b>Unit 8 Situation</b> .....	79
<b>Unit 9 Light and Shadow</b> .....	87
<b>Column:</b> きらきら? ぎらぎら? .....	96
<b>Unit 10 Function</b> .....	97
<b>Column:</b> 仕様や特徴、性能を示すとき .....	104
<b>Unit 11 Application</b> .....	105
<b>Activities</b> .....	115
<b>Activity Guide</b> .....	157

# Unit 1

# Color



この章では、色について検討するための表現を学習します。

## Keywords

- Dg-1 **contrast** (n) 対比
- Dg-1 **saturation** (n) 彩度
- Dg-1 **lightness** (n) 明度
- Dg-2 **unity** (n) 統一感
- Dg-2 **draw attention** (v) 注意をひく
- Dg-2 **visibility** (n) 視認性
- Dg-3, 5 **color scheme** (n) 色彩計画
- Dg-3 **add a little shade** (v) 色味をたす
- Dg-3 **tighten up the entire image** (v) 全体を引き締める
- Dg-3 **accentuate** (v) アクセントをつける
- Dg-4 **shiny material** (n) 光輝材
- Dg-4 **glare** (v) ギラギラする

## Useful Phrases

- Dg-1 **stand out** 目立たせる
- Dg-1 **What about ... ?** ~はどうかかな？
- Dg-1, 3 **don't you think?** ~だと思わない？
- Dg-2 **How about ... ?** ~はどうかかな？
- Dg-2 **Sounds good.** なるほど。いいね。
- Dg-2 **easy to read** 可読性の高い
- Dg-4 **In contrast,** 反対に、逆に
- Dg-5 **I wonder ...** ~なのかな？



## Speaking Point

### Making Suggestions (提案する表現)

#### 1) You should ...

「～した方がよい」という強い提案の意味で使います。

#### 2) had better + 動詞の原型 (should とは使う場面が異なります)

「～した方がよい (でないと罰がおきる)」というような、かなり脅迫的・強制的な表現であり、父親が子どもに諭すような場面で使います。

他にも「～してはどうか?」という以下のような表現もあります。

**How about ... (ing) ?**

**Why don't you ... ?**

**What about ... ?**

**Why not ... ?**

- ★ アドバイスをするときは、なぜそのようにした方が良いのか、理由等を添えると良いでしょう。

**Dialogue 1** Logo and Background Colors

- A: The **contrast** between red and green makes the logo **stand out**, but the halation makes it kind of difficult to look at.
- B: **What about** reducing the **saturation** to balance the colors?
- A: Another option might be to adjust the gradation.
- B: But we should consider the ratio of the logo and the background.
- A: Over here, the gray against the white background projects a calm feeling, but the logo doesn't really stand out.
- B: By reducing the **lightness**, it will increase the contrast between the two colors, **don't you think?**



---

Q1: What are A and B suggesting?

Q2: What kind of suggestions would you give to improve the logo?

## Dialogue 2 Color Unity



- A: Color **unity** is an important factor in sign planning, but I think yellow should be used for warnings to **draw attention** to them.
- B: **How about** using the corporate color navy blue in the background?
- A: **Sounds good.** That way we can keep the overall color unity, while improving the **visibility**.
- B: What kind of typeface should we use?
- A: Let's use one that is **easy to read** at a distance.



- 
- Q1: Why are they using yellow and navy blue?
- Q2: What other colors would you use and why?

### Dialogue 3 Color Composition of a Garden Area



- A: The overall image is dominated by the gray of the concrete. That could be because neutral colors bring together the overall color scheme.
- B: Adding a little shade might make it better, don't you think?
- A: Now that you mention it, the area with earth-green colors is small, but it tightens up the entire image.
- B: By using the campus colors for the sign, we will also be able to accentuate the image.



- 
- Q: What are they suggesting to make the color composition look better?

## Dialogue 4 Body Color



A: Depending on how the color is applied, the look of this car will be completely different.

B: Yes. I used the new **shiny materials** for the promotional colors to make it look vibrant. **In contrast**, I chose colors that don't **glare** for the basic color line-up to make the car blend in better in the city.

A: Both colors have a certain character, and the material coloring matches well, doesn't it?



Q1: What do you think about using shiny materials for the promotional colors? How does it differ from using basic colors?

Q2: What color and materials would you use for this car?

**Dialogue 5** Workshop **Color Scheme**

- A: The deep color of the wood makes it look a little heavy, but the gray part brings it all together to give it an overall cool impression, doesn't it?
- B: The exposed part of the air conditioning duct matches the color of the ceiling, right?
- A: Because the entire color scheme of the interior projects a calm feeling, it creates a very motivating space. **I wonder** if it was planned this way?



- 
- Q: What do you think of the color scheme projecting from the room in the picture?

## Column

### 彩度と発色

日本語でも混同しがちな彩度 (**saturation**) と発色 (**brilliance**)。

**saturation** は色の三要素のうちの一つである彩度、つまり、一番無彩色から遠く鮮やかな度合を意味します。**brilliance** も大変よく似ていますが、発色や輝度の高さを表現するとき、例えば、光沢感や光輝性を持つ素材を形容するときやインクの発色の高さを表現するときに使います。また、非常にポジティブな意味を含みます。

This red should be changed to a higher color **saturation**.

Trees are **brilliant** green every spring.

It is a **brilliant** idea!

## Column

### シンボルマークは和製英語？

日本でよく耳にするシンボルマークは、和製英語です。英語では、**mark** や **symbol** あるいは、**logo** や **logomark** などと表現します。厳密には、**logotype** は文字だけで構成されたものであり、**logomark** はそのブランドを象徴するマークだけで構成されたものです。

また、シンボルは、“The emperor is the **symbol** of Japan.” というように象徴を意味しますので、**logomark** の方が一般的な表現のようです。

## Column

### ハレーションは使わない？

色彩構成で、補色を隣同士に並べたとき、よく「ハレーションが起きる」と言いますが、**halation** という言葉はあるものの、実際にはあまり使わないようです。

「コントラストが強すぎる」や「オーラのようなものが出ている」などと表現するのだからか。

## Column

### Character Color は日本語？

デザインを検討しているときに、製品のイメージコンセプトを表現するための主軸になる色をキャラクターカラーやメインカラーと言いますが、英語では何と表現しているのでしょうか？

実は、デザイン検討のステージでは特に決まった言い方はなく、以下のような表現が使われているようです。

**communication color, brochure color, main color for advertising, hero color, character color**

広告や営業に関わるコミュニケーションでは、**communication color** や **brochure color** が使われ、日本企業とのデザイン検討のやりとりでは、**character color** も使われるそうです。アメリカでは、**hero color** なんて言うこともあるそうですよ。