

デザイン費用について

費用とは？

費用とは、生産や取引などの経済活動に伴って支払う金銭である。費用は、適用範囲などの違いから様々な形で記述される。

ウィキペディア

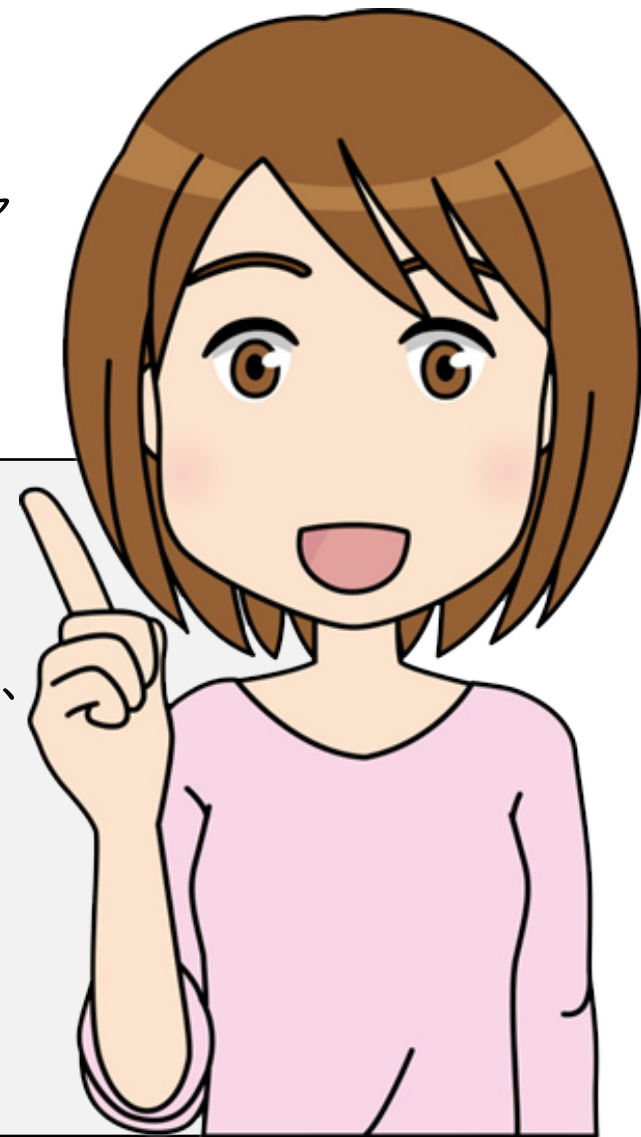
費用を検索してみると・・・

費用とはなにか？

費用とは、経営活動によって費消された支出のことです。たとえば、販売する商品の仕入や従業員に支払う給料など、収入を得るために使ったお金のことです。商品の製造費用や仕入れ費用など本業のために使った費用や電車代、電話代などのいわゆる経費も費用です。

経費と費用の違いは何ですか？

「経費」は「費用」と間違えられやすいですが、それぞれ異なる意味があります。費用は会社が支出したすべてのコストのことで、会社の経済を減少させること全般を指します。費用に含まれるものは、材料費や人件費、労務費などさまざまです。経費は、会社運営に発生する全ての費用の中で、業務上必要で売り上げにつながるものを指します。



費用の種類は？

経費になるもの

- ・ 人件費
- ・ 消耗品費
- ・ 接待交際費
- ・ 旅費交通費
- ・ 研究開発費
- ・ 新聞図書費
- ・ 通信費
- ・ 広告宣伝費



これはおまけです。

費用に含まれるものは何ですか？

費用には様々な項目や発生要因が関係しており、主に原価、期間費用、損失に区分して管理できる。原価とは売上原価や製造原価など売上高に関係するものが含まれ、期間費用には人件費や地代家賃など、損失には固定資産の売却損失や火災損失などが含まれる。

費用と原価の違いは何ですか？

「費用」は商品・サービスを売るために使うお金で、「原価」は商品の製造や提供にかかったお金です。費用と原価は会計上は明確に分けられますが、両者はどちらもコストに含まれます。

売上にかかる費用とは？

販管費とは「販売費及び一般管理費」の略語であり、売上を上げるために間接的にかかった費用のことです。広告宣伝費、間接部門の人件費や経費、企業全体の管理費が販管費に該当します。たとえば製造業の場合、製造に携わる従業員の人件費は売上原価で計上され、販売活動に携わる従業員の人件費は販管費で計上されます。

儲けと利益の違いは何ですか？

「利益」とは、収益から費用を差し引いた残りであり、「儲け」といえる部分です。会社の経営成績を知る上で重要な指標でもあり、決算書のうち損益計算書に記載され、どのような活動で儲けが出たのか分析することができます。

利益と費用の関係は？

利益とは、収益（事業活動による資産増加）から費用（事業活動に伴う支出）を差し引いたものです。簡単にいうと、商品やサービスを販売して得た売上高から費用の額を差し引くと、利益を計算することができます。企業の利益は、決算書の1つである損益計算書に記載されています。

売上は収益ですか？

本業で得られたお金が「売上」sales、売上以外も含まれるのが「収益」revenueとなります。そのため、売上は収益の1つと言えますね。

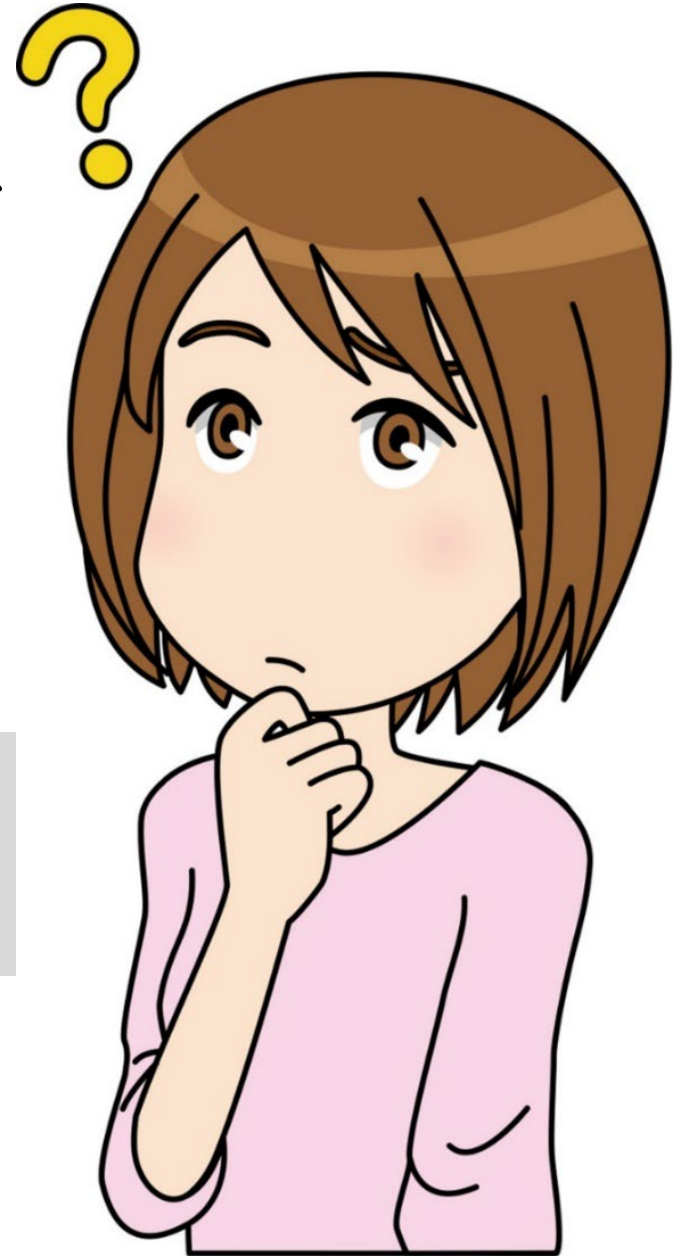
では、これを検索してみました。

デザイン費用とは？

例えば料理などに比べて、食材（素材）のような仕入れなどは基本的には発生しないため、デザインを作成する作業においては仕入れ原価などでの価格差は生まれないはずですね。なのでデザイン費用は全てデザイナーの作業費（人件費）やデザインの技術に対する単価です。そしてデザイン費とは市場に定価があるものではありません。

改めて、デザイン費用を

ネット調べてみると・・・



デザイン制作費とは何ですか？

デザイン制作費は、お客様の為にお客様とその表現したい事を知り、広告の対象者の事を考え適切な表現を考え作る、企画費がデータ制作費に含まれたもの。

デザイン費の平均はいくらですか？

デザイン費の一般的な相場は5,000円から10万円前後。

印刷物のサイズやデザインのつくり込み具合によって金額の幅が大きく、たとえば名刺などは1万円以内に収まることもある一方、大判のポスターやカタログのページデザインでは8万円、10万円ほどかかります。

デザイン費の修正費はいくらですか？

修正費とは、デザインの修正を指示した場合にかかる費用で、費用相場は、デザイン費の20～40%とされています。ただし、修正費は制作会社によって規定がまちまちで、少しの修正であれば無償で行ってくれるところもあります。また、1～2回分の修正費を予めデザイン費に計上している会社もあるなど、その対応はさまざまです。

イラストのデザイン料の相場は？

日本最大級のクラウドソーシング仕事依頼サイト「ランサーズ」でイラスト制作の単価相場を見ると、冊子用イラスト作成・挿絵作成の単価は1点3～5万円が相場となっています（2021年6月6日時点）。ロゴ作成であれば1点2万5,000～8万5,000円、キャラクターデザインであれば1点3～5万円となっています。

デザイン料は源泉徴収ですか？

答えは、デザイナーへのデザイン報酬は、源泉徴収をする必要があります。源泉徴収税額は、報酬の額の10.21%です。ただし、同一人に対し1回に支払われる金額が100万円を超える場合、100万円を超える部分は20.42%となります。

パソコン代は何費？

パソコンを購入したときに使う費用の勘定科目は「消耗品費」です。または「事務用品費」でも計上できます。

という事で、商業デザイナーは
「費用」の意味を
理解している必要があります。

改めて、本動画のメインテーマ

選ばれるデザイナーになるには？

これについて考えていきましょう！



そもそもWebデザイナーのお仕事は何を
どうやったら利益になっているのかを考えてみましょう。



例えば

今度お店を立ち上げるのでWebサイトや
販促物で使用するロゴが必要になったので
よいデザインが出来る人を探している。

こんな依頼があったら
どんな事を考えられる人材が
必要か考えてみましょう。



例えば、こんな事を 考えてたのでしょうか？

- ・そもそもどんなロゴが欲しいのか？
- ・何かイメージしているロゴの雰囲気はあるのか？
- ・どんな人がそのロゴを見ているのか？
- ・そのロゴを見てどう思って欲しいのか？
- ・いつまでにロゴが必要なのか？
- ・いつまで使うロゴが欲しいのか？
- ・どれだけの人がそのロゴを見る事になると思うのか？
- ・ロゴを利用する場面はイメージ出来ている？
- ・そのロゴで予想できる反響をイメージ出来ている？
- ・このロゴの予算はいくらだと思っている？



とかを、思い浮かべたとします。

試しに、これに主語

「わたしは、」と「あなたは、」

を付けてみます。

主語を 「わたしは、」

わたしは、そもそもどんなロゴが欲しいのか？
わたしは、何かイメージしているロゴの雰囲気はあるのか？
わたしは、どんな人がそのロゴを見ているのか？
わたしは、そのロゴを見てどう思って欲しいのか？
わたしは、いつまでにロゴが必要なのか？
わたしは、いつまで使うロゴが欲しいのか？
わたしは、どれだけの人があるロゴを見る事になると思うのか？
わたしは、ロゴを利用する場面はイメージ出来ている？
わたしは、そのロゴで予想できる反響をイメージ出来ている？
わたしは、このロゴの予算はいくらだと思っている？

あなたは、そもそもどんなロゴが欲しいのか？
あなたは、何かイメージしているロゴの雰囲気はあるのか？
あなたは、どんな人がそのロゴを見ているのか？
あなたは、そのロゴを見てどう思って欲しいのか？
あなたは、いつまでにロゴが必要なのか？
あなたは、いつまで使うロゴが欲しいのか？
あなたは、どれだけの人があるロゴを見る事になると思うのか？
あなたは、ロゴを利用する場面はイメージ出来ている？
あなたは、そのロゴで予想できる反響をイメージ出来ている？
あなたは、このロゴの予算はいくらだと思っている？

主語を 「あなたは、」

印象としてどうですか？

単純に主語を相手に
出来る人材がよくありませんか？

でも、自分の考えが無いのも
どう思いますか？

まずは自分の考えや価値観の確認をしてみましょう！
そして、相手がどう思うのか想像し聞いてみましょう！！

ここからのカリキュラムのポイントは、

デザインを「考える力」

です。



そして、何を考えていかなければならないのかを整理してみましょう。
また、今回のテーマ「デザイン費用」はどうやって発生するのか？
どんな作品に「お金を出す」価値があると考えられるのか？

ポイント1

目的をしっかりと持つ

ポイント2

生産性を意識した業務

ポイント3

そもそも利益に結びつける

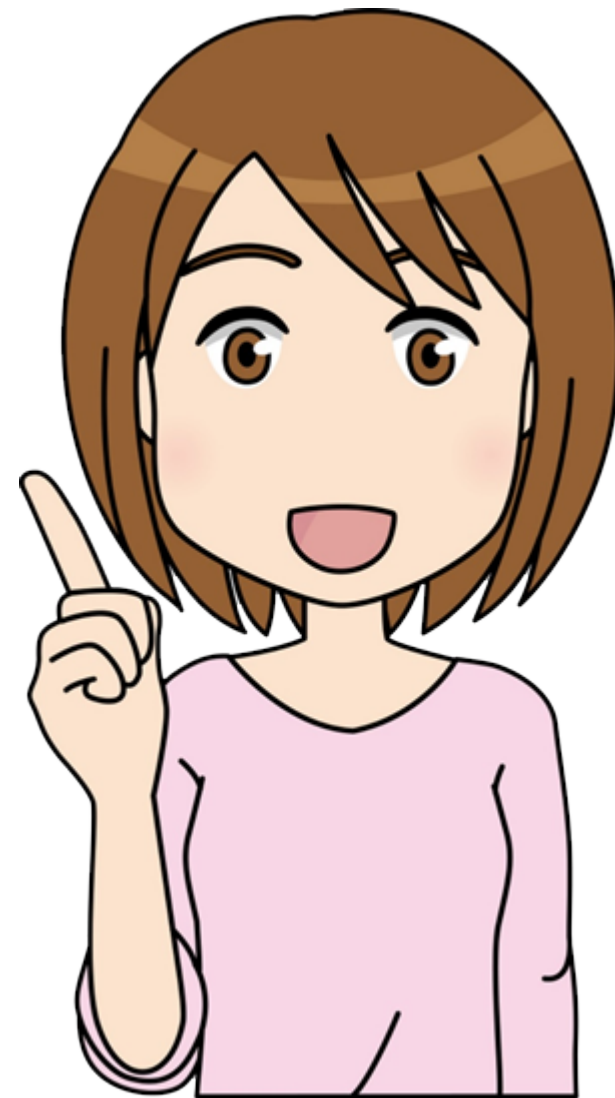
ここで改めて例です。

今度お店を立ち上げるのでWebサイトや
販促物で使用するロゴが必要になったので
よいデザインが出来る人を探している。

まず何をしますか？



提案をしましょう。



提案をしましょう。その時に

ポイント1

目的をしっかりと持つ

ポイント2

生産性を意識した業務

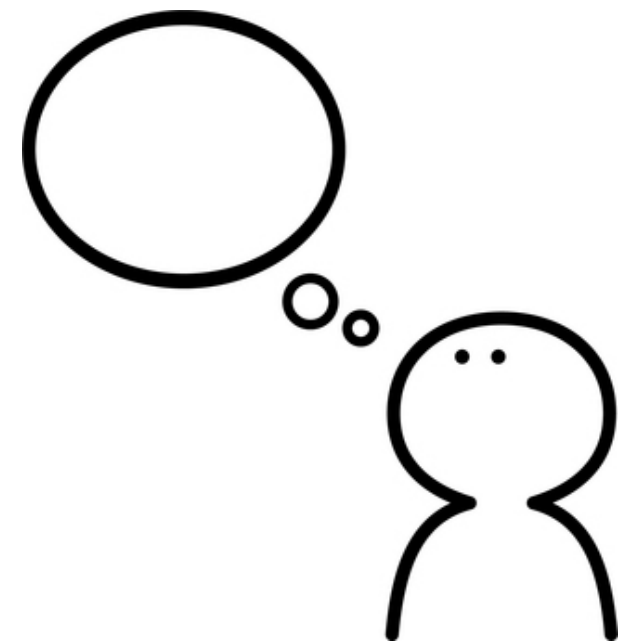
ポイント3

そもそも利益に結びつける

に「わたしは」と「あなたは」の主語を付ける

選ばれるデザイナーになるには？

目的を持って生産性を生み利益になる
そして、
主語「わたしは」と「あなたは」
視野を広く考えていきましょう。



この意識を持って
作品を創造してみましよう。



まとめ

今後のカリキュラムでは、たくさん
考えて多くの作品を作って行ける
ように進めていきましょう。

特に、ポイントは主語を誰にするかです。

まずは自分がどう思うのかをしっかりと把握しましょう。

次に、相手がどう思うのかをしっかりと把握しましょう。

そして、その先に何があるのかは楽しみにしておきましょう！

