

情報デザインフォーラム編 『情報デザインの教室』、丸善、2010

要約と考察

第一章 情報デザインとは (p.1～)

情報デザインとは、1980年代後半から発達した人間中心的なデザインの総称である。これは人間を対象の中心と位置づけてなされるものであり、製品やシステムの機能・操作性の進化は個人の利便性へのニーズに合わせた結果生み出されるところから常に社会的環境と密接な関係があることがわかる。このため、情報デザインは社会をよりよく変える力も持ちうるという考え方が核をなしている。このような考え方が現れる歴史には、20世紀後半の急激な情報関連機器やシステムの発達などにより社会が複雑化したことが挙げられる。情報を相手にわかりやすく表現して伝える必要性が出てきたことと、行き過ぎた大量生産などの工業化への反省から人間中心的な情報デザインが生まれたのである。

情報デザインの領域には製品開発といったモノの開発にとどまらず、人とモノを取り巻くネットワークにまで至り、開発や普及の過程の隅々にまで活用できる。活用の目的はおもに2つあり、「使いやすく、わかりやすい製品をデザインすること」と「ユーザが魅力的な体験を得ることができる製品をデザインすること」である。近年の製品デザインのプロセスには、情報デザインの考え方や手法がなくてはならないものとなっている。また、情報化・近代化社会の中における情報デザインも注目されており、インターネットとコンピュータといった複雑な電子機器の使用が困難になったことに由来する。このような流れを受けて企業や法人組織は情報デザインの概念を導入し始め、商品やサービス開発、マーケティング、各種戦略などに取り入れている。そのため組織内部における情報デザイン教育の在り方の模索のほか、顧客のニーズや商品開発・提供におけるフローを可視化し組み立てるといったデザインをすることができる人材の育成が求められている。

21世紀初頭の現在、情報デザインは大きな意味・役割を担っており、デザインに従事する人だけでなく、様々な分野からの知恵を集めての社会デザインを可能にするとしている。

第二章 情報デザインプロセス (p.33～)

デザインプロセスは情報デザインを進行させるための手順であり、製品やシステムの企画、開発プロセスでも人間中心設計を重視してユーザに対しよりよい体験を提供することを目的とする。例としてプロジェクトの概要や目標設定、予算計画などの計画・情報収集と目標設定におけるプロセス、製品をデザインする上で必要なユーザの利用状況を知るアンケートなどのプロセスなどがある。そのほかには第四章で述べるコンセプトデザインにおけるプロセス、市場に出すための製品デザイン（実施デザイン）と商品のライフサイクルにおけるプロセスがある。ライフサイクルにおける情報デザインの役割は、現状の商品・システムの改善～今後の開発でどのように対応するかである。

第三章 ユーザ調査のための手法 (p.49～)

ユーザ調査とはユーザの利用状況を知ることによってニーズを把握するための調査であり、目的やゴールに合わせて適切な方法を選択する必要がある。ユーザ調査には定量的調査と定

性的調査の2種類がある。定量的調査はアンケートに代表され、多数の人の意見を調べて統計的に処理する調査である。それに対し定性的調査は個別のユーザに対する調査である。個々の状況を理解して調査を深堀できるため、仮説の発見や潜在的ニーズの発見に適している。例としてはインタビューやフィールドワークといった手法がある。様々な手法があるため、目的に合った調査手法を取り入れることが必要である。

第四章 コンセプトのための手法 (p.77~)

コンセプトは創造行為の枠組み、いわば背景である。コンセプトをしっかりとさせることができれば、よりよい商品やサービスを生み出すことに繋がる。ひいては、社会をデザインすることができる。コンセプト創出のためには始めにニーズの把握と視覚化でコンセプトを形にし、それから様々な手法により充実させるという段階がある。コンセプトを形づくっていく手法として、KJ法やブレインストーミング、ペルソナ、シナリオ手法などがある。KJ法は無秩序なデータを空間的に分類・構造化する過程でひらめきを生み出す方法であり、ブレインストーミングは自由な意見の列挙による連鎖的な発想で多様な意見を抽出する方法である。ここで形になったコンセプトはペルソナやシナリオ手法によってより充実させられる。ペルソナ手法とは、「ペルソナ」という架空の典型的ユーザを設定して、そのペルソナの要求を満足させられるようなデザイン仕様を生み出すために行われるものである。シナリオ手法は、ユーザが商品やサービスをどのように利用するかというシナリオを想定して、そのシナリオからユーザ要求を分析するものとなっている。

様々な手法によって問題状況を知り、構造化することで明確な問題定義を行うことができるが、コンセプトはそこに新たな観点・意味の枠組みを適用したビジョンとなり、創造行為に一定の方向性を与えるテーマとなる。情報デザインでは、コンセプトをもとにしてユーザが情報に触れる手順や表現を実施デザインとして行う。コンセプトは、あらゆるデザイン過程においても存在するのである。

第五章 視覚化のための手法 (p.104~)

最終的なデザインへつなげるには、ユーザ調査を経て情報を整理したうえで、体験をデザインすることに重点を置きながら情報を構造化することが必要だ。情報の構造化とは、整理整頓のしくみを作ることであり、情報を共有し活用するための手がかりとして理解のルールを組み立てることである。情報デザインの分野では、プロセスの各段階で物事を構造化して考えるスキルを重要としている。情報デザインの領域は複雑な物事の本質をつかみ、創造的なアイデアを生み出すことに加え、ユーザがわかりやすいシステムを構築する必要があるからだ。そして、構造化の手法の根幹としては情報の分類・整理およびモデルの構築の段階がある。

情報の分類・整理をすることを組織化と呼ぶが、そのための手法として、情報アーキテクチャの概念を打ち立てたリチャード・ソール・ワーマンの「LATCH: 究極の5つの整理棚」(p109)がある。どんな膨大な情報でも整理する方法の基本は5つしかなく、その5つとは Location (位置)、Alphabet (A-Z や 50 音)、Time (時系列)、Category (カテゴリー)、Hierarchy (連続量) である。しかしこの LATCH は基本的にあくまで情報を分類整理する方法として選択可能な物差しでしかなく、何の目的のためにどの物差しで整理する

のか、という意図・目的の方が重要になる。モデルの構築の実例としては、ネイサン・シエドロフの「理解」のモデルがある。これは目に見えない理解という概念について、データが人に入ることによって情報となり知識になり知恵になるという、経験的で連続的な変化があることを簡潔なモデルで表わしたものである。また、構造化の第一歩である視覚化な手法としてアイデアスケッチや試作品を作るプロトタイピングなどがある。

情報の構造の多くは目に見えないため、それを組み立てるスキルは物事の本質を見抜く分析力やイメージ力などに支えられている。構造化することはデザインプロセスのあちこちで求められ、情報構造の整合性だけでなくユーザの視点に立った情報のつなぎ方まで問題にしなければならない。複雑な情報を構造化するためにも、様々な調査や評価を通して幅広い視野を持つことが必要である。

第六章 デザイン評価のための手法 (p.146～)

開発の途中にある製品やサービスを開発者ではなくユーザに評価してもらうことをデザイン評価という。ターゲットとしたユーザがそのデザインを受け入れるかどうかはユーザにしか分からないため、デザイン評価は体験をデザインする情報デザインの人間(ユーザ)中心設計の理念にかなっているといえる。デザイン評価の例として、実際にユーザに製品やサービスを使ってもらってモニタ評価や、ユーザビリティの専門家が行う専門家評価などがある。

個人のまとめと考察

個性とニーズの多様化に伴い、様々なシステムが氾濫する現在において人間中心設計という情報デザインの概念がより注目されていることが分かった。情報デザイン概念は製品デザインの過程に組み込まれることにより私たちに届けられると同時に、私たちが情報デザインの中に生きているということが感じられた。

この本を読んでいて特に自分が思ったことは、 아이폰やツイッターといった個人のカスタマイズ性を重視した商品が受け入れられるようになったのは、この情報デザイン的の概念が重視される社会になってきているからではないかということである。ユーザのニーズを重視しそれに合った製品を作ることは、社会のニーズをも反映する。現在、日本では就職活動をする者に競争社会を生きるうえでの高い情報収集能力やコミュニケーション能力を持っていることを求め、さらにどれだけ他と違うところを持っているかを要求している。また、若者には「個」を伸ばす教育と銘打ってキャリア教育などを進めていることから、教育段階から個性的であることを求めている社会があることがわかる。そのような社会背景から、若者を中心に個性を出す場を求める気運が高まってきたのではないだろうか。そして、自分好みにシステムをカスタマイズすることで自分の個性を比較的容易に示すことができる場として、カスタマイズ性を重視している 아이폰のような製品に対するニーズがあったと考える。このニーズを見出すことができたのは細やかなユーザ調査やコンセプトの確立といったプロセスがあったからではないかと予測する。

一方で、私は情報デザインに対して全体的に肯定することはできなかった。この本に加え、Web で情報デザインについて調べていくにあたって「べき論」が多いと感じたからである。とくに感じたのが、誰もがデザイナーになりうるから相手を理解し的確に情報を伝

達するために問題の本質を見出す姿勢でいなければならないといったメッセージである。情報デザインというものが人間にどのようにかかわり、社会においてどのような位置づけがなされるかについて新たな興味がわいた。また、この情報デザイン概念の範囲は確固としていない印象も受けた。情報デザインという用語の定義がいまだ確立に至っていないと思われるため、これから情報デザイン分野の様々な書籍を読んで自分なりの定義を見出し、いけたらと思う。

最後に、情報デザインは「べき論」が多いと感じたと前に書いたが、記号論的物事の捉え方は日常生活の構造を根本から捉えなおす試みともいえる。様々な情報が氾濫している現在こそ、構造を捉えなおすという視点も必要だというメッセージも情報デザインは発しているのではないかと考えた。今後、情報デザインというものを考えるにあたって本質的に社会を見る目を養っていきたい。

(4392 字)

参考文献・URL 一覧

- ・『情報デザインの教室』 情報デザインフォーラム編 丸善株式会社 (2010)
- ・『情報デザイン入門ーインターネット時代の表現術』 渡辺保史 平凡社新書 (2001)
- ・『「わかりやすさ」のための情報デザイン』 ラプラス取説研究所
<http://www.laplace-lab.org/index.shtml>