

誰にでも見やすい、扱いやすいデザインを体現するための

ユニバーサルデザイン基礎講座

2017年3月15日(水) 1日集中【東京教室】

書体や色味が
画一的になりがちで
デザイン性が保てない…

シニア層や色覚異常の方
向けの広告制作では
何に注意すればよいのか…

ユニバーサルデザインを
導入することで、
若い層に届かなくなって
しまわないかが心配…

子供からシニア層をはじめ、
配慮しなければならないのに
専門知識として
敬遠されがちなUDを
基礎から学ぶ

専門知識や経験がないからといって
想像や感覚に頼ってでは
お客さまに選ばれない…

ユーザー本人の視点で
見ることができないので、
情報が正しく伝わっているのか
判断ができない。

書籍などに従うと
どこにでもあるような
野暮ったいデザインになる…

「誰にでも分かりやすい」と「自社らしさ」を両立させた
お客さまに選ばれるために必要な知識と考え方を学ぶ

高齢者、外国人などのユーザーは確かに増えてきているけれど、プロの専門知識だからと、避けて通っていませんか？

ユニバーサルデザインは、特定の年齢や属性に対応するだけのものではない

私たちの普段の生活の大部分は、感性に左右されて行動をしており、その多くの部分で視覚に頼っています。言葉でいくら説明されるよりも、写真やグラフを見るほうが分かりやすいように、視覚化することは理解の大きな助けになることは言うまでもありません。そして現在、社会の持続可能性に対する生活者の意識の高まりや、「心地よい」「楽しい」といった感性価値を重視した消費スタイルの広がり、グローバル化や少子高齢化など、社会が大きく変化しています。その結果、人や地球環境に対してより深い気付きと配慮が必要となり、ユニバーサルデザインの果たす役割がより大きくなっています。企業はユニバーサルデザインを導入することで、これまで意図せずと除外していたユーザーを対象に取り込むことによる市場拡大とともに、誤認や失敗を減少させることで、顧客のロイヤルティを高めるブランディング効果も期待することができます。

見やすい分かりやすいといった表面上の使い勝手から真のユーザー中心設計へ

見やすい色、使いやすい形、というものは確かに存在しますが、そのような要素を機械的に水準に合わせるだけでは不十分です。表面上の使い勝手が重視されればされるほど、アウトプットはどれも似通った「無個性」に陥ります。真にユーザーに寄り添ったユニバーサルデザインには、使用上の不安や疑問といったさまざまな心身変化に気付き、誤解を引き起こす複雑さへの対応が求められます。このような知識・スキルはこれまで、特定の職種や資格といった専門的な分野のものと考えられてきました。しかし少子高齢化、グローバル化が進む市場を前に企業の担当者も決して無視できるものではなくなりました。宣伝会議では初心者のために「誰にでも分かりやすい」と「自社らしさ」を両立させた、本当にお客さまに選ばれるユニバーサルデザインの作り方を学ぶ「ユニバーサルデザイン基礎講座」を開講いたします。

講座のポイント

ユニバーサルデザインの本質の理解

そもそも使いやすい、分かりやすいデザインとは何なのか。知っているようで理解していなかった、ユニバーサルデザインの本質を学びます。

「誰にでも使いやすい」設計の方法

自身の想像の範疇だけでは身に付けにくい、ユーザー視点の理解を深めます。型にはまった無個性のデザイン設計を回避します。

「誰にでも分かりやすい」デザインテクニック

フォントやレイアウトなど、ターゲットに適したデザインテクニックを学びます。アウトプットにはチェックポイントを設けます。

受講生の声

ユーザビリティの創成期から現代の最先端技術まで、幅広い知識とマインドが学べた。

高齢者向けの広告を制作する際の色、サイズなどの選び方に役立ちます。

実践的なデザイン例やテクニックは大変参考になり、実務に生かせそうだと感じた。

手法だけではなく、もっと深い考え方や取り組み姿勢といった面で、とても刺激になった。

実際の細字や説明図の入れ方など、興味深く拝見しました。

使う人の視点がこちらの想像と違うところにハッとした。このような方々には情報が届いていないということを意識したい。

講義内容

基礎編

使い手の視点で どのように見えているのか理解する

普遍的なデザインとは、いつでも、どこでも、誰にでも分かりやすいデザインのことを指します。とはいえ、誰にでも刺さるようにほんやりとしたユーザーをイメージして作ったのでは、逆に誰にも刺さらない無個性なデザインになってしまいます。年齢、性別、身体能力、言語など人々が持つさまざまな特性や違いを越えて、すべての人が利用しやすいデザインにするためには、まず現状、高齢者や外国人等、ユーザーがどのように情報を受け取っているのか深く理解し、誰もが気付かないような隠れた要求を、丁寧に掘り起こす作業が大切です。本講座では、思い込みにより誤った情報伝達をしてしまわないようにするために、右図のような10テーマ29ものチェックポイントを通じて使い手の視点を理解します。

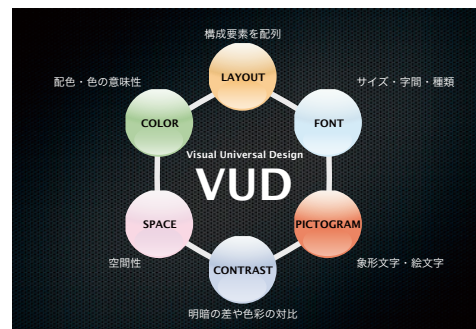
10のチェックポイントで 使い手の視点を正しく理解します

1	Finding 発見性	Considered for Cognition and Sensing 認知と感知への配慮
2	Intention 意図的な表現	The contents of the message is in accordance with intention 伝えたい情報や内容への配慮
3	Clarity 分かりやすさ	Considered for Cognition and Comprehension 認知と把握への配慮
4	Memory 記憶のしやすさ	Considered for Learning and memorizing 学習や記憶への配慮
5	Layout 配置とバランス	Considered for layout and space 配置と空間への配慮
6	Space 大きさや空間	Considered for size and space サイズと空間への配慮
7	Organized 秩序とルール	Considered for priority and sequence of comprehension 重要度や理解の段階に応じた配慮
8	Psychology 心理的配慮	Considered for psychological effects 視覚ルールへの配慮
9	Aesthetics 審美性	Considered for aesthetics value 美しさへの配慮
10	Health 環境と健康	Considered for health and environment 環境と健康への配慮

読みやすさ・分かりやすさと 美しさを両立させる

ブランドの“らしさ”を伝えるためには、要素を整理して極力シンプルに見せる工夫が重要です。しかし、製品のパンフレットや、パッケージの成分上など、どうしても入れなければならない重要な説明を省略するわけにはいきません。伝えたいメッセージと伝えなければいけないメッセージの両方を限られたスペースの中に盛り込む場合、ユーザーの理解度、使う場所等に左右されないよう配慮し、「読みやすく」そして、「分かりやすく」見せるためのツボを探す作業が必要です。基本的に「分かりやすい」表現を追求していくとそれに応じてデザイン性が損なわれてしまいます。とはいえ、表現を複合化しすぎてしまうと、見た人の注意は散漫になり、本当に大切な情報が伝わりにくくなってしまいます。本講座では全体としてのイメージを損なわずに、見やすさや美しさを両立させたデザインにするためのテクニックを6つのポイントで学びます。

6つのポイントで両立させる デザインテクニックを学びます



実践編

加齢による見え方の変化・色弱者に 配慮したレイアウト

遺伝子のタイプや眼の疾患、視力の衰えなどによる見え方の違いにより、日常生活に不便が生じている人が数多くいます。印刷技術の向上や液晶性能の向上のため、微妙な色の違いによって情報を理解しなければならない機会が増えている中、情報をより多くの人に正確に伝えるためには、視覚情報に対する配慮が非常に重要です。主に配慮には大きく分けて2つの方法があるといわれています。1つは、「色覚異常の方に配慮した配色」。もう1つは「色のみに頼らないデザイン、レイアウトをする」ことです。この2つは健常者に向けても視認性を高めることにつながり、売上げ向上にもつながるといわれています。本講座では、上記2つの視点を企業で導入した事例基に、視認性を高める配色、そしてレイアウトのポイントを学びます。

売り場での見え方も配慮することで記載すべき 情報の位置や主調度が明確になります



効果検証から判断基準まで、 ブランドの価値を高めるための落とし込み方

多くの企業は通常のグラフィックであれば、そのデザインが妥当なのかどうかを経験値や実績から判断することができます。しかしユニバーサルデザインの場合は根拠を持って見るべき指標を定められている企業も、その指標に対してどれくらいの反応が妥当なのかといった実感値を持っている企業も、いずれもごく一部の企業のみというのが現状です。そのため社内でのデザインや改善に対する説得に課題を抱える担当者は少なくありません。またユーザーにテストを行い検証を重ねたとしても、そのまま全てを取り入れてデザインしただけでは受け手には伝わりません。そこで、本講座では、効果測定と提案されたクリエイティブの判断基準について実際の事例をもとに学びます。

効果検証を基にデザイン改良に反映させる 判断基準を学びます



PRODUCT LIFE CYCLE DESIGN

カリキュラム

時間	テーマ	講義概要
10:00 12:00	曖昧なデザインから脱却するために 使い手を正しく理解する	ユニバーサルデザインの定義/VUDチェックリスト/海外最先端の動き/デザインの戦略を考える/ユーザーを理解するためのキーワード
13:00 15:30	読みやすさ・分かりやすさを 両立させるデザインテクニック	デザインのチェックポイント/適切な書体を選ぶ/文字と背景の関係/情報量が多い場合の注意/構成要素について/ピクトグラム、表、図、地図の見せ方/色弱者への配慮
15:50 17:20	担当者が持つべき クリエイティブの判断基準	デザインを判断する側が持つべき基準/グラフィックデザインの評価基準と基本的な考え方/ユーザーの意見をどこまで取り込むべきか/ケーススタディ

講師陣



井上 滋樹氏
株式会社博報堂
博報堂ダイバーシティ
デザイン所長

九州大学大学院 芸術工学府にて博士号取得。CC局情報デザイン1部長、米国IHCDフェロー、マサチューセッツ工科大学(MIT)客員研究員等を経て2009年6月より現職。専門は、多様な生活者へのデザインの評価方法の研究、および、文字、グラフィック、商品、空間のデザイン制作・監修業務を担当。15年カンヌライオンズヘルス部門審査員。著書に「ユニバーサルサービス～すべての人が響きあう社会へ」(岩波書店)、「ユニバーサルを創る～ソーシャル・インクルージョン」(岩波書店)ほか。



中川 聡氏
tripod design Co.,Ltd. CEO
東京大学大学院 特任教授
デザインコンサルタント
プロダクト・デザイナー

人間中心のデザイン思想に基づき、デザインを科学的な角度から評価・開発する方法論を導き出し、環境デザインから産業システムまで多くのデザインの開発プロジェクトに関わる。最近では独自の予測感性デザイン理論「期待学/EXPECTOLOGY」を構築し、不安や期待など使い手の認知心理学や行動学に研究の視点を据えたユニークなデザイン工学の世界を開発し、世界中の企業や研究機関からその研究と実践の成果が注目されている。主な著書に、『ユニバーサルデザインの教科書』(日経BP社)、『グラフィックデザイナーのためのユニバーサルデザイン実践テクニック51』(ワークスコーポレーション)等。



信藤 洋二氏
株式会社資生堂
宣伝・デザイン部
パッケージ&スペースデザイン室
室長

1966年東京生まれ。92年東京芸術大学デザイン科大学院修了、同年株式会社資生堂入社。96年から00年SHISEIDO COSMETICS AMERICA(ニューヨーク)勤務。16年4月より現職。チーフクリエイティブディレクターとして、ブランドやコーポレートに関するプロダクト、スペース、CIなどのクリエイティブディレクションおよびデザインを手掛けている。公益社団法人日本パッケージデザイン協会理事、公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会会員。一般社団法人日本空間デザイン協会会員、東京アートディレクターズクラブ会員。多摩美術大学生産デザイン学科プロダクトデザイン専攻 非常勤講師

※講師・カリキュラム・時間は急遽変更になる場合がございます。予めご了承ください。

講座概要

- 開催日程：2017年3月15日(水)10:00～17:20
- 受講料金：49,000円(税別)
- 受講対象：広告主企業のマーケティング、宣伝、販促、Webのご担当の方。
広告会社や広告関連会社の営業、企画のご担当の方。
- 講義会場：東京・表参道周辺
- 受講定員：35名

※本講座の内容を社内研修としてご提供することも可能です。企業の課題・社員のレベルに合わせた研修をお考えの方は、お電話・メールにて事務局までお問い合わせください。
お電話：03-3475-3030(担当タテオカ) メール：info-educ@sendenkaigi.com

お申込みはWebから またはこちらまで
FAXにてお送りください

03-3475-3033

ユニバーサルデザイン基礎講座 お申込み者情報記載欄	会社情報	会社名		TEL		
	住所					
	申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日 19 年 月 日	
		Eメール				
	派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日 19 年 月 日	
Eメール						
申込形態		①企業申込(請求書を発行します) ②個人申込		宣伝会議からの情報 ①いる ②いない ③すでに届いている		

お振込み先 三菱東京 UFJ 銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義：株式会社宣伝会議

※受講料について、開講前の入金を原則とさせていただきます。入金確認できず、ご受講いただけませんのであらかじめご了承ください。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※受講は申込者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。企業派遣による申し込みの場合でも、受講者の変更は受け付けておりません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更となる場合がございます。その際、交通費の保証はできかねますのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により株主総会決議が取得した個人情報(受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー (http://www.sendenkaigi.com/privacy/) をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お申込・お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号

TEL：03-3475-3030 E-mail：info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/