

デザインはシステム部門に無関係ではない

— 情報デザインをシステム設計に役立てるために —

「デザイン」はさまざまな意味合いで使われる便利な用語である。特にビジネスにおいては、イノベティブな効果を期待して使用されることが多い。しかしデザインの仕事の実際は意外に知られておらず、自分の仕事には関係ないと考える人も少なくない。本稿では、システム部門で取り入れてほしい情報デザインの役割と効果について解説する。

NRI ネットコム
コー・ネット事業本部
コンテンツビジネス推進課長

みなとがわ
湊川 ハルナ

専門は情報設計、UI/UX設計



NRI ネットコム
コー・ネット事業本部
コンテンツビジネス推進課
アートディレクター

やなぎだ きょうこ
柳田 京子

専門はデザイン、アートディレクション



デザインを取り巻く状況

数年前から、米国を中心とした大企業によるデザイン会社の買収が続いていることをご存知の方も多いかもしれない。アイルランドに本社を置くアクセントチュア社が、2013年に英国のデザイン会社Fjord社を買収。2014年には、金融大手の米国キャピタル・ワン社が、UXデザインコンサルティングファームの米国Adoptive Path社を買収した。その後も米国マッキンゼー・アンド・カンパニー社によるデザインコンサルティング会社の米国LUNARの買収（2015年5月）や、博報堂DYHDによるカナダのデザインコンサルティング会社BEworks社の株式取得（2017年1月）も記憶に新しい。デザインの力をビジネスに取り込もうとする動きが活発化しているといえる。

こうした状況は身近な環境変化を振り返ると理解しやすいだろう。

スマートフォンの登場により、デジタルデバイスが一般の人々にとってより身近なものとなり、それと並行して、米国のMicrosoft

社、Apple社、Google社などが、それぞれ自社のプロダクトについて、デザインに関するガイドラインを公表するようになった。アプリやWeb制作において、デザインが重視されている証しである。

また、子供時代からITに親しんできた「デジタルネイティブ」と言われる世代が成長し、社会人になり始めている。彼らはApple社やGoogle社が計算し尽くして作ったデジタルデバイスを当たり前のように使って育ったため、分かりづらいインターフェースに敏感だ。デザイナーによって創業された米国Airbnb社のようなスタートアップ企業の躍進もあり、デザインの力に気付いた企業が、その力をビジネスに活用しようと動き始めているのだろう。

デザインの重要性を実感する出来事は、実際に著者の周囲でも起こり始めている。NRI ネットコムでは、さまざまな業種の企業のWebサイトや、スマートフォン・タブレットアプリをデザインし、制作している。これまでは広報や宣伝部門からの依頼が多かったが、あるときシステム部門よりプロジェクト

の依頼があった。顧客の関係企業が使用するシステムの再構築を行うものであり、システムの利用者は一般のユーザーではない。いわゆる業務システムの構築プロジェクトであるが、「UI/UX (User Interface/User Experience) を重視したい」として、デザインチームの参画と、インターフェースの根本的な見直しを依頼された。これは過去にあまり例のないことであった。

また、「マテリアルデザイン (2014年6月に発表されたGoogle社が推奨するデザイン手法のガイドライン) で」というような、デザインの専門用語を使った依頼も増えている。また、提案したシステム画面について「美しくない」という指摘を受けたこともあるなど、デザインへの意識の高まりを感じる事が相次いでいる。

一方で、従来のGUI (Graphical User Interface) から脱却できない、または脱却する必要を感じていないプロジェクトも少なくない。システムの規模が大きい、工数・費用が制約となり改善できないといった事情もあるだろう。しかしながら、積極的にデザインを取り込もうとしている企業と、デザインに取り組めていない企業との間に、意識の格差が生じていることを痛感している。

前述のように、デザイナーによってデザインされたインターフェースにユーザーが慣れてきていることや、デジタルネイティブ世代の増加を背景に、業務系システムだからUI/UXやデザインは後回しでよいという時代ではなくなっているのではないかと。また、そうした考えは機会損失につながるのではないかと筆者は考えている。

アートとデザインの違い

デザインが重視される状況は、デザインチームにとっては有利である。しかし、システム構築プロジェクトにおいて、デザインチームが異質の存在と見られることは多い。「センスを駆使して感覚的に仕事をする人々」と思われるのである。デザインが「アート」と混同されているからではないかと、強く感じる。

アートとデザインは似て非なるものだ。「アート」は (さまざまな定義があるが)、自己表現の1つであるといえる。岡本太郎が「芸術は爆発だ!」と言い、草間彌生が「水玉は私のスピリット」と言えば、そこに客観的な論理性がなくとも、鑑賞者はそれぞれの心の中でこうした言葉を受け止める。しかし、「デザイン」においてはそうではない。なぜなら、NRI ネットコムが考えるデザインとは「課題解決の手段」であるからだ。色も形もすべて客観的に説明可能であることが求められるのである。

「情報デザイン」とその仕事

デザインという言葉の範囲は非常に広い。「生産デザイン」「環境デザイン」など、さまざまな分野でさまざまなデザインがあるが、ここではデジタルデバイスやWebサイトのデザインに関わるものとして、「情報デザイン」を扱うこととする。

情報デザインの対象は平面上の視覚情報である。視覚情報を伝達するデバイスにPCなどのディスプレイが登場したことで、情報デザインには電子的なエンジニアリングの手法

が必要とされるようになった。その元祖といえるのがPCのGUIである。

では、情報デザインはなぜ「課題解決の手段」といえるのか。それを説明するため、その仕事内容を紹介したい。

まずデザインはデザイナーのみで行われるものではない。プロジェクトによって体制は異なるが、例えばWebサイトの制作には、「ディレクター」「デザイナー」「マークアップエンジニア」という3つの職種が関わる。スマートフォンアプリであれば、「ディレクター」「デザイナー」「システムエンジニア」が参画する。

(1) ディレクターの仕事

ディレクターは、情報デザインという仕事の初期段階において「情報設計」という重要なパートを担当する。ユーザーの定義やプロジェクトの課題、ゴールの設定から、掲載すべき情報や実現すべき機能を整理し構成するのが「情報設計」である。情報設計に基づき、ディレクターはワイヤーフレームと呼ばれる設計書を作成する。これはシステム開発における基本設計書に近いもので、画面ごとに必要な情報が記載されている。基本設計書と異なるのは、そこにユーザーの視点がより色濃く反映されている点である。誰がどのような状況で使用するのか、リテラシーはどの程度なのかなどを前提に、情報を吟味し、優先順位をつけた分かりやすいワイヤーフレームを作ることが、ディレクターの腕の見せどころである。

例えば表1は、大雨が降った際に発表される注意報・警報の一覧だが、情報設計の観点から見ると、おかしな点があることが分かるだろうか。

この表は、情報を発信する側の視点で作ら

警報	地域
大雨警報	大阪市、豊中市
暴風警報	門真市、池田市、吹田市
波浪注意報	大阪市、吹田市、寝屋川市、守口市
大雨注意報	門真市、茨木市、高槻市

れている。しかし、この情報を受け取るユーザーの視点から見ると、この表は分かりやすいといえるだろうか。ユーザーが知りたいのは、「自分の住む地域の」天気予報である。ユーザーの視点から考えると、この表は地域を軸にソートされているほうが分かりやすい。これはディレクターの主業務の1つである情報設計のごく簡単な例である。

システム構築を主眼にしていると、こうしたユーザーの視点が置き去りになることが少なくない。あるシステムの画面設計書で、メールマガジンを受信するかどうかを確認する画面に「メール配信 する／しない」という選択肢があるのを見たことがある。ユーザー視点から考えると、この文言は「メール受信 する／しない」にすべきである。

注意喚起すべきところに分かりやすい説明文を追加することでエラー率が大幅に低下したり、ボタンの文言にひと工夫することでボタンが押される率が上がったりすることも多い。人間の行動特性に関する知見なども活用しながら画面を設計するという、論理的な思考が必要とされる作業である。

(2) デザイナーの仕事

デザイナーは、ワイヤーフレームを基に色や形を付けるデザイン作業を行う。とはいえこの作業は、決してデザイナー個人の直感やセンスに従って行われるものではない。むしろ

るデザイナーは独り善がりな個性の追求や自分の好き嫌いを極力排し、ユーザーの利益を念頭に作業を行う。ユーザーが情報をより捉えやすくなるにはどのような配色・レイアウトにすべきかと考えながら行う作業もまた、論理的な思考が必要とされる重要な仕事である。

例えば、余白の使い方1つとっても理由が存在する。情報Aに包含される情報Bがあるとする。図1に示すように、より上位の情報Aには、Bより大きな余白を与えると、 $A > B$ という情報構造が視覚的により理解しやすくなる。デザイナーは、情報設計の結果を視覚的に表現するプロフェッショナルといえる。

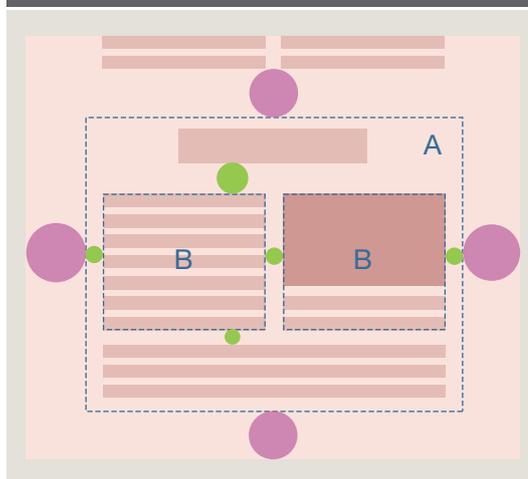
課題解決の手段としてのデザイン

ディレクター、デザイナーのいずれの仕事も、その成果物に「なぜなら…だから」という理由付けが要求される。先に述べたように、情報デザインは「センス」や「感覚」で行う仕事ではない。実現すべき機能・解決すべき課題を常に念頭に置き、情報設計や配色、レイアウトに関する知見やテクニックを駆使して行うのがデザインである。

デザインに関する知見やテクニックは、プロジェクトが直面している課題を解決する手段になるかもしれないと筆者は考える。冒頭に、デザインの後回しが機会損失につながるかもしれないと書いたのはそれゆえである。

デザイン工程をプロジェクトに取り込む方法はいくつかある。プロジェクト開始から参画し、ワイヤーフレームと画面設計書を1つにするような進め方もあれば、情報設計の一部やレイアウトの整理のみといった、部分的

図1 情報設計の例



な参画も可能である。このように、課題解決にデザインが効果的な場面は多く存在する。

最後にもう1点、デザインの仕事について付け加えたい。

ここまで述べたロジカルな作業としてのデザインは、情報デザインという仕事のうち、9割を説明するものである。しかし、残りの1割に言葉で説明できない何かが潜んでいると感じることも加えておきたい。

機能美という言葉があるように、機能を追求すると、結果的に人が美しいと感じる形状に帰結する。制作したデザインがその機能美のようなものをたたえ、お客さまをはっとさせたり、高揚させていると感じたりすることがある。ロジックのみでは説明できない部分である。デザインという言葉がどこか期待を持って語られることがあるのは、この1割の「何か」の発現を待っているからではないだろうか。Apple社の製品がそのデザイン性によりユーザーをとりこにしたように、NRI ネットコムも、9割のロジカルな手法と1割の説明できない「何か」で、ユーザーをとりこにすることを目指したいと考えている。■