

そもそも

Designって
何ですか？



Design

【名】

1. 〔製造物や建造物の〕
下絵、略図、見取り図、設計図
2. 〔部品などの〕配置、構造
3. 設計〔デザイン〕技法〔すること〕
4. 図柄、模様、デザイン、意匠
5. 〔基本的な〕様式、型
6. 案、計画、企画
7. 意図、ねらい
8. 《designs》たくらみ、陰謀

【自動】

1. デザインする、図案を作る
2. 設計図を描く、設計する

【他動】

1. ～を考案する
～を策定する
～を計画する
2. ～を設計する
～の設計図を作る
3. ～をデザインする
～の図案を描く
4. ～を…の目的で作る
～が…を意図する

Design とは 意図・目的をもって 計画的に設計するもの

「なんとなくそれっぽい絵づらを作る」は
デザインではありません。

それでは

デザインの目的とは？



デザインの目的は 「伝えること」

「○○を作りたい！」ではなく
「○○を伝えたい！」がデザインの目的

「カッコイイ！」「キレイ！」だけでは
デザインとは言えません。



「ソフトの使い方を知っている」と
「デザインができる」は別の技術です。

きれいに作られていますが、さて、化粧室はどちらでしょう？

そもそも

「伝える」って
どういうこと?



伝えるためには

■ 何を

伝えるべき内容＝訴求ポイント

■ 誰に

相手＝ターゲットユーザー

■ 何のために

相手にどういうアクションを取って欲しいのか
＝ゴールを具体的に

■ どのように

どうすれば伝わるのか戦略を立てる
＝切り口・コンセプト

何を：伝えるべき内容＝訴求ポイント



誰に：相手＝ターゲットユーザー



誰に：相手＝ターゲットユーザー

20代向けのECショップ。

購買層を広げたくて
大人っぽいバナーにした

なんだか
大人の女性向け？
私には**関係ない**
みたい

20代
大学生



サイトを見たけど
商品は若者向け？
私には**関係ない**
みたい

40代
OL



誰に：相手＝ターゲットユーザー

それぞれのターゲットユーザーを
具体的に考えてみましょう



気軽に立ち寄れる低価格な
イタリアンレストラン



完全予約制の
三ツ星フレンチレストラン

誰に：相手＝ターゲットユーザー

ターゲットユーザーが
それぞれに求めているものは何でしょう



気軽に立ち寄れる低価格な
イタリアンレストラン



完全予約制の
三ツ星フレンチレストラン

何のために：相手にどういうアクションを 取って欲しいのか＝ゴールを具体的に



どちらも目標は
新規顧客
獲得だけど…

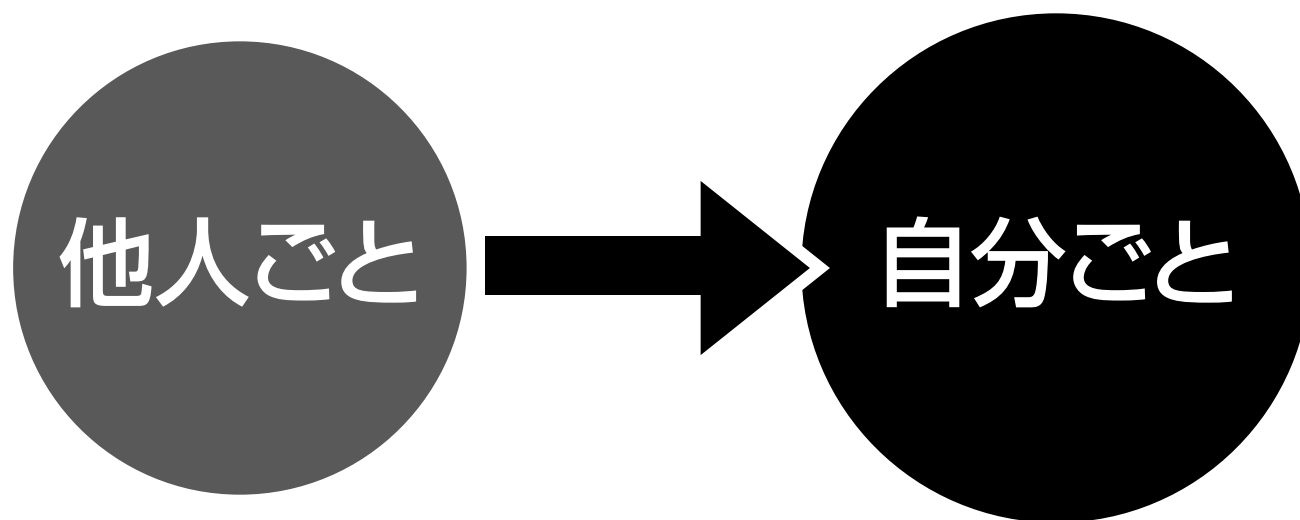


学生さんや家族連れのランチのお客さんが多い。でもディナーコースやアルコール類もあることを知って欲しい。

特別な日のディナーで予約するお客さんが多い。でもランチは予約不要なのでもっと気軽に利用できることを知って欲しい。

どのように：どうすれば伝わるのか戦略を立てる
＝切り口・コンセプト

ターゲットに合わせた切り口で
当事者意識をもたせよう



人は自分に関係のない情報はスルーします

どのように：どうすれば伝わるのか戦略を立てる ＝切り口・コンセプト

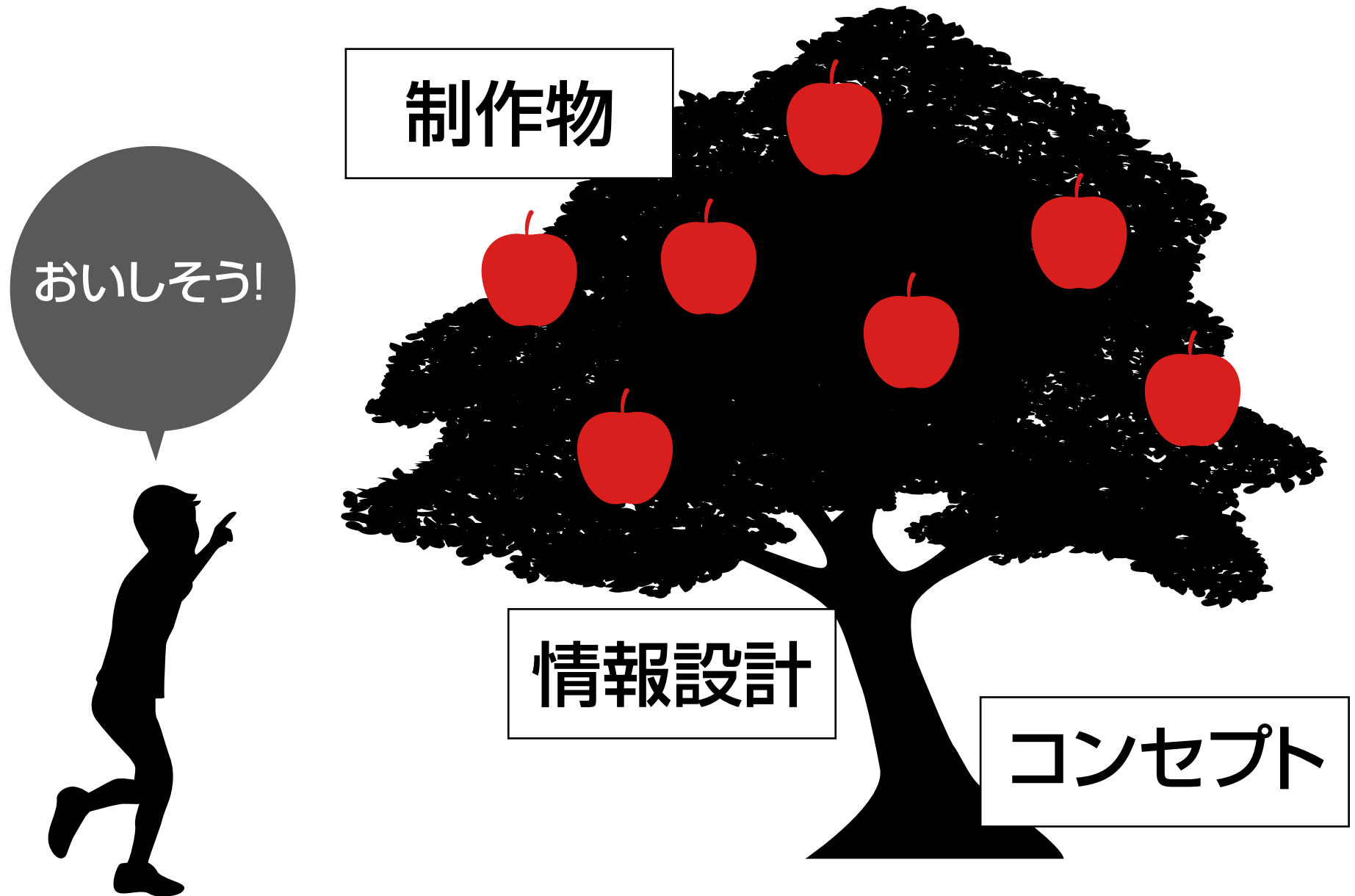
訴求ポイント
ターゲットのニーズ
ゴール



マッチする
切り口は何か？



良いデザインを実らせるのは、良い根をもつ木



今朝見た広告、
覚えていますか？



大事な前提

ユーザーは「見ない」「読まない」「わからない」

ユーザーは見てませんでは、見てもらうためには？

ユーザーは読みませんでは、読ませるためには？

ユーザーはわかりませんでは、わかってもらうためには？

見て・読んで・わかってもらうものづくり

■ 「他人ごと」にしない

「自分ごと」になるようにターゲットを絞る
ターゲットに合った言葉・色・写真・フォント

■ 詰め込みすぎない

ぱっと見れば何を伝えたいのかストレートにわかる
一見して要点が読みとれる

■ 飾りすぎない

全体が散漫になり、メッセージが薄まって見流される

最後まで
「直感的にわかるか」
を念頭にデザインする。

「伝える」ために、
何が必要？



伝えるために必要なデザイン要素

■ 文字

伝えたいイメージに合わせたフォント選び。
要点が一瞥して伝わる見出し。
読みやすい文字組み。

■ レイアウト

レイアウトの4原則「近接・整列・反復・コントラスト」
余白

伝えるために必要なデザイン要素

■ 色

ターゲットユーザーに合わせた色選び。

訴求ポイントに自然と目が行く配色。

ストレスの無い読みやすい配色。

■ 写真

ターゲットユーザーの目を引く写真(またはイラスト)。

フォントを選ぼう

フォントの印象と

文字の見やすさ・読みやすさが重要

使うフォントは2～3種類まで



フォントによって与える印象が違う

Sleeping Beauty

まじめな眠り姫

Sleeping Beauty

エレガントな眠り姫

Sleeping Beauty

気取らない眠り姫

Sleeping Beauty

色気のない眠り姫

Sleeping Beauty

ゴスロリの眠り姫

Sleeping Beauty

赤ちゃん眠り姫

Sleeping Beauty

ホラーの眠り姫

フォントによって与える印象が違う



フォントの大別 和文

明朝体

きれいな書体とデザイン

ヒラギノ明朝 Pro

きれいな書体とデザイン

小塚明朝 Pr6N

きれいな書体とデザイン

華康明朝体

きれいな書体とデザイン

リュウミン Pro

ゴシック体

きれいな書体とデザイン

ヒラギノ角ゴ Pro

きれいな書体とデザイン

小塚ゴシック Pr6N

きれいな書体とデザイン

華康ゴシック

きれいな書体とデザイン

新ゴ Pro

フォントの大別 欧文

セリフ体

Typography

Century

Typography

Adobe Garammond Pro

Typography

Book Antiqua

Typography

Times New Roman

サンセリフ体

Typography

Arial

Typography

Futura

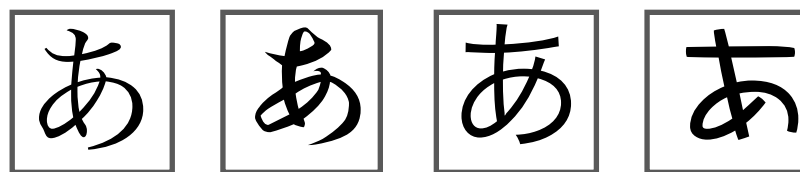
Typography

Gill Aans

Typography

Verdana

書体によって選ぶ



明朝体

筆書体

ゴシック体

手書き文字

- ・ きちんと
- ・ 誠実
- ・ 信頼感
- ・ 落ち着き



セリフ体

筆記体

サンセリフ体

手書き文字

- ・ 親しみ
- ・ カジュアル
- ・ 陽気
- ・ 元気

ウエイト(太さ)によって選ぶ

あ あ あ あ あ あ

・ 女性的
・ 繊細



・ 男性的
・ 力強い

あ あ あ あ あ あ

使いどころによって選ぶ

■ キャッチコピー、タイトル

書体の印象を生かして選ぶ

ぱっと見ても読める、判読性の高いフォントがベター

■ 見出し

視認性の高いフォント(太いゴシック体、サンセリフ体など)

見出し・小見出しを目立たせることによる効果

そこだけ読めば全体像がわかる

情報のまとまりが把握できる

画面にリズムが生まれる

使いどころによって選ぶ

■ 本文

可読性の高いフォント（細い明朝体や細いゴシック体など）
太いフォントで長い文章を書くと画面が黒々して
しまうので、可読性が下がる

**「見せる文字」と「読ませる文字」で
フォントを選ぼう**

文字を コントロールしよう

「見せる文字」は字詰めをきっちりと
「読ませる文字」は読みやすさを念頭に



見せる文字は、必ず字詰めを調整する

カタカナや拗音(小さい「ィ」など)、
ひらがなの「く」「り」などは左右が空くので詰める

タイポグラフィ
美しく「文字」を組む

タイポグラフィ
美しく「文字」を組む

見せる文字は、必ず字詰めを調整する

字詰めをし、「伝えたいこと」がより伝わるよう
文字サイズやウエイトを調整する

企業支援を通じて「就職力」を高めよう！

時給1,300円

企業支援を通じて「就職力」を高めよう！

時給1,300円

読ませる文字＝本文は、読みやすさを念頭に

適切に行間を空ける

吾輩は猫である。名前はまだ無い。どこで生れたかとうと見当がつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。吾輩はここで始めて人間というものを見た。しかもあとで聞くとそれは書生という人間中で一番獰悪どうあくな種族であったそうだ。この書生というのは時々我々を捕つかま

吾輩は猫である。名前はまだ無い。どこで生れたかとうと見当がつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。吾輩はここで始めて人間というものを見た。しかもあとで聞くとそれは書生という人間中で

一行の長さを調整する

吾輩は猫である。名前はまだ無い。どこで生れたかとうと見当がつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。吾輩はここで始めて人間というものを見た。しかもあとで聞くとそれは書生という人間中で一番獰悪どうあくな種族であったそうだ。この書生というのは時々我々を捕つかまえて煮にて食うという話である。し

読ませる文字＝本文は、読みやすさを念頭に

適切に余白をとる

吾輩は猫である。名前はまだ無い。どこで生れたかとうんと見当がつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。吾輩はここで始めて人間というものを見た。しかもあとで聞くとそれは書生という人間中で一番獰悪どうあくな種族であったそうだ。この書生というのは時々我々を捕つかまえて煮にて食うという話である。しかしその当時は何という考もなかったから別段恐しいとも思わなかった。ただ彼の掌てのひらに載せられてスーと持ち上げられた時何だかフワフワした感じがあったばかりである。

吾輩は猫である。名前はまだ無い。どこで生れたかとうんと見当がつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。吾輩はここで始めて人間というものを見た。しかもあとで聞く

とそれは書生という人間中で一番獰悪どうあくな種族であったそうだ。この書生というのは時々我々を捕つかまえて煮にて食うという話である。しかしその当時は何という考もなかったから別段恐しいとも思わなかった。

レイアウトの基本

レイアウトの基本 4 原則

近接・整列・反復・コントラスト

余白を意識する



レイアウトの基本4原則

■ 近接

仲間は近く、
そうでないものは離す

■ 整列

「見えないライン」を作る

■ 反復

統一感とリズムを生む

■ コントラスト

画面にメリハリを与える

①近接・・・仲間は近く、そうでないものは離す

関連する項目は、グループ化してまとめる。

要素をひとまとまりにすることで、ユーザーが内容を理解しやすくなる。

余白が生まれることで、すっきりとした美しさが生まれる。

Jakob & Gill Design Office

Warm Springs Boulevard Fremont, CA 000-000000 USA

Director/Designer

Jakob Nielsen

<http://www.jakobgill.org>

mail.nielsen@info.com

Jakob & Gill Design Office

Jakob Nielsen

Director/Designer

<http://www.jakobgill.org>

mail.nielsen@info.com

Warm Springs Boulevard Fremont, CA 000-000000 USA

②整列・・・見えないラインを作る

「見えないライン」を意識し、
その線に沿って要素を配置する。

「見えないライン」は、画面を
整然と整え、見るものに洗練
された印象や、心地よい印象
を与えることができる。

Jakob & Gill Design Office

Jakob Nielsen

Director/Designer

Warm Springs Boulevard
Fremont, CA 000-000000 USA

<http://www.jakobgill.org>
mail.nielsen@info.com

Jakob & Gill Design Office

Jakob Nielsen

Director/Designer

<http://www.jakobgill.org>
mail.nielsen@info.com

Warm Springs Boulevard Fremont, CA 000-000000 USA

③反復・・・統一感とリズムを生む

要素を反復することで、情報に統一感と一貫性が生まれる。

画面にリズムが生まれ、視覚的なおもしろさにつながる。



③反復・・・統一感とリズムを生む

反復によるリズムを作ったところで、
あえて繰り返しをはずすことで、アクセントを生み出すことも。
(その場合、大胆に、かつ一つだけにかつすること)



④コントラスト・・・画面にメリハリを与える

コントラストをつけることで、
画面に動きを生むことができる。

見るものによりわかりやすく
情報を伝えることができる。

強調するためには、優先順位を
つけることが大事。
主役は何か。

Jakob & Gill Design Office

Jakob Nielsen

Director/Designer

<http://www.jakobgill.org> mail nielsen@info.com
Warm Springs Boulevard Fremont, CA 000-000000 USA

Jakob & Gill Design Office

Jakob Nielsen

Director/Designer

<http://www.jakobgill.org> mail nielsen@info.com
Warm Springs Boulevard Fremont, CA 000-000000 USA

余白・・・静けさ・ゆったり・緊張感

余白とは「静けさ」。

印象付けたいものの周りには十分な余白をとりましょう。

余白はデザイン要素。

単なる

「空いちゃったスペース」

ではありません。



「なんとなく置いた」ではなく、
「それぞれの要素の関係性」
を意識しよう。

色の基本

ターゲット・目的に合わせた色選び

使う色は基本 3 色

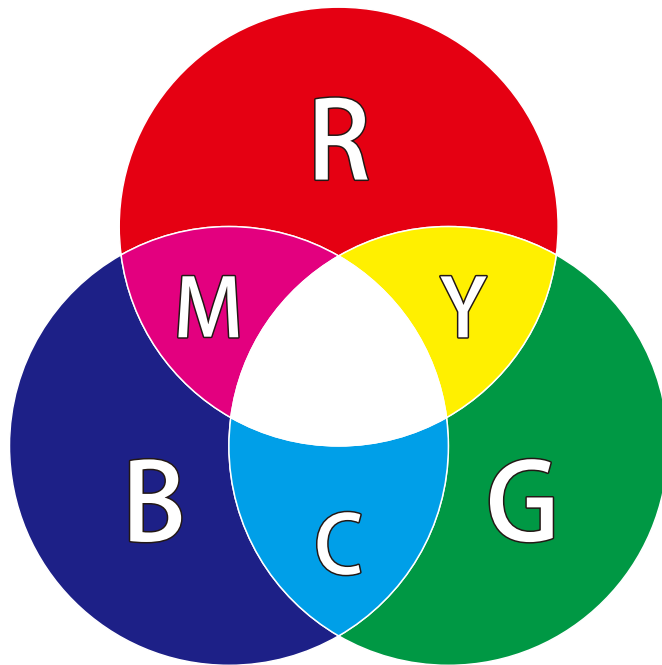
文字は読みやすい配色に



RGB と CMYK

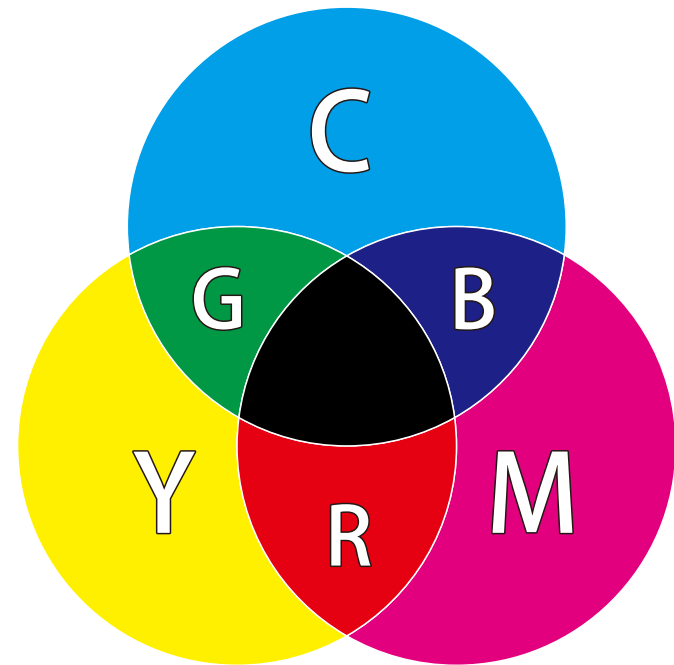
RGB 光の三原色

光が足されていく
重なった部分は明るくなり
最も重なると白くなる



CMY 色の三原色

インクが塗り重なっていく
重なった部分は暗くなり、
最も重なると黒くなる



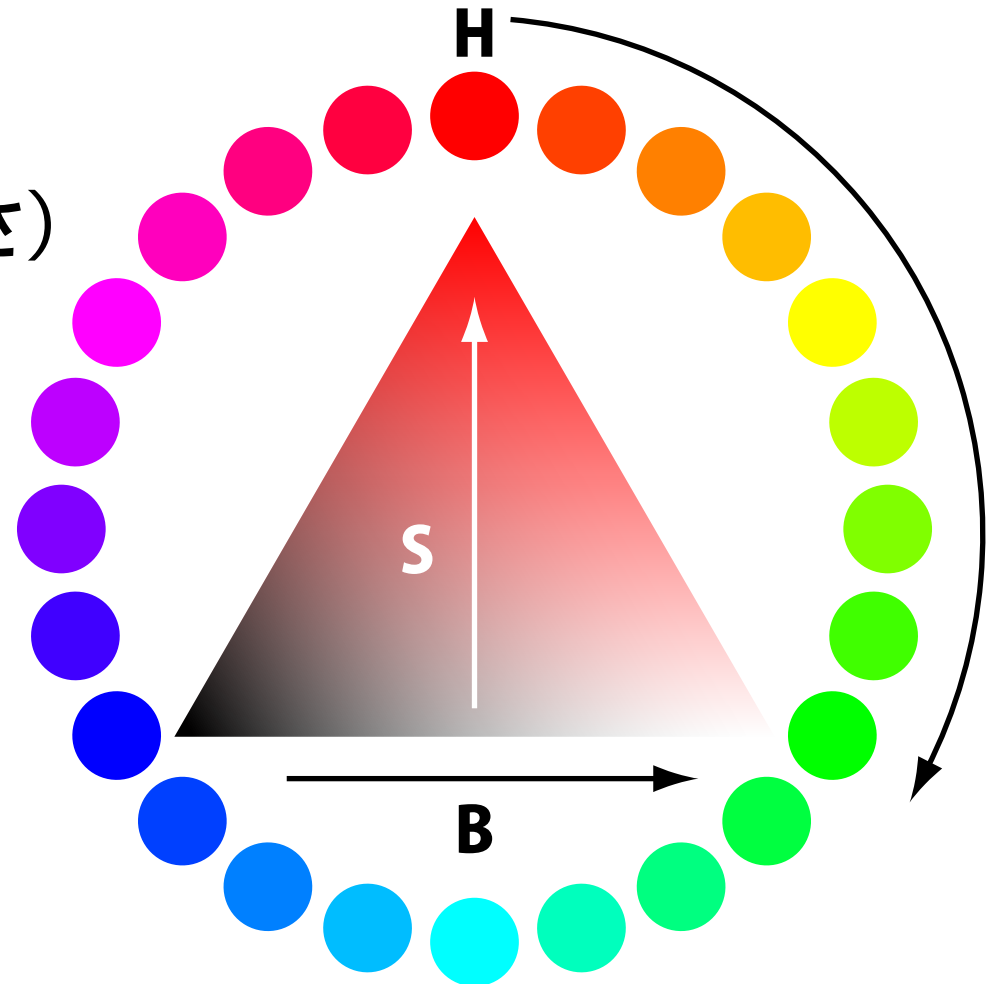
色を色相・彩度・明度(HSB)で考える

H.....Hue(色相)
色の種類

S.....Saturation(彩度)
色の鮮やかさ(色の強さ)

B.....Brightness(明度)
色の明るさ

HSB のイメージモデル



色を色相・彩度・明度(HSB)で考える

Hue(色相) $0^{\circ} \sim 360^{\circ}$

色の種類(赤、青、黄のような)

色相環の位置関係を覚えて
おくと配色に役立ちます。

度数の近い同系色でまとめると
自然でまとまりがよい。

