

# いいデザイナーは、見ためのよさから考えない

名前(学籍番号)

## 1.本を選んだ理由(195字)

「見た目」のデザイナーは一見、「感覚」や「センス」をきっかけや頼りにしてデザインを進めていくのではないかと思うところがある。しかしこの本のタイトルは、「見た目のよさから考えない」とそれを真っ向から否定している。「いいデザイナー」がどのように考えて物をデザインしているかという、デザイナーの思考ロジックを知ること、本授業を学んだ先の例としてどんなものがあるのかを知れると思いこの本を選んだ。

## 2. 書籍の概要(982字)

筆者（有馬トモユキさん）は経営学が専攻であり、専門的な教育は受けていなかった。その中で、今はグラフィックデザイナーとして活躍している。その裏には、論理に基づくデザインの仕組みがある。デザインは専門的な美術スキルではなく、道具であるという。デザインは、「見た目や機能から問題を解決する手段」である。「何を伝えたいのか？」

「メッセージはなにか？」と言った問をベースに、コンセプトやその製品・情報が生まれた文脈まで遡りながら、ユーザーへ何を伝えるべきなのか、物質がどうあるべきなのかを考察し、論理を構築するデータを手に入れる。例えば「この作品を手にとる人はどんな人か」「どんな印象を持って欲しいのか」といったことである。このコア部分がまとめられ、論理をベースに構造やレイアウトを組み立てる。これがグラフィックデザイナーの仕事である。論理があれば、文章にして伝えられるので分業もしやすい。論理に基づく一貫したデザインは、伝わる情報のロスが少なく、「脳に負担の少ないデザイン」を行うことができる。そうしたデザインを行うためには、人にレビューしてもらうことが一番だという。製品やサービスを通して、社会に働きかけるデザインというものも存在する。AppleのMacintoshや、dysonの掃除機、SONYのPlaystationなどが例として挙げられたが、これらは不便さや危険さを解消したり、複雑なものをわかりやすくするという意味で「いいデザイン」である。結果としてどれも課題や目的に対してシンプルに解決している。では、シンプルに解決するには才能が必要なのか。その答えはNOである。「どのようなものが使いやすいのか」「なぜ”良い”と思えるのか」という視点で世の中を観察できるかどうか、鍵になるという。そしてこれは、意識的な訓練によって習得できるのである。

物事を見て、何を感じるのか、気づきはなにか。日常にひそむ様々なものから差分を抽出し、この「気づき」を入手して貯めておくことで、それが「センス」となり、問題や課題を解決する際のきっかけになるのだという。筆者は家電量販店の白物家電コーナーへ足を運ぶことが多く、例えば蓋の開け閉め具合など、そうしたところから発見を得るのだとい

う。最後に、これらのデザインの思考を様々な職種、状況でも応用してほしいとして、幕を閉じた。

### 3. 実際に読んでみての感想、気づき、考え、意見(953字)

デザイナーという仕事は、Illustratorが使えて、絵が描け、色彩感覚がバッチリで、レイアウトがうまく出来ないといけないのだろうと勝手に考えていて、「デザインする」ということ自体に苦手意識やコンプレックスをよく持っていた気がしていた。この本を読んでも、そうしたあれこれはデザイン的な思考の結果であるのではないかというように思えた。絵を描いたり、美術的なスキルのトレーニングが、スキルを手に入れるための能力、いわば自分自身の解像度を上げることに影響しているから、結果としてセンスが向上し、上手な絵が描け、上手なレイアウトができ、きれいなポスターが作成できるようになっているのかもしれないと感じる。

なのであれば、大学で学んだことを「センス」として昇華できれば良いのだろう感じた。知覚心理学は、自分自身の知覚について学ぶことであるから、知覚そのものの解像度を向上できる。授業のイントロでもそういった話があったように思うけれども、時間が経ってしまうと忘れてしまう。なにかシンプルな手段で、この問題を解決したいと思った。

本の中で、最後に、スクエアモーフィックデザインは、人々を広く教育するためのデザインだったのだと述べられていた。タッチデバイスを触ったことのない人にiPhoneを心地よく触ってもらう最初のステップとして、現実の質感を切り取ったようなアイコンを使ったのだと。本を読んだあとだと、非常に納得のいく説明であった。最近のMaterial Designも、フラットデザインへの流れも、退化したわけではなくて、文脈によって必然的に生まれたものなのだと考えれば、受け取りやすい。デバイスの解像度は多様化した上に、人々はこうしたタッチデバイスに慣れてきた。「ここが押せそうだ」「ここはスワイプができそうだ」という考え方がだんだん浸透してきた流れでの、デザインだったのだと考えるとわかりやすかった。

デザインの思考は、母親、父親が普通に行っていたことだと感じた。お客さんの立場に立って、こういう商品を出したらどう思われるか、こういうことをされたらどう感じるか。それらを考えてサービスを組み立てていく。シンプルな手段で解決できているかは分からないが、普段当たり前のようにやっていたことだったのかもしれないと感じた。