

# イラスト インフォグラフィック モーション

要件定義

ビジュアルリサーチ

コンセプト作成

ワイヤー作成

イラスト・インフォグラフィック・モーション

要件定義

ビジュアルリサーチ

コンセプト作成

ワイヤー作成

イラスト・インフォグラフィック・モーション

ビジュアルを組む上で用途に合った  
グラフィックの扱い方を知る

タイポグラフィ

イラスト

インフォグラフィ

モーション

タイポグラフィ

イラスト

インフォグラフィ

モーション

1.イラストの使い方

2.事例紹介

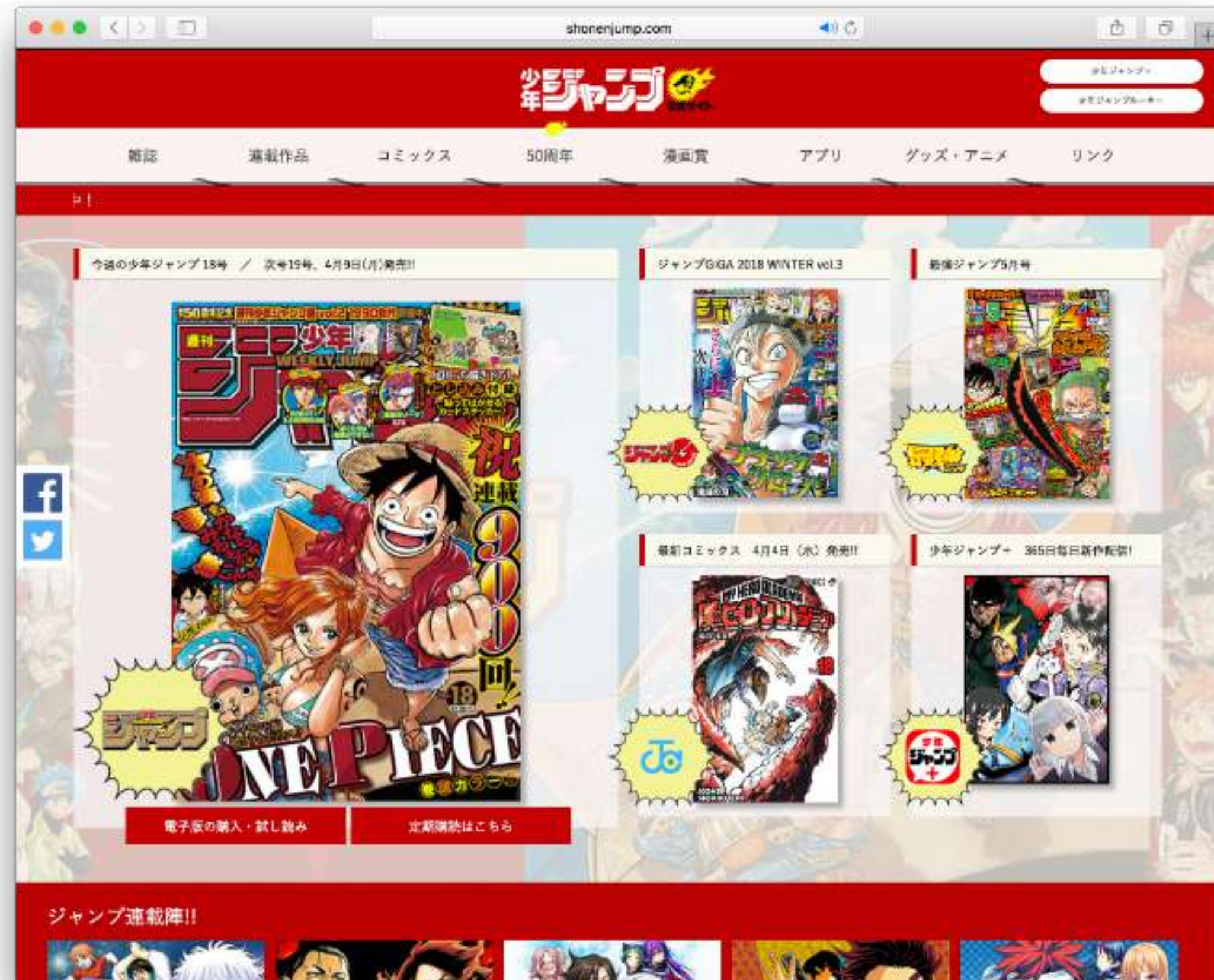
3.キャラクター紹介

世の中に溢れるイラスト

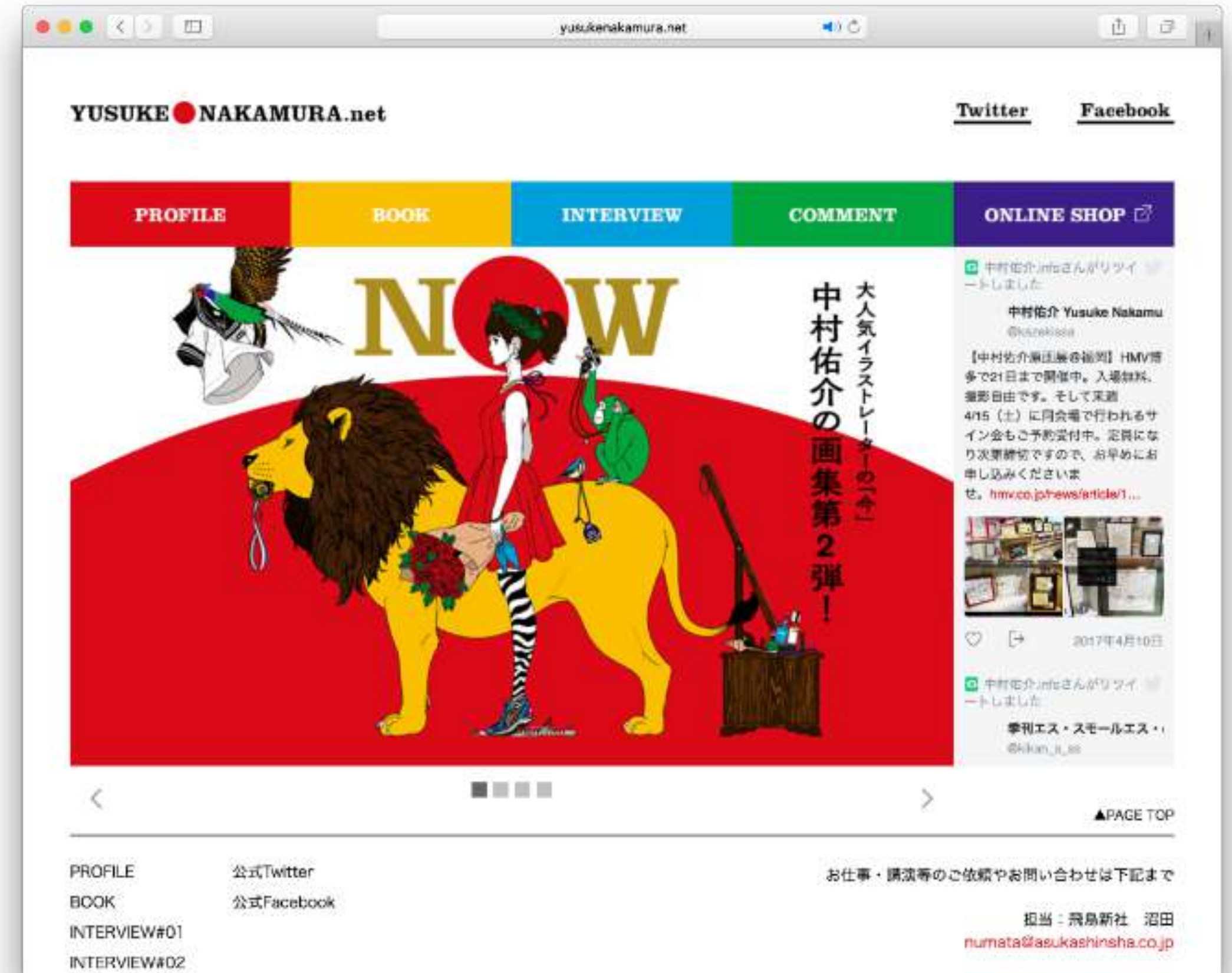


# 1-1 イラストの使い方

confidential



漫画  
(少年ジャンプ)



イラストレーター  
(中村祐介)



作家性が強くイラスト自体が  
コンテンツになっている



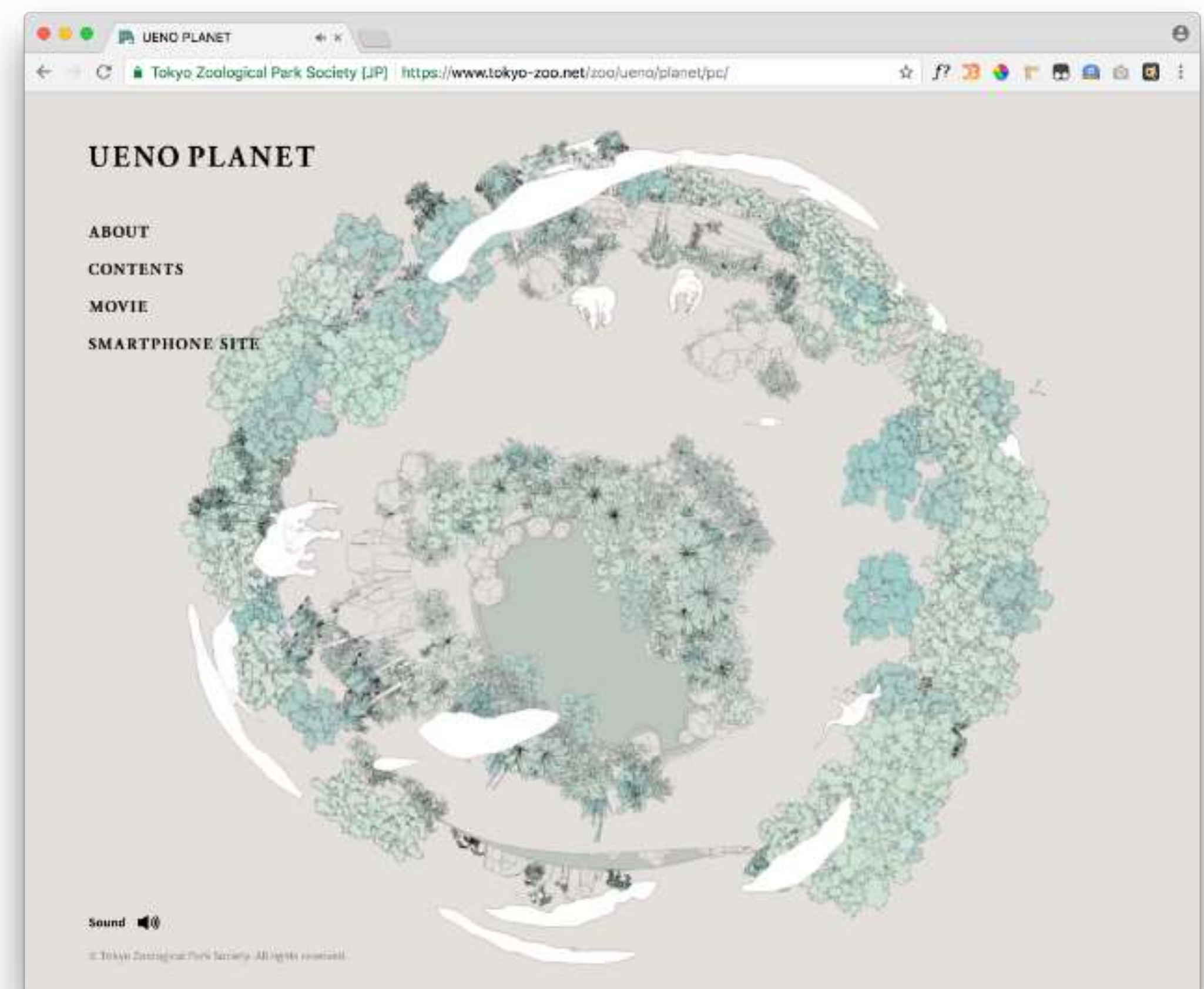


# 1-1 イラストの使い方

confidential



ハートランドビール



上野動物園



見せたいコンテンツのために  
イラストを用いるもの





# 1-1 イラストの使い方

confidential



ハートランドビール  
を飲んでもらうために  
イラストを使う



SLICE OF HEARTLAND

<http://sliceof.heartland.jp>

イラスト:杉山 恭平

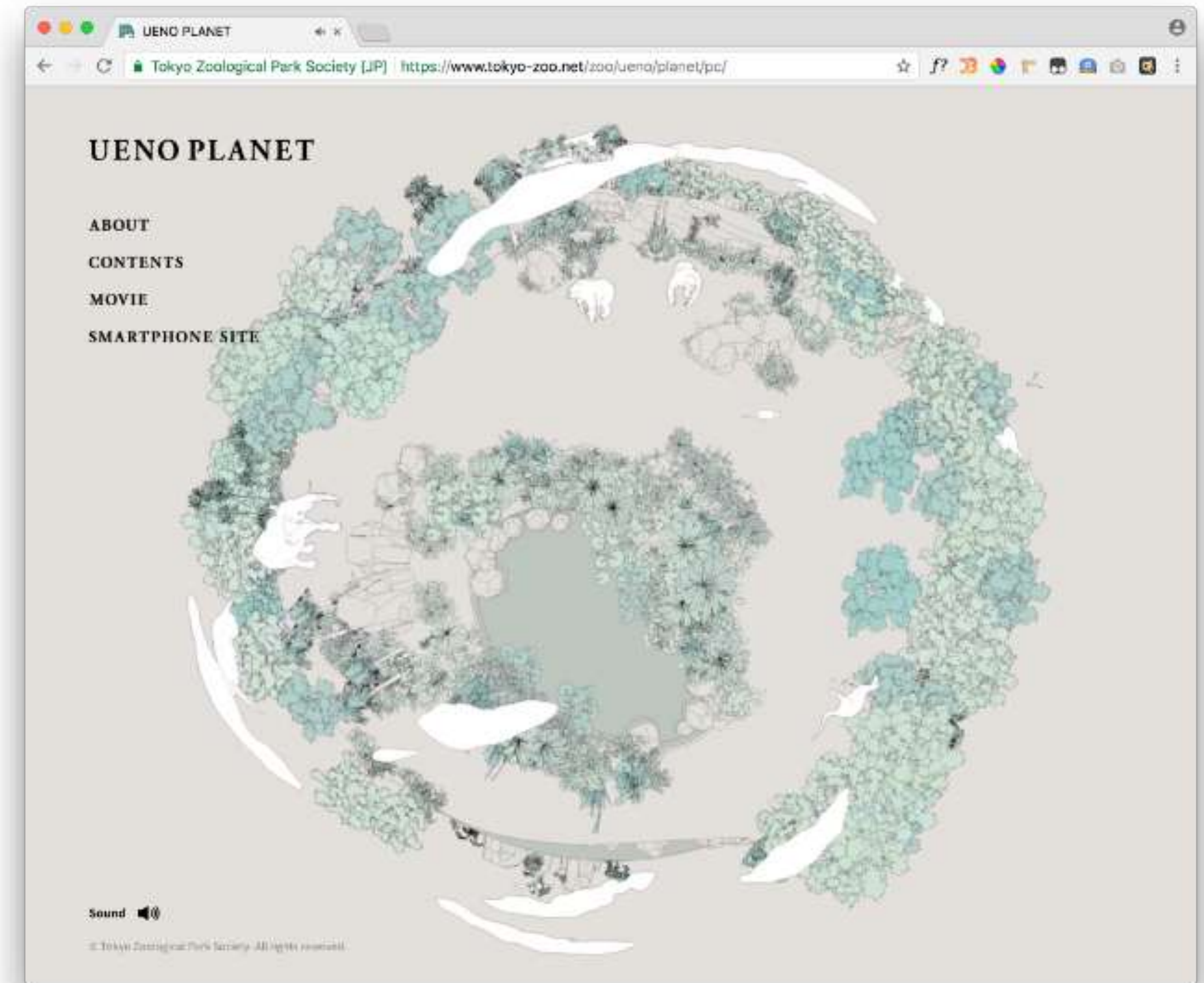


# 1-1 イラストの使い方

confidential



動物を見てもらうために  
イラストを使う



**UENO PLANET**

<https://www.tokyo-zoo.net/zoo/ueno/planet/pc/>

- ・作家性が強くイラスト自体がコンテンツになっているもの
- ・見せたいコンテンツのためにイラストを用いるもの

- ・作家性が強くイラスト自体がコンテンツになっているもの

- ・見せたいコンテンツのためにイラストを用いるもの



実際にヤフーのどんなところで  
イラストが使われているか

# 1-2 事例紹介-ヤフーでのイラスト-

confidential



数字で見るヤフオク



Yahoo! MAP アプリ内



# 1-2 事例紹介-ヤフーでのイラスト-

confidential



ヤフオクを利用してもらうため  
イラストを使って詳しく紹介する

数字で見るヤフオク

<https://auctions.yahoo.co.jp/topic/promo/infographic/>

# 1-2 事例紹介-ヤフーでのイラスト-

confidential



Yahoo! MAPのAR機能について  
注意喚起のためにイラストを使う

Yahoo! MAP AR機能



# 1-2 事例紹介-ヤフーでのイラスト-

confidential



Yahoo!かんたんバックアップ  
のダウンロード訴求のために  
イラストを使う

かんたんバックアップ LPページ

<https://info-box.yahoo.co.jp/promotion/kantanapps/>

何かをデザインする中で目的に合った  
手法としてイラスト用いる

ヤフーで推奨されているイラストの定義

## Yahoo! JAPAN Visual Identity



# 1-2 事例紹介-ヤフーでのイラスト-

confidential

## イラストレーション

イラストレーションはテキストのみでは伝わりにくい内容を図案で補足し、コンテンツとユーザーのコミュニケーションを円滑にするために利用します。他の項目と同様に「安全、安心、信頼」を体現したポジティブでクリーンなイメージ、かつ誰が見てもわかりやすく簡潔で美しいモチーフの選定をします。





# 1-2 事例紹介-ヤフーでのイラスト-

confidential

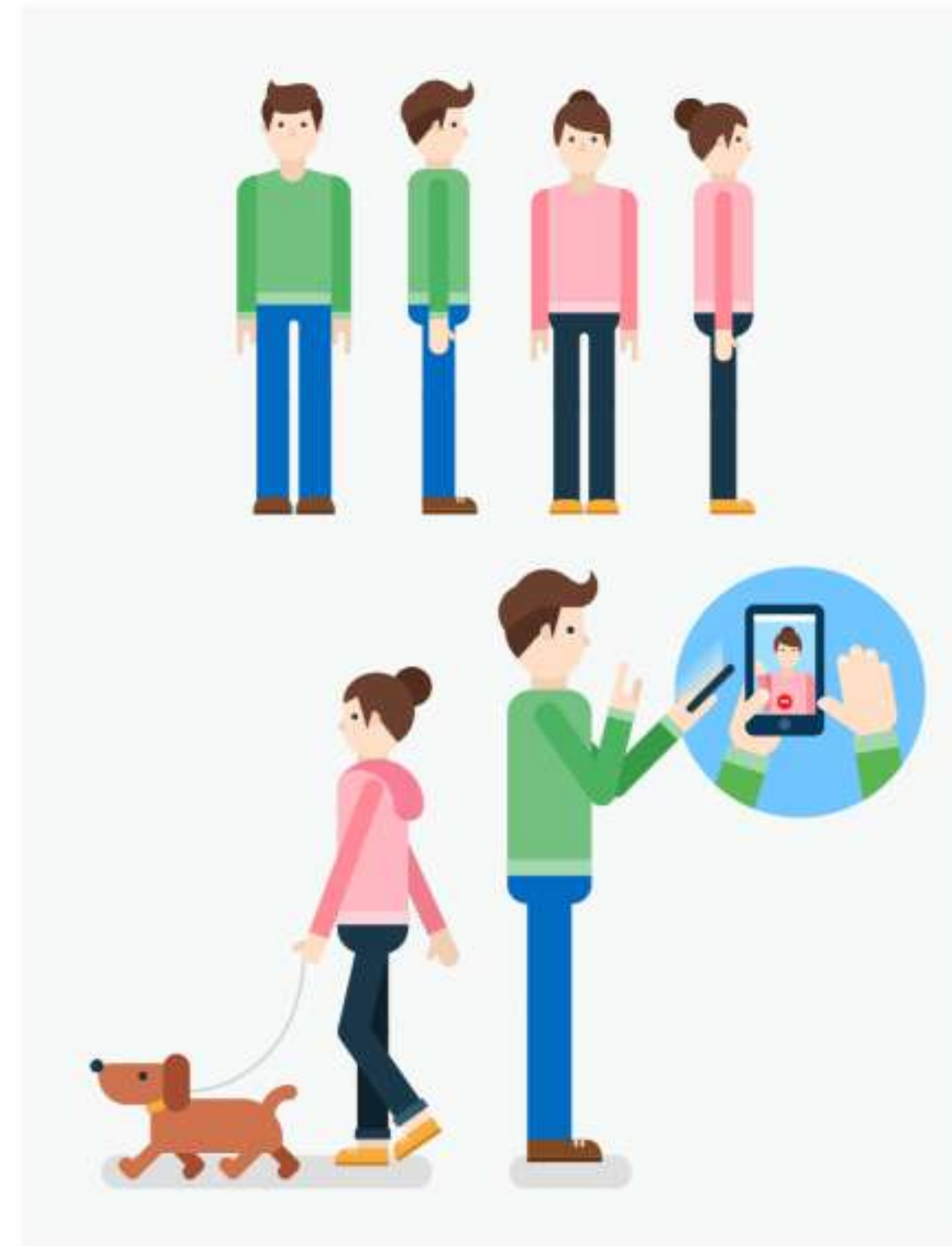
## 推奨するイラストレーション

一貫して以下のような表現を推奨します。

シンプルな幾何学図形の組み合わせで簡潔な表現を用い、誰が見ても理解できる表現とします。

モチーフの選定は複雑な形状のものを避け、極力細部の表現は簡略化します。

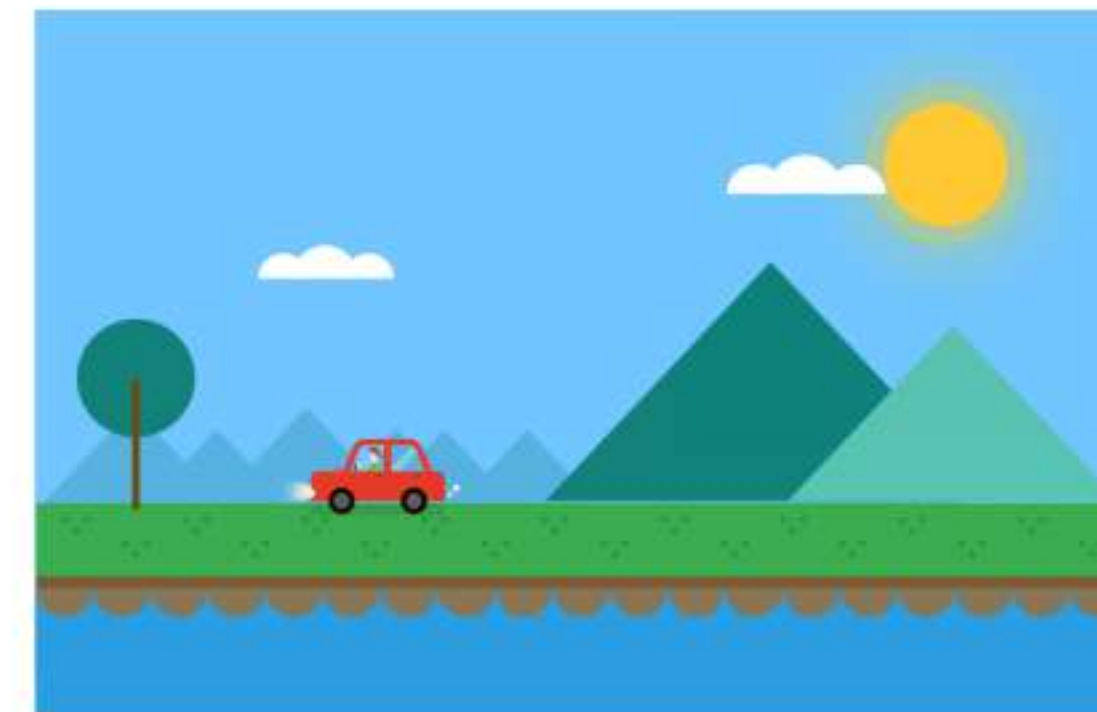
ただし、無機質な印象が強くなりすぎないように、モチーフの角は落とし、丸みをつけ、手触りの良さを感じられる質感を表現します。



人物の表現



無機物の表現



風景の表現



# 1-2 事例紹介-ヤフーでのイラスト-

confidential

## 推奨しないイラストレーション

以下のような表現はいかなる場合でも推奨しません。



個性が強くキャラクターと認識される表現



公序良俗に反する表現



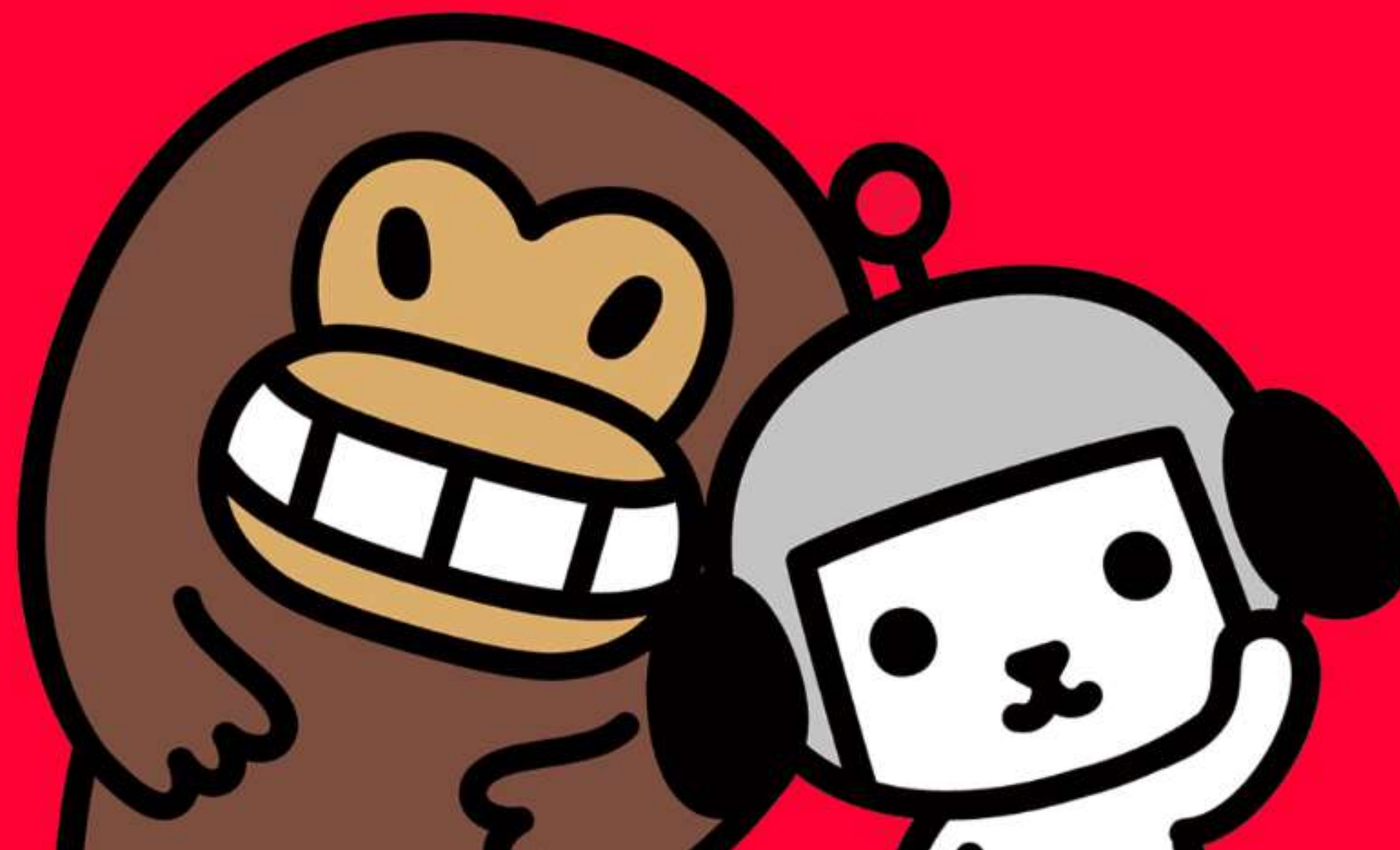
身体の一部がかけたような表現

## ヤフーのキャラクター



けんさくとえんじん

Every search is an adventure.





# 1-3 キャラクター

confidential

🏠 ホームページに設定する

ヘルプ

Yahoo! BB  
きッズ版  
アプリ版

トラベル

ヤフオク!

ショッピング



YAHOO!  
JAPAN



プレミアム

カード

メール

カテゴリー一覧  
サイトの登録  
無料ID活用

ウェブ 画像 動画 辞書 知恵袋 地図 リアルタイム 一覧

検索

被災地の子供たちを支援 松井秀喜氏ら著名人が出品 魚民や笑笑など、ネット予約で飲み放題プランがお得に

- ↓ 主なサービス 一覧
- ショッピング
  - ヤフオク!
  - LOHACO
  - 旅行、ホテル予約
  - 一休.com
  - 一休.comレストラン
  - ニュース
  - 天気

動画 **LIVE** ニュース 経済 エンタメ スポーツ

15時26分更新

- 平野「今までで一番の大会」
- 大胆な外交 正恩氏妹の人物像 **NEW**
- 前橋3人殺傷 2審も死刑判決 **NEW**
- チューブ誤挿入 乳児寝たきり
- 紅茶花伝に変色 60万本回収 **NEW**
- 三陽商 バーバリー傷癒えた? **NEW**
- 藤井五段に大量のチョコ届く

2大会連続でメダル  
2月14日12時5分配信  
毎日新聞

SUNTORY

健康に関する  
アンケートにご協力ください

サントリーセサミン4,200円(税抜)が  
無料でお試しいただけます。

※抽選で1万名様



けんさくとえんじんの使用ルール

**オリジナルキャラクター 「けんさくとえんじん」**

キャラクターも何か目的があって使われている

**なぜキャラクターを使ったのか？**

一部参照

キャラクターに親近感を持つユーザーに向けて  
...(略)...

「かわいい」を武器に、  
ユーザーコミュニケーションの質「おもてなし力」を高め、  
「ヤフー」ブランドの認知及び想起など、長期的なブランド構築を行い、  
「ヤフー」ブランドの価値を高め、サービスの利用を促進する。



目的とガイドラインに沿って  
イラストを使いましょう

タイポグラフィ

イラスト

インフォグラフィ

モーション

1.インフォグラフィックとは

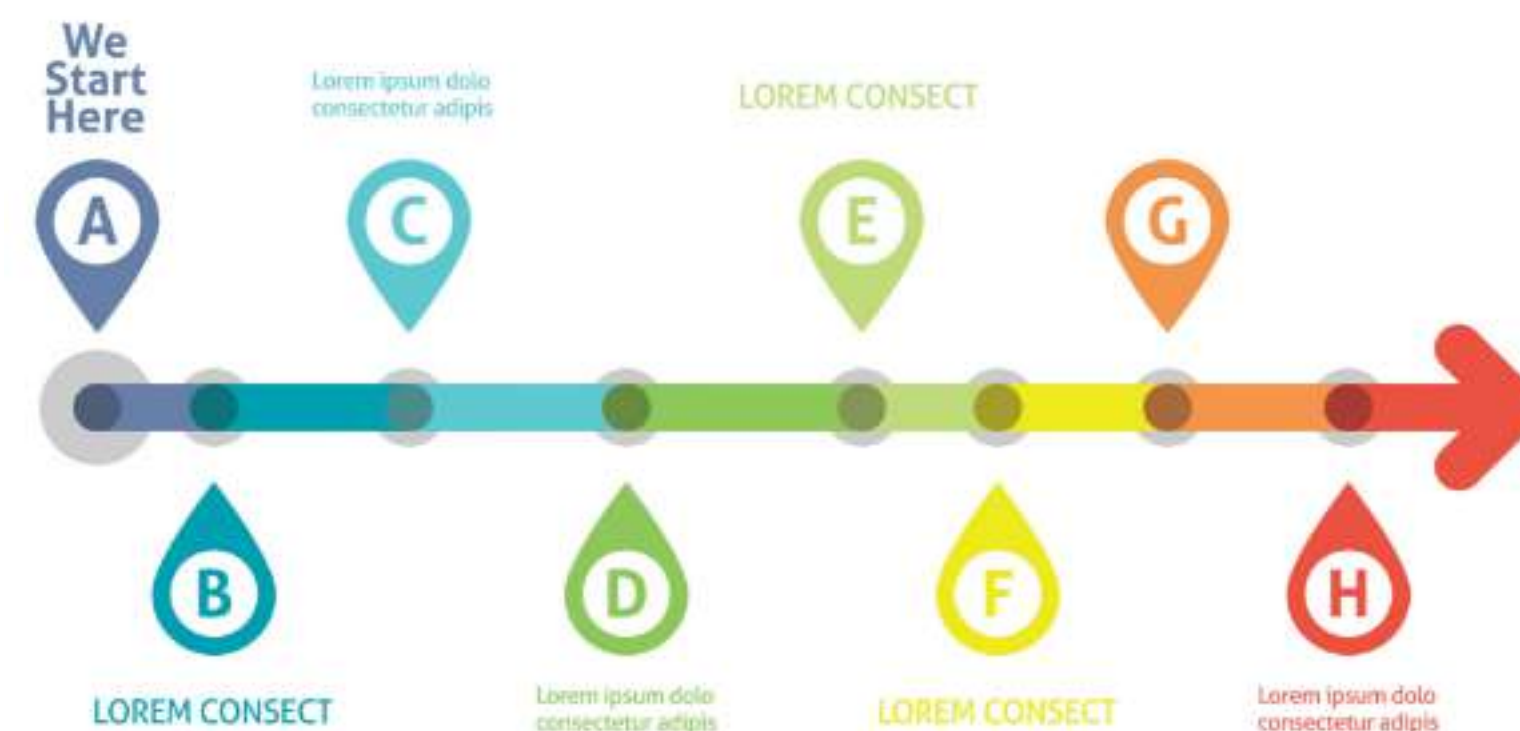
2.インフォグラフィックの作り方

3.事例紹介

インフォグラフィックとは

# 「Information + Graphics」

情報やデータを視覚的に整理し、  
誰もが素早く理解できるようにしたもの。





## 2-1 インフォグラフィックとは

confidential



情報量の多いものや言葉では分かりづらい  
情報を整理して、誰でも見て分かるような  
グラフィックにすること

インフォグラフィックを実際に作るには



- (0) 内容検討、意識合わせ
- (1) ビジュアルへの落とし込みの切り口案を考える
- (2) 各要素の具体的な絵作り
- (3) 全体の粒が揃ってるか再確認

### (0) 内容検討、意識合わせ

インフォグラフィック的な説明の仕方をするとき



- ・ 難しいことを説明しようとしてる
- ・ 多くの情報量を見せようとしてる

むずかしいことを完全に正確な  
ビジュアルにするのは大変……



## 2-2 インフォグラフィックの作り方(0)

confidential

なるべく全てを伝えないと  
リスクがある！



企画

できるだけ簡単に！  
丸められるところは丸めたい



デザイナー

**事前の意識合わせが大切**  
**みんなと同じ方向を向いて作っていく**

デザインの根本に立ち返ることになりますが

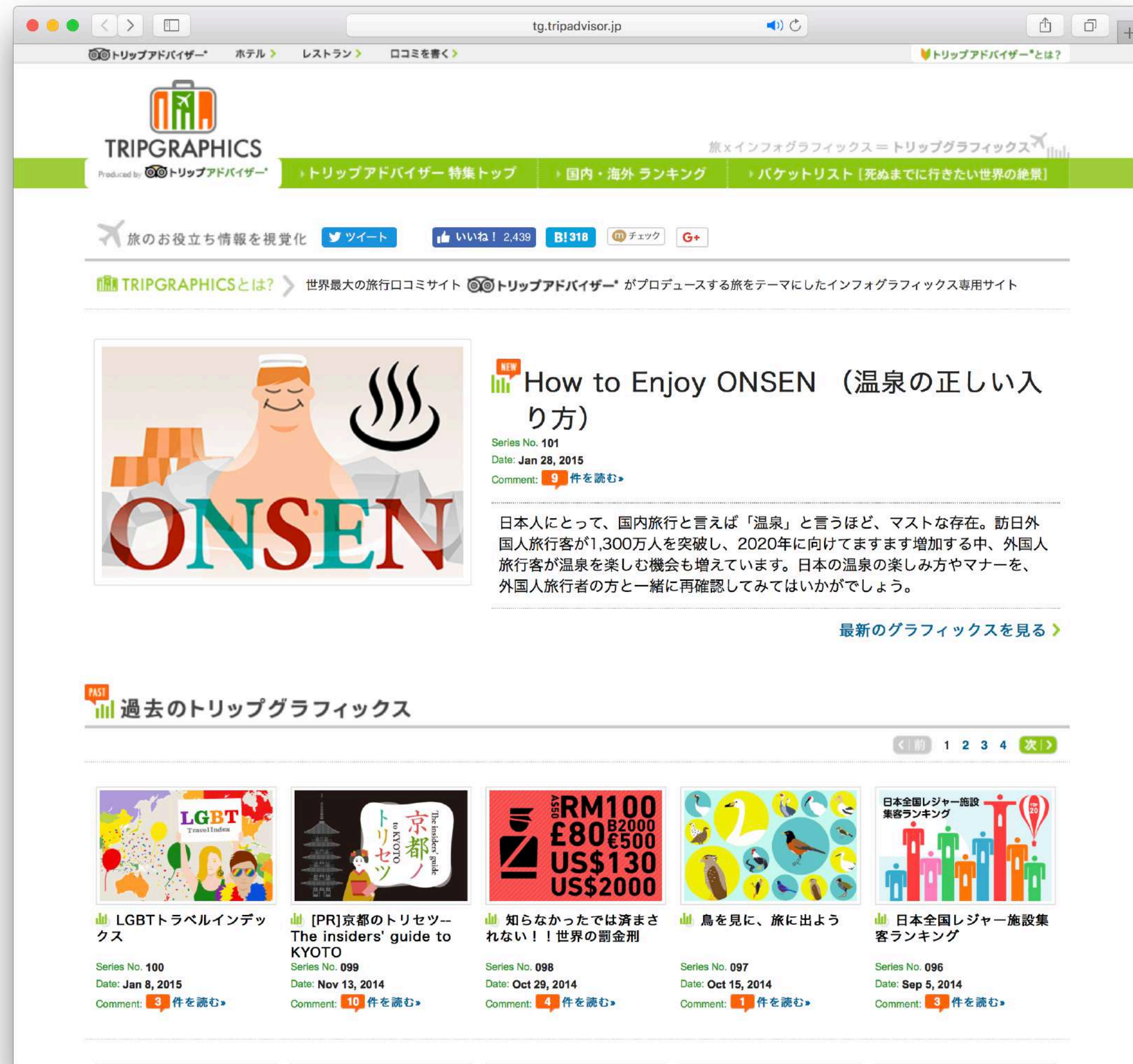
**この情報を伝えることで見た人にどうなって欲しいのか？**

**(1) ビジュアルへの落とし込みの切り口案を考える**



# 2-2 インフォグラフィックの作り方(1)

confidential



リサーチしてサンプルを集める  
(Tripgraphics , Pinterest ,  
Shutterstock , etc...)

Tripgraphics

<http://tg.tripadvisor.jp>

**ビジュアルが理解を補助する役割を果たす**

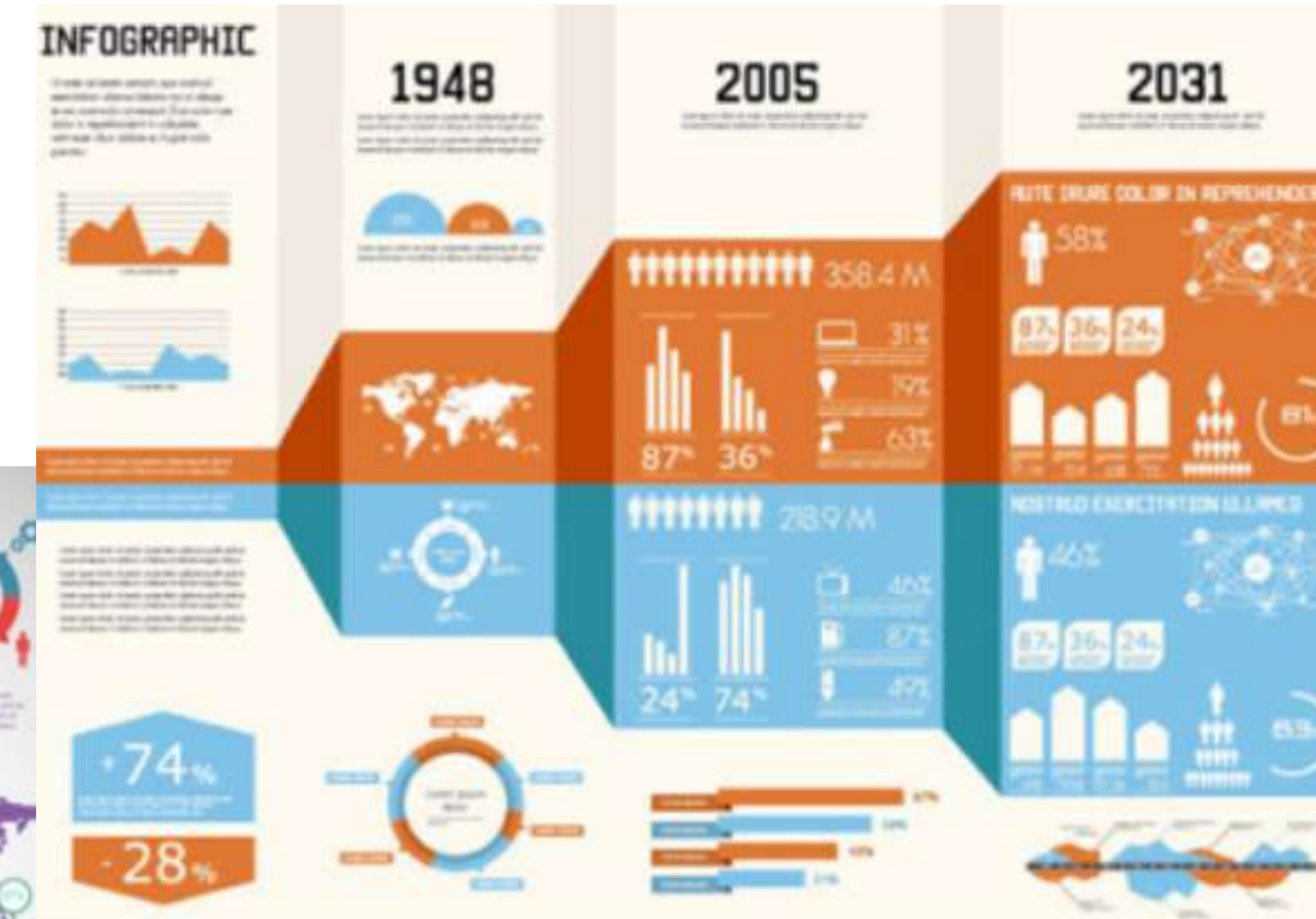
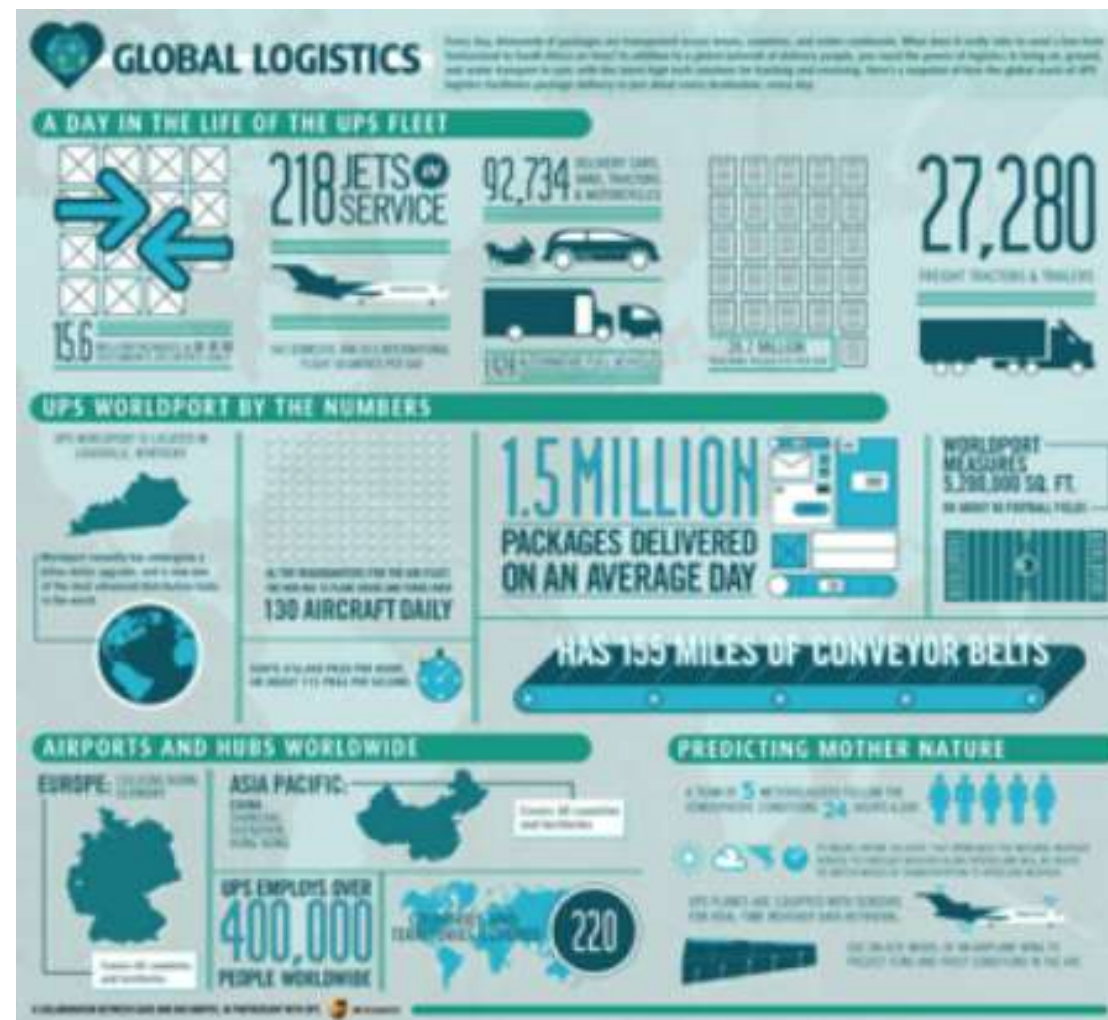
にぎやかして装飾的にピクトグラム入れるのはあまり意味がない……



## 2-2 インフォグラフィックの作り方(1)

confidential

具体的にどんなビジュアルにしてゆくのか決め、  
いろんなサンプルを都度チームで共有する

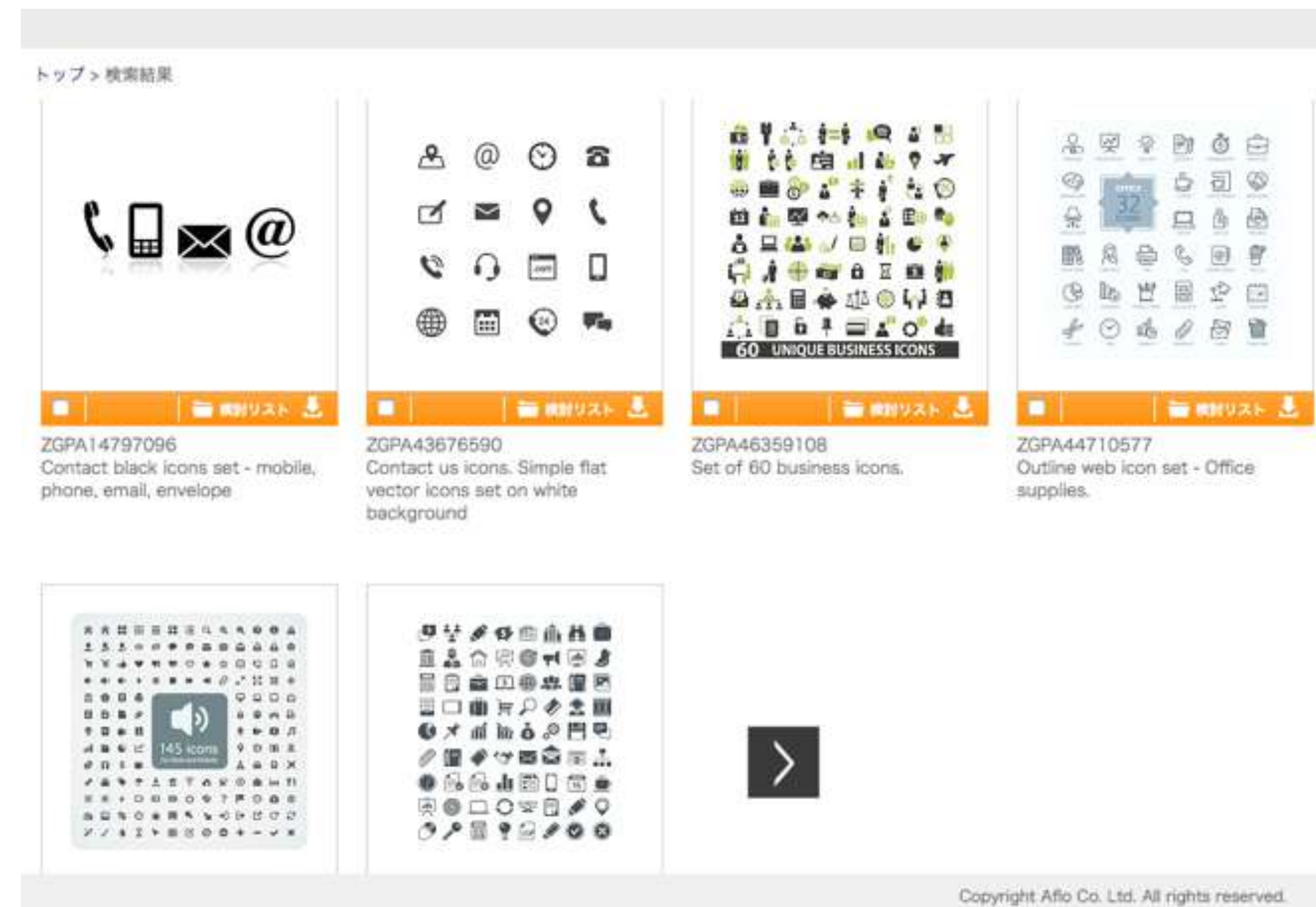


### (2)各要素の具体的な制作



## 2-2 インフォグラフィックの作り方(2)

confidential



ラフから起こしたり、素材系サイトで探したり

文言も考えよう、例えば

10000000000000円

桁が大きすぎてイメージがわからない……

10000000000000円

=ガーナの国家予算と同じくらい



**直接「ああなるほど！」とはならなくても  
スケール感はキャッチーに伝わる**

ガーナの国家予算…知らないけど

**単純に数字やグラフを並べるだけでなく、  
何か他のものに言い換えてみる言葉も大切**

東京ドーム●●個分とか……

全部つなげると地球●周分とか……

積み重ねると月まで届くとか……

直接の理解に結びつくわけじゃなくても、

情報を読み取る入り口になり得る、

この段階で色々アイディア出ししてみると良さそう

## 2-2 インフォグラフィックの作り方(2)

confidential





## 2-2 インフォグラフィックの作り方(2)

confidential

「事実」その2 “日本”ハムだけに日本一

### スーパーにある お肉の1/5が 日本ハムグループ製

この文章はダミーテキストです。ただ彼は違って来る度（はい）  
の三馬（の黒い毛をもって装飾され、這い上っている。吾輩（が  
しては違っておったから別段恐いとも思わなかった時妙なもの  
）めて運を燃（とうてい）と



**自分だけで作っていくと視点が偏るので、  
途中途中で「これ意味通じる？」と  
周囲に確認しながら進める**

**(3)全体の粒が揃ってるか再確認**



## 2-2 インフォグラフィックの作り方(3)

confidential

作る画面やパーツが膨大な場合、  
振り返ってみるとそれぞれがチグハグになりがち…



(フラットな表現の中に、急に立体的なグラフィックが…)

**全体のバランスを再確認するフェーズが必要！**

プロト作って、チェック&修正を繰り返してチューニング

タイポグラフィ

イラスト

インフォグラフィ

モーション



1. 動画

2. モーション

3. 動画コンテンツ

4. 事例紹介(時間があれば)

## 動画をつくるうえでのルール

動画とは



**アニメーションなど動きがある要素を含むメディアで  
動画データおよびコードで実装された動きのあるコンテンツ**

### 社内の基本方針

**動画は、効果的にユーザーの注意を引けますが、その分ユーザーの集中を失わせ、本来の目的を阻害する可能性があります。**

**例えば、5つしかないコンテンツすべてが点滅していたら、ユーザーはどれを見たらよいか分かりません。最新のアイテムや特殊なアイテムなど、重要な情報に注目させるような使い方をしてこそ意味があります。**

### 禁止事項

- **ユーザーの健康に悪影響を与える可能性のあるものは提供しない。**
- **同一ビュー内に2カ所以上のアニメーションはしない。**
- **原則自動再生はさせない。**

※ 1 会社の事例のなので参考程度に



### 推奨事項

- 再生前に静止画を表示し、どのような動画が再生されるかイメージしやすくする。
- 通信帯域に応じた画質判定を設定する。
- 音量に配慮する

※ 1 会社の事例のなので参考程度に

### 再生時間について

- 初動から15秒以内で停止
- 無限ループは禁止
- オンマウス時アニメーションについては制限はなし、  
ただしマウスがロールアウトしてから10秒以内に停止  
するもの

※ 1 会社の事例のなので参考程度に

かっこいいモーションをつけてリッチにしたい！





### モーションによってできること

- ビュー間の焦点のガイド
- ユーザーが操作を完了すると何が起きるのかヒントを示す
- 要素間の階層的、空間的な関係
- 背後で行われている処理から注目をそらす  
(コンテンツの取得、次のビューの読み込みなど)
- キャラクター性、洗練、楽しみ

カッコいいモーションをつけよう…

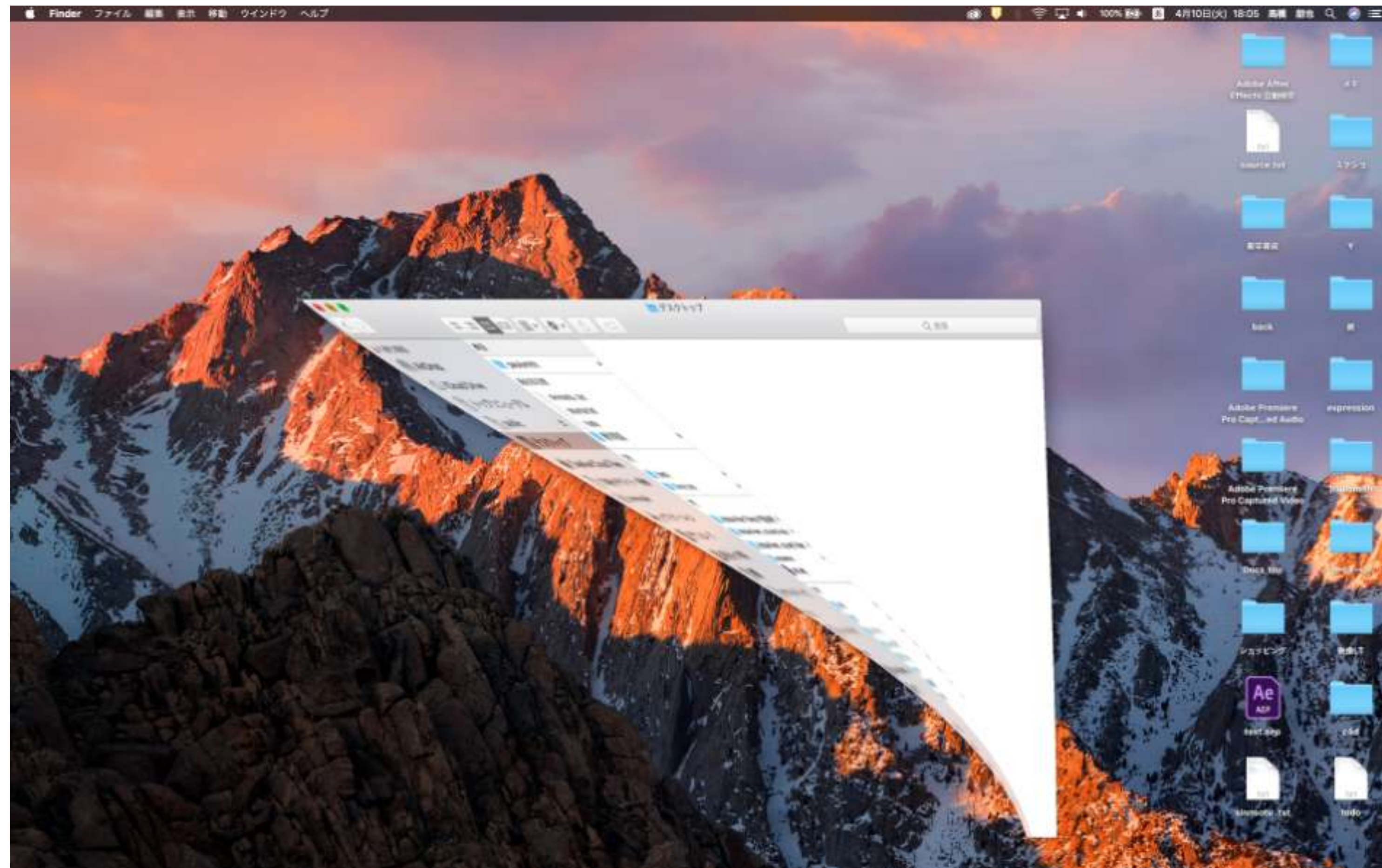
→ **なんでモーションをつけるんだっけ**





## 3-2. モーション

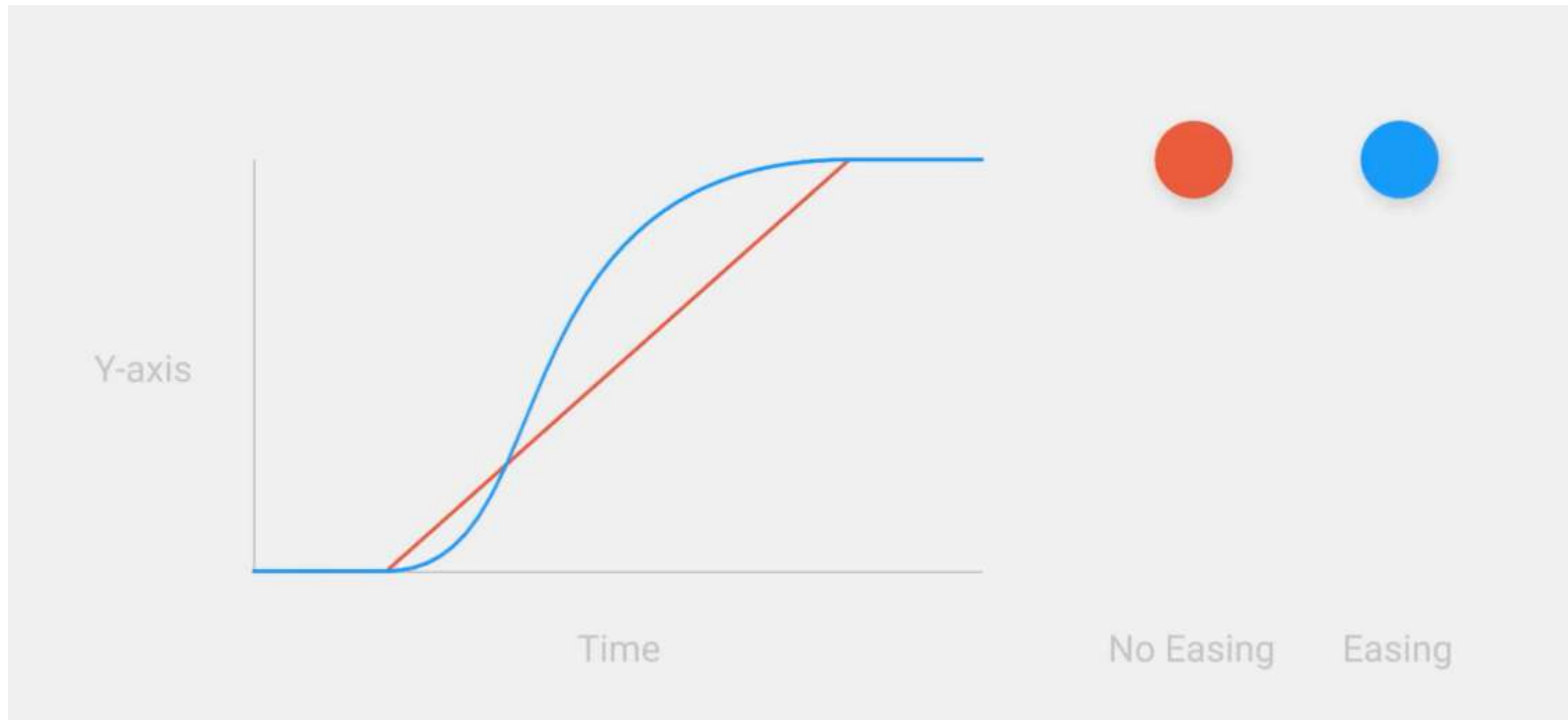
confidential



目的にあったわかりやすい動きをつける

## 3-2. モーション

confidential

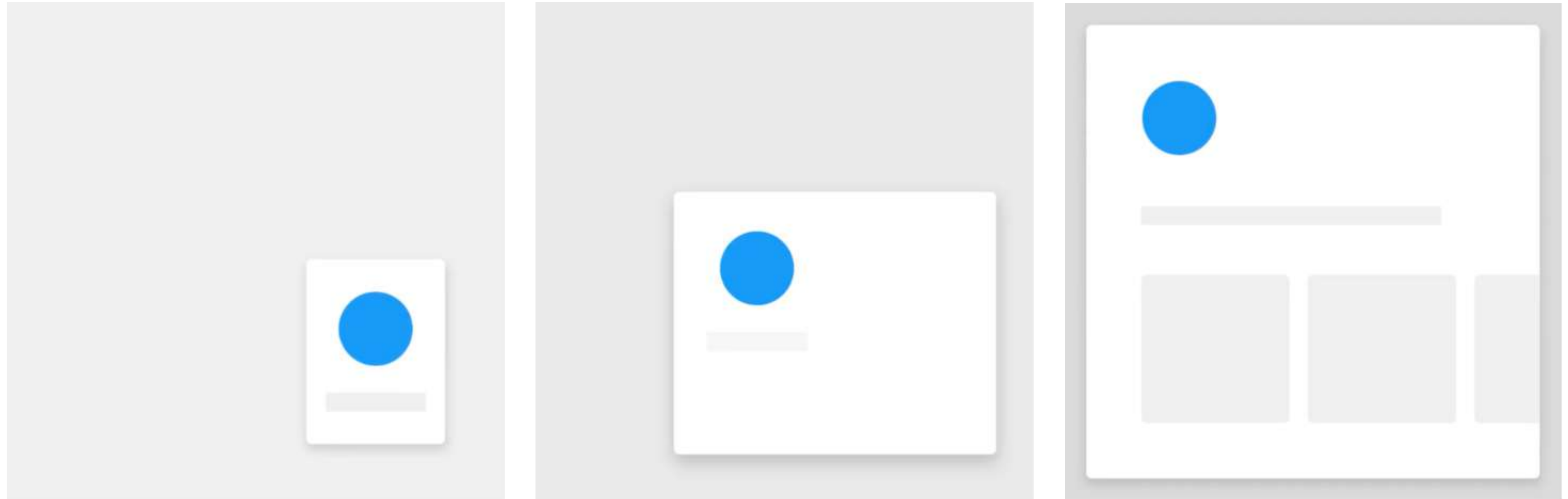


動きに強弱をつける



## 3-2. モーション

confidential



ユーザーがアニメーションが終わるまで待たずに済むよう動きを適切な速度にする。また動きにまとまりをもたせる。

### ページをリッチにしたい…ただし 表示が遅れた場合のリスク

- 表示速度が1秒から3秒に落ちると、直帰率は32%上昇
- 表示速度が1秒から5秒に落ちると、直帰率は90%上昇

# ヤフーで使われるページ内アニメーション以外の動画

- ・ テレビCM
- ・ WEBプロモーション
- ・ 背景動画



## 3-3. 動画コンテンツ

confidential

### テレビCM



ツール・ド・東北



いい買い物の日



## 3-3. 動画コンテンツ

confidential

### WEBプロモーション動画



君の名はBD発売プロモーション



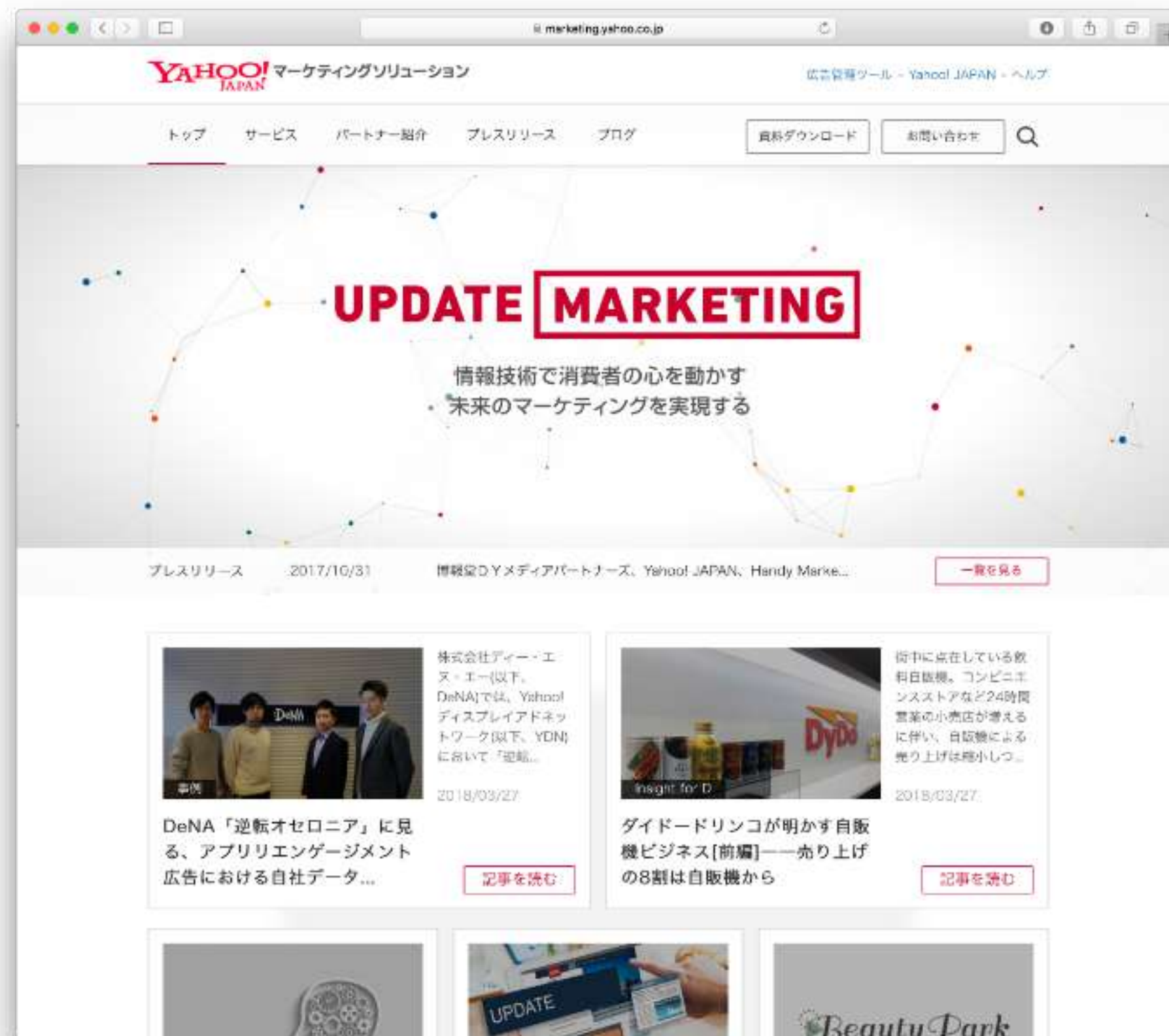
ふるさと納税



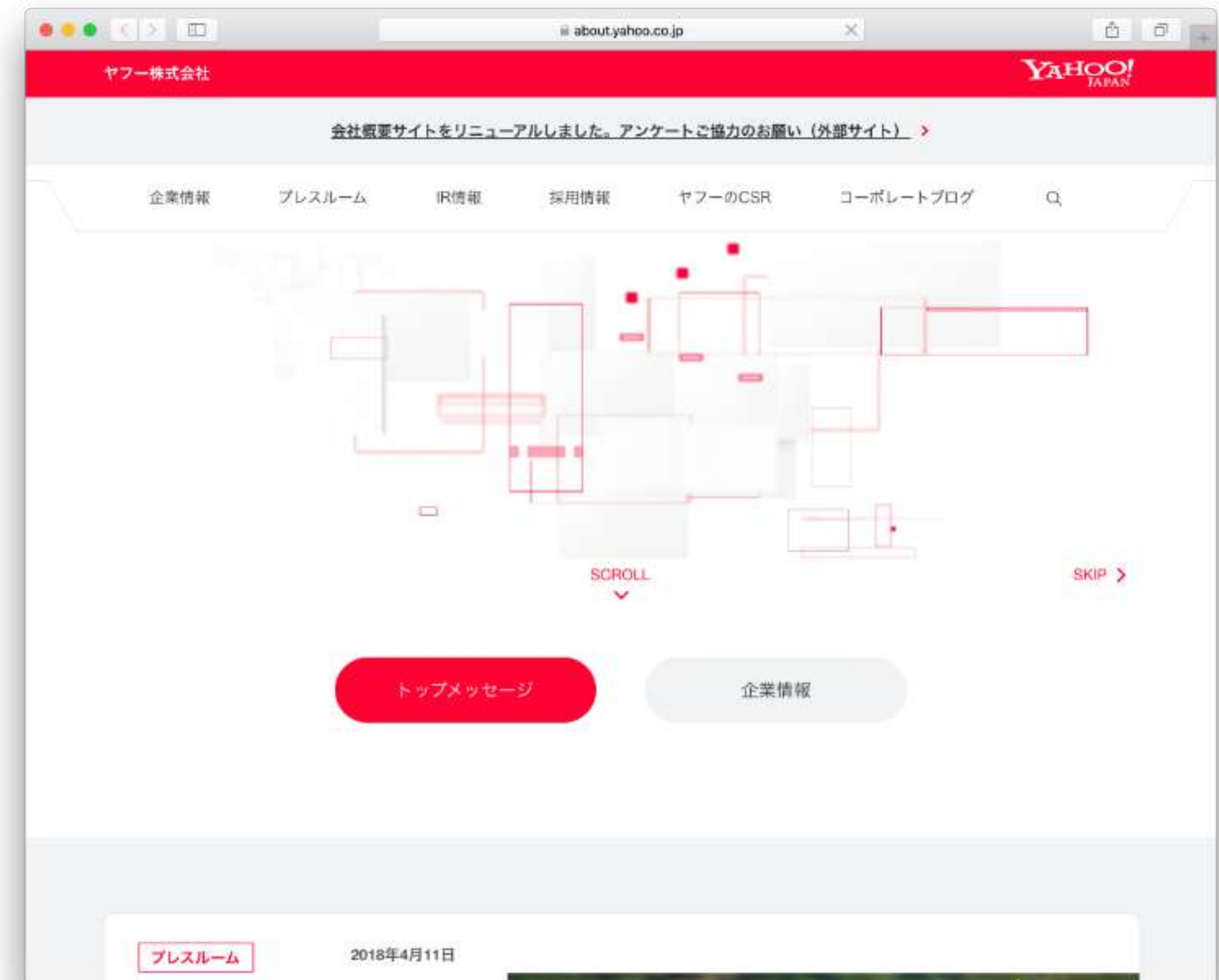
## 3-3. 動画コンテンツ

confidential

### 背景動画



マーケティングソリューション



ヤフー会社概要

動画(モーション)の作り方が分からない



**動画によって解決したい課題を明確にする**



**それにあった事例を集め動画をつくる**



### 参考に

- **Google MATERIAL DESIGN**
- **Vimeo**
- **dribbble**

どれにも共通して言えること

**制作を進めながら同じプロジェクトメンバーや  
周りの人に制作物を見せて意見をもらおう**