

## 【可視化】次の情報を基に視覚的にわかりやすく示せ

- 高校生のスマートフォン所有率について調べた。スマートフォンを持っている割合が93.0%、スマートフォン以外の携帯電話を持っている割合が3.8%、スマートフォンを持っていない割合が3.2%である。
- 高校生のスマートフォン及びタブレットの所有率について調べた。スマートフォン及びタブレットを持っている割合が21.4%、スマートフォンのみを持っている割合が65.5%、タブレットのみを持っている割合が10.9%、どちらも持っていない割合が2.2%である。
- (ポジティブな意味で)注目させたい箇所は、スマートフォン及びタブレットを持っている割合のところ。

## 【抽象化】視覚的に図記号\*でわかりやすく示せ

教室を最後に利用した人は、戸締まりと消灯を確認すること

### \*図記号

図記号(シンボル)は、可能な限り言葉の助けを借りずに、それ自体において明確でなければならない。…。また、文字のように行に並べることができるぐらいシンプルであるべきだ。





## 【構造化】次の内容を視覚的にわかりやすく示せ

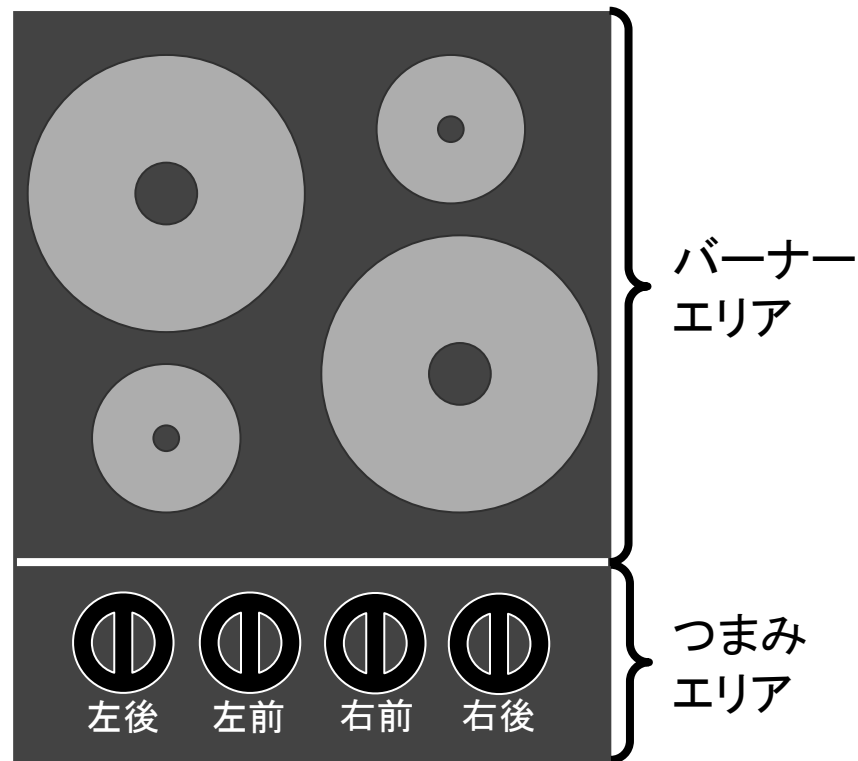
あるサイトでのパスワード入力システムに関する説明である。サイトを開くと『パスワードを入力してください』とウィンドウが出る。正しいパスワードが入力されると、直後に『こんにちは』というメッセージが表示され、無事ログインができる。もし間違ったパスワードが入力された場合、次の処理が行われる。

- 誤入力が1回目の場合、『パスワードが違います』のメッセージが出た後に2回目の入力を促す。
- 誤入力が2回目の場合、『パスワードが違います。パスワードのヒントは、出身地です』のメッセージが出た後に、3回目の入力を促す。
- 誤入力が3回目の場合、『パスワードが違います。最初からやり直してください』のメッセージが出た後、サイトが強制的に閉じる。
- パスワードを入力することができるのは最大で3回まで。

# 【構造化】ガステーブルのつまみとバーナーのレイアウト変更のみで、誤操作を極力なくせるガステーブルにデザインし直せ

## 条件

- つまみ・バーナー共に、それぞれ指定されたエリア内に収めること
- つまみのラベルの説明を改変してはいけない
- つまみ・バーナーの大きさを変えてはいけない
- バーナー・つまみ・ラベルを減らしたり、追加したりしてはいけない



参考:ドナルド・A・ノーマン(1990)

『誰のためのデザイン?—認知科学者のデザイン原論』,

新曜社認知科学選書







# 【可視化】デザインのための基礎情報

## 【誰に】

情報の授業を受けているこのクラスの生徒

## 【どのように】

プレゼンテーション。スクリーンに投影しスライド1枚で2つのデータを示し、口頭で説明する。

## 【何を】

スマホとタブレットの関係を可視化したい。そこで、①高校生のスマートフォン所有率、②高校生のスマートフォン及びタブレット所有率、の2つのデータを示す。注目させたい箇所は、②でスマートフォンとタブレットの両方を持っている人の割合。今後もっと増えていくだらう、という予想を語るために。

# 【抽象化】デザインのための基礎情報

## 【誰に】

教室を使用する生徒全員

## 【どのように】

B4の紙に印刷して、教室掲示する

## 【何を】

教室を使用していない時には、戸締まりと消灯がきちんとなされている状態にすること。  
防犯上、省エネ上。現状、戸締まりと消灯の確認が不十分で、注意・  
指導されることがしばしばあり。誰か特定の生徒が確認をするのではなく、全員が確認し、不備がある場合は自らが行動して戸締まりと消灯が行われるようにしてほしい。

# 【構造化】デザインのための基礎情報

## 【誰に】

サイト設計者。パスワードを忘れてしまった人に対して、できる限り親切なシステムにしたい。サイト利用者は18歳以上がほとんどで、ログイン頻度は利用者によりまちまちで、毎日の人もいれば、たまにの人もいる。

## 【どのように】

サイト利用者のパスワード誤入力の回数に応じて、ヒントとなるメッセージを出す。

## 【何を】

サイト設計者が、ログインができた時／できない時でどのような処理がされるのかを整理するために。

# 【構造化】デザインのための基礎情報

## 【誰に】

ガステーブルを使う人

## 【どのように】

つまみとバーナーの配置

## 【何を】

つまみとバーナーの対応が頭の中で整理できるように配置を工夫し、  
使いやすい&わかりやすい&安全に使えるレイアウトにしたい。

現状では、つまみとバーナーの対応が複雑で、使いづらい&わかりづらい。

# 【可視化】サンプル

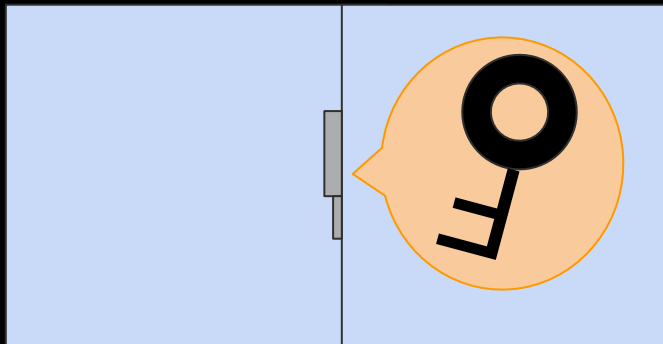
高校生のスマートフォン所有率

	スマホあり	携帯あり	スマホなし
所有率 (%)	93.0	3.8	3.2

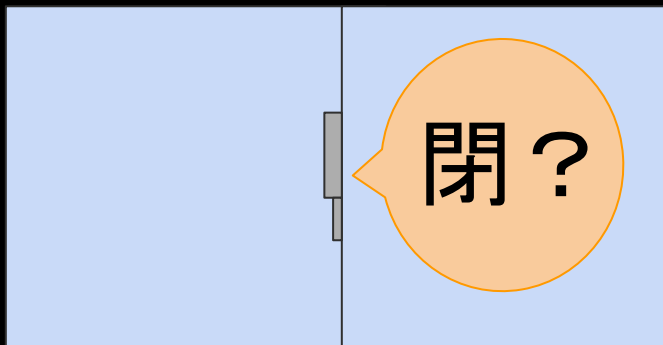
高校生のスマートフォン及びタブレットの所有率

所有率 (%)	スマホあり	スマホなし
タブレットあり	<u>21.4</u>	10.9
タブレットなし	65.5	2.2

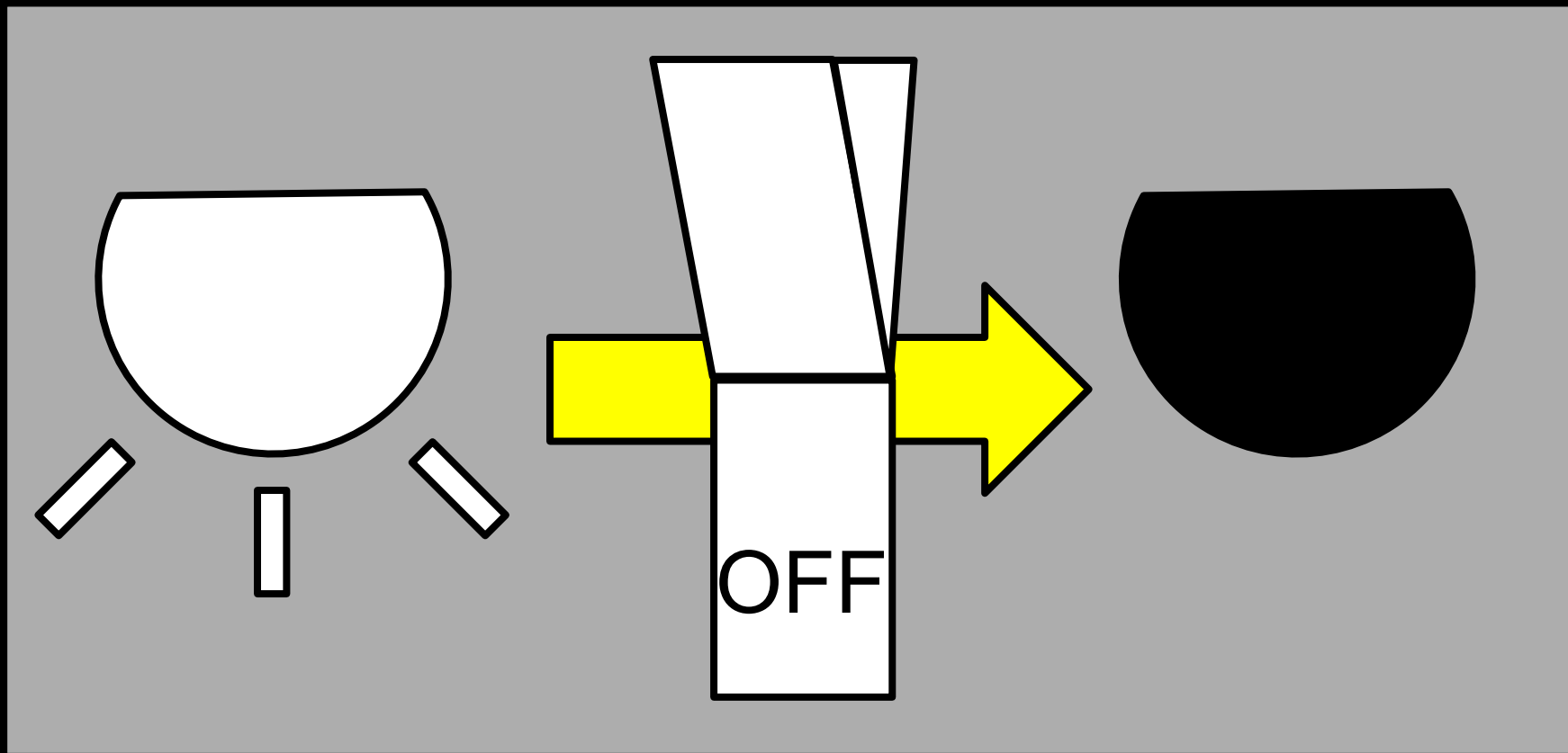
# 【抽象化】サンプル



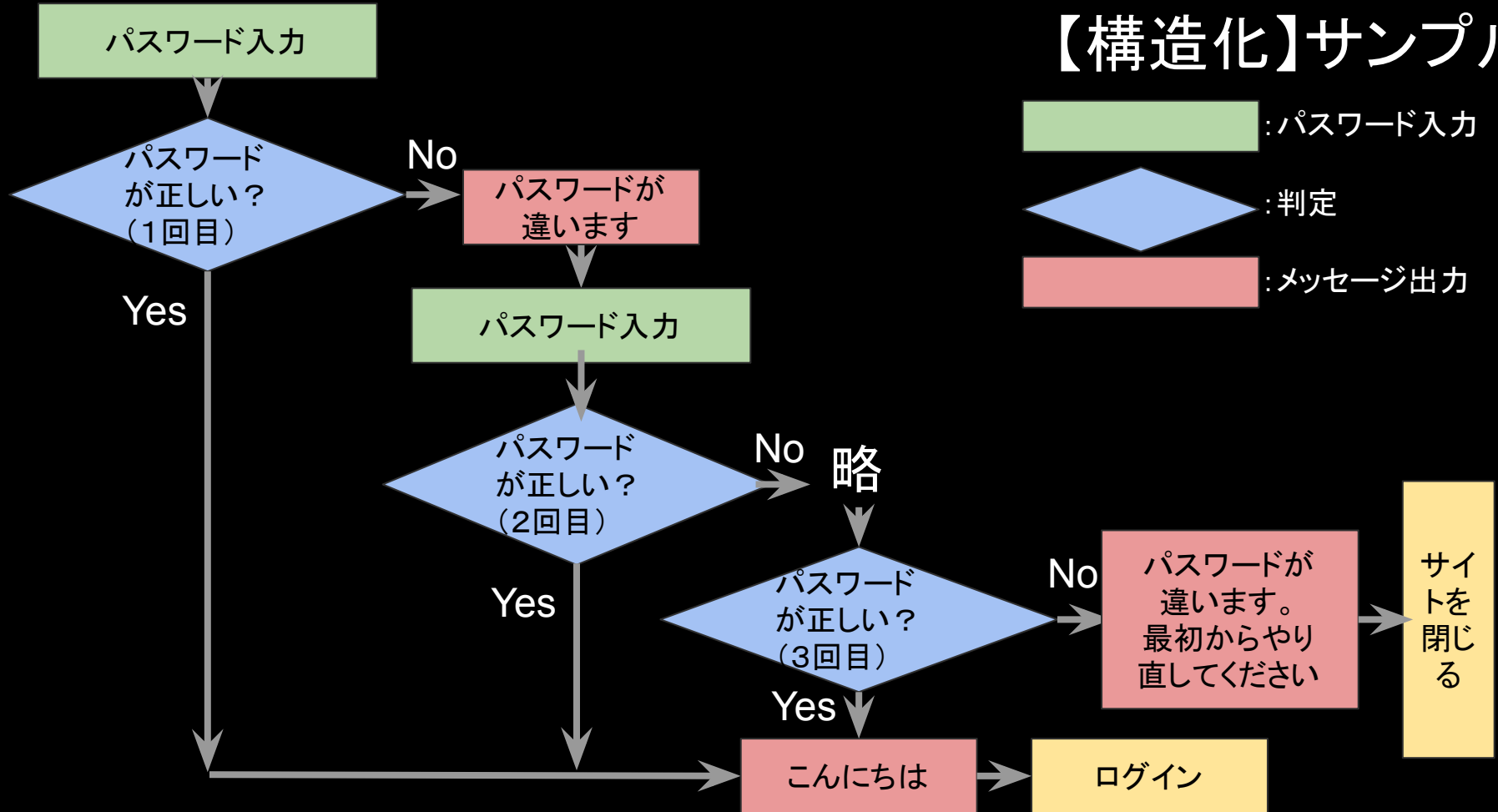
OR



# 【抽象化】サンプル

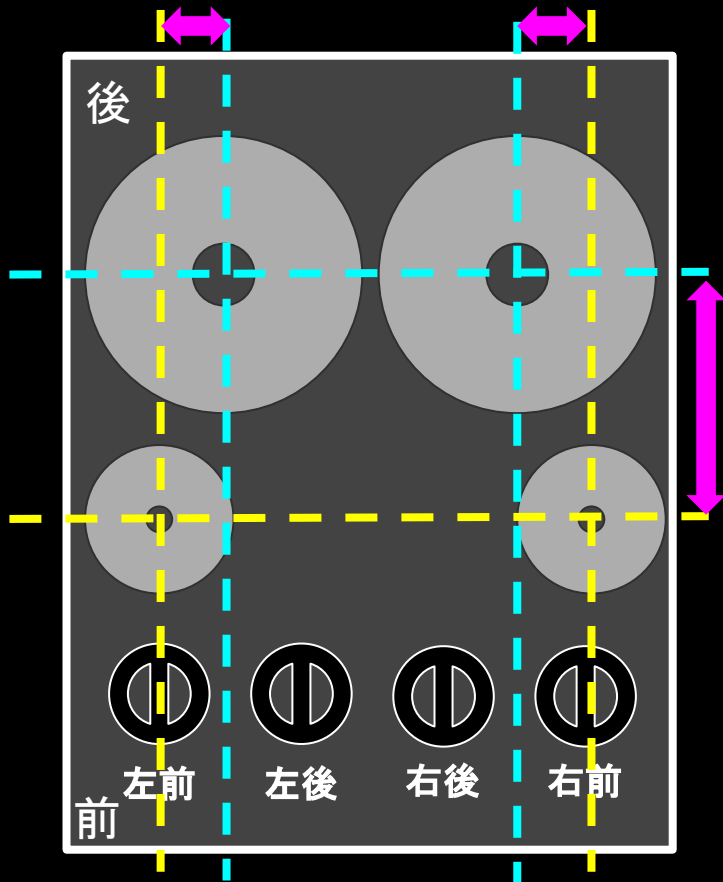


# 【構造化】サンプル





# 【構造化】サンプル



メッセージ	(主張)			
	-----			
	(理由)			
対象 (細かい人物描写を)	-----			
	(願い)			
	-----			
どのように	A4サイズでフルカラーのポスター。想定している掲示場所は			
デザインコンセプト (ポスターのイメージができるような説明文)				
使用する色	背景	文字色	メイン色	強調色
絵コンテ ・キャッチコピー ・レイアウト ・フォント ・色の指定(着色不要)				

情報デザイン演習 評価表

観点	4(大変すばらしい)	3(おおむね満足)	2(もう少し)	1(改善が必要)	
フォント	フォントの特性である視認性と可読性が高いフォントを1つずつ以上を利用している。フォントの特性を踏まえて規則的な使い方をしている。フォントの与えるイメージとポスター全体のイメージが合っている。	フォントの特性である視認性と可読性が高いフォントを1つずつ以上を利用している。フォントの特性を踏まえて規則的な使い方をしている。	フォントの特性である視認性と可読性が高いフォントを1つずつ以上を利用している。	フォントの特性である視認性または可読性が高いフォントのどちらか1つを使用している	* 視認性とは、見やすいこと。一般的に線が太い。代表例はゴシック体。 * 可読性とは、読みやすいこと。一般的に線が細い。代表例は明朝体。
文字	文字の大きさを、キャッチコピー・文章・強調などの表現に合わせて規則的に変えている。文字の大きさを変えることで、読みやすさや見やすさを向上させている。	文字の大きさを、キャッチコピー・文章・強調などの表現に合わせて規則的に変えている。	文字の大きさを変えている	文字の大きさがすべて同じである	
配色	4色を文字・背景・メイン・強調の用途に合わせて配色している。配色のルール(補色・反対色・類似色、色調・暖/寒/中間色)に従い配色している。配色の与えるイメージとポスター全体のイメージが合っている。	4色を文字・背景・メイン・強調の用途に合わせて配色している。配色のルール(補色・反対色・類似色、色調・暖/寒/中間色)に従い配色している。	4色を文字・背景・メイン・強調の用途に合わせて配色している。	4色より少ない、または4色より多い色で配色している。	
メッセージ	キャッチコピーが書かれている。キャッチコピーの意味を理解することができる。キャッチコピーに共感できる。	キャッチコピーが書かれている。キャッチコピーの意味を理解することができる。	キャッチコピーが書かれている。しかし、キャッチコピーの意味を理解することができない。	キャッチコピーが書かれていない。	* メッセージの前提として、オリジナルであること。また、机上の空論やないものねだりになっているメッセージは、ふさわしくない。
レイアウト	キャッチコピー、文章、画像などの要素を整理・グループ化・接近を意識して規則的にレイアウトしている。要素に対して、余白をとる・強弱をつける・読み手の視線に配慮した配置をするなどの工夫をして、見やすい又は読みやすいレイアウトにしている。要素同士のつながりや関係、構成などがわかりやすいレイアウトである。	キャッチコピー、文章、画像などの要素を整理・グループ化・接近を意識して規則的にレイアウトしている。要素に対して、余白をとる・強弱をつける・読み手の視線に配慮した配置をするなどの工夫をして、見やすい又は読みやすいレイアウトにしている。	キャッチコピー、文章、画像などの要素を整理・グループ化・接近を意識して規則的にレイアウトしている。	キャッチコピー、文章、画像などの要素を不規則にレイアウトしている。	
全体	南高をよりよくするというテーマに合っているデザインである。メッセージがわかりやすく伝わってくるデザインである。内容と表現の統一性を感じられるデザインである。	南高をよりよくするというテーマに合っているデザインである。メッセージがわかりやすく伝わってくるデザインである。	南高をよりよくするというテーマに合っているデザインである。	南高をよりよくするというテーマに合っていないデザインである。	



