

# 誰のためのデザイン？ ②

～魅力的なモノの方がうまくいく～



鈴木孝明



居 室: 林町キャンパス 1310号室  
電 話: 087-864-2343, 087-887-1873  
E-mail: suzuki@eng.kagawa-u.ac.jp



「魅力的とは何か」を考察し、  
うまく使ってもらうためのデザインに必要な要件を考える。

美しさと知、楽しみと使いやすさは共存できないだろうか？

情動・芸術性・魅力・美しさをポイントにしてみよう！



エモーショナル・デザイン  
～微笑を誘うモノたちのために～

ドナルド・A・ノーマン



Emotion = 情動



感情のうち、急速に引き起こされ、その過程が一時的で急激なもの。怒り・恐れ・喜び・悲しみといった意識状態と同時に、顔色が変わる、呼吸や脈搏(みやくはく)が変化する、などの生理的な変化が伴う。情緒。

魅力的なものの方がうまくいく

情動は強力で豊穡なものだ。その豊穡さがもたらす質感、多彩な表現力、価値観、そういうものを機器に取り込むことができたなら、それがEmotionalなデザインになるのだろう。





日本庭園  
ポジティブなEmotionを刺激

街の雑踏の中  
ストレスフルで  
ネガティブなEmotionが溢れてくる

リラックスして幸せなとき、指向プロセスが広がり、より創造的で想像力に富むようになる。

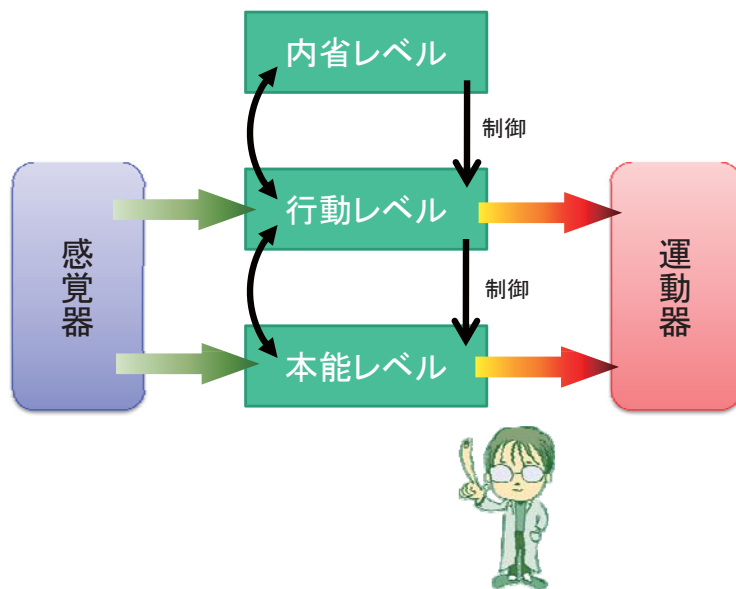
不安・緊張・危機に直面し、集中し課題に専念、細部へのこだわりにつながる。(生命の危機に対応しようとする自然の反応)



デザインを含めてほとんどの問題解決は、まず創造的な考え方が必要で、その後、専念し集中した努力の期間がかなり続く。

- 最初に創造性を得る。  
デザイナーはくつろいで、良い気分であるのが良い。  
(ブレインストーミングでは、冗談を言ったり、ゲームをしたりしてウォーミングアップをする。批判は許されない。) ポジティブな感情のもたらしリラックス状態が必要。
- 生み出されたアイデアを実際の製品へと変換する。  
デザインチームは細部に充分注意を払わなければならない。ここでは集中が重要である。ちょうど好ましいよりもわずかに短い締め切りを設けること。  
ネガティブな感情が集中した時間を生み出す。

ポジティブな感情状態が脳に与える影響の詳細については、第10週(6月13日)「イノベーション」において取り扱う予定。



本能的デザイン	⇒	外観
行動的デザイン	⇒	使うことの喜びと効用
内省的デザイン	⇒	自己イメージ、個人的満足感、思い出

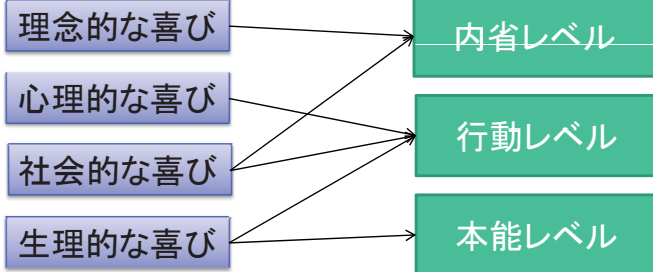




例:



グーグルは、創造的で活気づける方法で、  
社名とロゴを使って遊んでいる  
(味気ないデータをちょっとした楽しいものに変えている)



おもしろさと喜びのためにデザインする



# Visceral

本能的デザインは、自然が作り上げるデザイン。

例

- ・オス鳥の羽の色彩
- ・植物と動物における共進化
- ・人間は左右対称な顔や身体を好む傾向

「きれい」、「かわいい」、「楽しい」



# Behavioral

行動的デザインは、第一に使用面の強調にかかっている。



「機能」、「分かりやすさ」、「使いやすさ」、「物理的な感触」



# REFLECTIVE

内省的デザインが、カバーする領域は広い。



「個人的な思い出」、「自己イメージ」、「製品が伝えるメッセージ」



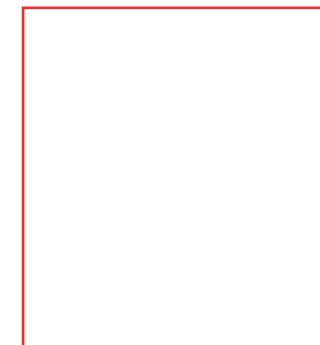


3つのステップが考えられる。

1. 魅惑: 情動的な期待を持たる。
2. 関係: 継続的にその期待に応える。
3. 充足: 忘れられない経験として終わらせる。



- ① 注意を向けさせることによる誘惑
- ② 驚くような新しさを感じさせる
- ③ 自明なニーズや期待を超えている
- ④ 本能的な反応をもたらす
- ⑤ 個人的なゴールの価値やつながりを共有する
- ⑥ 何気なく見た人に対してジュースを絞る経験について何か深いものを発見させる
- ⑦ これらの約束を果たす
- ⑧ 説明をしたくなる



世界中の人々の個人差、文化差、身体的な差異には大きな幅があるので、ただ一つの製品で皆を満足させることは不可能である。

現在ある、世界中のすべての人を対象に売られている製品

- ・実質的に他に代替品がない。
- ・巧みなマーケティングと宣伝によって、様々な人々にうまく製品の魅力をアピールし分けることに成功。



MAY 27, 2007

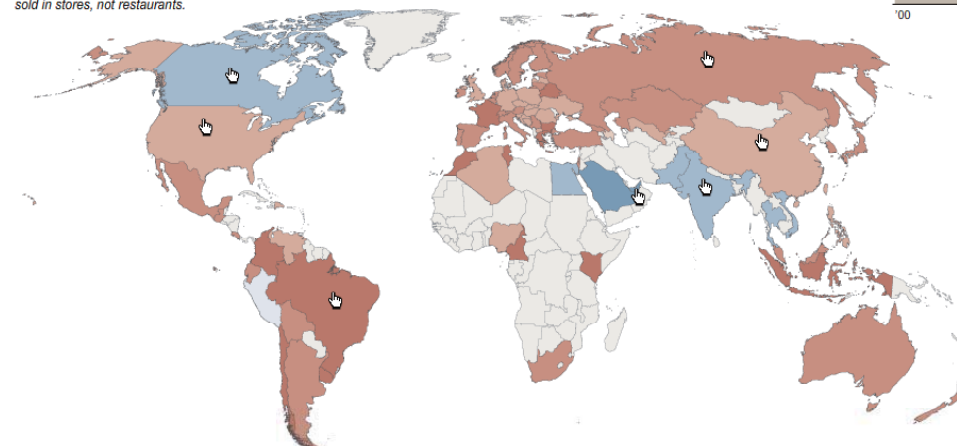
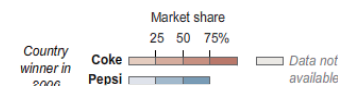
E-MAIL FEEDBACK

### I'd Like to Sell the World a Coke

Though Coca-Cola's market share has slipped, it is still the world's leading carbonated cola. Coke is far ahead of Pepsi in much of Europe and South America, but Pepsi dominates in some Asian markets.

Click to view different maps

COKE VS PEPSI COKE PEPSI



対処法

1. それで我慢する
2. カスタム化する
3. 大量生産でカスタムかする
4. 自らの製品をデザインする
5. 購入した製品を改造する



空間はそこに住む人によってのみ場所となりうる。デザイナーにできる最善のことは、道具を彼らの手に持たせることだ。

モノの特別な特徴が生活の日常的な一部となったとき、  
その美しさ、  
行動的要素、  
あるいは内省的要素  
のいずれかに関わらず、  
満足がより深まったときに愛着は獲得される。

