解　説

情報デザインについて

この内容は「コンピュータデザイン」の教科書と指導資料をベースにして講演した内容をもとに「情報をデザインする」という観点で執筆したものです。

学校法人上田学園メディアセンター教員　　鶴　鉄雄

◆情報とデザインの関係

「情報デザイン」と一言でいっても，とても漠然として捉えにくいものです。情報デザインを「情報」と「デザイン」に切り離して考えてみましょう。

(1) 情報のキーワード

「情報」を辞書で引くと「ものごとのようすや事情についてのしらせ，判断したり行動したりするのに役立つ資料や知識」(『現代新国語辞典』三省堂）となっています。テレビ・ショッピングを例にすると，テレビから放送が流れた次の瞬間には,コールセンターの電話が一斉に鳴り出します。テレビの情報を受けて商品を購入しようと判断した人たちからの電話です。衝動買いの要素もあるでしょうが，過去の記憶と関連づけて瞬間的に判断して行動していることになります。目や耳から商品情報を入力して,買うべきかどうかを判断し,買うべきだと出力した結果が電話をかけるという行動に繋がっています。

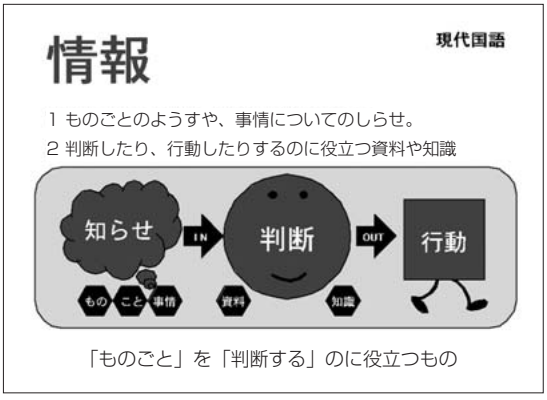

図1　情報とは，ものごとを判断するのに役立つもの

行動を起こすもとになるものが情報です。情報は**ものごとを判断するのに必要不可欠**なものです。役立つ情報かどうかが行動に影響します。例えば，物が多すぎて片付かない，しかし物を捨てることができない，ということは「いつか何かの役に立つ」と思っているからです。情報の定義を「他と比較して違いのあるものはすべて情報」だとすると，捨てることのできない物の中に役立つと思える情報があり，役立つことの見極めがキーとなります。そして，この**「役立つのかどうかの見極め」**が情報デザインの重要なキーワードとなります（図1）。

(2) デザインのキーワード

デザインの部分の捉え方ですが，ファッションデザイン，ヘアデザイン，インテリアデザイン，グラフィックデザイン，ライフデザインなど，さまざまなデザインのつく言葉があります。「デザイン」を辞書で引くと「図案・設計・模様，筋書き，構想・着想，意図，目的・計画」となっており，映画やドラマのシナリオなどもデザインに含まれています。人生設計，料理，旅行など，さまざまなものごとの計画・設計としてデザインを捉えることができます。デザインは，もの・ことの情報を入力して，計画を考えて出力した結果までを含みます。

デザインの定義を，**ものごとを計画して作ること**だとすると，作られたものには作る側の思いも一緒に込められています。作る側の思いとは，「こう感じてほしい！」「こう受け取って，こう行

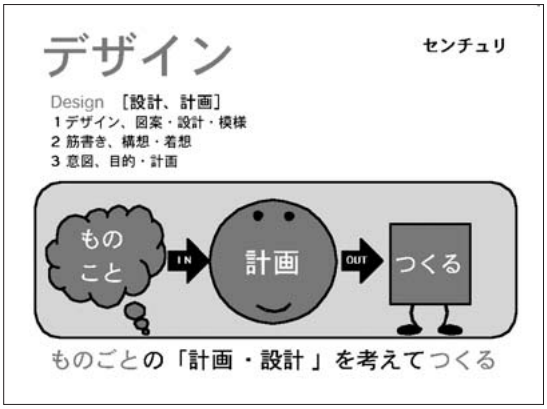

図2　デザインとは，ものごとの計画・設計を考えてつくること

動してほしい！」などの意図であり，作られた物が発信するメッセージです。受け取る側が，判断するのに役立つものとして情報を捉えるならば，作る側は適切な判断のための「役立つ」情報を含めて発信することが重要になります（図2）。

(3) 情報とデザイン

情報をデザインする場合，この**「役立つモノ・コト」をいかに引き出し，カタチにして発信するか**がポイントとなります（図3）。

情報とデザインの関係を「情報を提供する発信側」と「受け取る受信側」とに分けて考えてみると，先にデザインがきます。デザインされた情報をさまざまなメディアを通して受け取り，判断し行動しているのが世の中の流れとなっています（図4）。

この流れを大きな循環の一部だと捉えて仮説を立てると，水が姿を変えながら水蒸気となり雲となって循環するのと同じように，情報もまたモノからコトへ，そしてコトからモノへと姿を変えながら循環しているのではないかと捉えることができます。情報は目や耳で感じることのできる広告や宣伝などを媒体として姿をあらわし，その情報を受け判断され，行動が起こされた結果がコトとなります。売れたというコトの情報は目には見えませんが，それを捉えるためにコトの情報を数字というモノに置き換えて共有できるカタチにしています。「売れたコト」の集まりが新たな情報としての価値を持ちます。情報の発信者にとって，この情報は新たなモノを作るための源となります。ヒットしている音楽や流行も共感している人々の共鳴だと捉えると，人々の大きな共鳴を得ることがより大きな報酬に結びついているといえます。

世の中は「モノとして姿をあらわした五感で感じる情報」と「コトとして目に見えない思考で感じる情報」の循環があります。世の中に求められる人材は，**コトをモノに置き換える**ことのできる人ではないでしょうか。りんごの話で例えると，ニュートンはモノ（りんご）が木から落ちるというコトを人に伝えるためにモノ（文字・図）にあらわし，人と共有して共鳴を得たのです。本当に価値のあるモノはコトの中に潜んでいて，それを見つけ人に伝えることのできる人が，人と共有し共鳴した果実である報酬を得ることができるのでしょう。

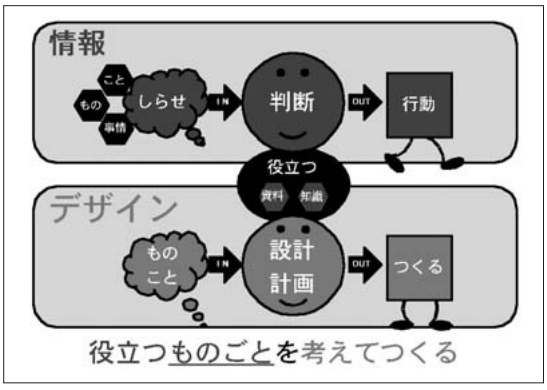

図3　情報デザインとは，役立つものごとを考えて作ること

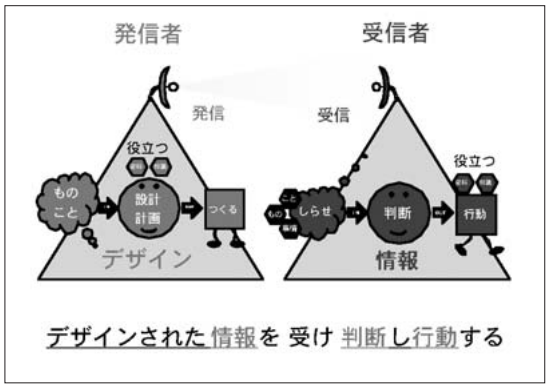

図4　情報の発信者と受信者との関係

◆情報の理解と快適な生活

さまざまなメディアから膨大な量の情報が毎日発信され続けている現代社会において，情報を無意識に受け取っていると，適切な判断をすることもなく，情報に流されてしまう世の中です。そんな情報の波に翻弄されることなく快適に生きていくためには，情報の発信者が意図するところを理解し，自分なりの評価をする力が大切です。

情報を理解し評価する力は，逆の立場である，情報を作って発信する側の知識と技術を身につけることが最も効果的なトレーニング方法となります。例えば，自ら積極的に玉子焼きについて学び，玉子焼きを作れば，玉子焼きのことをよく理解でます。また，服のことを知りたければ，自ら服の作り方を学び，作ってみると服のことがよく理解できます。同じように情報も，主体的に作り方を学び作ることが情報のことをよく理解し評価することに繋がっていきます。

すべてのモノ・コトを判断するための原点である情報をどう捉えるかによって，生き方も大きく変化することでしょう。質問力や注意力の違いが情報収集力の差になってくるように，情報の質の違いを意識して情報を見極めることが，より質の高いモノ・コトの情報を得ることに繋がるのです。

◆情報デザインと玉子焼き

玉子焼きが作れる人も作ったことがない人も，「最高に美味しい玉子焼きを作る」というテーマを設定することで，あらためて玉子焼きのことについて考えることでしょう。これが情報デザインのスタートです。

最高に美味しい玉子焼きを作るためには，玉子焼きに関する情報を母親に聞いて集めたり，インターネットや本などを調べたり，情報を集めたりすることになるでしょう。このとき，情報収集のコツを理解して情報収集することで，必要な情報をうまく集めることができます。そのコツとは，**要素・機能・属性**を導き出してから，それぞれに対して情報収集するということです。簡単にいうと，何でできているのかという要素，どんなはたらきがあるのかという機能，どういう特徴や性質があるのかといった属性です。

要素の部分では，玉子・フライパン・熱源などの要素，作り方の手順やコツに関する要素もあります。どんな要素があるのかをしっかり考えることがポイントになります。機能や属性に関しても同じように考えてみることが大切です。

どこかのお店の玉子焼きが美味しいと聞けば，お店を取材したりすることも考えなくてはなりません。何を聞くのか，聞く内容に抜けや漏れがないかなど，事前に調べたいことを書き留めて取材する場合に活用するためのリストも必要でしょう。

何をどこまで深く調べるのか，どうやって情報を収集するのかが，美味しさに対するこだわりの深さとなり，そのことが最終の結果としてあらわれてくることでしょう。また，自然科学的な視点からの要素による情報収集も必要かもしれません。こうして収集した情報の中には，自分の知識では考え及ばなかったような新しい発見があります。

ここまでが**「情報収集・分類・整理」**となり，**《気づく・考える・まとめる》**のためのトレーニングです。結果は，文章や写真・ビデオや図などのカタチになって残っていきます（図５）。

◆役立つ情報の見極め

次段階が**「情報の分析・評価」**。集まった様々な情報の中から役立つ情報を選び出し，類似した情報があれば比較してどの情報が一番役立つかを

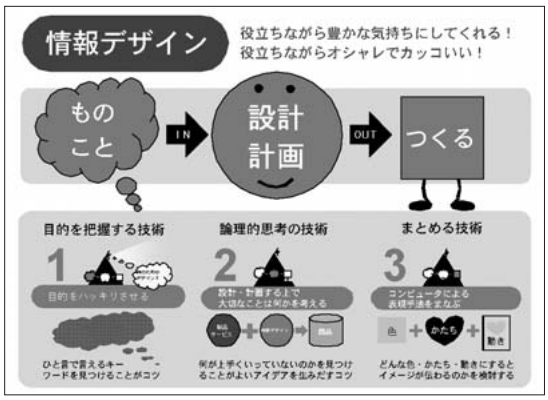

図５　気づく・考える・まとめる

見極めます。その結果，得ることができたものが「役立つモノ・コト」である，情報の果実です。

得られた果実をもとに，今度は，計画を練り上げる作業です。準備するものは何か，どんな手順で作るのか，うまく美味しく作るコツは何なのかなどを，組み合わせながら《**計画する**》。

この作業の中から「最高に美味しい玉子焼きを作る」秘伝のレシピになる原型ともいえるレシピの卵が生まれてきます。

◆知識と技術を身につける体験

レシピの卵ができ上がったら，実際に作ってみる実証体験です。レシピを意識しながら作るわけですが，１回や２回やってみても，思うようにうまくはいかないでしょう。火加減や裏返すタイミングなどを試行錯誤する中で，失敗をくり返して玉子焼きを作ることになります。

授業時間だけではとても時間が足りないでしょう。お母さんの力を借りる場合もあるでしょう。昔から職人さんが親方の手元を見て修行していく姿と同じですね，学び取ろうとする真剣さと集中力,そして自分自身での体験。この行程があってはじめて「技術と知識が身につく」ことになります。

頭で考えたことと実際に作ることの違いも見えてきます。焼け具合の変化や匂いや音を感じながらちょうどよい加減を発見することです。ここで大切なことは,**自分で発見すること・感じること,答えを教えない教育**です。情報に向き合うとき，大事なことは自分から情報を取りにいかないと情報を得ることができないということです。

料理はすべての感覚を活用して，情報を集め，組み立て，作り上げていく作業です。片付けて，もとの状態にまで戻す作業も料理に含まれていることを計画に入れましょう。

料理の仕上げは美味しさを，味・香り・色取りで感じる体験です。貴重なことを教えてくれた玉子や情報をくれた人やモノ・コトを振り返ることが，気づかせる教育に繋がります。うまくいったこと，失敗したことを書き留める作業です。失敗した要素に対しての解決策が，秘伝のレシピをより高いレベルの完成へと導くことに繋がります。

「最高に美味しい玉子焼きを作る」というこのテーマでは，ふだん何気なく食べている玉子焼きを新鮮な目で捉えるための，見方と考え方のコツに気がついたら，情報デザインの半分は成功でしょう。ものごとの見方・考え方が行動や態度の根源的な部分になりますから，自分で「気づく＝発見」したコトは貴重な体験となります。

◆人に伝えるためのカタチ

次の段階がいよいよ情報デザインの仕上げ，《**カタチにする**》の作業段階です。行動としては**「作る作業」**になります。秘伝のレシピが完成するまでの過程，実際に作った体験をまとめる作業です。話を聞いた人が作ってみたいと思えるような伝え方ができるでしょうか。印刷物にした場合には，理解しやすい資料になるでしょうか。

「最高に美味しい玉子焼き」についてのことがらを人に伝えるための企画を練り組立て，表現する段階です。何を伝えるのかを明確にして，方針・方向性を決めます。具体的な企画の内容を決め，的確な表現方法を選び，実施への段取りをすることになります。

自分で足を運び，頭を使って収集した情報を整理して分析する。その結果，選び出した情報を人と共有するために資料を作る。そして，そのカタチになった情報によって多くの人と共鳴することができます。すばらしい音楽が世界中の人々との共鳴を呼び起こすように，大きな視野に立ってカタチ作られた情報もまた，グローバルな共鳴を呼び起こすツールとなるでしょう。

◆情報デザインは製品に付加価値を加える

情報デザインの役割を製品やサービスの観点から捉えると，製品に情報デザインを加えることは商品としての価値を生み出します。

製品・サービス十良い情報デザイン＝売れる商品

製品の理解を得ることが売り上げに繋がるとすると，長期的にみれば図６のB社のように的確に

情報をデザインの容素に組み込んだものが一番売れることになります。

情報デザインの役割は，**役立つ知識と技術を情報の中から引き出し再構築して共有できるイメージとしてわかりやすく表現する**ことになります。

商品の見た目を体裁よく美しく，カッコよくまとめることがデザインだと捉えがちですが，見た目がどんなにカッコよくても，独りよがりのわかりにくいデザインや使いにくいデザインでは，よいデザインとはいえません。

生活の中になじみ，なおかつ複雑なものごとをスッキリわかりやすく表現したり，難しい操作を簡単にしたり，大事なことを一瞬で気づかせたりして，役立ちながら豊かな気持ちにしてくれるもの，そのようなものがよいデザインなのです。

◆デザインをはじめる前に

デザインすることに慣れている人ほど，作りはじめる前の準備や段取りの部分に気を使い，しっかり計画を練って組み立てています。その準備や段取りを理解し意識して作業を進めていくことが，デザインをはじめるときの心がまえとなります。

『いつ・どこで・だれが・なにを・なんのため

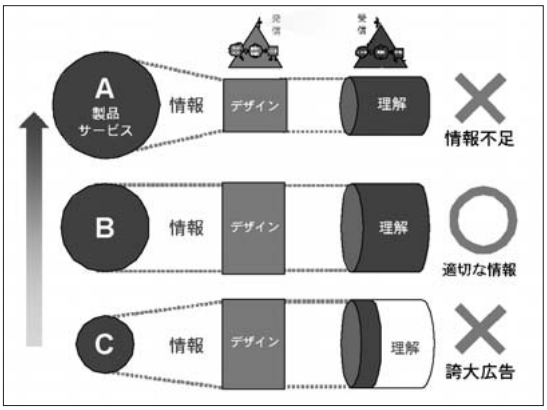

図６　製品・サービスに対する理解を売るには情報デザインは欠かせない要素

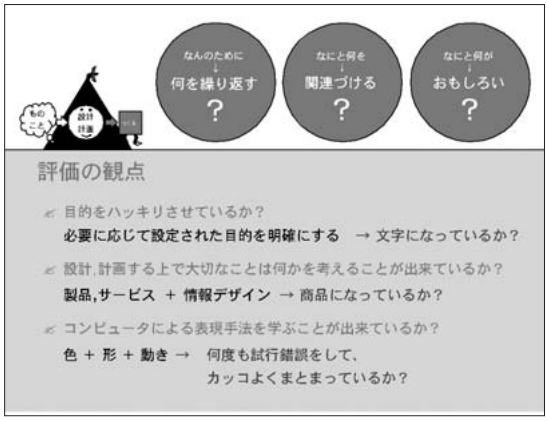

図７　目的と目標の違いを理解し，まず目的を明確にすること，次に目標を設定する

に・どのように』という目的を明確にしていく作業と，ことの順序や方法を決めていく段取りの作業です（図７）。この段取りが完成してから，ものづくりをはじめていきます。しかし，ものづくりに慣れていない人はカタチにする《作る作業》段階であれこれと考えながら作ってしまいます。これは，コンピュータを道具として利用した場合，ディスプレイを見ながら作りますので，その中で迷いながら作業を進めている状態です。時間ばかりが過ぎて，うまくまとめ上げることができない状態となります。段取りが完全に終わった段階では，すでに仕上がりのイメージが決まっており，あとは《作る作業》の段階であることがポイントです。昔から職人さんの世界では**「仕事は段取り八分」**だと言われてきました。これは段取りが完全に終われば，仕事の８割は終わったのも同然であるという意味です。最高にうまく作る，そしてうまくをさらに進化させるためには，作りはじめる前段階での計画や準備が重要であるという教えです。よくできる人ほど段取りの重要性をよく理解しています。情報デザインはこの「段取り八分」の知識と技術を理解し，身につけるためのトレーニングだともいえます。