

デザインってなに？

*Sunpono*

# デザインってなに？

経済産業省から「デザイン経営宣言」が発表されたり、  
デザイン思考がいいと言われているけれど、  
実際のところ、デザインとかデザイナーってなんなのよ。

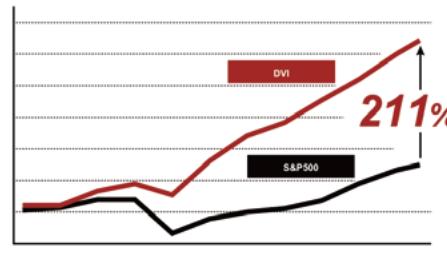
£1  
*Design investment*

→

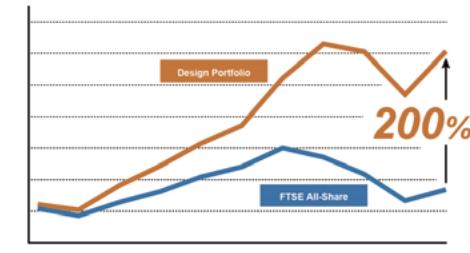
+£4  
*Design leads to profit*  
For every £1 invested in design, businesses can expect over £4 increases in net operating profit.

+£20  
*Design increases turnover*  
For every £1 invested in design, businesses can expect over £20 in increased revenues.

+£5  
*Design boosts exports*  
For every £1 invested in design, businesses can expect a return of over £5 in increased exports.



Year	Design Portfolio (%)	S&P 500 (%)
2005	100	100
2010	120	110
2015	140	120



Year	Design Portfolio (%)	FTSE All-Share (%)
1993	100	100
1998	120	110
2003	140	120

## 4倍の利益

£1のデザイン投資に対して、営業利益は£4、売上は£20、輸出額は£5増加

(出典) British Design Council "Design Delivers for Business Report 2012" を基に特許庁作成

## 2.1倍の成長

デザインを重視する企業の株価は、S&P 500全体と比較して、10年間で2.1倍成長

(出典) Design Management Institute "What business needs now is design. What design needs now is making it about business." を基に特許庁作成

## 2.0倍の成長

デザイン賞に登場することの多い企業(166社)の株価は、市場平均(FTSE index)と比較し、10年間で約2倍成長

(出典) British Design Council "The Impact of Design on Stock Market Performance: An Analysis of UK Quoted Companies 1994-2003, 2004" を基に特許庁作成

※ £: ポンド ※ S&P500: 米国投資情報会社「スタンダード・アンド・プアーズ社(S&P)」が算出している代表的な株価指数。

資料: 「「デザイン経営」宣言」より

<http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180523002/20180523002-1.pdf>

サンポノ

Sunpono

# デザインとは

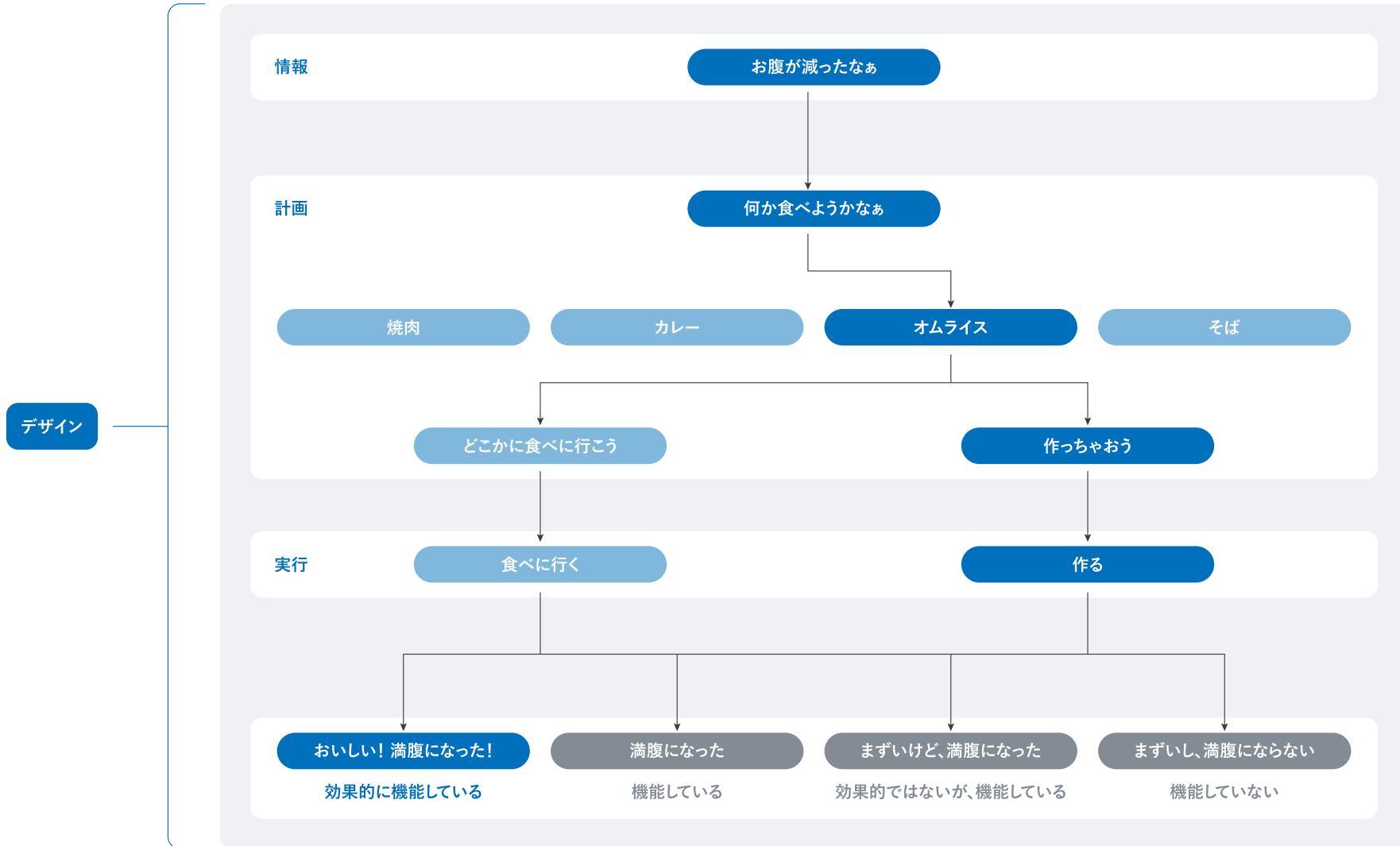


「デザインが効果的に機能している」って？

デザイン活動をしているとき、  
情報の取得、計画、実行が行われています。



# たとえば、日常生活だと



# デザイナーとは

デザイン = 計画、実行



デザイン活動 = 情報の取得、計画、実行



効果的に機能している



デザイナーとはデザインを効果的に機能させられる人  
(情報の取得、計画、実行がうまい人)

# ちなみに

最近では、「デザインは『伝えること』」と話す人もいますが、これも計画と実行で説明できます。

伝えるには、「伝えたいことを誰に、どのようにして伝達すればよいのか」を計画し、実行します。

そして、伝わった結果、相手に行動を起こさせているのです。

つまり、情報が伝達された後、相手が行動をしなければ、効果的に機能していないデザインと言え、

相手が行動をすれば効果的に機能しているデザインと言えます。

例えば、お腹が減った人に、**自分のお店のオムライスを食べさせたい場合**、

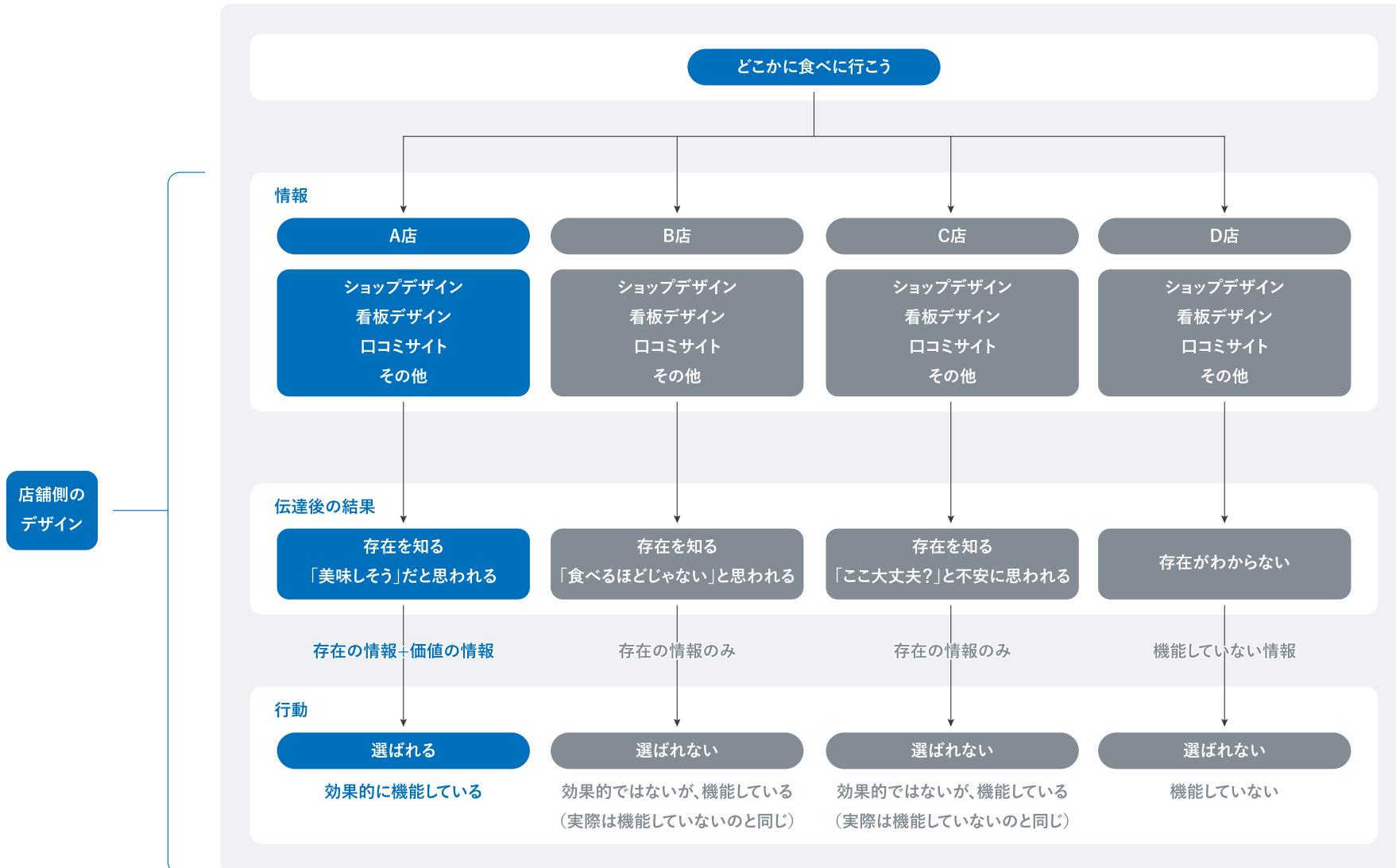
数あるお店の中から、自分のお店を選んでもらわなければなりません。

この場合、「**オムライスを提供していること**」と「**自分のお店のオムライスは食べる価値があること**」の二つを相手に伝える必要があります。

詳しく言うと、選ばれている店舗というのは、「オムライスがある」という**存在の情報**と、

「これは美味しいだな」という**価値の情報**を相手に伝達し、数あるお店の中から自分のお店を選ぶ行動をお腹が減った人に起こさせているのです。

# たとえば、さっきの日常生活で「どこかに食べに行こう」を選んだら…



# デザイン思考について

近年、ユーザー視点に立って思考する「デザイン思考」という思考方法を耳にすることがあるかもしれません。

製品開発やサービスを提供する際に、**ユーザー側の視点に立って思考する方法**です。

ここまで読んだ方ならお分かりかと思いますが、

**デザイナーであれば、生活者(ユーザー)と事業者(ビジネス)の両方の視点に立って考えることができます。**

デザイン思考で事業を考えると、事業者本位にならず、

**ユーザーや社会にとって有益なビジネスを提供することが可能になります。**

そのため、SDGsやESG経営とも親和性が高く、無駄なコストを省くことができるため、生産性向上にも役立ち、

本質的な価値について考えるので、DXなどの新規領域にも不可欠になり、広く普及しました。



「効果的に機能している(していない)」で考えると、  
デザインが経営に役立つ理由もわかります。

# 「効果的に機能している(していない)」で考えると、 デザインが経営に役立つ理由もわかります。

機能していない商品 = お客様に喜ばれない。

効果的に機能している商品 = お客様に喜ばれる。人に紹介される。

機能していない販促物 = 見た人が不安になる。見向きもされない。

効果的に機能している販促物 = 見た人が興味を持つ。安心する。求心力がある。

機能していない会議 = 誰も話さない。話したとしても堂々巡りで時間だけが過ぎていく。立場の強い人の意見が採用される。

効果的に機能している会議 = 参加者が自発的に話す。建設的に話ができるので、次に進むことができる。

機能していない会社・事業 = 人を惹きつけない。いい人が雇用できない。離職率は高いのに、嫌な奴が残る。

効果的に機能している会社・事業 = 人を惹きつける。いい人を雇用しやすくなる。離職率が低い。

役立つのはわかったから、  
どうしたら、効果的に機能しているデザインになるの？

# どうしたら、効果的に機能しているデザインになるの？

## ①情報をうまくキャッチする。



## ②状態を改善できる計画をうまく立てる。



## ③実行はうまくやる。



どうしたら、「うまく」なるの？

# どうしたら、「うまく」なるの？

## ①「選ぶ力」をつける(目利きになる)。

数ある情報の中から、改善したい状態と結びつく情報を選ぶ。

数ある計画の中から、状態を改善できる計画を選ぶ。

つまり、情報のキャッチも、計画を立てるのも、「選ぶ力」がないと状態を改善することができません。

いい情報とわるい情報を見分ける能力。

いい計画とわるい計画を見分ける能力を「選ぶ力」といいます。

見分ける能力があることを「目利き」といいます。

目が肥えていたり、舌が肥えていたりしていることです。

美味しいものを教科書で学んでも、不味いものをたくさん食べても舌は肥えません。

慣れ親しんだものが、美味しいものであるとは限りません。

舌を肥やすには美味しいものを食べる。目を肥やすには美しいものを見る。

質のいいものを体験する。これが、選ぶ力を身につける方法です。

# どうしたら、「うまく」なるの？

## ②うまく実行するには、「選ぶ力」と「作る力」を身につける。

選ぶ力があるだけでは、うまく実行できません。

ただ単に、選ぶのがうまいだけです。

うまく実行するためには、改善後のイメージができている必要があります。

これはつまり、[うまく実行できる人の方が、改善後のイメージをしながら選べる](#)ということです。

そういう意味では、[実行者の方が、「選ぶ力」も高い](#)と言えます。

たとえば料理であれば、美味しい料理を選ぶことと、美味しい料理を作ることは違います。

素材選び、道具選び、素材を活かす調理、人間が美味しいと感じる五感……。

これらのすべてが作る力には必要となります。

作る力をつけるには、選ぶ力をつけながら、実際に手と足を動かして作ってみる。

[改善後をイメージしながら、何度も作ってみる](#)。これが、作る力を身につける方法です。

# デザイナーならではの特長

ちなみに、優れたデザイナーならではの特長があるので、少しお話します。

先程から触れている情報の取得のうまさは、課題発見能力につながります。

これは優れたデザイナーの特長のひとつであり、

クライアントが考えている課題や計画が本質的でない場合、そのことを指摘することができます。

誤った課題を想定して施策を行っても、無駄なコストが発生するだけですが、

デザイナーに相談することで、これを未然に防ぎやすくなります。

また、手段と目的を履き違えることもしないので、目的に向かって適切に進むことも可能となります。

デザイナーから「そもそも…」と言われたときは、素直に耳を傾けることをお勧めします。

# まとめ

デザインとは、社会に存在しているものすべてに関わっている。

デザインとは、効果的に機能しているか、していないかのどちらか。

デザインを効果的に機能させるには、  
「情報をうまくキャッチ」「計画をうまく立てる」「うまく実行する」

うまくなるには、「選ぶ力」と「作る力」を身につける。

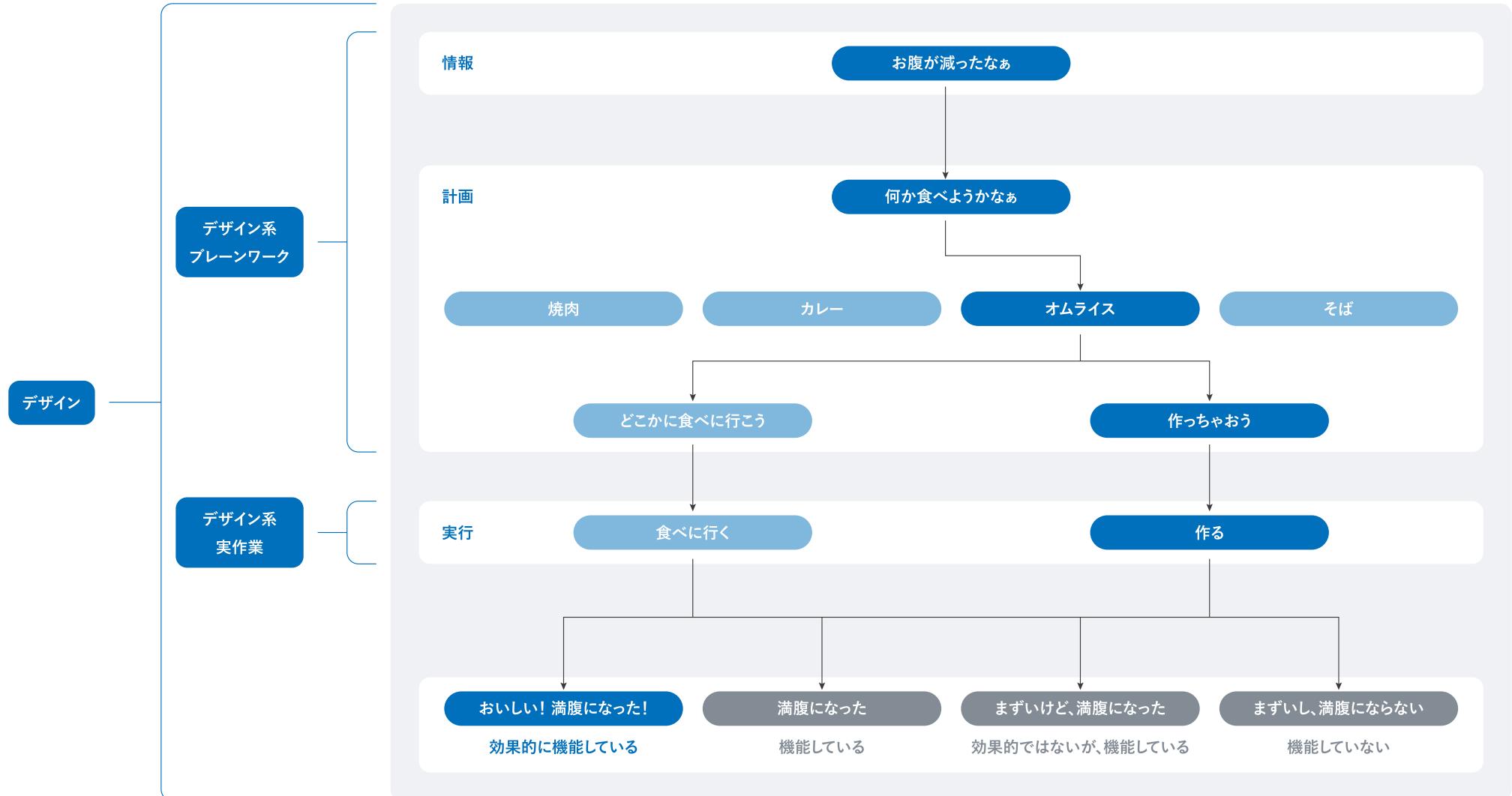
デザイナーとは、「選ぶ力」と「作る力」の両方を持っている人。

# デザインの現場

# 「デザイン」と呼ばれる現場ではたくらく職業の一部

デザイナーと 呼ぶこともある	クリエイティブディレクター	企画や事業全体の方向性を指示する人	デザイン系ブレーンワーク
	アートディレクター	視覚表現全体の方向性を指示する人	
デザイナーが 兼務することもある	グラフィックデザイナー	印刷物関係のデザインを制作する人	デザイン系実作業
	プロダクトデザイナー	商品のデザインを制作する人	
	Webデザイナー	ホームページのデザインを制作する人	
	コピーライター	文章を制作する人	
	イラストレーター	イラストレーションを制作する人	
	カメラマン・写真家	写真の撮影をする人	
	レタッチャー	写真の調整をする人	
	印刷会社・製造工場	デザインされたものを印刷・製造するところ	
デザイナーが 兼務することもある	バックエンドエンジニア	ホームページの見えない部分を開発する人 PHP、Perl、Ruby、MySQL、データベースなど	デザインされたものを生活者に届くよう 形にしてくれる人たち
	フロントエンドエンジニア	ホームページの見える部分を開発する人 HTML、CSS、JavaScript・jQuery・CMSのカスタマイズ(PHPなどの知識)	
	HTMLコーダー	ホームページの見える部分を開発する人 HTML、CSS	
	インフラエンジニア	サーバーを管理・構築する人	

# さっきの日常生活に当てはめると



## まとめ

実は、クライアント企業からサンポノへのご相談に多いものがあります。

「社内にデザイナーがいるのに、デザインに強い会社のようになっていない。どうしたらいいのか。」

そのような企業の場合、デザインを作れない人がディレクションをしているケースがほとんどです。

先述したように、作れる人間が、選ぶ力も作る力もあります。

それにも関わらず、作れない人が舵取りをしてしまっては、進むべき方向に船は進みません。

もう一つのケースは、技量が足りていないデザイナーが、デザイン責任者となっている場合です。

日本の企業風土では、社内のしがらみを気にせずに振る舞う従業員は、厄介者として扱われるでしょう。

同時に、企業に属していると、デザイナーとしての成長よりも、企業内の評価を上げたくなるのが人間です。

しかし、クリエイティブディレクションをするためには事業や企画を俯瞰して見る能力が求められます。

つまり、当然ながら、その企業の外にいる方が、俯瞰して見れるものです。

まだデザインに強い企業となっていない場合は、外部のクリエイター達の力を借りることで、デザイン力を高めることができます。

## まとめ2

そうは言っても、社内のデザイン組織だけで、どうにかしたい場合があると思います。

その場合は、**自分の中に他者視点を持つことが必要となります。**

企業においては、「自分事」としてプロジェクトを推進するのを望まれることが多いですが、

**「自分事」だけでは視野が狭くなり、偏狭な考えに陥りやすくなります(これを確証バイアスと言います)。**

確証バイアスを抱いている人は、他者の意見を受け入れるのはとても難しく、

意見を言う時も有益な話はなかなかできません。

こうなってしまっては、チームでの協業も、ユーザー視点に立って行うデザイン思考も意味がありません。

**デザイナーにおいては、制作のときには自分事として臨み、制作したものを自分で見るときには、**

**他人事として見る能力を身につけなければなりません。**

そのための訓練を通して、自分事として臨む姿勢と、他者視点による自己批評を瞬時に切り替える

能力のあるデザイン組織になっていきます。

# 制作物の存在理由

# ロゴマークとは

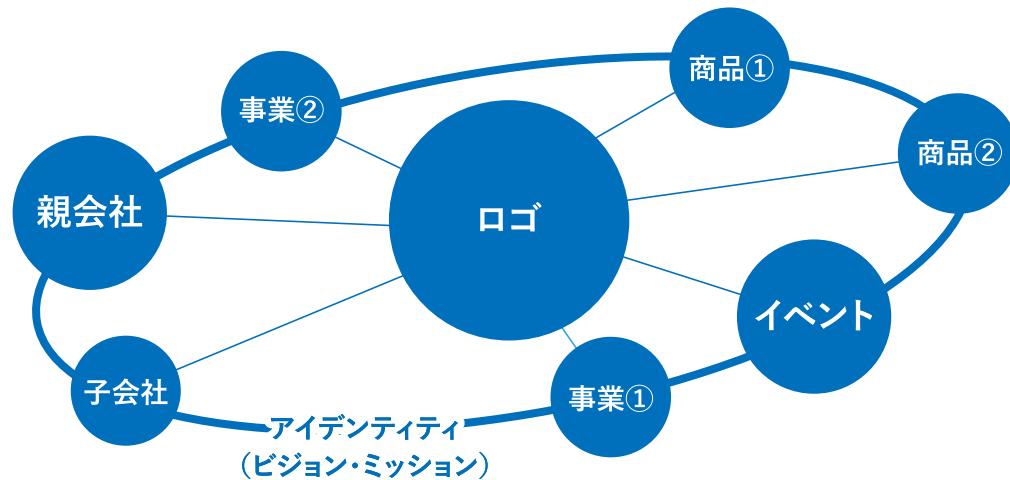
シンボルマークとロゴタイプを  
組み合わせたものをロゴマークと呼びます。



\*シンボルマーク、ロゴタイプ、ロゴマークは、それぞれ一言でロゴともいう。

ロゴマークを作ることで、  
事業が枝分かれしても、バラバラにならずに、  
母体となる理念に集まることができます。

たとえば、お父さんやお母さんが外で仕事ができるのも、子どもが外で目一杯遊べるのも、  
じいちゃん、ばあちゃんが井戸端会議に出掛けられるのも、安心して帰れる家があるからです。  
家が安心できずに不安だと、不倫をしたり、不良になったり、好き勝手にふるまい、家に帰らなくなります。  
ロゴマークを作るのは、家族における安心できる家づくりと似ています。



バラバラにならず、  
求心力のある強力な集合体になります。

# ロゴマークの例

## 自然栽培パーティの例

ひとつの大きな組織に、たくさんの小さな組織が集まっている。



## 里山まるごとホテルの例

ひとつの大きな事業体が、さまざまな事業をしている。



## Polletの例

ひとつの商品から、派生した商品がある。



# キャッチコピーとは

ロゴマークが見た目の母体とすれば、  
キャッチコピーは言葉の母体です。  
企業や企画における「座右の銘」です。

里山まるごとホテルの例

ソラシドスクールの例

た  
べ  
る、  
く  
つ  
ろ  
ぐ、  
ほ  
つ  
と  
す  
る。

やさしいハタケ、  
おもしろいヤサイ。

# レギュレーション(ガイドライン)とは

レギュレーションとは、せっかく作ったロゴマークが  
「ニセモノ」と思われないように使うための説明書です。

正しいロゴ



使い方を間違うと  
ニセモノに見えます。



# 会社案内・チラシ・名刺・封筒とは

ネクタイが必要な場所では「会社案内」、  
生活者に紹介するためには「チラシ」、  
茶封筒で失礼にならないための「封筒」など、  
使用場面によって使い分けるツールです。



フォーマル ←

→ カジュアル

# ユニフォーム・イベントツール

ロゴマーク入りのTシャツや前掛けなどのユニフォームは、  
忘れがちな理念や当初の目的を思い出したり、  
集まったときの印象を上げ、一体感をつくりだします。  
のぼりやテーブルクロス、ポスターなどのイベントツールは、  
遠くからでも「何かやっている」のを発見されやすくなり、  
ひらかれた印象をもちやすくなり、求心力を高めます。



# Webサイト(ホームページ)

ホテルの予約やショッピングサイトなど様々な機能がありますが、

Webサイトの存在理由は、「存在を知ってもらうため」です。

Webサイトがないと、

直接会って話をするしか知ってもらうための手段がありません。

皆さんのことを見づてに紹介を受けても、

いきなり電話をかけたり、呼び鈴を鳴らすのは不安なもの。

まずは検索して調べて、

ネット上で信用されてから、問合せや申込みをしてもらえます。

世界中で24時間、営業をしてくれる働きものです。



# おわりに

ここ数年、デザインがビジネスにも、生活にも欠かすことのできない領域だということで賑わっています。

しかし、突如としてこうなったのではなく、歴史上の先達のはたらきによって、今に至るのです。

亀倉雄策氏はじめ、 Bauhaus、ウィリアム・モ里斯氏、ダ・ヴィンチたちのルネサンス、旧石器時代の人たち—。

私たちが「デザイン」に携わっていられるのは、名もなき先達を含めて、彼らのおかげです。

私は「デザインは社会の営みのすべて」と言いました。

社会の営みとは、古くから受け継がれてきた人間の叡智と、今を生きる人間の特徴が合わさって成り立っています。

古いままでは伝わらない、新しいだけでも伝わらない。

私たちデザイナーとは、歴史と今の「いいもの(うまいもの)」を体験し続け、ちょっと先の未来を作り続けている人です。

選ぶ力だけでは、デザインは効果的に機能しません。

選ぶ力と作る力を併せ持った人が、デザイナーと成り得ます。

事業でも商品でも人間関係でも、なにかを効果的に機能させたいと思ったら、ご相談ください。

私たちは、デザイナーです。

# サンポノ紹介

江口克 Masaru EGUCHI

デザインと写真の事務所「サンポノ」代表。

クリエイティブディレクター、アートディレクター、写真家。

埼玉県生まれ。大学で心理学を学んだ後、写真家として国内外で受賞を重ねる。その後、デザイン事務所を経て独立。独立後の仕事で、世界三大デザイン賞の「Red Dot Award」や、国際的な賞である「A' Design Award」を受賞する。事業の利益を向上させ、働き手と生活者の幸福度を高めることを「ビジネスの健康」と捉えている。



## 受賞歴

A' Design Award 銀賞(イタリア)

Red Dot Award(ドイツ)

日本タイプグラフィ年鑑

The Art of Photography Show(アメリカ)

文化庁メディア芸術祭

キャノン写真新世紀など



## サンポノホームページ



<https://www.eguchimasaru.com/>

*Sunpono*