

デザイナーをうまく活用するための情報整理ツールの開発

Development of information sorting tool to make good use of designers.

鳴海 藍

青森県の中小企業の多くは、自社の製品に絶対的な自信があり、自らが情報を適切に伝えられていると自負しているため、自前で広告を制作している。つまり、制作段階で他者からの評価を受けずに頒布しているということになり、意図している通りに情報が伝わっているかどうかは不明である。

そこで本研究では、「情報の伝え方について適切な方法があれば、企業は自社の情報を必要な相手に的確に伝えられるようになる」という仮説のもと、企業が簡易に情報を整理でき、且つ第三者にもわかりやすく資料化するための「情報整理シート」「レイアウト構成シート」を開発した。

まず、情報が整理され、的確にイメージ化されている成功例として、(地独)北海道立総合研究機構が発行している情報誌「たべLABO」について調査した。調査の結果、以下のポイントが重要であることがわかった。

- ①冊子のテーマが明確であること
- ②専門用語を使わず、簡易な文章であること

つまり、情報の伝え方や情報の適切なイメージ化は、自社製品の伝えたい内容を伝えるために有効である。事例調査結果を踏まえ、伝えたい情報の内容を整理し、的確に視覚化するため「情報整理シート」、及び伝えたい内容によつて的確にレイアウトするため「レイアウト構成シート」を開発した。

このシートが有効に活用できるかどうかを検証するため、米のイメージに適した名前を付けることを目的とした「青系酒 195 号(青森県新品種酒造好適米)ネーミング募集」を事例とした。青系酒 195 号の開発ストーリーや米の特長などに基づいたイメージ資料を作成し募集の際に提示した結果、寄せられた名称の7割が青系酒 195 号のイメージに合ったものとなった。

事例の結果により、今回開発した情報整理ツールによって、伝える対象(製品やイベント)について情報を整理してテーマを設定しイメージ資料を作成して伝えたことで、意図した内容がターゲットに伝えられるということが明らかとなった。今後はこのツールをデザイン支援で活用し、さらにブラッシュアップを重ねる予定である。



図1 情報整理シート

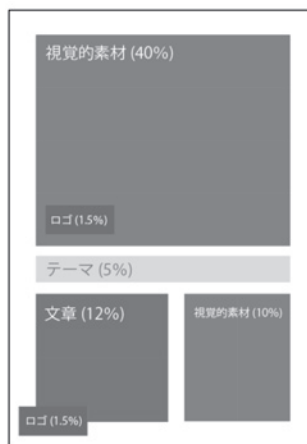


図2 レイアウト構成シート

