

デサスタ

アドバンス!

本日の流れ

講義



プレゼン・ポスター資料を直してみる演習



はじめに

なぜ高度ICTコースにデザインが必要なの？

きれいな資料をつくると

わかりやすい



見てもらう機会、見てくれる人が増える

きれいな資料をつくると

わかりやすい



見てもらう機会、見てくれる人が増える

みなさんは社会に出て、活躍するであろう。
会社のマネジメント（上部）に属するかも。



会社の命運を左右 する人になる

現在からでは 予想できない時代 が到来
未知の困難 に取り組まないといけない



なんでもできると 生き残れる可能性が高い



なんでもできるようにするべし！

ただし、自分の得意なことを中心に！

Design Documentation

すべてのドキュメントを 理解しやすい デザインに

良いデザインとは何か？

良いデザインは、 1-2-3 のステップで実現できる

1. 原則を学ぶ

想像するより簡単

2. 原則を使っていないものほど分かりやすい 見づらいデザインから学ぶ

3. 原則を適用する

あなたはその結果に驚くはず

良いデザイン

3つの要点

- 1 原則を学ぶ**
想像してるより簡単
- 2 原則を使っていないものほどわかりやすい**
見づらいデザインから学ぶ
- 3 原則を適用する**
あなたはその結果に驚くはず

クリックしてタイトルを入力

- クリックしてテキストを入力

クリックしてタイトルを入力

- クリックしてテキストを入力

このレイアウトに引きずられないように注意すること！

デザインの原則とは何か？

4つの基本原則

1

コントラスト

違いをハッキリ見せる

視覚的な魅力・読む気にさせる

2

反復

線の太さ・色を反復して使う

組織化

3

整列

あらゆる要素を意図的に配置する

明快・洗練・新鮮

4

近接

1つの視覚的ユニットとして認識される

情報の組織化・混乱の低減・明快な構造を提供

近接

学科・学部の紹介

両学科に共通した教育内容

どちらの学科に属しても共通した教育内容があります。まず、それらについて説明します。

初年度教育

入学時には、学生は所属学科は未定であり、1年目の終わりにコース配属を決定します。1年目の教育は全員同じです。1年目は、数学、プログラミング、コミュニケーションと基礎的ながら重要な事柄をしっかりと学びます。

プロジェクト学習

本学の教育システムの根幹をなす独創的なプログラムであり、大学で流行のプロジェクト型学習を先駆けたもの
両学科の学生が共同して学ぶ場も用意されます。これが、お互いに専門技術を身につけながら課題を達成する「プロジェクト学習」です。未来大で設計し、実施されている三年生が学ぶ一年間の実習の必修授業です。

整列

学科・学部の紹介

両学科に共通した教育内容

どちらの学科に属しても共通した教育内容があります。
まず、それらについて説明します。

初年度教育

入学時には、学生は所属学科は未定であり、1年目の終わりにコース配属を決定します。1年目の教育は全員同じです。
1年目は、数学、プログラミング、コミュニケーションと基礎的ながら重要な事柄をしっかりと学びます。

プロジェクト学習

本学の教育システムの根幹をなす独創的なプログラムであり、
大学で流行のプロジェクト型学習を先駆けたもの
両学科の学生が共同して学ぶ場も用意されます。これが、
お互いに専門技術を身につけながら課題を達成する「プロジェクト学習」です。未来大で設計し、実施されている三年生が学ぶ一年間の実習の必修授業です。

コントラスト、反復

学科・学部の紹介

両学科に共通した教育内容

どちらの学科に属しても共通した教育内容があります。まず、それらについて説明します。

初年度教育

入学時には、学生は所属学科は未定であり、1年目の終わりにコース配属を決定します。1年目の教育は全員同じです。1年目は、数学、プログラミング、コミュニケーションと基礎的ながら重要な事柄をしっかり学びます。

プロジェクト学習

本学の教育システムの根幹をなす独創的なプログラムであり、大学で流行のプロジェクト型学習を先駆けたもの

両学科の学生が共同して学ぶ場も用意されます。これが、お互いに専門技術を身につけながら課題を達成する「プロジェクト学習」です。未来大で設計し、実施されている三年生が学ぶ一年間の実習の必修授業です。

ウェブに載ってた例から

公立はこだて未来大学 特別講演会「アイデア大爆発」

このたびの講演は、増井俊之先生の「カンブリア爆発のように新しいアイデアを爆発させることが必要だ」との言葉にもあるとおり、流転の激しい情報技術の世界にあって25年以上に渡り常に世界のトップを走り続けている原動力となっている発想術についてご講演いただきます。

講演者：

増井 俊之

慶應義塾大学 環境情報学部 教授

公立はこだて未来大学 客員教授

【日時】 11月15日（金）18:30～20:00 終演予定

【会場】 公立はこだて未来大学 講堂（函館市亀田中野町116-2）

【料金】 入場無料 事前申込不要 当日先着順（定員 250名）

【問合せ先】

公立はこだて未来大学 事務局企画総務課 TEL 0138-34-6448

近接、整列、反復、コントラスト

公立はこだて未来大学 特別講演会

アイデア大爆発

このたびの講演は、増井俊之先生の「カンブリア爆発のように新しいアイデアを爆発させることが必要だ」との言葉にもあるとおり、流転の激しい情報技術の世界にあって25年以上に渡り常に世界のトップを走り続けている原動力となっている発想術についてご講演いただきます。

増井 俊之

慶應義塾大学 環境情報学部 教授

公立はこだて未来大学 客員教授

11月15日 (金) 18:30 ~ 20:00

公立はこだて未来大学 講堂

函館市亀田中野町116-2

入場無料 事前申込不要、当日先着順 (定員 250名)

問合せ 公立はこだて未来大学 事務局企画総務課 TEL. 0138-34-6448

近接、整列、反復、コントラスト

公立はこだて未来大学 特別講演会

アイデア大爆発

このたびの講
必要だ」との
世界のトップ

発させることが
上に渡り常に
ます。

何かを目立たせると、何かが目立たなくなる

何を一番伝えたいのかを欲張らずはっきり決める

*

*Design is a relationship between form and content.
-by Paul Rand*

増井 俊

慶應義塾大
公立はこだ

11月1

公立はこ
函館市亀田中

入場無料 事前申込不要、当日先着順（定員 250名）

問合せ 公立はこだて未来大学 事務局企画総務課 TEL. 0138-34-6448

お問い合わせ先変更のお知らせ

〇〇はお問い合わせ先が変わりました。

これまで) 01-2345-6789

これから) 98-7654-3210

POWERPOINT DESIGN

お問い合わせ先変更のお知らせ

〇〇はお問い合わせ先が変わりました。

新しいお問い合わせ先

98-7654-3210

* これまでのお問い合わせ先（01-2345-6789）は、〇月以降ご利用いただけなくなります。

Twitter通知設定

#	項目	設定
1	Twitterの商品や機能更新に関するお知らせ	ON
2	もっと使えるTwitterのヒント	OFF
3	Twitterで見逃したこと	ON
4	パートナー製品やサードパーティーサービスなどに関するTwitterからのお知らせ	ON
5	Twitterリサーチアンケートに参加する	ON
6	おすすめの知り合いかもしれないユーザー	OFF
7	最近のフォローに基づいたおすすめユーザー	ON

Twitter通知設定

#	項目	設定
1	Twitterの商品や機能更新に関するお知らせ	ON
2	もっと使えるTwitterのヒント	-
3	Twitterで見逃したこと	ON
4	パートナー製品やサードパーティーサービスなどに関するTwitterからのお知らせ	ON
5	Twitterリサーチアンケートに参加する	ON
6	おすすめの知り合いかもしれないユーザー	-
7	最近のフォローに基づいたおすすめユーザー	ON

* ON：設定をオンにする | -：設定をオフにする。

Facebookページ運営の進め方

プロモーションに使用するFacebookページの運営は、下記フローに基づいて実施します。

- 記事に使用する素材をご提供ください。
- ↓
- 素材を基に、原稿を作成します。
- ↓
- 原稿の確認と修正指示をお願いします。
- ↓
- 原稿の修正を行います。
- ↓
- 原稿の最終確認をお願いします。
- ↓
- 記事を投稿します。また併せてユーザーからのコメントに返信します。

※ ●はお客様の作業、●は弊社運営チームによる作業を想定しています。

Facebookページ運営の進め方

プロモーションに使用するFacebookページの運営は、下記フローに基づいて実施します。

#	作業内容	作業者	
		お客さま	弊社
1	記事に使用する素材をご提供ください。	●	
2	素材をもとに原稿を作成します。		●
3	原稿の確認、修正指示をお願いします。	●	
4	原稿の修正を行います。		●
5	原稿の最終確認をお願いします。	●	
6	記事を投稿します。また併せてユーザーからのコメントに返信します。		●

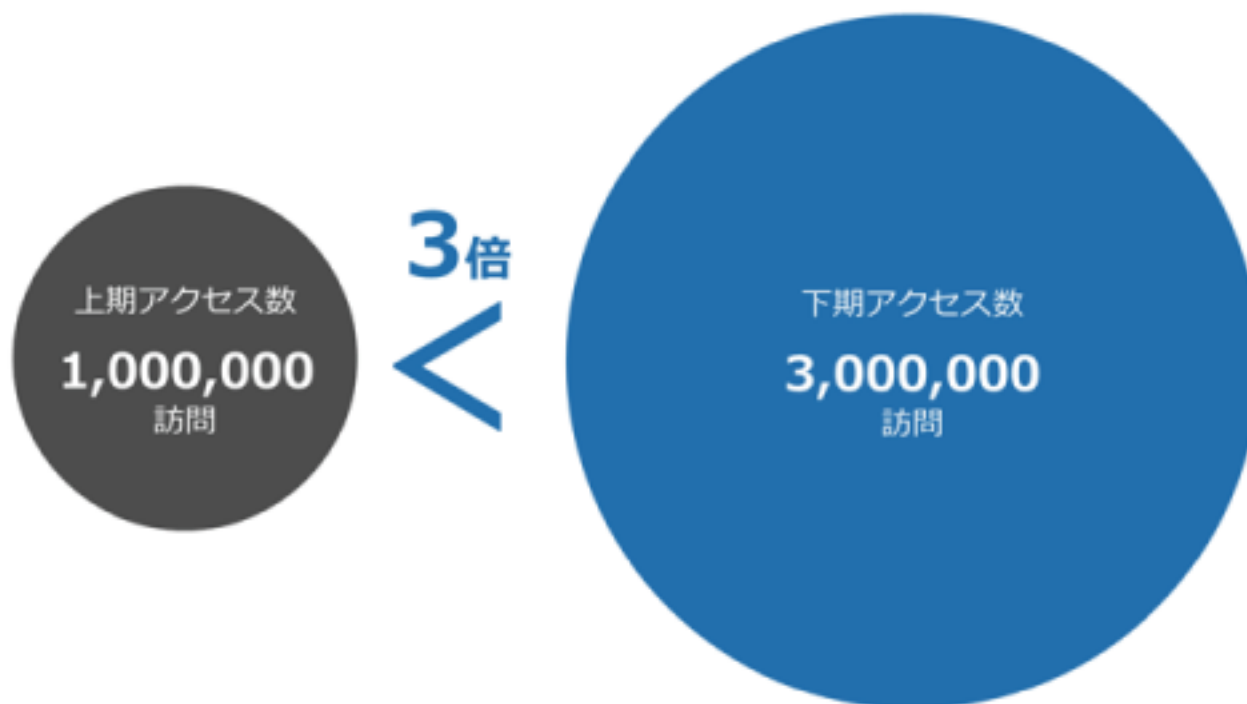
公式サイトアクセス数推移

2,XXX年度、〇〇公式サイトは上期に比べ3倍のアクセス数を達成した。

期間	訪問数
上期	1,000,000 訪問
下期	3,000,000 訪問

公式サイトアクセス数推移

2,XXX年度、〇〇公式サイトは上期に比べ3倍のアクセス数を達成した。



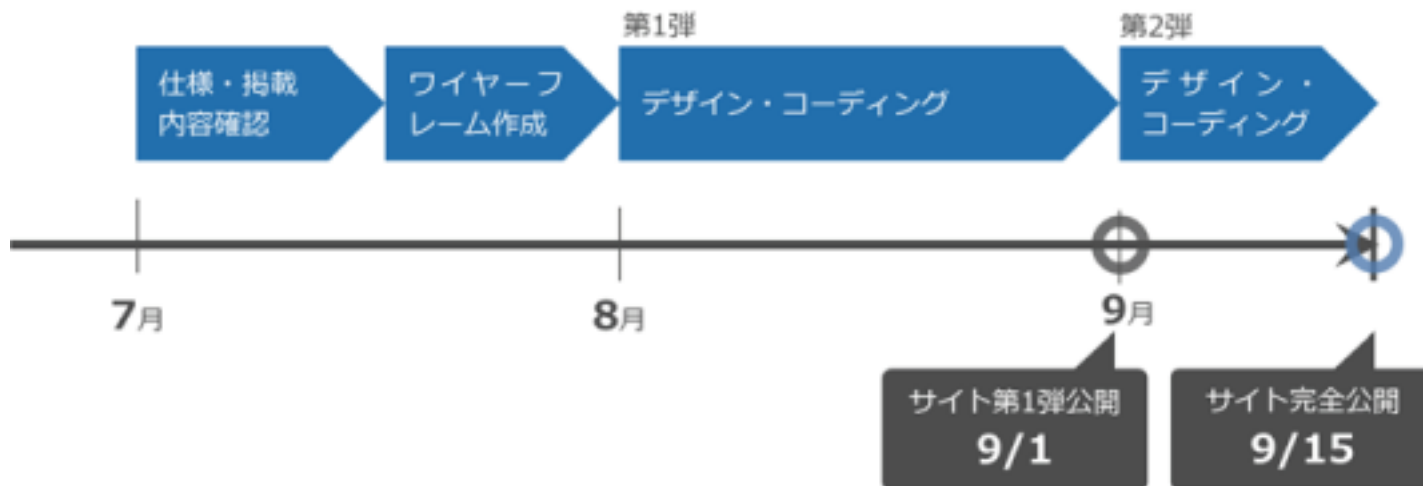
〇〇公式サイト | 制作スケジュール概要

〇〇公式サイトの制作は、下記スケジュールに基づいて進めます。

1	仕様・掲載内容の確認	7月上旬
2	ワイヤーフレーム作成	7月下旬
3	第1弾 デザイン・コーディング	8月
4	第1弾 サイト公開	9月1日
5	第2弾 デザイン・コーディング	9月上旬
6	サイト完全公開	9月15日

〇〇公式サイト | 制作スケジュール概要

〇〇公式サイトの制作は、下記スケジュールに基づいて進めます。



文字揃えのこと

1

迷ったら左揃えにする

中央揃えは無難だけど読みづらい

2

単語で改行する

複数行で読ませない

課題

1. 二次利用可能な形式での防災・災害情報の作成と公開
 - 現在公開されている情報は紙ベースであり、それを利用してわかりやすく情報を提供することが困難
2. 散在している最新情報の集約
 - その地域の最新の情報は、地方自治体からの発信だけでなく、Twitterで発信されることが多い^[2]
 - 散在している情報から目的の情報を探し出すことが困難
3. 平常時からの利用
 - 災害時に初めて利用するシステムをすばやく、正確に使うことは困難

↑
ここで改行↑

文字揃えのこと

1

迷ったら左揃えにする

中央揃えは無難だけど読みづらい

2

単語で改行する

複数行で読ませない

3

長い文章は書かない

時間をかけてじっくり読んでほしいときだけ

色のこと

1

使う色を限定する

1. 基本の色を一つ決める
2. 基本の色から使用色を展開する

2

色を決めるときに必要なこと

- ・ ブランドイメージ（企画物のイメージ）
- ・ コンセプト
- ・ メインターゲット

- <https://kuler.adobe.com/explore/newest/>
- 好きな色の組み合わせが発見できるページ

The screenshot displays the Adobe Kuler website interface. At the top, there is a navigation bar with the Adobe Kuler logo, 'Create', 'Explore', and 'My Themes' links, and 'Sign up' and 'Sign in' buttons on the right. A left sidebar contains a 'View' dropdown menu with options for 'All Themes', 'Most Popular', 'Most Used' (selected), and 'Random'. Below the menu is a search bar. The main content area is a grid of color theme cards. Each card features a horizontal bar with five color swatches, the theme name, and engagement metrics (views, likes, and comments). The themes shown include 'Magazine', 'La Foret', 'my c', 'Seaman Deckhand theme', 'Copy of Bookstore', 'Bonfire', 'Colorscheme boat at NDSM 2', 'Seattle Sunset', and 'Copy of tasty'. At the bottom, there is a footer with the Creative Cloud Service logo and navigation links for 'Create', 'Explore', 'My Themes', 'More', 'Terms of Use', and 'Privacy Policy'.

- <http://colorschemedesigner.com/>
- 適切な色の組み合わせを自動生成してくれるページ

The screenshot shows the Color Scheme Designer web application interface. At the top, there is a navigation bar with buttons for 'Undo', 'Redo', 'Random', 'Colorblind', 'Color space', 'Export', and 'Help'. The main title 'Color Scheme Designer' is prominently displayed, along with copyright information '2002-2010 © Petr Stanicek • v3.51 • [Blog & News](#)'. Below the title, there are six circular icons representing different color schemes: 'mono', 'complement', 'triad', 'tetrad', 'analogic', and 'accented analogic'. A horizontal row of four color swatches is shown, with the 'Scheme ID: 0011Tw0w0w0w0' displayed below them. On the right side, there is a dark grey box with the text 'CREATE FREE STUNNING WEBSITES GO >>'. The central part of the interface features a large circular color wheel with 'warm' and 'cold' labels. To the left of the wheel, it shows 'Hue: 0°' and 'opposite'. Below the wheel, the RGB values are listed as 'R: 100 %', 'G: 0 %', 'B: 0 %', and the hex code 'RGB: FF0000'. At the bottom, there are three tabs: 'Hues', 'Adjust Scheme', and 'Color List'. On the right side, there is a 'Preview' section showing a light page example and a dark page example, with a 'Show sample text' button below it.

フォントのこと

1

フォントが違うだけで印象がまったく違う

- ・有名なモリサワフォントは2万円で買える…！

2

フォントを決めるときに必要なこと

- ・ブランドイメージ（企画物のイメージ）
- ・コンセプト
- ・メインターゲット

普段使いのフォント

コレを使っておけば大体大丈夫

1 読みやすい
小塚ゴシック

2 見やすく綺麗
ヒラギノ角ゴ

↑
このフォントがなければ、
メイリオでもよい

3 無難な
小塚明朝

4 キャッチーな
印象 新ゴPro

すばらしいフォント

1 白腹じゃ
明朝

A1明朝

2 私の好きな文字

まるみん

メインターゲットを
決めるのはなぜ？

全人類をメインターゲットにしたいんだけど…

全人類をメインターゲットにしたいんだけど…

できません

メインターゲットを設定しなかったら・・・

20代～30代の女性をメインターゲットにしていた、
アクセサリーの通信販売の Web サイト



もっとたくさんの人に購入してもらいたいと思い、
ターゲットを 50代にまで広げることにした。

デザインに少し落ち着きや高級感を出して、
モデルさんにも 40代の女性を使ってみた・・・



結果)

40代～50代の人たちにはあんまり売れず・・・。
20代～30代の人たちへの販売も落ち込んだ・・・。

ちょっと私向けのサイト
じゃない感じだわ



メインターゲットを設定しなかったら・・・

20代～30代の女性をメインターゲットにしていた、
アクセサリーの通信販売の Web サイト



もっとたくさんの人に購入してもらいたいと思い、
ターゲットを 50代にまで広げることにした。

デザインに少し落ち着きや高級感を出して、
モデルさんにも 40代の女性を使ってみた・・・



結果)

40代～50代の人たちにはあんまり売れず・・・。
20代～30代の人たちへの販売も落ち込んだ・・・。

**むだにターゲットを広げると、
メインとなるターゲット層への訴求が弱くなる**

そのほか

1

流行を取り入れる

普段から流行に目をつけておく

2

笑わせるネタ

パロディやモノマネ、マンガ

3

意識して何も書かないところを作る

余白が多いと取っ付き易い印象になる

4

やさしさ

相手をバカにしてない程度の簡単さ

中学生でも分かるロジック・シンプルさを目指す

提出してもらった実例をもとに...

資料置き場

<http://www54.atwiki.jp/ayumikizuka/pages/27.html>

「ayumikizuka イノベーションラボ」で検索