

CSSnITE

LP11

*Designer's High*

**PART 1**

2010.10.9

CSS Nite  LP11

クリエイティブを加速させる

ヒアリング + ディレクション術

2010.10.9 (Sat)

Naoki Nakagawa

twitter

質問・フィードバック

@nakagawan

#cssnitelp11

なぜクライアントはクリエイター(デザイナー)に  
仕事を依頼するのか?

それは……

最小限のコストで 最大限の効果を  
出したいからである

クリエイターは常に下の3つを持って臨まなくてはならない

## 1. 沢山の引き出し

- デザインのトレンド
- 手法(技術的事項含む)

## 2. クリエーターとしてのプライド

- クライアントはデザインのプロではない

## 3. 最良の方法 とベストなメンバー と確実なスケジュール

## 本日のセッションも同じ

話を聞いてうなずいて、メモをとることはだれでもできる

重要なのは…

**本日の話の内容を的確に捉えて  
更に自分なりの考え、アイデアを取り込み  
明日から実行する**

と、ということ!

# What is U.S.P.?

～ 訴求ポイントとその手法 ～

( ユニーク・セリング・プロポジション  
||  
他の誰もが提供しない独自のウリ )

Unique Selling Proposition



## コンセプトをきちんと理解する

業界においてクライアントの他社にない  
独自の強みはなにか？ ポジショニングは？

今回の依頼はどのような方法／手法で訴求したら効果的か？

Big Idea? Fear ad? Comparison? Irony?

クライアントとコンセンサスを 得なくしてはいけない 4つ

1. クリエイティブアイデア

2. 表現方法 / 手法

3. その会社の **コーポレートアイデンティティ** や  
**ブランドアイデンティティ**

+

4 **色、フォント、レイアウト(デザイン)**

他社事例は事前に確実にフェック

しかし、それらに感<sup>レ</sup>わされるな!

(常にクライアントはWOW! ビックリ、目からウロコを求めている)

おまかせ ヒアリング術!!

左脳派 と 右脳派  
ロジック派 と 直感派

社内におけるディレクション

## 絶対重要な4つのポイント

1. プロジェクトのゴールの明確化
2. コーポレートアイデンティティや  
ブランドアイデンティティの確認
3. サイトパーソナリティの確認

+

4. クリエーター(右脳派が多い)への的確な指示



Again!

あなたたちは  
デザインのプロとして任命されている

(みなぎる自信を持って!)

ブランドパーソナリティを考えよ!

ブランドパーソナリティ＝サイトパーソナリティという考え方

WEBサイトとユーザーの関係は人と人との関係と同じ

WEBサイト側

ユーザー側



どのような人物像か?

サイトパーソナリティの  
確立と育成

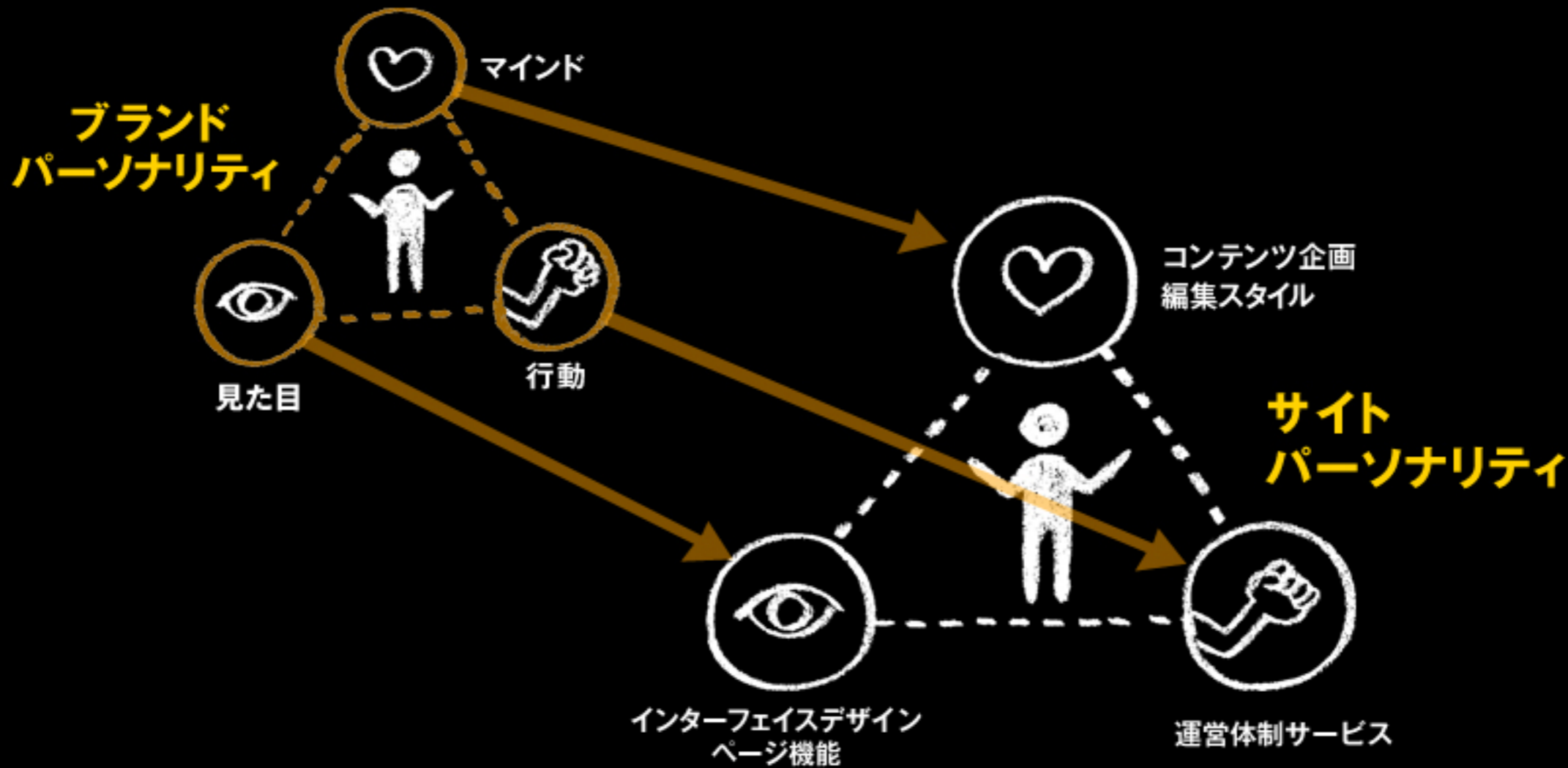
どのような人物像か?

ユーザー像の設定と把握/  
設定と育成

双方の良好なコミュニケーションを保つためには、  
サイト自身も人格を持つことが重要



# ブランドパーソナリティをサイトの人物像へ昇華



コンテンツ企画  
編集スタイル

インターフェイス  
デザイン／ページ機能

運営体制  
サービス

例えば...

ペリメータを利用

# ポリトイ作&ヒアリングシート



# パーソナリティヒアリングシート



年収200~360万

年収600~1000万

アレキサンダーワン

マウジー

23区

ドモホルンリンクル

ランバン

コンラッド東京

H&M

デクレオール

ホテルオークラ

青山

25~45歳

焼酎

川崎

シャンパーニュ

銀座

# ペルソナとサイトデザインの合致



25~45歳  
 年収600~1000万  
 ランバン  
 アレキサンダーワン  
 H&M  
 デクレオール  
 コンラッド東京  
 青山  
 銀座  
 シャンパーニュ



VOGUE.COM

HOME | 最新 | トレンド | 美容 | 健康 | 生活 | 旅行 | 読者サービス | VOGUE.COM TV | 広告 | 掲載料 | 掲載依頼



**Today's news**

- Fashion Trend: 2009 AW ショッピングガイド
- Fashion Trend: シンデレラで輝くセレブファッション
- Fashion Trend: 最新トレンドのファッション
- Fashion Trend: 2009 AW ショッピングガイド



**Special feature**

- Beauty Report: 2009年秋冬のメイクトレンド
- What's Hot: 2009年秋冬のファッション
- Jewelry for the season: 2009年秋冬のジュエリー
- VOGUE.COM: 2009年秋冬のファッション

**Pick up**

- VOGUE.COM: 2009年秋冬のファッション
- VOGUE.COM: 2009年秋冬のファッション
- VOGUE.COM: 2009年秋冬のファッション

**Recommend**

- VOGUE.COM: 2009年秋冬のファッション
- VOGUE.COM: 2009年秋冬のファッション



**MAGAZINE**

VOGUE and COMME des GARÇONS MAGAZINE, A/W 09

**BAG & SHOES DICTIONARY**

春夏のバッグとシューズが大集合!

HOME | 最新 | トレンド | 美容 | 健康 | 生活 | 旅行 | 読者サービス | VOGUE.COM TV | 広告 | 掲載料 | 掲載依頼

CondéNet.JP | Vogue International

© 2009 CondéNet. All rights reserved.

## 右脳派へのディレクション

1. 意味訴求ではなく、感覚訴求すること
2. 「楽しい」という言葉から想像する絵は皆違う
3. 年代による感覚の微妙なズレの認識

**五感（視覚、嗅覚、触覚、味覚、聴覚）すべての方向から網羅していき、イメージの共有を図る**

## フツテレビの例

1. 毎回ぎりぎりまで撮影
2. 台本、キャスト、主題歌の情報は先に揃う
3. ティザーページは前のめり制作

デザイン、キャンプ、何度作ってもうまくいかなかったのだが、  
あるディレクション方法で解決する

# フジテレビの例

image



おだやか、いやされる、雪が降る  
せつない、冬

主題歌：「明日」平原綾香



- Flashのテンポ
- 写真の色調整／画像処理
- 文字の間隔
- 全体の雰囲気



ケア / コミュニケーション

# ケア / コミュニケーション

1. ラップアップMTGは **クライアントMTGすぐあとに確実に**行う
2. 話にでたものは取りまとめ **その日中ではなく翌日クライアント確認**  
(当日は興奮しているので一旦クールダウン)
3. クライアントから出された **お題、規定演技は必ず行った上で** 一つ上のアイデアを

「守・破・離」  
しゅ は り

# エグゼキューション (制作実行)

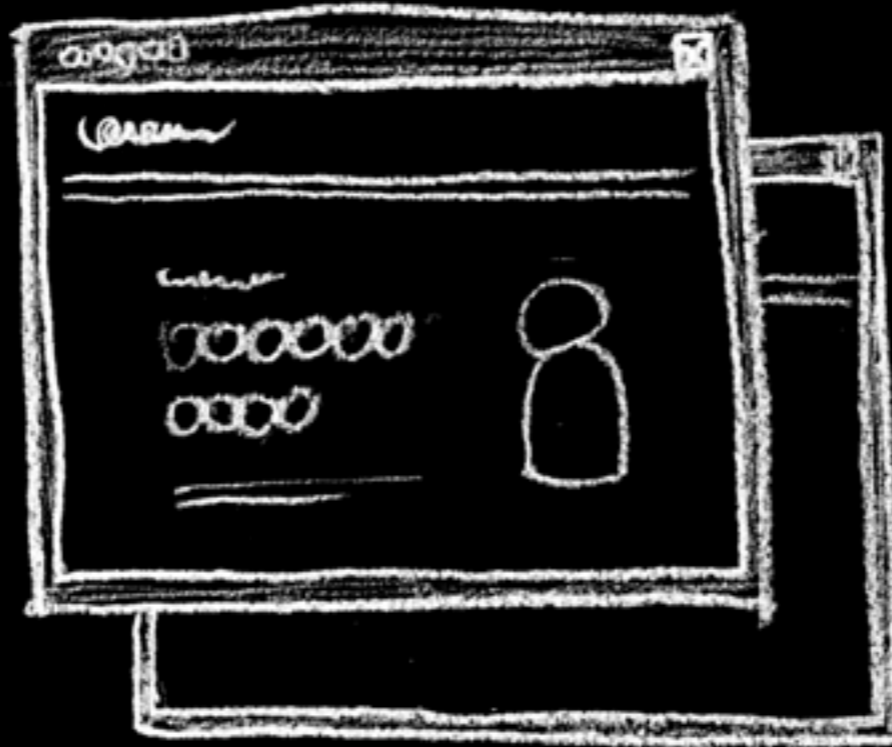
ロジカルに対処できるための確認すべき4事項

1. アイデア

2. 表現方法/手法

3. CI.  
VI. BI

デザイン



4. 色・フォント・レイアウト

+

画像ドミナント

or

テキストドミナント

4つがキチンと計画通りに守られていれば  
クライアントは文句をつけられない。

## Again Again

なぜクライアントはクリエイター(デザイナー)に  
仕事を依頼するのか?

それは.....

.....  
最小限のコストで 最大限の効果を  
出したいからである

CSS Nite

LP11



Thanks!

# Profile



**氏名 :** 中川 直樹 (なかがわ なおき) / @nakagawan

**所属 :** 株式会社アンティー・ファクトリー 代表取締役 / アートディレクター  
社団法人 日本WEBデザイナーズ協会 (JWDA) 会長

**略歴 :** 静岡県浜松市出身  
ニューヨーク州立大学 Fashion Institute of Technology (F.I.T) 広告デザイン学科 卒業  
NYにてWebデザイン、グラフィックデザインに従事。'96年 NYより帰国  
'97年 有限会社アンティー・デザインを設立。三菱電機、資生堂のサイト制作を手がける  
'01年 Web戦略・制作をワンストップで行う株式会社アンティー・ファクトリー設立  
'04年 システムコンサルティング・開発を行う株式会社アンティー・システム設立  
現在に至る

**業績 :** 三菱電機、資生堂、カネボウ、S&B食品、日産自動車、パドワイザー、Sony Ericsson、  
コカ・コーラ、フジテレビ、アルファロメオ、ALL ABOUT、VOGUE 他多数

**URL :** [www.un-t.com](http://www.un-t.com) / [www.jwda.jp](http://www.jwda.jp)

**連絡先 :** [naokin@un-t.com](mailto:naokin@un-t.com) / 03-5767-5091