

CSSnITE

Shift

2016-2017

Webデザイン行く年来る年

最後に
もうひとつ!

CSS Nite LP50 Shift 2016-2017

2017年に向けた個人メモ

デジタル・コミュニケーション・デザインに於いて
心に留めてること

2016.12.17 Naoki Nakagawa



Emotional, but logic!
un-T factory!

はじめに



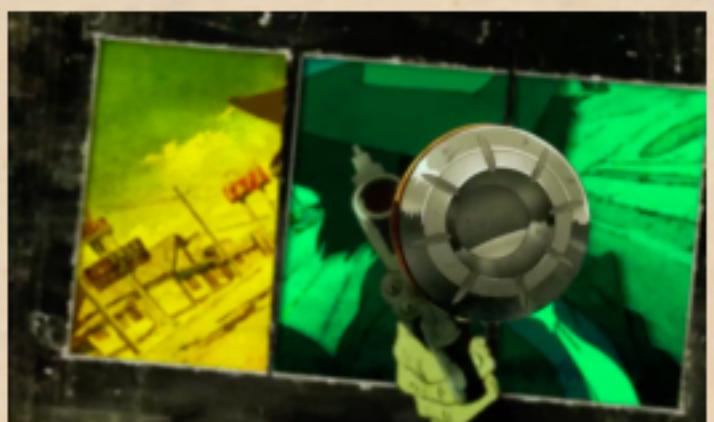
Emotional, but logic!
un-T factory!

人は、基本的に、五感（視覚、聴覚、味覚、嗅覚、触覚）から情報を得るわけですが、
その情報の80%は視覚伝達によるものと言われています

パーソナル・デジタル・デバイス（スマホ、タブレット）を通して、
毎日、おびただしい情報量が飛び交う中、
見たり、読んだりしても、すぐに記憶は風化してしまいます

Webデザイン自体も「成長期」から「成熟期」へ入っています
クリエイターは、更なる高度なテクニックを
必要とされている時代なのかも？！

高度だけど、ちょっとしたテクニック
縦線2本を入れるだけで3D化



「ルパン三世」オープニング映像から
(参考) シネマトゥディ <https://www.youtube.com/watch?v=dvaosZIQqrY>



中川の考える、2017年、
Webデザインを更に素敵にする、
Keyとなるポイントとヒント



Emotional, but logic!
un-T factory!

「目に見えない“デザイン”的”の施し」

1. 深層心理に響く“デザイン”
2. 余白の余地をもったグローバル・デジタル“デザイン”
3. 奥行きと情緒をもたせる“デザイン”

1. 深層心理（無意識な行動）に響く“デザイン”

心理効果を利用するコンテンツ誘導 UXのマニピュレーション？！

◎「吊り橋効果」が自制心を弛ます

不安や恐怖を強く感じている時に出会った人に対し、
恋愛感情を持ちやすくなる効果



同じ悩み、問題を抱えてる人が沢山いることを示し
心理的にその解決方法に同調させるなど

1. 深層心理（無意識な行動）に響く“デザイン”

心理効果を利用するコンテンツ誘導 UXのマニピュレーション？！

◎「ミラー効果」が仲間意識を醸成

「無意識に好きな人と同じ動作をとってしまう」人間の心理効果
類似性を演出することで好感度を上げたり、相手をコントロールする



共感を相手に伝えて心を打ち解けさせたり、
まず自分が模範行動を示して相手も同じ行動をさせるなど

1. 深層心理（無意識な行動）に響く“デザイン”

心理効果を利用するコンテンツ誘導 UXのマニピュレーション？！

◎「ロミオとジュリエット効果」

特定の目的を持っている場合、障害があった方が逆にその障害を乗り越えて目的を達成しようとする気持ちが高まる心理現象のこと



他人に言えない関係、認知的不協和の解消による好感度アップ、希少性による市場価値高の意識など

2. 余白の余地をもったグローバル・デジタル“デザイン”

「絵文字」→「emoji」(グローバル化)



2016年11月、ニューヨークの近代美術館(MoMA)に美術作品としてNTT DOCOMO 176個の絵文字セットがコレクションされることが決定

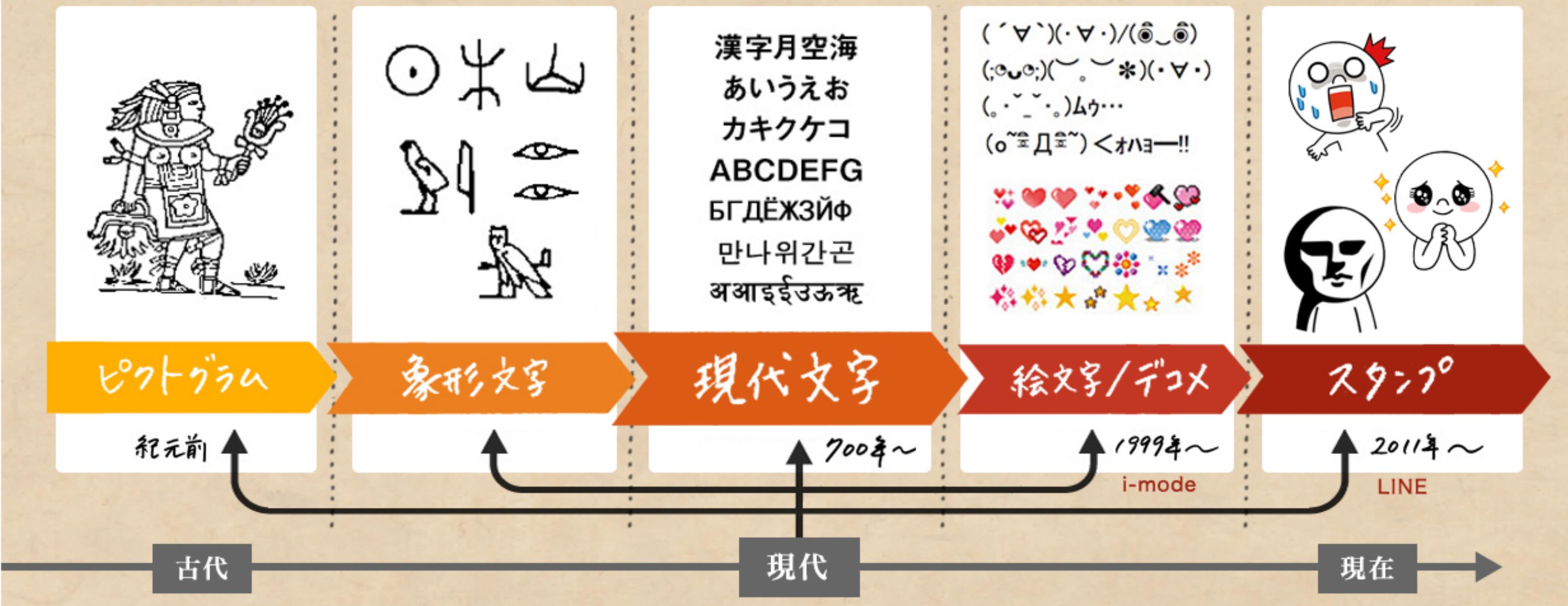
美術館： 「デザインの力で、人々の コミュニケーションの 方法を変えた」

参考:栗田穰崇 (Shigetaka Kurita) / Emoji 1998-1999

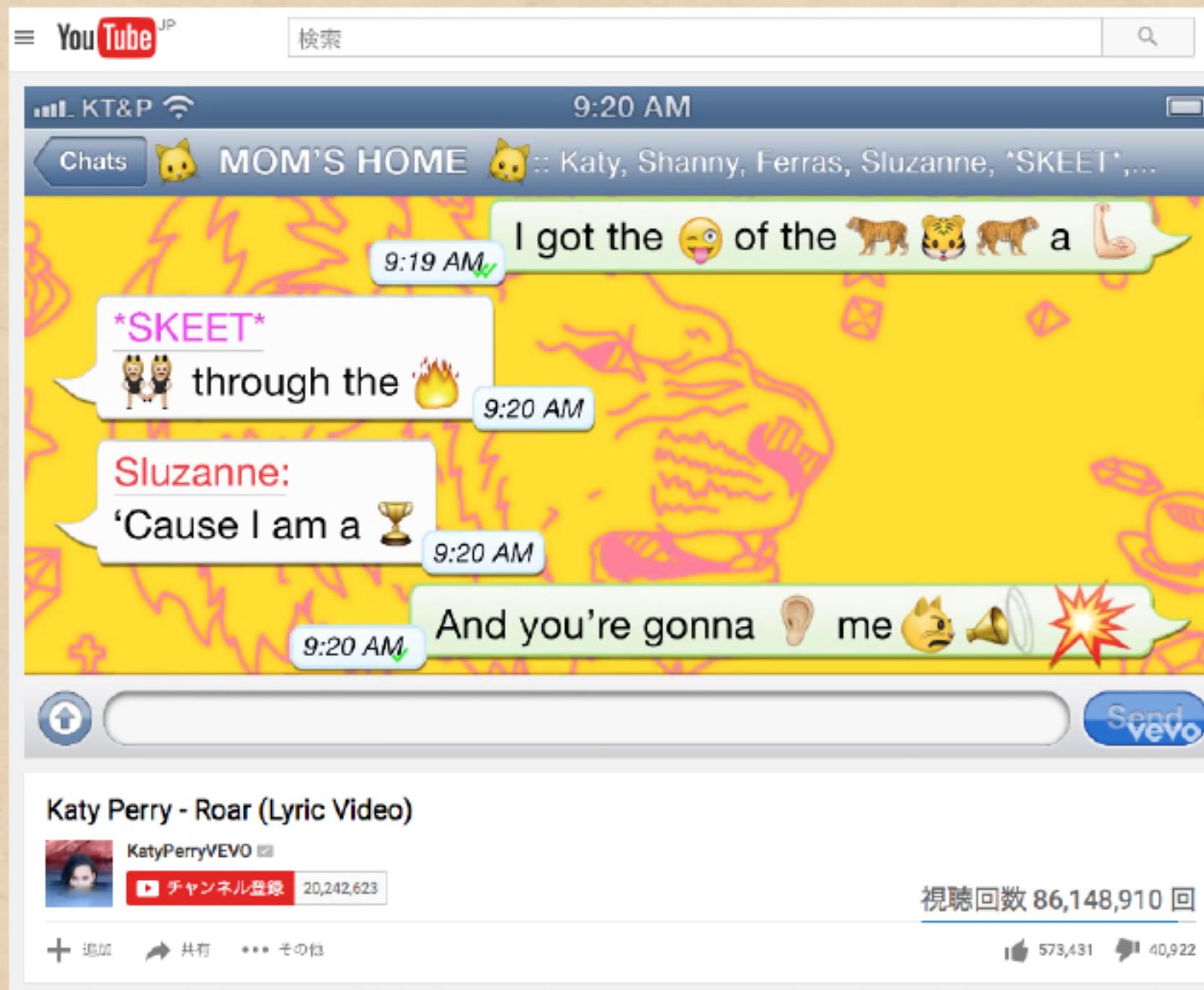
<https://www.moma.org/collection/works/196070?locale=en>

2. 余白の余地をもったグローバル・デジタル“デザイン”

デジタル時代に必要なサービスの「余白」 文字体系と表記体系の歴史



2. 余白の余地をもったグローバル・デジタル“デザイン”



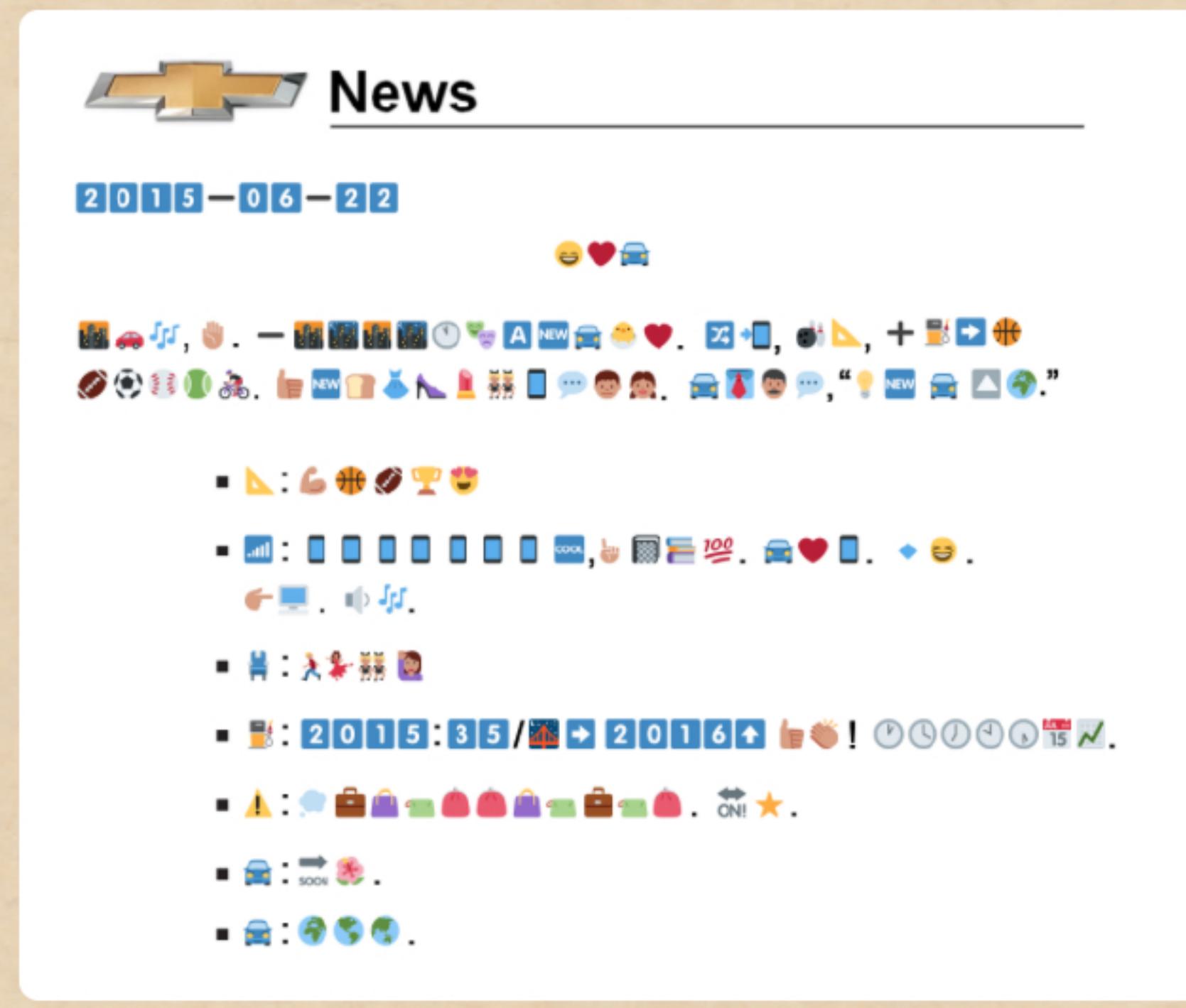
例1：

ケイティ・ペリー (Katy Perry)
Roar (Lyric Video) 2013年

(参考) <https://www.youtube.com/watch?v=e9SeJlgWRPk>

絵文字を利用することで、エモーショナルな声質とリズムにのった本質を超えた、デジタルにおける余白、フラット性、そして時代性を皮肉ってるようにも見える

2. 余白の余地をもったグローバル・デジタル“デザイン”



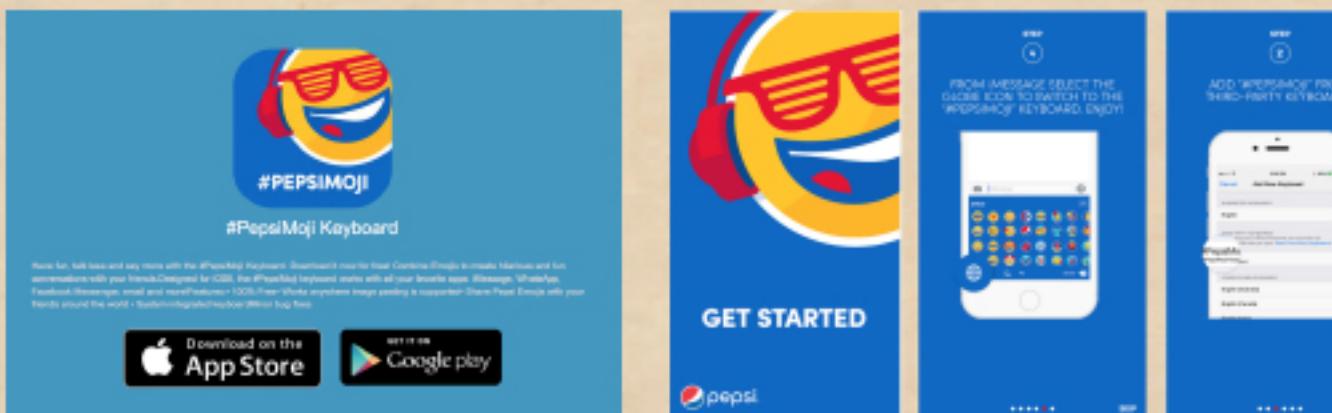
例2:

アメリカ シボレー社
全文Emojiのプレスリリース
2015年

(参考) <http://media.chevrolet.com/>

DINGBAT(装飾タイプグラフ)ではなく
絵文字をタイプグラフとして利用する
ことで、言語問題を超えた理解、
解読を促進？！

2. 余白の余地をもったグローバル・デジタル“デザイン”



例3:

アメリカ PEPSI社
『PepsiMoji』キャンペーン
2016年

(参考) <http://www.pepsico.com>

絵文字利用で複数種類のキャラクター分け、
各種幅広い情緒感と、都度気分に合わせた
選択の楽しみ、エモーショナルな刺激

3. 奥行きと情緒をもたせる“デザイン”

例えば……

フィールド・レコーディング

音楽など、楽曲を制作する際に、
生活の中のリアル音を入れる手法（効果音とは違う）

慣れ親しむフィールド音で、その情景を自分の記憶とともに感じさせた上で、
メロディーを聞くことにより、情緒感を決定し、音楽の奥行きを増長させる！

?

フィールド音、もしくは、これに該当するようなことを施すことにより、
コンテンツが効果的に伝わるWebサイトってすごいかも……

3. 奥行きと情緒をもたせる“デザイン”



フィールド・レコーディングが
取り入れられてる音楽例1：

♪ HEAL THE WORLD
MICHAEL JACKSON

聞く人に、最初、子供の声、泣き声、
話し声を最初にインプットし、子供のいる空間を
感覚的につくりだした上で楽曲を流す

3. 奥行きと情緒をもたせる“デザイン”



フィールド・レコーディングが
取り入れられてる音楽例2：

♪ 実録

(新宿にて～丸の内サディスティック～歌舞伎町の女王)

椎名林檎

新宿の生の音（路上演奏）を録音することで、
聞く人に新宿の臨場感を与え、より効果的に
詩、メッセージを伝える

3. 奥行きと情緒をもたせる“デザイン”

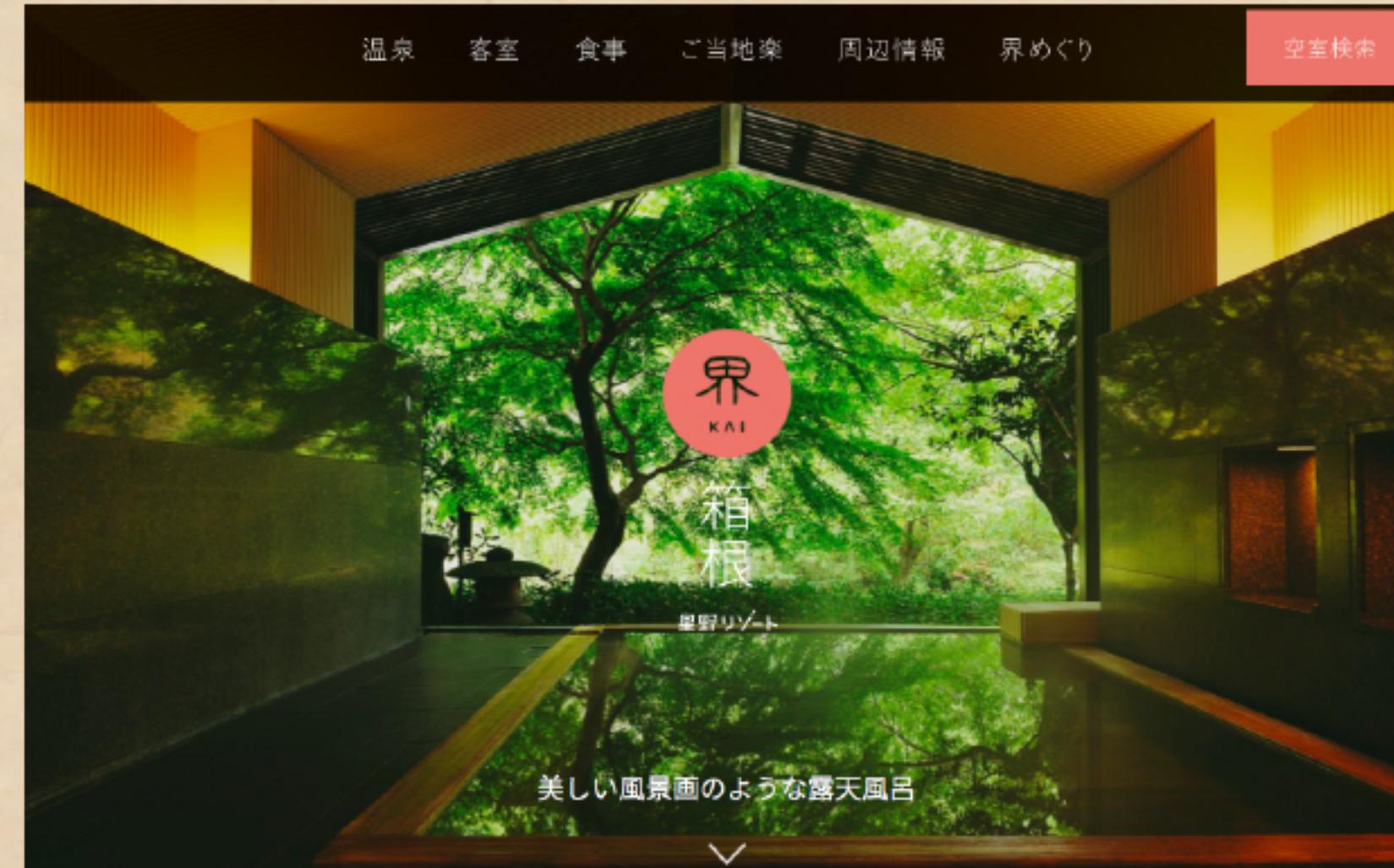
旅館サイトにおける、効果、フィールド音のもたらす情緒感の比較

(A) 星野リゾート 界

音無しだが、
ジワジワくる…

写真を効果的に
エフェクト、スライド、
リズム感が、
深層心理をくすぐる

(参考) <http://kai-ryokan.jp/hakone/>



(サイト)

気づいてた?
私は、あなたのこと、
好きよ

(ユーザー)

あっ、確かに
なんとなく、素敵
なのは知ってた。。。
僕もあなたが
好きかも！

3. 奥行きと情緒をもたせる“デザイン”

旅館サイトにおける、効果、フィールド音のもたらす情緒感の比較

(B) 星のや

ダイレクトに
五感に染みる…

フィールド音、
効果音を取り入れて
五感へ訴えかける
効果

(参考) <http://hoshinoya.com>



(サイト)

エレガントな才女よ
どう？ 私のこと
お気に召した？

(ユーザー)

あなたは会った時から
美人で素敵だ。。
良かったらお付き合い
くださいますか？

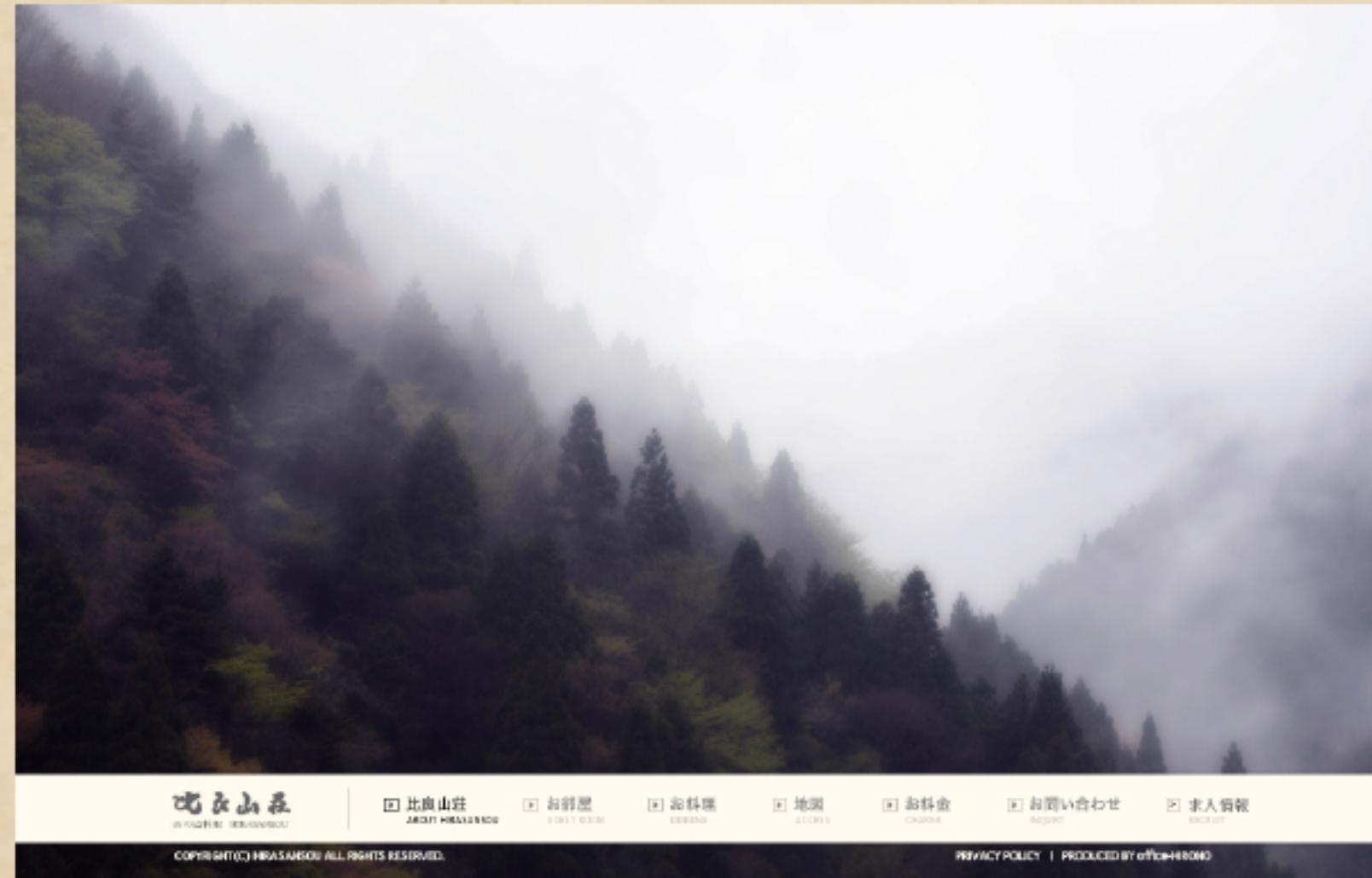
3. 奥行きと情緒をもたせる“デザイン”

旅館サイトにおける、効果、フィールド音のもたらす情緒感の比較

(C) 比良山荘

懐かしい記憶、
匂いを蘇らせる…

フィールドレコーディング
の臨場感、昔の
記憶を蘇らせる



(参考) <http://www.hirasansou.com>

(サイト)

こんにちは。
ありのままの
昔からの私、
あなたのこと、
好きよ

(ユーザー)

え……やだ…
気づいてなかった…
私は遠い昔から
貴方が好きです

まとめ



Emotional, but logic!
un-T factory!

Webデザインも「成長期」から「成熟期」に入ってきています

マーケティング思考、プログラム技術思考も重要ですが、
アイデアと手法を持って、もう一段階上のWebデザインを意識、
確立してゆくことが重要になっていくと思います

それは、例えば、ちょっとした高度な工夫、情緒的、ドラマ的な効果であったり、
リズム感をユーザーに与えることだったり…。

2017年、より良いWebデザインを製作、
提供するために…プラスαの「目に見えないデザイン」
を積極的に意識しましょう!!

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

略歴：浜松市出身

ニューヨーク州立大学(F.I.T) 広告デザイン学科卒業後、NYにてWeb、グラフィックデザインに従事。

1997年有限会社アンティー・デザイン設立。

2001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。

2004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

大学、専門学校などでの講師、講演活動多数。

2009年から2014年まで一般社団法人JWSDA（現 日本Web協会）会長。

デザイン経営ビジネススクールSTRAMD WEB社会論講師

業績：三菱電機、資生堂、カネボウ、バドワイザー、フジテレビ、アルファロメオ、
ジョーシトロエン、VOGUE、ALL ABOUT、@cosme 他多数 他多数

URL：www.un-t.com

連絡先：naokin@un-t.com

