

## デザインの持つ伝える力

ビジネス書籍で、『伝え方が9割』（佐々木圭一）という本が一時期ブームになった。なぜ、伝え方で結果が変わるのか？をテーマに、強いコトバをつくる技術が紹介されている。

会話でのコミュニケーション方法として、購入して読んだ方が多いと思うが、デザインの目線でみても、「伝える」あるいは、「伝わる」方法を考えさせられる本であった。

文中に、「ふせんマジックを使う！」というコラムがある。そこには、“ふせんは「糊」のついた「紙」です。これに着目すると「立てる」「やぶる」「隠す」などができます。カンタンな例として、ふせんを立ててみましょう。これだけで他のメモより、あなたのメモは圧倒的に注目されるものになります。”とある。確かに、一時期から様々な柄や形のふせんが売られはじめ、目立たせるための試行錯誤が繰り返され、変わったデザインのふせんは一つのジャンルとして確立したようだ。「紙」に注目してみた時、印刷ができる、型抜きで形がつけられるなど、新しいデザインをつくる事のハードルは低かったのだろう。



もう1冊、本を紹介してみたい。『考えなしの行動?』（ジェーン・フルトン・スーリ、IDEO、翻訳：森博嗣）という本だ。内容はアフォーダンスという言葉を知っている方には新鮮に映らないかもしれないが、バランスを取るときに何かを掴む行動や、傘をなにかに引っ掛ける行動の写真が紹介されている。例えば、ジャケットを椅子の背もたれにかけるとは違ってくるかもしれない。しかし、明らかに多くの人が無意識に背もたれにジャケットをかけるために使っているのは、事実であろう。これらの行動を写真で紹介してあり、しらすらすのうちにやっていた行動を、新鮮な気持ちでみることができる良い本だ。

“ビジネスにデザイン思考を取り入れる”と、近年言われているが、デザイナーであれば自然と培ってきた思考方法であろう。乱暴

に解説すると観察から始まり、拡散と収縮のプロセスで問題解決をしていく方法だ。デザイナーは、問題解決としての“気付き”を得るための2つのスキル、「モノの本質を見極める目線」と、「伝える手法」との両方を持っているのではないだろうか。デザイナーとしてのアドバンテージを制作だけではなく、ビジネスの場面でも活かしたいものである。

