

ユーザーが求めるデザインの作り方が分かる！

HCDライブラリー 第6巻 人間中心設計におけるデザイン

著者：長谷川 敦士、松原 幸行、山崎 和彦

仕様：B5変形判・並製・160頁

定価：3,630円（税込）

ISBN：978-4-7649-0755-3 C3350

発売：近代科学社



内容紹介

近年、情報化社会において私たちは仕事や生活の中で情報と関わる事がますます多くなっています。そして、多くの場面での「使いやすさやデザイン」がますます重要になっています。

本書では、企業や消費者が求めるデザインをどのように創り出すか、コンセプトを立てるところから順に詳解します。

さらに、ステップにとらわれずに、これからの人間中心設計（HCD）のために「HCDから展開する多様なデザインアプローチ」についても解説します。

全国の書店・ネット書店にてお求めいただけます。お取り扱い店は以下のウェブページをご覧ください。

https://www.kindaikagaku.co.jp/book_list/detail/9784764907553/



お問い合わせ先

株式会社近代科学社
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-105
神保町三井ビルディング
電子メール: contact@kindaikagaku.co.jp

著者紹介

長谷川 敦士（はせがわ あつし）

1973年山形県生まれ。「わかりやすさのデザイン」であるインフォメーションアーキテクチャ分野の第一人者。ネットイヤーグループ株式会社を経て、2002年に株式会社コンセントを設立。企業ウェブサイトの設計やサービス開発などを通じ、デザインの社会活用、デザイン自体の可能性の探索とともに、企業や行政でのデザイン教育の研究と実践を行う。

経済産業省「高度デザイン人材育成研究会」、経済産業省/IPA「DX推進スキル標準」策定検討ワーキンググループ（デザイナー）主査をはじめ各種委員等を務める。『ダークパターン 人を欺くデザインの手口と対策』『UXデザイン100の原則』（ともにビー・エヌ・エヌ）をはじめ著書・監修・監訳書多数。

東京大学大学院総合文化研究科博士課程修了（学術博士）。武蔵野美術大学造形構想学部クリエイティブイノベーション学科主任教授。Service Design Network日本支部共同代表。特定非営利活動法人人間中心設計推進機構（HCD-Net）副理事長。株式会社AZホールディングス代表取締役。

松原 幸行（まつばら ひでゆき）

阿佐ヶ谷美術専門学校プロダクトデザインコース卒。1976年～1983年パイオニア、1983年～2004年富士ゼロックスに勤務。フリーを経て2006年にキヤノンへ入社。総合デザインセンターに所属し2015年に退職。また、教員として1998年～2004年青山学院大学大学院非常勤講師を勤める。その他、TC159 SC4/WG6に所属しISO 13407規格制定に参加(1999年発行)、ISO/IEC 24755エディター(2007年発行)、2004年に人間中心設計推進機構の設立に関与し2017年まで活動。その間、理事、副理事長、事務局長を歴任。現在はフリーのUXライターとして活動中。

著書には『実践UXデザイン』(2018年、近代科学社)、『UXデザインのための発想法』(2019年、近代科学社)、『SF映画で学ぶインタフェースデザイン アイデアと想像力を鍛え上げるための141のレッスン』(2014年、丸善出版、共訳)他がある。『HCDライブラリー』(近代科学社)編集委員。

山崎 和彦（やまざき かずひこ）

京都工芸繊維大学卒業、神戸芸術工科大学博士課程修了、東京大学大学院新領域創成科学研究科博士後期課程単位取得満期退学。クリナップ(株)、日本IBM(株)UXデザインセンター長(技術理事)、千葉工業大学デザイン科学科/知能メディア工学科教授、武蔵野美術大学クリエイティブイノベーション学科教授を経て、現在は、(株)Xデザイン研究所共同創業者/CDO、武蔵野美術大学ソーシャルクリエイティブ研究所研究員、Smile Experience Design Studio代表。専門は製品・サービス・組織のエクスペリエンス・デザイン、ビジョンデザイン、プロダクトデザイン、情報デザイン、デザイン思考、デザイン戦略等に関連する実践および研究。

著書には『こちよい近さがまちを変える/ケアとデジタルによる近接のデザイン』(2023年、Xデザイン出版、共著)、『うれしい体験のデザイン/UXで笑顔を生み出す38のヒント』(2022年、Xデザイン出版)などをはじめ著書多数。『HCDライブラリー』(近代科学社)編集委員。作品はiF賞、IDEA賞など国際的なデザイン賞受賞多数。

目次

.....

第1章 デザインコンセプト

- 1.1 デザインコンセプトとは
- 1.2 デザインプロジェクトの種類と前提となる情報の整理
- 1.3 コンテキスト
- 1.4 ユーザー
- 1.5 コンテンツ
- 1.6 要求事項の明示化
- 1.7 デザインコンセプト

第2章 HCDにおける発想

- 2.1 発想するとは
- 2.2 発想法について
- 2.3 発想のアプローチ
- 2.4 人からの発想とモノや技術からの発想
- 2.5 発散と収束
- 2.6 ブレインストーミング
- 2.7 アイディアのつくり方
- 2.8 アイディアを評価する

第3章 HCDにおける視覚化

- 3.1 HCDにおける視覚化とは
- 3.2 ビジネスを視覚化する
- 3.3 ベルソナ
- 3.4 カスタマージャーニーマップとエクスペリエンスマップ
- 3.5 概念の視覚化とデザイン
- 3.6 コンピュータ支援による表現
- 3.7 ビジュアルシンキング
- 3.8 リアルタイムドキュメンテーション
- 3.9 データの視覚化ーデータビジュアライゼーションとインフォグラフィックスー

第4章 HCDにおけるプロトタイプ

- 4.1 プロトタイプとは
- 4.2 プロトタイピングとは
- 4.3 プロトタイプの種類
- 4.4 プロトタイプとHCDプロセスの関係
- 4.5 探索的プロトタイプと検証的プロトタイプ
- 4.6 デザインフェーズとプロトタイプ
- 4.7 プロトタイプのためのツール

第5章 HCDから展開する多様なデザインアプローチ

- 5.1 HCDから展開する多様なデザインアプローチとは
- 5.2 デザイン思考
- 5.3 ビジョン提案型デザイン手法
- 5.4 コ・デザイン(参加型デザイン/共創デザイン)
- 5.5 パターン・ランゲージ
- 5.6 エモーショナルデザイン
- 5.7 デザイン・ドリブン・イノベーション(意味のイノベーション)
- 5.8 三方よしのデザイン
- 5.9 サービスデザイン
- 5.10 ブランド体験のデザイン
- 5.11 近接のデザインとは
- 5.12 デザイン3.0