

■親切心が「わかりにくさ」を生む矛盾

私たちの生活は、至る所にある「表示」に支えられています。しかし、情報を正確に伝えようとする善意の積み重ねが、情報の飽和を作り出してしまふことが頻繁に起こります。

接客の現場などでは、お客様から質問を受けるたびに「わかりやすく説明しよう」という親切心から、注意書きやシールを追加してしまいがちです。しかし、説明を足せば足すほど視覚的なノイズが増え、結果として本来伝えるべき重要なポイントが埋もれてしまうという矛盾が生じています。

日常に潜む具体例として、道路標識やビジネス文書があげられます。道路標識は、行政や警察など、それぞれの立場から設置された標識が混在しています。一瞬の判断が求められる運転中において、過剰な情報は逆走を招くなど、安全を脅かす要因にさえなり得ます。

ビジネス文書は、丁寧さを追求するあまり、過剰な敬語(「お」や「ご」、「～でございますよう」)によって一文が長大化し、肝心の論点が見えづらくなっています。

■ユニバーサルデザイン(UD)から、ユニバーサルコミュニケーションデザイン(UCD)へ

ユニバーサルデザイン(UD)という言葉は、1980年代後半にアメリカで提唱された概念で、2000年代以降、日本でも広く浸透しました。ユニバーサルデザインには、①公平性 ②自由度 ③単純性 ④わかりやすさ ⑤安全性 ⑥体への負担の少なさ ⑦スペースの確保 のUD7原則があり、自動ドアやL字型のドアノブ、シャンプーボトルの凹凸など、身体的負担を減らす「物理的なUD」は進化を遂げました。一方で、概念的で標準化された基準がないため、明確な合格基準がありませんでした。

ユニバーサルコミュニケーションデザイン(UCD)では、「品質は基準によって保たれている」として、UD7原則のうち④わかりやすさに着目し、「情報のわかりにくさ」を排除するため、「情報のわかりにくさ」の要因を特定、定量化する仕組みを整えました。

■「わかりにくさ」の正体

UCDの活動では、情報の送り手(企業・行政)と作り手(制作会社)、そして受け手(生活者)の間に生じる「情報の壁」を低くすることを目指しています。情報品質の向上への取り組みとして、科学的な評価手法、客観的な「見える化」をするため、専門家による「DC9ヒューリスティック評価」や、独自のソフトウェアを用いた「定量分析」によって、わかりにくさを数値化します。数値化することによって、「何がわかりにくいのか」という不満の要因が共通していることを説明しました。

- ・ 専門用語が多すぎる。
- ・ 情報がぎっしり詰まっていて読む気が起きない。
- ・ 次に何をすべきか(タスク)が不明確である。

情報の壁をゼロにすることは難しくても、基準を設けて「評価・分析・改善」を繰り返すことで、壁を低くすることは可

能です。「伝わらないのは受け手の能力のせい」ではなく、「送り手の設計の問題」であるという視点を持つことが重要です。

■展示会における「情報発信」のポイント

展示会も同様の視点が必要です。

- ・情報過多だと伝わらない
- ・伝わりやすさには方法がある
- ・「伝えたい」だけでなく、どうしたら「伝わるか」の発想を持つことが必要

特に、展示パネルの情報設計については、情報を詰め込みたくなる気持ちをぐっとこらえて、「読ませるものではない」ことを意識し、詳しい説明は手持ち資料によって説明できるようにすることが重要です。

本講演会では、「伝わらないのは受け手の能力のせい」ではなく、「送り手の設計の問題」であるという視点を持つことの重要性を学びました。

参加者からは、「色彩設計の観点を知ることができた。」「ユニバーサルデザインで情報を見やすく、わかりやすく、伝わりやすくする為の考え方、改善を学びました。」「ユニバーサルデザインが案件の要件・仕様に含まれることが増えてきている。」「展示会のみならず、社内向け・社外向け資料の作成に活かせる。」等の声が聞かれました。



一般財団法人みやぎ産業交流センター

〒983-0001 宮城県仙台市宮城野区港 3 丁目 1-7

TEL022-254-7111 FAX022-254-7111

URL <https://www.yumemesse.or.jp>