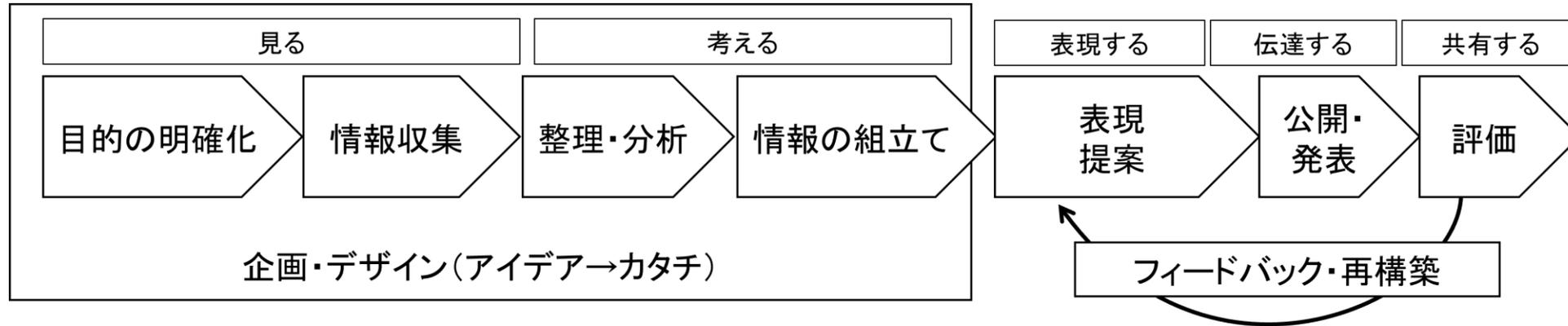


# 情報デザインの考え方



「深い学び」を実現する探究的な学習

【専門教科情報】による多くの実践例

- ・コンピュータデザイン(2003年～)
- ・情報デザイン(2012年～現在)

# ナッジがもたらす効果

行動科学的な根拠に基づき世界的に効果が立証されている内容(6)(7)(8)

- ・足形のステッカー(9)
- ・がん健診受診率向上(10)
- ・ランキングの効果(11)
- ・オプト・イン方式の事例検証(11)
- ・たばこのパッケージの健康警告画像
- ・エネルギー節約(12)
- ・レストランメニューのカロリー表示
- ・IKEAの戦略(店舗設計等)(12)



日本の事例も多くある・・・「環境省」「厚生労働省」

人の行動を無意識によりより方向へ変容するデザイン

強制されない・選択の自由の保障

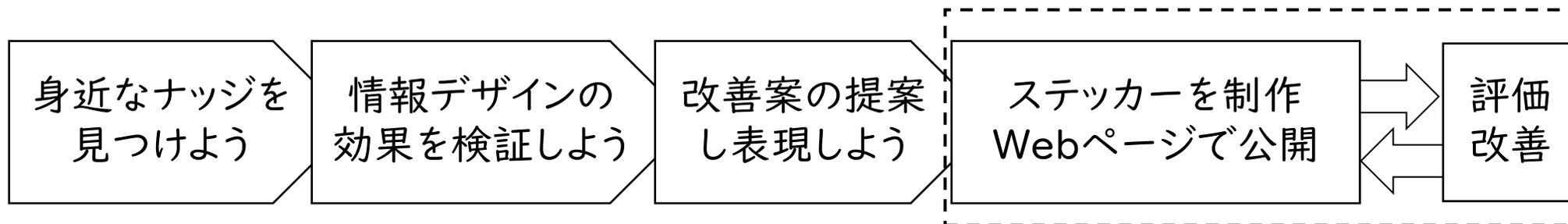
# 情報デザインとコンテンツ

【基本】「情報Ⅰ」  
(2) コミュニケーションと情報デザイン

+

【発展】「情報Ⅱ」  
(2) コミュニケーションとコンテンツ

## 本単元の学習活動の流れ



1. 情報デザイン、行動デザインの考え方の取得
2. フィールドワーク調査（情報収集）
3. 情報デザインの効果の検証（データ収集・分析・活用）
4. 改善案や新たなデザインの提案
5. コンテンツの公開
6. 評価・改善（Googleフォームの活用）

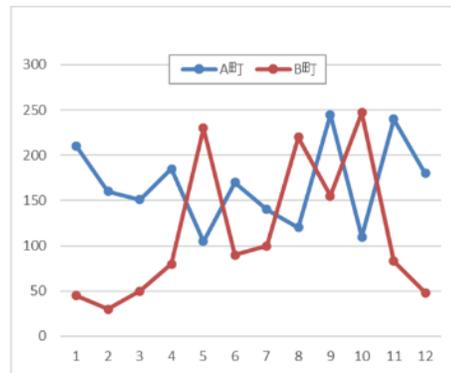
# 情報デザインとコンテンツの単元指導計画

	内容	具体的な学習
1	【情報デザインを理解する】	情報デザイン、行動デザインの考え方の取得
2	【情報デザインの実際】	フィールドワーク調査（情報収集）
3	【効果の検証】	情報デザインの効果の検証（データ収集・分析・活用）と提案 テキストマイニングによる評価の分析 Jamboardを利用したブレインストーミング等によるデザインの提案
4 5 6	【コンテンツの制作と公開、共有】	改善案や新たなデザインの提案、コンテンツの公開 ・制作:Powerpoint,ペイント等による制作
7	【評価と改善】	評価・改善（Googleフォームの活用）

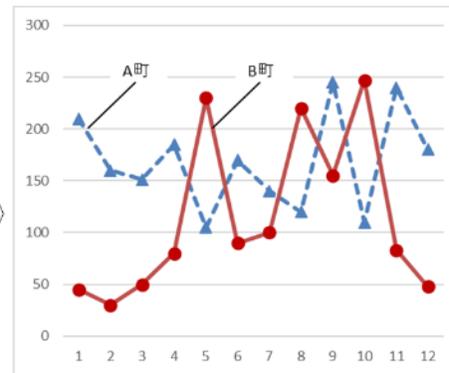
# 1 情報デザインを理解する(事前学習)

理解⇒観察⇒理解

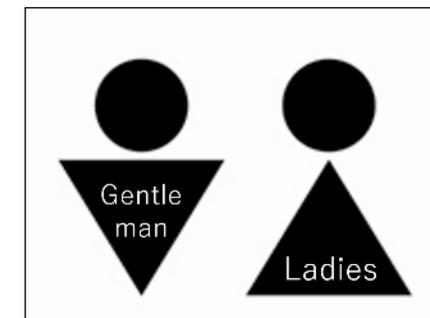
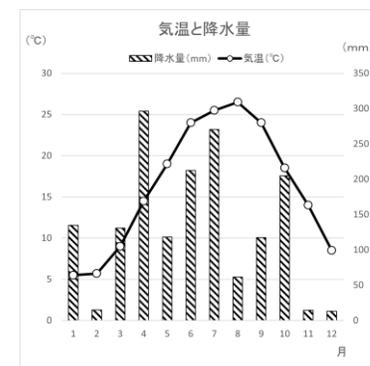
- ・ユニバーサルデザイン(駅が多言語対応)
- ・ユーザビリティ(容器や形)
- ・アクセシビリティ(Webサイト評価)
- ・シグニファイア(行動デザイン:行列の足跡表示など)
- ・色に頼らないデザイン(色覚の多様性への対応)(5)



×色だけ



○色とカタチ



身近なナッジを見つけよう

情報デザインの効果を検証しよう

改善案の提案し表現しよう

ステッカーを制作Webページで公開

評価改善

## 2 情報デザインの実際（フィールドワーク）

フィールドワークを見据えた事前学習の必要性

（情報社会の法と権利、メディアとコミュニケーションなどの単元）

- ・著作権、知的財産、個人情報等については、事前の単元で学習しておく
- ・収集方法や保存の手法（タブレット、クラウドの使い方）
- ・調査のアポイントの取り方、学習の目的や趣旨説明やメールの作法と活用

(1) 身近なナッジを見つけよう

情報通信ネットワーク（情報検索）

フィールドワーク調査（登下校時、夏休み、校内・校外）

(2) 効果の具体

調査シートに具体的な記述（後で、利用しやすい）

フィールドワーク調査シート

名前 \_\_\_\_\_

調査日時 \_\_\_\_\_

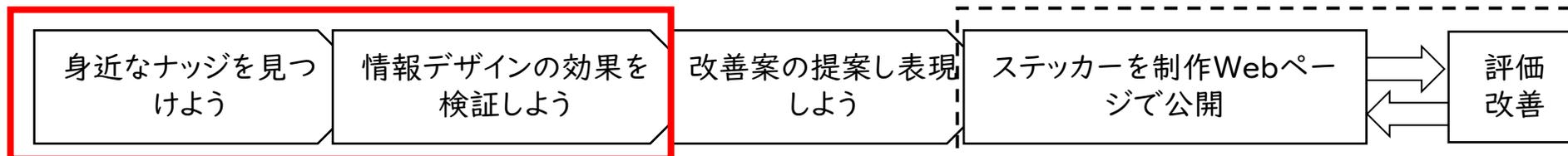
調査場所 \_\_\_\_\_

調査メンバー \_\_\_\_\_



どのような効果があるか

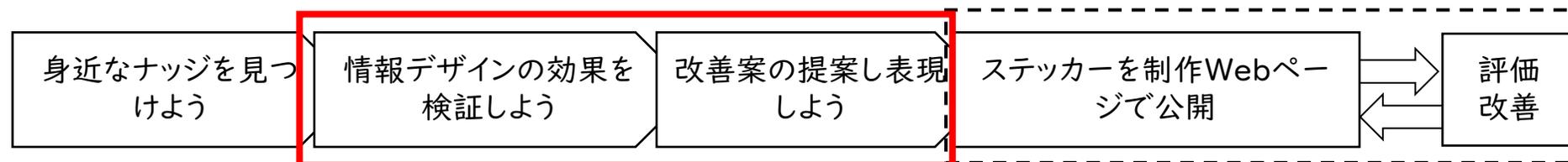
問題点や改善の要望



### 3 効果の検証・改善案の提案

---

- 情報デザインの効果の検証（データ収集・分析・活用）と提案
- テキストマイニングによる評価の分析⇒出現頻度の高い用語とコンテンツの関連性
- Jamboardを利用したブレインストーミング等による**多くのアイデアの創出**
  - ⇒ **医療・環境・福祉・マナーなど「行動変容」のカテゴリー分類**
- カテゴリーごとのグループに分かれてデザイン提案



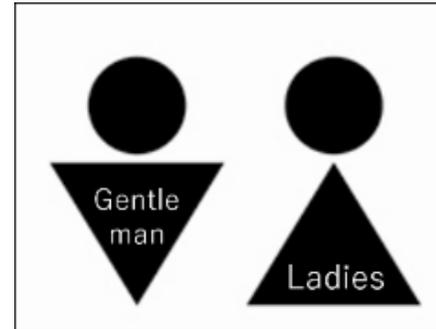
## 4 コンテンツの制作と公開, 共有 ⇔ 再構築・再提案

(1) ナッジに基づくデザインのステッカー制作とWebページでの情報共有

- ・コンテンツの制作と公開 (Webページなど)
- ・地域連携、地元の商店街などと連携し、意見を収集する

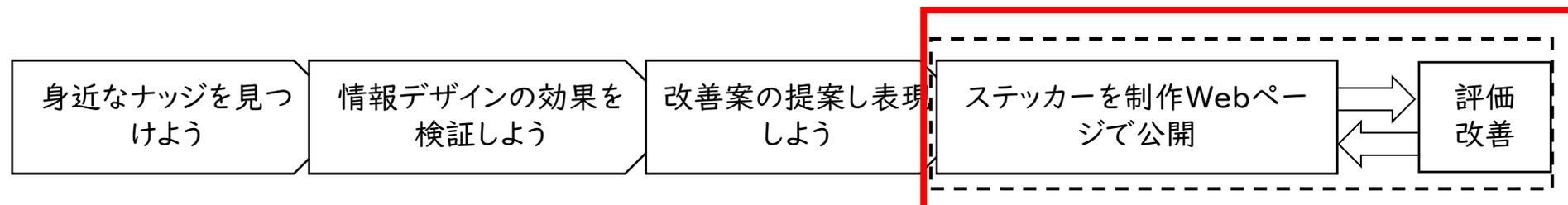
(2) 役割分担の例

- ① 全体企画担当
- ② Webページ制作
- ③ ステッカー制作と再構築
- ④ 地域との連携
- ⑤ 評価の収集と分析



(3) 評価と改善 (繰り返す)

- ・地域・保護者等) への情報提供を行う。
- ・収集した外部評価 (地域・保護者等), 相互評価, 4段階評価等の内容を分析し, コンテンツの再構築を図る。
- ・改善案の公開と提案



# 参考文献

---

- (5) 高橋 佑磨, 片山 なつ: 「伝わるデザイン | 研究発表のユニバーサルデザイン」オフィス伝わる, <https://tsutawarudesign.com/> (2021.11.アクセス)
- (6) Cass R. Sunstein, Licia A. Reisch, (解説) 大竹文雄: 「Trusting NUDGES」データで見る行動経済学, 日経BP, (2020.4)
- (7) Cass R. Sunstein: “Behavioral Science and Public Policy”, pp4-7 (Nudges and Well Beyond Nudges), CAMBRIDGE UNIBERSITYPRESS (2020).
- (8) スティーブン・ウェンディール: ”行動を変えるデザイン”, pp28-33, pp387-414, オライリー・ジャパン (2020).
- (9) 環境省: 「新型コロナウイルス感染症対策における市民の自発的な行動変容を促す取組 (ナッジ等) の募集について (結果)」 (2021.11.アクセス)  
[http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/COVID-19\\_r.pdf](http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/COVID-19_r.pdf)
- (10) 厚生労働省 「明日から使えるナッジ理論」 [https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage\\_04373.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_04373.html) (2021.11.アクセス)
- (11) イリス・ボネット, 池村千秋 (訳): ”WORK DESIGN-行動経済学でジェンダー格差を克服する-”, pp313-316, NTT出版 (2020)
- (12) キャス・サンスティーン, 田総恵子 (訳): “ナッジで, 人を動かす”, pp3-48, p179-184, NTT出版 (2020)