

SNSを利用した参加型デザインワークの試み

田 中 みなみ、ジャクリーヌ・リーヴス

Case study of an SNS-oriented design workshop

TANAKA Minami, Jacqueline A. Rives

概要:

We held a social network system (SNS) oriented design workshop from June to July 2012 during Sagami Women's University Open Campus events. We used SNS Pinterest to design a water bottle label. Steps are as follows; 1. Gather images with Pinterest, 2. Repin and collect images on each student's board, 3. Design bottle labels referring to collected images on the boards, 4. Take and upload bottle photos, 5. Collect the evaluations for designed bottles, 6. Determine a main design and refine it.

Pinterest is useful for collecting images, but there is the risk of copying. On the other hand, SNS is effective to communicate across time and place.

1. はじめに

本学メディア情報学科では、2011年度の相模原市および相模原市商工会議所との共同プロジェクトである「さがみの潤水」プロジェクトの延長として、2012年は相模女子大学オリジナルボトルラベルを制作することになった。

2. 目的

相模女子大学オリジナルボトルラベル（以下ラベル）をデザインするにあたり、オープンキャンパスのイベントとして、SNSを利用した参加型のデザインワークを試みることにした。本稿では、2012年6月より8月まで1年生有志を中心としたソーシャ

ル・ネットワーク・サービス（以下SNS）利用の試みについて記録することを目的とする。

3. 背景

3.1.SNS利用の背景

SNSは、「社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスの事である。（中略）狭義には、ソーシャル・ネットワーキング・サービスとは人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の会員制のサービスと定義される。あるいはそういったサービスを提供するウェブサイトも含まれる」¹。代表的なものでは、Facebookのほか、ゲームのプレイヤーをつなぐGREEや、ネットワーク上に小さなコミュニティを作るmixi（ミクシイ）

¹ ウィキペディア (Wikipedia): フリー百科事典「Pinterest」最終更新 2012年9月18日 (火) 10:18

が、2004年前後から立ち上がりはじめた。そのほかにも、e-ラーニングのサイトにもSNS機能が設けられるなど、ネット上の仮想空間上でグループ内の人と人をつなぐ目的で進化してきた。そのなかで、Pinterest（ピンタレスト）は、写真共有を目的としたSNSである。SNSとしては後発で、供用開始が2010年である。日本では2012年5月に楽天が出資することを発表して広く知られるようになった。

今回、画像SNSであるPinterestを、グループワークでのデザイン開発に援用できないかと考え、「さがみの潤水」ラベルデザインを事例に参加型デザインワークを試みた。

3.2.Pinterestについて

Pinterestは、2009年に開発がはじまり2010年から供用が開始された画像を掲載するサイトである。名称は「自分の興味の対象をピンナップする」というサイトの機能の「Pin」と「Interest」に由来している。機能はピンナップボードをイメージするとわかりやすい。ユーザーは何枚かのピンナップボードを用意する。ユーザーの用途に合わせて分類し、それらを公開することができる。文章を書かなくても画像をピンナップする感覚で手軽に自分を表現できることから開設直後から急成長し、その人気ぶりがニュースになった。また、女性のユーザーの比率がきわめて高いことも特徴である。サイトの機能は下記の通りである。

(1) 被検索性

画像を取り扱うデザイン関係の仕事において画像検索は悲願であった。古くは1980年代後半から開発が始まった特許庁の意匠検索がある。画像の検索は、単語に頼らざるを得ない。「丸い」とか「角張っている」といった単語を画像と併せて入力しておき、検索するときには文言を入力して絞り込む。つまり、その画像を表現し説明するテキストデータが豊富につけられているか否かが、画像検索の実用性の分かれ目となる。Pinterestは、画像を自分のボードに貼り付けて楽しんでも良い。そのかわり、テキストを必ず追加することという交換条件でテキストデータを拡充していこうというビジネスモデルである。実際には写真の下に解説をつけられるようになっていたので、書き込んだ単語からインターネット上の

検索にかかるようになる。

また、「ファッション」「インテリア」など、あらかじめ分類されている項目もあるので、該当する項目にボードを入れておくと検索されやすくなる。

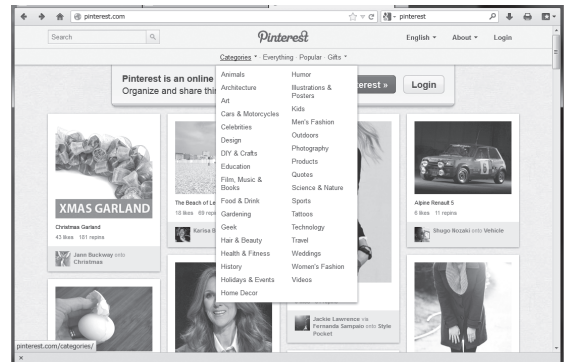


図1 Pinterestの画面とカテゴリー

(2) 写真をピンナップする方法

写真を自分のボードにピンナップする方法は単純で、Pinterest内であれば「Repin」というボタンを押せばダイアログボックスが出てきて解説を入れて自分のボードのどこに入れるかを指定するだけで済む。他のサイトの場合もPinterestとの連携があれば「Repin」は簡単に済む。手軽さが魅力である。

(3) インターネット上の公開

集めた写真とボードはインターネット上に公開することになる。このとき、アカウント名は本名でなくてよい。写真は、通常のブラウザであれば4列ないし5列に、まるであみだくじのように配置される。配置が上下にずれながら、微妙に下部の写真が見えていることから、「次の画像はなんだろう？」とスクロールし、結果としてそのページでの滞在時間が長くなることも、Pinterestの特長のひとつとされる。

(4) SNSとしての試用する場合の特徴

特定の相手や、グループを形成することはしない²。自分のボードに気に入った写真を集めておくと、写真につけられたタグが語群を形成し、似たような趣味を持つ人がその写真を探し当ててくる。写真を探し当てたときにボードが気に入ればボードを、その人物が気に入ればその人のボード全体を、お気に入りのようなかたちで登録（フォロー）することができる。ゆるやかな繋がりが魅力である。

(5) 利点

- ・わかりやすさ・イメージしやすさ

概して、「ピンナップボード」という、現実にも存在する物体を仮想空間に置き換えたものなので理解しやすい。このサービスが何をしようとしているのかがわかりやすい。

- ・アカウント管理が容易

TwitterまたはFacebookのアカウントでログインするようになっており、新たなログイン名を用意しなければならないという面倒さがなく、ログイン方法とアカウント管理が用意である。

- ・メニューの少なさ

機能を絞っているのも、メニューも少ない。きわめて単純明快な作りである。

(6) 問題点

- ・画像の著作権 Pinterest最大の課題である。ユーザーに対しては、オリジナルサイトをみつけてソース（原典）を明示して引用し、子引き、孫引きはしないよう呼びかけている。しかし、オリジナルを明示してあっても、写真を個人のサイトに引用することについては、議論の最中である。
- ・日本語対応 2012年6月の取り組み開始時点で、日本語対応をめざしてスタッフ募集の公告が出されていたものの、11月現在で、まだ日本語対応がなされていない。コメント等は日本語で記入することができるものの、メニューや取り扱い説明が英語であるため、日本人のユーザーが作った別サイトを参照しながら使わなければならない。
- ・スマートフォンへの対応 2012年6月の時点ではスマートフォンの対応がなされていなかったものの、順次対応が進んだようである。先にiPhoneの専用アプリが公開され、2012年11月現在では、Androidの専用アプリも公開されている。

3.3.「さがみの潤水」ラベルデザインプロジェクト

(1) 「さがみの潤水」ラベルデザイン

「さがみの潤水」のラベルデザインは、相模原市で採取した水をペットボトル詰めして販売しようという計画で、2011年10月に立ち上げが開始され、11月19日のイベントでの名前募集に向けて、コンセプトメイキングとプロモーションビデオの制作が急遽開始された。翌年2012年4月のイベントでの販売を

目途にボトルラベルのデザインが依頼され、名称未定のままデザイン制作を先行開始し、12月に名称が決定して、本格的にデザイン案を練りはじめた。コンセプト未定、名称未定のままラベルデザインが走り出したため、デザイン案は4案を制作し、商工会議所のメンバーによる選考会を経て、2012年2月にジグソーパズルをモチーフとしたデザイン案を最終案とすることが決定し、ラベル印刷を経て4月に相模原商工会議所より正式に発売が開始された。

この間、最終デザインは、商工会議所によって変更がなされ、商品名の文字について、「潤水」の文字が目立つように太く大きくまた「さがみの」の文字は青から赤に変更されるなどの経緯があった。

3.4.デザイン過程におけるSNSの利用

通常のデザインの過程は、ターゲット等の目的を定め、コンセプトを確定し、コンセプトにしたがってデザインを展開し、場合によっては試案に対する事前市場調査等を経てから市場展開となる。メディア情報学科では、教育課程として市場調査、デザインをおこしていくためのPCを使った画像制作技法に関する授業はあるものの、コンセプトメイキングについては「デザイン概論」で触れる程度である。また、本学科の弱点として、アイデアをビジュアルに展開する過程についての十分な授業時間をとれていないことがある。このため、アイデアのビジュアル化についての技法をデザイン系の学科とは異なる方法で学習することが必須である。

4. 試行

4.1.実施内容

今回の試行では、Pinterestを使ってふたつの実践を試みた。

(1) 英語の使用

1-a) 自分の欲しい画像を英語で検索する

1-b) Repinする際に、自分の感じたことを英語で記入する

(2) デザインへの応用

2-a) コンセプト（言葉）をイメージ化する

2-b) 得られた評価を利用する

4.2. 実施期間

本学メディア情報学科1年生を対象に、Pinterestを使用してのデザイン作業の可能性を検討した。期間は2012年6月より7月である。

**相模原市との連携プロジェクト
水のラベルデザインイベント**

- 女性に人気のあるSNS "Pinterest"を使ってサガジョ学生でオリジナルボトルをデザインします。
- デザインしている現場を、オープンキャンパスで公開します。

イベントのポイント

- 「みんなで作るデザイン」のためのツールとして、新しいSNSであるPinterestをデザインワークに利用する新たな試みです。
 - インターネットを使うことで、世界中のデザインアイデアを集めます。
 - SNSを使うことで、場所と時間を束縛されずにコミュニケーションしながらチーム作業を進めます。
- 授業で学んだ技を使っています。
 - CG制作(1年次「DTP演習Ⅰ」で学習)と写真撮影技法(2年次「DTP応用」で学習)を使います。
 - 英語でのコミュニケーションを体験します。
 - 販売されている「さがみの潤水」も同様にデザインしました(「メディア実習」)。
- お土産があります。
 - デザインに意見を出してくれたかたは、10名限定でサンプル撮影後、デザインしたサンプルボトルをお持ち帰りいただけます。
 - もちろん、オリジナルデザインは世界に向けて発信します。



図2 オープンキャンパスの企画の説明に使用したプレゼンテーション資料

5. 結果および考察

5.1. 画像を検索してボードを準備する作業

画像を検索してボードを準備しておく下記の2つの作業は、主として英語を使うことになった。

(1) 自分の欲しい画像を英語で検索する

素材集め

- Pinterestに自分のアカウントを作り、ピンナップ用のボードを準備します。
- 左上の[Search]に単語を入れて他の人のボードを表示します。
 - 気に入った素材があったら、[Repin]をクリックします。

メンバーをフォローする

- メンバー(あるいは他人)のサイトで[follow]ボタンをクリック。
 - フォロー開始時のみ相手に通知されます。
 - 相手の特定のボードだけフォローすることもできます。
- [Comment]をクリックしてメンバーのサイト上の画像にメッセージを入れます。
 - 日本語可能ですが、他の人からサーチしてもらうことを考えると英語がベター

共有する

- フォローすると、自分のページのメニューに[Pinners you follow]が出るので、メンバーのアップした画像を見つけやすくなります。
- Pinterest使用上の注意
 - 著作権があるので、他のサイトからピンする場合は注意。
 - アカウントをとるのに2日程かかる。

図3 Pinterestの使い方についてのプレゼンテーション資料

(2) Repin する際に自分の感じたことを英語で記入する

Pinterest 上での画像の検索と、検索した画像を Repin してボードに集めておく作業については、オープンキャンパスでの画像制作に当たる学生だけでは足りないので、英語の授業科目で実施した。

(1) 自分の欲しい画像を英語で検索する、についても、また、(2) Repin する際に自分の感じたことを英語で記入する作業についても、メディアの表現に使用する実践的な英単語を想起する訓練として有効であった。

なお、この作業はイベントに先んじて授業を利用して実施した。

5.2.デザイン作業

デザイン作業においては、

- (1) コンセプト（言葉）をイメージ化する
- (2) 得られた評価を利用する

という2点においてPinterestを利用することを想定した。しかしながら、(1)については十分な時間をとることができず、むしろ、時間の限られたイベント内でいかに楽しく（つまり、手軽に）デザインを仕上げていくかに重点を置いたため、イメージが集められたボードを利用して、モチーフを直接かたちに置き換えたデザインが多くなった。

デザインしたラベルは2012年6月10日のオープンキャンパスのイベント会場でラベル用紙に印刷し、ペットボトルに巻いて、撮影チームが撮影してPinterestにアップロードした。

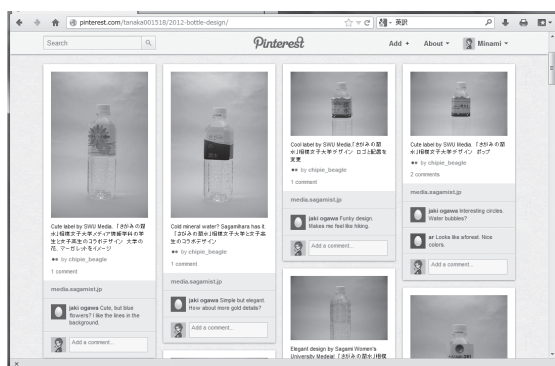


図4 試作ボトルの写真をアップロードしたPinterestのボード

5.3.デザインの評価

デザインの評価は、Pinterestがアップロードされた直後から開始し、主として英語の授業内で、英語によるコメントを書く練習として進められた。さらに、2012年7月21日のオープンキャンパス当日にも2会場で、現物による投票と英語によるPinterestデモンストレーションとして実施した。

英語が得意ではない学生のために、あらかじめ想起される英単語を用意しておき、それらを適宜組み合わせるという方法をとった。

5.4.デザインの決定とリファイン

投票の結果と得られた評価をもとにデザイン案を絞り込んだ。

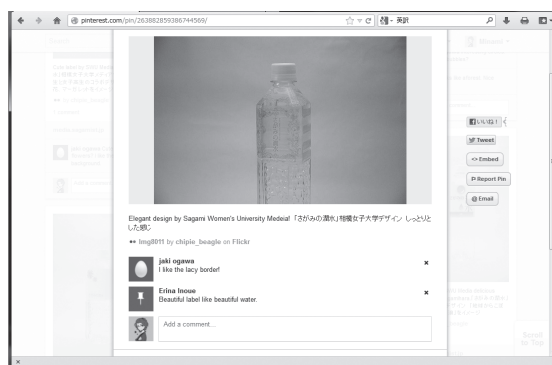


図5 最終案のボトル

6. おわりに

デザインワークにとっては、世界中のデザインを瞬時に知ることができるのは魅力である。一方で、デザインが具体的なかたちで目の当たりになるため、その存在に圧倒されてしまい、白紙の状態からアイデアを出すという最も大事な行為をないがしろにしてしまう可能性はぬぐえない。

他方で、SNSというあたらしいグループワークの方法は、時間と場所を越えてコミュニケーションできるツールとして、有効に活用できることがわかった。さらには、英語の学習において、Pinterestには学生の興味の対象が多数アップロードされているため、より英語に抵抗感なく親しめるようになった学生もいた。