



iwork-pro.jp

アイ・ワーク News

iwork News Vol.36

クリックして
Webサイトへ
アクセス



ゆる〜く語ろう。

YURU YURU TALK vol.1

デザイン 編



今回はデザインについて、思うままにゆる〜く語ります。

いいデザインって何だろう？

気がつけばグラフィックデザイナーになって25年以上経ちますが「いいデザインって何だろう？」と頭の片隅でずっと考え続けている気がします。新人デザイナーから始まり、チーフデザイナーを経て、現在はアートディレクターとしてデザインに関わっていますが、立場や役割が違う中で「いいデザイン」に対する考え方も変わってきていると感じています。

新人デザイナーの頃は、とにかく「おしゃれでカッコいいデザイン = いいデザイン」と思っていました。若さ満載ですが、この時期が一番デザイン本に触れ、いろんな先輩に話を聞きに行ったり、とにかくガムシャラに突っ走っていました。今思えば吸収力が一番あった時期だったなぁと思います。

チーフデザイナーの頃は、経験値が増え自分らしさがデザインに見え始め、デザインについて最も熱く語っていた時期

ではないだろうか(笑)。また、後輩デザイナーの相談役として、実力はそこそこに先輩風を吹かせてアドバイスをしていたことも懐かしい思い出(内心ビビりまくっていました...)

現在は、アートディレクターとしてデザインに関わるディレクション、主にデザイナーの教育に注力しながら「いいデザイン」とは何なのかを日々追求しています。

センス or ロジック ではなく センス and ロジック。

以前は、デザインにおいてセンス(ここでは感性)があるとかないとかをよく耳にしましたが、今では「デザインはセンスよりもロジックが重要」という考えが主流となっているように感じます。「センス」という言葉はあまり好きな言葉ではありませんが伝わりやすくするために、あえて使用しています。

デザインはクライアントの抱える課題を解決するもの・目的を達成するものという観点から、どんなに見た目がよくても

それは「いいデザイン」とは言えないのではないか。うんうん確かに。

なぜその見た目にしたのか？レイアウト・色・フォント・キャッチコピー・素材・形状など、それらを選んだ理由を言語化し説明できる論理的なプロセスがロジックです。これを理解した上でデザインすることがとても大切になります。

見た目だけでは説得力に欠け、上辺だけのデザインになってしまう。逆にロジックを重視するあまり、見た目がお粗末になるというのもただけでないですね。ロジックとしては問題ないけど、なぜか見た目がしっくりこない。これって意外と多くあるんじゃないかなと思っていて、デザイナーとしては腕の見せどころです！「センス or ロジック」ではなく「センス and ロジック」を追求していくことが、競合との差別化につながり、弊社の強みになると信じています。

<記事・デザイン>
スマイルクリエイターこと
アートディレクター 岩元/T.IWAMOTO

Google 検索の次は AI 対策 !?

新常識 LLMO ってなに?

Webサイトを運営する皆様、SEO(Search Engine Optimization:検索エンジン最適化)については、既に取り組まれているかと思えます。しかし今、Web業界では新たな対策が注目されています。それが、LLMO(Large Language Model Optimization:大規模言語モデル最適化)です。「また難しい専門用語が出てきた……」と身構えますよね。できる限り、わかりやすくお伝えします!

LLMOはAIに選ばれやすくする対策

ChatGPTなどのAI(大規模言語モデル)に質問をしたとき、AIがあなただの会社やサービスを「おすすめ」として紹介してくれるように整えることをLLMOと言います。(検索結果上部のAI Overviewsも含まれます)

SEO Googleなどの検索結果で上位に出るための対策

LLMO AIが回答を生成する際に、自社の情報を引用してもらうための対策

今や多くのユーザーが「ググる」だけでなく「AIに聞く」時代になっています。AIに「地域で一番の〇〇会社は?」と聞かれた際、自社を真っ先に挙げてもらうための準備が必要です。

HTMLがわからなくても大丈夫!

LLMOで最も重要なのは、コードの書き方ではなく「情報の質と信頼性」だからです。

AIはインターネット上の膨大な情報をもとに回答を生成します。つまり、AIにとって「読みやすく、信頼できる情報」がネット上に公開されていれば、専門的なプログラミング技術がなくてもAIに認識されやすくなります。

日本語で大丈夫!



今日から「すべきこと」3選

特別なツールを導入する前に、まずは以下の3点を意識してWebサイトを更新してみましょう。

① 「具体的で正確なデータ」を掲載する

AIは曖昧な表現を嫌います。「地域で人気です」と書くよりも、「創業30年、年間1,000件の施工実績あり」のように、数字や事実を具体的に記載してください。これがAIの「根拠」になります。

② 「よくある質問(FAQ)」を充実させる

AIは「問いと答え」のセットが大好きです。お客様からよく聞かれる質問とその回答をWebサイトに掲載しておく、AIが内容を参照しやすくなり、ユーザーから似た質問があった際に、あなたの会社の回答が取り上げられやすくなります。

③ 外部サイトやSNSでの「言及」を増やす

AIは自社サイトだけでなく、ネット上のニュース記事(プレスリリース)やSNSでの評判もチェックしています。他メディアで紹介されたり、SNSで話題になったりすることが、AIにとっての「信頼の証」となり、LLMOに直結します。

AI時代に「選ばれる会社」になるために

LLMOはまだ始まったばかりの概念ですが、早く取り組むほど先行者利益が得られます。

「難しい技術的なことは制作会社に任せたいけれど、自分たちでできることから始めたい」という方は、まずは自社の強みを「具体的で、嘘のない、整理された文章」で発信することから始めてみてください。



“糖質捜査官”

WEBディレクター 川出
K.KAWADE