

HCDアワード ベストプラクティス推薦書

\*は記入必須事項です

事例名*	いずれかを削除*	記入者氏名*	記入日*
企業コミュニケーション施策における「伝わるしくみ(R)」プロセスの活用	自薦	株式会社コンセント 佐藤史	2014年 12月 11日
<b>推薦理由*：</b> HCD活動として優れている点、今後のご自身の活動において参考になる点などを記述して下さい。 これまで、人間中心設計の手法は、ウェブサイトやモバイルアプリなどデジタル機器・メディアを通じたユーザ体験創出の分野で多く使われてきた。また、企業コミュニケーション施策の検討という と、ユーザの体験や価値よりも発信者（企業）側のメッセージや意思がより重視されるものというイメージが強い。 「伝わるしくみ(R)」の特長は、印刷媒体の制作プロセスにおいても、読者（＝ユーザ）視点に立脚して、コンセプト策定から企画編集・デザインをおこなうべきという考えを取り入れ、誰もが使える汎用的なツールに展開したことである。 これらの手法は、制作過程における関係者間でのイメージ共有と合意形式の円滑化に貢献している。		<b>ISO9241-210で規定するプロセスの特定*：</b> 5つのサブプロセスの中で該当する部分を特定し 活動の詳細をご記述 <b>★利用状況の理解と明示</b> ・発信者（企業）が伝えたい情報を可視化する手法の開発 ・読み手（ユーザ）が知りたい（もしくは興味を惹く）情報を可視化する手法の開発 <b>★評価</b> ・情報媒体の一般的動向の把握と、現状の施策に対する評価	
<b>最終成果物の概要*：</b> 概要を説明し 成果物を示す画像を貼ってください。ウェブページの場合はURLを明記して下さい。 会社案内、広報誌、社内報等、企業コミュニケーションツールの企画制作プロジェクトにおいて、以下の手法を開発・導入した。 1、企業側の意思の可視化、関係者間によるワークショップの実施 （例：企業のブランドイメージや事業コンセプトを、クリエイティブムードボードやKJ法を用いて検討） 2、関係者の意見のサンプリングと重み付けによって、読み手（ユーザ）が知りたい情報を検討 （例：会社案内や広報誌を制作する際、実際にそれを持参して顧客訪問する営業職に対してインタビューを実施、コンテンツ施策に反映した） 3、現状分析とベンチマーキング （例：ヒューリスティック評価手法を参考に、印刷媒体を分析評価。「コンテンツ」「編集」「デザイン」「紙質、加工形態」など広報ツールならではの独自の評価指標を立てて、デザイナー・編集者等複数名のメンバーが客観的評価をおこなった）		<b>専門家としての評価*：</b> 評価するポイントやできれば、表彰による波及効果などをご記述ください。 印刷物やウェブサイトなど企業広報媒体の企画制作プロセスは、コンテンツの面白さやビジュアルデザインの印象など各人の先入観や好みで、良し悪しが判断されやすい。 従来は、感性の領域が強いと思われがちだった編集やグラフィックデザインの分野に、HCDの思想やエッセンスを活かした新しい手法を開発し導入した。 <b>同意事項*：</b> ご推薦いただいた事例は、推薦者名と共に、HCD-Net内で公開いたします。公開の可否について、以下のいずれかを○で囲んでください。	
受付番号：16		承諾する	

<p><b>事例名*</b></p>	<p>参考資料：以下の欄内に添付してください。画像は合計1GB以内にしてください。</p>
<p>企業コミュニケーション施策における「伝わるしくみ(R)」プロセスの活用 「伝わるしくみ(R)」の紹介</p>	<p>(必須) 本申請に記載されたプラクティスの成果物（製品やウェブサイトなど）の画像。 (任意) 本申請に記載されたプラクティス事例が紹介されている新聞・雑誌・ウェブ</p>

★社内への教育・啓蒙活動

社内の制作ディレクターであれば、誰でも各媒体の制作プロジェクトに導入できるように、以下のような共通テンプレートや手法を用いている。

[https://www.evernote.com/l/ARZjA\\_dAWitG0oaKXj\\_K0dtkJEZs98omS00](https://www.evernote.com/l/ARZjA_dAWitG0oaKXj_K0dtkJEZs98omS00)

★顧客企業への啓蒙活動

エンドクライアント（主に広報やIRの担当者）への啓蒙のために、弊社ウェブサイトで基本的な考えを発信している。

<http://www.concentinc.jp/labs/2011/07/tsutawarushikumi/>

また、クライアントと自社内制作ディレクターに対する教育啓蒙活動も実施している。

例：企業の広報担当者のためのセミナー開催 <http://www.a-m-u.jp/event/series/-cafe/>



クリエイティブムードボードやKJ法の手法を取り入れた企業ブラ

企業広報ツール（会社案内、CSR

受付番号：16