

CSSnITE

LP27

Smartphone
part 3

2013.5.25

NTTデータグループウェブサイトの マルチデバイス対応

伊原 力也



はじめに

- <http://www.nttdata.com/jp/ja/>
- 「NTTデータ」で検索



自己紹介

- 伊原力也

- ビジネス・アーキテクト

- シニアインフォメーションアーキテクト

- mokuva

- Twitter: magi1125

- Facebook: Rikiya Ihara





まだ僕には帰れる所があるんだ。
こんなに嬉しいことはない。

metamorph FIRST EXHIBITION
THE LAST SHOOTING - 最後のシロモノ展 -

演出 藤井 淳
山本 義典
原田 大
音楽 志保
KO-ZOU
衣装 藤井 淳
照明 志保

美術 藤井 淳
衣装 志保
音響 志保
照明 志保
照明 志保
照明 志保

metamorph

THE LAST SHOOTING

THE LAST SHOOTING TOKYO
2018年10月13日 - 15日(3日)
12:00 - 20:00 最終日18:00まで

Reception Party 2018年10月12日(土) 17:00 - 20:00
会場 Design Festa Gallery HABAICOMU

THE LAST SHOOTING FUKUOKA
2018年10月27日(土)
会場 SOMEWHERE

SOMEWHERE

THE LAST SHOOTING SAPPORO
2018年11月17日(土)
会場 Du & Mary

Du & Mary

THE LAST SHOOTING OSAKA
2018年11月24日(土)
会場 MEFLAS OPEN SPACE

MEFLAS
metamorph language

Organized by
metamorph

Produced by
Metamospheré

事例を通して

1. どのようなときにレスポンシブウェブデザイン (RWD) を選んだらいいの？
2. RWDやるならデザインインブラウザで作らなきゃいけないの？

本題に入る、その前に

5分でわかる！NTTデータ グループウェブサイト戦略



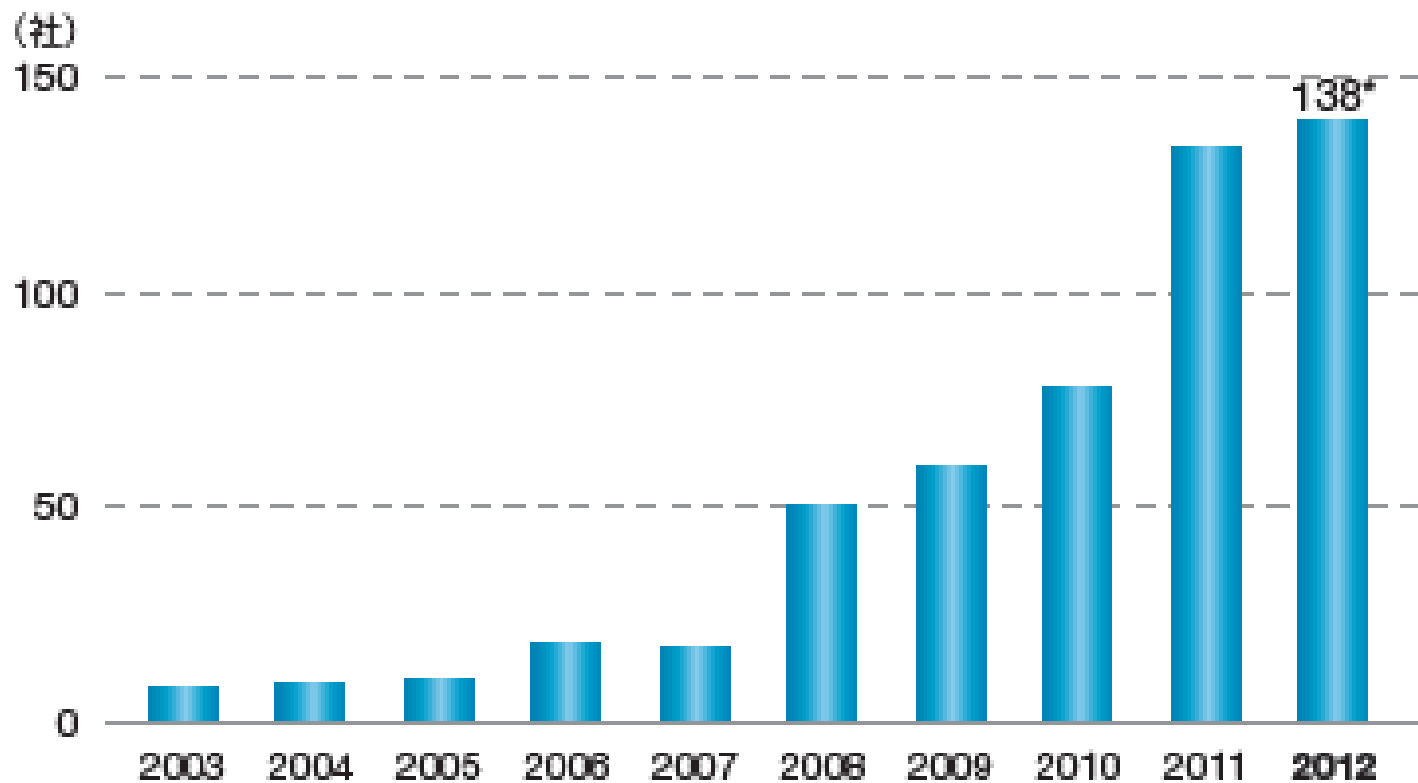
NTTデータとは？

- 人々の暮らしをITで支える会社
 - 銀行振込の仕組み
 - 飛行機の経路設計システム
 - 税金の電子申告システム
 - 救急車と病院の連携システム
- 続きはWebで！

世界で第6位

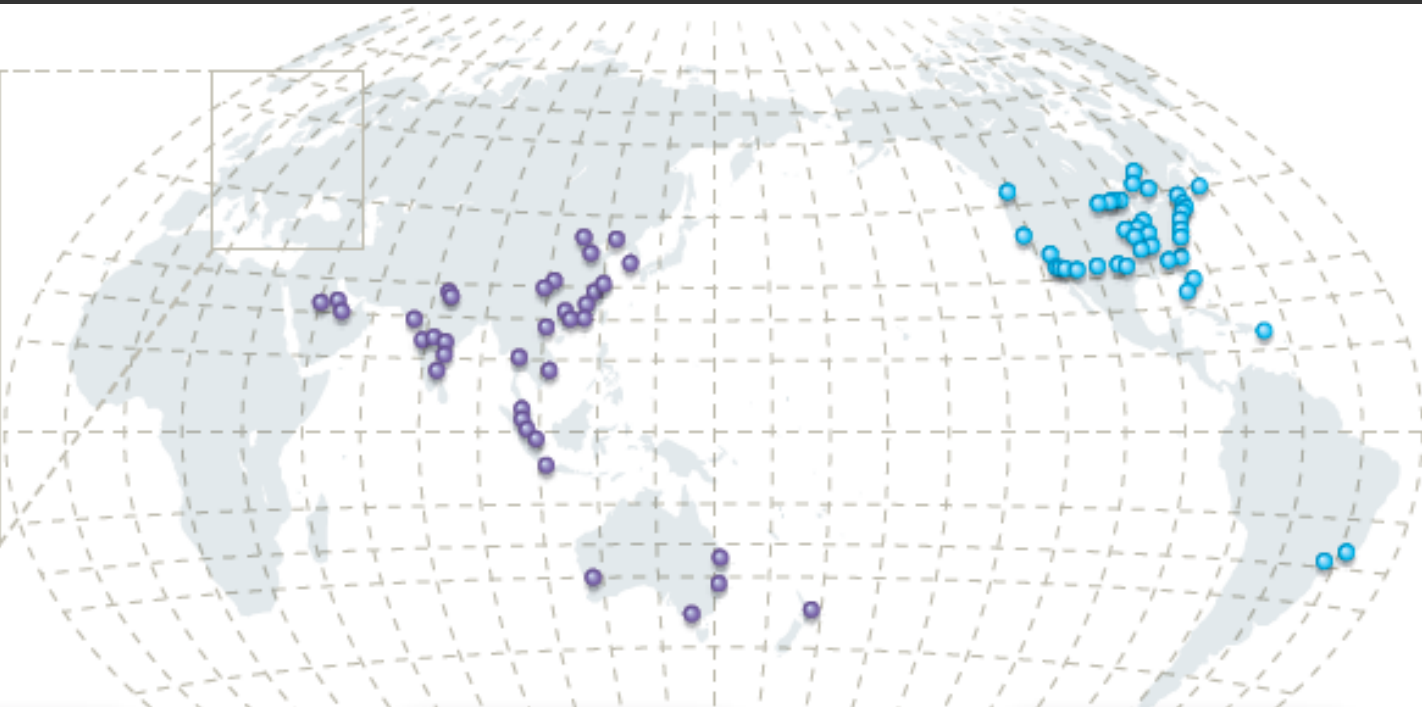
2011			
順位	会社名	売上高 (百万ドル)	成長率(%) (2010-2011)
1	IBM	60,039	6.6
2	Hewlett-Packard	35,799	2.0
3	Fujitsu	25,420	8.8
4	Accenture	25,385	19.5
5	CSC	16,209	0.6
6	NTT DATA	13,749	16.0
7	Capgemini	13,481	17.0
8	Lockheed Martin	13,055	-3.9
9	Xerox	12,687	4.9
10	Oracle	12,144	15.1

海外グループ会社数の推移



* 2012年3月31日現在

グローバル企業への道



●●● NTTデータグループ拠点

EMEA^{*1}
拠点数: 59都市
社員数: 約6,000名

APAC^{*2}
拠点数: 36都市
社員数: 約13,800名

米州
拠点数: 41都市
社員数: 約6,600名

*1. EMEA: 欧州・中東・アフリカ地域
*2. APAC: 日本を除くアジア・太平洋地域

求められる一体感

One NTT DATA

*Serving as a true global business partner with customers,
we will deploy our business scale to deliver unparalleled services.*

プロジェクトの位置づけ

- 世界規模のリブランディング
- ウェブサイトは
新たなコミュニケーション構築の
中核的な役割を果たす
 - 世界にNTTデータブランドを伝える
 - 各国のビジネスを後押しする

目的を実現する手段

1. グローバル共通テンプレートをガイドラインで提供
2. 各国の手でサイトリニューアル



Global Site

Japan

North America

Switzerland

Turkey

United Kingdom

Brazil

China

Denmark

EMEA

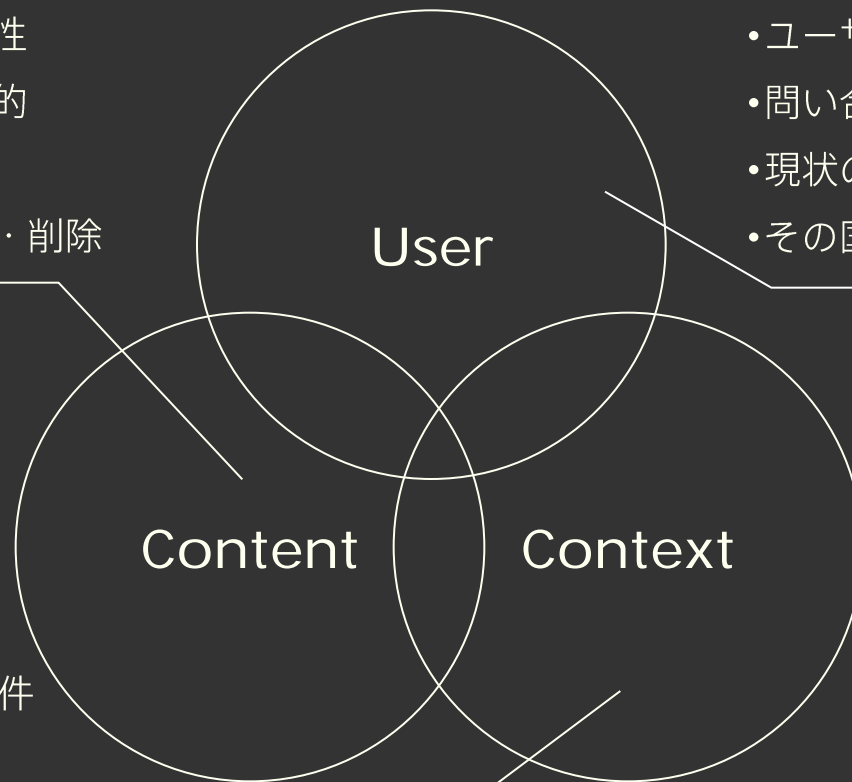
Germany

Italy

各国ヒアリング・調査・分析

- コンテンツ目録
- コンテンツ同士の関係性
- コンテンツの役割や目的
- 更新頻度や季節性
- リニューアル時の追加・削除

- 各国の想定ユーザーとニーズ
- ユーザーテストやインタビュー結果
- 問い合わせフォームの内容
- 現状のアクセスログ
- その国での利用端末の状況



- 各国の会社のビジネス要件
- ウェブサイトのKPI
- 各国の競合他社のサイト
- CMSの導入状況、運用フロー
- 各種ウェブサイト評価ランキング

プロジェクト期間：約半年

戦略

2011年 8月～10月

設計、デザイン

2011年 11月～12月

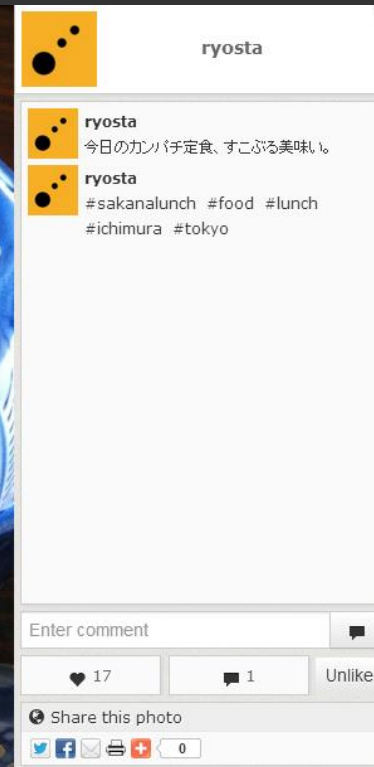
実装、ガイドライン

2012年 1月～2月



NTTデータ本社ビル

NTTデータ本社（豊洲） 付近の おすすめランチ「いちむら」



本題その1

NTTデータは
なぜRWDを選んだか

それは.....

~~流行りだったから~~

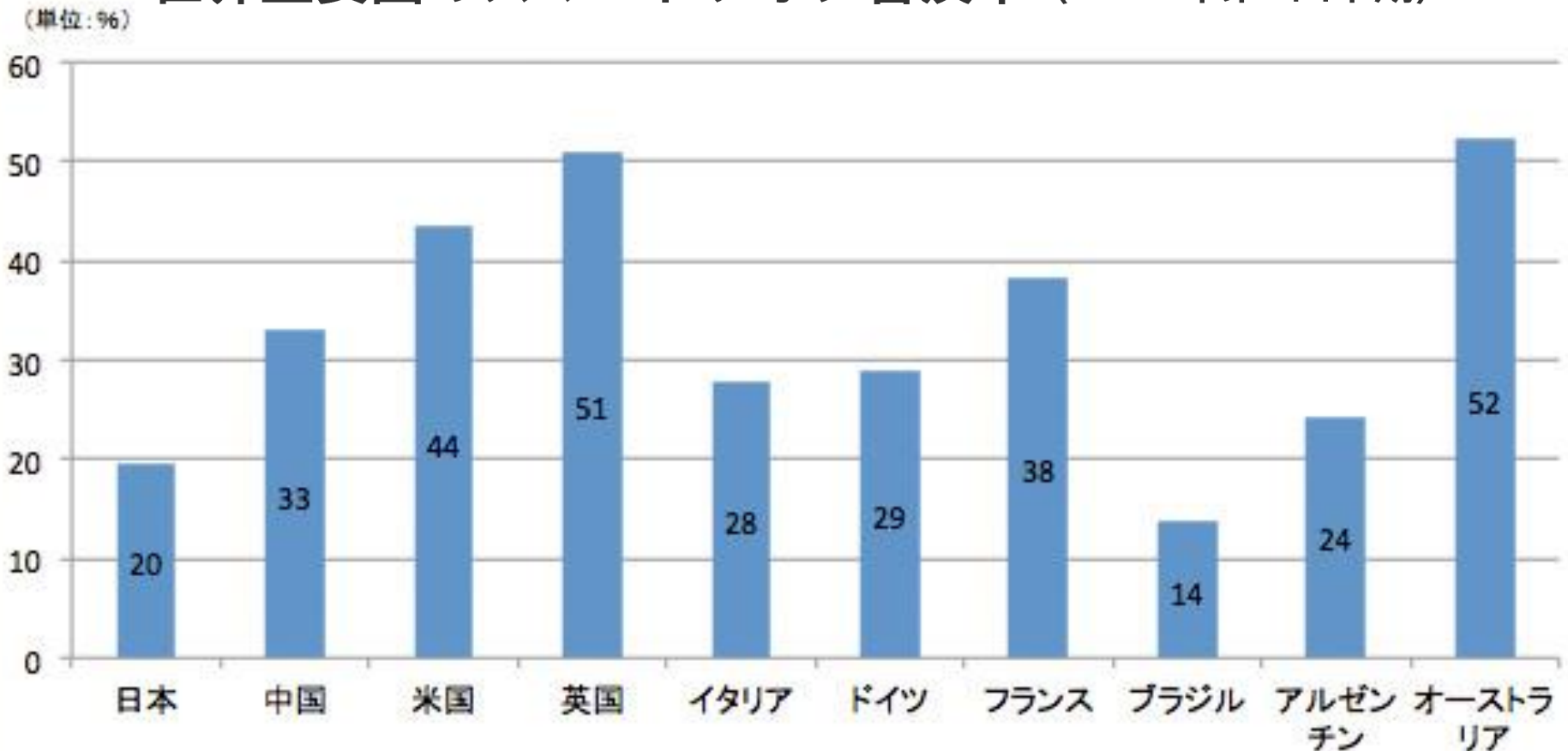
要件に沿っていたから

プロジェクト要件：

1. マルチデバイスに対応
2. 同一性の保持
3. ワンソースで対応
4. 耐用期間を長く
5. アクセシビリティの確保

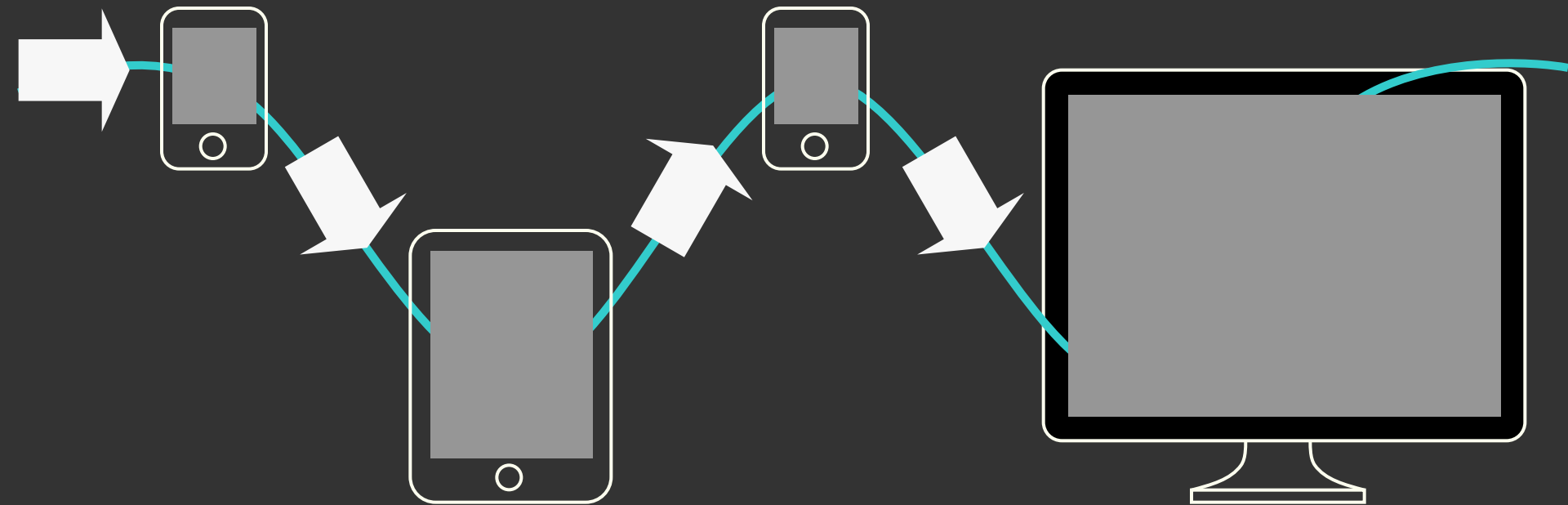
1. マルチデバイスに対応

世界主要国のスマートフォン普及率 (2012年第1四半期)



2. 同一性の保持

- URLに対するリソースの同一性
- デバイス横断時のブランドの同一性



参考：UA振り分けで専用サイト



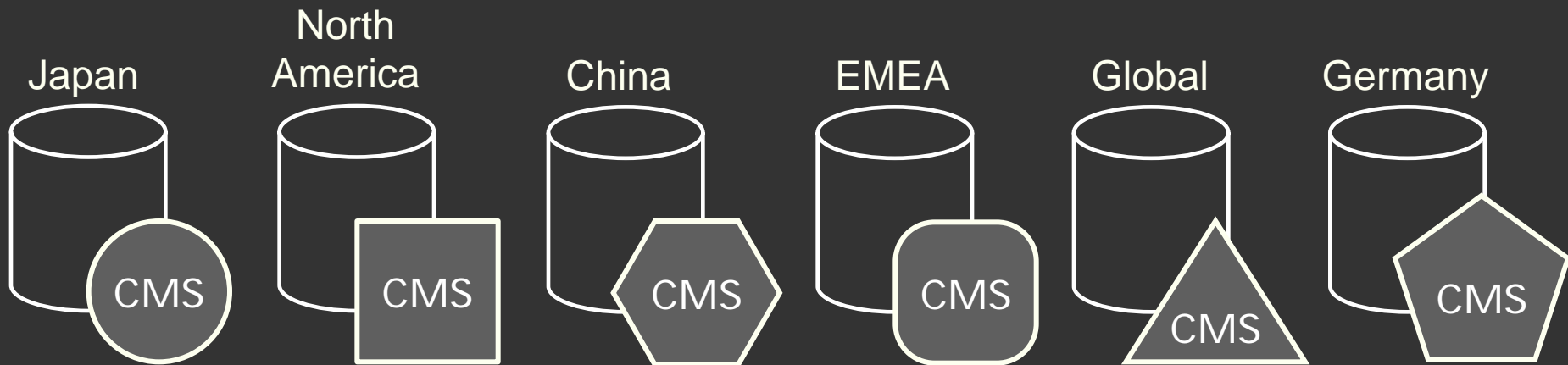
モバイル特有の行動があるか？

The image displays a comparison between the desktop and mobile versions of the Sapporo Beer website. The desktop version (left) features a large banner with actor Ken Watanabe and the text "丸くなるな、★星になれ。" (Don't get round, become a ★ star). Below the banner are navigation tabs for "商品情報" (Product Info), "お店とエリア" (Stores & Areas), "レシピ" (Recipes), "キャンペーン" (Campaigns), "サッポロを知る" (Learn Sapporo), and "たのしくお酒を" (Enjoy Drinking). A "ヘッドライン" (Headline) section highlights a promotion: "3月29日 /ハピネス+男爵サワーを合計40名様にプレゼント (4.19締切)". Below this are three featured items: "百人のキセキ" (Miracles of 100 People), "桑田佳祐" (Kawamura Yoshinori) featuring a "サイン入り公式グラス" (Signed Official Glass), and "東北を元気に!" (Revitalize Tohoku!). A "トピックス" (Topics) section lists news items, and a "ニュースリリース" (News Release) section is also present.

The mobile version (right) is shown on a smartphone screen. It features a simplified layout with a "meets [yellow tail]" banner and a "CM/ムービー一覧" (CM/Movie List) button. The mobile interface is designed for touch navigation and displays a condensed version of the website's content.

3. ワンソース (HTML)

- 各国ごとに独自のCMSで運用
- モバイル版を別HTMLで出すには大規模な改修が必要なケースも
- 優先は「NTT DATAブランド」の統一



参考：ワンソースで専用サイト



<http://www.fujifilm.com/>

4. 耐用期間を長く



5. アクセシビリティ

- 「社会の公器」として、
世界のシステムを作る会社
- その存在を各地域の人に受け入れてもらう
- そのためのサイトは
多様な言語・文化・状況で使用される

「多様な人・多様な環境に対応できる」

アクセシビリティ

The power of the Web is in its universality.
Access by everyone regardless of
disability is an essential aspect.

Tim Berners-Lee

Webのもつ力とはその普遍性にあり、
障害の有無にかかわらずアクセスできることは、
Webの本質的な側面のひとつである

ティム・バーナーズ＝リー

NTTデータとアクセシビリティ

- 「人を支える仕組みを作る」
という点で、ウェブの思想と重なる
- 「NTT DATAの顔」である
ウェブサイトの「根幹」は
アクセシビリティ

プロジェクト要件とRWD

1. マルチデバイスに対応
 2. 同一性の保持
 3. ワンソースで対応
 4. 耐用期間を長く
 5. アクセシビリティの確保
- RWDの根本
- RWDの特色
- WDの基盤
RWDに一部関連
-
- ```
graph LR; R1[1. マルチデバイスに対応] --- RWD_Fundamental; R2[2. 同一性の保持] --- RWD_Fundamental; R3[3. ワンソースで対応] --- RWD_Fundamental; R4[4. 耐用期間を長く] --- RWD_Fundamental; R4 --- RWD_Characteristics; R5[5. アクセシビリティの確保] --- WD_Base; R5 --- RWD_Related; RWD_Fundamental --- RWD_Labels; RWD_Characteristics --- RWD_Labels; WD_Base --- RWD_Labels; RWD_Related --- RWD_Labels; style RWD_Labels fill:none,stroke:none; style RWD_Labels width:0px,height:0px; style RWD_Labels display:none;
```

# 結論

- プロジェクト要件とRWDに親和性あり
  - RWDを採用したうえで  
「要件を満たすように」  
設計・デザイン・実装する
- 
- しかしRWDにすれば  
自動的に満たせるわけではない  
例えば、アクセシビリティ

# アクセシビリティとRWD

- **BAD!!**

作りがマズいと、構造と表現が不一致に

- **GOOD!!**

作りが上手いと、  
複数デバイスで可読性・操作性が向上

# BAD!!

## 構造と表現の不一致

- デバイスごとにバラバラに考えたものを無理やり合体すると、ほころびが出る
    - table要素を列ごとに切ってfloatで並べる
    - 似た要素を複数仕込んで、幅によって表示・非表示
    - box-ordinal-groupの使いすぎ
- スクリーンリーダー利用時や  
ブラウザとスクリーンリーダー併用時に  
問題発生（見た目とHTML構造が乖離）

# RWDにする意味 = 同一性

- デバイスごとにバラバラの構成なら無理にRWDにせず、専用サイトを
- RWDなら、画面幅に由来する部分をちょびっと調整するぐらいの気持ちで

# GOOD!!

## 複数デバイスで可読性・操作性が向上

- タッチデバイスで押しやすい
- 幅が狭くても読みやすい





# デバイス問わず向上

- マウスでも押しやすい

- PCブラウザで拡大しても見やすい



業種別 サービス別 お客様事例 技術&レポート

Our Way »

経営者・社員一人ひとりが自らなすべきことを考え、行動を改革し、事業そのものを変革していくための道しるべとなる「企業理念」、「Group Vision」などをご紹介します。

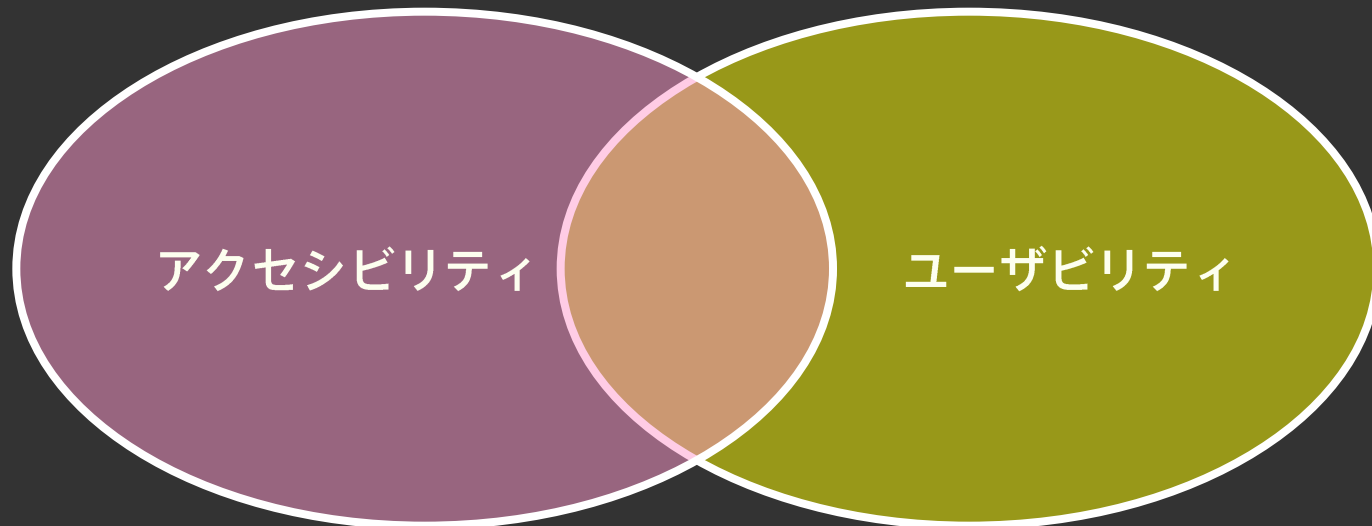


## Group Vision

2005年、急速なグローバル化が進むなか、私たちNTTデータグループは「Global IT Innovator」というGroup Visionを掲げ、ITを事業のコアとして、世界的な舞台への進出を本格化しました。「ITを使って世界を変革していく」「ITそのものを変革していく」というふたつの意志が込められた「Global IT Innovator」のビジョンのもと、私たちはIT

# アクセシビリティと ユーザビリティとの交点

- 使いにくいけど使える  
→ 状況によっては使えない
- 使えなかったものが使える  
→ 大勢の使いやすさもだいたい向上する



それでは、次のお題

# 本題その2

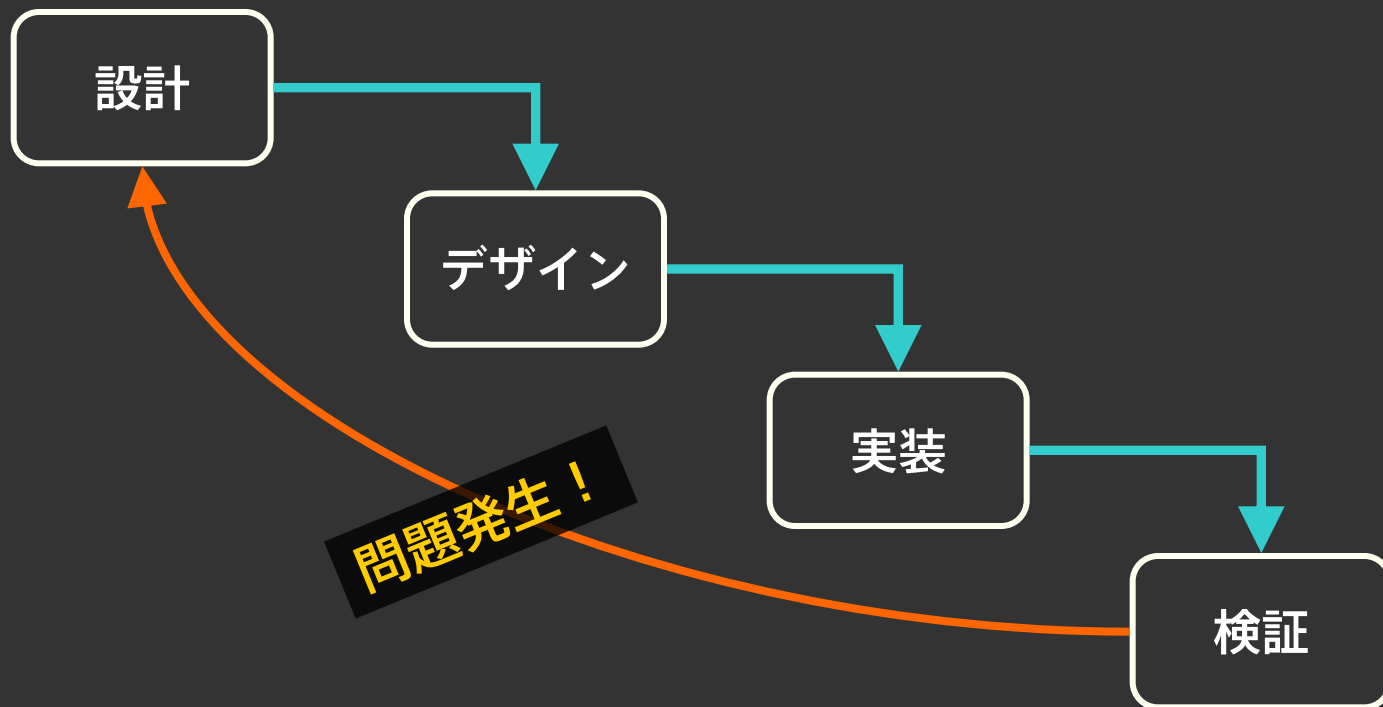
デザインキャンプは**悪**か

デザインニングインブラウザは**正義**か

どちらも、  
悪にも正義にもなるでしょう

# RWD向けワークフロー

- ウォーターフォールをやめよう
  - すべて実装してから問題がわかるとアタマまで戻ることがある



# RWD向けワークフロー

- デザインキャンプをやめよう

- デザイン時点では分からない  
実装上の不都合があるかも

- キャンプを何枚も作っても  
それは結局捨てるもの

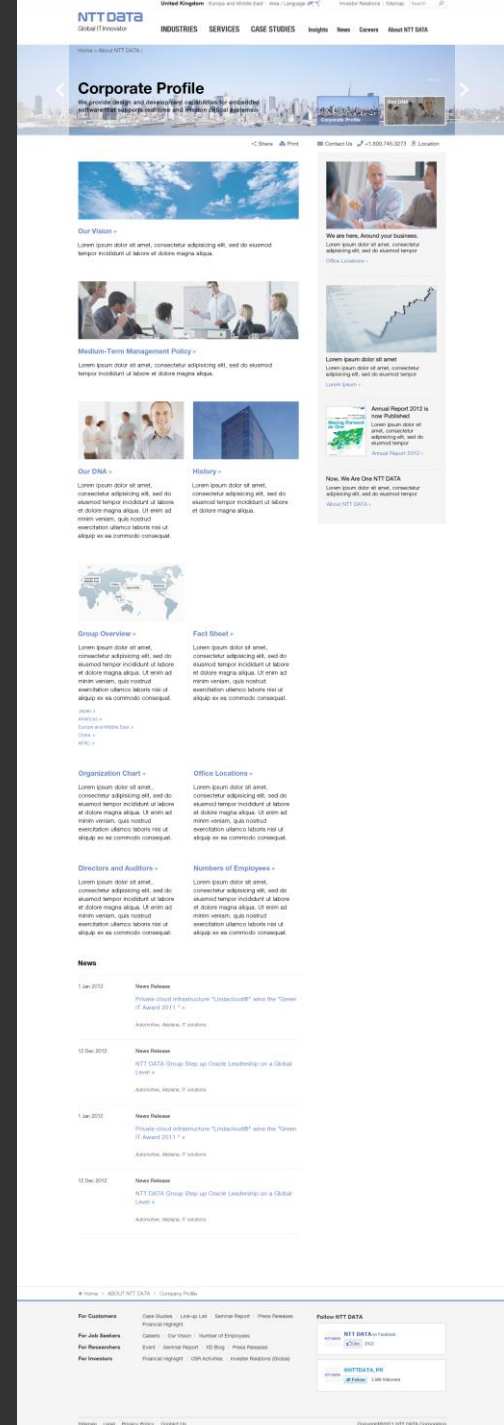
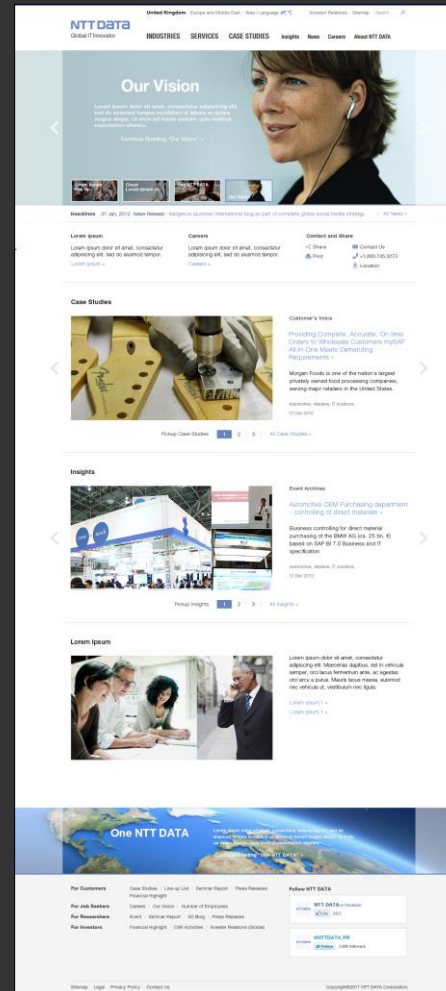
- ピクセルパーフェクトに  
こだわりがち

→ デザイニングインブラウザで  
アジャイルしよう



# しかし！

- このときはデザインキャンプを作った
- 代表ページいくつか + モジュールリスト
- 広幅と狭幅の 2パターン



# なぜ？

- 多くのプロジェクトメンバーや関係者
  - 国内だけでなく、海外にも多数
- 一丸となって目指す「旗」が必要
- でもタイトなスケジュール

→ デザイナーがPhotoshopで  
バツとキメの絵を作るのが  
合意形成への一番の近道だった

# ざっくり比較

|      | デザイン<br>インブラウザ | Photoshopで<br>デザインカンパ |
|------|----------------|-----------------------|
| 作業速度 | 遅い ↓           | 早い ↑                  |
| 自由度  | 低い ↓           | 高い ↑                  |
| 忠実度  | 高い ↑           | 低い ↓                  |
| 効率   | 良い ↑           | 悪い ↓                  |

# でも、キャンプで作ったけど

- 以下は全て回避できた

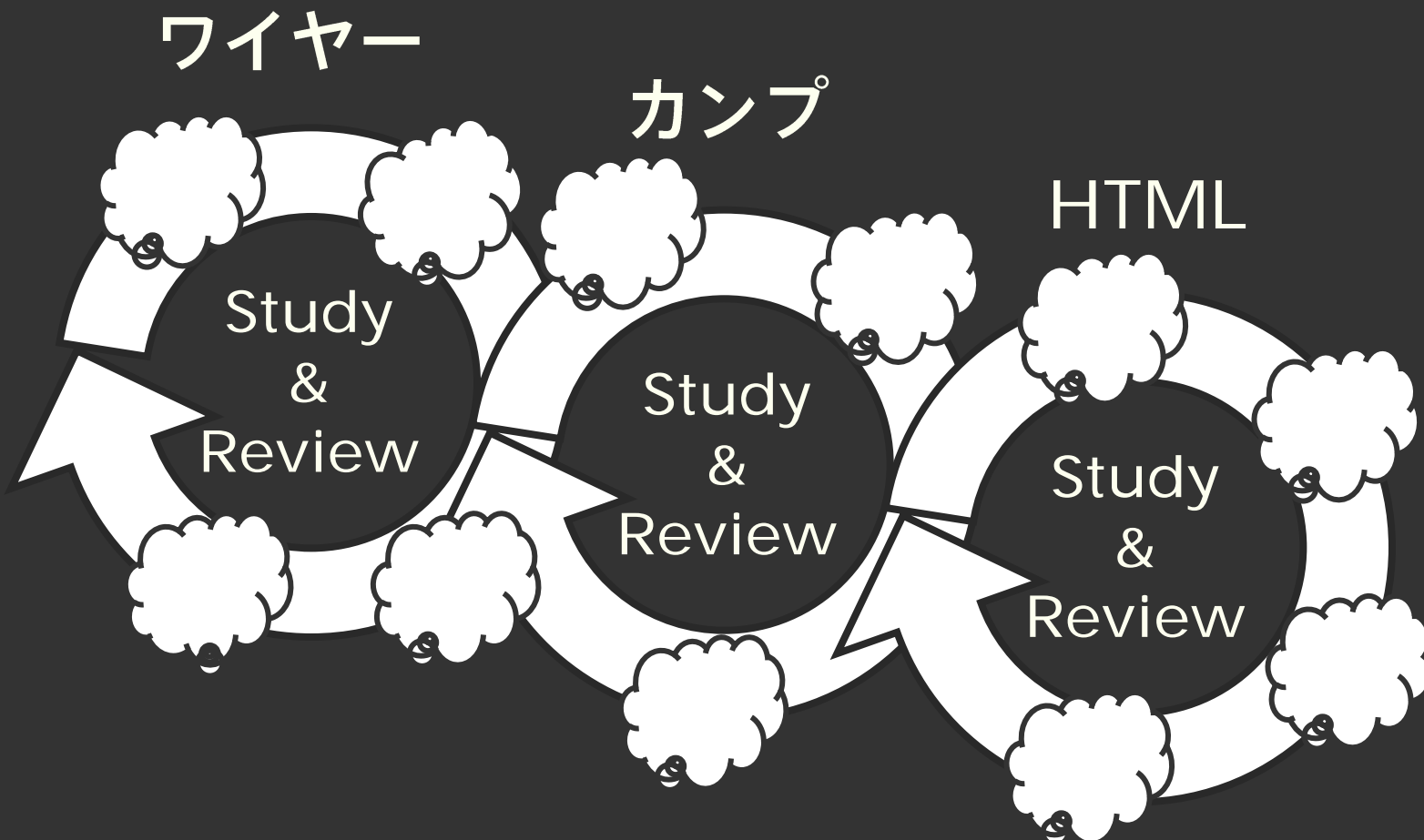
- すべて実装してから問題がわかると、アタマまで戻ることがある
- デザイン時点では分からない実装上の不都合があるかも
- キャンプを何枚も作ってもそれは結局捨てるもの
- ピクセルパーフェクトにこだわりがち

# 対策1：ツッコミメソッド

例：キャンプ作成



# ツッコミで叩きながら進める



# 対策2：後半は実装ベースに移行

- パーツの展開的なものは、アートディレクターと実装者がペアデザイニング (?)
- 新しいパーツはPhotoshopでデザイン



Photo by Esti Alvarez

<http://www.flickr.com/photos/esti/4638056301/>

# デザインインブラウザの真の利点

- それは「巻き込み力」なのでは
  - 画面設計後に、すぐ本物っぽく動く
  - プロジェクトメンバーの視線が集中
  - みんなが巻き込まれる
  - スペシャリストのコメントが集まる
  - 叩き上げられていく

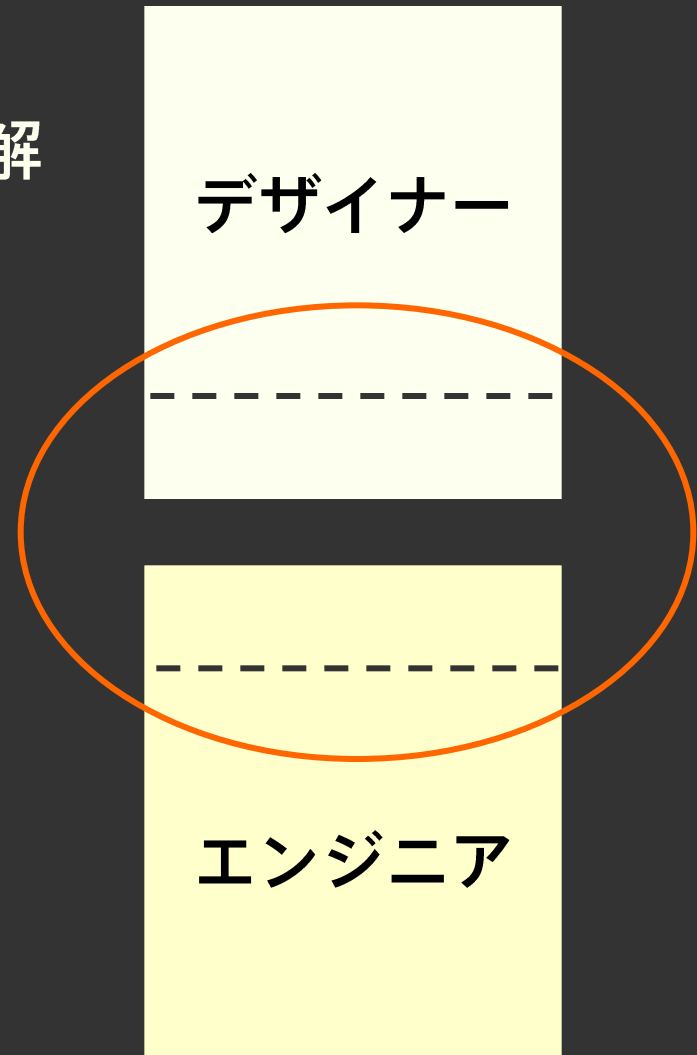


# キャンプでも巻き込みは起こせる

- つまり、役割と作業物は分離できる
  - 設計・デザイン・実装のメンバーがデザインキャンプに「巻き込まれ」てツッコミをきちんと入れればよい
  - これだけで、前提の勘違いや、実装後の手戻りは回避可能

# では、本当に必要なのは？

- メンバー間の “**のりしろ**”
  - プロジェクトの戦略と要件の理解
  - ユーザーの理解
  - デバイスの理解
  - ウェブデザインの理解
  - ウェブの仕様とトレンドの理解
- 作っているものを  
自分以外のメンバーも  
説明できるレベルでの理解



# のりしろが無いと……

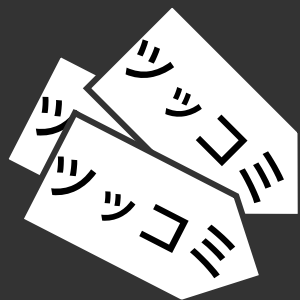
- デザイニングインブラウザも難しい
  - 誤った設計やデザインの考え方を押し付けられて実装者の負担が増える
  - プロジェクト全体で見たときの  
手数が減らず、効率的にはならない

# のりしろがあれば……

- キャンバスは状況によって自由に選べる
  - 手書きのワイヤーフレーム
  - デザインキャンプ
  - 紙芝居プロトタイプ
  - Flashで作ったプロトタイプ
  - デザイニングインブラウザ

# のりしろをつなげるのは？

- チームとしての雰囲気
  - ツッコミを入れやすい雰囲気
  - ツッコミを受けやすい雰囲気
  - 他のメンバーを信頼する雰囲気
  - クライアントと一緒に作っていく雰囲気



# 結論

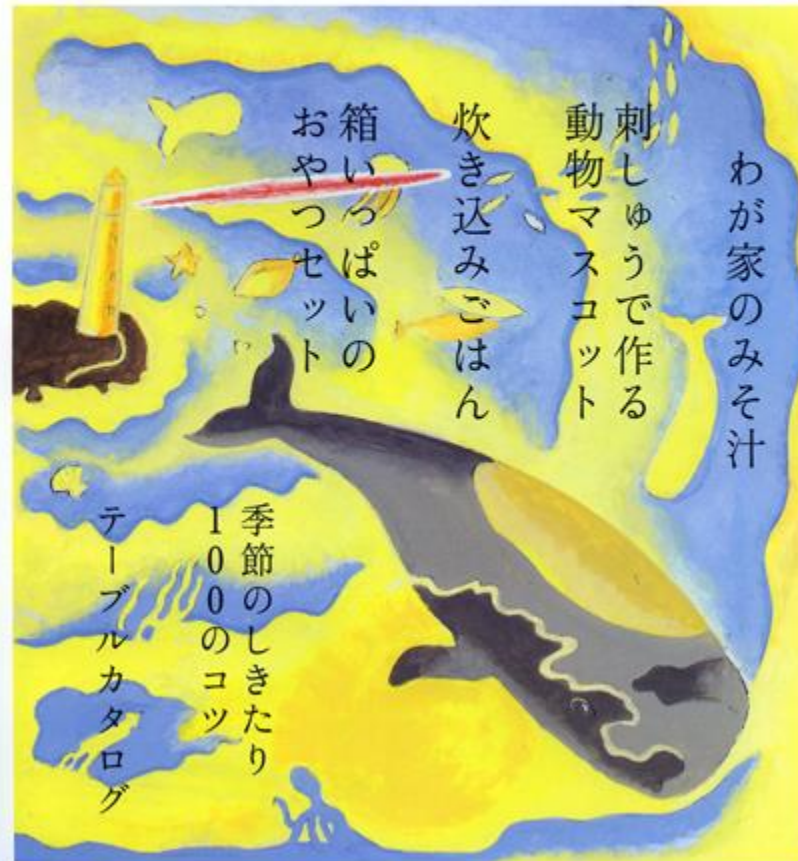
- 本当の**悪**は  
のりしろを持たない人、  
ツッコまない雰囲気
- 本当の**正義**は  
のりしろを持った人が  
ツッコミあうチーム

このセッションのまとめ

これとあれのどちらが正しいのかと考えず、  
「正しいのは何か」と考えるようにしましょう。



暮らしの手帖 64  
6-7月号



early summer 2013

最後にお知らせ



# Business Architects

## 一緒に働く仲間、募集中

- デザイナー／アートディレクター
- プロジェクトマネージャ
- インフォメーションアーキテクト
- フロントエンドエンジニア
- ソフトウェアデザインエンジニア
- テクニカルディレクター
- 営業／アカウントエグゼクティブ

# 今がチャンス！

- 伊原までご連絡いただければ、**書類選考なし**で即面接！
- ご連絡は以下まで、お気軽に
  - [rikiha@b-architects.com](mailto:rikiha@b-architects.com)
  - Twitter: [magi1125](#)
  - Facebook: [Rikiya Ihara](#)

ありがとうございました