

サブタイトル 14文字

メインタイトル 31文字

田口写真

570 X 600

金子写真

575 X 610

ワイヤーフレームは誰のため？

ディレクター視点で探求する 理想的なワイヤーフレーム



田口 真行

株式会社デスクトップワークス



- 1998年 アルバイト先でWebデザインを経験
- 1999年 フリーランスWebディレクターとして独立
- 2001年 講師業を開始
- 2006年 株式会社デスクトップワークス 設立
- 2012年 Webディレクタースクール 設立
- 2014年 Webディレクター向けのライブ配信授業を開始
- 2015年 CSS Nite 初登壇
- 2016年 CSS Nite ベストスピーカー2年連続 受賞

金子 夕紀

株式会社スタイルメント

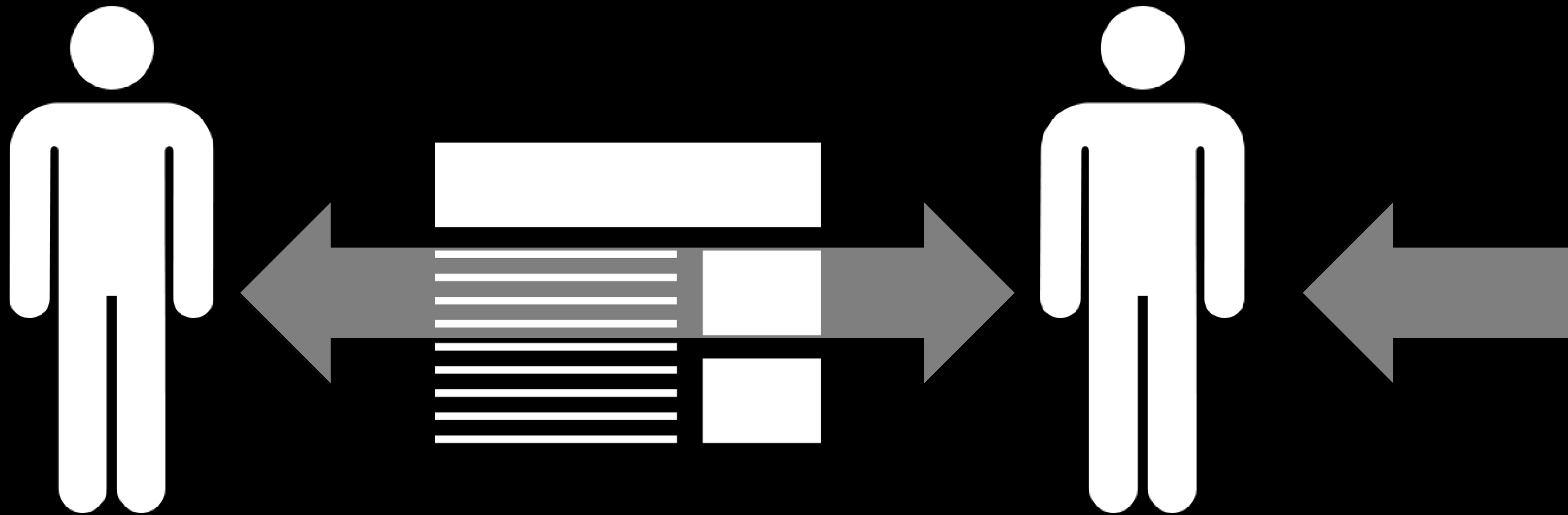
- 2008年 業界未経験で株式会社デスクトップワークス 入社
- 2011年 デザイナーとして株式会社TAM 入社
- 2013年 ディレクターとして株式会社スタイルメント 入社
- 2017年 本日、セミナー初登壇



ワイヤーフレームの位置づけ

クライアント

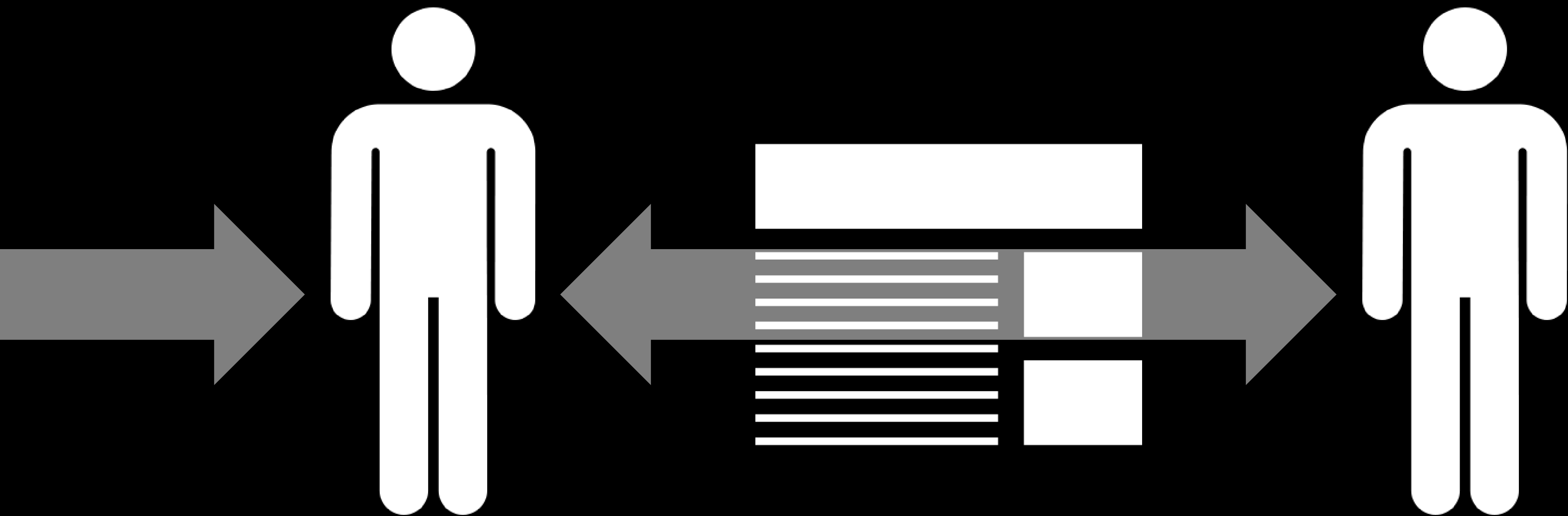
Webディレクター



ワイヤーフレームの位置づけ

Webディレクター

デザイナー



伝達を支えるコミュニケーションツール

発注側

制作側

コミュニケーションツールとしての**目的**

発注側
合意形成

制作側
デザイン指示

悩ましい問題

クライアント

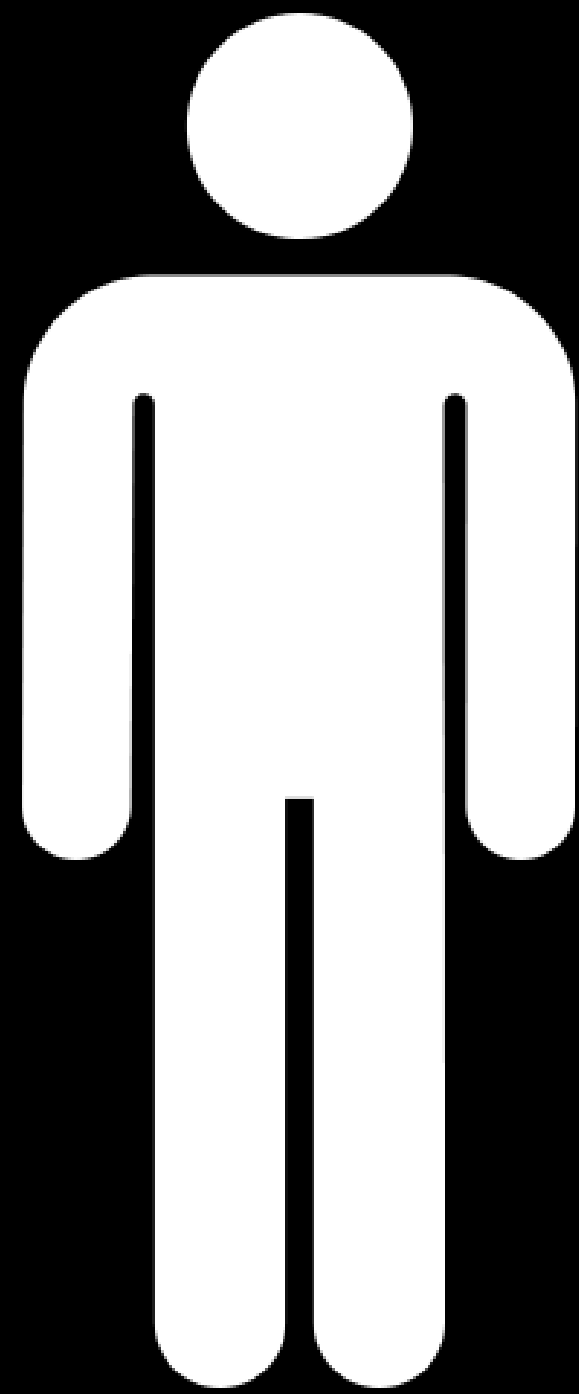


デザイナー



悩ましい問題

クライアント



クライアントは
サイト制作のプロじゃない場合が多い

設計図の段階では
良し悪しの判断がつかない

悩ましい問題

具体的な指示をすればするほど
デザインを考えづらくなる

ワイヤーフレームを
キレイに清書するモードになってしまう

デザイナー



理想的な
ワイヤーフレームとは？

よくある失敗 ①

文字だらけ

・タグラインは〇〇文字程度
・サイト名
・会社名

ドロップダウンで下記項目
会社案内
・ご挨拶
・理念
・アクセス
事業案内
・ブランドプロデュース
・ツール制作
・システム開発
ニュースと採用情報はナシ
・スマホではエキスパンドで表示させる

事業内容を見せる
イメージ画像とリード〇文字

売れ筋商品を毎月更新

SNSシェアボタン

全体的に
シンプルな印象で！

押しやすいボタン

お問い合わせ

タグライン

サイト名

会社名

会社案内

事業案内
商品① | 商品②

ニュース

採用情報

メインビジュアル
000px * 000px png形式 000KB以内（軽く）「詳しくはこちらボタン」必須

誘導バナー
00px * 00px
png形式
00MB以内

キャッチコピー〇文字以内（目立つ）
ダミーダミーダミーダミーダミーダミーダ
ミーダミーダミーダミーダミーダミーダ
ミーダミーダミーダミーダミー

ダミーダミーダミーダミーダミー

NEW
ダミーダミーダミーダミーダミー

ニュース（小さく）
・ダミーダミーダミー
・ダミーダミーダミー
・ダミーダミーダミー

シェアを増やしたい！

Copyright

Twitter

f 210

G+ 90

LINE

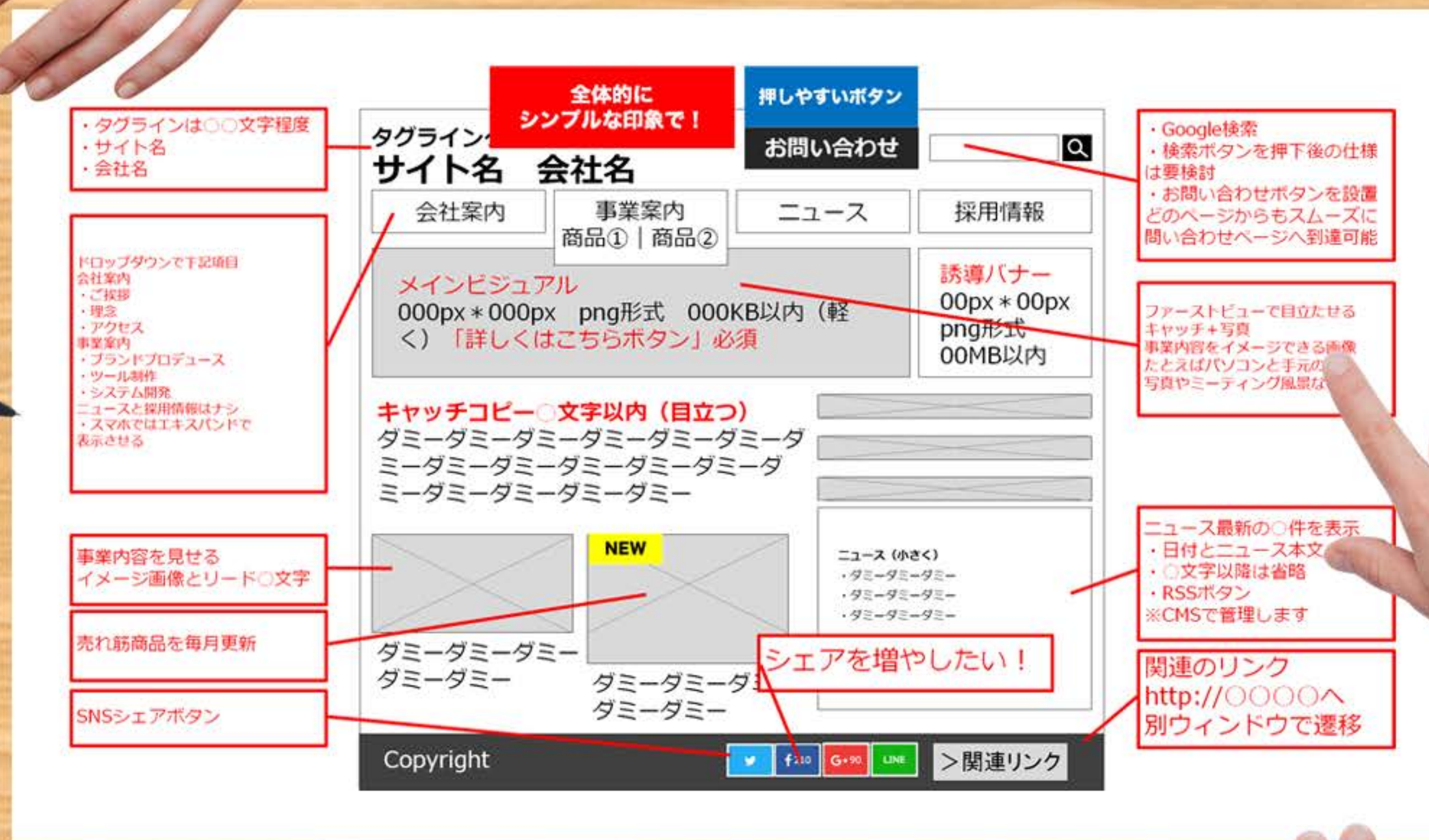
> 関連リンク

・Google検索
・検索ボタンを押下後の仕様は要検討
・お問い合わせボタンを設置
どのページからもスムーズに
問い合わせページへ到達可能

ファーストビューで目立たせる
キャッチ+写真
事業内容をイメージできる画像
たとえばパソコンと手元の
写真やミーティング風景など

ニュース最新の〇件を表示
・日付とニュース本文〇文字
・〇文字以降は省略
・RSSボタン
※CMSで管理します

関連のリンク
http://〇〇〇〇へ
別ウィンドウで遷移



よくある失敗 ②

デザイン性が高い

※写真はイメージです

LOGO
— TAG LINE —



ここに、メッセージ



伝えたいこと ————— our message

CATCH COPY!

The diagram illustrates four distinct services, each represented by a vertical bar with a unique color and a circular head. The services are labeled SERVICE A, SERVICE B, SERVICE C, and SERVICE D. Each bar features a series of horizontal lines in its body, suggesting a list or a sequence of steps. At the bottom of each bar, a small arrow points towards the center, indicating a flow or a common destination for all services.

Service	Color	Head Label	Body Label	Bottom Arrow
SERVICE A	Orange	SERVICE A	Horizontal lines	Orange arrow
SERVICE B	Green	SERVICE B	Horizontal lines	Green arrow
SERVICE C	Blue	SERVICE C	Horizontal lines	Blue arrow
SERVICE D	Pink	SERVICE D	Horizontal lines	Pink arrow



よくある失敗 ③

行き過ぎた配慮



夏を楽しく過ごそう！





失敗の要因のようだが...

文字
ばかり

デザイン性
高い

行き過ぎた
配慮

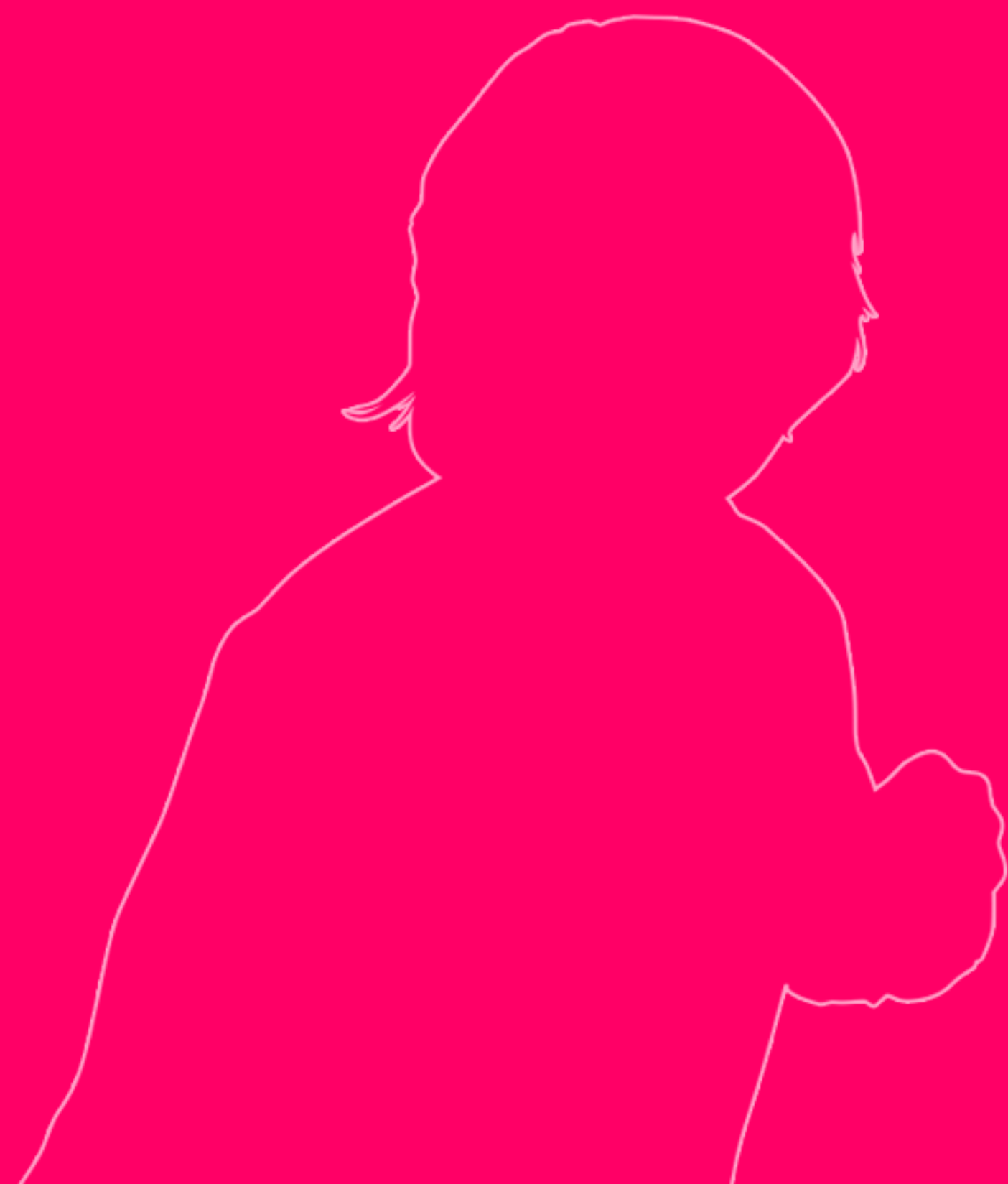
成功の秘訣でもある

文字
ばかり

デザイン性
高い

行き過ぎた
配慮

金子の秘訣



**相手のリテラシーレベルに
“とことん” あわせる**



ワイヤーフレームを
読める人向けと読めない人向けで
段取りを工夫する

構成要素

詳細仕様

デザイン指示

読める人向け

構成要素

詳細仕様

デザイン指示

読めない人向け

読める人向け

?

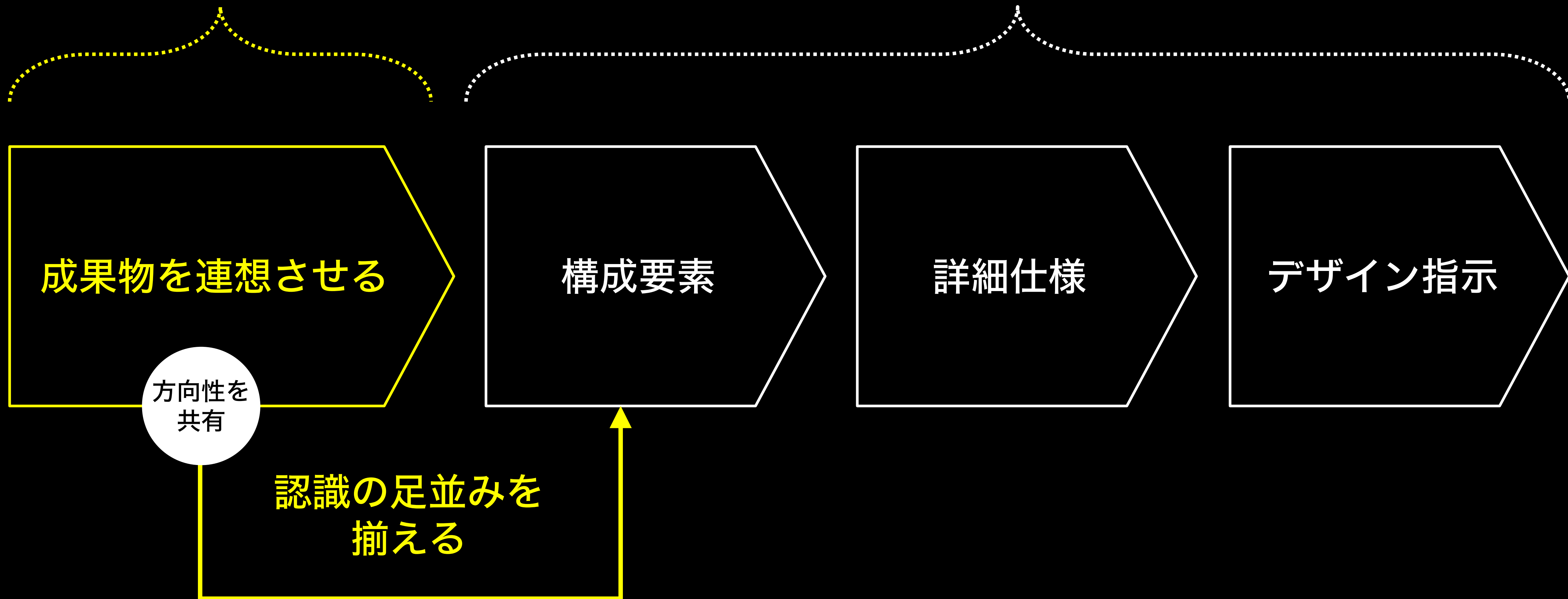
構成要素

詳細仕様

デザイン指示

読めない人向け

読める人向け



読めない人向け

読める人向け

成果物を連想させる

構成要素

合意
形成

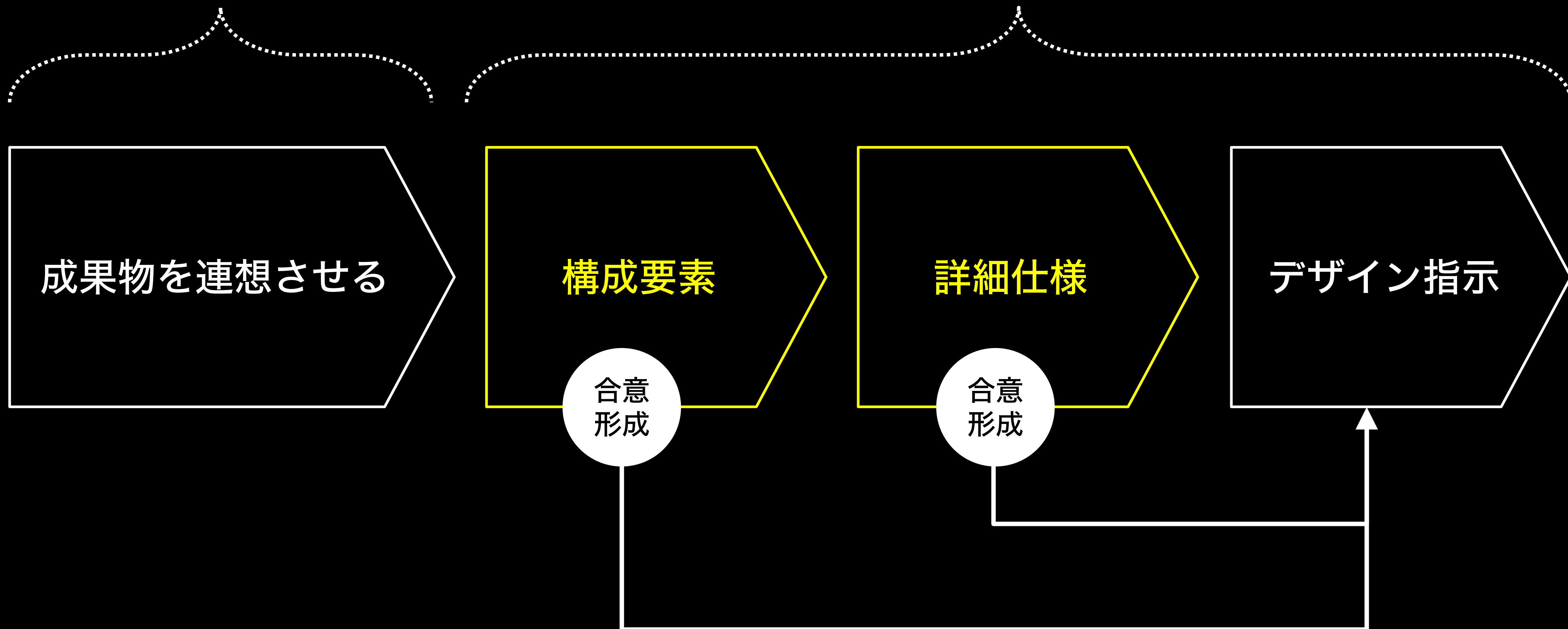
詳細仕様

合意
形成

デザイン指示

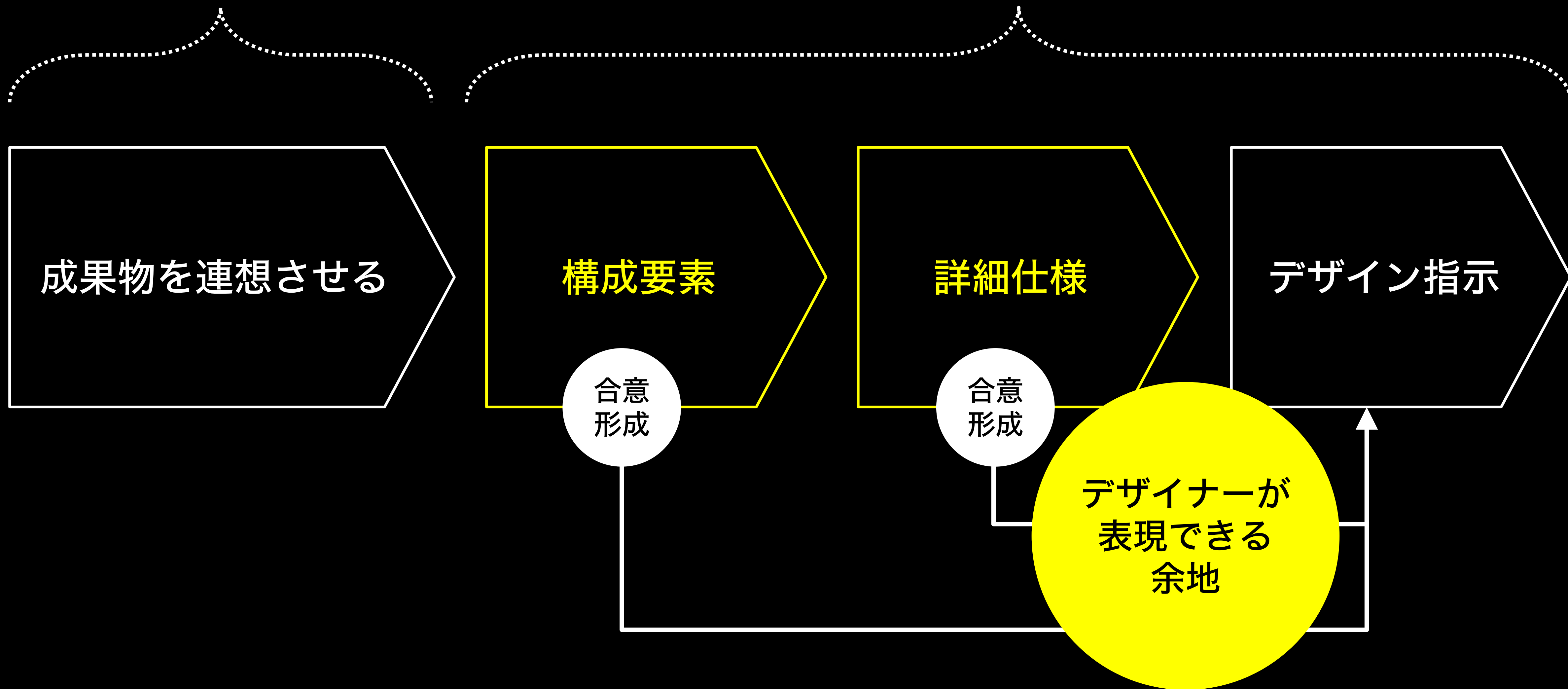
読めない人向け

読める人向け



読めない人向け

読める人向け



ワイヤーフレームは誰のため？ 「受け手」を強く意識

by 金子 夕紀

田口の秘訣





**ワイヤーフレームを
ワイヤーフレームとは呼ばない**



伝達を支えるコミュニケーションツール

発注側

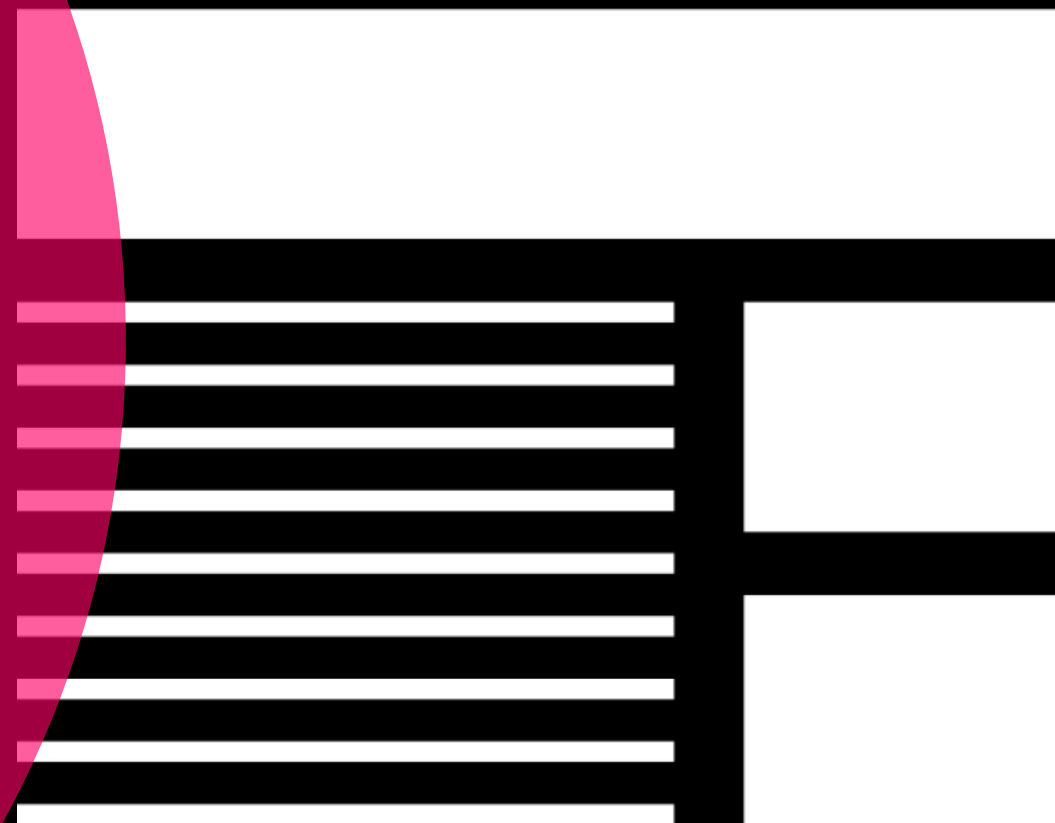
合意形成

制作側

デザイン指示

いかにスムーズに合意形成できるか？

発注側
合意形成

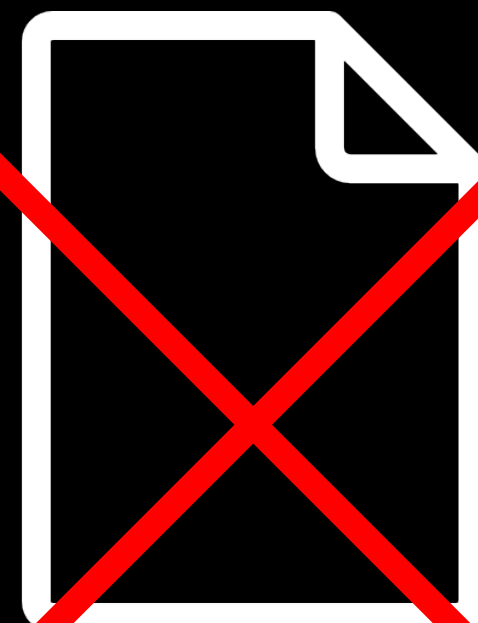


掲載情報

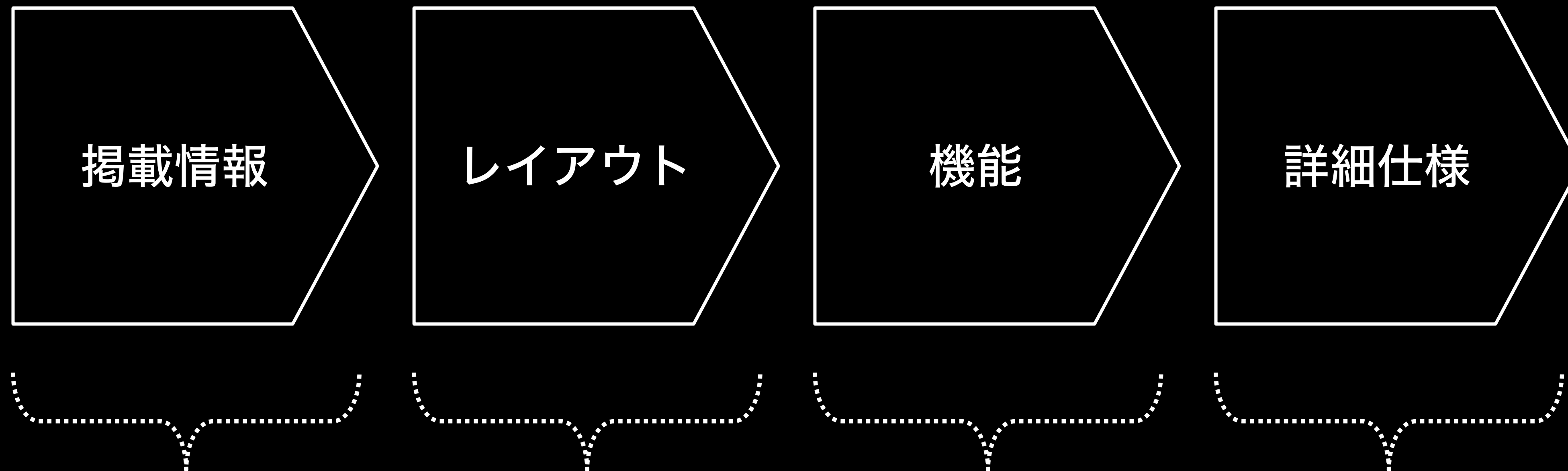
レイアウト

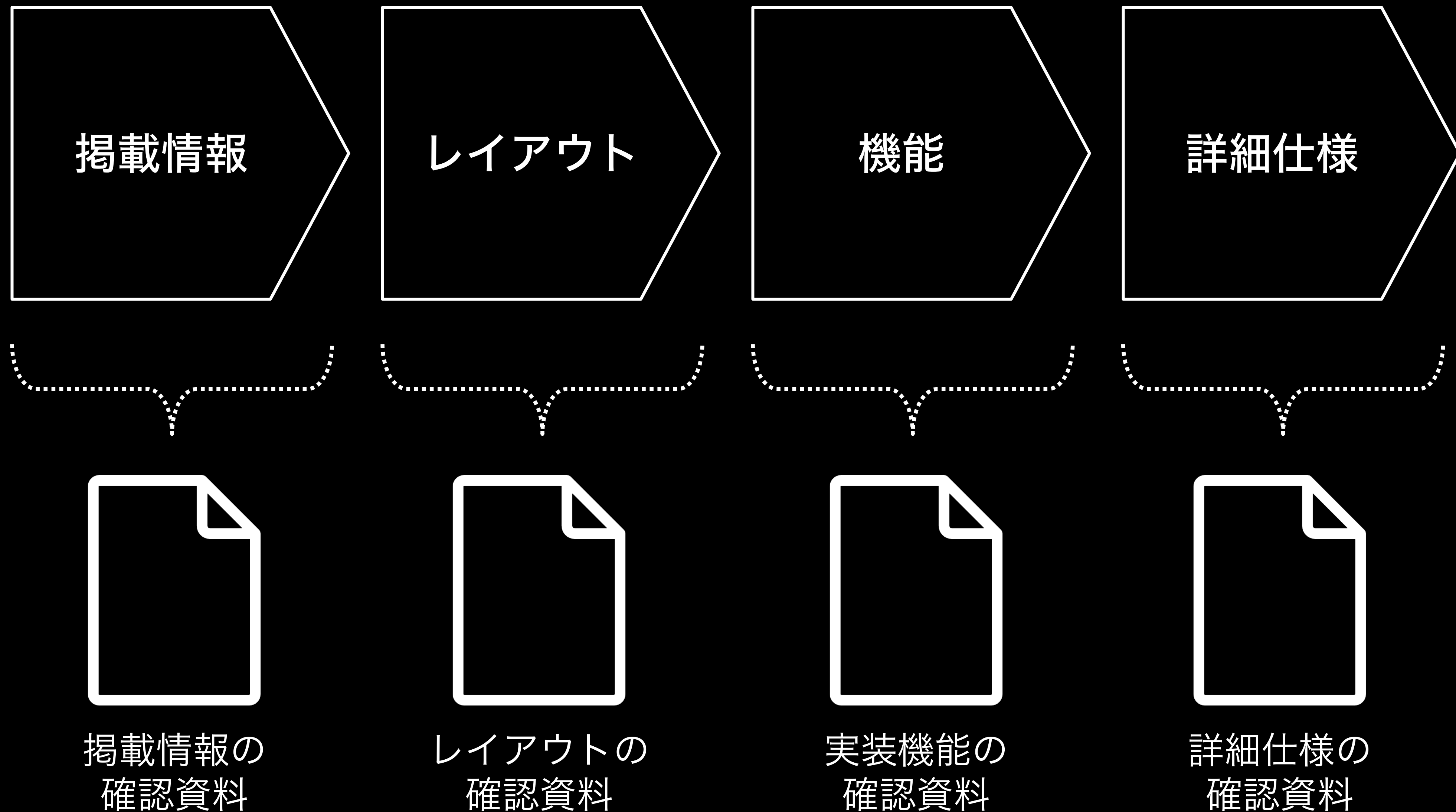
機能

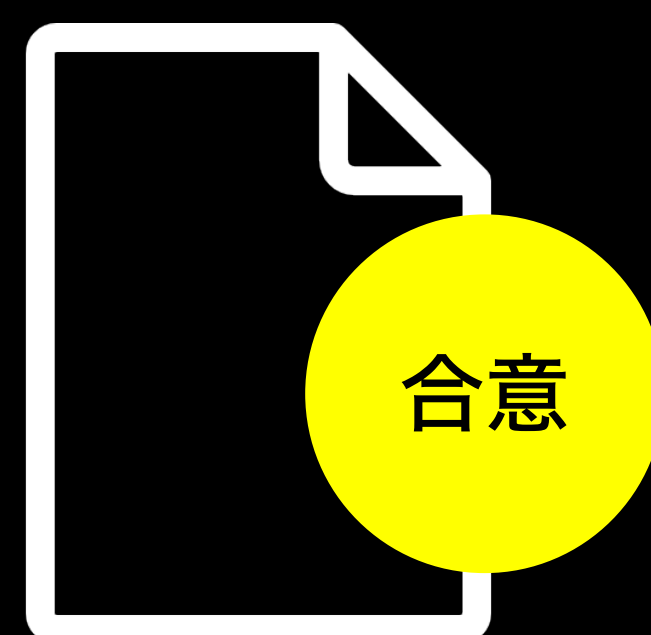
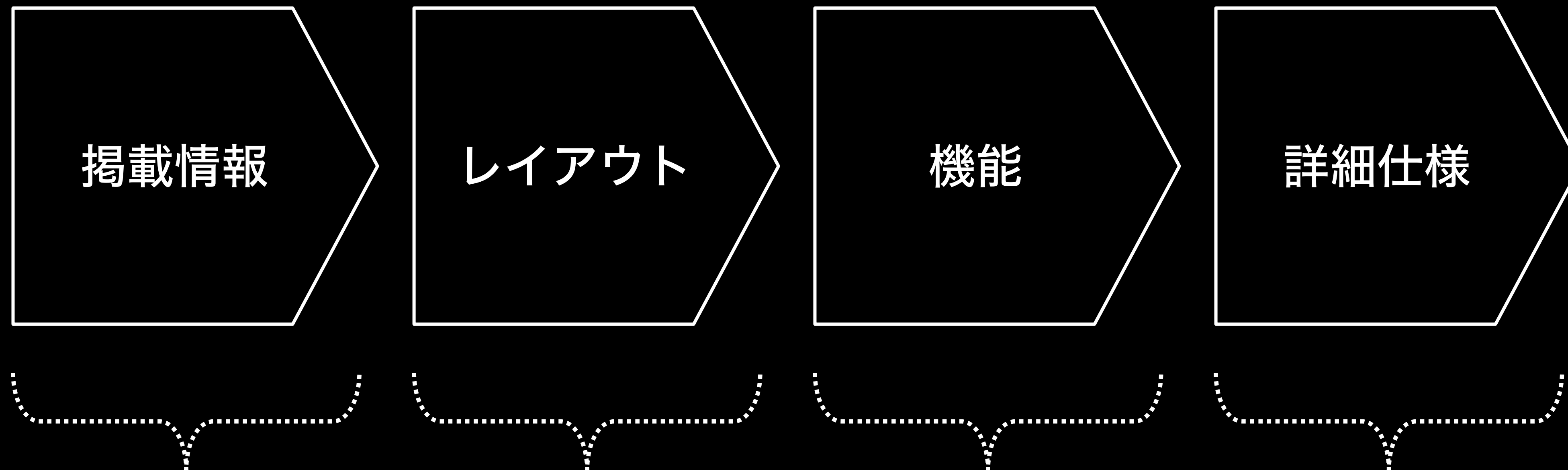
詳細仕様



ワイヤーフレーム



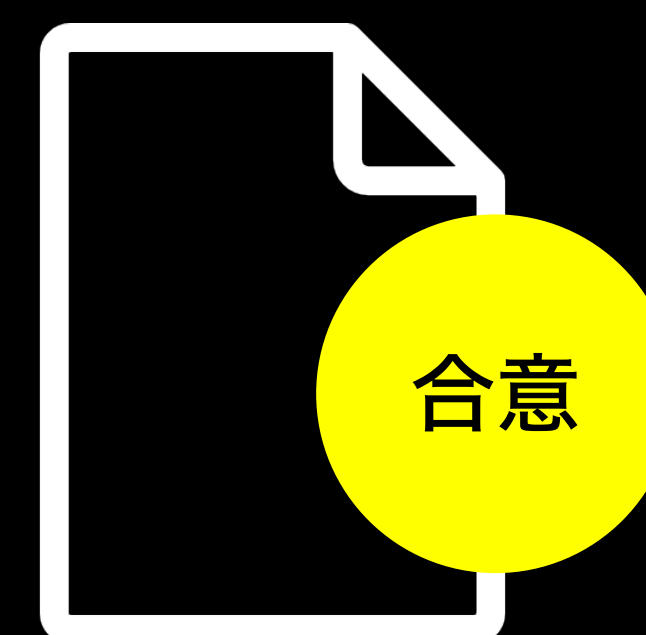




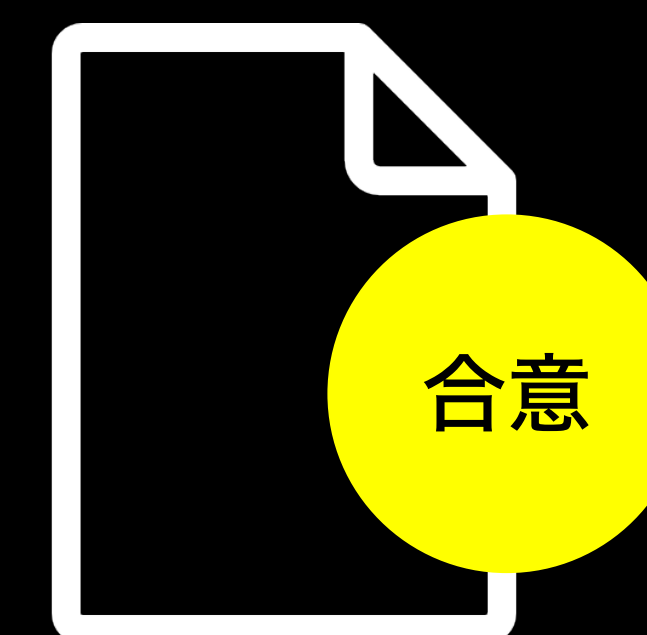
掲載情報の
確認資料



レイアウトの
確認資料

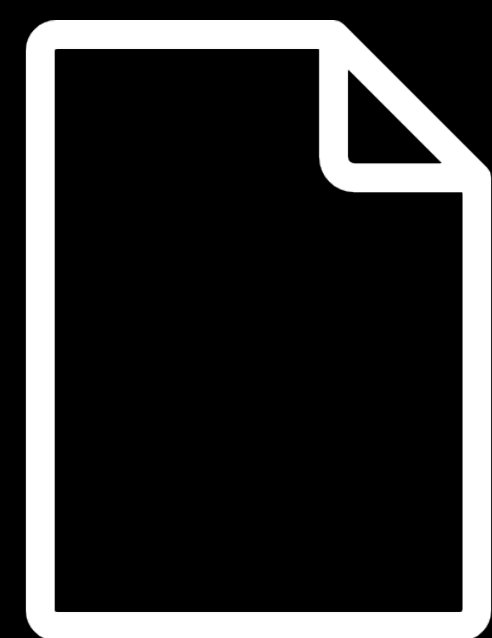
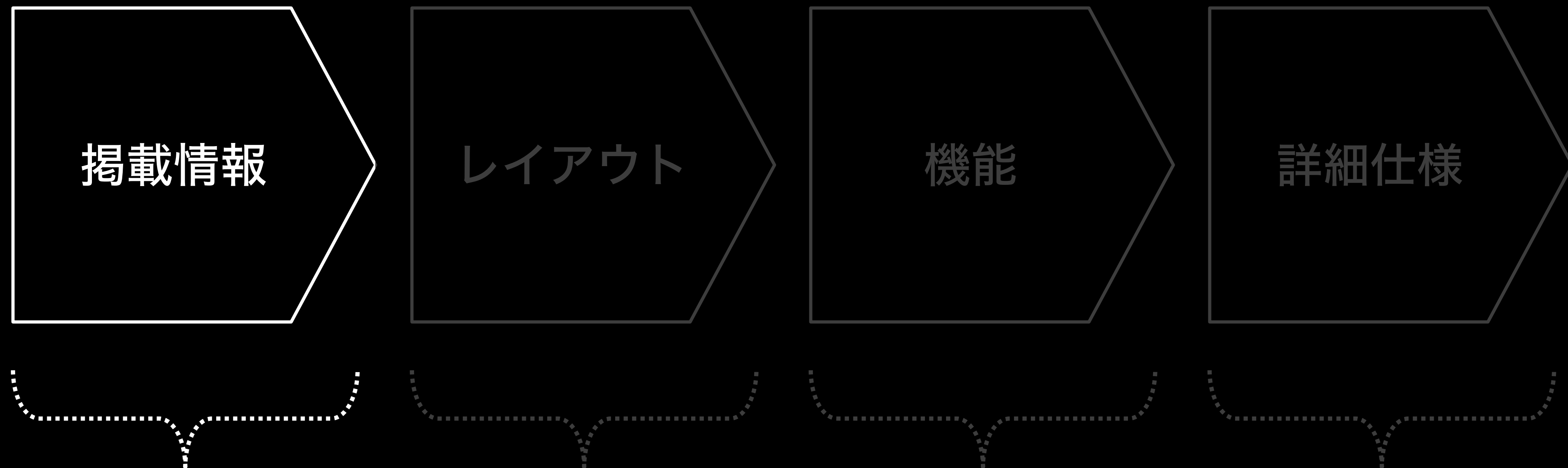


実装機能の
確認資料

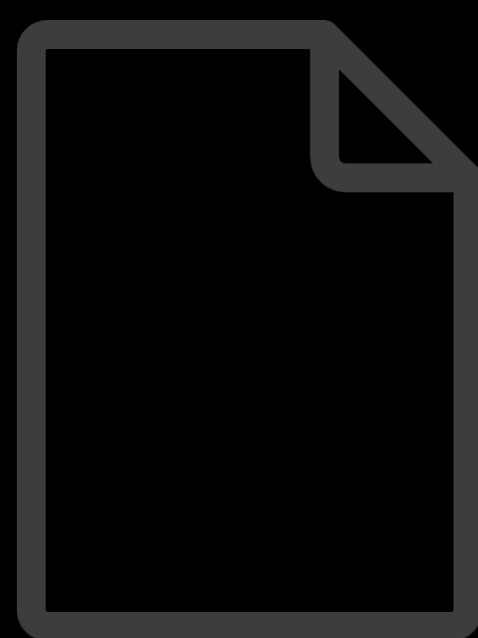


詳細仕様の
確認資料

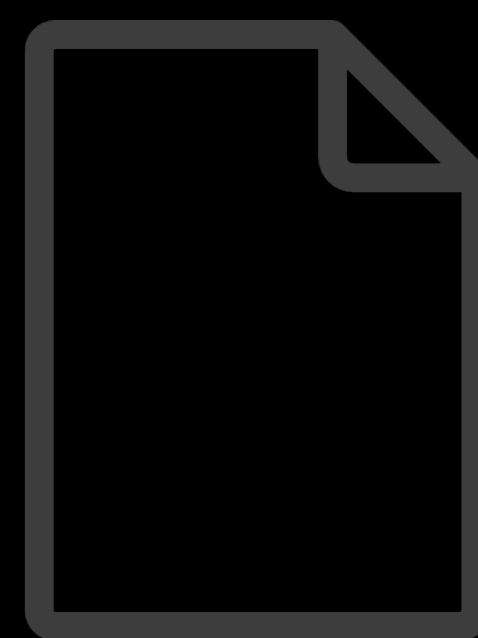
例えば...



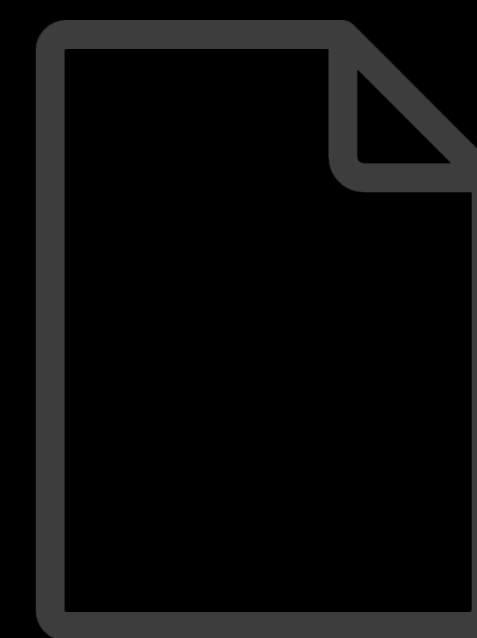
掲載情報の
確認資料



レイアウトの
確認資料



実装機能の
確認資料



詳細仕様の
確認資料

掲載情報の確認資料

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	掲載情報												
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													

掲載情報の確認資料

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	掲載情報												
2	社長のメッセージ												
3	社長の名前												
4	社長の経歴												
5	社長の顔写真												
6	スローガン												
7	理念												
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													

掲載情報の確認資料

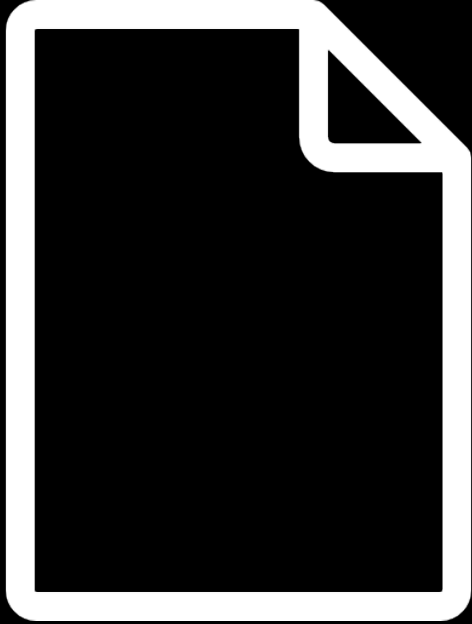
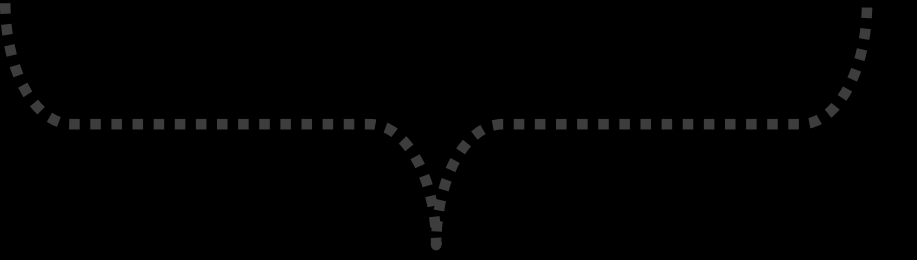
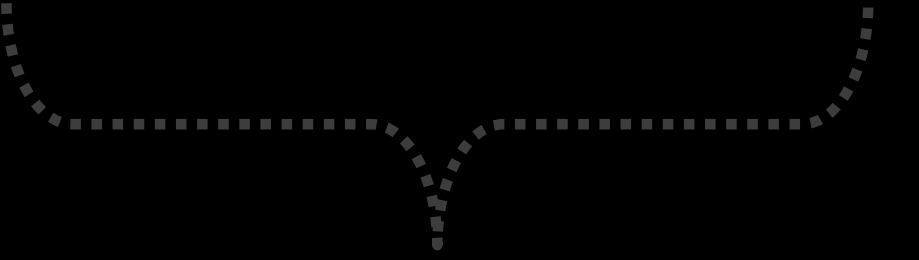
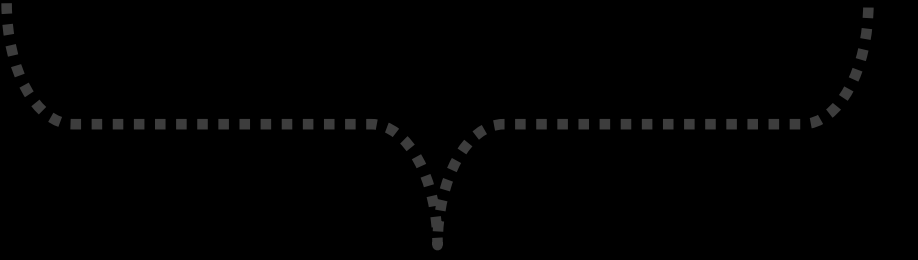
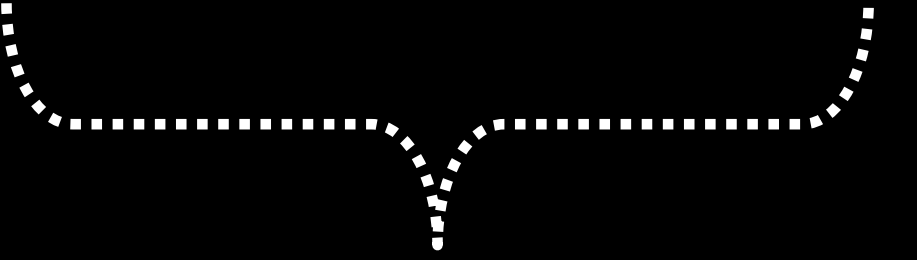
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M		
1	優先度	掲載情報													
2	★	社長のメッセージ													
3	★	社長の名前													
4		社長の経歴													
5	★	社長の顔写真													
6		スローガン → 他ページ													
7		理念 → 他ページ													
8															
9															
10															
11															
12															
13															
14															
15															
16															

掲載情報の確認資料

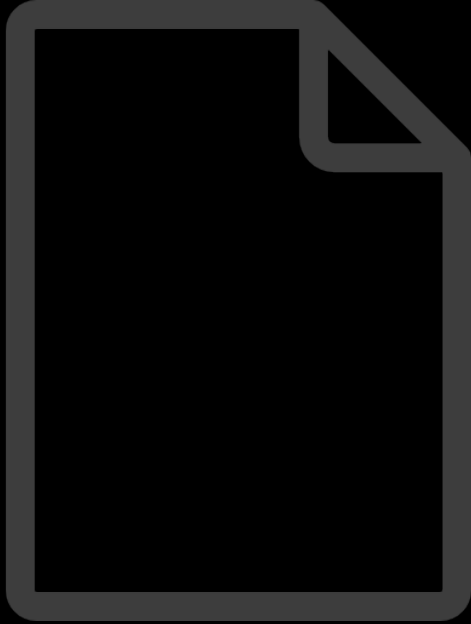
	A	B	C	D	E	F	G	H
1	優先度	掲載情報	テキスト	画像				
2	★	社長のメッセージ	○					
3	★	社長の名前	○					
4		社長の経歴	○					
5	★	社長の顔写真		○				
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								

掲載情報の確認資料

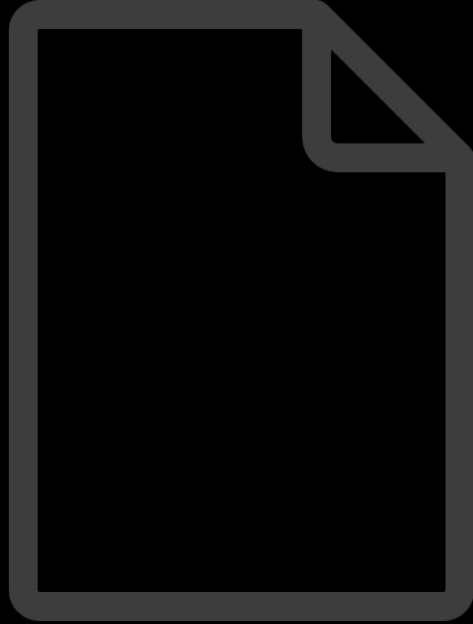
[illegible]



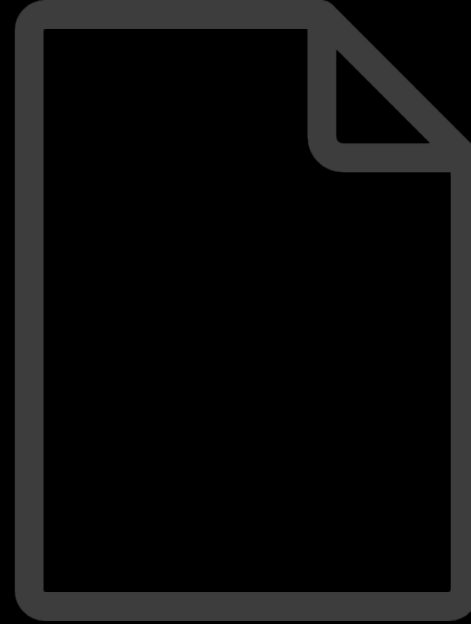
掲載情報の
確認資料



レイアウトの
確認資料



実装機能の
確認資料



詳細仕様の
確認資料

前段階が重要

目的

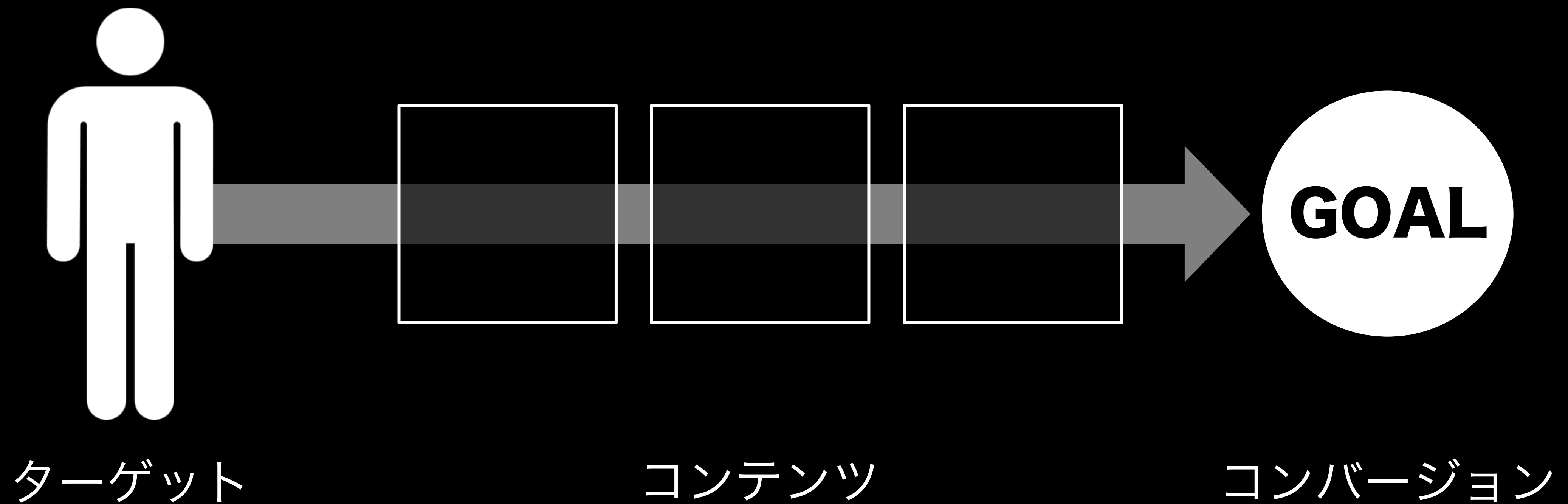
課題

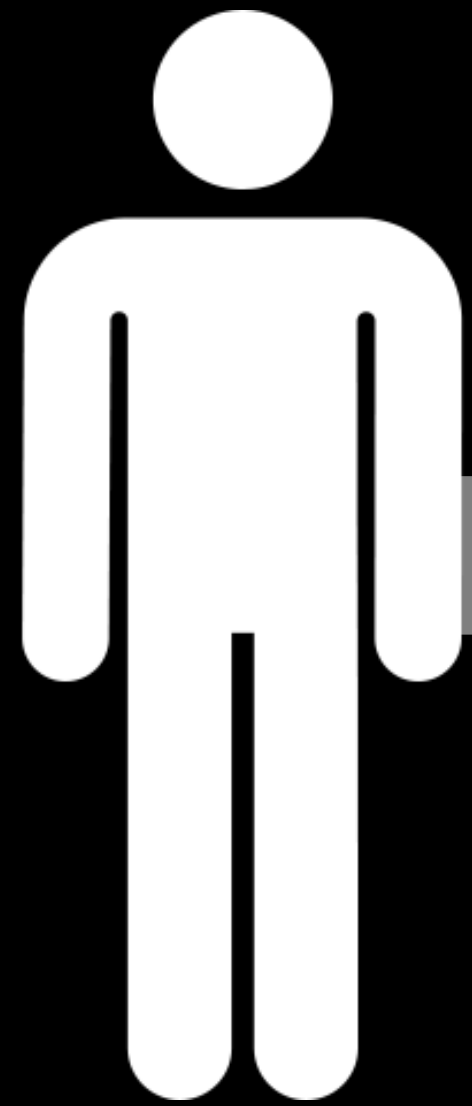
要件

最初のヒアリング



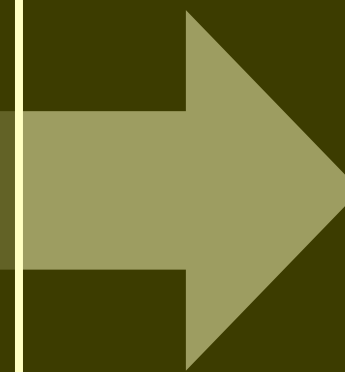
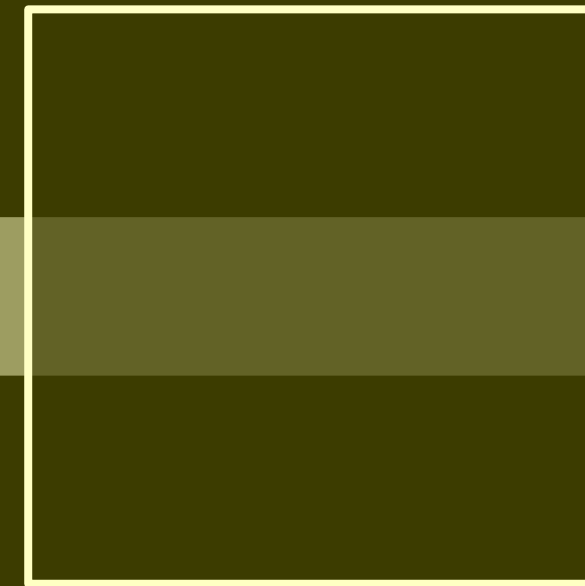
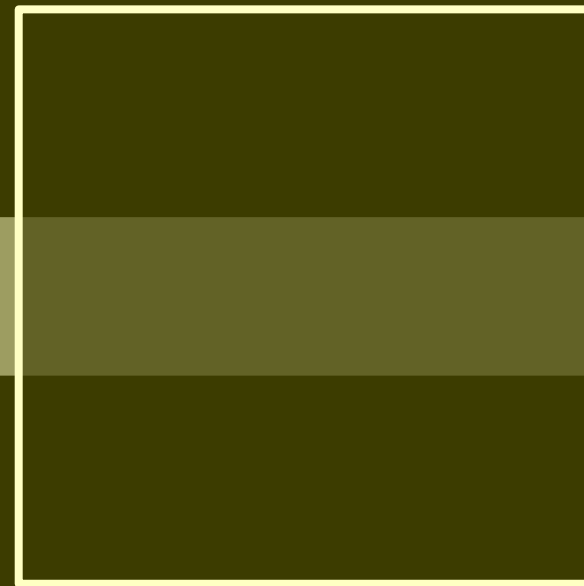
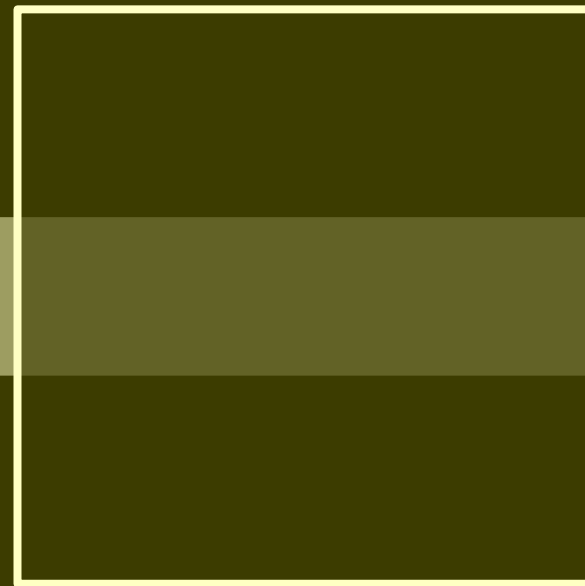
そもそもWebサイトは





ターゲット

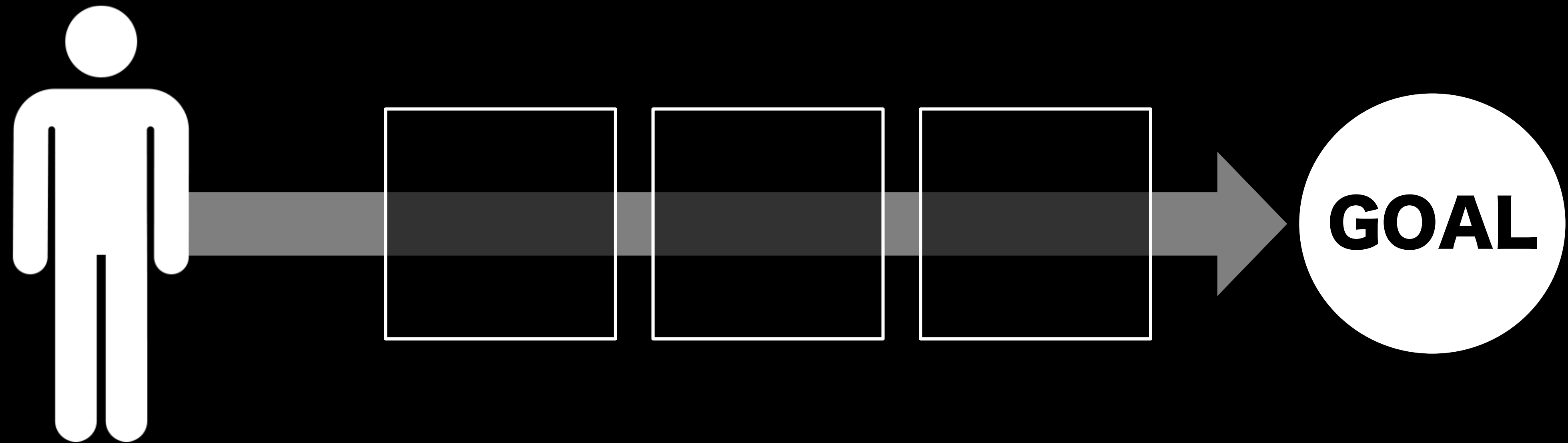
Webサイト（最終成果物）



コンテンツ

コンバージョン

ヒアリングでおさえるポイント



誰に？

ターゲットユーザーの
絞込み

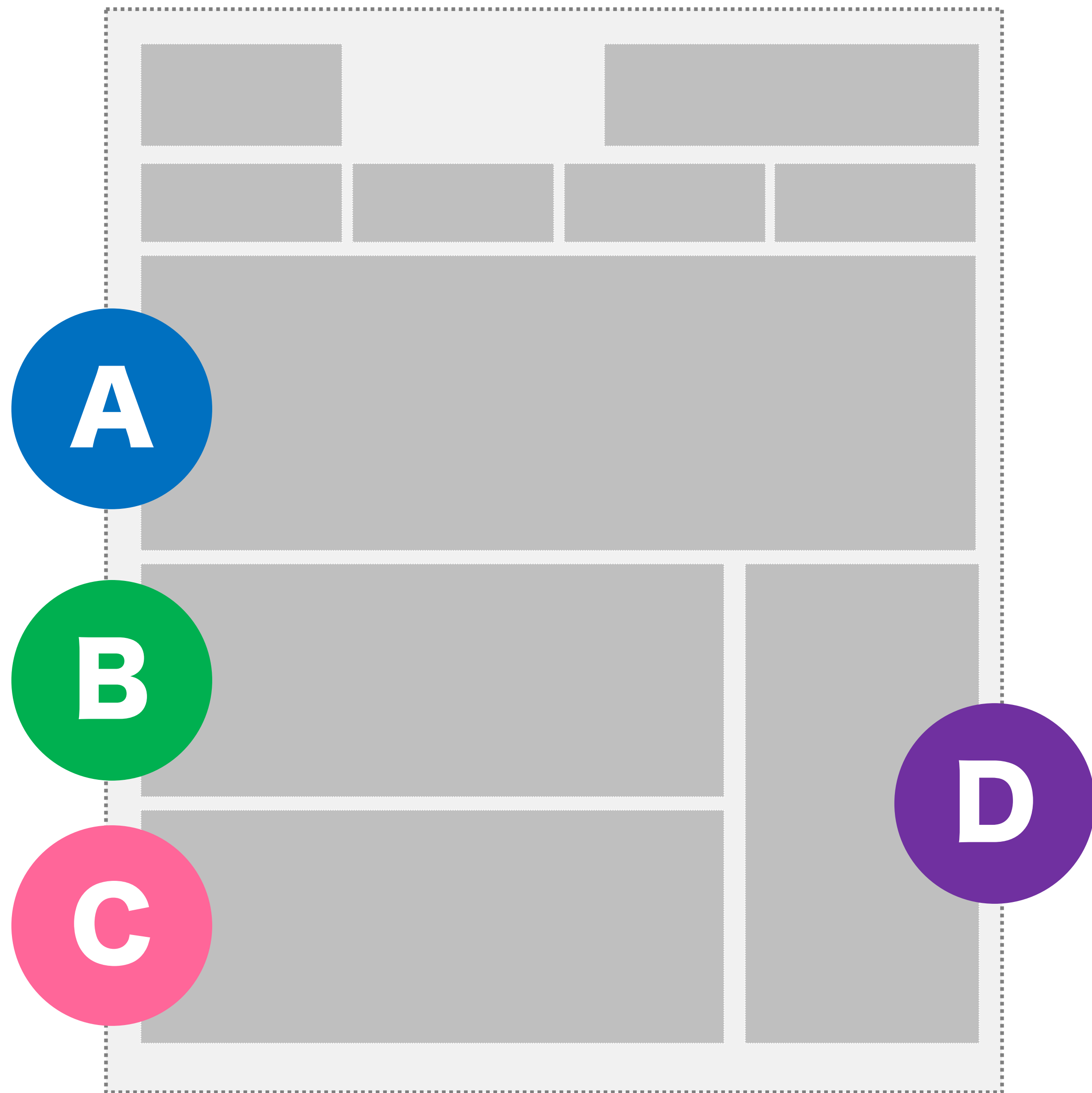
何を与えて？

利用シーンやニーズとの
紐付け

どうしたい？

明確なコンバージョンの
設定





掲載情報の確認資料

[illegible]

目的

課題

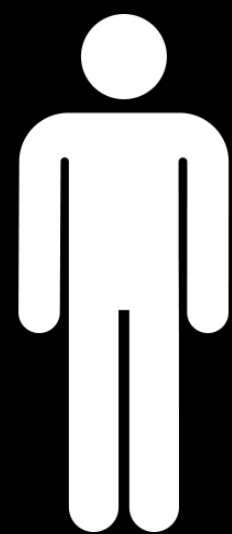
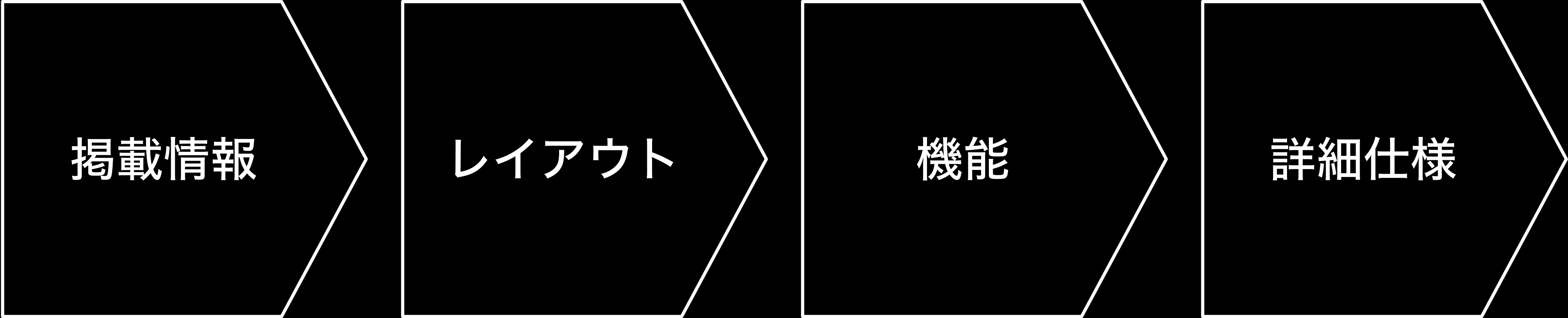
要件

最初のヒアリング

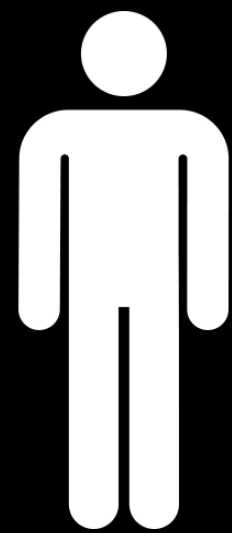
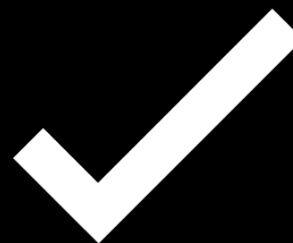
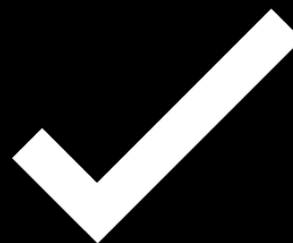
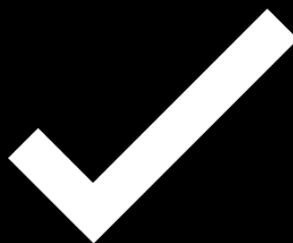
超重要



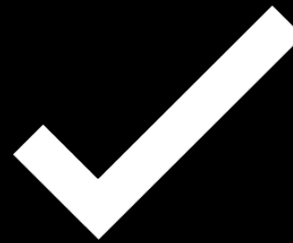
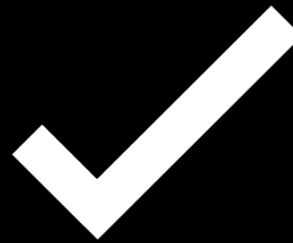
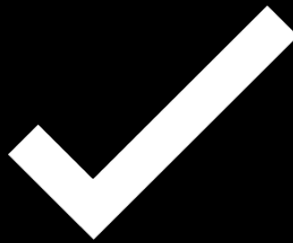
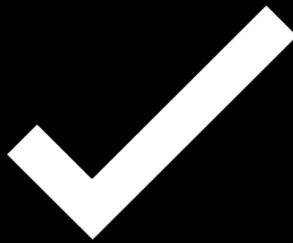
承認フロー



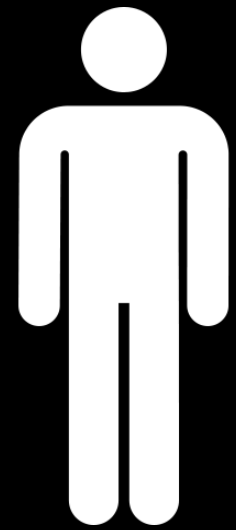
担当者



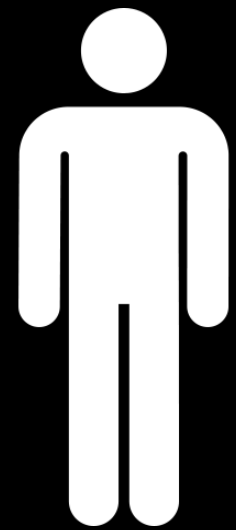
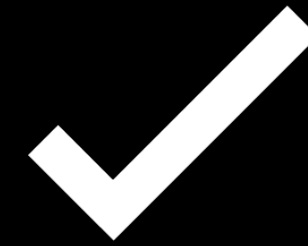
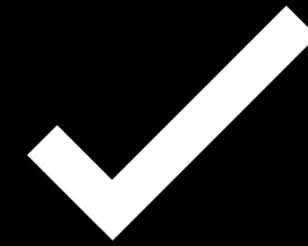
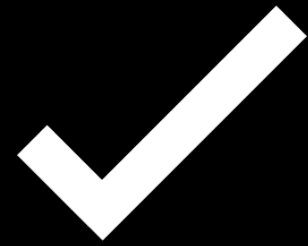
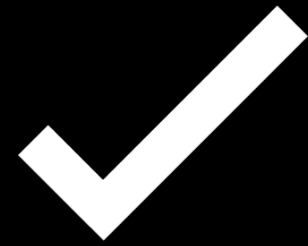
決裁者



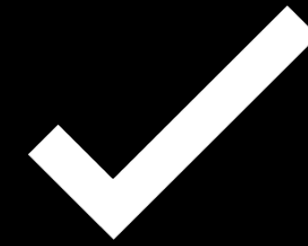
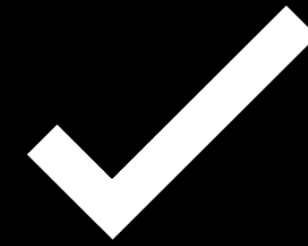
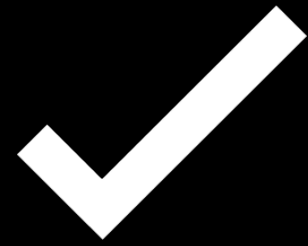
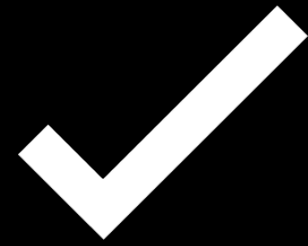
承認フローを先に決めておく



担当者

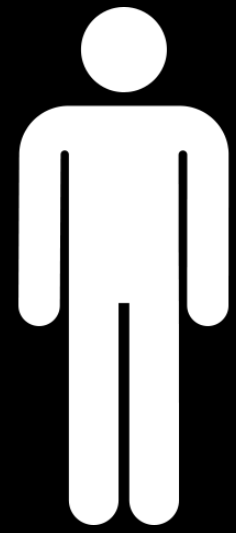


決裁者



良し悪しの判断基準

何ををもって**良し**とするか？



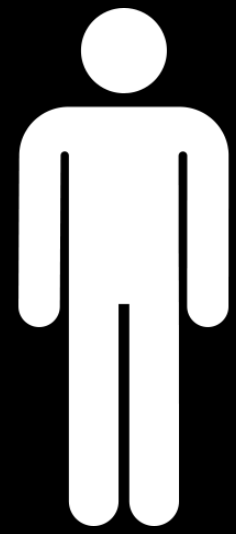
担当者

？

？

？

？



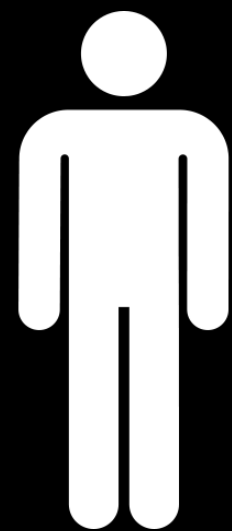
決裁者

？

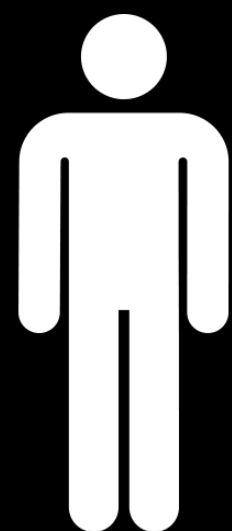
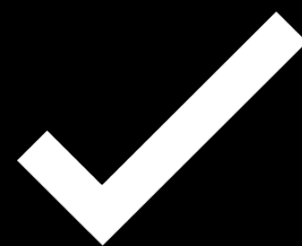
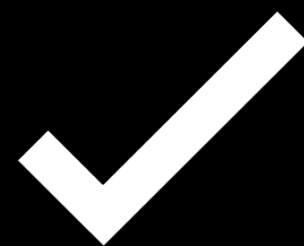
？

？

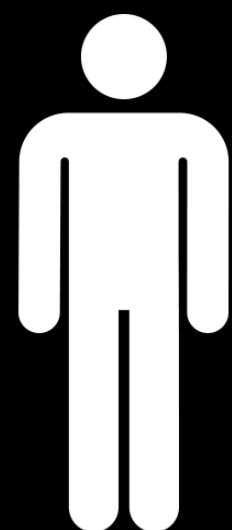
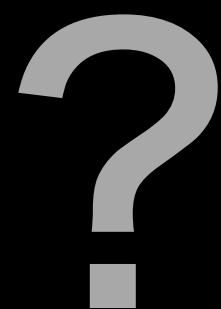
？



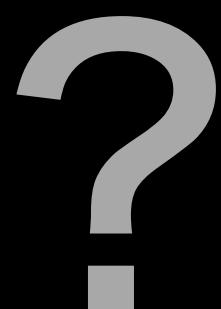
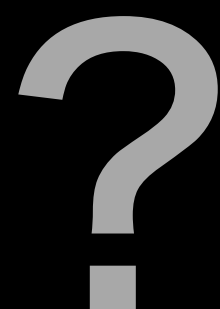
ペルソナ



担当者

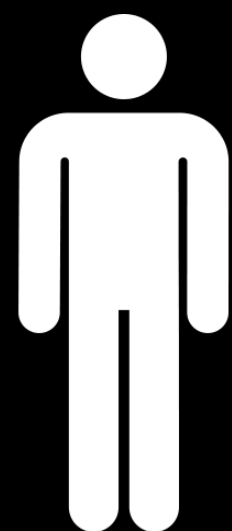


決裁者

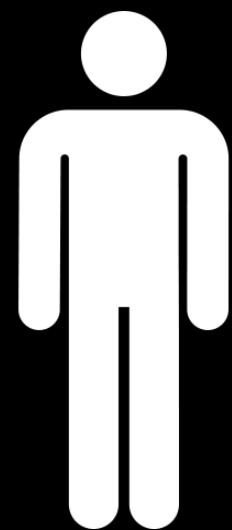
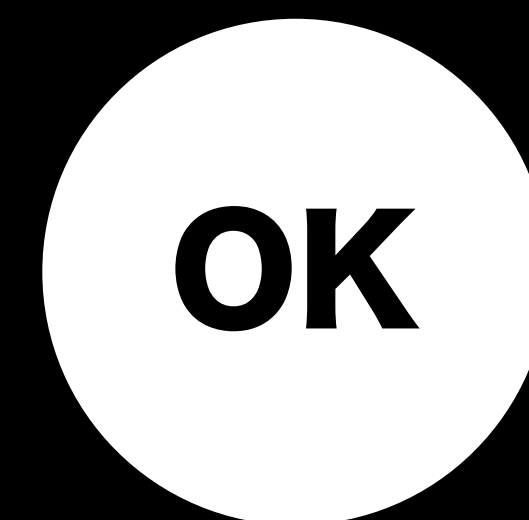
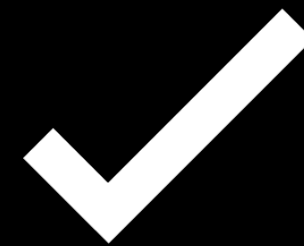
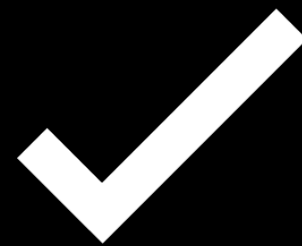
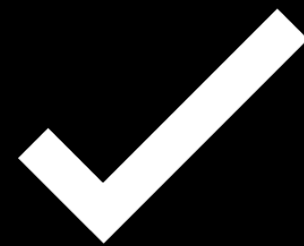




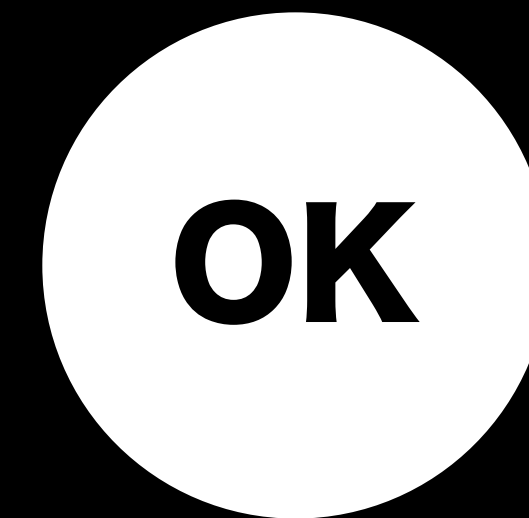
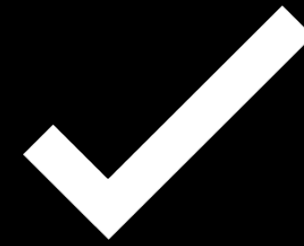
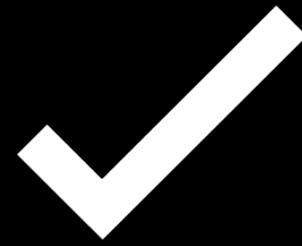
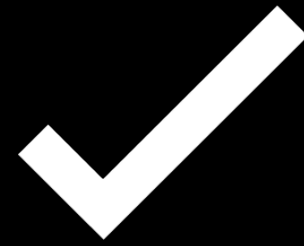
ペルソナ



担当者



決裁者



決めるべきを、決まりやすく

by 田口 真行

まとめ

コミュニケーションツールとしての完成度

ワイヤーフレームは誰のため？

ディレクター視点で探求する 理想的なワイヤーフレーム



ありがとうございました

