

CSSnITE

CSS Nite LP52

# Strategy ♪

ウェブサイト制作、  
手を動かす前に考えておくこと

築城10年、落城3日。

こだわりあるWebデザイン、やるからには本気で良いものを!

Naoki Nakagawa

1.

好き嫌い、良し悪しの軸

デザイン開発における相互間の確認

## デザイン開発における相互間の確認

多く人は、デザインを  
個人の好き嫌いで判断する

悪くはないんだけど、何か違うんだよね~~~~

ん~~~~、

まあ、良しとしましょう

モヤモヤ。。。。

## デザイン開発における相互間の確認

### ＜デザイン・ディベロップ確認3事項＞

- ・相互間にデザインを語る共通言語が有るか？
- ・デザインの良し悪しの判断基準が有るか？
- ・デザインの決定プロセスが的確か？

デザインがなんとなく上手だけでは解決になっていない！

2.

ブランド・パーソナリティ &  
サイト・パーソナリティの考え方

un-T流、デザイン開発のステップ

---

## デザイン・ディベロップの手法

---

我々は、クライアントから受けた要件をもとに

- **ブランド定義 (ブランド・パーソナリティ) の確認**
- **イメージの共通言語化 (イメージボードの作成)**
- **サイト・パーソナリティの設定**

上記3点のプロセスを経て、Webデザイン開発に取り組みます

# AVOCADO

都内と京都に4店舗展開するメキシコ料理店







都内と京都に4店舗展開するメキシコ料理店

### 【要件】

- Webサイトをリニューアルしたい
- ブランドの見え方を強化したい
- 採用の質を高めたい

# プロジェクト進行ステップ

## 1. ブランド構築

- ・ブランドの検証と再構築
- ・ブランドパーソナリティの考察と策定

## 2. イメージボード開発

- ・イメージサンプリング
- ・イメージボード作成

## 3. Webサイトデザイン開発

- ・サイトパーソナリティ策定
- ・サイトブランドデザイン制作

# プロジェクト進行ステップ

## 1. ブランド構築

- ・ブランドの検証と再構築
- ・ブランドパーソナリティの考察と策定

## 2. イメージボード開発

- ・イメージサンプリング
- ・イメージボード作成

## 3. Webサイトデザイン開発

- ・サイトパーソナリティ策定
- ・サイトブランドデザイン制作

Webサイト制作の前にはまず  
アイデンティティをつくる

ブランド (コーポレート) ・イメージ

消費者が捉えている  
ブランド (コーポレート) の  
現在の姿

「...」と思われている

現状

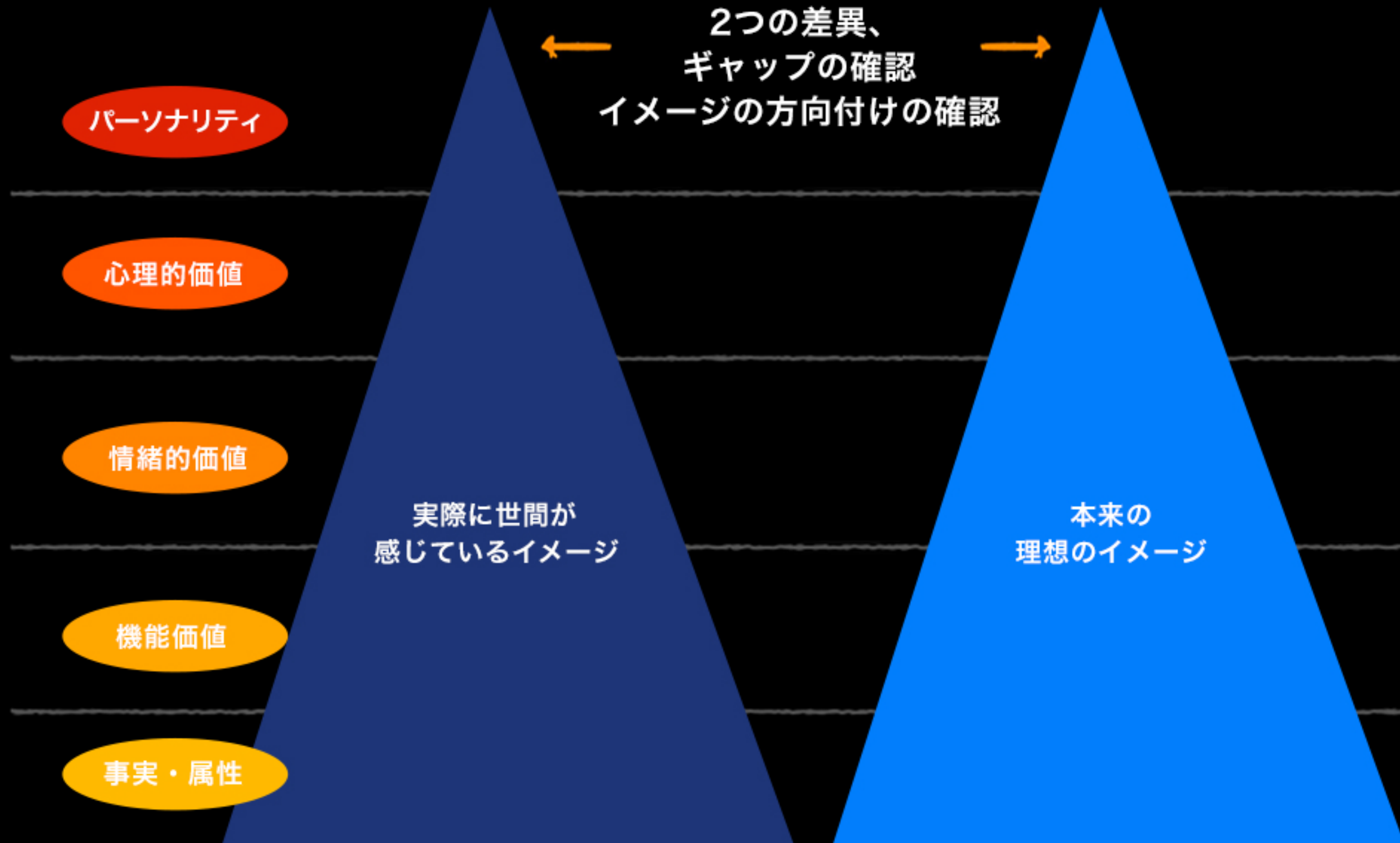
ブランド (コーポレート) ・アイデンティティ

企業が意図する  
ブランド (コーポレート) の  
あるべき姿

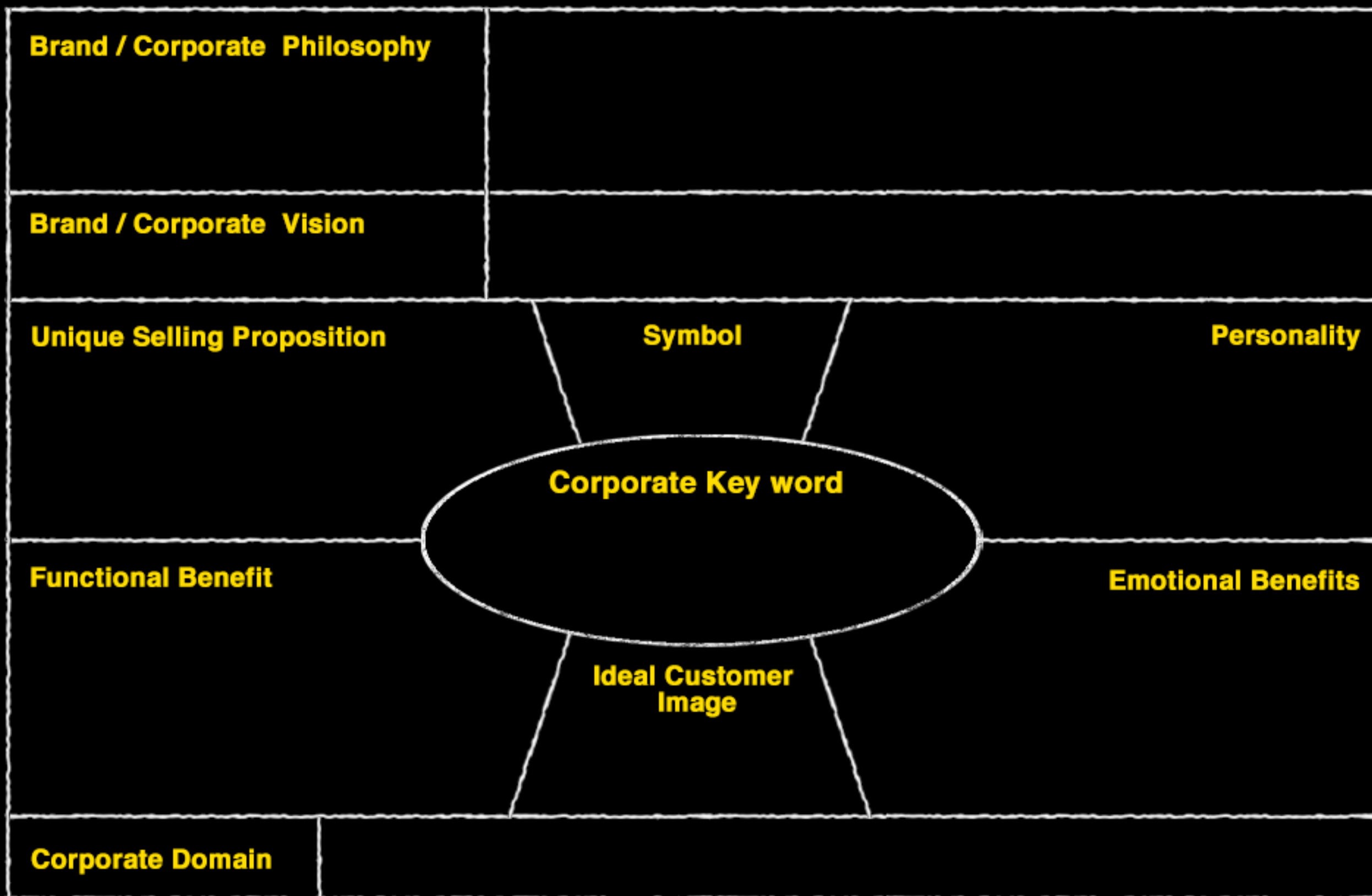
「...」と思われたい

戦略

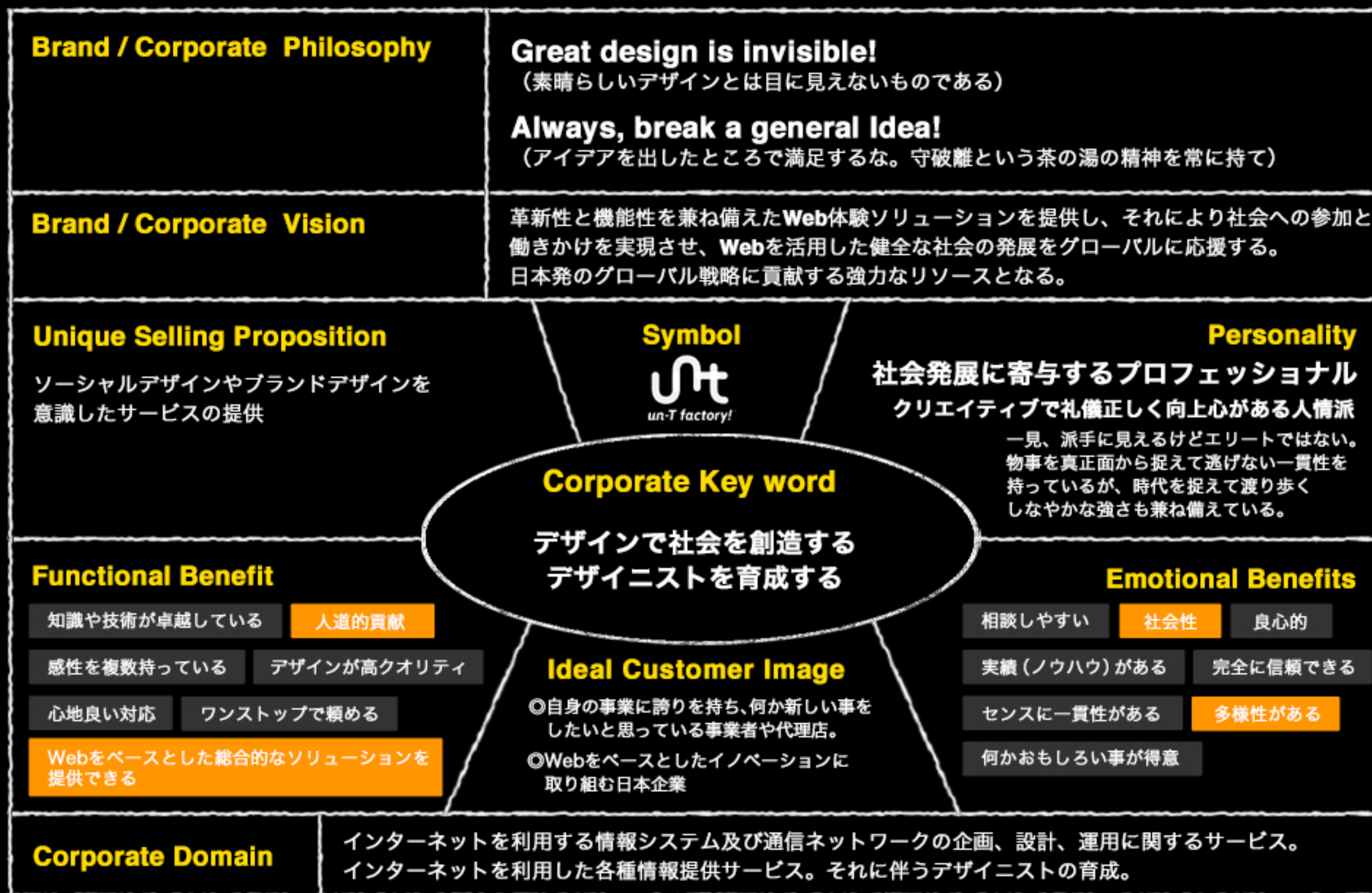
# 【コーポレート、ブランド構造と文脈概念図】



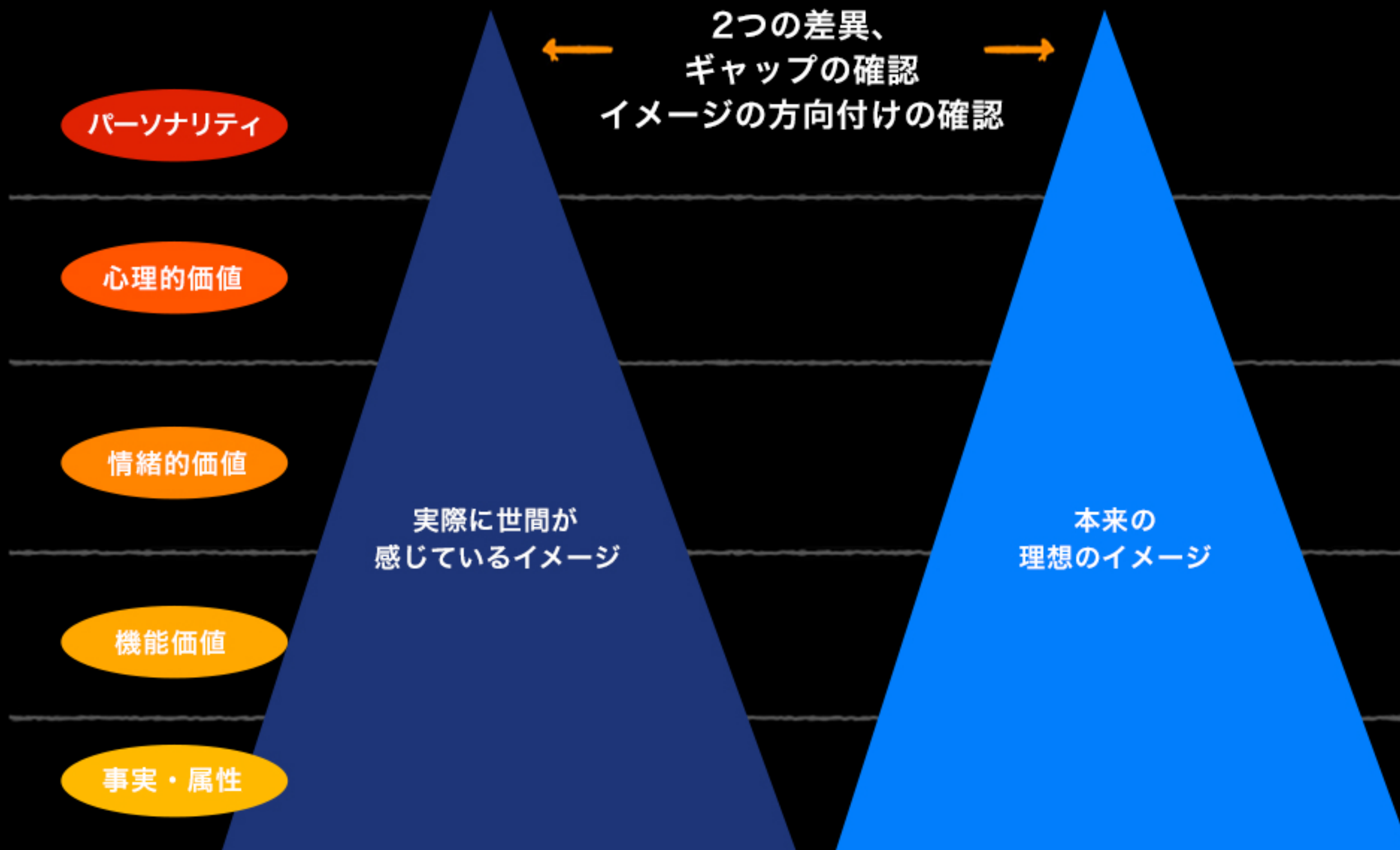
【 現状のブランド、コーポレート、アイデンティティを確認するステートメントシート 】



# 【現状のブランド、コーポレート、アイデンティティを確認するステートメントシート（例）】



# 【コーポレート、ブランド構造と文脈概念図】





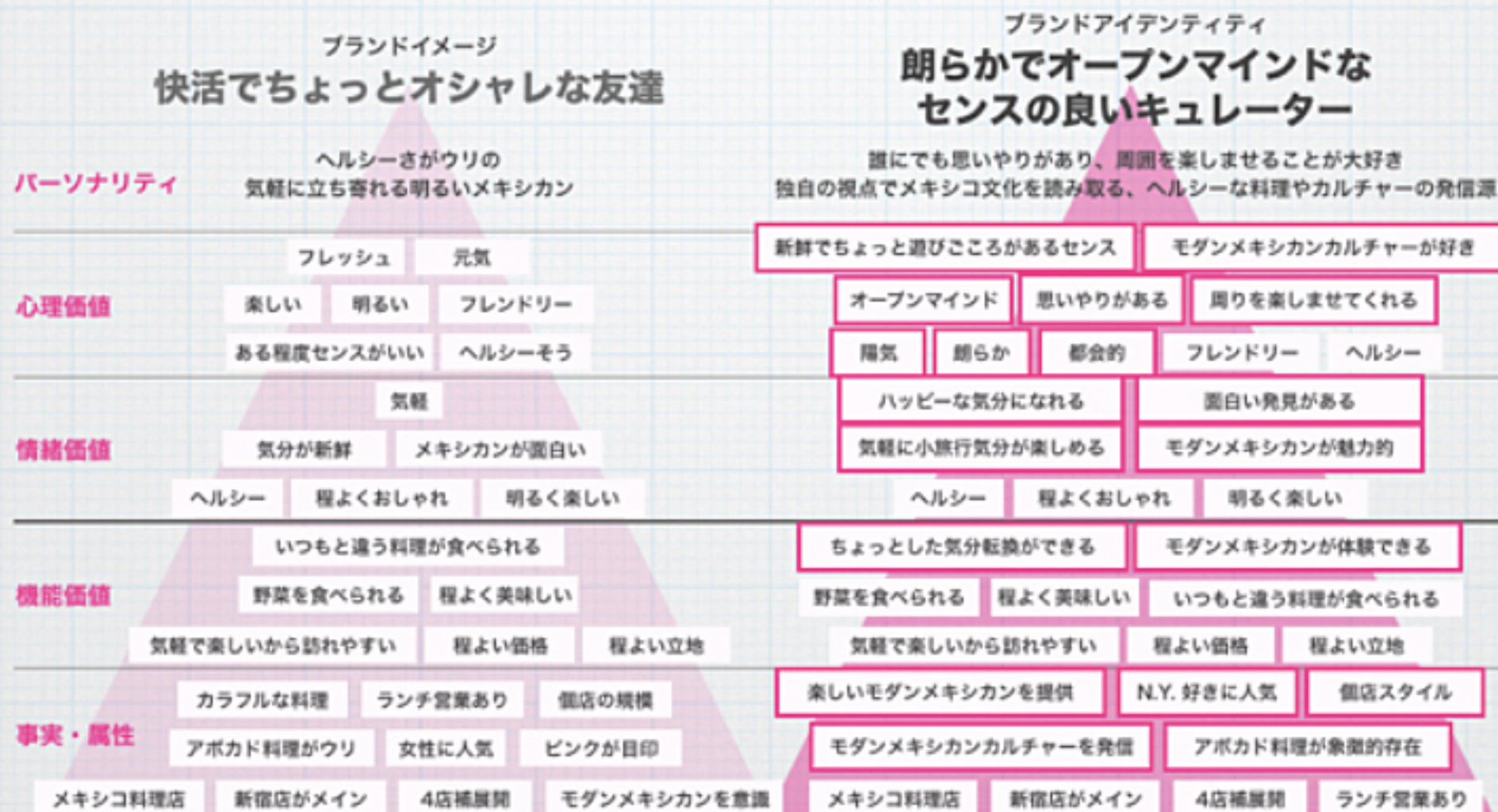
# 1. "ブランド"構築【ブランドの検証と再構築】

現状のブランドイメージを分解し、  
理想のアイデンティティと比較しながら再構築していく

## ブランドの検証と再構築

### AVOCADOのブランド構造と文脈概念図

AVOCADOブランドが持っている事実や属性を昇華させ、パーソナリティまで文脈をつなげることにより、ブランドイメージを形成していく。現実と理想を比較することで、目指すべき姿を明確にする。



ブランド再構築における主要キーワードを抽出

## 表現する事柄

### 楽しい メキシカン

体験として提供  
その要素を分解して  
実行に移しやすくする  
(社内・社外向け)

### アボカド

象徴的な存在として捉える  
なぜアボカドなのか?の  
必然性が重要

### モダン メキシカン

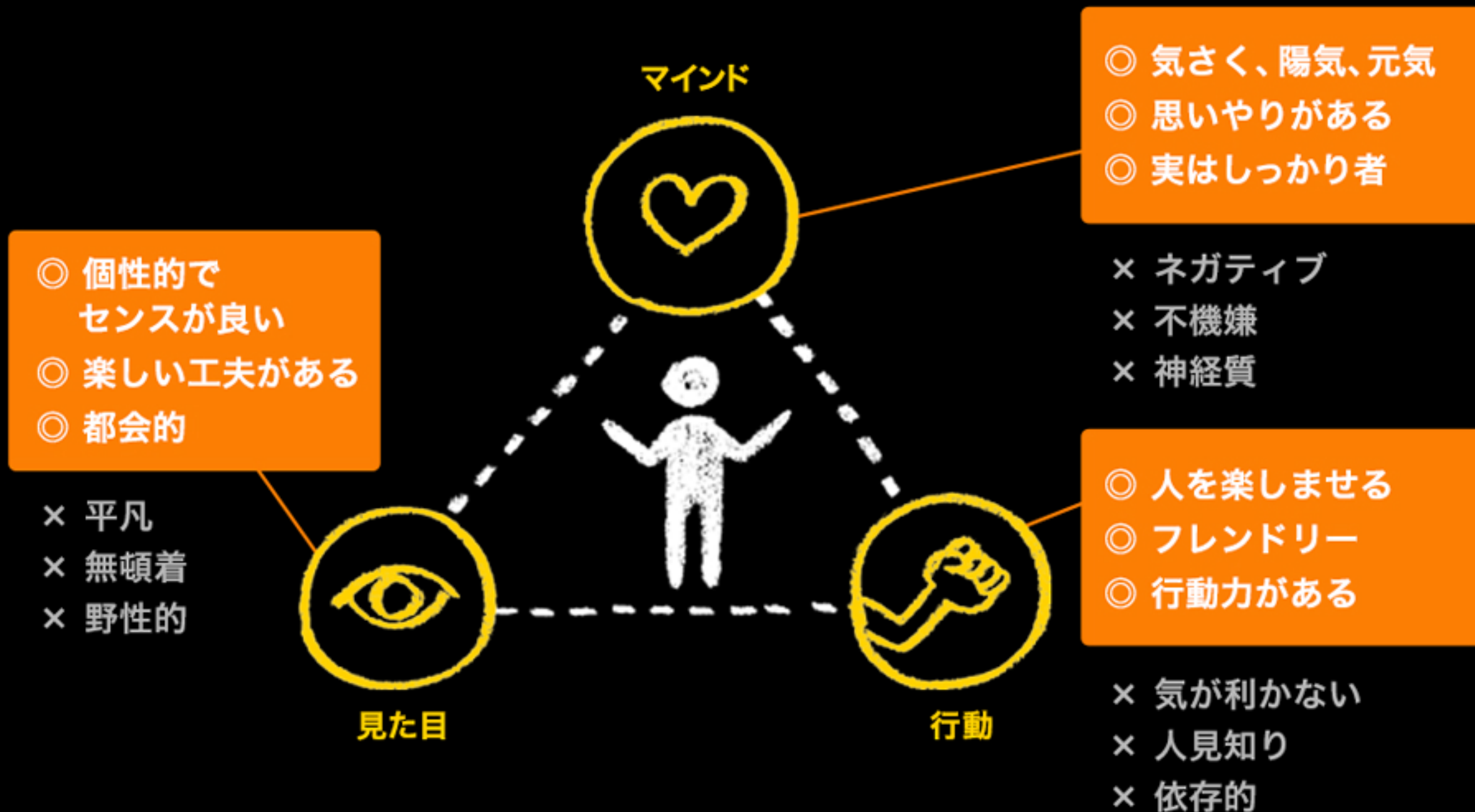
モダンメキシカンスタイルを  
独自に定義付け、ブームの  
発信源となる  
(ビジュアル、料理、音楽  
カルチャーは特に重要)

### ニューヨーク っぽさ

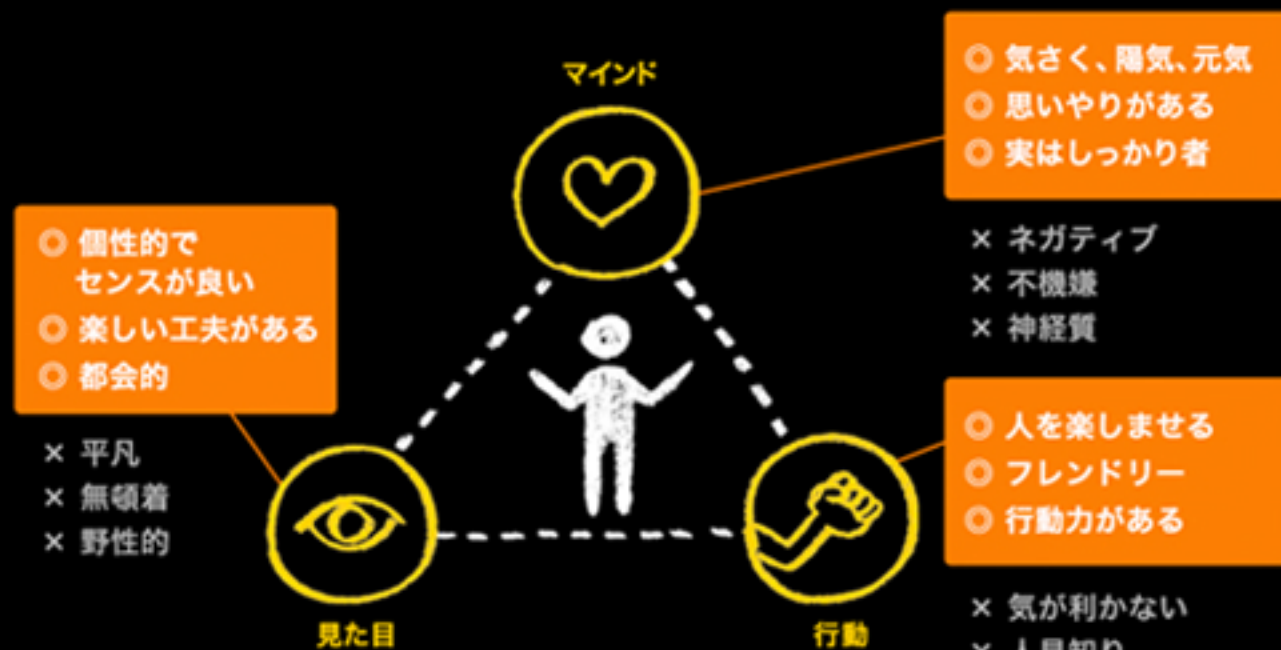
ニューヨークっぽさを  
醸し出す様々な要素を  
洗い出す

# 1. ブランド構築【ブランドパーソナリティの考察と策定】

ブランドパーソナリティを  
3つの要素に分けて策定



## 朗らかでオープンマインドな センスのよいキュレーター



誰にでも思いやりがあり、人を楽しませることが大好き。

独自の視点でメキシコ文化を読み取る、

ヘルシーな料理やカルチャーの発信源

### ●男性ならこんなイメージ...

青木崇高  
桐谷健太  
小栗旬  
トータス松本



### ●女性ならこんなイメージ...

杏  
木村カエラ  
本田翼  
梨花



## ブランドパーソナリティを実在の人物に当てはめてイメージする

ブランドの検証と再構築

### AVOCADOのブランドパーソナリティ策定

例えばこんな人

桐谷健太



木村カエラ



## ブランドパーソナリティの完成

愛のある  
チャーミングな  
人気者

みんなを  
楽しませることが  
好き



実は芯のある  
しっかり者

センスと器用さと  
賢さで周囲から  
一目置かれている

策定したパーソナリティのイメージキーワードと合う  
デザインの要素を選定していく



# 1. ブランド構築【ブランドパーソナリティの考察と策定】

さらに掘り下げる。  
音楽に例えると？ どんな行動をする？





# プロジェクト進行ステップ

## 1. ブランド構築

- ・ブランドの検証と再構築
- ・ブランドパーソナリティの考察と策定

## 2. イメージボード開発

- ・イメージサンプリング
- ・イメージボード作成

## 3. Webサイトデザイン開発

- ・サイトパーソナリティ策定
- ・サイトブランドデザイン制作

クライアントと共にイメージサンプリング

@代官山蔦屋書店



ディスカッションから導き出されたテーマ

MEXICAN DINING AVOCADOが独自に考える  
モダンメキシカンスタイルの探求

## イメージサンプリングから抽出したビジュアル・キーワード

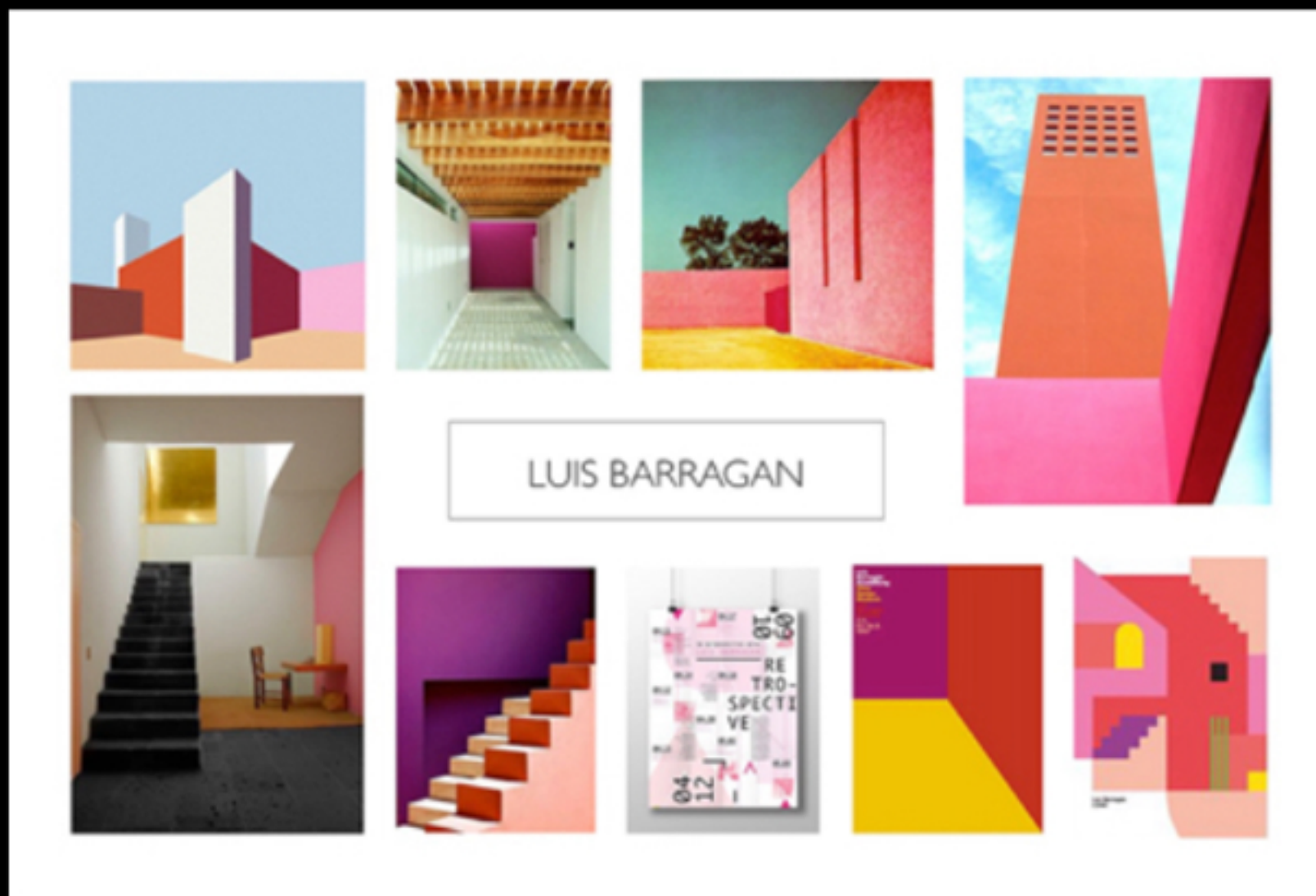
ブランドの検証と再構築

## ビジュアルデザインキーワード

1. ルイス・バラガン
2. パーティ
3. ヘルシー
4. メキシカン
5. ガーリー (A, B)
6. シティボーイ

# 1. ルイス・バラガン

- 直線的で幾何学的
- 大きな面分割
- ブーゲンビリアピンク
- 空、海など自然の色を中心とした鮮やかな配色



## 2. パーティ

- 人が集う賑わい感
- お手製の料理を  
持ち寄ったような  
不揃い感
- 美味しさや楽しさを  
共有するハッピーな  
ムード



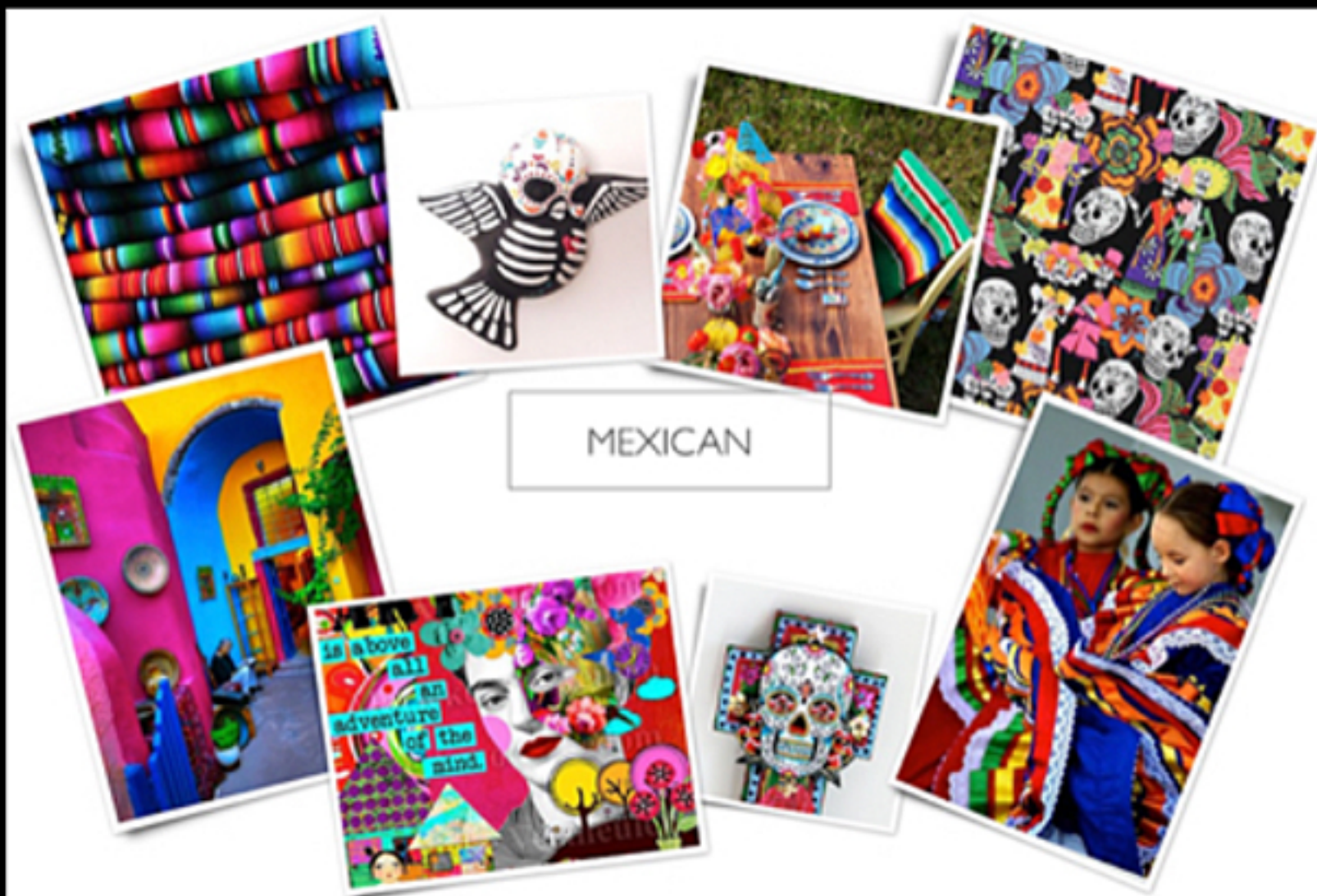
### 3. ヘルシー

- アボカドの写真
- みずみずしい野菜や料理を太陽光の下で鮮やかに撮影
- 色の浅い木目や手書きのPOP



## 4. メキシカン

- 伝統的で鮮やかな配色
- 骸骨
- 民族衣装
- フリーダカーロ
- ミックス  
コーディネート



## 5. ガーリー(A)

- ・ガーリーな  
メキシカンアレンジ
- ・コラージュや手書き
- ・女の子の秘密の  
ダイアリーのようで  
自由に楽しく
- ・ワクワクする  
ビジュアル





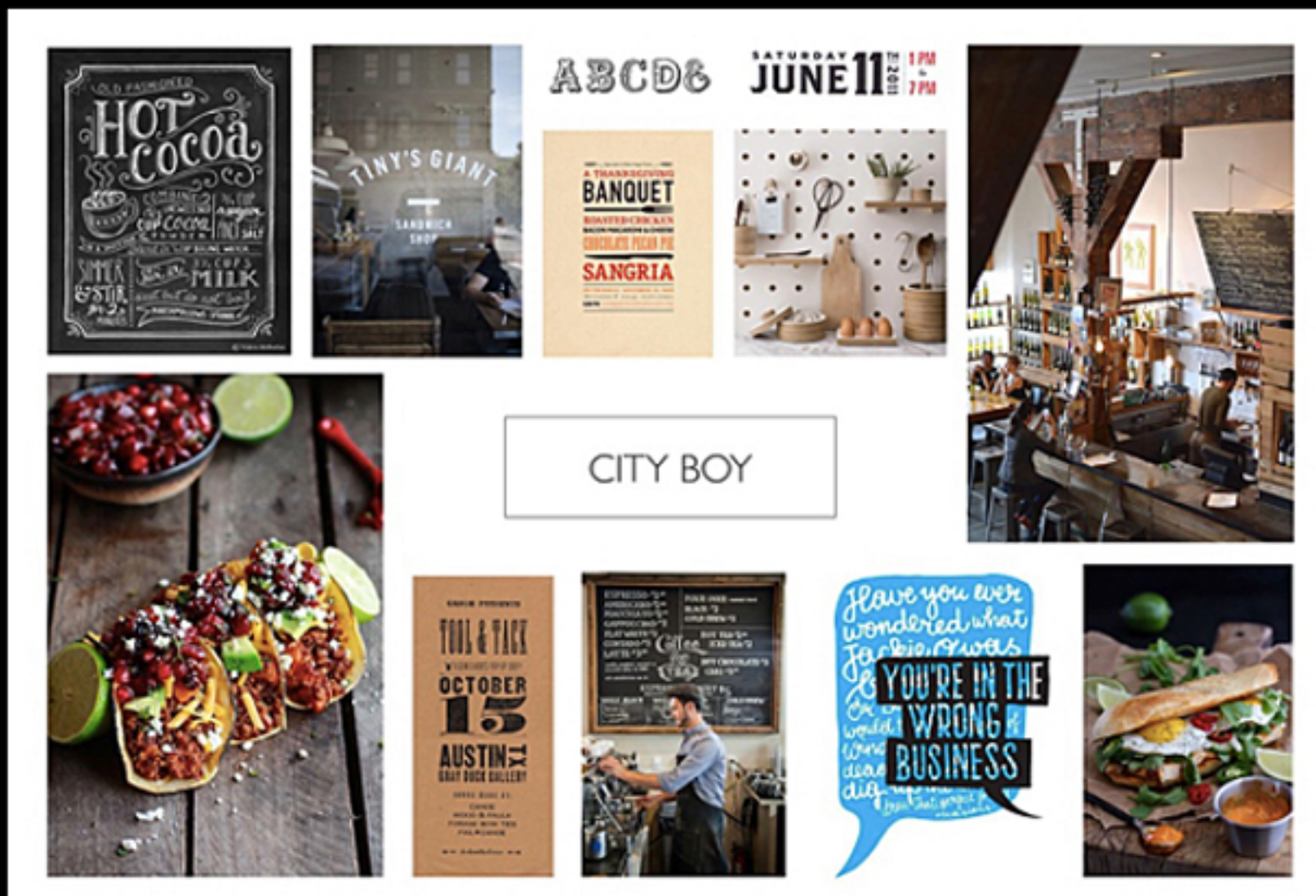
## 5. ガーリー (B)

- Aよりも少しオトナのメキシカン
- 日に灼けて色あせたようなパステルカラー
- 白木や明るい色調の写真
- シャビーなトーン
- 居心地の良いリラックスムード



## 6. シティボーイズ

- ポートランドやブルックリンスタイル
- 粗野なモチーフ
- 手書きの文字
- DIY感のあるツール
- コントラストが強めな料理写真



GIRLY

friends

What should I do with my hair today?

In here!

LET'S MAKE

MEXICAN DINING AVOCADO

Three good THINGS

LA LA LA

Men's

WEEKEND TIPS

VIVA MEX



# プロジェクト進行ステップ

## 1. ブランド構築

- ・ブランドの検証と再構築
- ・ブランドパーソナリティの考察と策定

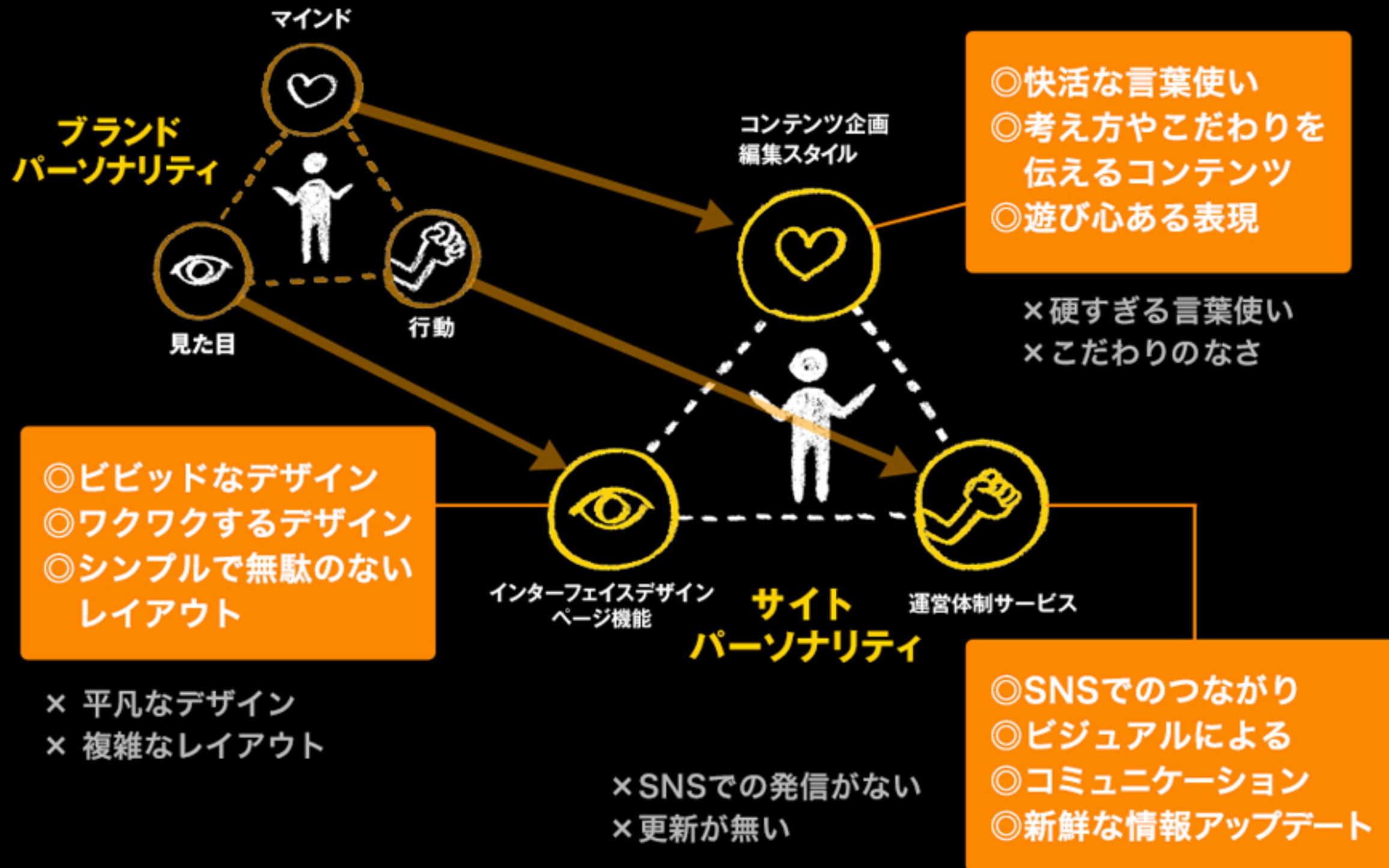
## 2. イメージボード開発

- ・イメージサンプリング
- ・イメージボード作成

## 3. Webサイトデザイン開発

- ・サイトパーソナリティ策定
- ・サイトブランドデザイン制作

ブランドパーソナリティをサイトパーソナリティに落とし込む



ターゲットペルソナの策定やシナリオ考察

ターゲットユーザーの考察  
ペルソナの具体化

**ターゲット A** 社内での成長とステップアップを目指す20代 社員志望者

27歳男性 6大学の建築科を経て2社目の就職先 サービス業というフィールドで自己成長を目指す

- 学生時代の飲食店バイトでサービス業のやりがいを感じる
- 新卒でメーカーの機械職についていたが転職
- 飲食店の雰囲気やお客様へサービスすることが好き
- 将来的にはスーパーバイザーを目指している
- AVOCADOの目指す方向性や考え方に共感

現場での接客も好きだが、将来的にはお店の企画など上流工程に携わりたい

**ターゲット B** いずれ独立を目指す30代 社員志望者

34歳男性 妻と1人の娘を持つ元サラリーマン 将来は自分の店を数店舗持つのが目標

- 前は4歳 何事も考えるとお金がかかる年齢までに独立したい
- 大学卒業後上場し、大手会社員に勤めるが退職
- もともと料理や飲食店が好きだった
- AVOCADOの経営手法に興味があり、研修を覗きたい

目標意識が高く、家族もいるので遠慮して働くタイプ

ターゲットユーザーの考察  
ペルソナの具体化

**ターゲット C** 社会志向の強い、おしゃれなファッションブランド志向の女性

24歳女子大学生 おしゃれなお店でバイトがしたい 注目されるのが好きなモデル志向の女性

- 地元から上京し、都内の女子大に通う
- 音楽にはある程度自信あり
- ファッションやカフェやインスタが好き
- 現在はたまに読者モデルとして雑誌に出ることもある
- できればプロのモデルとして仕事してみたい
- おしゃれなお店で可愛い制服で働きたい

学生の間に将来性を求めて人気のある飲食店で働きながら少し蓄えたい欲求を持つ

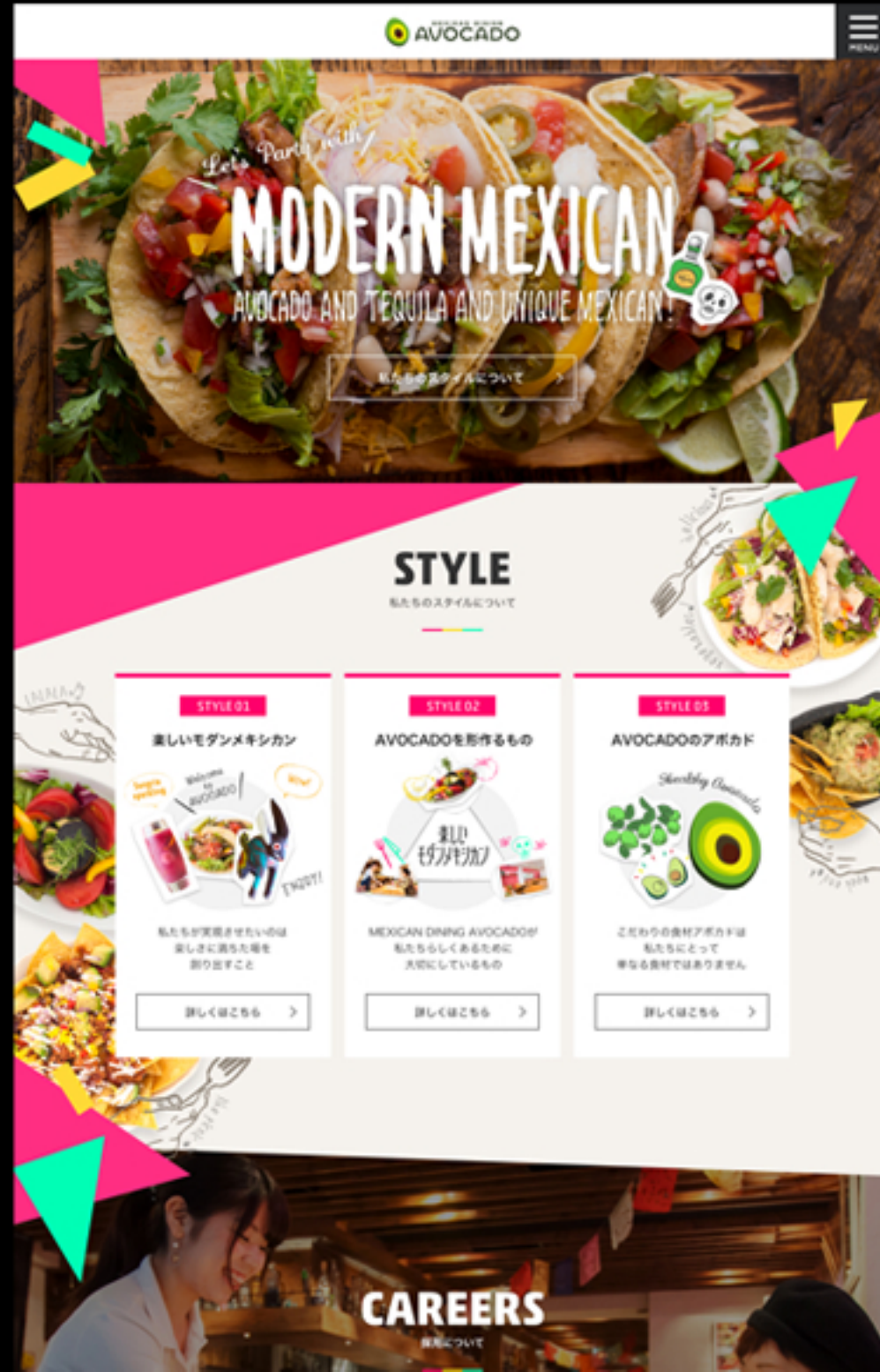
Type A フットワークの軽い「ピンカン女子」



Type B レコメンドに弱い「フォロー女子」



# サイトデザイン



### 3. Webサイトデザイン開発【サイトパーソナリティの策定】

## ブランドイメージの 統一と展開





# ブランド・パーソナリティの策定、イメージボード制作 サイト・パーソナリティ設定のメリット

→ 的確なデザインの決定プロセス



1. クライアントと制作側がイメージ共有できる  
→ 相互間のデザインを語る共通言語
2. 理念や方向性をビジュアルで明確化できる  
→ デザインの良し悪しの判断基準
3. 社内外にアイデンティティを伝達できる  
→ CI、VIの浸透と確立

3.

イメージボード事例

制作事例

イメージボードサンプル Chronoba Design コーポレートサイト

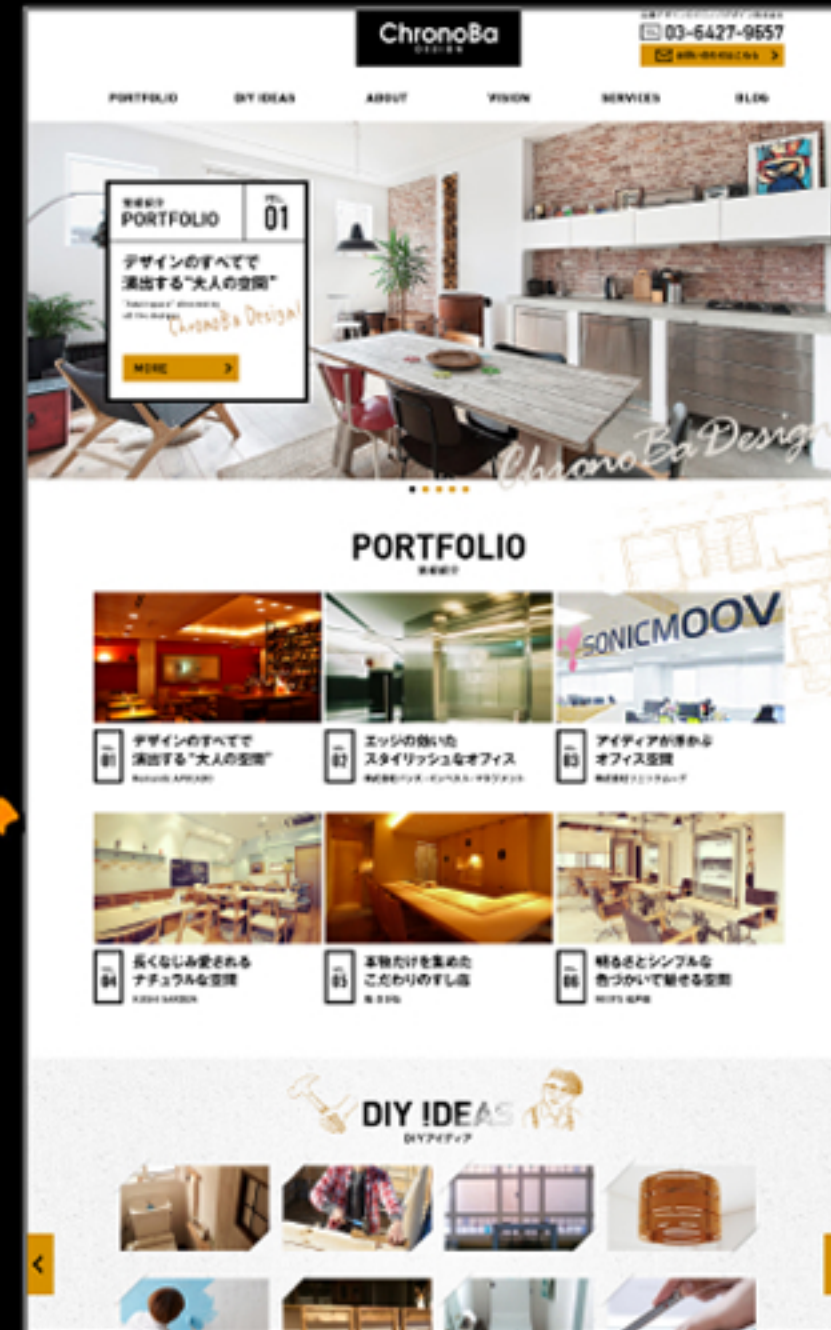
経験豊富でフレンドリーな頼れるパートナー  
ビジョンとエネルギーに満ち溢れ、  
人間的で魅力的なビジネスパーソン



personality



image board



site design

イメージボードサンプル

エモーヴ

女性を切り口に豊かな感性がみなぎる社会づくりに  
寄与しているプロフェッショナル  
知性と向上心があり、行動的で実行力もある自立した女性



personality



image board



site design

イメージボードサンプル

株式会社インテージテクノスフィア  
コーポレートサイト

自己鍛錬と自己表現のバランスを  
上手にコントロールできる温厚な大人。  
向上心を持つビジネスパーソン



personality



image board



site design

イメージボードサンプル ワイルドターキー

蒸溜所の内側から外側まで知り尽くし、昔ながらの  
バーボンづくりを徹底的に学ぶことでキャリアを  
積み重ねてきた熟練の技術者。



personality



image board



site design

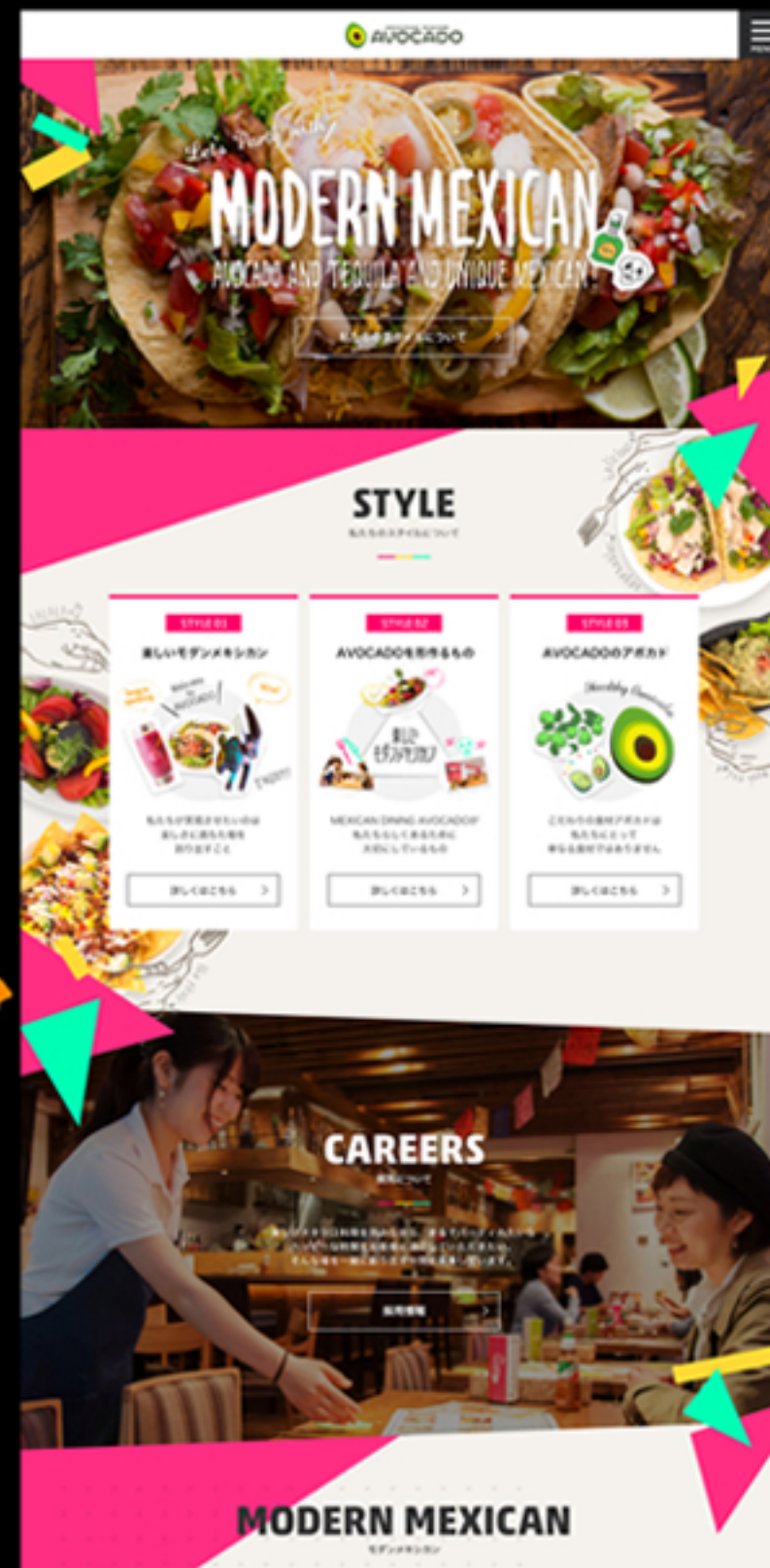
愛のあるチャーミングな人気者  
みんなを楽しませることが好き  
実は芯のあるしっかり者・  
センスと器用さと賢さで周囲から  
一目置かれている



personality



image board



site design

# イメージボードサンプル

エモーヴ



ワイルドターキー

インテージテクノスフィア



エンブリッシュ



MEXICAN DINING AVOCADO



クロノバデザイン



Thanks!

築城10年、落城3日。

こだわりあるWebデザイン、やるからには本気で良いものを!

# Profile



**氏名：** 中川 直樹 (なかがわ なおき) / @nakagawan

**所属：** 株式会社アンティー・ファクトリー 代表取締役 / アートディレクター

**略歴：** 静岡県浜松市出身

ニューヨーク州立大学 Fashion Institute of Technology (F.I.T) 広告デザイン学科 卒業

NYにてWebデザイン、グラフィックデザインに従事。'96年 NYより帰国

'97年 有限会社アンティー・デザインを設立。三菱電機、資生堂のサイト制作を手がける

'01年 Web戦略・制作をワンストップで行う株式会社アンティー・ファクトリー設立

'04年 システムコンサルティング・開発を行う株式会社アンティー・システム設立

現在に至る

**業績：** 三菱電機、資生堂、カネボウ、S&B食品、日産自動車、パドワイザー、Sony Ericsson、コカ・コーラ、フジテレビ、アルファロメオ、ALL ABOUT、VOGUE 他多数

**URL：** [www.un-t.com](http://www.un-t.com)

**連絡先：** [naokin@un-t.com](mailto:naokin@un-t.com)