

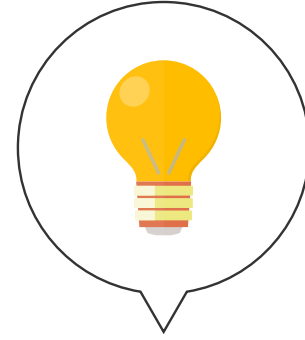
CSSnITE

CSS Nite LP53

WiReFrame

ワイヤースケッチとビジュアルデザインの間、暗くて深い闇

2017.9.30 土



人を巻き込む ワイヤーフレーム活用術

4つの活用法と問題の本質



● 田島 ちはる

Director / Designer

- ▶ 制作プロダクション
- ▶ 代理店
- ▶ インハウスデザイナー
- ▶ フリーランス

企画・戦略など
上流工程から
関わるのが好き!



Twitter ▶ DesignHumore



Instagram ▶ everydesign.insta

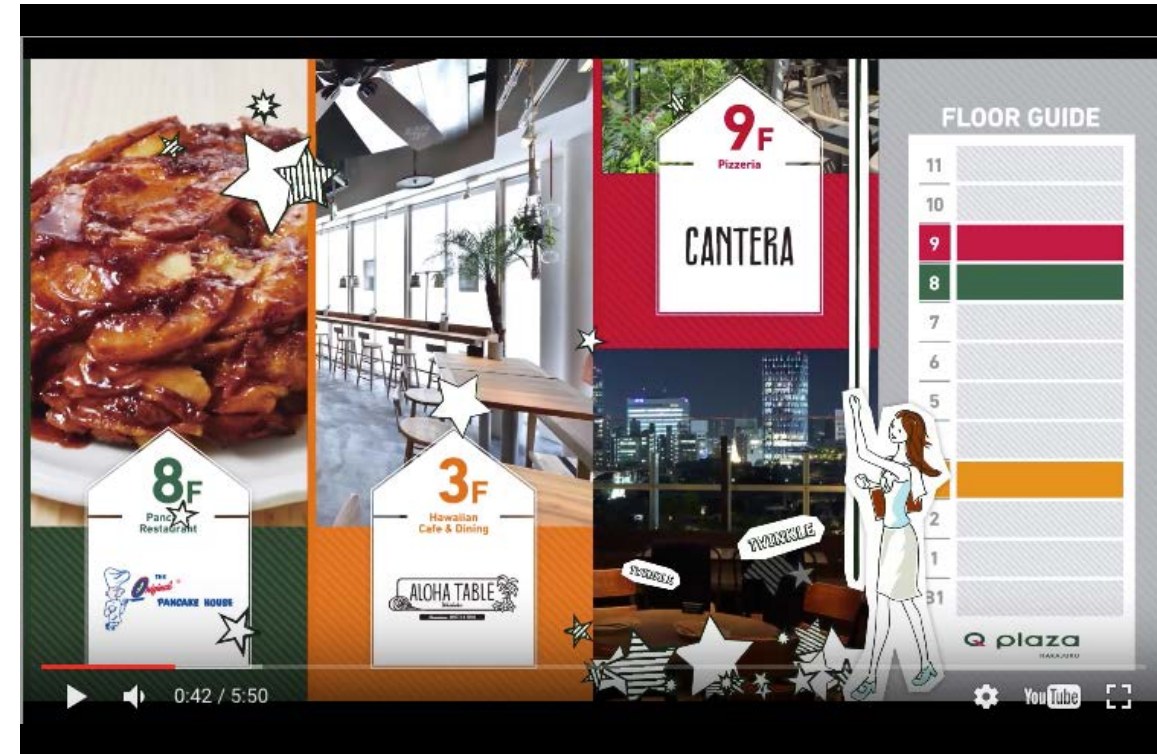
どんなことしてるか伝えるべく、実績を出します



実績を乗せたスライドは
写真撮影・SNSなどへのシェアは
お控えください

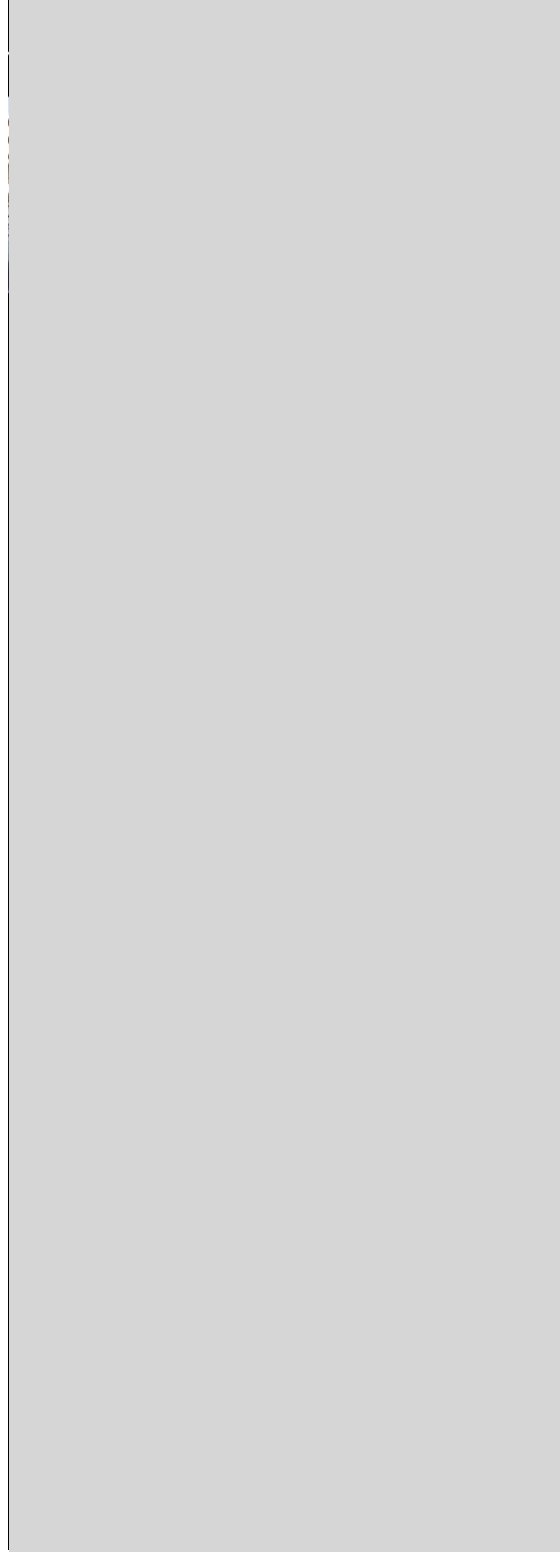
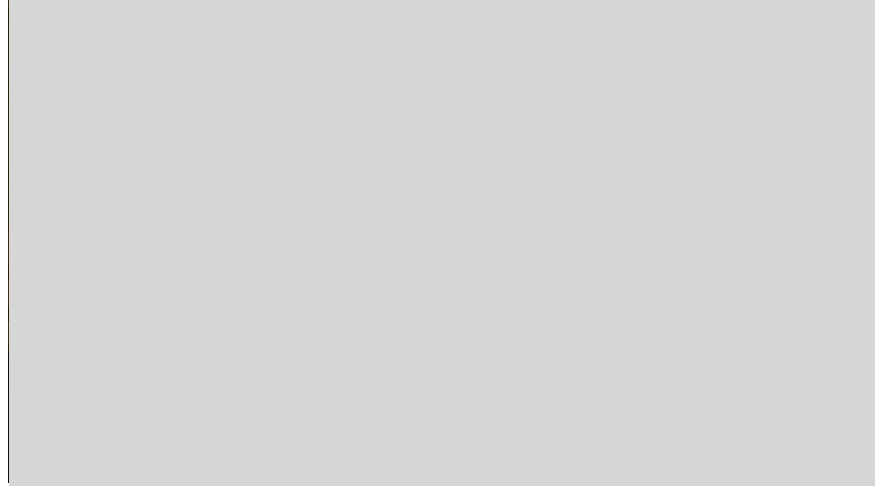
！
撮影禁止

商業施設の販促



！
撮影禁止

ブランドの販促

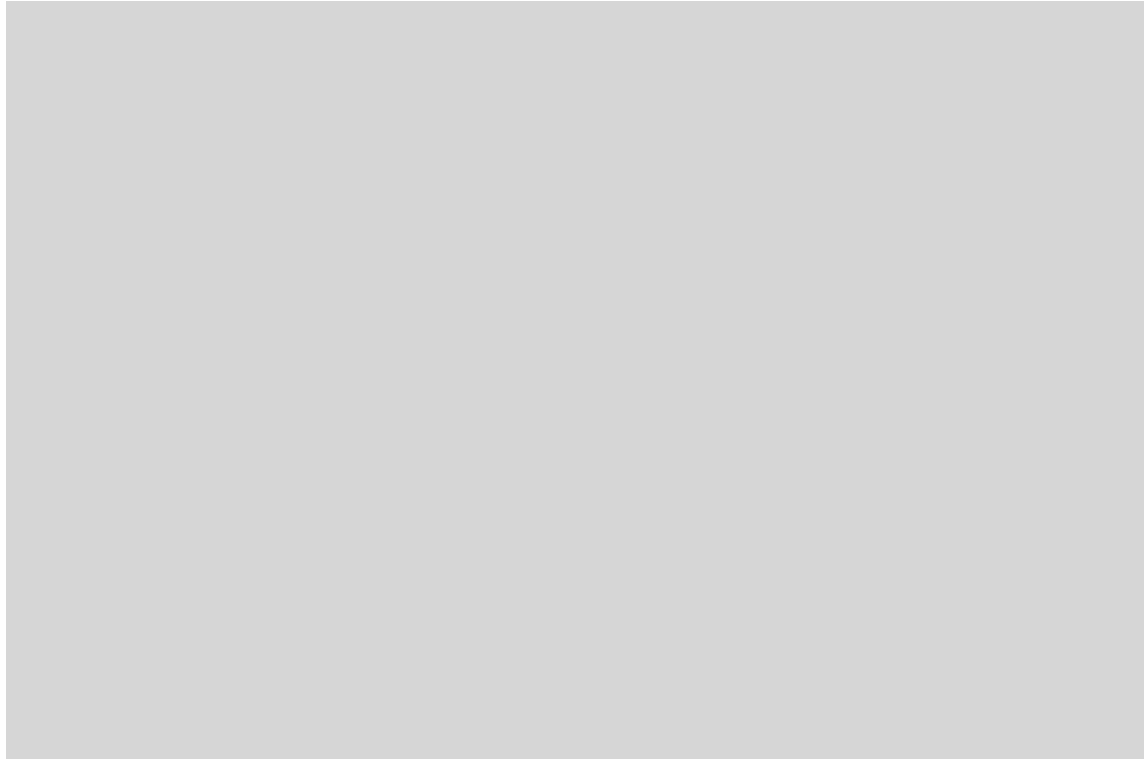
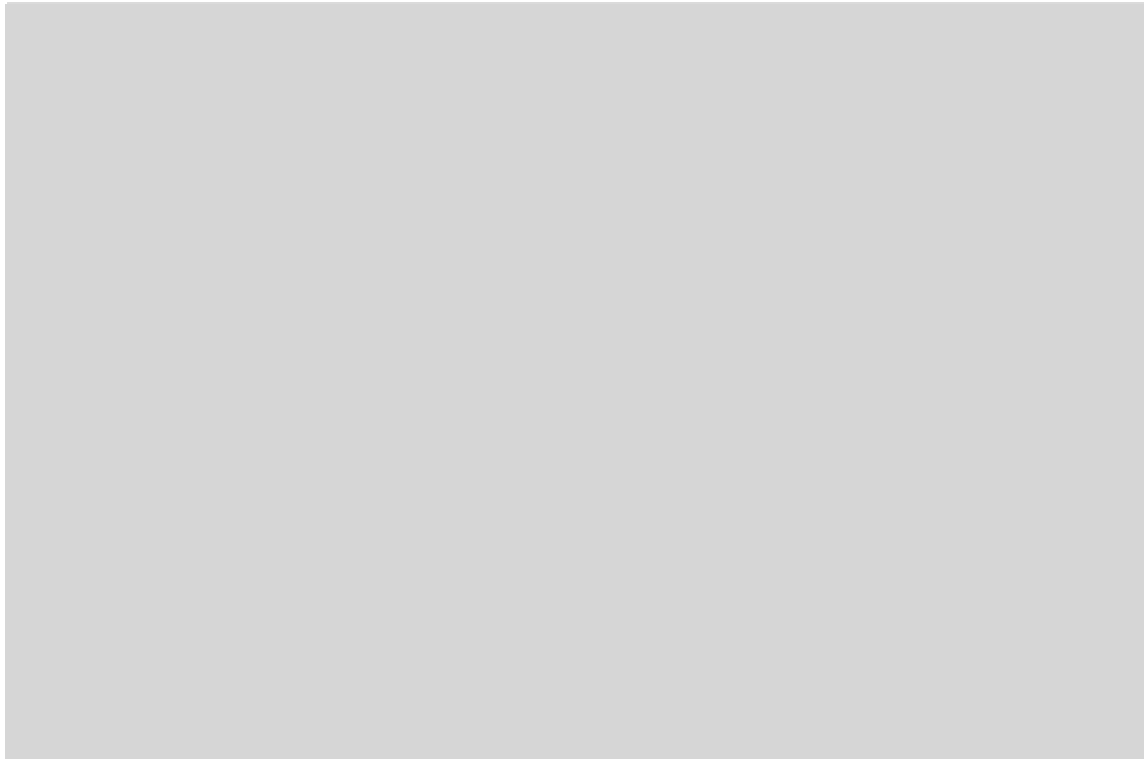


！
撮影禁止

その他いろいろ…

デザイン業界に
就職・転職するための
学校。

the school for going into the design industry.



ニコッ



今日は、みなさんのワークフローに
つまみ食い(ちょっと取り入れ)してもらえる
内容を心がけてきました

おはなしの流れ

- 問題分析 01 ワイヤーフレームの解体～再構築
- 解決案1 02 4つの役割を活用したワークフロー
- 活用法 03 目的に合わせて自由な活用を
- 解決案2 04 どこまで固めるか悩む について
- 本質 05 闇の探り方



何はともあれ、本日のテーマ

ワイヤーフレーム

ぎゃー！

ビジュアルデザイン

ここをワイヤーフレームをとっかかりに考えます



01

ワイヤーフレームの 解体～再構築

問題分析

ヒアリング **30**名以上

リサーチ 本・サイト

経験 則 デザインと
ディレクション

ワイヤーフレームの
**マインド
マップ**

せんじき ↓

ワイヤポイント?
ビジュアル?
特にどんな時
おき??

ホールド?
E
ポイント
+ライ?
特に
どんな時
おき??

ワイヤの
文脈

(11月4日EP127)
要件定義の
あとに行うのです

手紙の
必須の
ポイント or
ポイント
かためて
おめる
ポイント

編集が入るか
ポイント

HAML
SEO
KPI
た!!

何で?
たれに?
何のために?
どうして?
どこで?

ワイヤの
あとに
もらってら。
どうして変えて
いいか
なやめ。
固める前に
相談があるかどうか



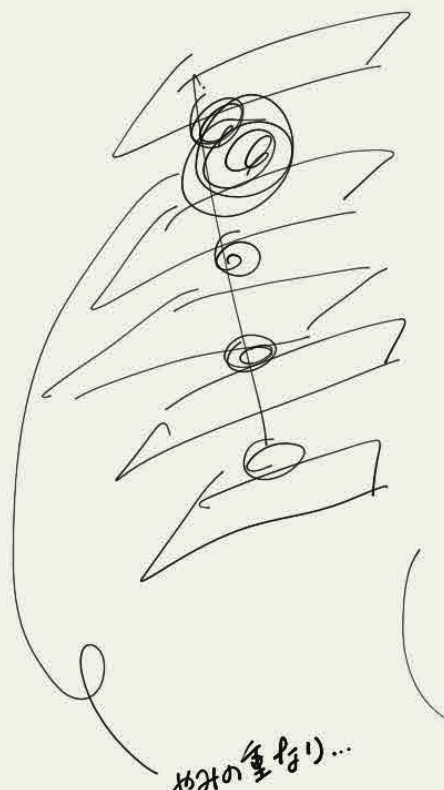
「ええじゃないと見てもらえないこと」

おしよ、?
OK?

情報を
ひきだす
「プリンタ」

4-6の
コミュニケーション

相談しないから
無理な話...



ワイヤの
意味か...??

画面遷移の
整理
提案

ワイヤ-76-6
なんぽう

原稿を元に
ワイヤ-6
ワイヤ-76-6
送ったほうが...
という声も

「戦略のない
ワイヤ-76-6を送ると
困る。意味がない...」

戦略を
考えてる人が
作るのし...

「ワイヤ共有」
おもしろい
ワイヤ-ポート
見た目の
話より。
戦略の話
おまの重なり...

説得
プレゼン

共有
最終ワイヤ
そのままだesignの
基盤になること

(そのあとが大変) ワイヤ~開花まで...
おまの重なり...

時間. コスト
おまの重なり

ワイヤ-ポート
ちゃん
話がある人

ワイヤ
おまの重なり

ワイヤが
作りにまると
おまの重なり
おまの重なり

予算に合わせた
時間. コスト (おまの重なり) おまの重なり

ワイヤ-76-6外...
でもビジュアルに
おまの重なり。
おまの重なり。外のほうか...
おまの重なり。

決定. OK 後の修正は...

仕様追加
おまの重なり...

お客様のコスト
おまの重なり. 時間
おまの重なり. 意職おまの重なり.

何のためにあるか
おまの重なり

ATM
おまの重なりのもとに
おまの重なり...

ワイヤの
ワイヤのもとでも...

ワイヤが提案しない...
おまの重なり... 意職...

おまの重なり
おまの重なりを76-6の
おまの重なり...

おまの重なり
おまの重なり... 意職...

要は、
情報を集めて何枚かの紙に
考えたことを
書き出したのです

せんじき

（11月4日）
要件定義の
あとに行うのです

クライアント
出し、あとに
もらった。

何で？
だれに？
何のために？
どこまで？
どこまで？

固める前に
相談があるかどうか
いいか
なやむ。



情報の
共有

原稿を元に
「ワイヤ」
ワイヤ-プレー
戦略を
考えて
作るの

時間、コスト
減らしたい

ワイヤ-ポイント
ちゃん
話せる人

ワイヤ-ポイント？
ビジュアル？
特にどんな時
おきこ？

ワイヤ-ポイント？
Es
ワイヤ-ポイント？
特に
どんな時
おきこ？

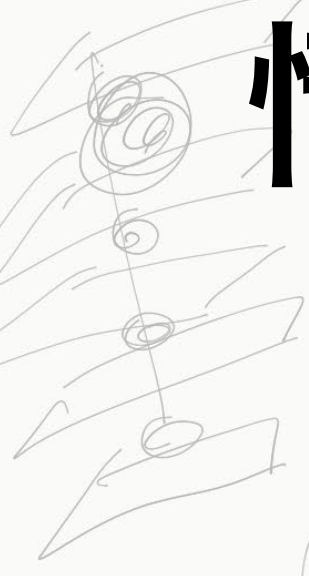
編集者が入るか
ワイヤ-ポイント

ワイヤ-ポイントの
文章

手紙の
必須の
ワイヤ-ポイント
かためて
おぼえる
ワイヤ-ポイント

ワイヤ-ポイント（おぼえる）
ワイヤ-ポイント
ワイヤ-ポイント

ワイヤ-ポイント
OK?



見た目の
ワイヤ-ポイント
戦略のワイヤ-ポイント

お金の重なり...

決定、OK 後のワイヤ-ポイントは...

仕様追加
おぼえる

お客様のワイヤ-ポイント
お金の時間
意識ある。

何のためにワイヤ-ポイントが
おぼえる

ワイヤ-ポイント
おぼえる

ワイヤ-ポイント
おぼえる

ワイヤ-ポイント
おぼえる

機能面の
ワイヤ-ポイント
おぼえる

ワイヤ-ポイント
おぼえる

ワイヤ-ポイント
おぼえる

ワイヤ-ポイント
おぼえる

よくあるワードから読み解くと

ワイ

提案して

コミュニケーション・ロス

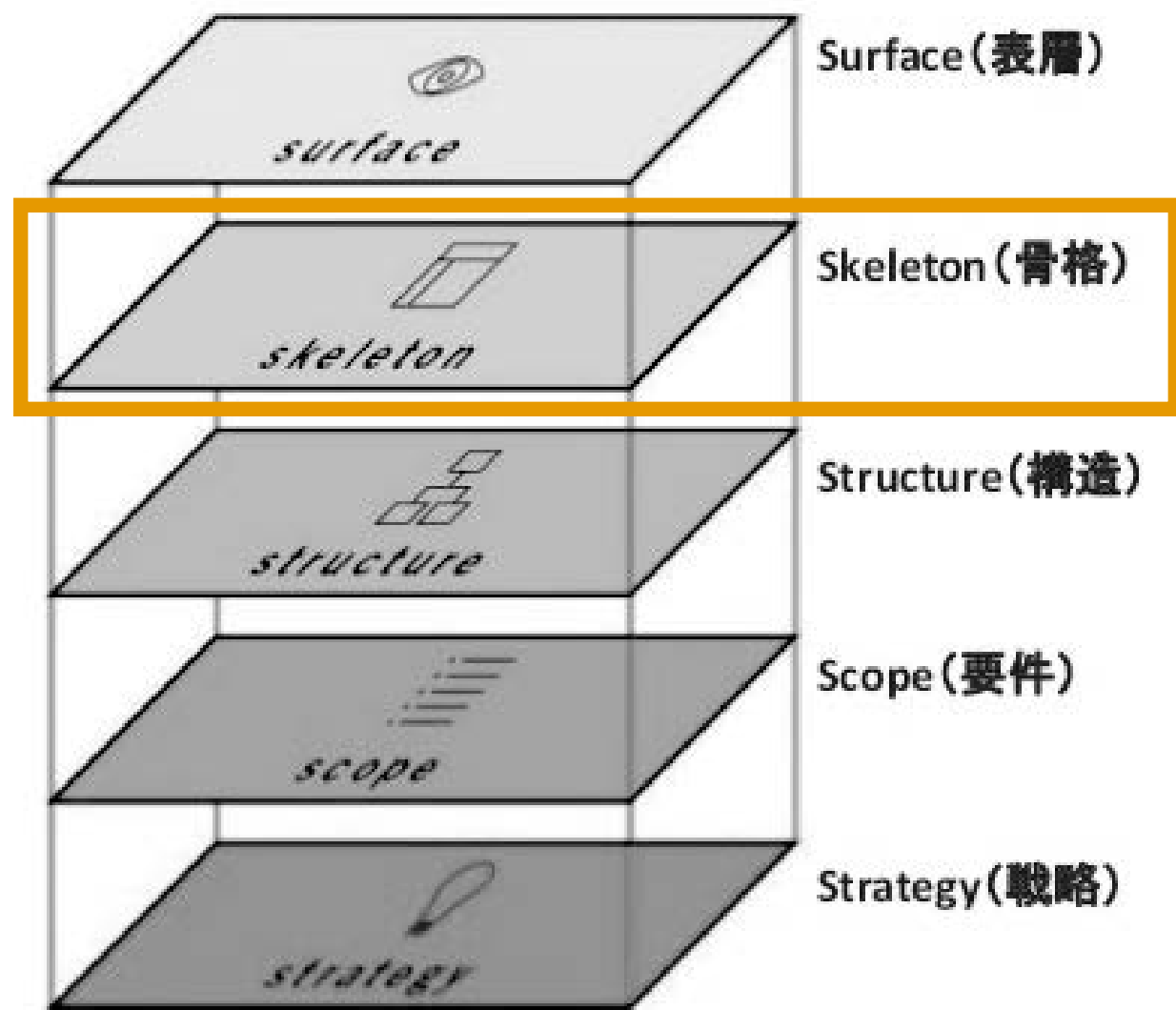
デザイナー

自分なりに
考えた

してくれない

ワイヤーフレームは制作過程と人の中にある

本の引用



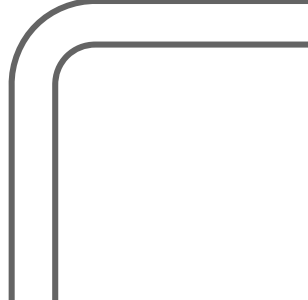
みんなの意見

クライアント



制作チーム

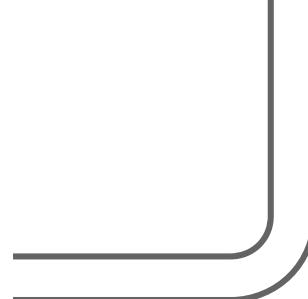
出典:ウェブ戦略としての「ユーザーエクスペリエンス」



制作フローの間、人と人の間に
生まれる闇

コミュニケーション・ロス

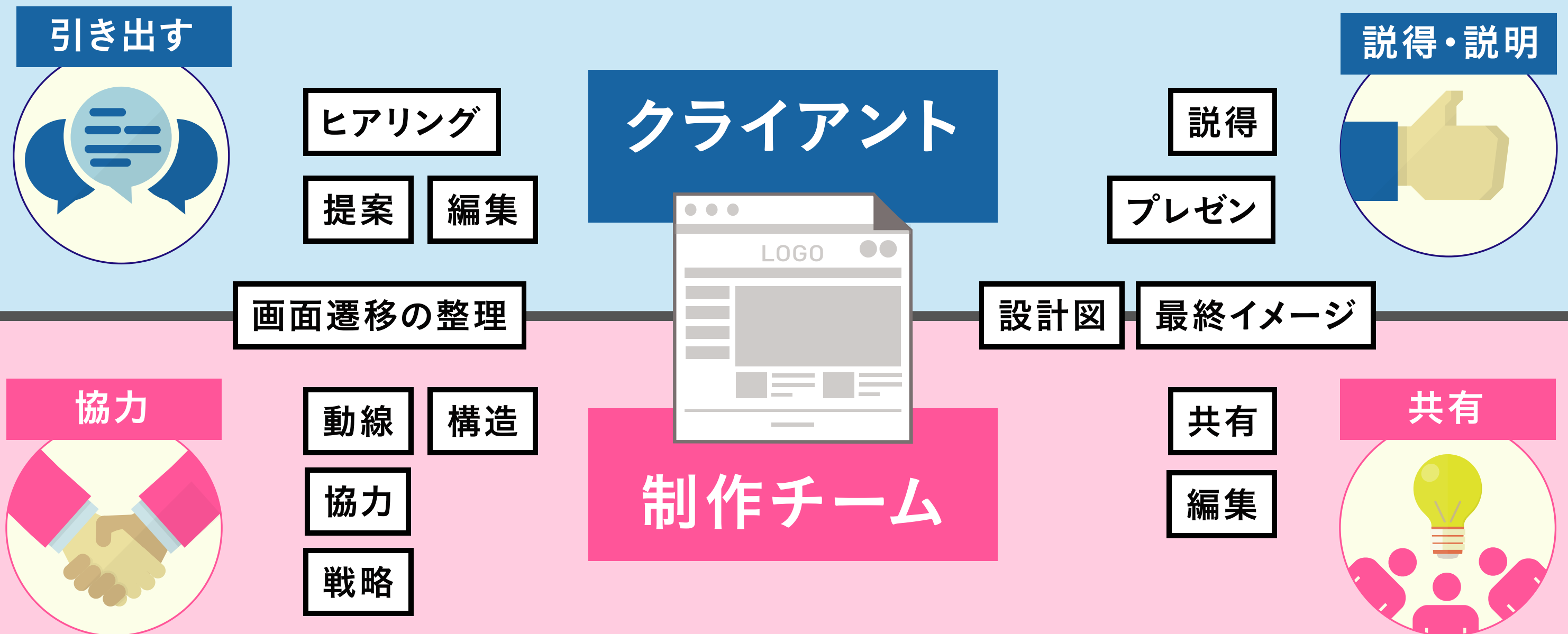
を、同じ立ち位置にある
ワイヤーフレームという共通言語で
解消できないか



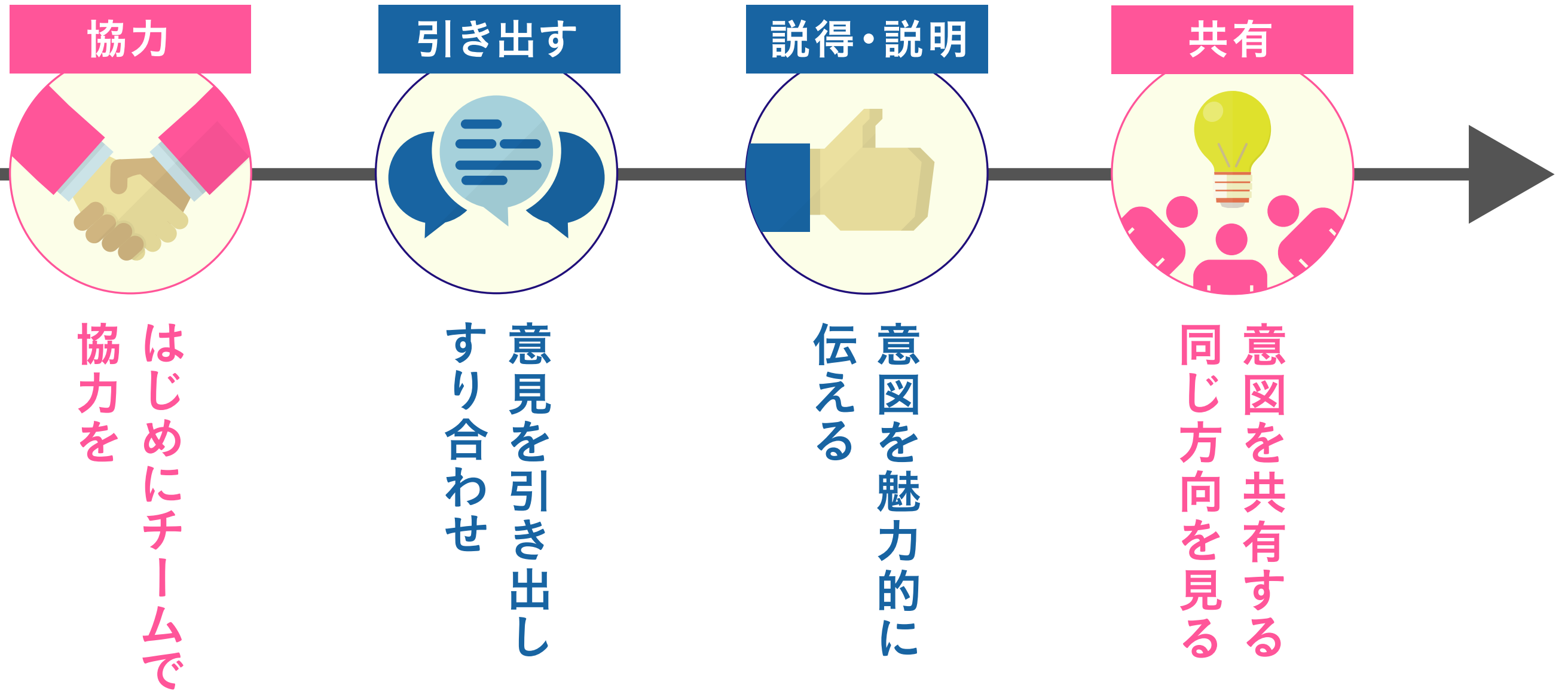
闇を解消するためにワイヤーフレームの役割を掘り下げた



闇を解消するためにワイヤーフレームの役割を掘り下げた



使いやすくするために、4つの役割に分けた！



書き方として、この2つも、いいところを使い分け！

手書き

ざっくり
ワイヤー



ツール

かっちり
ワイヤー



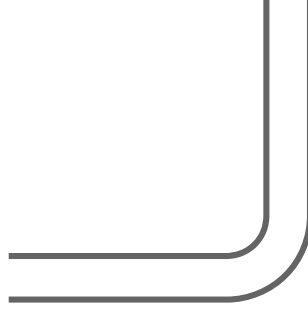


わーい!



人を巻き込む

みんなで共有していくものを
たった一人で作るなんてもったいない!



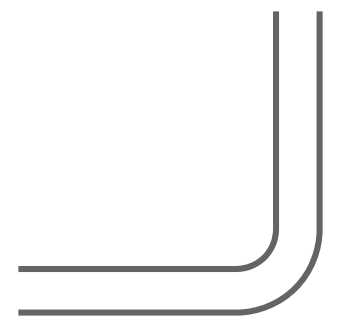
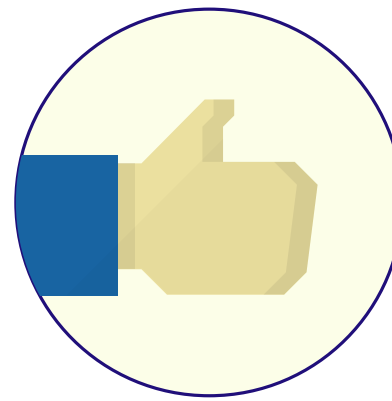
02

4つの役割を活用した ワークフロー

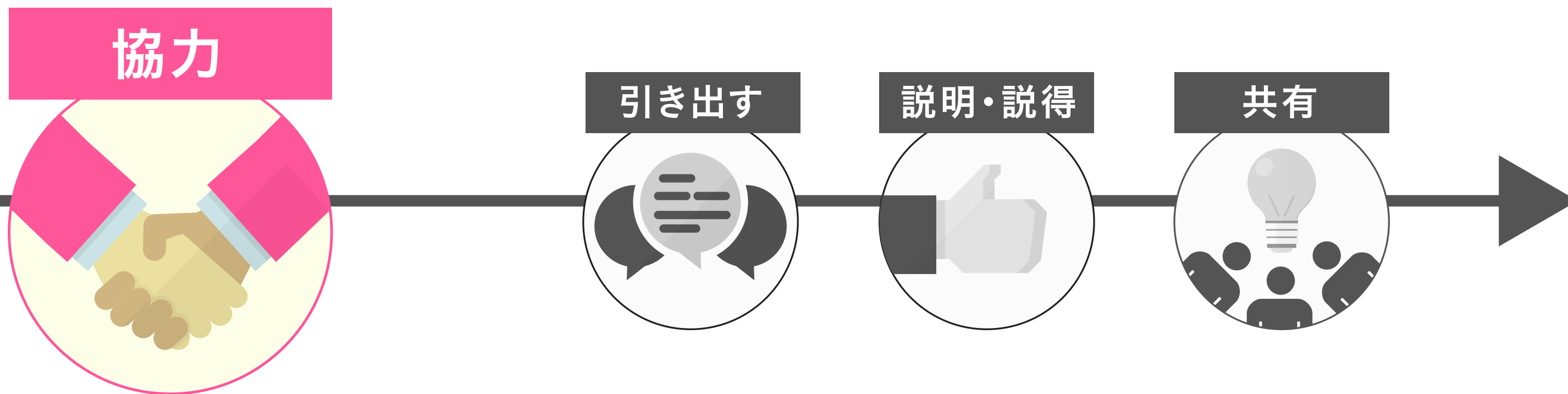
解決案

デザイナーを戦略に巻き込む

気をつける点を拾っていく



【手段1】 協力(制作チーム)



- クライアントにワイヤーフレームを出す前にチームで話し合う

協力



- 思考からチームを巻き込む
- 最後に「できない」を防止
- 専門的な知識をもらえる

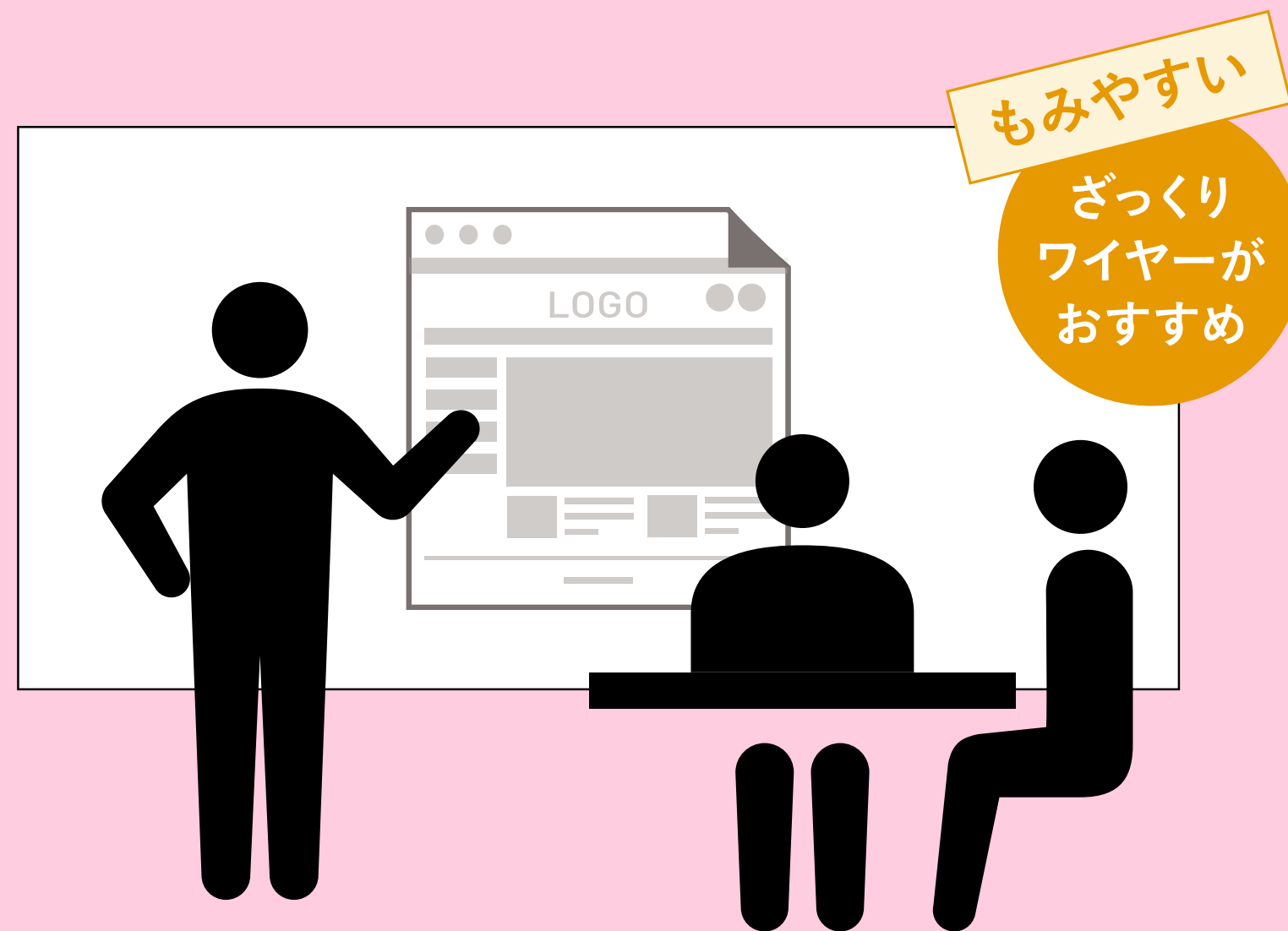
プロジェクターでホワイトボードにワイヤーフレームを映して 相談する

ディレクター

デザイナー

フロントエンドエンジニア

バックエンドエンジニア



チームで、もんだ結果



デザイナー

これ、情報量多いかも



フロントエンド
エンジニア

この流れだったら大丈夫だよ

今のデータベースには
その情報無いね～



バックエンド
エンジニア

時間をもらうか代案を…



バックエンド
エンジニア



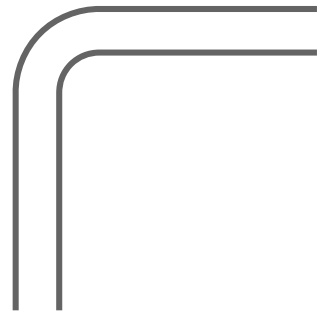
エンジニアの仕事もデザインに影響する

表示できる情報が変われば、デザインも見せ方や形が変わる

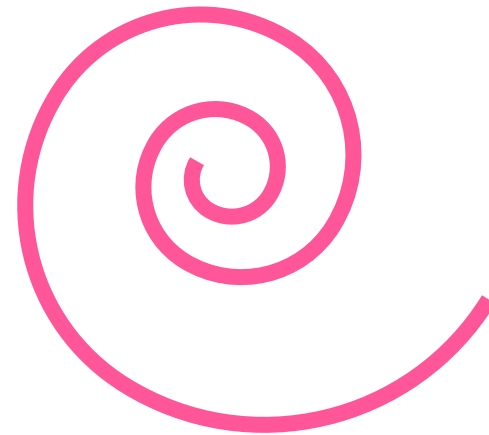
今のデータベースには
その情報無いね～



バックエンド
エンジニア

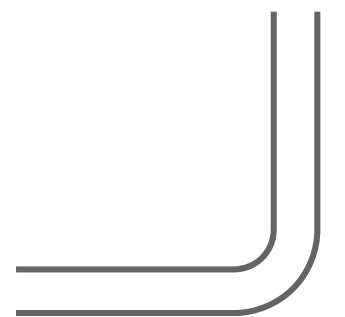


わーい!

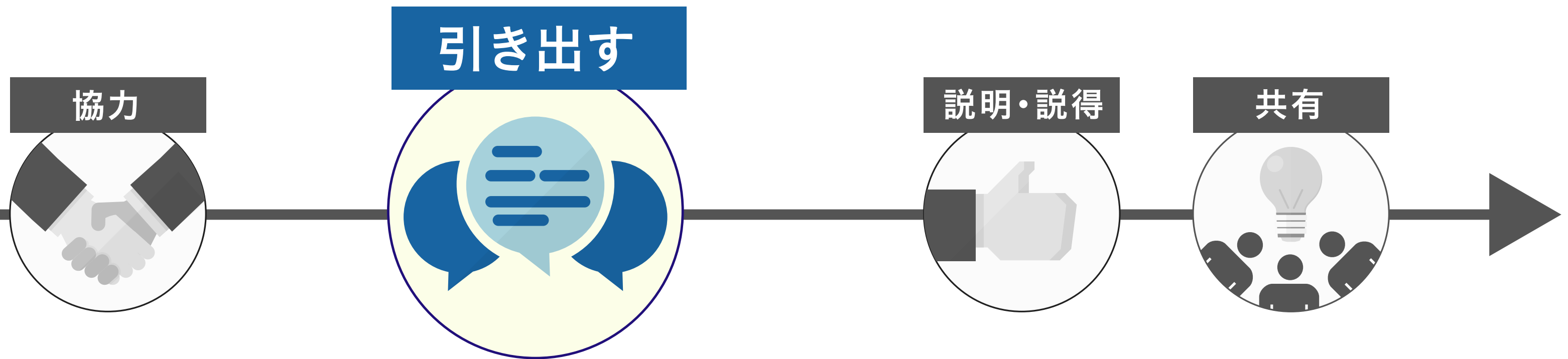


チームを巻き込む

戦略からデザイン・機能まで想定
相違を早い段階で防ぐ



【手段2】引き出す(クライアント)



- 制作の中間地点で意見を引き出す

引き出す

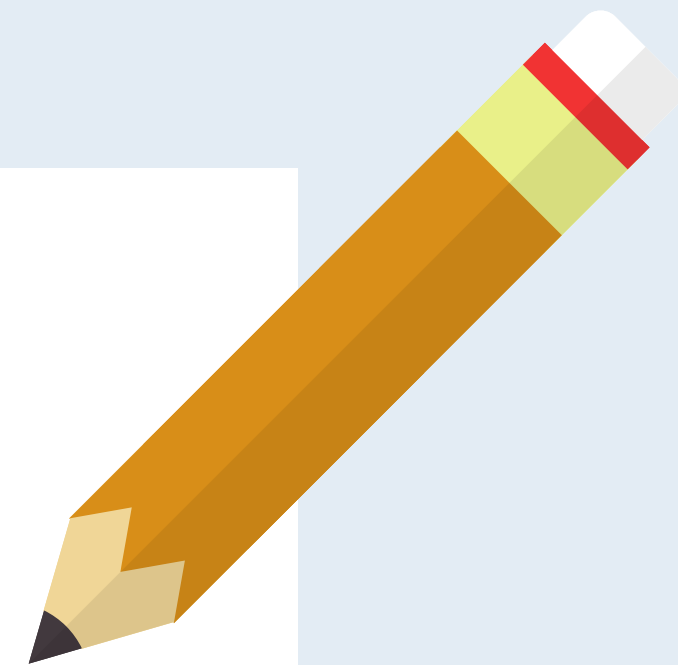
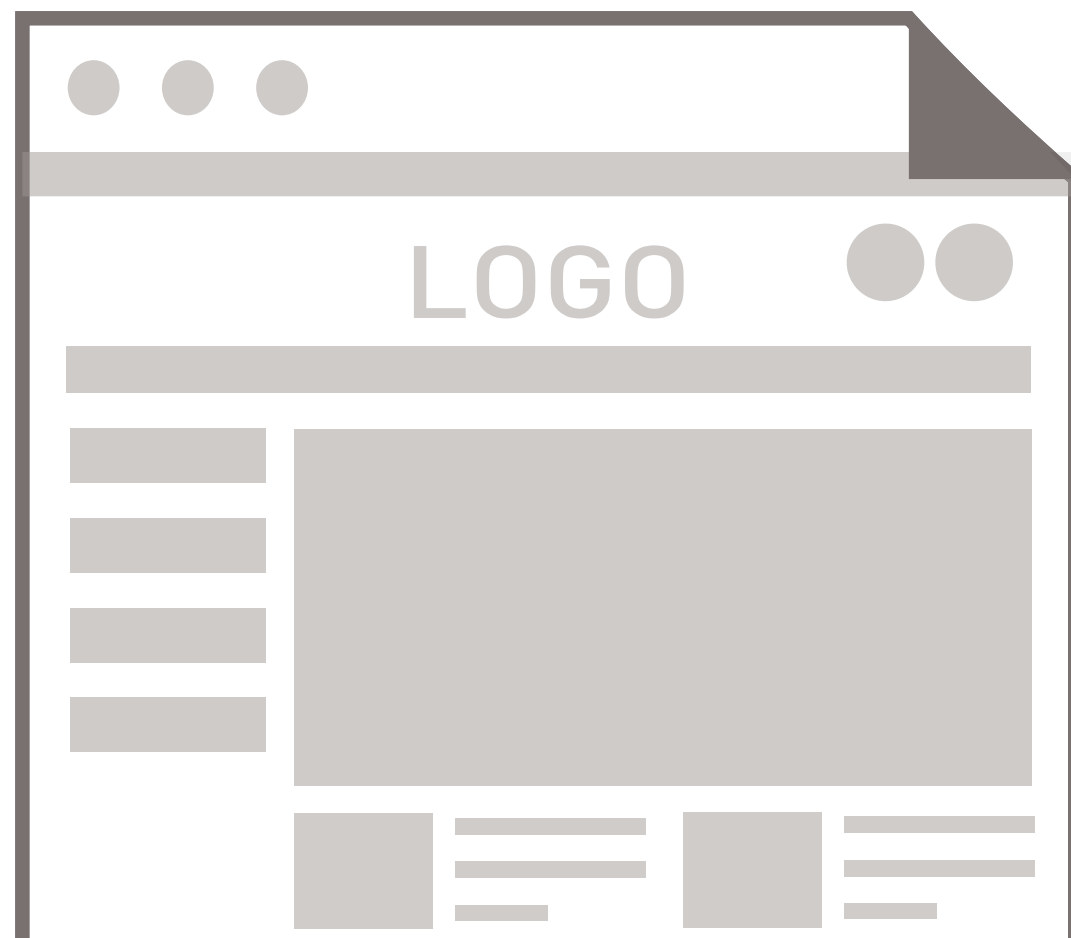


- 思考からクライアントを巻き込む
- 大きな手戻りを減らす
- 言葉で足りない部分のすり合わせ

クライアントに意図を伝え 引き出す

もみやすい

ざっくり
ワイヤーが
おすすめ



打ち合わせで、もんだ結果



この機能は時間が…
代案もありますが

代案でOK!
後で追加の検討も…



このページは
店舗と連動しますか？

このページは、
店舗で連動します！





他の媒体(実店舗等)がデザインにも影響します!



一貫性のあるビジュアルは「わかりやすさ」につながる

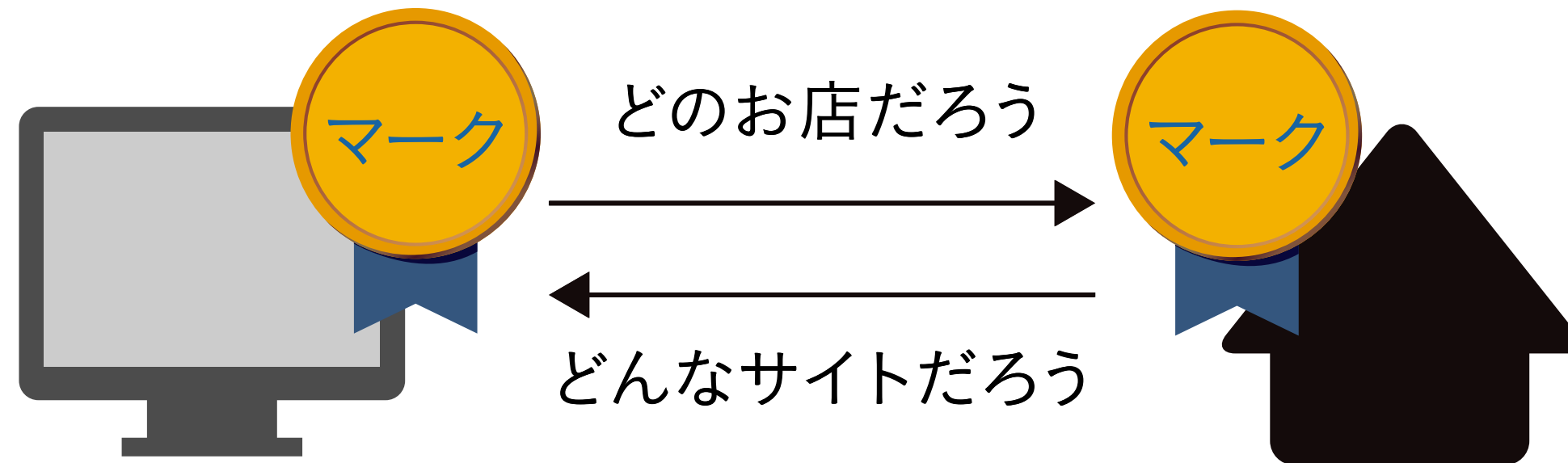
このページは、
店舗で連動します!



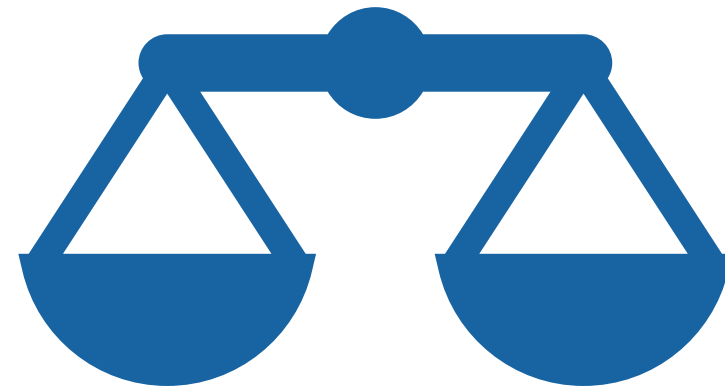
クライアント

ウェブに限らず意見を引き出しておく

他の媒体まで気にかけて、一貫性のあるビジュアルを意識する



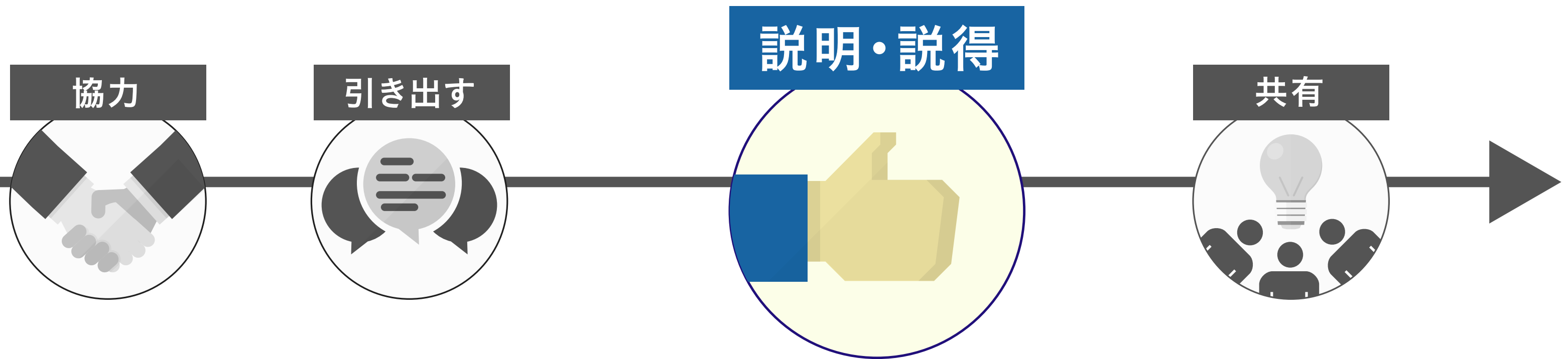
いいかんじ？



意思を揃える

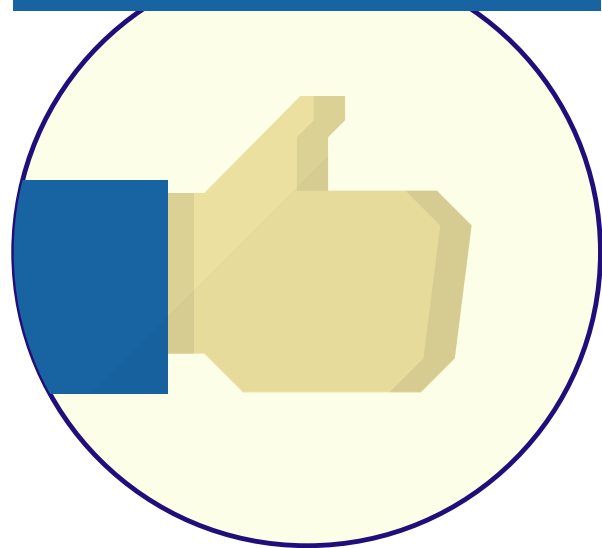
一緒に考えるタイミングを作り、
すり合わせしてブレを防ぐ

【手段3】 説明・説得 (クライアント)



- 内容の説得・説明により、決断をしてもらう

説明・説得



- 決断をとって大きな変動を防ぐ
- 着地に向けて同じ方向を見れる
- イメージを伝える

プレゼンテーションでは形の話ではなく 意図を伝える



プレゼンテーション



ディレクター

御社が選ばれる理由が
ここなので、取り入れてます

なるほど！戦略があるんですね



クライアント



ディレクター

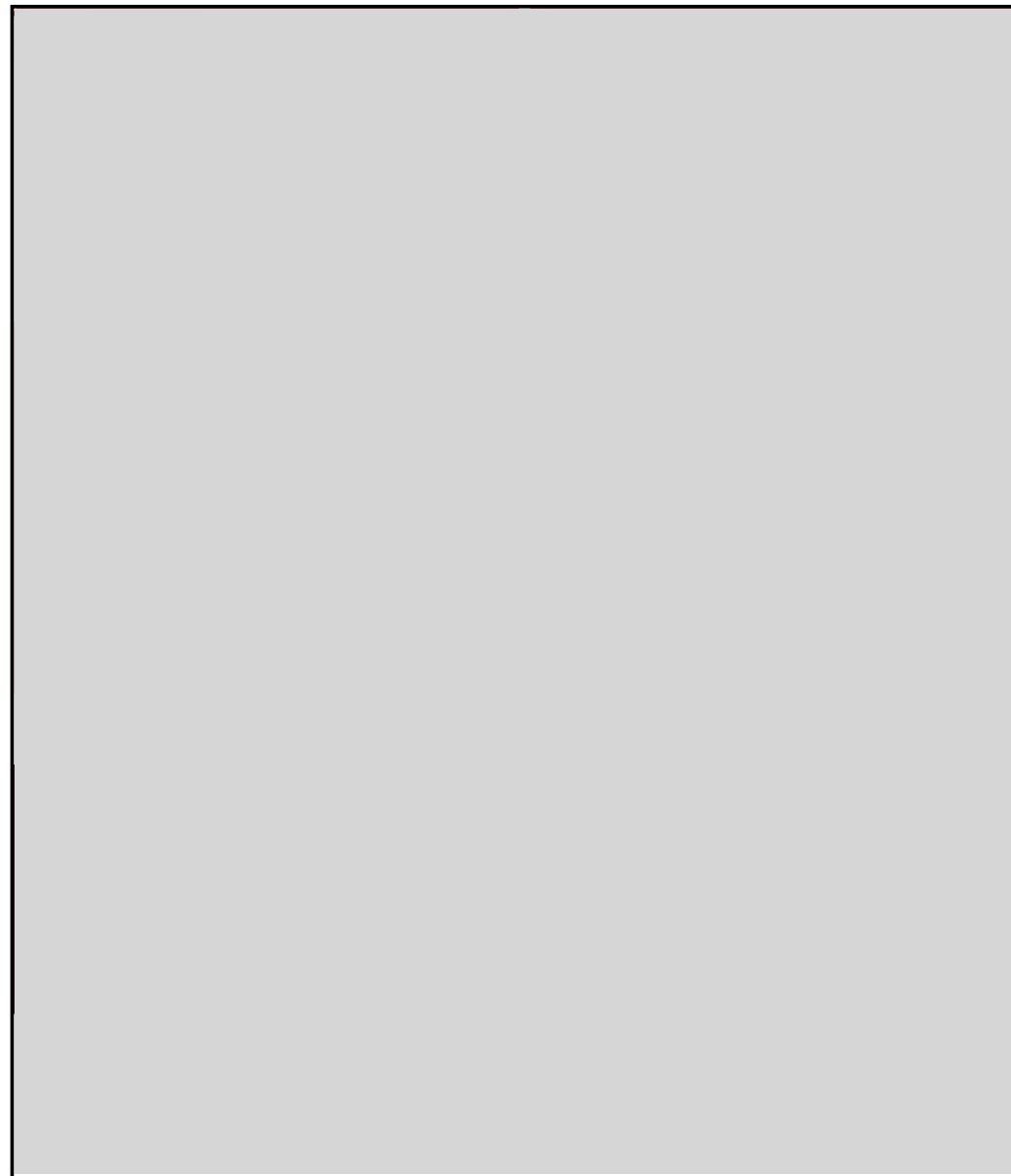
いいとは思いますが
イメージがわからないなあ



クライアント

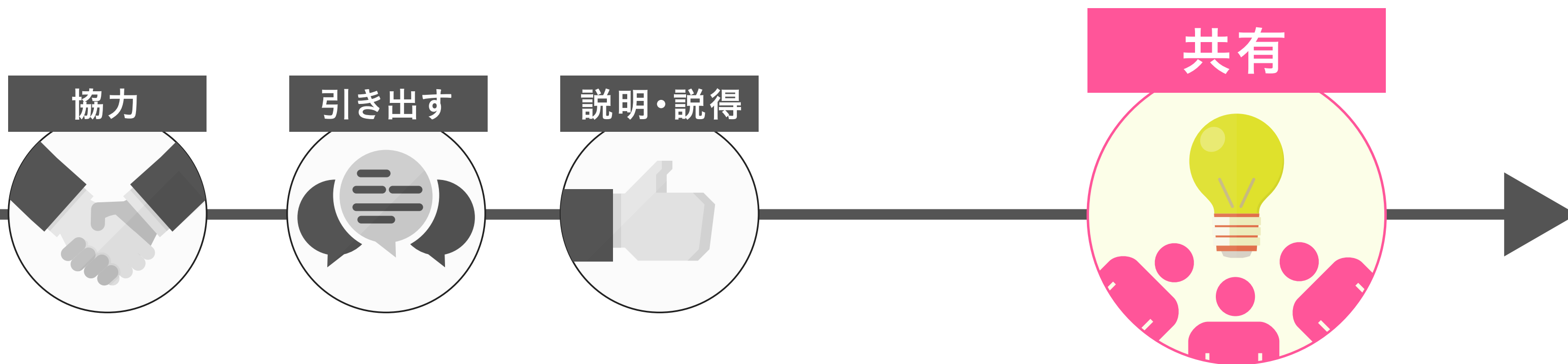
サイトのイメージを
ご用意しました

デザイナーと相談して イメージボードを用意してもOK



出典：コソアドデザイン

【手段4】共有（制作チーム）



- チームで意思疎通を図る。提案して欲しい部分と、変えないで欲しい部分の線引きを行う

共有



- 戦略を伝え、意思疎通する
- 明確にイメージを伝える
- 線引きをハッキリさせる

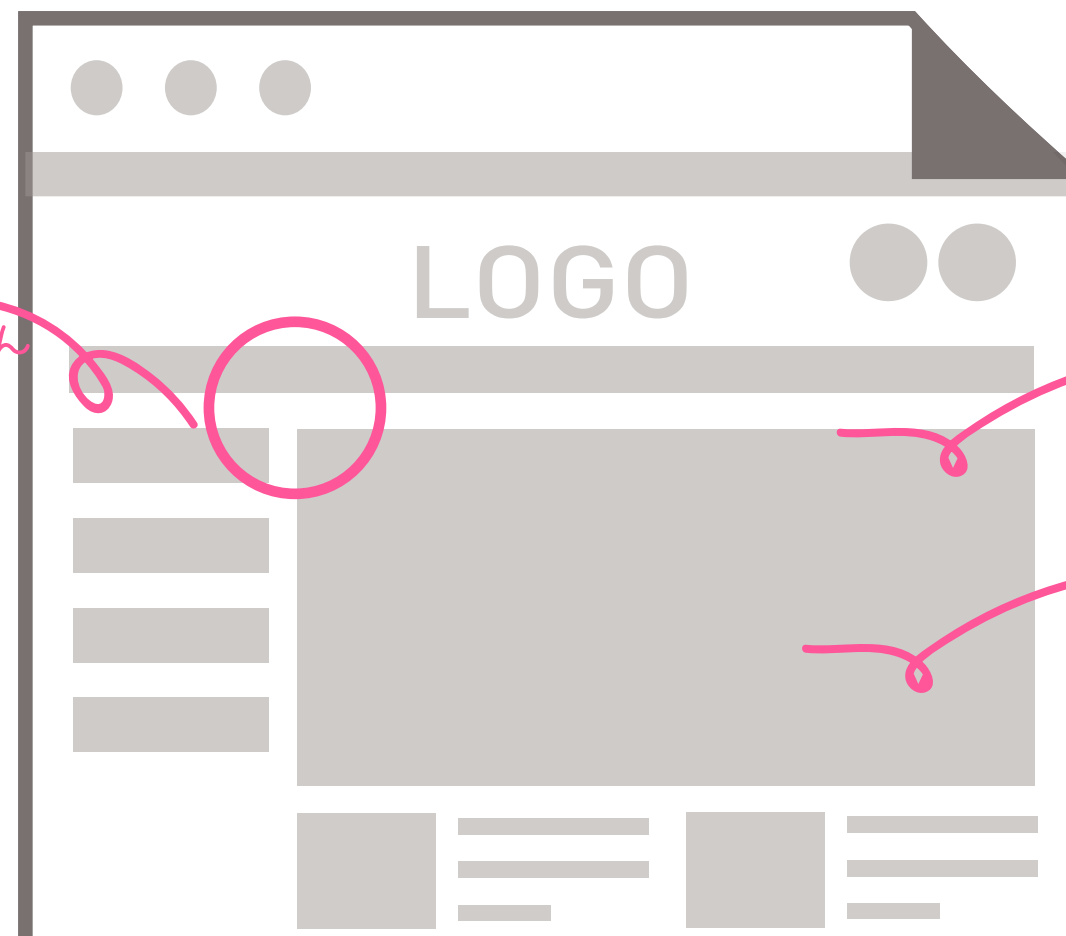
固まった内容をきっちり共有する

私は余白をとって、意図を書き出し、口頭でも伝える

説得しやすい

かっちり
ワイヤーが
おすすめ

この
意図うんぬん



デザインには
理由がある

構造にも
理由がある

線引きを心がける



ディレクター

いい見せ方があれば
自由に変えて

構成やコピーも変わって
いいんですか？



デザイナー



ディレクター

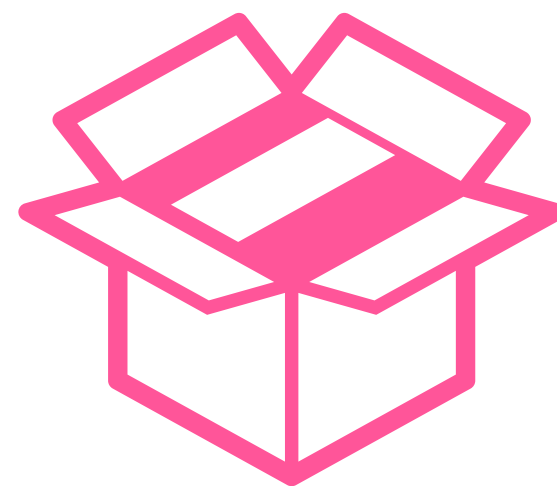
お客様の意見はこう！
私の意見はこう！

お客様のそもそもの
意見をまず理解！



デザイナー

ちょうど良いスキマ

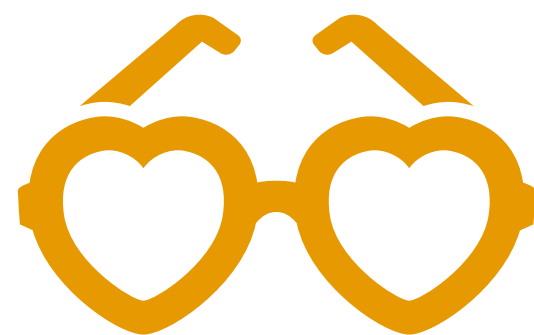


余白を作る

「言いなりの作業」もなんか違う…

余白を詰めるときに質問し合う、細かな共有も大事

同じものを見てる



一緒の方向を見る

思考の工程から人を巻き込むことで
コミュニケーションロスを防ぐ

ワイヤーフレームは段階を追って成長するイメージです。

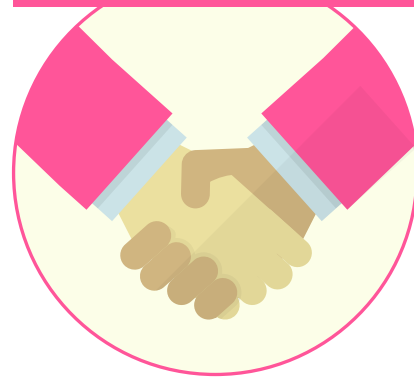
03

目的に合わせて 自由な活用を

活用法

バラバラに使っても、もちろんOK

協力



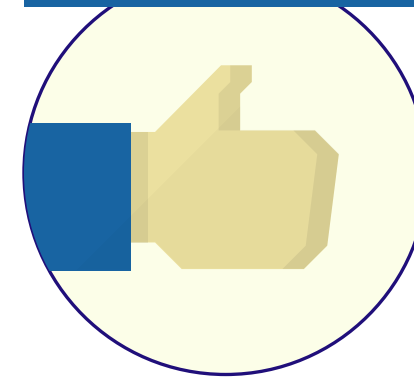
はじめにチームで
協力を

引き出す



意見を引き出し
すり合わせ

説得・説明



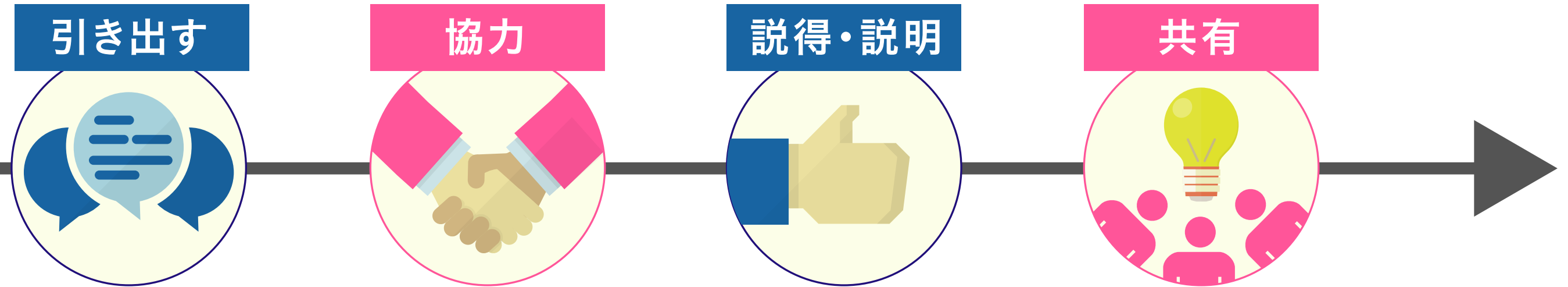
意図を魅力的に
伝える

共有

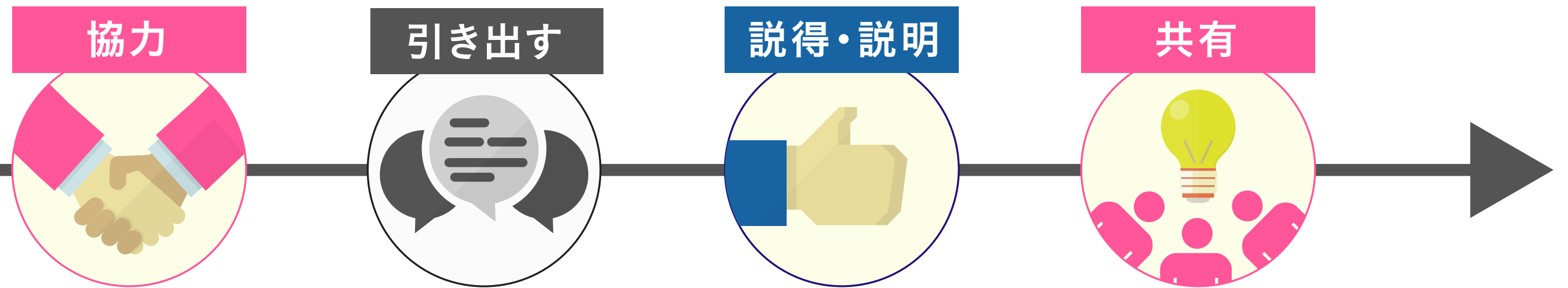


意図を共有する
同じ方向を見る

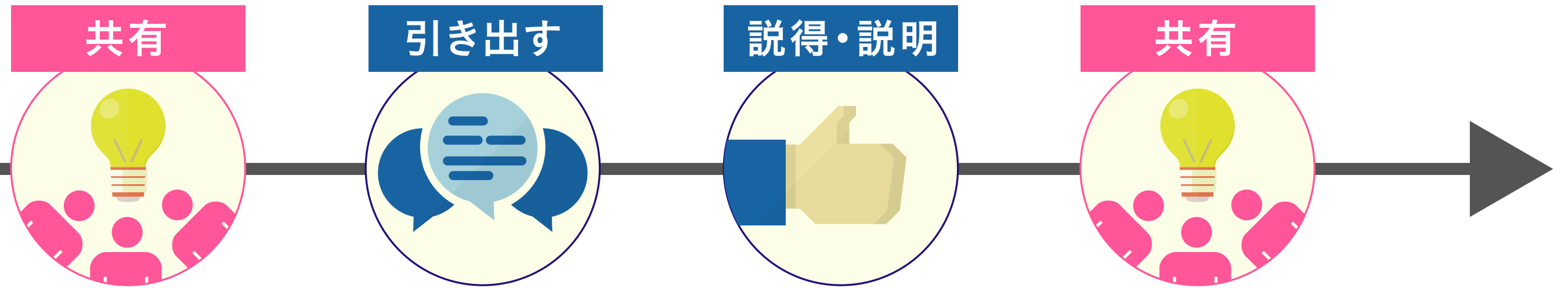
テンプレートを持参しての打ち合わせもOK



プレゼン(綺麗なものを出すルールがある)タイプ



デザイナーがワイヤーフレームを書くフローも想定できる



ポケットに秘密道具



手段は自由

ワークフローも伝え方も案件によって変わる
自由にアレンジして活かしてもらえたら嬉しいです

04

どこまで固めるか悩む に、ついて

解決案

使うサイトと見るサイトで固める部分を分ける

使うサイト

コーポレート、ブログ
ポータルサイトなど

構造を決定する

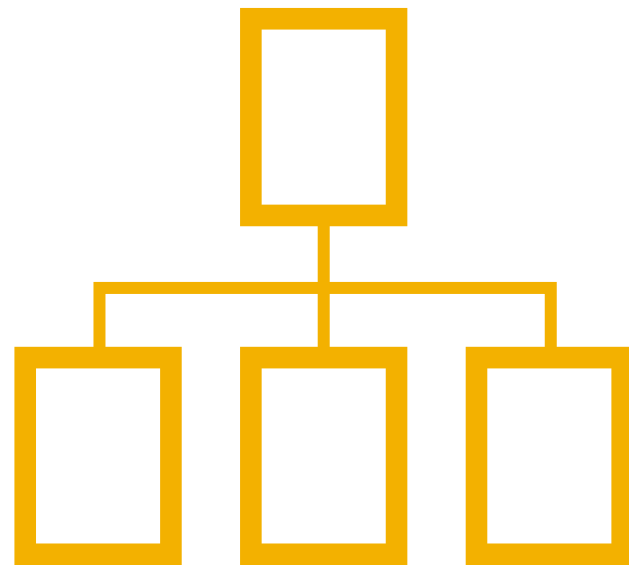
見るサイト

キャンペーン、広告
ランディングページなど

原稿を揃える

各ページの関連性(つながり・構造)が変わる

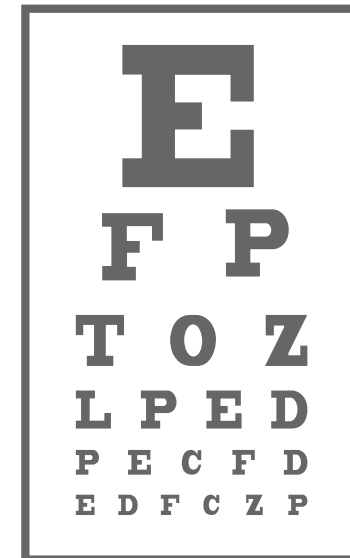
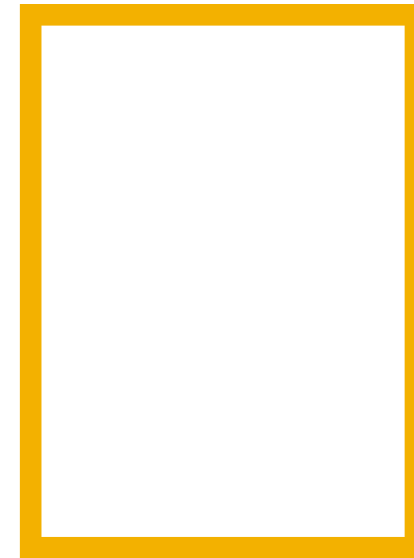
使うサイト



例えば書籍

ページの経路を繋ぐことも大切

見るサイト



例えばポスター

ビジュアルで伝えるのも大切

こっち

使うサイト

コーポレート、ブログ
ポータルサイトなど

構造を決定する

見るサイト

キャンペーン、広告
ランディングページなど

原稿を揃える

構造を決定する

と、いいこといっぱい

デザイン

デザインを統一
しやすい

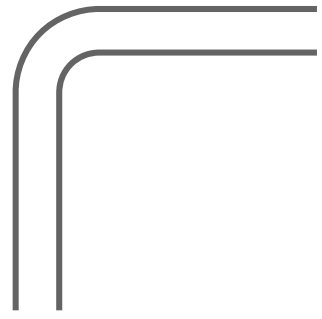
フロント
エンド

制作の加速、
管理が楽になる

SEO

検索エンジン最適化

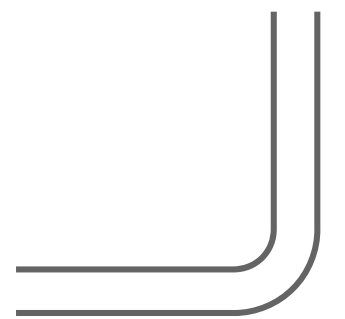
整理されている
ことで効果的に



使うサイトに関して
構造を固めることが大事な一番の理由！

建て替えを防ぐ！

なんのことかというと…



建て替え？模様替え？



構造を固めて、模様替えで応えよう

構造を固めることで大きな修正を防ぐ！

装飾変更（模様替え）の修正なら負担が少ない

こっち

使うサイト

コーポレート、ブログ
ポータルサイトなど

構造を決定する

見るサイト

キャンペーン、広告
ランディングページなど

原稿を揃える

原稿を揃える

デザインに理由ができる

ビジュアル × 情報設計

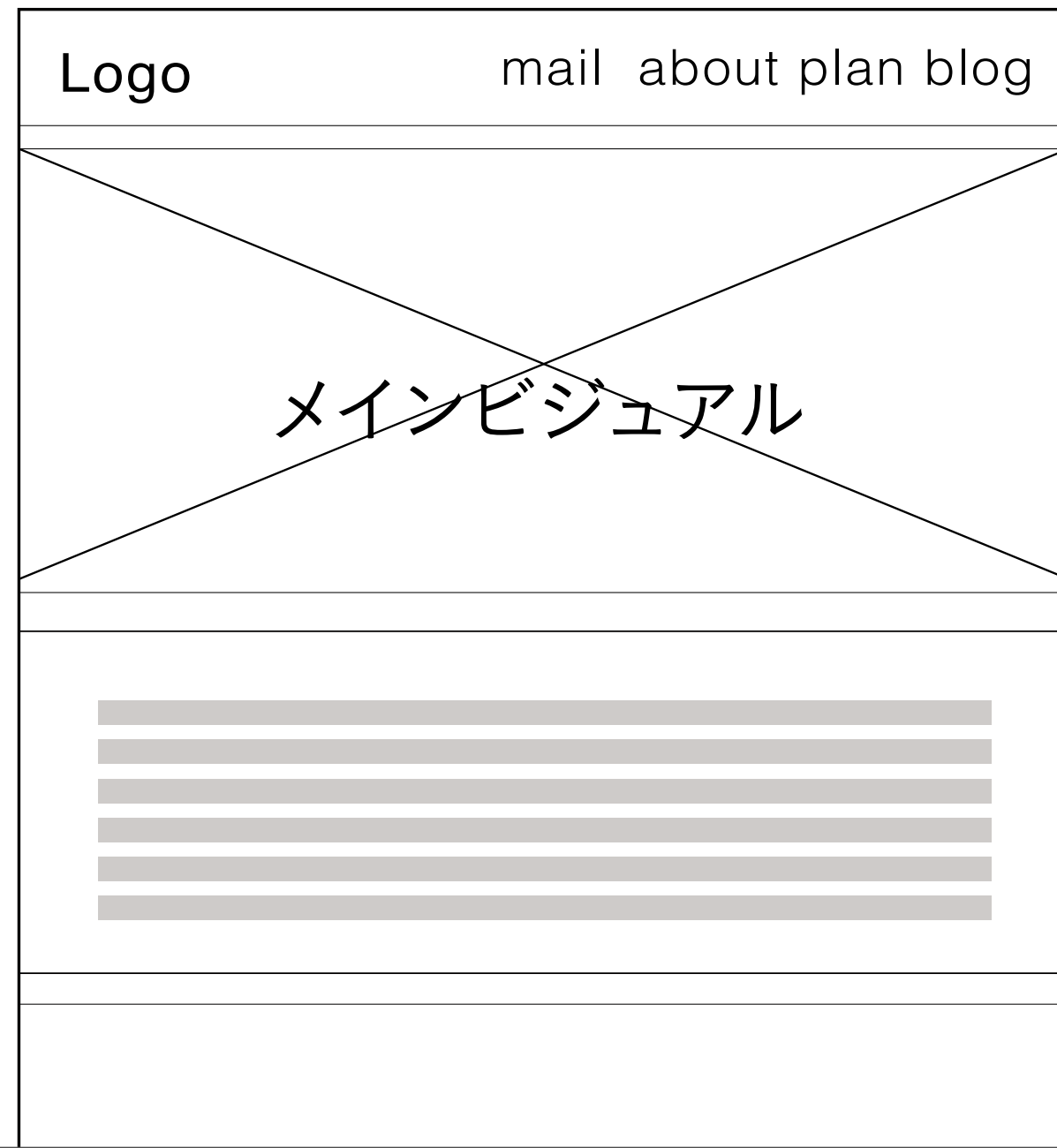
この兼ね合いが伝える力を増幅させる

原稿は、デザインの理由、意図、根拠に繋がるのでしつかり!

「デザイナーが情報設計までしてもいいのでは」

というデザイナー側の意見もヒアリングであったので

ガラッと変わる…



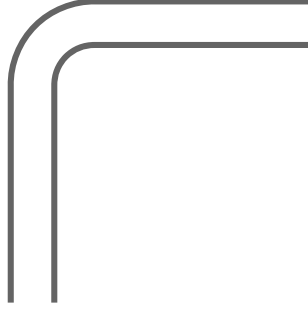
意図・優先したいことを伝えて進めることが大切

- 1.この内容のタイトル
1-1.小見出し
内容内容内容…
- 2.この内容のタイトル
1-1.小見出し
内容内容内容…

重要な部分を伝えるため原稿の
アウトライン(大要、あらまし)を作る



デザインラフをワイヤースケッチの
代わりにしてもOK! 作り込む前に相談



ディレクター、デザイナー、
プランナー、ライター、マーケター、営業が
ワイヤーフレームを描くこともあって

いいと思うのです


実際私もデザイナーでしたが、描いていました





伝達の 経路・方法が大事

「何のため」「誰に」「何を」「どうやって伝える」が
共有することがいい流れを生む
協力してもいいのです



05

闇の 探り方

本質

本当の闇は、どこなのか

知覚・感情・思考(コミュニケーション)のズレ?
それは、ワイヤーフレームの段階で生まれたのか!?

デザイナーが提案しない
できない...ここも...

デザイナーの
役割が曖昧
提案してもらえない、
できない

戦略のない
ワイヤフレームをもらって
困る。意味がない

戦略のない
ワイヤフレームを
もらって
そもそも作り直しに

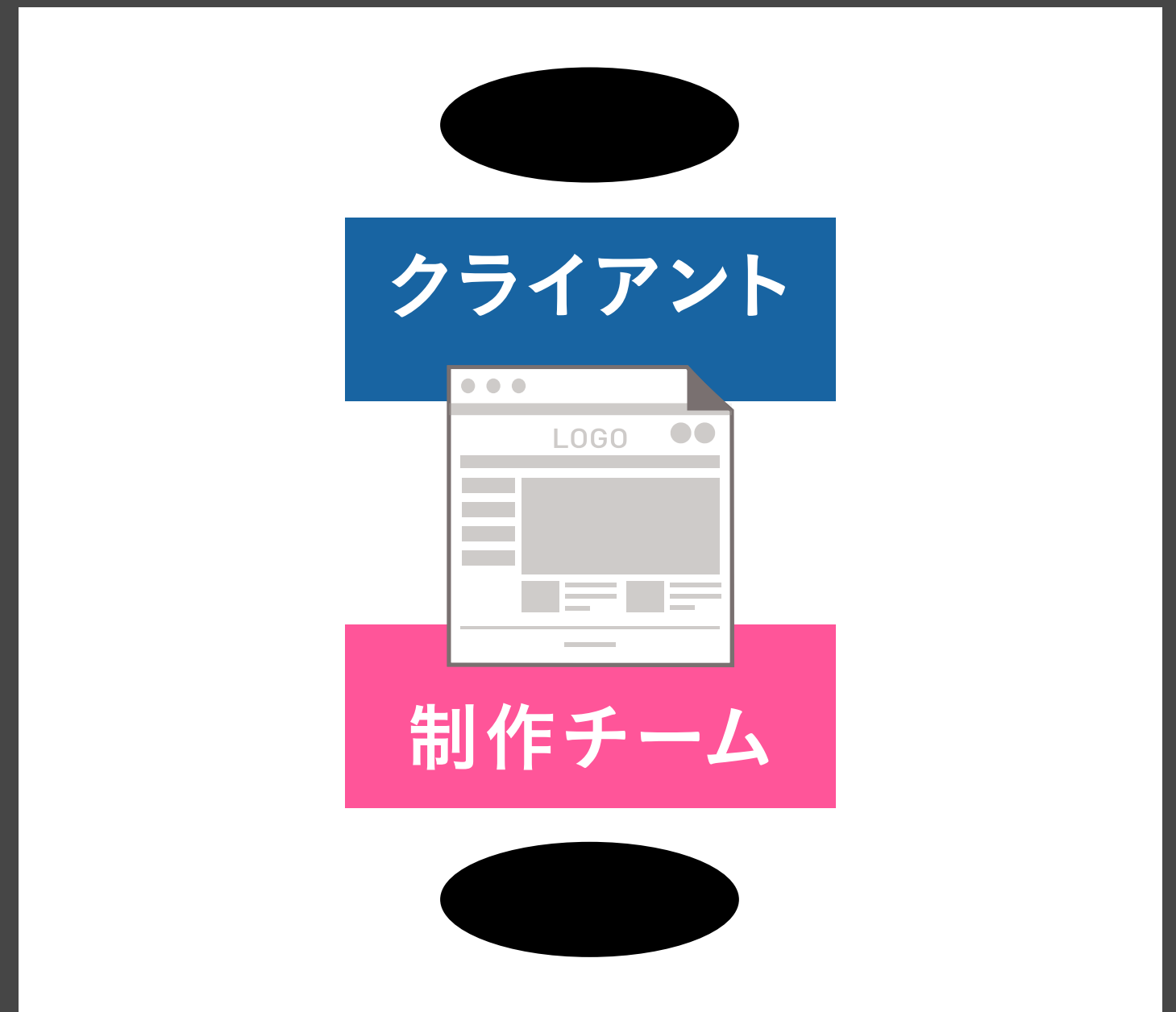
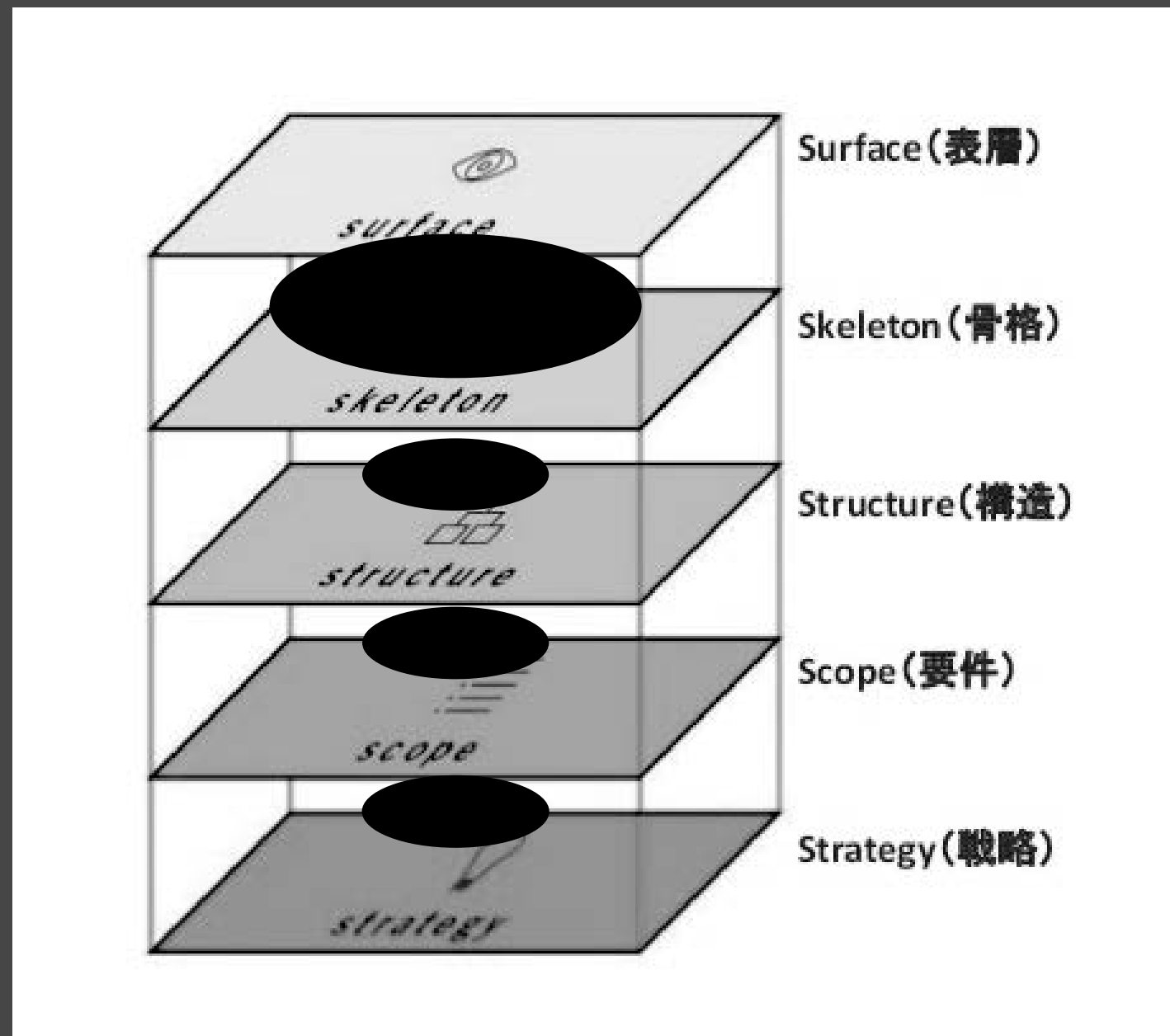
時間コスト (v) も
クライアントの
希望のひっくり返り
デザインと 機能

クライアントの
意図が
汲み取れてない
伝えられてない

そのままだesignの
基盤になることも

デザインするときに
理由が見えない
現実味がない
整合性が取れてない

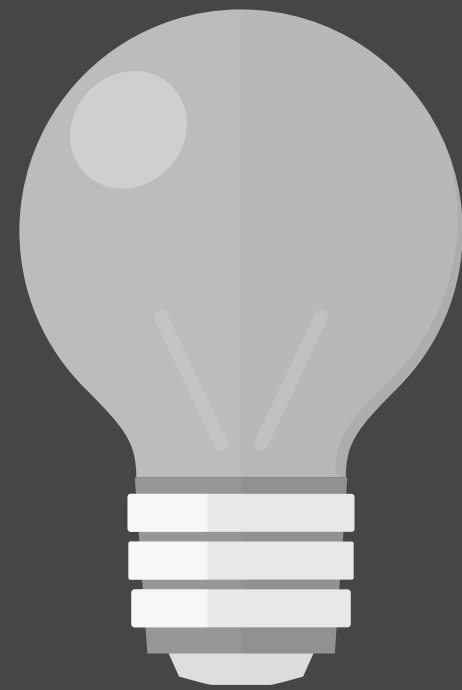
いっぱい闇があって最後に闇が集合したのでは？



出典：ウェブ戦略としての「ユーザーエクスペリエンス」

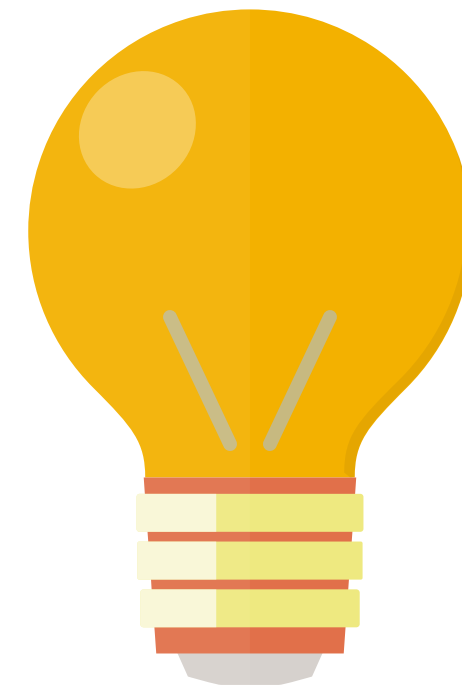
こんな風にしたくなりませんか？

効果を感じない
ワイヤーフレーム



つかない電球

使いやすい
他の手段



つく電球

きゃー



スムーズに進行と共有をしたい…

もっといい方法もある？どこが問題？

それは、案件やチームで変わっていく

戦略が「誰に、何を、どうやって」と考えるなら

何を伝えるか

どんな立場の人に

	素材	価格	効果	見た目
スーパーファン				
ファン			刺さる内容	
顧客			流れ	
見込み顧客			媒体	
潜在顧客				

ワークフローもそうかもしれない

どんなカタチで関わりたいか

	協力	情報開示	意思決定	情報共有
チーム				
プログラマー				
クライアント				
デザイナー				
ディレクター				

伝える相手

伝え方を考える
手段も自由

案件によってやることは変わるし混ざる

ディレクションは
和訳すると
導くこと!

でも
導き方は
人それぞれ

営業?仕様書?
企画?計画?
マネジメント?

もしかして 私たち 混ざってる?

マネタイズ	企画/戦略	見た目をつくる作業
要件定義		
ヒアリング	情報整理・設計	
	プレゼン	
	コンセプト作成	デザイン
マネジメント	ブランディング	マネジメント
スケジュール		素材作成・選定
挨拶回りとか	データ管理	ユーザビリティ
飲みとか	たまにライティング	コーディング
ワイヤー作成	プロトタイピング	

デザインは
和訳すると
設計!

でも
設計の方法は
人それぞれ

オペレーション?
設計?企画?
マーケティング?

それぞれの得意・不得意、やりたいこと…

デザイナー



ビジュアル



制作



戦略

トーク



マネジメント



マーケティング
プランニング



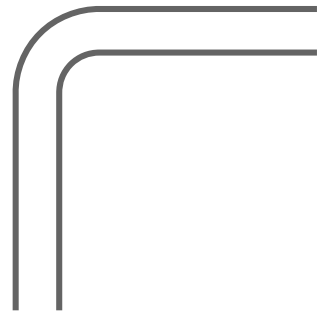
ディレクター

キラっ



必要なものに向き合う

「こうあるべき」論の前に個人の考えを知る
「誰がやるべきか」の前に「案件に何が必要か」洗い出す



やりたいこと、任せられること
苦手なこと、一緒に乗り越えること
成長のために努力できること



本当に治る？



闇の原因は案件とチームで変わる

対処療法は対処する場所がわからないと
できないのでは！

**チームと案件に合わせた
考え方が闇を探る一つの方法であり、
闇を拭う手立てになるのでは**

視点によって正負が変わるんですよ

ニコッ



うわあ…



良い方法も、ときと場合で悪くなるし

ニコッ

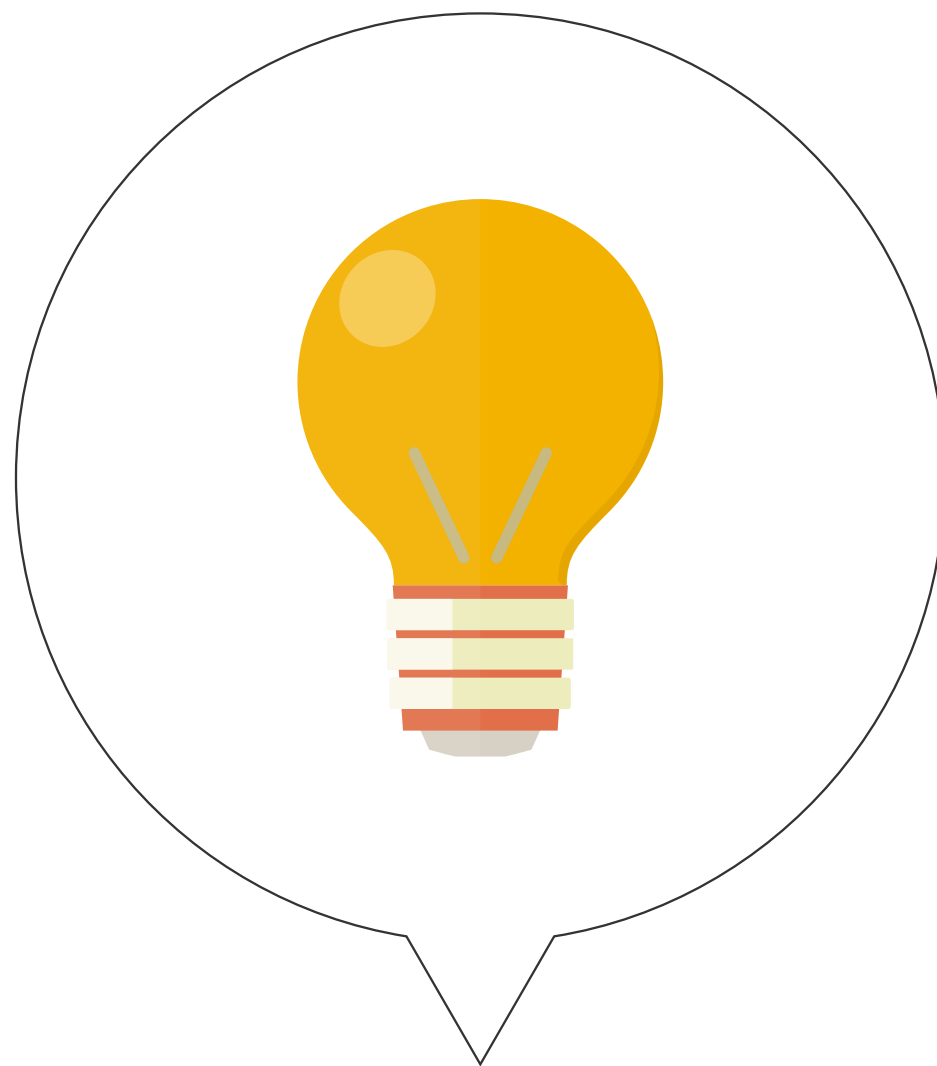


今日は、みなさんのワークフローに
つまみ食い(ちょっと取り入れ)してもらえる
内容を心がけてきました

おはなしの流れ

- 問題分析 01 ワイヤーストラクチャーの解体～再構築
- 解決案1 02 4つの役割を活用したワークフロー
- 活用法 03 目的に合わせて自由な活用を
- 解決案2 04 どこまで固めるか悩む について
- 本質 05 闇の探り方

ワイヤー
フレーム
4つの役割



見るサイト
使うサイト

今回ご紹介した方法も一つの手段です
いい手段をどんどん取り入れてください！

Thank
you

良い制作をしましょう～