

Jimdoで魅せる日本語Webデザイン(全12回)

第12回:より良いWebサイトについて考えてみよう

執筆:服部 雄樹(服部制作室)

JimdoExpertとしてこれまで100件以上のJimdoサイトに携わってきた筆者が、Jimdoを使用して日本語のWebサイトをデザインするポイントについて解説する本コラム。

全12回でお届けしてきた連載もいよいよ最終回となりました。そこで今回は、これまで学んできたポイントをおさらいしつつ、さらに良いWebサイトにするために必要なことは何かを考えていきましょう。

誰のためのWebサイトかをもう一度考えてみる



これまでもお伝えしてきたように、デザインとはただ表層の見た目を整えるだけではなく、情報の伝達方法を設計するところに本質があります。難しく感じますが、つまるところ「いかに分かりやすく、使いやすくするか」ということに尽きます。では「分かりやすく、使いやすい」というのは、誰にとってなのでしょう。

もちろん、JimdoでWebサイトを作成されている皆さま(オーナー)にとって分かりやすいことは重要です。しかし、もっとも重要なのはその先、皆さまにとっての顧客でありファンである、閲覧者(ユーザー)にとって「分かりやすく、使いやすい」ということを一番に考えるべきです。

そのためには、レイアウトを整えることや、文字のサイズや色を読みやすくするなど、誰が見ても簡単に理解できるよう体裁を整える必要があります。これは実際のお店に置き換えると、棚の配置や、商品の値札・POPのようなもので、迷路のような店内や、値札・POPのデザインがバラバラなお店は、あまり居心地のいいものではありません。お客様を迎えるにあたり、これらを整えることは最低限の準備と言えるでしょう。

上のランドリーの写真のように「乾燥機がたくさんあったほうが便利だろう」というのは確かにそうなのですが、それによって「ユーザーが使いにくい」という状況であれば改善するべきです。Webサイトでいえば、文字や写真の配置、掲載数、レイアウトの組み方をしっかりと整え「ユーザーにとって使いやすい」Webサイトを目指しましょう。

ユーザーの知りたい情報に簡単に辿り着けるようになっているか



**商品別に分類されていて
どこに何があるかすぐに分かる**



**棚に雑然と並んでいて
どこに何があるか分からない**

Jimdoで制作されたWebサイトは、自由にコンテンツを追加・編集できる点が優れており、それゆえに「オーナーの伝えたいこと」が先行しがちです。それは決して悪いことではありませんが、「ユーザーの知りたいこと」はまた別にあるかもしれません。

例えば街中で私たちがお店を選ぶ時、何を基準に選ぶでしょうか。商品が素敵なのはもちろん、お店の雰囲気や色合い、陳列の美しさなど、パッと見たときに「あ、このお店にはいいものがありそう!」と思えばそのお店に立ち寄ります。しかし、お店の雰囲気が素敵でも、どこに何があるか分からなかったり、店員さんの説明が要領を得なかったりすると、購入には至らないかもしれません。

これと同じことがWebサイトにも言えます。まずは「ここには自分の欲しいものがありそうだ」と思ってもらうにはどうするか、そして来てもらった方に情報が正しく伝わり、長く滞在してもらえるWebサイトにするにはどんなところに気をつければ良いのかなどなど、本コラムで紹介してきたポイントを押さえながら、徹底的にユーザー目線で考えることが大切です。

文字の色ひとつとっても、「私がピンクが好きだからピンクの文字にする」ではなく、「この商品はセールだから、お客様にすぐに気づいてもらえるように目立つ色で記載しよう」という考え方が正しいデザインです。

細部に気を配ることは満足度に直結する



いいお店とそうでないお店を分けるのは、意外と小さなことである場合が多いです。食事を出すお店であれば、せっかく料理の味が良くても、掃除が行き届いていなかったり、メニューが分かりにくかったりすると満足度は下がるかもしれません。初めて入ったお店ではイチオシのメニューがあれば助かりますし、騒がしいお店では呼び出しボタンがある方が楽です。このようにディテール（細部）の完成度と、お店に対する満足度は強く結びついているのです。

では、Webサイトにおいてこういった部分に気をつければ、ディテールの完成度を上げることができるのでしょうか。例えば、本コラムで紹介してきたように、ボタンやフォント、余白など、細かいパーツを最適化するだけでも情報が整理され、驚くほど洗練されたWebサイトにすることが可能です。

細部まで簡単な操作で設定できるのがJimdoの楽しいところでもあるので、過去のコラム記事をご参考に色々と試しながら、ユーザーに気持ちよく閲覧してもらえるWebサイトを制作してください。

迷ったら実際のお店に置き換えて考えてみる

Webサイトというどうしても難しく考えてしまいがちですが、インターネットの向こう側にいるのはあくまで「人」です。もしWebサイトの制作でつまづいたら、実際のお店に置き換えるようにしてみてください。例えば、店舗の看板を大きく目立つものにするより、スタッフの接客方法を変えるほうが優先される場合もあります。それと同じように、メインビジュアルを派手にする前に、もしかしたらやるべきことがあるかもしれません。

大切なことは「誰のためのWebサイトか」を常に考えることです。既存のWebサイトは更新のたびに制作会社に依頼をする必要があり、費用もかかるため更新が億劫になってしまいがちでしたが、Jimdoはその問題を解決してくれました。皆さまが常に顧客のことを考え、どんどんブラッシュアップしていけば、きっと素晴らしいWebサイトが生まれることと期待しています。皆さまが手塩にかけた、素敵なJimdoサイトに出会えることを楽しみにしています。

次回のコラムを見る »



服部 雄樹(はっとり・ゆうき)

服部制作室 代表/JimdoExpert

<http://www.hattori-studio.jp/>

<http://www.template-labo.com/>

愛知県名古屋市出身。2014年までインドネシア・バリ島で活動し、世界各国のクリエイターと交流。多くの海外案件に携わる。帰国後、服部制作室を設立。Webサイトの制作だけでなく、各種Webサービスのテンプレートデ

ザインやUI設計、セミナー登壇、コラムへの寄稿など精力的に活動中。"カッコいいを簡単に"をモットーに、海外のWebデザインを日本向けにローカライズした新しいデザインを提案している。

著書に『いちばんやさしいHTML5&CSS3の教本 人気講師が教える本格Webサイトの書き方』など。