



SINAP  
Journal

*Winter 2017*

A/B

# NEXT

## 2017年スマホ対応を 終えたサイトが 次に取り組みたい 7つのトレンド

# 7

DMP+MA [データマネジメント プラットフォーム + マーケティング オートメーション]

A/Bテスト・スプリットテスト

MFI [モバイルファースト インデックス]

オウンドメディア

AMP [アクセラレイティッド モバイルページ]

データビジュアライゼーション

プロトタイピング/UI改善

今や多くのサイトでスマートフォンからのアクセスがPCからのそれを追い抜いています。こうした流れをとらえて、Webサイトの「スマホ対応」に注力していたWeb担当者の方々も多いのではないのでしょうか。

一方で、2016年は多くの企業がスマホ対応を済ませ、このトレンドも一周したように感じます(まだの方は今すぐシナップにご相談を!)

この先の成長をどう作っていくか——。

そこで今回は「2017年 スマホ対応を終えたサイトが次に取り組みたい7つのトレンド」と銘打ち、サービスやビジネスをさらに成長させる施策をシナップスタッフのコメント付きでご紹介したいと思います。





## A/Bテスト・スプリットテスト

A/Bテスト・スプリットテストはその名の通り複数の案の中からどの案がコンバージョンが高いか、画面を出し分けることによってテストする手法です。近年こうしたA/Bテスト・スプリットテストツールはMAツールの機能として搭載されていることも多く、従来よりも比較的手軽に導入することができるようになりました。また、その結果もリアルタイムで見られるものが多く、スピーディなサイト改善に役立てられています。

ツールの導入という敷居が高く感じるかもしれませんが、最近では手頃で使いやすいものが増えており、すぐに導入可能です。むしろスプリットテストでは、どんなテストを優先的に行うか、仮説の勘所が肝になってきます。シナップではクライアントと週単位でテストを回しながら、継続的に取り組むケースが増えてきています。

Designer  
富川 落子



## MFI 【モバイル ファースト インデックス】

Googleは2016年11月、検索のためのインデックス方法を従来のPCサイトからモバイルサイト優先に変更することを発表しました。これがMFI(モバイル ファースト インデックス)と呼ばれるものです。この変更で影響を受けるのはデスクトップ版、スマホ版とページを出し分け(もしくは別々のURLで運用)、かつスマホ版がデスクトップ版の簡易情報しか掲載されていないようなサイトです。こうしたサイトは今後スマホ版の方がインデックスされるためSEOに大きな影響がでると思われれます。逆にレスポンシブデザインなどデスクトップ版、スマホ版でソースが同一である場合は影響がないので一安心です。

Googleは正式な変更時期は未定としていますが、すでに多くのユーザーが検索による情報収集をスマートフォンで行っていることを考えると、ごく近い未来に公開されると思います。取り急ぎの対策はもちろん必要ですが、これを機にユーザーがどういったアクションとキーワードでサイトに訪れるのか見直しを行い、よりユーザーに最適化されたものを提供できるようにしたいですね。

Director  
内藤 万弓



## DMP + MA

【データ マネジメント プラットフォーム + マーケティング オートメーション】

DMPとは「データ マネジメント プラットフォーム (Data Management Platform)」、MAは「マーケティング オートメーション (Marketing Automation)」の略称です。近年、DMPとMAの両方の機能を備えつつも、低コストで利用できるサービスが登場してきました。DMPは顧客のさまざまなデータを蓄積し、一元管理するデータベース。MAはあらかじめ定めたシナリオとDMPに貯めたデータを元に、顧客一人ひとりに合わせ最適なタイミングで最適なアプローチを実施できるプラットフォームです。難しく感じますが、例えばサイトを訪れたユーザーの行動履歴から興味のあるコンテンツを配信したり、これまでの購入履歴から好みに合った製品をオススメしたり、設定したシナリオに合わせて自動的にアクションを配信することが可能です。自社の基幹システムやCRMデータとDMPを連携することで、それらのデータも一元管理することができ、マーケティングへの活用がスムーズになります。(導入するサービス次第ですが)外部サービスとの連携も豊富で、例えばLINEビジネスコネクと連携すれば、ユーザーに最適なタイミングでLINEでメッセージを送ることが可能になり、Yahoo!DMPと連携すれば、自社のDMPで保有するデータ以外にも、Yahoo!

JAPANのビッグデータをマーケティング活動に活用できるようになります。他にもオフラインの購買データやBIツールなど、様々なインプット、アウトプットと連携することが可能です。DMP/MAツールは単に導入するだけでは活用することができません。シナップではUXデザインとセットでの導入支援をオススメしており、まずは小さく始めて、徐々に効果がある箇所へ拡張していく、段階を分けた導入をオススメしています。

P07-P08にDMP、MA活用に関する『スモールスタートから拡張していく「DMP」「MA」の導入』特集対談を掲載しています。ぜひご覧ください!

DMPやMAは単にツールの利用だけではうまくいきません。サービスの目的やユーザーの購買ストーリーを定義し、各ステップ毎にどんなコミュニケーションを取るか、仮説検証のサイクルを通して最適化していきます。シナップではツールの導入相談はもちろん、こうした一連のサイクルのファシリテーションもお手伝いしております。ぜひご相談ください。

Director  
三国 翼







## データビジュアライゼーション

多くのサイトでは日々たくさんのデータを収集し、サイト改善やマーケティングデータとしてビジネスの成長に役立っています。こうしたデータはせっかく収集しても活用できなければ意味がありません。その活用しやすさのキーを握るのがデータを視覚化するデータビジュアライゼーションです。BI、ダッシュボードとも呼ばれますが、QlikView、Tableauをはじめ、昨年はGoogleもGoogle Data Studioをリリース。データ共有のあり方が見直されそうです。

データという少しとっつきにくい印象で脳が閉じてしまう気がするのですが、ビジュアライズされていれば、専門知識がなくてもデータとデータの関連性や傾向への理解が早くなり、課題発見やアイデア出しを活発に行うことができます。チーム全体の生産性が上がったという事例も多数あるので、これからも意識して取り組んでいきたいですね。

Director  
内藤 万弓



## オウンドメディア

オウンドメディアは自社の運営するウェブマガジンやブログなどを指するのが一般的です。最近ではバナー広告などのいわゆるペイドメディアやSEOでの集客に限界を感じ、ユーザーとの長期的な関係づくりなどをめざしてオウンドメディアを活用する企業が増えています。SNSやペイドメディアとうまく組み合わせ、良質で専門的なコンテンツを配信することにより、自社の認知や信頼をあげ、顧客ロイヤリティ向上に活用されています。

オウンドメディアの運用をお手伝いするケースが増えました。シナップではオウンドメディアチームの立ち上げからライターのアサイン、取材・撮影の手配、サイトの構築・運用までワンストップで行うことができます。オウンドメディアの立ち上げをご検討される際にはお気軽にご相談いただければと思います。

Frontend Engineer  
野原 由貴



## プロトタイピング/UI改善

UIの改善がサービスの質を向上させ、ビジネスを成長させることに疑問の余地はないでしょう。あらゆる企業が2017年も引き続きUIの改善に取り組むと思われる。

なかでも注目されているのがプロトタイピングツールを用いた迅速な仮説検証、また前述のA/Bテストなどによるデータドリブンの改善です。

ユーザーが感覚的に操作する部分をロジカルなデータで裏付けることによって、デザインの精度は飛躍的に向上しそうです。

プロトタイピングツールの活用や、A/Bテストでデータを検証しながら進める方法など、デザインのフローや手法も大きく変わってきました。サービスの成長に応じてUIも変化していくのが常で、見た目も使いやすさもニーズにあわせて進化していくのがこれからのUIデザインに求められると思います。

Creative Director  
大川 貴裕



## AMP

[ アクセラレイティッド モバイル ページ ]

AMPはGoogleやTwitterなどが共同で参加しているプロジェクトで、モバイルページを高速に表示する仕組み／規格の名称です。実装にはAMP HTMLという書式に沿ってHTMLを記述する必要があります。Googleでは昨年からAMPで制作されたページを検索結果のカルーセル部分で表示し、このカルーセルから記事へ遷移すると高速で表示できるようになりました。日本でもニュースサイトをはじめとした様々なサイトでAMP対応を進めています。

通常の検索結果画面にAMPページが反映されるようになってからAMP対応したページを開く機会が増えました。Googleは四半期ごとにロードマップを公開しており、新機能の実装が着々と進んでいます。コンテンツの向き不向きやコストとの兼ね合いなど本格的な導入には少し慎重になりますが、今後の動向には目が離せません。

Frontend Engineer  
野原 由貴



前回のシナップジャーナルで反響が大きかったサイト改善に関連して、今回は「DMP」と「MA」をテーマに、実際に業務で取り組んでいる二人に、対談してもらいました。

「DMP」や「MA」って難しく敷居が高い感じがしませんか？

富川 「DMP」や「MA」って、難しく敷居が高い感じがします…。

三國 確かにイメージしづらいですよ。でも、DMPとMAは最近お手頃な製品も発表されて、かなり取り組みやすくなってきたんですよ。ちなみにシナップではDMPとMAについて、企業ごとのビジネスモデルや状況に合わせて、スモールスタートから大規模開発まで段階を整理した導入の提案をすることが多いです。

富川 企業によって導入する段階が結構変わるものなんですか？

三國 そうなんです。でも最初から大規模に導入しようとする時間コストも大幅にかかってしまうので、まずは目指すべき最終的な姿を見越した上で小さく始めて、効果があった箇所を中心に徐々に拡張していくプランを提案することが多いです。

富川 例えばどんな風になりますか？

三國 最初はスモールスタートとして、月額費用が一番お手頃なプランで



## スモールスタートから拡張していく「DMP」「MA」の導入

DMP・MAツールを選定・導入して、デフォルトの機能だけ使ってシンプルなWebページの出し分けを行います(図1)。ミニマムだと月10万円くらいから始めることもできますね。DMPにユーザーごとのWeb行動履歴を集めて、MAで個々のユーザーに合わせた最適なサイトコンテンツを自動で出し分けていきます。

富川 実際のDMPツールの管理画面を見ると、一人ひとりの詳細な行動履歴が記録されていて驚きますよね！ユーザーが何回目の訪問で、どんなページに興味を持っているのかなど、詳しく知ることが出来ます。

三國 そうそう。例えば、特定の商品を購入の後押しに来ているユーザーには、購買の後押しになるような関連コンテンツをバナーでお知らせする、なんてことも出来ますよね。

富川 顧客全員に向けた無難なバナーより、その人の興味や状態に合わせた内容の方が効果ありそう。

三國 次の段階では、企業が元々持っている顧客データとWeb行動履歴を連携するために拡張していきます(図2)。僕たちが毎週定期運用でお手伝いしている企業様は、今まさにこの段階ですね。

富川 そうですね！

三國 ちなみに、自社の顧客情報だけでなく、Yahoo!DMPなどの外部

### シナップの「DMP」「MA」導入の進め方

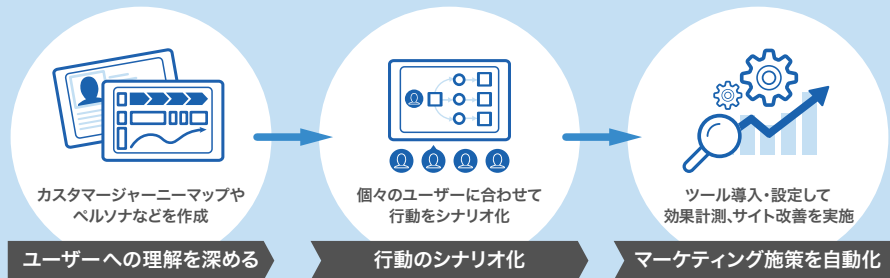


図1 スモールスタート案

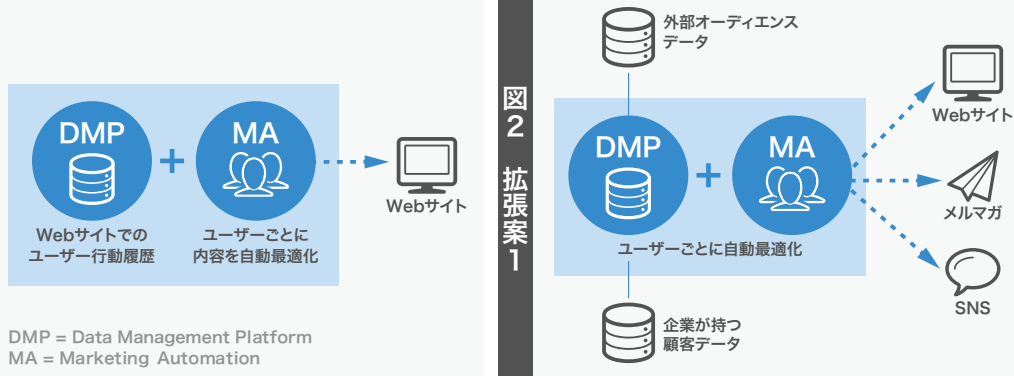


図2 拡張案1

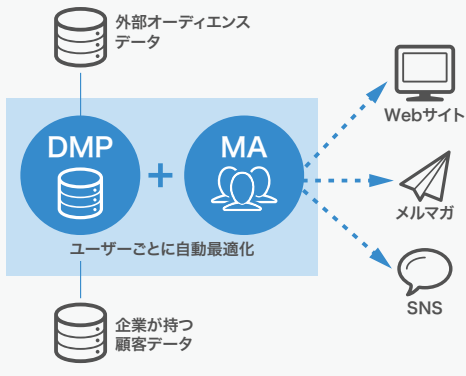
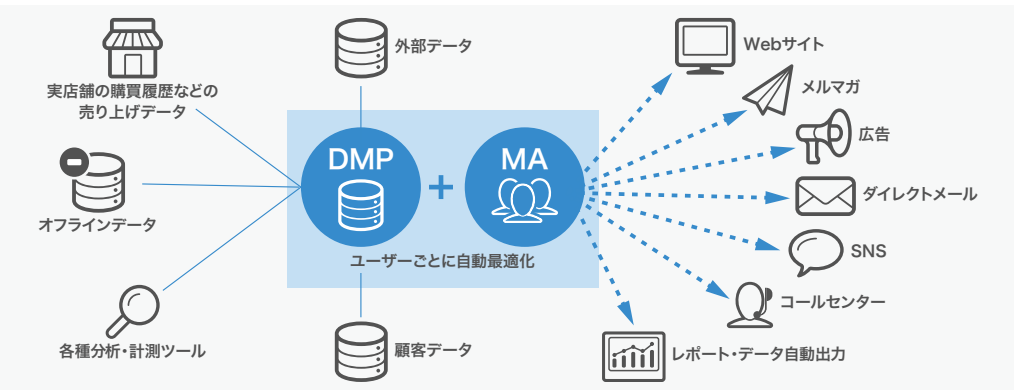


図3 拡張案2



オーディエンスデータとの連携も可能です。自前のデータだけでは分からない、外部でのユーザーのふるまいを知ることまで出来るんですよ。

複数の顧客情報とサイトの行動履歴を結びつけて、Webに限らずオフラインのチャネルでも、ユーザーとの接点を作ることが出来ます。

富川 なるほど、複数の顧客データとの連携がポイントになるんですね。

三國 更に拡張していく場合は、店舗での購買履歴などのPOSデータなども連携して、より幅広い範囲でオフラインも含めたアクションへ展開していきます(図3)。

富川 確かにいつもWebでの接触がベストとは限りませんよね。自分の欲しい情報が気の利いた内容でタイミングよく届くのは嬉しいかも。

三國 DMPとMAを使って、ユーザー一人ひとりに対して最適なコミュニケーションを取れるようにシナリオを作って、マーケティング施策を自動化していく。そうすることで運用者の負担を軽減しつつ、より効果の高いアクションを全方位で起こせるようになっていくのがDMP・MA導入で目指していきたい姿ですね。

シナップでは企業のビジネスモデルに合わせて要件を整理して、予算に合わせた色々な組み方をご提案できます。ぜひお気軽にご相談ください。



# BEST BUY ITEM 2016 STAFF VOICE

あなたのベストバイアイテム2016は何ですか



ディレクター  
三國 翼

制作会社社を経てシナップに入社。デジタルマーケティングを中心とした戦略、企画、設計、改善など担当。週2回のジムでの運動と、デジタルガジェット、料理、お酒が好き。



フロントエンドエンジニア  
野原 由貴

広範囲なスキルを持ち、デザインも実装もこなす頼れる存在。のんびりした印象のなかにながらも鋭い実務能力を秘める。カレーとロックフェスが好き。半分東北人。



ディレクター  
内藤 万弓

イギリスの大学院に留学、帰国後にシナップに入社。複数の新規案件を受け持つ傍ら、安定した運用・改善もこなす重要なディレクター。海と町田が好き。



ディレクター  
鈴木 善明

イベント社を退職後、シナップのディレクターに。常に複数案件を指揮しながらユーザー視点は絶対に忘れない。映像制作・写真はか関心事への熱中ぶりに周囲も楽しくなる。猫好き。



UI/UX デザイナー  
松島 智

コミュニケーションとデザインの研究で大学院修了後シナップへ。特に文章を読むためのUI/UXデザインで受賞含む高評価を得ている。個人ではBiB/iプロジェクト運営のほか電子出版分野に注力。イベントでは歌もうたう。別府への移住を目前に温泉好き。



デザイナー  
小茅 奈美

テレビ局のデザイン部門、大手プロダクション数社を経てシナップ設立に参加。安定した品質を保ちながら新技術との親和性にも優れたデザイナーと、絶えない笑顔で創業からシナップを支える。



取締役  
クリエイティブディレクター  
大川 貴裕

多くのWebサイトをはじめ、企業のブランドデザイン、CI/VI開発、グラフィックデザインなど幅広い分野で活躍している。国際的なデザインコンペティションほか受賞多数。生粋のハマっ子。



代表取締役  
プロデューサー  
坂西 裕彰

Web黎明期から一貫して顧客企業のビジネスに深く寄り添う提案を行い、指揮してきた数多くのプロジェクトはクライアントから高い評価を得ている。WebSig24/7モデレーター。長い黒髪が目印。



HUAWEI P9

ダブルレンズ搭載で一眼レフのようにボケた写真を撮影できます。撮影後にフォーカスやボケ具合の調整もできるし、スマホで撮影したとは思えない写真が撮れるので気に入ってます！バッテリーの持ちも良く、指紋センサーも高速。iPhone7 Plus買うよりも格安で購入できますし、Android派の人にはとてもオススメです！  
ほくはスマホはAndroid派、タブレットはiPad派です。検印用にiPhone6もカバンに入ってます。P9は楽天モバイルのSIM、iPad Pro 9.7とiPhone6はIIJのSIMを挿したモバイルルーターZMI MF855で通信しています。



フランスで買ったきのこ本

きのこがすごく好きです。形もかわいし、香りやもちろん味も好きです。マッシュルームカットにも憧れます。  
この本は、昨年きのこのシーズン真っ盛りの秋にフランスへ行った際に購入しました。セップ茸やジロール茸などフランスでとれるきのこの旬や、きのこのことに最適な調理方法が載っています。きのこの世界は奥が深いんです。  
イラストもフォントもかわいくてお気に入りです。



iPhone7

2016年9月に発売されたiPhone7からSIMフリー端末になりました。格安SIMで月々の料金が安くなってうれしいのはもちろん、海外旅行に行ったときに現地SIMを使えるのがすごくうれしいですね。10月にタイに行ったときにも重宝しました。マットなブラックのデザインも気に入っているので、今まで2年周期で買い替えていましたが、もう少し長く大事に使おうと思います。



Canon EOS 6D

5年振りに本体を更新。夜もよく撮れ、静音シャッター、高レスポンス、ホールド感、色々申し分ないです。撮影しながらWi-Fi経由でタブレットにプレビューでき、デザイナーさんにリアルタイムで確認してもらえらるので仕事でも重宝しました。  
でも、使っててジワジワくるのは操作性かもしれません。ポートレート撮影では、おしゃべりしながら露出合わせたりするのですが、設定が素早いじれるようにボタンが配置がされていて、ユーザーに寄り添った作りになっているのを実感したりします。フルサイズにしては軽量なので、小ぶりなレンズ付けてリュックに忍ばせわりと持ち歩いています。あとはレンズを更新していきたいところなのですが…。



九州ふっこう割チケット

方々でたびたびアピールしているとおり、別府が大好きです。ほく自身は埼玉生まれの埼玉育ちですが、両親は大分の出身で、一昨年の年末、別府に引っ越ししていきました。そうしたら、あの地震。家族はみんな無事だったけれど、家にはそれなりの被害がありました。いまや実家にもなった九州の復興を心から願っています。  
動画再生100万回達成でほんとうにやることになった「湯〜園地」計画も気にはなりますが、小さく素朴であたたかいたくさんの温泉が、これからの場所でありつづけてくれますように。できるだけたくさん帰ってお風呂を楽しむほかに、ほくにもきつとなにかできるんじゃないだろうか。  
写真は別府・的ヶ浜公園にある「すこやか」像。すこやか。



AAA 10周年記念ライブのBlu-ray

年甲斐もなくはまってしまったAAAの、はじめてのライブを東京ドームに行けることになったので、10周年記念のBlu-rayを購入して勉強しました。  
勉強の甲斐あって歌はほぼ完璧でしたが、ライブのノリにはまったくついていけません。年ですな……。ですがBlu-rayで勉強したおかげでとても楽しかったです！



PlayStation®VR

ひとりデバイスを頭にかぶってわーわー言っている姿が前から見ると間抜けな感じがたまに傷ですが(笑)、PSVRは想像以上に楽しく、新しい体験です。  
はじめはすぐ飽きてしまうのではないかと思っていたのですが、意外とまた「あちらの世界」へ没入したくなるから不思議です。もちろんハードもソフトもまだまだ進化途中という感じで、スペックやコンテンツが倍くらいになったらいいなと思います。その頃が本当の買い時でしょうか。  
とはいえ、現時点でも未来と可能性を十分感じられる、新し物好きの方にはオススメです！「エースコンバット7」が早くやりたいです！



trangia(トランギア) ラージメスティン

趣味の登山やキャンプ・フェスなどアウトドアで使う、ちょっと大きめなアルミ製の飯ごうです。普通に白いご飯を炊く以外にも、炊き込みご飯やラーメンを作ったり、シュウマイやウィンナーを蒸したり、炒め物したり、冬のキャンプではおでん作ったり。とこれ一つで色々作れて重宝しています。





パートナー  
円佛 公太郎

インフラ系 Sier 勤務。主に金融・メディア・ISP・クラウド基盤のプロジェクト管理や設計 / 構築等を手がける。毎日、Misfit Ray で「今日の睡眠時間」と「歩数」を確認するのが趣味。休日の歩数が 500 歩以下を体験したことのある、生粋のインドア派。



MISFIT RAY

知人がつけているのを見て、最初は(ライフログというキーワードは意識せず)「オシャレだなあ〜」という思いだけで購入しました。しかし、身につけているだけで「何時間、眠れたのか?」「その中でも深い睡眠はどの程度なのか?」「今日はどのくらい歩けたのか?」を全く意識せずに記録してくれますので、自然と生活リズムを意識するようになりました! 電池が長時間持ち、防水であることから 24 時間外すことは無く、全く意識せずに利用出来るのでラクチンです。これならナマケモノな私でもライフログを続けられそうです!(と言っても Misfit Ray が頑張ってくれているだけで、私自身は何もしないのですが... ;)



パートナー  
柿内 暢昌

シナップで7年間Web制作に従事した後、2014年からフリーのフロントエンジニア及びテクニカルディレクターとして活動中。Webアプリのフロントエンド作成、インタラクション、アニメーションの作成を得意としている。屋号はスタジオカッキー(studio-kakky.com) 3度の飯も釣りが好き。



衝動買いしたアジ釣りの道具達

年末に友人から誘われて、船に乗ってルアーでのアジ釣りにハマってしまい、道具を衝動買っていました。大衆魚のアジを釣るために買った道具は一生分のアジを買ってしまったかもしれないぐらいの金額なのですが、趣味の世界なのでそこはしょうがないですね。横浜近郊の夜の海は夜景がすごくきれいです。パイブリッジの下で釣ったり、話題の工場夜景を見ながらなんていうこともあります。しかも釣れてくるアジは脂の乗り切った凄く美味しいアジです。あのアジフライを食べたらスーパーのアジフライは食べられませんね。ということで今年も釣りを頑張ります。



パートナー  
大崎 誠

フリーランスのWeb系プロジェクトマネジャー、制作会社、Sierでの勤務を経て2006年に独立。以降、様々なプロジェクトマネジメント業務や運用コンサルティング業務に従事しながら、後進指導としての講師業も行っている。幼児教育や世界の鍋料理研究なども。リタイア後にはタイに移住するのが目下の目標。— d-three(ディースリー)



森美術館年間パスポート

60分と5分の砂時計

仕事をしているとなかなか集中できなったり、逆に集中しすぎて適度な休憩が取れなかったりすることがありますよね。そういった問題を解決するためにMacやiPhoneで動くタイマーアプリなどをいくつか試してみましたが、いまひとつしっくりせず購入したのがこれ。60分計1往復で業務、5分計1往復で休憩。基本はこのセットで回しています(あえて60分計片復で集中力を上げる時もあり)。視覚的に時間が流れていくのを横目に見つつ、メリハリのきいた仕事を気分良くできるようになりました。



アシスタントディレクター  
ケイリン

台湾出身、カナダ育ち。バンクーバーのSimon Fraser Universityでインタラクションデザインを専攻し、卒業後憧れた日本へ。アシスタントとしてシナップへ入社。デザインを通じて日本の良さを世界中に広げたい。



森美術館年間パスポート

去年の夏、森タワーの森美術館と展望台・屋上に何度でも無料で入館できる年間パスポートを購入しました。年間パスポート専用カウンターがあり、混雑時も並ばずに入ることが出来るので、仕事終わりや休日にふらっと展望台に登り、夜景を眺めて、癒されるのが毎週のルーティーンです。



総務 / 秘書 / 広報  
小泉 憂佳

印刷会社での営業事務を経験後、Adminスタッフとしてシナップに入社。よく笑い、よく食べ、よく寝るをモットーに日々邁進中。将来の夢はなんでも鑑定団に出ること。日本酒は純米が好き。



STAUB ピコ・ココット オーバル

引越しを機に長く使える良い道具を持つと思い立ち、手に入れたのがこれ。鍋物ホーロー鍋といえばLE CREUSETも有名ですが、STAUBの方が焦げ付きにくく密閉度が高いところに惹かれました。お野菜の水だけで煮込み料理を作ると、とっても美味しく出来あがりです! どピーんとそのままテーブルに出しても可愛い。気分が上がります。



デザイナー  
富川 落子

大学で美術史を専攻し、きもの業界で店頭販売・和小物の企画営業を経験。デザインをきちんと学びたいと専門学校へ通った後、シナップへ入社。今まで住んだ土地は、三重、東京、静岡、京都、福島。



きもの・江戸小紋

昔武士が袴(かみしも)で登城していた当時のスーツの存在である江戸小紋のきものをGETしました! 帯次第で、フォーマルな席からきれいなカジュアルまで対応可能な万能きもの。爽やかな水色の唐草模様レモンイエローの袋帯がモダンな印象のコーディネートがお気に入りです。



デザイナー  
久保田 さや佳

グラフィック・木工・建築・Webデザインと広く学び、広告代理店を経てシナップへ。デザイナーとして使いやすさや思いやりのあるデザインを心がけている。デジタルだけでなく、手しごとが好き。



THE NORTH FACE シャトルデイバックスリム

以前は普通のリュックサックを使っていたのですが肩や腰が痛くなってしまったので、パソコン入れが付いているリュックを探しました。体にフィットするので疲れにくくなり助かっています。内側に綺麗な水色なお気に入り。



デザイナー  
飯山 嘉之

大学でマスコミュニケーションを専攻し、音楽関連企業で経営企画・宣伝販売・営業職を経てシナップに入社。グラフィックを中心にUIデザインやCMS実装を担当。デジタルインストールに傾倒し、草野球やボルダリング、縦リ音楽を好むデザイナー。



都内各所のボルダリングジム会員証

体力作りの一環でボルダリングをしています。定期的に友達と都内のボルダリングジムのまわっては壁を登っているのですが、ジムによって色々な違いがあります。その違いは店の雰囲気や客層だけでなく、課題設定にもそのジムのクセや趣向が感じられます。その日の仲間やテンションで登るジムを選ぶのも長く続けられる楽しみかと。気づけば会員証が増えたのですが、郊外にある「昭島PLAY」は開放感があって空いているので快適に楽しめます。上達して早く中級ボルダーの域を抜け出したいです。



フロントエンドエンジニア  
村山 貴裕

地元の制作会社を退職後シナップに入社、伴って上京して新同人。現場叩き上げのスキルでマークアップやCMSでの実装を行うエンジニア。休日は自宅でマンガゲームの量産型草食系。辛い食べ物も苦手。



MISFIT RAY

11月頃に、あまりの運動不足に活動量計を導入しました。睡眠時間が足りてくるとか、毎日の運動量をポイントにして見せてくれるのですが、通勤だけで推奨値に届いてしまって特に運動量自体は増えない年末でした。平日と休日でもオンオフはっきり分かれて面白いです。せっかく導入したので2017年ももっと活用したいと思います。



## Designs to Grow

# デザインの力で新しい価値を創造、 応援したい。

## 新規サービス開発の活発化

今号では「スマホ対応を終えたサイトが次に取り組みたいトレンド」というテーマで、どちらかというマーケティング寄りの話になっていますが、お客様からは引き続きリニューアルのご相談や、新規サービス開発のご依頼もいただいています。

Webの技術はクラウドやAIの活用など、より高度なものに進化する一方、利用しやすくなってきています。こうした環境のなかで、既存のサービスを拡張したり、塗り替えたりする新しいサービスを立ち上げようという動きは各社ますます活発になっているようです。

## UIがサービスの成否を分ける時代

また企業のUIデザインに対するニーズも増していると感じます。原因のひとつはやはりスマートフォンの普及にあると思いますが、アプリやスマートフォンサイトのUIの最適化はそのサービスの成否を分ける大きな要因となっています。

小さい画面の中でいかにストレスなく操作できるか。最近ではユーザーの求めるレベルも高く、操作性はもちろん、見た目や触った時のさりげないインタラクションなど、より心地よい体験を提供できるかが重要となってきており、シナップ社内でもデザインチームを中心に力をいれています。

## 次の成長を考える

一方、スマートフォンはそろそろ所有していない人を探す方が難しく、iPhoneとAndroidでの機能差も目立たなくなってきたり、ある種デバイスとしてはコモディティ化の領域に入っているように感じます。

「スマートフォンの次」は一体何が来るのでしょうか。

インターネットで培われたテクノロジーはスマートフォンを飛び出し、様々な領域に広がっていきそうです。それはヒトとヒトをつなげるものかもしれませんし、ヒトとモノ、モノとモノをつなげるものかもしれません。

未来は私たちにもわかりません。

「未来を予測する最良の方法は、未来を創ることだ。」はピーター・ドラッカーの名言ですが、私たちも常に新しい価値、未来を創造するお手伝いをしたいと考えています。そのために日頃から腕を磨いています。

つぎの成長に向けたチャレンジがございましたら、ぜひご一緒させていただければと思います。神宮前の隠れ家オフィス（本当に一軒家です）でご連絡をお待ちしています。

## 6年目を迎えたシナップの支援活動 Social Good

東日本大震災により被災された企業や団体の復興支援として、シナップではWebやITを活用したコミュニケーションづくりのお手伝いを中心にSocial Good活動を継続してきました。

## リニューアルサイトを公開、新たなフェーズへ 向かう大槌復興刺し子プロジェクト



岩手県大槌町の女性たちが取り組む「大槌復興刺し子プロジェクト」は、避難所や仮設住宅の狭い場所でも布と針と糸があればできる手仕事を通じて、女性が働く社会へと繋がる場所を作り出しました。シナップでは、大槌刺し子のブランドコンセプトを作り上げながら、昨年9月にWebサイトのリニューアルをいたしました。そこには、刺し子の手仕事の魅力と価値を地域に根付かせたいという確固たる想いが詰まっています。

シナップは、今後も大槌復興刺し子プロジェクトの支援を続けていきます。

大槌復興刺し子プロジェクト

<https://sashiko.jp>

## 地元の制作会社と一丸となって、酔仙酒造を サポート

津波により大きな被害を受けた岩手県陸前高田市の酒造メーカー「酔仙酒造株式会社」。シナップでは震災から支援を続けています。

現在はWebサイト運用など日頃の業務は地元の制作会社に引き継ぎ、2年が経ちました。

シナップは、引き続き酔仙酒造の復興のお手伝いとして、現地制作会社と一丸となりWebやSNSを活用した施策面でのサポートを続けていきます。

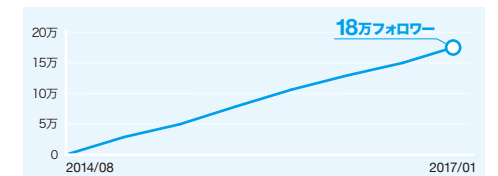
酔仙酒造株式会社

<http://suisenshuzo.jp>

## 『ツイ4』のiPhoneアプリを遂に リリース!

これまでのジャーナルでも制作過程をお伝えしてきた星海社の手がける人気4コママンガ配信サービス『ツイ4』のiPhoneアプリをついにリリースいたしました!

『ツイ4』は私たちのクライアントである星海社が手がけるTwitterを活用した人気4コママンガ配信サービスです。サービスの軸であるTwitterのフォロワー数は2017年1月現在、18万フォロワーを超え順調に成長しています。



## R&Dから生まれ、クライアントとの共同開発 で結実

『ツイ4』のiPhoneアプリはシナップが自社で取り組むR&Dから生まれたプロダクトで、私たちの取り組みをベースに星海社と共同で開発しました。

アプリ開発ではリーンUXのアプローチを用い、開発チームとクライアントとのコラボレーションを重視し、様々なUIの実装とユーザーテストを繰り返しながら品質の改善に努めました。

見逃したくない作品の更新通知やお知らせを受け取れるほか、Twitterで見ているだけでは読みにくい読者のコメントなどを見やすくし、コンテンツをより一層楽しくする工夫を凝らしています。

機能としてはまだまだミニマムですが、今後もより使いやすく読書体験を楽しむアプリを目指し、改善していく予定ですので、ぜひダウンロードしてお試しください。



ツイ4 iPhoneアプリ



ツイ4 (Webサイトでもご覧いただけます。)

<http://sai-zen-sen.jp/comics/twi4/>



# SINAPSERVICE

私たちにご相談ください



## 新規事業 サービス立ち上げ

シナップでは、私たちの持つサービス開発の経験、ITに関する知識を活かし、クライアントと話し合いながら、リーンキャンパスやコンセプトダイアグラム、バルソナ・シナリオ法などを用いて、ビジネスプランを具体化し、お手伝いをします。またモックアップ、プロトタイピングを行い、迅速に仮説検証を行うアプローチなど、これまでのワークフローに縛られない、クライアントとの新しい組み方、新しい価値の創出に取り組んでいます。



## リニューアルと 継続的な成長

シナップがお手伝いするリニューアルプロジェクトは質もさることながら、安定した進行で高い評価をいただいています。さらにリニューアル後のUI/UX改善、マーケティング支援を通して、継続的な成長をお手伝いしています。社内にはビジネスを成長させ続けていくために、様々なテーマに沿って知見を深めていく事例研究グループ「グロースチーム」があり、そのナレッジはクライアントへの提案に活かされています。



## Webサイト/アプリ 制作・開発・運用

デザイン能力、開発能力、品質管理能力、プロジェクト管理能力の高さもシナップの強みです。私たちは自分達の考えたプランを実現する高い制作・開発能力と、遅滞なくプロジェクトを進行し適切な品質を担保する能力を有しています。社内外の様々なプロジェクトを通して蓄積された経験やR&Dなど先進的な技術に関する取り組みも結果も、積極的にクライアントワークに還元しています。



## 先端 テクノロジー

シナップでは社内のR&Dを始めとして、新しい技術分野や手法に積極的に取り組んでいます。技術分野では、高度なWebアプリケーションの開発、スマートフォン、タブレットデバイス向けのアプリサービス開発、モーションセンサーやウェアラブルデバイスなどのセンサーデバイスの活用、IoT分野の開発サポートなどを行っています。

<http://sinap.jp/>

 <http://www.facebook.com/sinapinc>

 @sinapinc

 [info@sinap.jp](mailto:info@sinap.jp)