



SINAP Journal

Winter 2020

特集 ビジネスにデザイン手法を取り入れていく潮流

Business & UX design

経済産業省・特許庁の『デザイン経営』宣言をはじめ、いま国内外でデザインのビジネス活用に注目が集まっています。そしてこうした流れを牽引するひとつが「UXデザイン」ではないでしょうか。

そこで今号ではビジネスとデザインをテーマに、様々なサービスの顧客体験の中心になってくるWebサイトの重要性和、シナップが行うUXデザインの特徴やその活用についてご紹介したいと思います。



特集1 これからのビジネスに必要なものとは

ビジネスとデザイン

高まるデザインの重要性

「経営にデザインを取り入れていきたいと思います」。経済産業省・特許庁は2018年5月『デザイン経営』宣言」という報告書を発表しました。

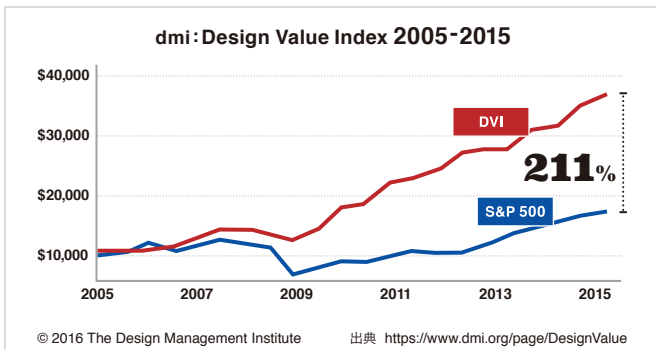
これは製品やサービスのコモディティ化が加速し、機能による差別化が困難な今日、製品やサービスの事業戦略、その最上流からデザイン（顧客起点で考えるデザインの観点、手法）を取り入れることで、ブランド力やイノベーションを向上させ、企業の競争力向上を図りましようという提言です。

「経営にデザインを」と聞いてもピンと来ない方もいらっしゃると思いますが、アップルやダイソン、国内ではマツダやメルカリなど、製品やサービスのデザインに「貫き」や「意思」のある企業を想起するとイメージしやすいかもしれません。

これらの企業は競合他社と比べ、ユーザーフレンドリーで、製品やサービス、ブランド力が強く、大きな成長を遂げています。

いま、こうしてデザインを、経営や事業に活用する取り組みは世界的に注目を集めており、実際にデザインへ

の投資効果が高いことも様々な調査で明らかになっています。



dmiの調査によると、デザイン主導型企業の株価はS&P500社の平均値の2倍を上回る

顧客体験を紐解き、サービス全体をデザインする「UXデザイン」の注目や広がりもこうした流れのひとつとみることができるでしょう。

今後、製品・サービスの開発にデザインのアプローチを行うことはますます重要になってくることとうかがえます。

それはつまり、製品・サービスは「機能を開発」するものから、「顧客体験をデザイン」するものへ変わりつつあると言えるのではないだろうか。

Webサイトが顧客体験の中心になってくる

なかでもWebサイトは顧客体験の中心として非常に重要な役割を果たすことが多くなってきました。

ひとつはスマートフォンの普及によって、多くの人が今までの以上にWebサイトへアクセスしたり、アプリを利用するようになったことが理由としてあげられます。さらに、技術の向上によって、情報を閲覧するだけの役割ではなく、インタラクティブに機能し、様々なソリューションを提供するWebアプリケーション化の流れもあります。

加えて、近年サブスクリプションモデルによる「プロダクトのサービス化」が注目されています。単に「製品」を販売するのではなく、製品を中心とした「連のサービス」を、月額制のサブスクリプションで提供し、導入後も適宜アップデートや新機能の追加を行うモデルです。また、製品利用

のデータを元に最適な設定にソフトやハードを調整するなど、旧来の販売・サポートのモデルでは提供できなかった利便性を提供し、顧客と繋がりが続いていくビジネスの形です。

こうしたサービスの顧客接点もまた、Webサイトやアプリが担っています。いま多くのサービスにおいてWebサイトは顧客接点、ビジネスモデルの中心にあり、顧客の体験に大きく影響します。

Webサイトやアプリも単体で作るのではなく、サービス全体をデザインすることとあわせて考えていくことがより重要になってきています。

事業やサービス全体をデザインし、成長を作りだすシナップ

シナップではWebサイトの制作のみならず、UXデザインやリーン・スタートアップのプロセスを用いて、事業やサービス全体をデザインし、そのソリューションを一緒に考えるところからお手伝いをしています。

その上でWebサイトやWebサービスを構築、さらに、ローンチ後は、

A/Bテストやオウンドメディアの活用、デジタルマーケティングなど、そのサービスの成長を支援する様々な施策と合わせた「グロース運用」を提供し、事業の継続的な発展をサポートしています。

もちろん、これら全ての工程で、UXデザインのプロセスで明らかにしたコンセプト、ペルソナ、顧客インサイト、ユーザーストーリーなどを活用していきます。

これはサービスの立ち上げから、制作、運用までを一貫して行うことができるシナップならではの強みです。サービスに対する深い理解によって、どのフェーズでも精度の高いアウトプットを実現しています。

UXデザインの効果

UXデザインではサービス全体を俯瞰し、ユーザー調査やワークシヨップを通して、ペルソナ、カスタマージャーニーマップを作成、ユーザー体験を洗い出し、ユーザーが抱える課題やインサイトを探ります。

ユーザーの理解が進んできたら、それらを踏まえて仮説を作りサービスのアイデア・コンセプトに落とし込み、

プロトタイプングを行いながら検証していきます。

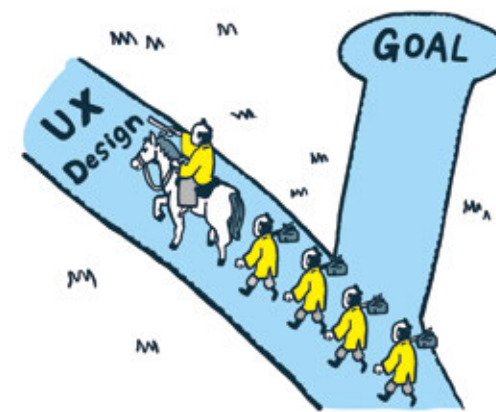
こういった仮説と検証のプロセスを繰り返していくことで、サービスに一貫したUXをもたらし、確かな改善へと繋がります。

こういったUXデザインのプロセスをプロジェクトメンバー全員が参加してワークショップや日々の検討・議論を行うことは、サービスが改善するだけでなく、プロジェクトも目的や個々人の役割への理解が深まり、当事者意識をもってそれぞれが迅速に動けるようになるなど、プロジェクトを成功に導くためのカルチャー醸成にも大きな効果があります。

シナップでは前述の通り、UXデザインをサービス構築・運営の過程全てで一貫して活用しチームに浸透させていきます。そのため制作・開発や運用を行わない一般的なコンサルティングとは違い、その効果の持続と最大化を目指すことが可能です。

新規事業、サービスの構築などで、デザインのアプローチを取り入れてみたい、どうやって進めていくのだろうとご興味のある方はぜひお気軽にご相談ください。

武士でもわかる!? UXデザイン失敗あるある



UXデザインをすることが目的になっている

手段が目的になってしまうことはよくあることです。デザインの手法は最近のトレンドでもあるため、この罠にはまりがち。しかし、ただプロセスをなぞり、やった気になるだけでは限られた成果しか得られません。始める前に参加者全員で目的をきちんと把握し、このプロセスに期待される成果を確認しておくことが本当に、本当に重要です！



上司は見た目のデザイン成果物ができあがると思っていた

名称に「デザイン」とついてはいるが故に、見た目の話だと思われがちなのも事実。ちゃんと説明をしておかないと後々「デザイン成果物がないじゃないか！こんなかったらいいことしてる場合じゃないんだよ！」というトラブルにも。こんな時は「デザイン」という言葉を使わず、「UXリサーチ」「プロトタイプング」などフェーズごとの別の言い方で説明するのもひとつの手でしょう。



そもそも理解が得られない 予算が取れない

UXデザインはとにかく説明が難しい！周囲や上長の理解を得るには、「ユーザーの体験」が重要な時代であること、それらを調査・検証を交えて一度まとめた方が思いつきで進めるよりもユーザー理解に根ざした精度の高いアイデアになること、このプロセスを通してメンバーの知識や目線が合うなどメリットがあること、これらをきちんと説明するといいでしょ。ペルソナなど成果物を示すのもあり。



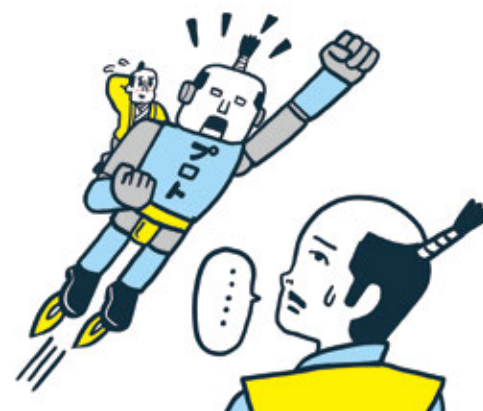
プロジェクト初期にやったきりでその後活用されない

せっかくコストと時間をかけて取り組んだUXデザイン、出来上がった様々な資料や知見をきちんと活用できているでしょうか!? やったきりでその後利用されないケースは本当に数多。これを防ぐには新しいメンバーが加わったら必ず共有するものとしてきちんとフォローに加え、共通言語化していきましょう。さらに、定期的にこの話題のミーティングを開き、更新を行っていくことも大切です。



決裁者が参加せず、報告会でひっくり返り、やり直し…

たくさんの時間をかけた調査と検討、練りに練ったプロトタイプをいざ決裁者に見せたところ、「目的が違っていた」と、その場でひっくり返ることはよくある話。ぜんぜん笑えません…。これを防ぐには最初から決裁者を含むメンバー全員がプロセスに参加することです。UXデザインの真価は、トップを含むメンバー全員が課題解決に取り組み、一貫したUXを作りだすことにあります。



ついプロトタイプを作り込んでしまい過ぎた

プロトタイプは仮説を検証するためのもの。完成品ではありません。しかし、目に見える形で実態をともなってくると、色々とアイデアを加えたり具体化したくなるのが人の業。気がつけば時間をかけすぎた上に、肝心の仮説を検証するには要素が多すぎることもしばしば。これを回避するためには、始める前に目的の明確化とスピード重視を心がけましょう。

新規事業開発やサービスの成長にUXデザインを取り入れてみたい方はお気軽にご相談ください

シナップは早くからUXデザインに取り組んできたからこそ、成功も失敗も多くの経験をしてきています。

ここにあげた失敗例以外にも、陥りやすい失敗は大小様々。それは企業の文化や体制、プロジェクトチームの性質などによっても変わってきます。担当者の方に興味があっても、なかなか社内の理解が得られない。そんなこともあるでしょう――。

まずは「こんなことをやってみたいんだけど、どうしたらいいかな?」というノリで構いませんので、お近くのシナップスタッフに聞いてみてください!

STAFF VOICE

2020年東京オリンピック、あなたの注目の種目は？

上の人物と下の注目の種目をつないで、誰が何に注目しているか当ててみてください！

好評のSTAFF VOICE、今回はクイズです。
誰がどれだか当ててみよう！



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・宣伝販促・営業を経てシナップに。グラフィックを中心にUIデザインやCMS実装を担当。デジタルインスタレーション、写真、ボラダリング、縦ノリ音楽を好むデザイナー。



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、新湯人。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。辛い食べ物は苦手で、ついでに越後人とは思えないお酒の弱さ。



ディレクター
三國 翼

制作会社数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、改善を担当。神奈川生まれ、佐渡島育ち。家には猫が2匹います。そのうち犬も飼いたい。休日はだいたいキャンプしてます。



エンジニア/ディレクター
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シャープな実務能力を秘める。カレーとロックフェスが好き。半分東北人。



ディレクター
鈴木 善明

イベント会社を退職後、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・写真ほか関心事への熱中ぶりに周囲も楽しくなる。猫好き。



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ンと、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、企業のブランディング、UXデザインなど幅広い分野で活躍している。個人で活動しているグラフィックデザイン分野では国際的なデザインコンペティション受賞歴も。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。

D

C

B

A

4

3

2

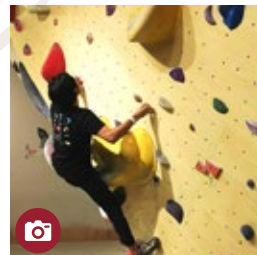
1

点と点をつなげてみよう



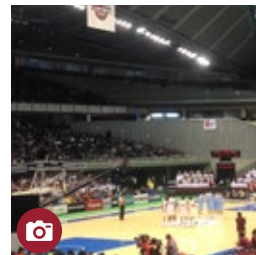
野球

スポーツ経験といえば中高で剣道をしていたくらいでしたが流石にオリンピックにはないので、たまにスポーツ観戦する野球を注目競技にあげます。2008北京以来の復活種目もあり、参加国それぞれに思いがあって見応えがありそうです。



日本の活躍に期待！
スポーツクライミング

新たにオリンピック競技に追加されたスポーツクライミングに大注目です！趣味でボルダリングをしていて身近な競技なので、是非生で観戦してみたい。(チケットは無い...)東京オリンピックを最後に引退表明している世界ランキング2位 野口啓代選手だけでなく、男女共に日本人選手の活躍も期待してます！



バスケ

小学校から大学まで何だかんだ関わってきたバスケが楽しみです。NBA選手のプレーはもちろん今大会はNBA選手になった日本人選手がいるというみどころも。写真は今大活躍の八村塁選手の高校最後の試合を観戦した時のものです。親のような気持ちで見守りたいです。



スケートボードと
ブラインドサッカー

シナップから国立競技場まで徒歩10分ぐらいなんです。オリンピックに合わせて新しい飲食店が増えるとうれしい。あ、注目の競技の話でしたっけ。スケートボードとブラインドサッカーは興味あります。スケートボードは技がかっこいい。ブラインドサッカーはルールと条件にびっくり

D

C

B

A

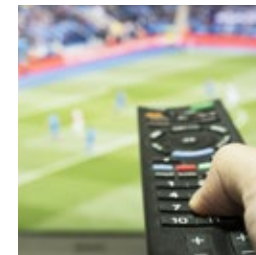
4

3

2

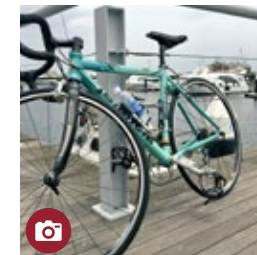
1

点と点をつなげてみよう



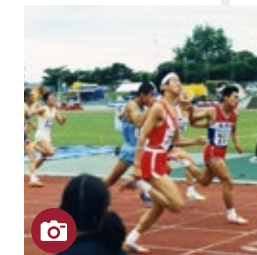
あらゆる決勝戦の
終わり数分...

学生時代はバスケット部でしたが今はまったく見ておらず...。スポーツ観戦は、なんだかソワソワしてしまっただけで最後まで通して見ることが出来きないのでした...。「どうも今、決勝やってるらしい！」というタイミングがあれば、何のスポーツかに拘らず最後数分だけを見るスタイルです！



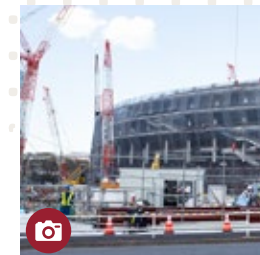
自転車ロードレース

当時深夜に放送していたツール・ド・フランスをTVで観て感動し、以来、自転車に乗るようになりました。日本では海外のような雄大な自然の中を行くコースは実現できないと思っていたのですが、東京オリンピックでは富士山にもアプローチする総距離約234kmのコース設定！注目です。



陸上100mと
スポーツクライミング

中学・高校と陸上部に在籍し100m10秒台で走ったこともあります。世界のトップ選手が集う東京オリンピックで、どんな記録が出るのか？日本人選手が100mで9秒台突入するか？など見どころ満載で楽しみです。あと、チケット取れたらスポーツクライミングは生でみてみたいです！



スタジアム

会社のお昼休みに時々散歩して建設中の国立競技場を写真で記録していました。新しい景色が作られる途中のものですでに今はなき懐かしい写真になっていました。今年もここが街に馴染んでいく過程をちょくちょく観に行ってみようと思っています。

本人提供写真

クイズの答え



クイズの答え



STAFF VOICE

2020年東京オリンピック、あなたの注目の種目は？

上の人物と下の注目の種目をつないで、誰が何に注目しているか当ててみてください！

好評のSTAFF VOICE、今回はクイズです。
誰がどれだか当ててみよう！



パートナー
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、シナップ在籍11年を経て独立、以降もパートナーとして深く関わる。屋号 String & Letters(紐と手紙/文字列と文字)のとおり「読む」ためのデザインで評価が高く、開発したEPUBビューワ「Bibi」は世界中で利用されている。昨年、息子が誕生、自分は博士課程の学生に。



総務/秘書/広報
三木 春香

千葉県生まれ。食品メーカー、人材紹介会社の営業を経験の後、責任を持った自由のもと次代を作るシナップに魅力を感じ、Adminとして入社。好きなお酒はウイスキーの中でもシングルモルト。



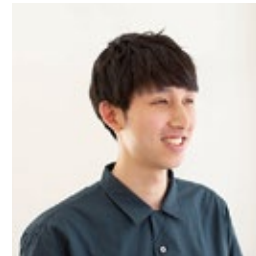
デザイナー
竹田 笑里

埼玉生まれ。カメラ専門店Webデザイナーを経験後、より様々なデザインに携わりたいという思いからシナップに入社。カメラとギンミヤ焼酎が好き。休みの日はだいたい撮影が現像をしています。



ディレクター
鈴木 大志

岡山生まれ、埼玉育ち。コンサルティング会社でWebディレクターとシステムエンジニアを兼業していました。シナップではディレクターとしてWeb制作に携わっています。散歩が好きで、歩いて山手線一周しました。



フロントエンドエンジニア
小川 大樹

アパレル販売員を経験後、もの作りがしたいという思いからWeb業界へ転職。独学でフロントエンドの技術を学ぶ。無垢材や綿100%のシャツなどナチュラルな雰囲気のものが好き。



ディレクター
北川 雄太

小中高大と大阪で過ごした関西人。ITコンサルタントとして金融系のシステム開発を経験後、UXに注力したいという思いからシナップへ入社。大阪生まれ東京育ち。猫派。好きな言葉は「コスバ」。



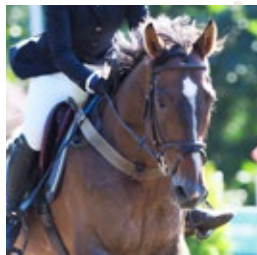
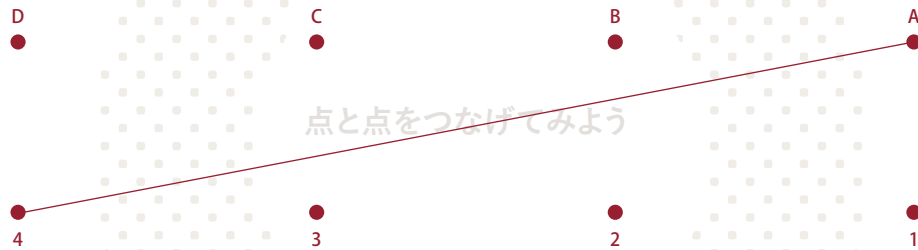
ディレクター
村田 歩美

Sierにて業務アプリケーションのプロジェクト管理・開発全般を経験。ユーザ視点でのサービス作りに携わりたいと思いシナップへ入社。大阪生まれ東京育ち。猫と果物が好き。



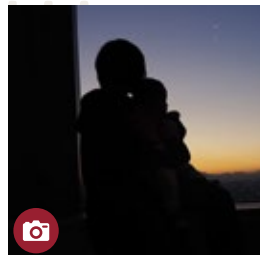
デザイナー
久保田 さや佳

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。使いやすさと結果を出せるデザインに挑戦し続けている。デジタルだけでなく手づくり品も好き。最近興味があるのは「cinematic vlog」。



馬術と
バドミントンとサッカー

馬術でしょうか。競馬が好きで、馬が好きになったので。あとは学生時代にやっていたバドミントン。サッカーも周りが盛り上がり始めた頃、便乗して興味を持ち始めます。



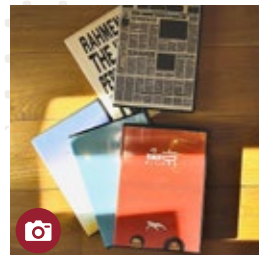
開会式・閉会式

好きなもののうちのロンドンは最高でした。東京も、パラリンピックは素敵になるに決まっているし、オリンピックも楽しみ。ほか、御多分に漏れずにわがラグビーファンなので、もっとルールを理解して備えたいです。あとは、街と暮らしに起きる変化を見守りたい気持ち。写真はそんな東京の街を見下ろす息子と妻です。



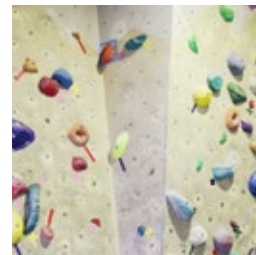
陸上競技に注目☆

母校が力を入れていたのが、一番気になるのは陸上競技。疾走感×ノスタルジー。不思議な気持ちにさせてくれる種目です。写真は、母校自慢のグラウンドで走る高校時代のわたし…(体育祭)。



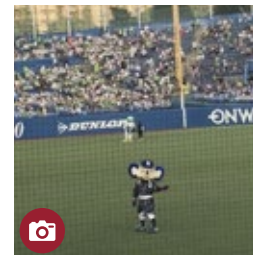
パラの開会式

競技とはズレてしまうのですが、10年以上前から大好きで追いかけて続けているラームズの小林賢太郎がパラリンピックの開会式の演出を担当するらしく、今からワクワクが止まりません。絶対チケット取りたい。いや、もう取れている。(イメトレ)



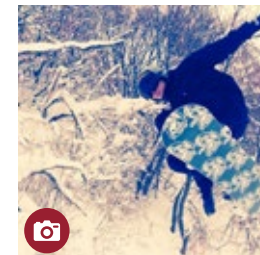
スポーツクライミング

初めてオリンピック競技に採用されたスポーツクライミング。YouTubeでボルダリングの世界選手権を観てからハマりました。ヨーロッパ勢が強いと言われている競技ですが、日本にも世界クラスの選手がたくさんいて、活躍が楽しみです。



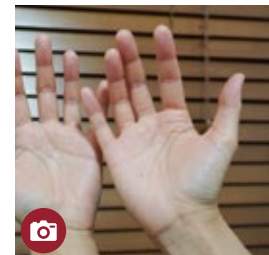
野球

中日ファンとして久しぶりに復活した野球が気になります。オリンピック中はプロ野球も一時中止するそうで、日本メンバーのドリームチームが期待できますね。中日の選手も選ばれてほしいなあ…でも怪我はしないでね、なんて少しそわそわしています。



スケートボード

スノーボードが好きで、冬季オリンピックはスノーボードを見るのですが、今年からスケートボードが正式種目に追加されるということで、今年はスケボーを見たいと思います。そんなにやったことないですけど。



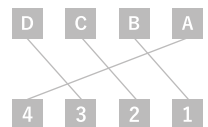
見ていて手に汗をかいてしまう体操

高校生のとき器械体操部だったので、ド下手でしたが今でも体操を見ると手に汗をかいてきます。特に段違い平行棒が心臓バクバク。一番気持ち良くて好きなのはゆかでした。オリンピックは選手と自分を重ねてカッコイイと妄想しながら楽しみたいと思います。



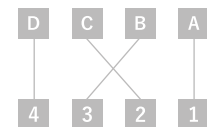
本人提供写真

クイズの答え



- | | |
|------|----------------|
| 鈴木大志 | 馬術とバドミントンとサッカー |
| 竹田笑里 | パラの開会式 |
| 三木春香 | 陸上競技に注目☆ |
| 松島智 | 開会式・閉会式 |

クイズの答え



- | | |
|--------|------------------|
| 久保田さや佳 | 見ていて手に汗をかいてしまう体操 |
| 村田歩美 | 野球 |
| 北川雄太 | スケートボード |
| 小川大樹 | スポーツクライミング |

STAFF VOICE

2020年東京オリンピック、あなたの注目の種目は？

上の人物と下の注目の種目をつないで、誰が何に注目しているか当ててみてください！

好評のSTAFF VOICE、今回はクイズです。
誰がどれだか当ててみよう！



パートナー
君塚 航

東北の田舎育ちのディレクター。プログラマ、デザイン会社のディレクター・IAを経て、モグモグを設立。大学では、情報システム&情報デザインについて学ぶ。サンマと梨が好き。



パートナー
大崎 誠

フリーランスのPM。制作会社、Sler等を経て2006年に独立。様々な案件のPM業務や運用コンサルティング業務に従事しつつ後進指導の講師業も行っている。幼児教育や世界の鍋料理探索などもライフワーク。将来はタイに移住するのが目標で、タイ語の学習を継続している。— d-three(ディースリー)



パートナー
西口 みな子

大阪で3年、東京の広告制作会社でコピーライターとして12年勤務。金融・流通・住宅・生保・出版などの広告と企画・販促を経験し、フリーランスに。一番メジャーな仕事は映画ドラえもん(2006～2013)のキャッチコピー。



パートナー
川久保 亮

大学院で物理の研究後、プログラマーに。トリムマーク株式会社にweb技術を用いたページレイアウトエンジンの開発を行っている。ロード自転車を持っているが、少し暑くなったり寒くなったりすると乗らなくなってしまうヘタレ自転車乗り。



パートナー
石田 智之

1990年代からDTPやWebに関わり、現在はトリムマークの社長としてタイポグラフィや設計などの裏方仕事と撮影を担当。日本酒、珈琲、お茶など飲み物担当、食べ物はかつおぶしとしらすがあれば万事OK。高尾山の麓に住むが、多忙で山歩きの時間が取れないのをなんとかしたい。



パートナー
円佛 公太郎

インフラ系Sler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歩以下を経験したことのある、生粋のインドア派。



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ド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度の飯も釣りも好き。



パートナー
富川 落子

美術史を学んだ後、さもの業界での販売や企画営業、三重県庁での勤務など幅広く経験。デザイン系専門学校を経てシナップに3年半在籍し、独立。フリーのディレクター・UI/UXデザイナーとして活動しつつ、パートナーとして継続して従事。専門学校や企業研修での講師の他、さもの活動も並行して行う。屋号はcocon(ここん)。

D

C

B

A

点と点をつなげてみよう

4

3

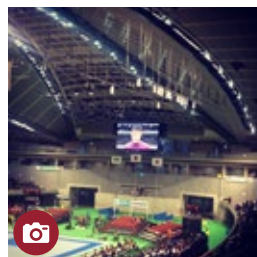
2

1



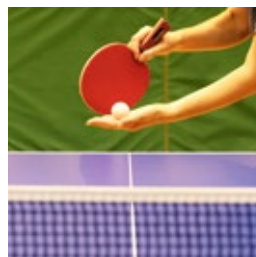
アーチェリー

中学・高校時代に、アーチェリー部に入っていました。矢を射る時の爽快感と道具いじりの楽しさにハマっていましたが、成績はそれほど伸びませんでした……最近のオリンピックでは日本選手も活躍しているようで、どのような試合が観られるのか楽しみです。



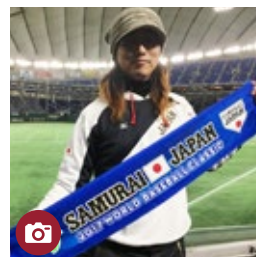
頑張れ!バスケ

社会人になってから月に2～3回バスケをやっています。オリンピックでは女子バスケの3位決定戦を観に行きます。日本では、サッカーや野球、バレーよりも競技人口が少ないので、よい結果を残し、開催後も盛り上がるのが嬉しいです。女子バスケは、メダル獲得を期待してます！



ライバル中国を
撃破せよ!

実は中学時代に卓球をやってまして、市の大会ではベスト8まで行きました!(笑)というわけで、卓球に注目しています。なかでも平野美宇のファン。リオでは補欠だったけど今回は本当に良かった～。超高速攻撃でライバル中国を倒して団体でメダルを取ってほしいっ!



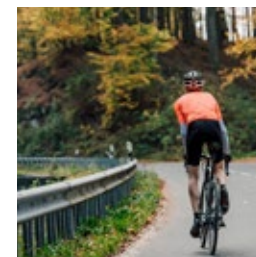
野球

開催都市提案で久しぶりにオリンピックの舞台に戻ってきた野球に注目。普段は国内でのぎを削る選手連が、ここでは心強い仲間となり表彰式で日の丸を掲げること信じています。個人としては、射撃会場の自衛隊朝霞訓練場でボランティアリーダーを務める予定。



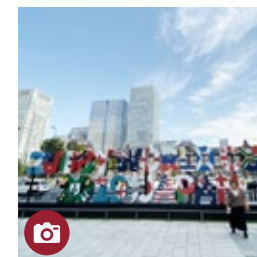
なんといっても
バスケット

世界最高峰のリーグNBA、そのスター選手が各国代表に参加することを表明しています。アメリカは前回ワールドカップに敗れたので、今回はスター選手軍団。日本人NBAプレイヤーもいるしね。あーカーリーをひと目でも見たい。え、チケットは全部外しました。



自転車ロードレース

コースに選ばれた道志みちは昔よく走ったルート。橋本から山中湖へ抜ける溪谷沿いの激アップダウンコース。スタート地点で既に大きく見える富士山に向かって延々走ります。ここを世界のトップがどんなペースで走るやら。コース沿いにある道の駅どうしのクレンソングんが美味しい。



にわかからの
7人制ラグビー

生粋のインドア派なのでスポーツには縁遠いのですが、2015・2019年のラグビーW杯ではじめてちゃんとラグビーを見て思わず感動しちゃいました。7人制ラグビーは、15人制と同じ広さのグラウンドを使うとのこと。どんな違いなのか観戦が楽しみです。



3x3 = ∞!!

私のイチオシは東京オリンピックから正式に追加される「バスケットボール3x3」です!一般的な5x5とは異なり、3x3では持ち時間が短い為、スピーディに試合が進みます!!ルールもシンプルですが、ルールを熟知していなくても派手なプレイは見ているだけで楽しめますので是非、ご覧になってみてください!

本人提供写真

クイズの答え



クイズの答え





刺し子「マチ付き」ポーチ（グレー / マスタード）
各4,290円(税込)

内側にポケットもついてしっかり収納でき、鞆に入れて持ち運びしやすいサイズ。刺し子さんの手によってひとつひとつ丁寧に縫われた刺し子柄で、使う人のことを考えて完成した新商品のポーチは公式オンラインストアにて販売中。

大槌復興刺し子プロジェクト 公式オンラインストア
<https://store.sashiko.jp>

Since 2011 SINAP Social Good

シナップがSocial Good活動として行なっている東日本大震災の復興支援プロジェクト。岩手県陸前高田市にある酒造メーカー「酔仙酒造株式会社」と、同じく岩手県の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」へのサポートを現在も継続的に行い、現場での課題や悩みを聞きながら私たちの本業であるWeb・ITを活用したコミュニケーション作りをお手伝いしています。

大槌復興刺し子プロジェクトでは、親しみを込めてバディさんと呼ばれる大槌町出身の現地スタッフが主導となり、刺し子さんたちと一丸となって新しいチャレンジをしながら丁寧な商品作りを行なっています。写真は2019年末に販売された新商品のポーチで、バディさんたちが発案して商品企画からデザイン案を考え、縫製担当の刺し子さんと試作を重ねて作り上げられました。

東北地方が大きな震災に見舞われてからもうすぐ9年。住宅や商業施設の再建が進み、鉄道の運転再開区間も広がってかつての姿を取り戻している中、酔仙酒造と大槌刺し子も力強い歩みを続けています。

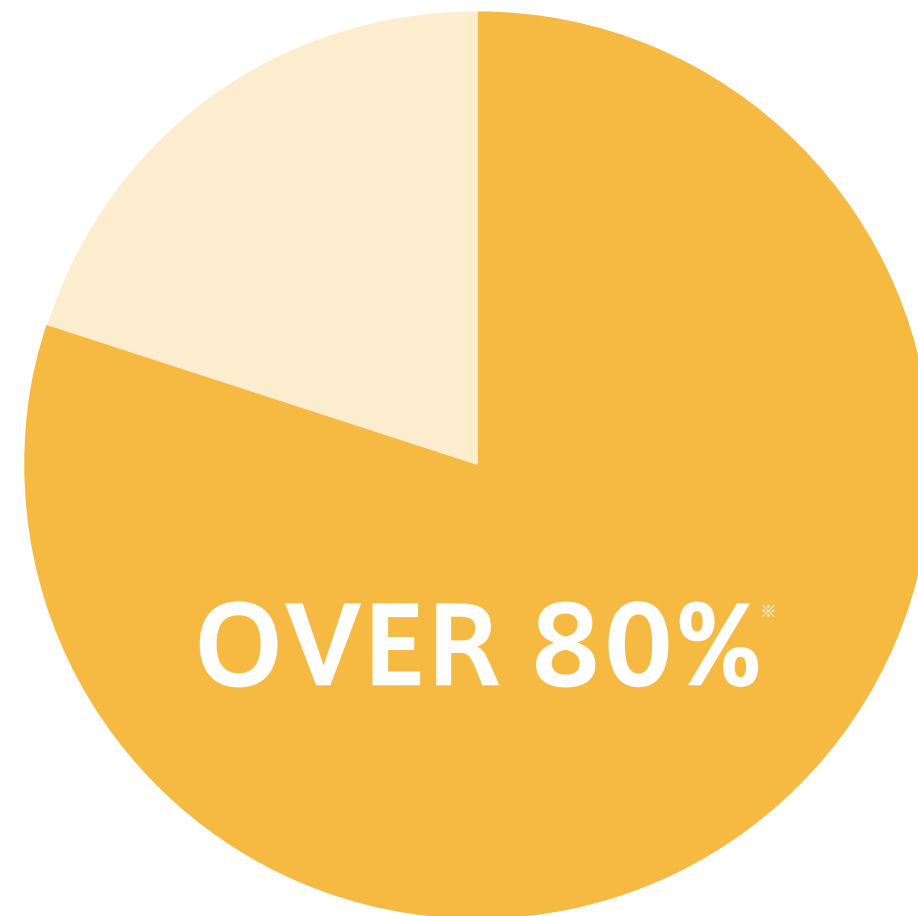
美濃市
酔仙

酔仙酒造
<https://suisenshuzo.jp>

大槌復興
刺し子プロジェクト

大槌復興刺し子プロジェクト
<https://sashiko.jp>

成長をデザインする Designs to Grow



※ 2020年1月1日現在 お取引のあるクライアントの中での割合

80%を超えるクライアントが5年以上取引を継続

シナップでは、8割を超えるクライアントが5年以上継続的にお仕事をご一緒しています。移り変わりの早いIT業界において、これは私たちの誇りです。

様々なグロース施策を展開

これを支えるのが、シナップが「グロース運用」と呼ぶ様々な成長支援施策を含むサイト運用です。アクセス解析などの定量調査、UXリサーチなどの定性調査、それらの分析と戦略立案。それに基づいたA/BテストなどのCV(コンバージョン)改善、DMP/MA活用、オウンドメディア、デジタルマーケティングなど、単純な運用にとどまらない成長のための運用をご提案しています。

Web サイトを作ったら終わりではなく、その後の運用と成長も含めた相談ができる。長期的な視点にたった施策やトライ＆エラーと一緒にできる。こうした時間がサービスや担当者の方々への深い理解や共感となり、私たち自身が自発的に課題を探し、行動できるようになることで、クライアントビジネスの成長によりよい効果をもたらし、貢献していきたいと考えています。

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、リーンキャンバスやコンセプトダイアグラム、ペルソナ・シナリオ法などを用いて、ビジネスプランを具体化するお手伝いをします。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。



UXデザイン プランニング

シナップが進めるプロジェクトではUXデザインのプロセスをベースに、ユーザーのことをよく知り、サービス全体の中でその体験がどうあるべきかを、ユーザーの視点、ビジネスの視点それぞれで考え、課題の抽出、要件定義、解決策の提示を行い、精度の高いアウトプットをめざしています。シナップではサービスの新規立ち上げからリニューアルまで、企画・プランニングから携わり、プロジェクトローンチまでをトータルでサポートします。



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。



グロース運用と 継続的な成長

シナップではリニューアル後のUI/UX改善、DMP+MAツールの活用、A/Bテスト、オウンドメディアの運用など様々なマーケティング支援を通して、サービスの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、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。

<https://sinap.jp/>



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



[@sinapinc](https://twitter.com/sinapinc)



info@sinap.jp