

SINAP Journal

Winter 2024

<https://sinap.jp/>

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

 @sinapinc

 info@sinap.jp

SINAPSERVICE

私たちにご相談ください



UXデザイン

ユーザーのことをよく理解し、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ます。フロントのデザインやUIといった表層的な部分だけでなく、機能やインフラ、さらにサービスを実現するための運用やオペレーションまで、サービスを取り巻く広い範囲で考えることが得意です。



Web 戦略

ビジネスの戦略に基づいて Web に関する戦略の立案・策定を行います。Web サイトやアプリ・EC・SNS など複数のチャンネルをどのように活用して効果を出していくか?といった Web の活用方針から、Web サイト・アプリの運用管理、アプリケーション・インフラにまたがるセキュリティなど、会社の実情に即し実行可能な Web 戦略をご提案します。



制作・開発

私たちは UX デザインで導き出した理想を実現する高い制作・開発能力、そして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。プランニングから制作、運用まで一気通貫で行えるのも私たちの強みです。



グロース・運用

専門チームによるアクセス解析を元にした UI/UX の継続的改善活動、AB テスト/MA ツールを用いた CVR 向上のためのテスト支援、メディアの運用などさまざまな支援を通して、サービスの継続的な成長をお手伝いします。



新規事業開発

UX デザイン、リーンキャンバスなどの手法を用いて、ビジネスプランを具体化していきます。プロトタイピングを行い、迅速に仮説検証を行うことで、PMF(プロダクトマーケットフィット)の状態にいち早く到達することを目指します。



企業のWeb戦略成功への鍵

Webガバナンスの重要性

さまざまな部署が制作したマイクロサイトが乱立したり、同じような機能のツールが複数導入されていたり、保守ベンダーが複数社にわかれているなど、こうしたWebサイトやIT資産・ツールの混乱に思い当たる節はないでしょうか。これらは「Webガバナンス」と呼ばれる戦略、仕組みづくりの必要性を表すサインです。

今号のSINAP Journalでは近年ご相談も増えている「Webガバナンス」について、その重要性とポイントをご紹介します。

企業のWeb戦略成功への鍵を握る「Webガバナンス」これを読んでシナップとはじめてみませんか？

Webガバナンスの重要性



複数のWebサイト・IT資産の管理を戦略的に進めるには？

いまやWebサイトを持つていないビジネスを探すことのほうが難しいほど、ほとんどのビジネスやサービスはWebサイトを所有しており、企業は製品やサービスの情報提供、ブランディングやマーケティング、顧客のサポートやコミュニケーションなどにWebサイトを活用しています。しかし、長年にわたり、さまざまな部署やチームが異なる目的でWebサイトを作成した結果、所有するサイトや利用ツールが過剰に増えてしまっています。

また、さらに重要な点として、それらをきちんと管理、把握できていないこと。その活用や運用方法に長期的な視点や方針、戦略がないことが大きな課題になっています。

しろう。
例えば次のような問題が頻繁に見られます。

デザインの一貫性の欠如

複数の部署やチームが独自のWebサイトを運用することがあるため、デザインやUIなどがバラバラになりがちです。これはブランドの一貫性やUXを損なう原因となります。

運用と保守の非効率性

複数のWebサイトを運用すると、コンテンツの更新、セキュリティの確保、アップデートの管理などが非常に煩雑になります。それぞれのWebサイトを個別に管理することは、時間と労力、コストを浪費します。中にはサーバーやCMSをはじめ、利用サービスの重複契約など、無駄な支出を見逃してしまっているケースも見受けられます。

データの断片化

複数のWebサイトが独立して運用される場合、マーケティングデータも断片化し、効果的な分析や戦略の策定が難しくなります。また複数の解析ツールが導入され、互換性に乏しく、相互にうまく活用できていないこともしばしばです。

Webガバナンスの重要性

こうした状況を解決するためには、

Webガバナンスのポイント

- ・ブランドイメージの一貫性
- ・サイト統廃合によるコスト削減
- ・利用サービスの見直し
- ・コンテンツ運用の効率化

ブランドイメージの一貫性

一貫性のあるブランドイメージを提供しましょう。具体的にはWebサイト

一度全体を正しく把握したうえで今後どのように活用していくかをきちんと考える必要があるでしょう。経営戦略を迅速にWeb戦略に反映させ、管理しやすい状況を作るためには、場合によってはWebサイトや導入ツール、ベンダーの整理・統合など、見直しを行うことがとても重要です。

このような企業のWeb活動の戦略や仕組みづくり、管理・運用体制の整備を「Webガバナンス」と呼びます。次に、このWebガバナンスの大切なポイントをお伝えしたいと思います。

を作成する際のデザインルールやデザインシステムの整備、共通のヘッダー／フッターの適用など、顧客がどのサイト、どのページに訪れた時でも一貫した印象やUIを提供します。これは顧客に対して信頼性を高め、ブランドの認知を向上させます。

サイト統廃合によるコスト削減

複数のWebサイトを統合し、整理することはコスト削減につながります。同じような役割のサイトやオウンドメディア、ブログ、SNSアカウントなどはないでしょうか？統合された運用体制により、人件費やホスティング料などが節約できます。

利用サービスの見直し

サーバーやCMSをはじめ、利用サービスの複数契約など、無駄な支出はないでしょうか？サイトの統廃合と合わせ、利用サービスの統合や契約の見直しにより、コスト削減につながります。またセキュリティの確保、アップデートの管理などの効率化により、Webサイトの脆弱性などのリスクを低減させます。

コンテンツ運用の効率化

サイトの統廃合、利用サービスの見直しなどでサイトの運用や更新も効率的に行えるようになります。これは社内での必要人員や学習コストの削減、承認プロセスの効率化など

にもつながります。

このほかにもアクセシビリティルールの適用による信頼性の向上や、ドメインルールの策定によるドメイン管理の効率化、セキュリティポリシーの策定などによるリスク低減なども合わせて行えると良いでしょう。

シナップが提供するWebガバナンス

シナップは、多くの企業のWebガバナンスに関わってきた豊富な経験を持っており、クライアントの成功に向けた戦略的なパートナーとしてお手伝いしています。クライアントの経営戦略やWebサイトに求められるニーズを徹底的に理解し、クライアントの目指すべき方向性や各Webサイトの果たすべき役割と関連性を整理・調整します。

ブランドイメージの一貫性の確保、複数のWebサイトの整理と統合、コンテンツ運用の効率化、マーケティングデータの統合、そしてユーザーエクスペリエンス(UX)の向上など、私たちは多くの側面でクライアントをサポートします。

具体的な課題でなくとも、なんとなくお持ちの問題意識でも構いません。お気軽にお問い合わせいただき、どのようにお手伝いできるかについてご相談いただければと思います。

Webガバナンスが必要なシグナル



気がつくのが遅すぎた——。
古い資産などにセキュリティのリスクも。把握不足で大惨事の可能性。

悲劇的なラストシーンもドラマなら美しいかもしれませんが、自分だったら勘弁してほしい。CMSやサーバーをその時々で導入していると、アップデートやセキュリティ対策では思わぬコストや手間がかかります。そればかりか、古いシステムを把握不足でそのままにしておいたがゆえにセキュリティのリスクが高まるケースも。大惨事になる前に今すぐチェック。



知りたくなかった真実…。検討を重ねて導入したツールなのに、別部署では別のツールを新たに利用。

明かされた真実でドラマは盛り上がっても、契約の重複や非効率という真実ではまったく盛り上がりません。同じサービスやCMSなどの重複契約によるコストの無駄もそうですが、似た機能の別サービスを導入しているケースも多く、いずれも運用効率や学習コスト、セキュリティ管理などの観点では無駄の多い状態。見直しや管理が重要です。



本当のキミが知りたい——。
ブランドイメージやユーザー体験もバラバラで、愛すに愛せない。

相手を惑わす二面性のキャラクターが愛されるのは恋愛マンガの中だけ。実際には迷惑です。各部署、各チームがそれぞれ思い思いのサイトやコンテンツを制作した結果、デザインがバラバラだったり、言葉遣いのトーンの違いでコミュニケーション体験が変わるなど、一貫性のない表現はユーザー体験の毀損に繋がります。デザインガイドラインなど、統一された指針が必要です。



君の名は…!?誰も経緯がわからないコンテンツ、契約サービス、IT資産。把握できていない無法状態。

「出会いは最悪だった」は恋愛マンガの鉄板ですが、社内で誰が何のために作ったかわからないサイトとの出会いは悪夢です。把握できていないコンテンツ、契約サービス、IT資産がある場合は整理が必要なシグナル。運用効率の悪さや契約サービスの過払いはおろか、セキュリティのリスクなども心配されます。早急に見直しましょう。



シナップなら迷わせない! Webガバナンスのご相談はシナップへ

シナップはこれまで多岐にわたるプロジェクトでクライアントのWebガバナンスをお手伝いしてきました。お客様のニーズに合わせ、長年の経験と豊富な知識を基に、事業の成長と将来を見据えた長期的な視点で最適なWebガバナンス戦略をご提案します。単にデザインやUIの統一といった表層的なものばかりではなく、CMS、サーバー、導入ツール、IT資産など、目に見えない点もご相談いただけるのが、UXから制作、グロースまで実行できる私たちの強みです。日々のWeb運用など、オペレーションに関することも含め、幅広い視点でお客様のWebガバナンスをサポートいたします。小さな調査から始めることも可能です。ぜひ、お気軽にご相談ください。



HOT 04

即熱の遠赤外線ヒーター

エアコンが苦手なこれ一択。スイッチ入れて即効発熱。捨てられそうになっているものをもりました。部屋が温まるものではないのですが、そばに置けばこれで充分。乾燥しないのが何よりです。



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。私事は写真撮影・映像制作・猫・ランニング。



HOT 05

チタン薪ストーブはじめました

ついにキャンプ用の薪ストーブを買っちゃいました。チタン製なのでとても軽いです(本体1,459g、収納袋286g)。電車移動でも余裕で持ち運べます。今年の冬はたくさん使いたい。



ディレクター 三國 翼

制作会社数社を経て、2012年にシナップに入社。グロースチームのリーダー。年末に山梨県に移住しました。むすこは3歳になりました。



HOT 06

あったかいものを飲む

新潟在住なので、毎年普通に寒くて雪が降ります。不要な外出・開け閉めをしないが防寒なんです。全然ユニークじゃないので寒さを感じた時にすることを挙げておきます。あったかい飲み物を飲んで体内から物理的に体温を上げます。腹冷えも一発解消。粉末茶や得用の紅茶パックなどがあると良いです。



フロントエンジニア 村山 貴裕

地元の制作会社を退職後シナップに入社。現場叩き上げのスキルでコーディングを行うフロントエンドエンジニア。辛い食べ物は苦手、ついでに越後人とは思えないお酒の弱さ。現在地元新潟よりフルリモート中。



HOT 07

やかんストーブ

エアコンで急に部屋を暖めるよりも、ストーブの上にやかんを乗せて湿度を高めて部屋をゆっくり暖めるのが好きです。部屋にしながらアウトドア感もあってぽかぽかしてくるのでとても気に入ってます。



グロースディレクター/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。UIデザイン、CMS実装、CV改善を担当。猫、写真、サウナを好むデザイナー。東京から長野県佐久市へ移住し信州を絶賛開拓中。



HOT 08

灯油ストーブ

部屋を暖かくして薄着(普通の服装)で過ごすのが好きです。ストーブはすぐに部屋が温まるので気に入っています。でも家族は部屋は少し寒めにして厚着して調整するほうが好きなようなので一緒にいる時間は温度調整が難しいのがちょっとした悩み。



グロースディレクター/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。最近は休日こどもと何をして遊ぶか考えています。



STAFF VOICE



HOT 01

メリノウールのロングスリーブ

寒い日は登山で使うメリノウールのロングスリーブを着ています。ウールなので冷たい空気を遮断して暖かさをキープしてくれますし、肌触りも最高です。さらに調湿機能も備えているので、仕事中はもちろん体を動かして汗ばむような時でも、快適に過ごすことができますよ。オススメです。



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。



HOT 02

ロックフェスティバル

寒い冬は出不精になりがちですが、音楽が好きなので、心も体も熱くするライブにでかけて、寒さを吹き飛ばしています。コロナ禍でなかなか外出しづらい日々が続きましたが、今年はじめてカウントダウンジャパンという年末のロックフェスティバルにも参加してきました。楽しかった。



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。生粋のハマッ子。



HOT 03

毎日ウォーキング

毎日ウォーキングをするのが日課になっています。寒い時期でも終わる頃にはボカボカを通り越して汗をかきます。(とは言え、体が温まるまでは寒くて何度も「家に帰ろうかな...」と頭をよぎります) 田舎の牧歌的な景色を眺めながら歩くのも楽しみのひとつになっています。



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。福岡在住。



HOT 14

ふわもこあったかアイテムで身体中を包む

ふわもこあったかアイテムの中でも一押しアイテムはレッグフォーマーとユニクロのフリースジャケット。レッグフォーマーは薄手なのにほどよいゴム強度で動いてもずれ落ちてこないうえに本当に暖かくてお気に入り。ジャケットは起毛で即あったか。朝の散歩の時には着ています。



ディレクター 平木場 美希

鹿児島県鹿児島市出身。EC専門商社、制作会社でWebデザイナーとして従事した後、より顧客に寄り添った提案を行ってゆきたいと思いシナップに入社。趣味はSNSに流れてくる料理のレシピを試すこと。



HOT 15

ただし腕が温まると捨てられます

なんということでしょう、着々と蓄えた脂肪のせいか、寒いと感じること自体あまりなくなりました。冬もコートの下は夏と同じだったり。それでも、真冬の夜中に布団に入ることになってちょっとだけ寒い日もあるのですが、すると、暑がりの子供たちが冷たさを感じ取って、腕にしがみついてきます。それでじゅうぶんあったかい。家族で分けあう、美しいかたち。



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」は世界中で使われている。1月現在、息子は4歳10ヶ月、娘は3歳3ヶ月。



HOT 16

猫さま

寒い時はもう暖房して家にいるぐらいしかなくないような気がしますが、我が家の猫様は嬉しいことにお膝でお休みになってくれます。大変かわいくて幸せなのでむしろ早く寒くなってくれないかなーとおもって日々を過ごしています。猫って尊い。



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。



HOT 17

モバイルオフィスカーでぬくぬく

陽射しの良い午後は、軽バンの中を快適環境に整え途中の車へ、パソコン持っていそいそと移動します。鉄板で囲まれた車内は、まるで温かな暖かさ。お昼寝の誘惑がすごいので一旦休んでから、景色を見ながらお仕事してます。もっと仕事しやすい机を現在制作中。



パートナー 井上(山田) 蒔子

美術史を学んだ後、き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UI/UXデザイナー、ディレクターとして、各種サービスの企画段階からデザイン面での伴走～要件整理～実制作を行いつつ、大学や専門学校、企業研修での講師も行う。屋号はcocon。



HOT 18

3つの首を温めて、冷え対策

この歳になっても血圧が低く、低体温なのが悩み。冷え対策は首、手首、足首を温めるのが基本です。そこで、3つの首を温めるウォーマーを愛用しています。いずれも私の冷え性を知る友人からのプレゼントです。特に指が出るアームウォーマーは大活躍！これがあれば寒い日もキーボードがスラスラ打てます。立春まで、この3点セットで乗り越えます。



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・出版等の広告と企画・販促を経験し、フリーランスに。広告から取材記事、コーポレートサイトのコピーまで幅広く手がけている。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。



HOT 09

1人用のホットカーペット

事務用の椅子に1人用のホットカーペットを敷いています。思っているより身体が温まり、エアコンを抑えられます。私が使っていないときは代わりに猫が寝ています。(というか元々猫用...)



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。



HOT 10

近所の散歩

近所に自然や農地が残されていて、道もニュータウンで整備されているため散歩をするのにぴったりです。少し歩けば緑のあるところを歩けるので、寒い冬も晴れた日は散歩をして温まります。



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。シミュレーションからFPSまで幅広くゲームが好き。



HOT 11

犬んぼ

ソファに座っているとよく犬が寄り添ってくるのですが、寒いからか、冬はいつもより寄ってくる頻度が高い気がします。湯たんぽに負けないあったかさの犬んぼです。たまに撫でを要求してきて、撫でないと怒ります。



グロスディレクター/デザイナー 竹田 笑里

カメラ専門店で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。趣味は写真撮影と散歩。最近子どもが産まれて、写真を撮るのがよりいっそう楽しくなりました。慣れない育児に奮闘中。



HOT 12

ぬくぬくおしゃれ湯たんぽ

寒くなると湯たんぽをつくり抱っこしています。お気に入り、やわらかくおしゃれな見た目のドイツ生まれの湯たんぽです。半日以上はあたたかく、ふにふにで触っていて気持ちいい。カラーバリエーションも豊富で、テンションの上がる冬アイテムです。寝るときは足元に入れておくと、ぐっすり眠れます。



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。



HOT 13

電熱ジャケット

今年は暖冬なので暖房を出さずに耐えていたら年を越してしまいました。そんな中で利用していたのは、アウトドア用のものですがモバイルバッテリーを利用して暖かくなる電熱ジャケットです。胸、腹、背中、首に電熱線が入っているダウンベストなので暑いくらい身体が温まります。



ディレクター 塩入 樹

神奈川県平塚市出身。自動車部品メーカーのEC担当、旅行代理店のWebディレクターを経験後、制作会社で幅広い案件に関わりたくと考えシナップに入社。カメラとライブと野球が好き。最近よく週末にライブフォトを撮っているらしい。愛用機はニコン Z7IIとNIKOR Z 50mm f/1.2 S

HOT
24

靴下集め

体を温めるためには足元から、ということで暖かい靴下を集めています。今年はUNIQLOのヒートテックソックスと、ずっと気になっていた「まるでこたつソックス」を買ってみました。「まるでこたつソックス」はやわらかくも少し分厚い生地になっていて床の冷たさを感じません。また話題の靴下があれば試してみようと思います。



パートナー 佐山 詩織

フリーランスのWebデザイナー。埼玉県生まれ、埼玉県育ち。大学を卒業後、SES会社に入社し、デザイナー兼コーダーとしてクライアントのサイトの更新業務を担当。退社後、複数の会社からWebサイトデザイン、LPデザイン、バナーデザインなどの仕事を受託し制作を行っている。

HOT
25

ゲーミングPCは暖房代わりにならない

住んでいる北海道の冬は当然寒い。ゲーミングPCが暖房代わりになるなんてこともない。それはさておき、お題がユニークな方法ときたので奇をてらったものを今から考えてみる。しばらく熟考したが部屋が寒いからなのかアイデアが何も浮かばない。普通に暖房のスイッチを入れた。



パートナー 小林 竜太

北海道函館市生まれ。1994年、札幌のアート・デザイン系の専門学校BISENを卒業。同年、東京都豊島区の印刷会社へ就職。1998年、クレイフィッシュ社にウェブデザイナーとして転職。2002年、小林商店の屋号で独立。2003年、SINAP設立に関わる。2007年、函館市にUターン。以後フリーランスとして現在に至る。

HOT
26

陳皮茶

寒い日の朝に飲めば、指先までポカポカになります。作り方は無農薬のミカンの皮を2週間ほど天日干しにした後、ミルで粉状にするだけ。味は...ただの「ミカンの皮」なので、実は家族からの評判はすこぶる悪く、私以外は誰も飲みません。美味しいのに...。ちなみに、蜂蜜を少し垂らすと飲みやすくなります。



パートナー 彦根 大和

デザイナー/アートディレクター。制作会社やWebコンサルで数多くのメジャー企業を担当したのち、2015年に長女の誕生を機に独立。独立後はWebサイトやアプリのフロントデザイン、新規事業のプロトタイプ制作などを主な業務とする。2019年7月に念願の海辺の田舎町に移住。

HOT
27

北海道の冬の室内

北海道の冬の室外は氷点下世界なのに、住宅は断熱性が高く、室温20度以上設定が多い。「室内」なら冬でも関東より快適。それだけなら驚くことはないが、北海道人は冬に暖房をガンガン高くして半袖で冷たいアイスを食べる。新潟出身の私はそんな環境に20年もののに、いまだに慣れない。



パートナー 長谷川 広武

主にMovableTypeやWordPressの構築やフロントエンド側の制作を行っている制作会社HAMWORKS（ハムワークス）の代表 兼 株式会社カラバン役員 兼 bit part 社員。ニックネームは会社名にも入っている「ハム」、本名が長いために間の5文字が捨てられたのがきっかけ。

冬を暖かく過ごす
私のユニークな方法

STAFF
VOICEぬくぬく
しましょHOT
19

冬のごちそう、粕汁

ユニークというより王道になってしましますが、冷えた体を暖めるには粕汁が最高。酒粕自体にもたくさんの栄養が含まれていますが、いろいろな野菜や魚などを入れることでさらにバランスUP。個人的には、家の中で食べる粕汁よりも、寒空の下でアツアツをハフハフ言いながら食べるのが好き。



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）

HOT
20

毛糸のソックス二重履き

手足が冷えるとうとうにもこうにも仕事に集中できなくなります。そんな時は靴下の上に毛糸のソックスを二重履きして温かくしています。足下から温めると意外と寒く感じないですし、仕事もはかどって一石二鳥です。とはいえ年中常夏のシンガポールでは靴下をはくこと自体が少ない日々です。



パートナー 柳谷 真志

CMSを中心としたWeb制作会社 bit part の代表社員でディレクター。大規模から小規模まで多くのWebサイト構築案件に関わり、CMS案件の設計業務やプロジェクトの進行管理などのディレクション業務を担当。チームでの開発をスムーズに進められるように日々意識しています。

HOT
21

ポケモンGoで散歩

かなり今更感がありますがポケモンGoを始めました。娘と一緒に散歩して体を温めるついでにポケモンを捕まえています。コンプリートするにはあと何年歩けば良いのだろうかというくらいポケモンの数ですが娘の成長とともにポケモン図鑑を埋めていきたいと思います。



パートナー 綿村 和也

フリーランスのデザイナー。山口県生まれ、千葉県育ち。デジハリを卒業後、2003年からSler企業のUIデザイナーとしてキャリアをスタート。父親が元カメラ屋のため、小さい頃からフィルムカメラに親しむ。最近の趣味は娘のために買ったピアノでドの位置から覚えつつアンパンマンの曲を弾くこと。

HOT
22

ポータブルストーブ

仕事場に足元だけ温める用にイワタニカセットガストーブを導入しました。カセットコンロ用のガスボンベを使うので長時間は使えませんが、特に寒い日に部屋が温まるまでの10分くらいだけつけます。小さくて持ち運べるので外でも使えるし、非常時にも役に立つかなと思います。



パートナー 赤池 澄子

デザイナー。広告やパッケージなどのデザインに従事した後、Webデザインの世界へ。数社の制作会社勤務を経て独立し、主にWebデザインに携わる傍ら、現在も紙媒体のデザインも行う。

HOT
23

甘くてスパイシーなホットアップルサイダー

私のお気に入り甘くてスパイシーな自家製ホットアップルサイダーです。アップルジュースとオレンジを鍋に入れ、お好みのシナモンやクローブを加えてゆっくり煮込みます。煮込むときの心地よい香りが部屋中に広がり、ほっこりとした気分させてくれます。お好みでフルーツを加えるのもオススメです。



パートナー 田村 章吾

HTML・CSSのコーディング、ウェブアクセシビリティの対応を得意とする制作会社 ましじめ株式会社の代表。CSS設計に関する著書の経験があり、効率的なCSS設計からCMS設計・構築を得意とします。また、焼き菓子を販売する「あしかクッキー」の運営も行なっています。



リモートワークのコミュニケーション作り オンライン交流会は難しい

コロナ禍前は、ちょっとした飲み会やプロジェクトの仕上げなど、みんなで集まり交流する機会がそれなりにあり、コミュニケーションの場として大切な役割を担っていました。しかし、コロナ禍によりリモートワークが主流になると、こうした対面での交流会はめっきりと減ってしまいました。

最近ではリアルに集まり交流する機会が増えてきたものの、シナップはフルリモートワーク体制への移行を機に地方へ移住したスタッフも多く、みなで集まること自体が難しくなってきました。

そのため、シナップではコミュニケーションの機会として定期的にリモート交流会、いわゆるリモート飲み会を実施してきました。

開催当初はコミュニケーションの機会として全員の意識も高く、オンラインというスタイルの目新しさもあって参加率は高かったのですが、徐々に慣れてくると、他のコミュニケーション施策も増えてくる中、リモート飲み会への参加者は減少していきましました。会を盛り上げるために、ゲーム大会やゲストをお招きする会、Spatial ChatやGatherといったちょっと変わったオンラインツールを利用してみるなど、さまざまな試みがなされましたが、それでもオンライン交流のハードルは高く、参加率は思うようになりませんでした。

いろいろなと試行錯誤の結果、現在では年に4回、季節ごとに食事を楽しむ形式に変更し、オンライン飲み会用のケータリングサービスを利用して食事と会話を楽しむ形で実施しています。

正直なところ、オンラインで交流を深めるのは確かに難しいと感じています。しかし交流するという原点に立ち返ってみると、堅苦しく考えずに、都度楽しみながら新たなやりかたを模索することも重要ではないかと考えています。

これからも試行錯誤を続けながら、オンライン交流会の質を向上させ、みなで楽しい時間を過ごせるように工夫していきたいと思っています。

良いアイデアがあれば、ぜひ教えてください。交流会のお誘いもお待ちしています。お気軽にお声がけください。

フォームからの離脱率を下げる方法とは？

EFOツールの課題と シナップのフォーム改善代行サービス

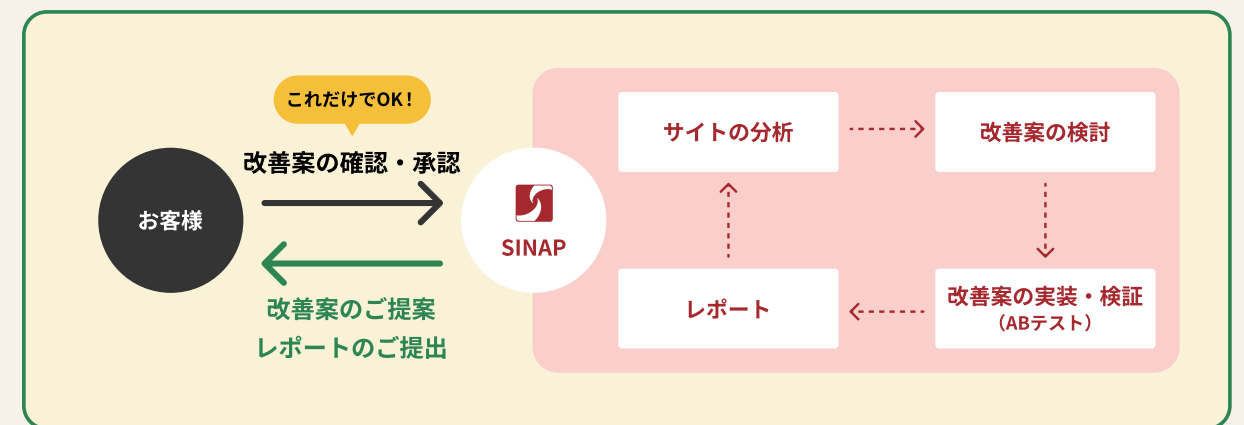
フォーム改善におけるEFOツールの限界

会員登録や資料請求、サービスのお申し込みなどWebサイトからのリード獲得が要となるサービスにおいてフォームが重要であることは言うまでもありません。一方でUXリサーチなどを行っているBaymard Institute社の調査レポートによれば、Webサイトを来訪したユーザーがフォームに到達しても、そのフォームから離脱してしまう確率は約70%にも及ぶそうです。そのため、フォーム最適化(EFO:Entry Form Optimization)は、Webサービスの運営において非常に重要な課題と言えます。

一方で、フォームを改善するためにEFOツールを導入したものの、なかなか成果が出せなかった。という相談をいただくことがあります。一般的なEFOツールの多くは、導入後に推奨される設定を行ったら終了というものも多く、フォーム自体の改善については、ツール提供会社から定期的に提供される改善案に基づいて、自社でフォームを修正する必要があります。そのため、自社でレポートの判断やフォームの改修が行えない状況ではEFOツールを100%活用することは難しいでしょう。

シナップのフォーム改善代行サービス

シナップのフォーム改善代行サービスでは、基本的なEFOの機能を導入後、アクセス解析を行いフォームの課題の分析、改善案の作成・実施、レポートを繰り返すことで継続的なフォームの改善を行います。



改善にはこれまでシナップが養ってきたABテストと組み合わせることで、より効果的なフォーム改善につながります。さらに、制作力のあるシナップでは、EFOツールの機能では難しいカスタマイズなど、目的に合わせて自由度の高い改善が可能です。フォーム改善に興味をお持ちいただけたら、ぜひ一度ご相談ください。

毎月3社限定でフォームの無料診断を実施しています。

詳しくは右のQRコードまたは <https://sinap.jp/service/growth/efo>

