

SINAP Journal

Winter 2025



<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。



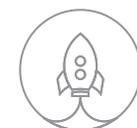
制作・開発

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、運用まで一貫して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様々な支援を通して、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、リーンキャンパ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。プロトタイプを行い、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。

ステップ1 改善の目的を明確にする

まず、改善の目的を明確にすることが重要です。目的が定まると、具体的な施策の方向性や追うべき指標が決まります。例えば、売上向上が目的であれば、ランディングページ最適化（LPO）や入力フォーム最適化（EFO）に注力し、コンバージョン率（CVR）や平均注文額を指標として追っていきます。訪問者数の増加が目的であればSEOや広告などの流入数を把握し、流入数や直帰率を追っていきます。

目的	方針	追っていく指標例
問い合わせ・申込み・購入を増やす	CVRの改善やEFO(入力フォーム)改善	CVR
直帰率を下げる	FVやMVの改善・サイト内コンテンツの改善	直帰率・離脱率・エンゲージメント率
サイトの閲覧数を増やす	SEO対策	流入数(セッション)・検索順位

ステップ2 現状分析と課題の抽出

次に、目標達成を阻んでいるボトルネックを把握するため、現状分析と課題抽出を行います。Googleアナリティクスやサーチコンソール、ページスピードインサイトなどのツールを用い、自社サイトの現状を数値的に把握します。たとえば、ユーザーが主要ページ間をうまく回遊しているか、離脱が多いページがないかを確認し、導線に問題がないかをチェックします。

集客に課題がある場合は、サーチコンソールで検索キーワードの分析や競合サイトの傾向を把握し、SEO対策を行う必要があるでしょう。ページの読み込み速度が遅くて離脱が多い場合は、ページスピードインサイトを用いて速度改善の

ボトルネックを探っていきます。また、ヒートマップツールを使ってユーザーがページ内での部分に注目し、どこでストレスを感じているかを分析することも重要です。ユーザーの行動や感情を視覚的に把握することで、具体的な改善点が見えてきます。

現状分析を行わずに「勘」や「思いつき」で改善施策を進めると、効果が出にくくなるため、まずはデータをもとに課題をしっかりと洗い出すことが成功への近道です。デバイスや流入元、ユーザー属性に応じてターゲットを絞り、施策を集中的に行うことで効率よく改善を進められます。

ステップ3 改善案の検討と優先順位の設定

現状分析で明らかになった課題をもとに、解決するための施策とその優先順位を決定しましょう。影響が大きな部分から改善を始めることが効果的です。また、施策を実施する前に「〇〇が課題だからこの施策でX%が改善するはず」という仮説を立てると、検証後の振り返りがしやすくなります。

施策を実施する際はシンプルなテストから実施し効果を確認しましょう。複数の施策を一度に試すと、どの施策が効果を発揮しているか判断が難しくなります。単一要素のテストを繰り返し行うのがポイントです。優先順位はアクセス状況や目的に応じて変わりますが、コンバージョンに近い層から着手するのが一般的です。フォームやカートの最適化、ランディングページの改善など、ユーザーゴールに近い方から改善を行うことで、すぐに成果が期待できます。

成功に導く6ステップ

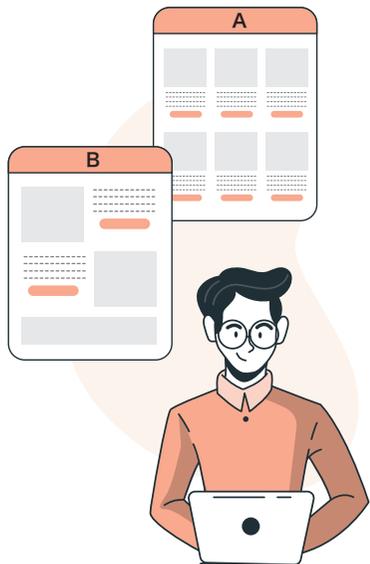
特集1

わからない...といった悩みを抱える方に、サイト改善を成功に導く6つのステップをご紹介します。

グロースのプロが解説!

Webサイト改善を

LPや商品ページからの問い合わせが増えない、ECサイトの売上が伸びない、CVRが低いがどう改善すれば良いか



ステップ4 施策の実施とテスト

改善施策はA/Bテストで検証しましょう。改善効果が確認できたら最も効果があった施策だけを本実装することで、リスクを抑えた改善が可能です。A/Bテストを通して十分にユーザーとその体験の理解が深まったら、リニューアルでサイト全体に変更を適用していくのもおすすめです。

ステップ5 施策の効果分析

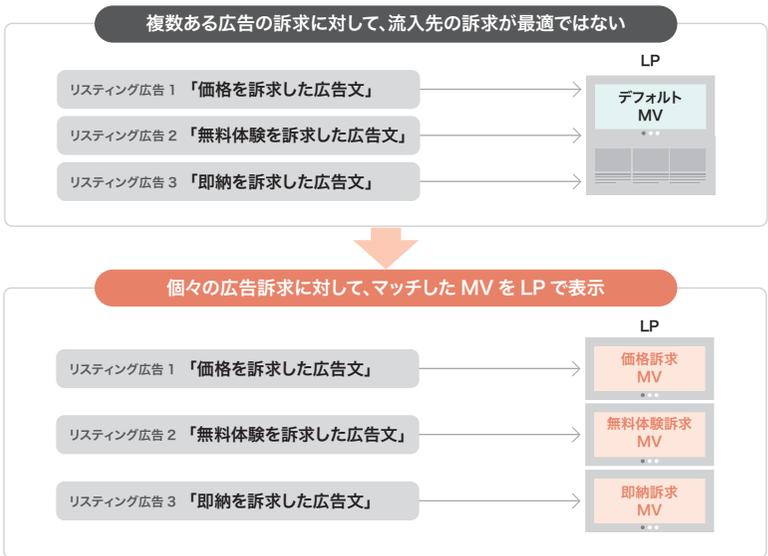
テストの結果を分析し、仮説が正しいかどうかを確認します。GA4やA/Bテストツールを用いてコンバージョン率や平均ページ滞在時間、エンゲージメント率などの指標で実施施策の効果を測ります。また、ヒートマップでユーザーの注目点や行動パターンを把握することも有効です。成功した施策は他のページにも応用し、効果の出なかった施策は改善の糧とします。

ステップ6 PDCAサイクルの実践

サイト改善は1回のテストで完了するものではありません。PDCAサイクル(計画-実行-確認-改善)を回し続け、その時々ビジネスをとりまく状況やユーザーの変化に気づくことが重要です。仮説と検証を繰り返すことで変化に柔軟に対応し成果を出し続ける体制をつくっていきましょう。

以上が効果的なサイト改善の手順です。シナップでは「サイト分析」から「改善提案」「テスト実施」まで一括でお手伝いできます。お困りごとがあれば、ぜひご相談ください!

課題 LPに流入したユーザーの直帰が多い





最初の項目を入力しやすくする

入力フィールドを全体的にページ上部に上げてみたり、フォームの最初の項目を簡単で入力しやすいものにする事で、ユーザーがスムーズに入力を始めやすくなります。最初の一步目がスムーズだと心理的な負担が軽減されて全体のフォーム入力が進みやすくなります。簡単な項目から始めることで入力の流れがスムーズになり、途中で離脱するリスクが減って入力完了率の向上が期待できます。



最初の入力欄をファーストビューに収める

フォームの最初の入力欄をファーストビューに収めることで、ユーザーがページを開いた直後に入力を始めやすくなります。視覚的にわかりやすい位置に入力欄を配置することで、フォームの存在をすぐに認識できて迷わずに入力が開始できるため、ユーザーのアクションを促しやすくなります。

実施するだけで改善が期待できる秘密のレシピ

ABテストの成功事例 ナレッジ8選

年間500本以上のABテストを運用するシナップのグロースチームが、これまでの豊富な経験をもとに得た効果的なサイト改善施策のナレッジを厳選してご紹介！



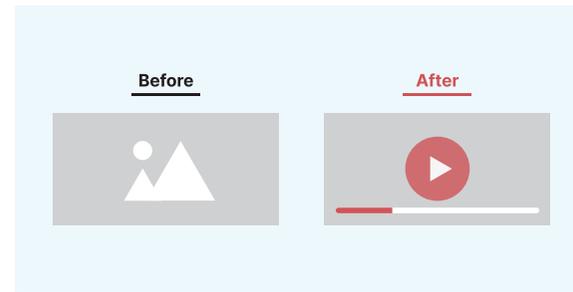
CTAラベルの文字サイズをある程度大きくする

CTAボタンの文字が小さいと、ユーザーに見えにくくアクションを促しにくいことがあります。文字をある程度大きくすることで、視認性が向上し、ユーザーの目に留まりやすくなります。これにより、ユーザーが迷わずに次のステップへ進むことができ、クリック率やコンバージョン率の向上が期待できます。



不要な入力ステップは省略する

フォーム入力過程で不要なステップが多いと、ユーザーは途中で離脱してしまう可能性があります。不要な入力ステップや確認画面を省略することで、ユーザーが短時間で必要な情報を入力したり確認することができ、ストレスなく入力を完了できるようになります。



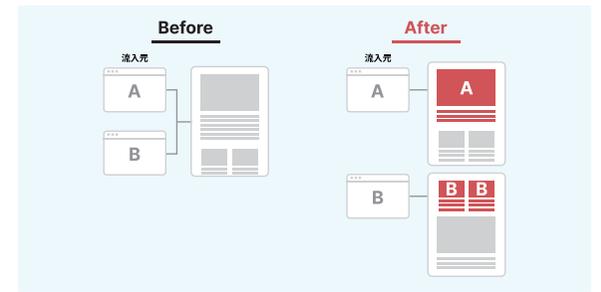
MVを動画にしてみる

MVが静止画で視覚的なインパクトが弱くユーザーの関心を引きにくい場合、動画にすることで注目度を高めることができます。また、動きのある要素を追加することで、サービスの特徴や魅力をより効果的に伝えることができます。ファーストビューエリアで動画を配置して注目させることでページ滞在時間を伸ばし、動画内で商品理解が深まった結果、コンバージョン率アップにつながりやすくなります。



CTAラベルに「無料」と明記する

ユーザーが「無料」で提供されているサービスや商品に対して、「実は途中で料金が発生するのでは？」と不安になることがあります。多くのユーザーは「無料」と言われても、隠れたコストや条件があるのではと疑うことがあるため、CTAボタンに「無料」と表示することで安心感を与え、信頼感を高められます。その結果、透明性を示すことで心理的なハードルが下がり、クリック率やコンバージョン率の向上が期待できます。



流入元に合わせてパーソナライズ

流入元に合わせてコンテンツをパーソナライズすることで、ユーザーにとって最適な情報を提供することができます。広告やSNS、検索エンジンなど、異なる流入元から訪れたユーザーには、それぞれのニーズや関心に合ったコンテンツを表示することで、興味を引きやすくなります。これにより、直帰率や離脱率の軽減が見込め、エンゲージメントやコンバージョン率の向上が期待できます。



MVのカルーセルは押せることを明示

カルーセルは、複数の画像を数秒ごとに自動でスライド表示し、詳細ページへ誘導するためにMVでもよく使われます。表示時間が短いため、バナーがクリックできることに気づけない場合があります。画像内にボタン形状などを配置して「押せる」ことを明確にすると、ユーザーが素早く要素を把握でき、表示時間内にクリックして詳細ページへの遷移率向上が見込めます。

シナップのブログでは成功事例20施策を公開中!

誌面の都合上、ここでは8つの成功事例のみをご紹介しましたが、シナップの公式ブログではさらに充実した20の事例を掲載しています。実践的なアイデアや成功のヒントが満載ですので、ぜひご覧ください!

ABテストの成功事例・ナレッジ20選
<https://sinap.jp/blog/20th-anniversary-abtest-knowledge-20>



フィリピンのインスタントラーメン

フィリピン人の友達にもらったインスタントラーメン。「Lucky Me!」と言う名のフィリピン No. 1ブランドで日本で言う日清のような会社だそうです。このスイート&スパイシー味は甘酸っぱくて、塩・醤油・味噌などの日本のラーメンとは別ベクトルです。馴染みのない味ですが、これが何故か自分好みでした。うまい。



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。



らーめん 楓 (八王子)

一番好きなラーメンは、八王子の大和田エリアにある「らーめん 楓」です!八王子に住んでいた頃によく食べてました。私のオススメは「地鶏中華そば」です。八王子はおいしいラーメン屋さんが多いので、ぜひラーメン食べに遊びに行ってみてください。



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。



あっさり系ラーメン

新潟はラーメンも有名という激戦区というか、いろんなタイプのラーメンがありよく同級生と新しい店を探しにいたりしますが、結局よく食べるのは細めあっさり系のラーメンです。



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。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。



胡桃ダレで食べる信州ざるそば

長野はお蕎麦が美味しいお店がたくさんあります。中でも隣町にある蕎麦屋「地粉や」さんは格別。蕎麦自体が美味しいのはもちろんですが、天ぶらがサクサクで美味しく、胡桃ダレで食べる蕎麦がクセになります。



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。



ネギ多めが好み!びんびん亭のネギラーメン

以前住んでいた東京都八王子にあるびんびん亭のラーメンです。八王子ラーメンは薬味の玉ねぎみじん切りが乗っていて有名ですが、私はこの長ネギがたっぷりトッピングされたネギラーメン派。少しピリ辛味がとても美味しいです。また八王子へ行く機会があれば食べたいな。



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。

うどん?
パスタ?
ラーメン?
そば?

好きなのは

麺



美味しい!ご当地!思い出!定番!
大好きな麺類をご紹介します!

STAFF VOICE



幌尻岳登山で食べたサーモンクリームパスタ

自宅でも外食でも麺類は大好きでほぼ毎日にかしら食べてますが、昨年、北海道の幌尻岳登山で食べたサーモンクリームパスタは忘れられません。2泊3日のハードな山行中、担ぎ上げた食材で友人が振る舞ってくれた一皿。山頂で絶景を眺めながら食べたその味は、どんなレストランよりも心に残る美味しさでした!



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。



ジェノベーゼのパスタ

私のお気に入り、フレッシュなバジルで作るジェノベーゼのパスタ。毎年、5月~1月くらいまで、屋内水耕栽培でたくさんバジルを育て、バジルペーストから作っています。大変な手間ですが、これが本当に美味しく、市販のソースとは比べ物にならない新鮮な味わいが楽しくて、やめられません。



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。



とんこつスープのちゃんぽん

近所の有名な濃厚とんこつラーメン屋さんのちゃんぽんが劇的に美味しくよく食べてます。肉野菜が炒めてあってスープは魔法の粉でも使ってるんじゃないかと。いつも「ウスターソース」と「酢」が出てくるのですが...九州ではそれが一般的なのかな!?と不思議に思いつつ味変するのが好きなのでかけても食べます。うまいな



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。



鹿児島と聞いたら思い出してほしい絶品味噌煮込みうどん

主食がうどんの人間です。数々のうどん屋を食べ歩いてきましたが、鹿児島にある「吹上庵」の「味噌煮込みうどん」を超えるものには出会ったことがありません。あっさりとしているのに味噌の味と出汁ががんと体の奥からやってくる。店自慢の出汁と味噌の調和はまさに芸術であり伝統。これを食べるために鹿児島に帰ります。食べたことがない方は本当にぜひ。ちなみに私の周囲の人間は無事ファンになりました。ククク。



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へ入社。趣味はSNSに流れてくる料理のレシピを試すこと。



妻との昼の麺タイム

お昼はいつも麺です。冷凍うどんに袋売りのコムタンをかけるのが、そういうもの特有の満足感でお気に入り。ただ、妻が時折折ってくれるフォー（写真）や純豆腐うどんは、目も口もおなかも気分も満ち満ちになるので、いちばんすごい。とあるスーパー銭湯のちゃんぽん、「みたか」のそばみたいなラーメン、自作のラグマンもどき……などの話もあったんですが、家で妻と食べる麺のほうがおいしいのでまた今度。てへ。



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・実装で評価が高く、開発したEPUBビューワ「Bibij」は世界中で使われている。1月現在、息子は5歳10ヶ月、娘は4歳3ヶ月。



家系以外はラーメンじゃないと思ってたけど、これはうまい

家系総本山のお膝元に生まれ、家系以外はラーメンじゃないと教えられて生きてきた僕ですが、横浜の郊外にポツンとある「藤華」のラーメンは大好きです。井内のもの全部が自家製であり、麺・スープはもちろんワンタンやメンマも絶品。流行りの無料調ラーメンですがそんなことはどうでも良く、ただただうまい。



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度の飯も釣りが好き。



好みが二分するけど、ハマる人はハマる伊勢うどん

お伊勢参りに来た友人などを案内する時に必ず連れて行くのが伊勢うどん。お椀の底のたまり醤油の上に、ふにゃふわの真っ白極太麺が鎮座します。トッピングは基本ナシ、麺とたまり醤油をかきまぜるだけという、衝撃的な見た目！うどんという概念ではなく、ぬれ煎餅感覚で食べると美味しく。



パートナー 井上(山田) 路子

大学で美術史を学んだ後、きもの業界や官公庁などを経験し、専門学校を経てシナップに3年半在籍。2017年からはフリーランスのUI/UXデザイナーとして、サービスなどの企画段階から伴走し、視覚的な情報整理と実制作を行う。屋号はcocon. HCD-Net認定 人間中心設計スペシャリスト。京都精華大学 非常勤講師。



台湾ラーメン 味世

炒めた挽肉に、ニラとにんにくと唐辛子がたっぷり入ったラーメンです。醤油ベースのスープにパンチのある具材がたまりません。名古屋発祥だけど台湾ラーメン。辛さはアメリカン(ピリ辛)、台湾(辛め)、イタリアン(激辛)から選べるグローバルコミュニケーション。翌日予定がある方はお気をつけください。



ディレクター 村田 歩美

Sler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。



豚骨らーめん 福の軒

駅近でリーズナブルなお値段で食べられる博多系のラーメン屋さんです。写真は黒マー油ラーメン。博多系がお好きな方は近くまで来た際にはぜひ寄ってみてください。



フロントエンドエンジニア 小川 大樹

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。



唯一無二の麺

ミシュランピブルマンにも選ばれたラーメン屋「麺尊 RAGE」が近くにあるのですが、人生で食べたラーメンの中でダントツに美味しく感動！特に替え玉が絶品。替え玉なのにしっかり味がついていて、普段替え玉は頼みませんがここに来るとついつい頼んでしまいます。みなさんもぜひ。



グロースディレクター/デザイナー 竹田 笑里

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へ入社。趣味は写真撮影と散歩。犬派。休日は子どもの写真を撮りまくっています。



初めてのひとりラーメン！

ラーメンが大好きでしょっちゅうラーメン食べたいと思うものの、一人でお店に入る勇気がずっと持てなかったのですが、先日ついに念願のひとりラーメンデビューを果たしました。写真は、感動のデビュー戦「家系ラーメン総本山 吉村家」さん。2時間以上くじけずひとり並んで食べた思い出のラーメンです！（おいしかった）



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。



天一こってりラーメン

前職が池袋にオフィスがあり、ランチに良く食べに行っていた推し麺です。地元には店舗がないので、最近は横浜で野球観戦をする際に、よく食べています。



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、制作会社に幅広い案件に関わりたくと考えシナップへ入社。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NIKKOR Z 50mm f/1.2 S





好きな麺

美味しい! ご当地! 思い出! 定番!
大好きな麺類をご紹介します!
うどん?
パスタ?
ラーメン?
そば?

母が作った肉うどん

関西風の出汁の効いたつゆに、牛肉の時雨煮をトッピングした温かいうどんです。このうどんは牛肉一択!
豚はありません(笑)。関西で「肉」と言えば牛肉のことなんです。一見どそうな感じがしますが、出汁に甘辛い牛肉の旨みが溶け込んで、あとを引く美味しさです。母はすでに他界しているので、懐かしい味を思い出しながら、自分で作ってほっこりしています。



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。



岩手のじゃじゃ麺

夏の岩手旅行で食べたじゃじゃ麺。
最初は普通に麺を食べ進め、少し食べ残したようになって生卵を入れてかき混ぜ、そこにメのスープ(ちーたん)を注ぎ入れてもらいます。メのスープが少し残した具や味噌と混ぜてびっくりするほど美味しかったです。岩手に行ったらまた行きたいです。



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。



鯛のアラを使ったお蕎麦

スーパーの鮮魚売り場でたまに出ている鯛アラ(安い!)をグリルで塩焼きしてのせただけのお蕎麦。アラなので骨が多いのが玉にキズですが、それを気にしなければ上品な味の鯛蕎麦を手軽に楽しめます。刺身の鯛をつければ鯛づくし風になってさらに良し。



パートナー 大崎 誠

フリーランスのPM。制作会社、Sier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 (ディスリー)



とり天おろし蕎麦こそ至高

かれこれ一年以上続いているダイエット。運動はニガテナので食事管理を中心に減量している。その中でも蕎麦は効果的だ。自宅では乾麺になるが割割や二八蕎麦を茹でている。市販のつゆに「ほんだし」を加えると出汁が効いてさらに美味しくなる。外食は「とり天おろし蕎麦」を好んで注文する。うまい!優勝。



パートナー 小林 竜太

北海道函館市生まれ。2002年デザイナーとして小林商店の屋号でフリーランスに。2003年 SINAP設立に関わる。2007年以降は函館市を拠点に活動中。4色掛け合わせの色を当てるカードゲーム「CMYKカルタバトル」を製作。BOOTHにて販売中。
<https://kobashowshop.booth.pm/items/5842157>



愛犬と食べに行くヨントーフ(醸豆腐)

好きな具材を選んでスープを作ってもらう料理のヨントーフ。
犬と散歩がてら行くヨントーフ屋さんがあります。
この店は具材は選べないですが落ち着く味のスープとヌードルを食べます。ラクサ味とかもあり、麺はビーフンみたいな麺や卵麺なども選べます。犬連れの間が家の定番コースです。



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。



みんな大好きチキンラーメン

チキンラーメンが好きです。バターを少しだけ入れてコクを出したり、んにくラー油をかけたりするアレンジが好きなのですが、特にお気に入りなのはナンプレーを垂らして、庭で育てたパクチーやレモングラスをどっさり載せること。一気にアジアなチキンラーメンになります。



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の他、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。



グルテンフリーパスタ

我が家はグルテンを摂取し過ぎるとお腹の調子が悪くなる人達がいるので、パスタはもっぱらグルテンフリー。いろいろ試して味とコスパで納得したものがこちら。そして週末にミートソースを大量生産して冷凍ストック。時間が無い時はミートソーススパゲティにすれば文句を言われません。



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。



札幌なのにオススメしたい汁無し担々麺

札幌といえば味噌ラーメンのイメージが強いと思いますが、個人的おすすめは「175° DENO」の汁無し担々麺! シビレが大好きな私はシビレレベルをあげて食べるのが好みに。辛さもしっかりあるので、初めて食べた人は辛さレベルが低くても汗だくに。ちなみに、食べ慣れてしまった私は、辛さレベルが低いものには慣れてしまい、汗が全然出ない体質に。



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 株式会社カワラン役員 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。



冬はあったか、もつ鍋うどん

福岡県北九州市のうどんチェーン店といえば「資(すけ)さんうどん」。肉ごぼうどんが人気ですが、冬の季節には「もつ鍋うどん」もおすすめです。鍋のまま提供されるので、最後まで熱々の状態で楽しめます。麺はほどよい柔らかさで食べやすく、ゆず胡椒を加えると風味が引き立ち味の変化も楽しめます。ぷりぷりのもつも絶品! 北九州にお越しの際にはぜひ味わってみてください。



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。

「Web業界のお悩み解決座談会」はじめました。

シナップのブログで新しい座談会シリーズ「Web業界のお悩み解決座談会」が始まりました！

このシリーズは若手ディレクターの視点で書かれていますが、シナップのクライアントやパートナーの皆さまにも役立つ内容が満載ですので、ぜひチェックしてみてください！

特に、プロジェクトの進め方やチームの管理に関わる方にとって、毎日の仕事に活かせる具体的なアドバイスがたくさん詰まっています。

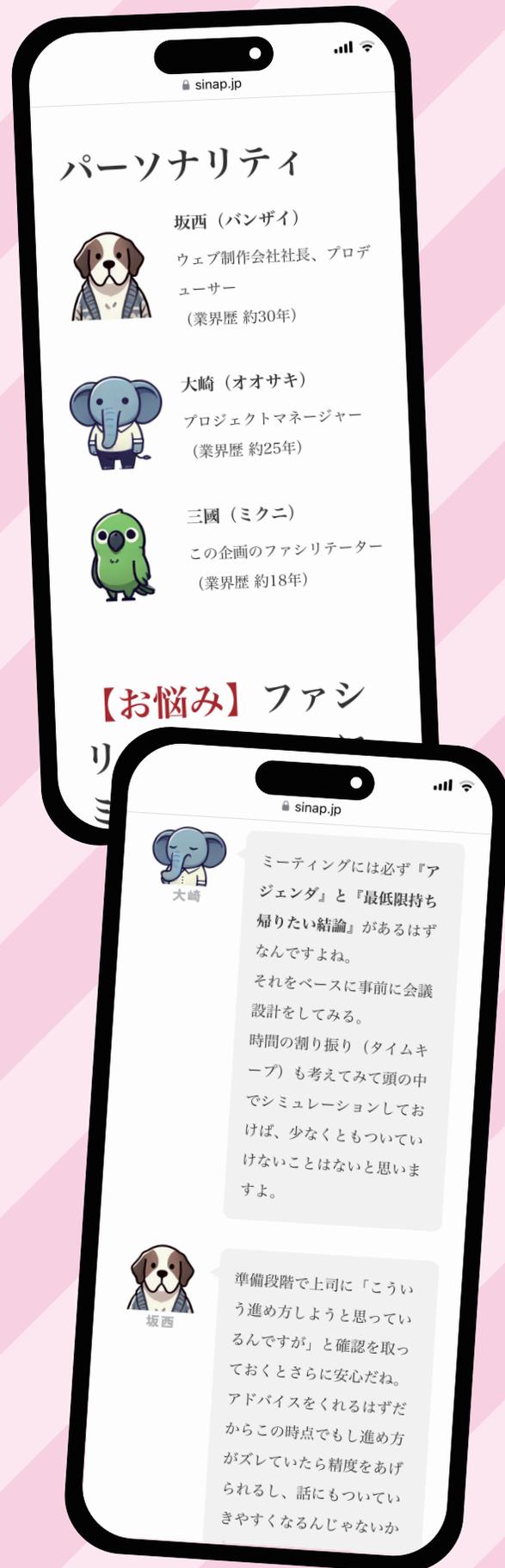
セントバーナードとゾウのユーモアある座談会へようこそ！

この座談会では、シナップ代表の坂西と、長年タッグを組んできたパートナーでありフリーランスのPMである大崎が、それぞれセントバーナード、ゾウのキャラクターに扮し、若手がよく直面する悩みについて、二人の経験を活かしたアドバイスをユーモアを交えながら語り合っています。

明るく軽快な語り口、実際に役立つ具体的な方法も紹介していますので、若手ディレクターやWeb担当の方だけでなく、業界のいろいろな立場の方にもぜひ読んでいただけたらと思います。

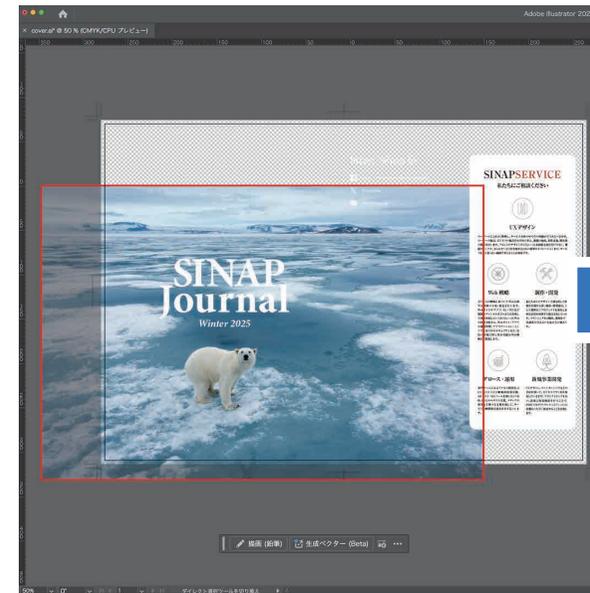
このシリーズはこれからも続きますので、今後もぜひ楽しみにしてください！

Web業界のお悩み解決座談会
<https://sinap.jp/blog/category/answers>

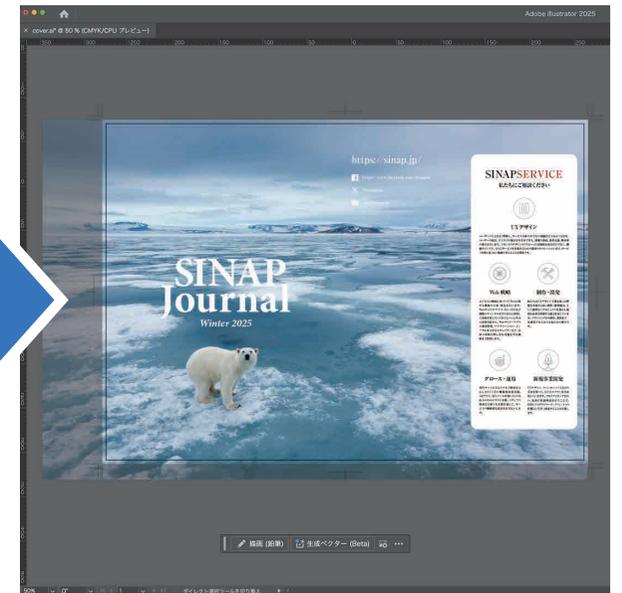


生成AIで広がるクリエイティブの可能性

Unlocking Creativity
The Impact of Generative AI



元の画像(シロクマをロゴの下にレイアウトすると背景が大幅に足りない)



完成画像(生成AIにより背景を自然な形で拡張)

AIで実現するクリエイティブの新境地

みなさんは今号のSINAP Journalの表紙を見てお気づきになりましたか？
 実は今号の表紙の写真は一部生成AIの技術を使って作成しています。

Adobe Photoshopの生成AI機能を用いることで、元の写真に自然な形で背景を補完し、全体の構図を広げることができました。しかもその画像生成時間は1分かかっていません。

このプロセスにより、被写体であるシロクマをロゴと重ならない絶妙な位置に調整しつつ、表紙に奥行きと広がりを持たせています。

クリエイターの可能性を拡張する

AI技術の進化によって、クリエイティブな作業は大きく変わろうとしています。

生成AIの活用は、これまで手間と時間がかかっていた作業を迅速に進めることを可能にし、全体の作業効率も大幅に向上しました。これによりクリエイターはより多くの時間をアイデアの発想やデザインの試行に充てることができ、創造性を発揮する余裕が生まれています。

さらに、AIは単なる作業の補助に留まらず、クリエイティブな過程全体をサポートする存在となりつつあります。

たとえば、デザイン案の生成からフィードバックに基づく改善まで、AIはさまざまな場面でクリエイターの力となります。他にも、今回の事例のように、従来難しかったイメージの拡張や修正なども、AIを使うことで高精度で自然な仕上がりを実現できるようになってきました。

こうした技術の進歩は、クリエイターにとって新たな表現の可能性を与えるものとなるでしょう。

シナップのAI技術への取り組み

私たちシナップは、AIを積極的に活用し、クリエイティブの可能性を広げることに取り組んでいます。

今回の画像生成AIの活用はその一例に過ぎませんが、他にも文章生成やデータ分析、プログラミングなど、さまざまなAIツールを活用し、作業の効率化を図るだけでなく、創造的なプロセスにも役立てています。

例えば、UXリサーチフェーズにおいてAIを活用することで、調査結果を迅速に分析し、ペルソナやカスタマージャーニーマップの作成をサポート、デザインの改善ポイントの特定などに役立てています。AIの進化もまだまだこれからでしょう。今後もAI技術を活用し、新しいアイデアを取り入れながら、クリエイティブの可能性をさらに広げていきたいと思います。