

Webブランディングを成功に導く思考 /アイデアの出し方

株式会社ソナー

執行役員 名村晋治



自己紹介

名村 晋治 (ナムラ シンジ)

略歴

- 1996年 Web制作チームネームヴィレッジを学生の仲間と立ち上げ。初めて府内の服飾店のサイト制作に係る。
- 1999年 大学卒業と同時に俳優修業の為に就職をケって上京(笑)
- 2000年 まだ芝居で食えなかったので(悲)株式会社ネクストにWebディレクターとして参加し、各種案件に企画や制作全般に従事。
- 2005年 現在の株式会社ソナーに合流。
- 2006年 7月に同社執行役員に就任。
- 2007年 Webブランディングの入門教科書を毎コミより出版

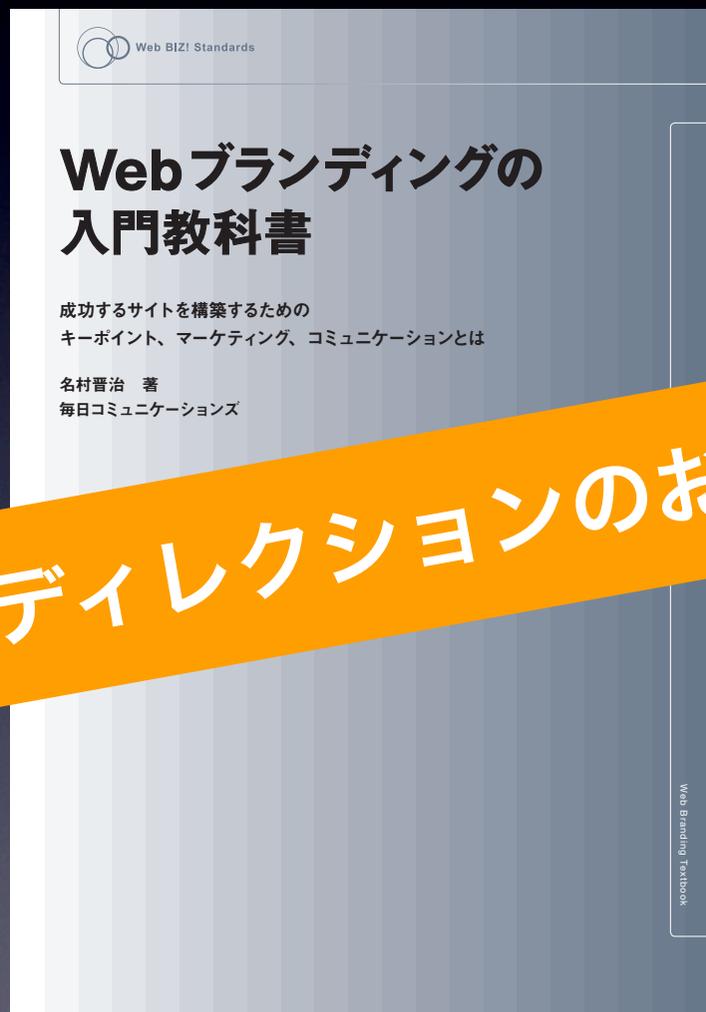
その他 . . .

昔声優とかもしてました。

カウンセラーもやっていたりします。

アメリカ公認のNLPのプラクティショナーの資格も持っていたりします。

最近本を出させてもらいました。



Webディレクションのお供に！

Webディレクションやっています：ブログ



コメント、トラバ、お待ちしております

ウェブ イメージ ニュース 地図 グループ more »

Webディレクション

Google 検索 I'm Feeling Lucky

ウェブ全体から検索 日本語のページを検索

Webディレクション標準ガイド [第2版]
今、企業や制作会社が一番求めている最強のWebディレクターになれる本！「ディレクションスキルと即戦力ノウハウ」を身に付けるための1冊です。
www.wgn.co.jp/store/dat/3059/ - 19k - キャッシュ - 関連ページ

WEBディレクションやっています blog
全てのカテゴリ, Webディレクション (37), Webプランディング (18), プロデュース (8), セミナー (51), モノ書き (9), web2.0 (13), tech & News類 (42), URLメモ (10), Firefox関係 (2), 買い物 (19), 日記 (50), 質問箱 (1). 全ての期間, 2007.03 (7) ...
web-directions.com/director/ - 40k - キャッシュ - 関連ページ

宣伝会議 - 教育講座：Webディレクション講座 トップ
本講座は、単に「Webページを制作する」という範疇に留まらず、新しい広告の手法、コ

本日のテーマ

- ✔ Webサイトとはなんだろうか？
- ✔ ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える
- ✔ ブランディングを考えたサイト構築
- ✔ アイディアの出し方について



Webサイトとは
なんだろう？

Webサイトとはなんだろう？

Webサイトを皆さん、何に使っていますか？

- 何かしらべものをする。
- 買い物をする。
- ニュースやブログを見る。
- 情報の発信をする。

Webサイトとはなんだろう？

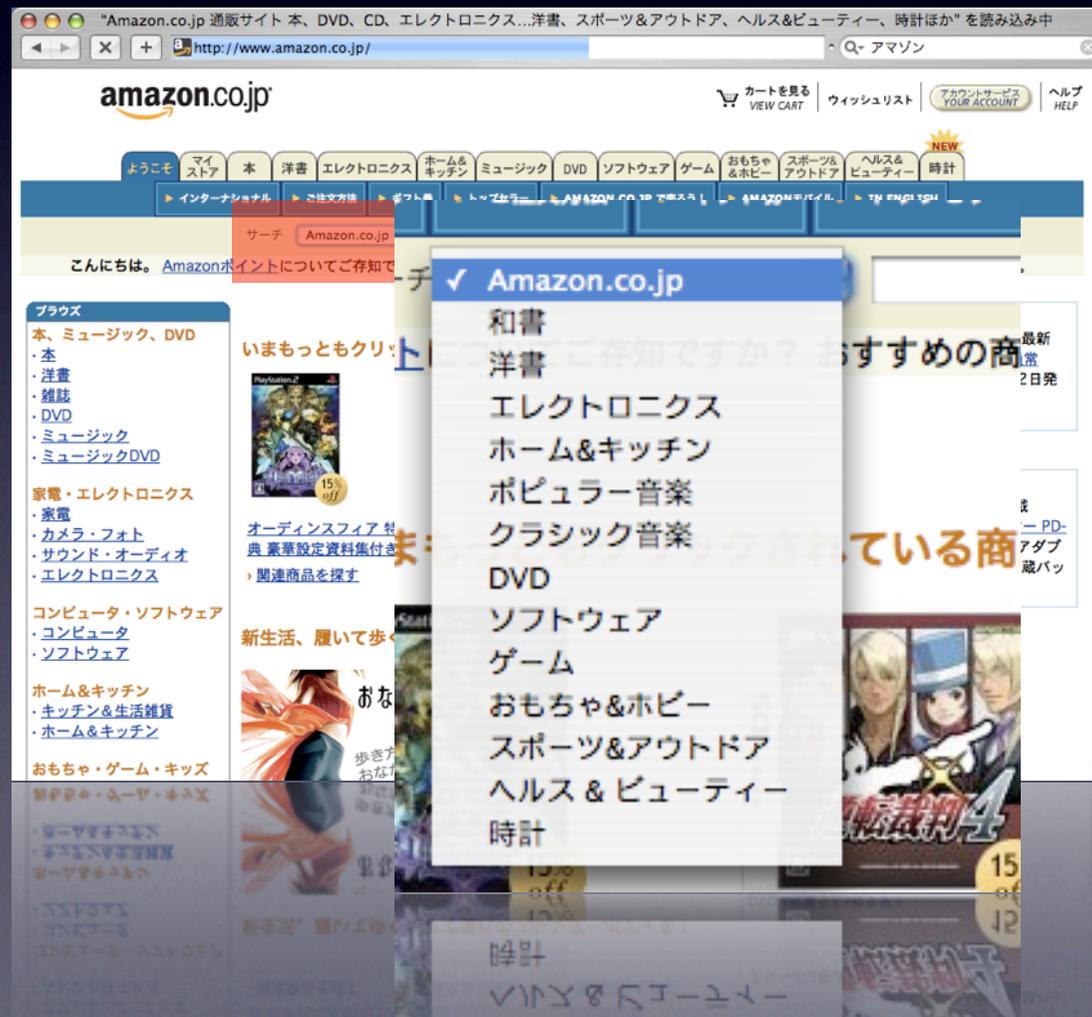
今Webサイトを作るガワの人間が危機にある。

- 90年代のユーザー
- 2000年ごろからのユーザー
- 我々がマイノリティになっている事を自覚する

Webサイトとはなんだろう？

例えばUIってみなさん、どう考えていますか？

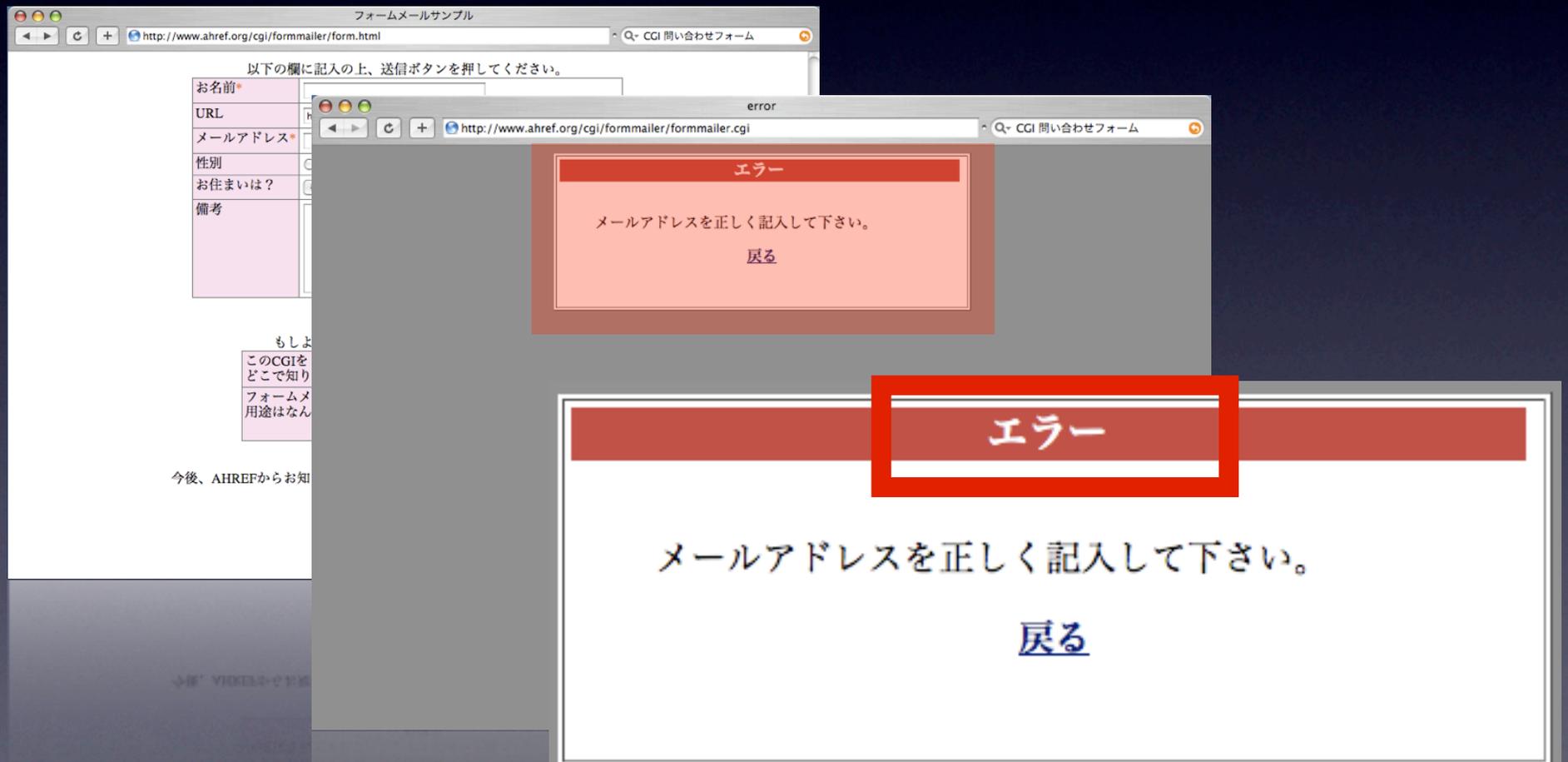
- 例えばプルダウンメニュー



Webサイトとはなんだろう？

例えばUIってみなさん、どう考えていますか？

- 例えばフォーム画面



Webサイトとはなんだろう？

だからアクセシビリティを
考える必要があります。

Webサイトとはなんだろうか？

でも？

- WEB-JISが出来たから、アクセシビリティ？
- 障害者の為に、アクセシビリティ？
- 企業のブランディングになるから声高に詠う？

そういう考えはナンセンスであり、
本質ではない。

Webサイトとはなんだろう？

では、Webサイトを一言で言うのならば？

- Webサイトの本質は出来た頃から変わっていない。
- ユーザーだったら今、どういう使い方をしています？
- 今「それを知ったのは何で？」と問うと？

企業からユーザーへの「サービス」そのものであり、
「ユーザーの問題解決ツール」である。

Webサイトとはなんだろう？

Webサイトの使われ方は変わってきた。

- 2000年頃から「ツール」に変わってきた。
- URIを覚えなくなった。
- ネットサーフィンをするユーザーが少なくなった。

インターネットが「ユーザー」側がどんどん「問題解決ツールとして」機能させてきている

Webサイトとはなんだろう？

Webサイトにやってきたユーザー

- サイトにやってきた時点で「困っている」
- サイトで要望を満たすだけで「ありがとう」と言ってくれるメディアはこれまでなかった。
- Webのユーザーはこれまでのメディアに比べると圧倒的に「変」な人が多い。

Webサイトとはなんだろうか？

ユーザーは企業のメッセージなんか聞きたくない。

- UIをトップページから考えるのはナンセンス。
- 企業のメッセージを伝えるのはナンセンス。
- ユーザーが聞きたいのはその企業のブランドプロミス

企業の言葉を、ユーザーに分かる形に変えて上げない限り、そのサイトは機能しない！

ユーザーの中の ブランド価値とは何か を考える



ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

ブランディングについて

- 今、「物が売れない時代」になっている。
- 売れるのってどういう時なんだろう？
- つまりブランドの価値ってのはどんどん変わってる。

ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

Web屋だけど、Webだけ考えていては難しくなる。

- Webサイトは万能ではない。
- 他のメディアでやった方が良い事も沢山ある。
- そのサービスを訴求する上で「費用対効果」のあるメディアを選択するようにする。

ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

企業のブランドってどう創る？

- ユーザーとの全ての接点を洗い出す必要がある。
- ブランドプロミスをユーザーに分かる言葉にする。
- 企業にWebサイトは「諸刃の剣」である事を理解してもらおう。

ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

ブランドプロミスって？

- これまでは時間をかけて企業が伝えてきた。
- Webが出来て少し変わってきた。
- ここ10年ぐらいのWebのサービスを思い出すと。

ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

例えばこのサービスってご存知ですか？

The screenshot shows the Amazon.co.jp homepage with several promotional banners. The top navigation bar includes categories like '本' (Books), 'DVD', 'CD', 'Electronics', 'Software', 'Games', 'Sports & Outdoors', 'Health & Beauty', and 'Watches'. Below the navigation bar, there are search and login options. The main content area features several promotional banners:

- 時計ストア オープン** (Watch Store Opening): A banner for a watch store opening with a maximum 5000 yen discount (最大5000円引!) and a deadline of 5/1 (5/1まで).
- 新生活応援セール第2弾スタート!** (New Life Support Sale 2nd Round Start!): A banner for a new life support sale with a maximum 79% discount (最大79%OFF) and a deadline of 5/1 (5/1まで).
- 人気ブランドその場でバーゲン品大量追加!** (Popular Brands Bargain Items Mass Addition!): A banner for popular brand bargain items with a maximum 8000 yen discount (最大8000円引!).
- 人気スポーツウォッチ** (Popular Sports Watch): A banner for popular sports watches with a maximum 10% discount (最大10%OFF).
- 話題のフィットネスGPS** (Hot Fitness GPS): A banner for hot fitness GPS watches with a maximum 15% discount (最大15%OFF).

The bottom of the page shows a list of products and their prices, including items like 'Bodum (ボダム)', 'Le Creuset (ルクルーゼ)', and 'オカムラ (岡村製作所)'.

ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

では、このサービスは？

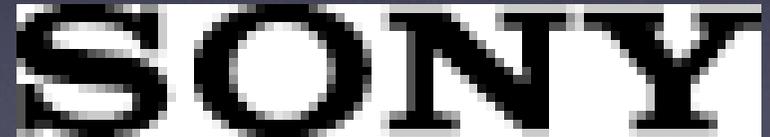


ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

じゃあ、ロゴって知ってます？



でも、NECやSONYだと知ってる人は多いんです。



ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

ブランドプロミスって？

- CIとかVIとかBIも大事だけど、もっと大事なものは、

「ユーザーに約束を履行する」

という姿勢を企業に理解してもらおう事。

ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

アクションログを考える？

- 企業のWebの担当者ではない人がブランドを壊す
- 現場の方のお客様との接点を洗い出す。
- 今後ますます必要になってくる。

ユーザーの中のブランド価値とは何かを考える

アクションログを考える？

ID	営業所番号	営業所名	役職	配属スタッフ名	ユーザーとの接点	対応頻度	主たる対応内容	スタッフ申告の対応不備点	営業所としての改善策	Webサイトで解決出来る施策
1	1	新宿営業所	所長	田中	店舗にて二次応・電話対応	少ない				
2			課長	大沢	営業先にて	一日4件				
3				兵頭	営業先にて	一日4件				
4				前田	営業先にて	一日4件				
5				吉田	営業先にて	一日4件				
6				武藤	営業先にて	一日4件				
7				佐藤	営業先にて	一日4件				
8				柳瀬	営業先にて	一日4件				
9				柳沢	営業先にて	一日4件				
10				宮本	店舗にて接客・電話対応	一日数十件				
11				市川	店舗にて接客・電話対応	一日数十件				

名	役職	配属スタッフ名	ユーザーとの接点	対応頻度
田中	所長	田中	店舗にて二次応・電話対応	少ない
大沢	課長	大沢	営業先にて	一日4件
兵頭		兵頭	営業先にて	一日4件
前田		前田	営業先にて	一日4件
吉田		吉田	営業先にて	一日4件
武藤		武藤	営業先にて	一日4件
佐藤		佐藤	営業先にて	一日4件
柳瀬		柳瀬	営業先にて	一日4件
柳沢		柳沢	営業先にて	一日4件
宮本		宮本	店舗にて接客・電話対応	一日数十件
市川		市川	店舗にて接客・電話対応	一日数十件



ブランディングを 考えたサイト構築

Webブランディングとは？

- もっとも困難なのは、企業の体質を変える事。
- 自社の出している情報が常に比較されていると知る事。
- お客様に「こびる」事をやめて、自社の出来る事を明確にしていく事。

その企業のパートナーとして関わっていく事が必要。

ブランディングを考えたサイト構築

ブランドプロミスを明確にする。

- その企業がユーザーにしているサービスを検証する。
- そのサービスによってユーザーはどのような体験を得られるのかを考える。
- それをユーザーに分かる言葉に置き換える。

Web屋がライティングを考えないと行けないフェーズに制作業はなっけきつつある。

ブランディングを考えたサイト構築

企業の全メディアで提供している情報を集める。

- あるメディアでは言っているが、Webでは言っていない、と言った事が一番ユーザーを混乱させる。
- 全部のメディア統括をWebを中心に行える環境を企業側につくってもらう。
- 情報を出さない事のリスクを企業側に知ってもらう。

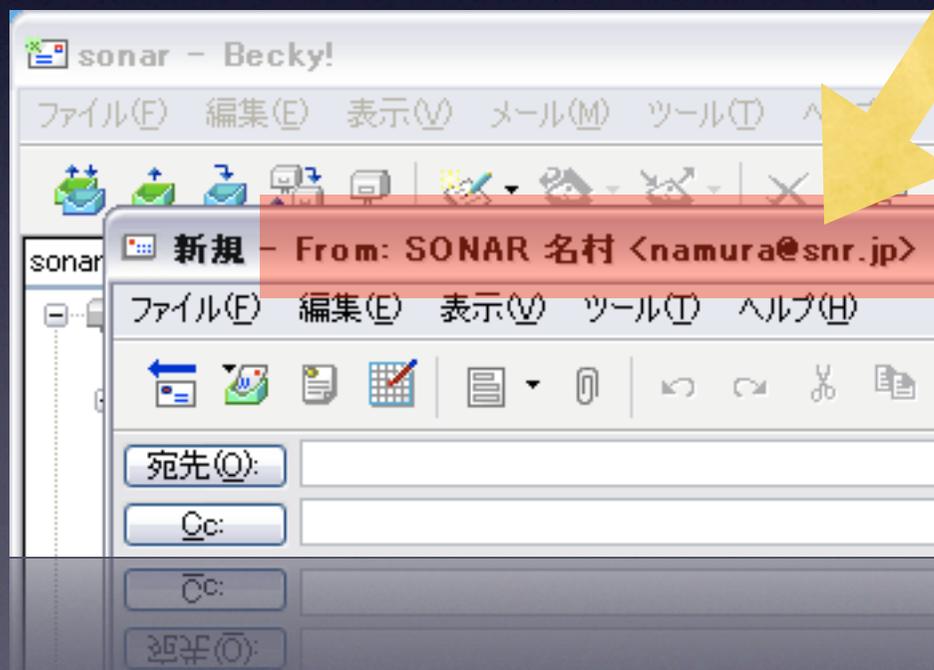
Webサイトの作りは・・・

- 正直XHTMLでも、HTMLでも、CSSレイアウトでもテーブルレイアウトでも構わないと思います。
- ただ、その企業にアクセスしてくるユーザーにとって「アクセシブル」なサイト技術はナニカ？を。
- Webの最新技術が必ずしもいい訳ではない。

ブランディングを考えたサイト構築

運用のフォローをしていきましょう

- 企業がユーザーと接する際のメールは？

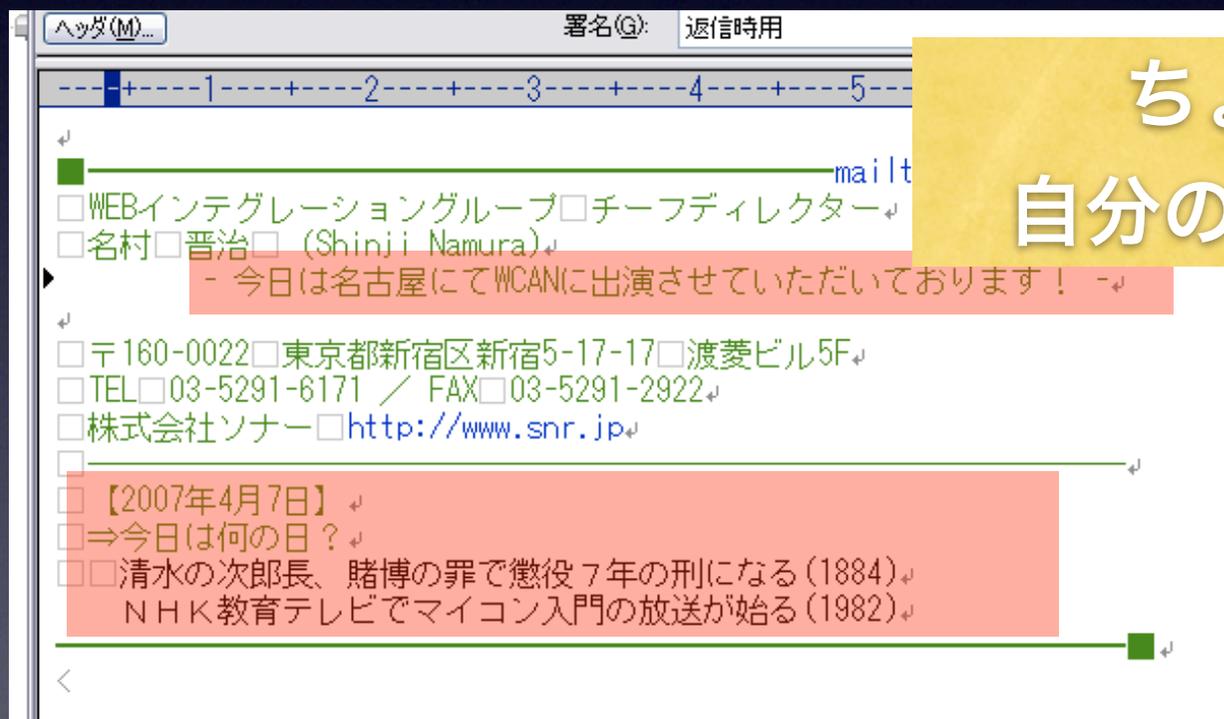


ここって
どうしてます？

ブランディングを考えたサイト構築

運用のフォローをしていきましょう

- 企業がユーザーと接する際のメールは？

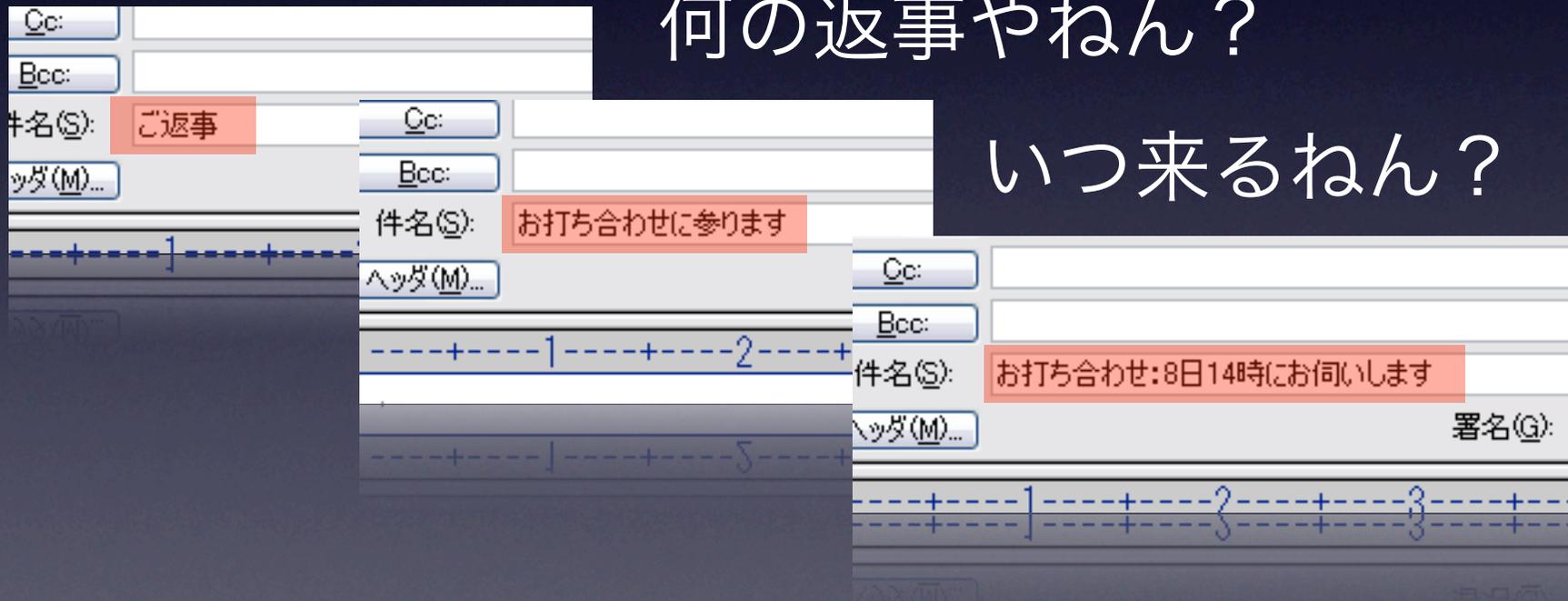


ちょっと
自分の気持ちを

ブランディングを考えたサイト構築

運用のフォローをしていきましょう

- 企業がユーザーと接する際のメールは？



何の返事やねん？

いつ来るねん？

本文いらんやんけ (笑)

運用を提案する事で、

- 単なる制作をまかされる立場から、その企業のネット戦略と一緒に考える立場に。
- 「ブランディング」を主軸に企業戦略と一緒に考えられる方が、企業側も助かると考える所が多い！

アイディアの出し方



アイデアの出し方はツッコミを入れる事から

- アイデアってどうやって作ってます？
- ツールもいいけど、必要に迫らせてから、では？
- それはストックを作ろうとしてないから。
- クリエイターがそれでいいの？

アイデアの出し方

何のお店でしょうか？



アイデアの出し方

何のお店でしょうか？



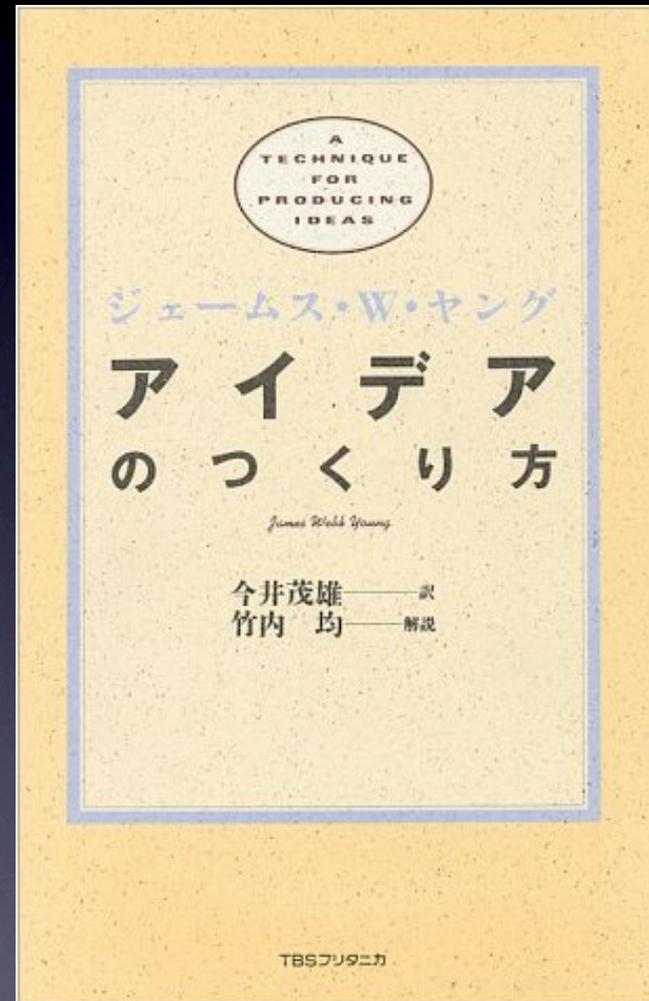
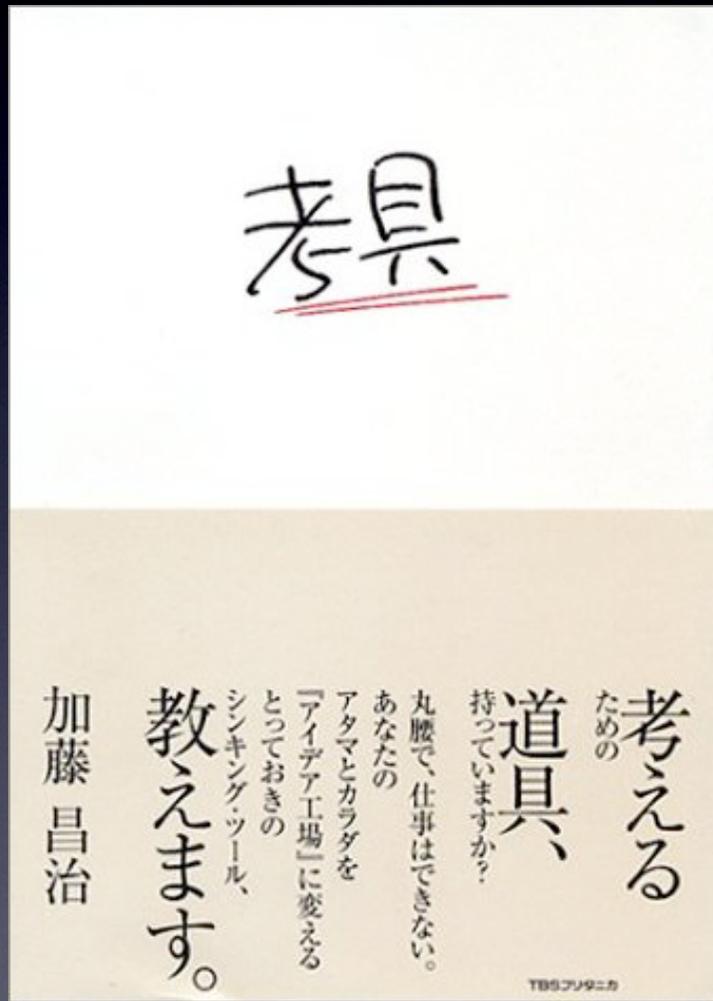
アイデアの出し方

どうすれば使いやすくなります？



ヒアリングの中、瞬間的に企画を出す思考の方向

ところで、ツールといえは・・・



ヒアリングの中、瞬間的に企画を出す思考の方向

仕事術・・・にしても・・・



アイデアの貯めかたってどうするの？

- アイデアの貯めかた？
- Web屋でも、Webだけで考えない。
- アイデアをためる基本は「突っ込み」
- アイデアの貯まっていれば、新しいものはその
組み合わせをしていく。

アイデアの出し方

ではこのお店を改装してみましよう。



このお店の抱えている問題

- 店にもっと入ってもらいたい。
- 「何のお店？」と聞かれる事がある。
- 一品あたりの価格帯は800円～1200円ぐらい

どういふ事をすればいいのでしょうか？

アイデアの出し方

ではこのサイトを考えてみてください (笑)

Yahoo! JAPAN

http://www.yahoo.co.jp/

Google

Yahoo! BB 新着情報 My Yahoo! YAHOO! JAPAN ムッセンジャー ケータイ 無料ID活用 ヘルプ 登録情報

NEW! 人気のコスメは? 肌質や年齢ごとのクチコミランキングも登場 -
NEW! いま話題の新名所「東京ミッドタウン」レポート

ウェブ 登録サイト 画像 動画 ブログ 辞書 知恵袋 エリア 商品

あなたの検索生活が、ツールバーでさらに便利に!

NEW! 口座開設で全員に1,000ポイント - 「Yahoo! JAPAN向けIE7」で“デジモノ”当たる

買う ショッピング 共同購入 オークション コミック チケット 旅行
出張宿泊 保険 宅配 ネットバンク 決済 コンテンツストア

知る ニュース 天気 スポーツ ファイナンス 政治

楽しむ 映画 音楽 着メロ ゲーム 占い 懸賞 本 テレビ 動画
ポッドキャスト ライブトーク

調べる 辞書 翻訳 地域 地図 路線 道路交通 電話帳 自動車 家電、PC NEW!
きつず 知恵袋

暮らす グルメ クーポン 結婚 恋愛 ビューティー 健康 不動産 NEW!
ボランティア ネット検定 学習 セカンドライフ

集まる 掲示板 グループ アバター ID検索 ホームページ作成 ブログ フォト
グリーティング メルマガ メッセンジャー SNS

人気のオークション ファッション 自動車、オートバイ デジカメ 美容機器
サービス一覧 | 更新情報

個人ツール ログイン

メール - メールアドレスを取得
カレンダー - カレンダーを活用
ブックマーク - プリーフケース -
メモ帳

ログインしてポイントを確認

トピックス 21時21分更新

- 8棟続く火災 消防士が死亡
- 女性車両に困惑する障害者
- 三浦和義容疑者が万引き
- ソロモン最大被害の島を歩く
- 八百長疑惑 双方とも争う姿勢 NEW!
- K-1に10代の売り込み殺到
- あゆ、香港で新20〜30足購入

今日の話 (37件) 一覧

フリーラインスケート日本
上陸
(写真は時事通信社)

今なら
参加無料

つくろう、自分の城

本格 × ハイエンド

- A. デザイン家具で洗練感
- B. ミッドセンチュリー万歳!
- C. まさに自分だけの「1点物」
- D. スタイリッシュの王道 B&O

手軽 × リーズナブル

- A. リプロダクトで名作を気軽に
- B. IKEAでまとめる北欧空間
- C. 光で変える、照明デザイン
- D. センズアップの無印小物

Copyright (c) 2007 SONAR Inc., All Rights Reserved.

アイデアの出し方

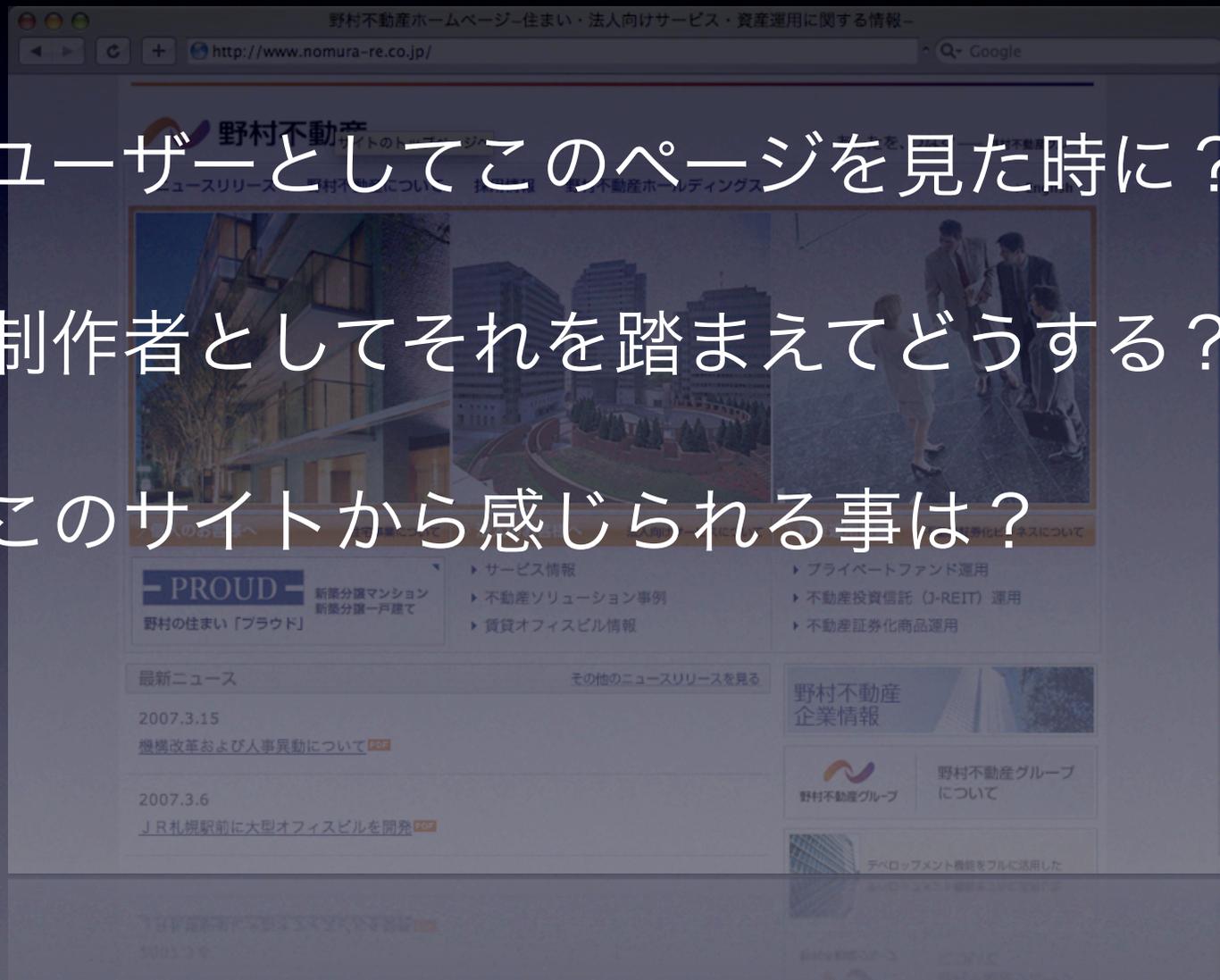
ではこのサイトを考えてみてください。



アイデアの出し方

ではこのサイトを考えてみてください。

- ユーザーとしてこのページを見た時に？
- 制作者としてそれを踏まえてどうする？
- このサイトから感じられる事は？



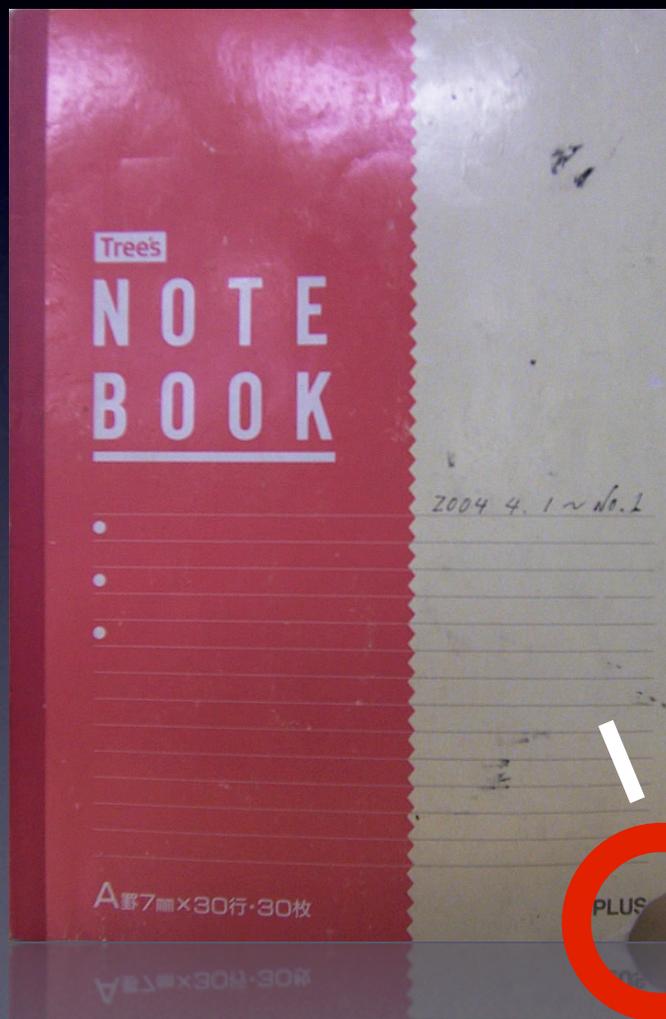
アイデアの出し方

ではこのサイトを考えてみてください。



アイデアの出し方

名村のアウトプットは・・・

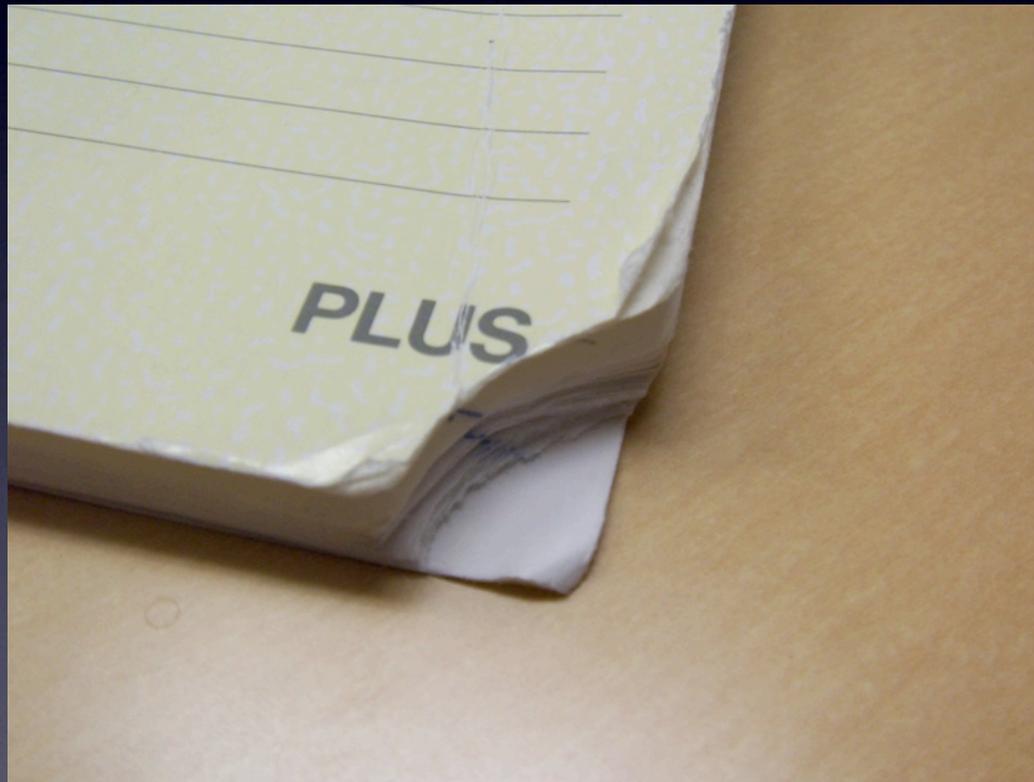


あれ？

アイデアの出し方

名村のアウトプットは・・・

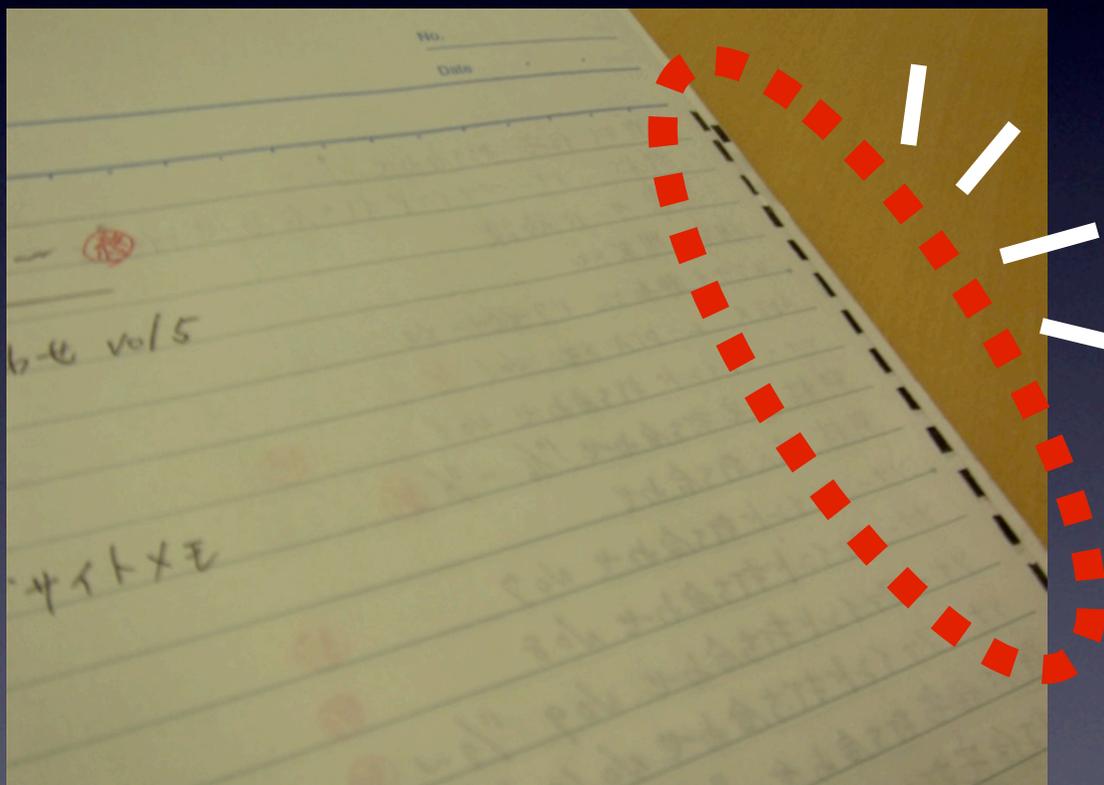
こーなってるて・・・



アイデアの出し方

名村のアウトプットは・・・

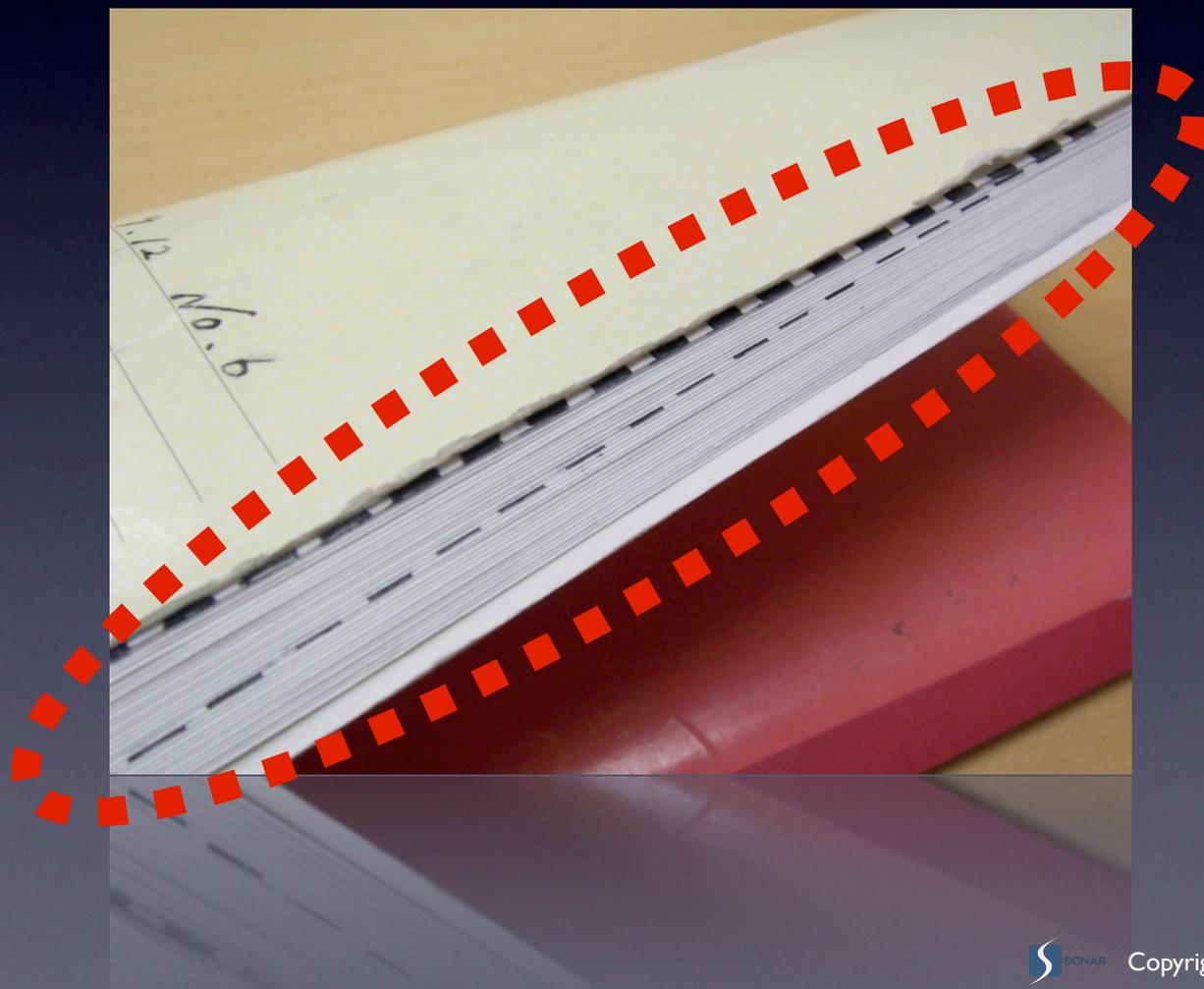
もくじも付いてて・・・



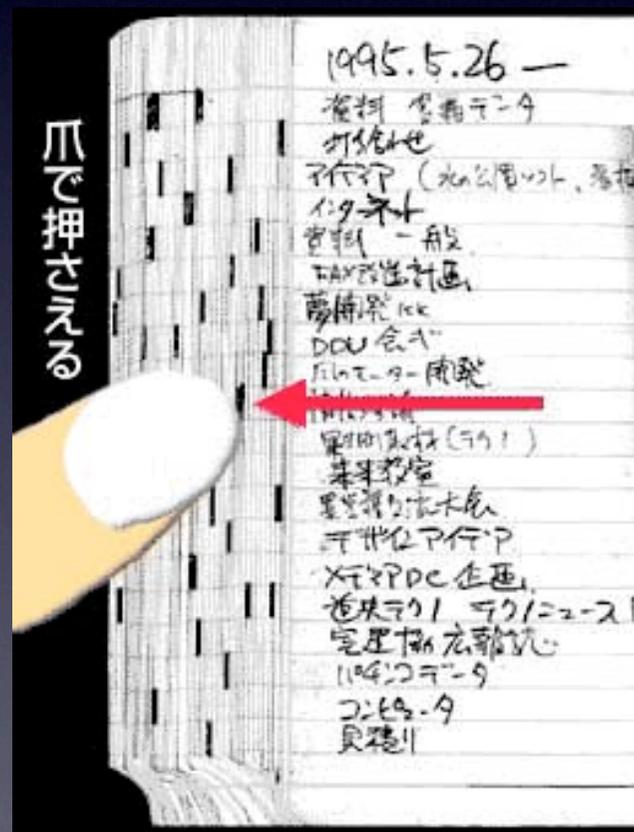
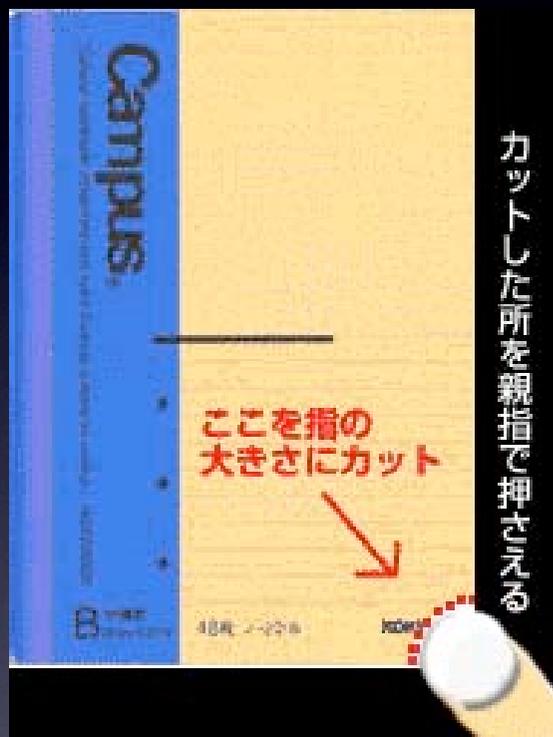
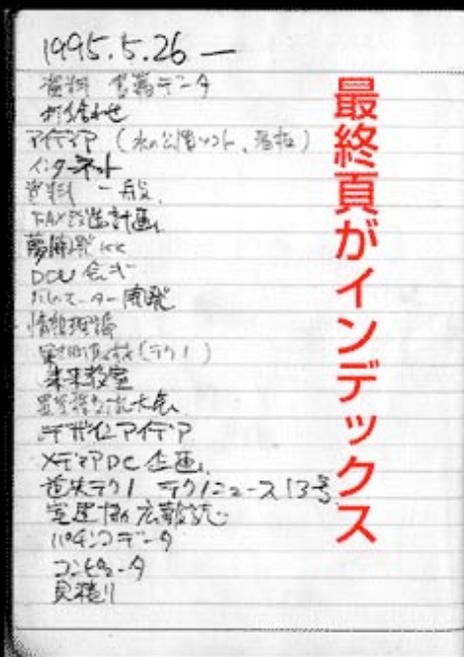
アイデアの出し方

名村のアウトプットは・・・

すぐにまた開ける！



アイデアの出し方



アイデアの出し方

100円ノートの「超メモ術」

http://www.kirari.com/amz/note/

1秒で空頁開き、2秒で検索

「超」メモ術

Free idea

百円ノートでスーパー手帳

コンビニや一般の文房具店で売っている百円ノートが、素晴らしいペタペタ型手帳に変身します。応用範囲は広く、勉強用ノート、作業管理、受注管理、打ち合わせ、研究メモなどたくさんあります。

1秒で白紙ページを開き、2秒後に書き始め、3秒で記録を検索

- 検索機能OK
- 重複検索OK
- 使用方法簡単
- どこでも補充
- とにかく安い

■良いアイデアを考えついたら即メモを取ることです。なによりも大切なことは、その間に余計なことを考えないことです。手帳の白紙ページを探すことに意識を逸らした瞬間に忘れてしまうことさえあります。私は、発想してからメモを書き始めるまでに1秒もかかりません。

[ウェブ](#) [イメージ](#) [ニュース](#) [地図](#) [グループ](#) [more »](#)

100円ノートの超メモ術

Google 検索

ウェブ全体から検索 日本語のページを検索

アイデアの出し方

一人でも「5回のなぜ」とブレストを！

- 「5回のなぜ」ってのは何？
- ブレストってなに？
- 量を出す事で、見えてくる。
- アイデアを一度出し切ってしまう。
- 「あ～それっぽい事考えていたんだよね」は嘘

アイデアの出し方

「5回のなぜ」

お腹が減ったゾ

表層問題

朝飯食ってない

緊張してた？(笑)

あがり性？

人前で話す
訓練が足りない

真の問題

アイデアはアウトプットする！

- 頭で考えたアイデアほど「はかない」もの。
- アウトプットすることで、頭の中に定着させる。
- 定着したものでしか、現場では使えない。
- アウトプットを必ずしていく。
- デジタル屋さんだけど、紙のがやっぱり良いよね。

ありがとうございました。

