

# SINAP Journal

Summer 2023

## 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。

<https://sinap.jp/>

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

@sinapinc

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



UX Research

# シナップの UXリサーチ

近年、「UXデザイン」の考え方の普及とともに、そのプロセスの一つであり、取り組みの最初の一步と言える「UXリサーチ」が注目を集めています。

一方でリサーチ方法には様々な手法があり、どのように取り入れたら良いかわかりにくいという声も聞きます。

そこで今回の特集では、UXリサーチには目的やタイミングに応じて異なる手法が使われることや、UXリサーチのメリット・デメリットについて解説、さらに私たちがこれまでの経験をもとに提供しているシナップのUXリサーチサービスについても詳しくご紹介したいと思います。

# Webサービスを成功に導くシナップのUXリサーチ



## ユーザーの体験をデザインするための最初の一步

UXリサーチは、ユーザーのニーズや要求を様々な方法で調査し、その情報を製品やサービスの開発や改善に活かすことを目的とする調査です。UXデザインのプロセスとしてご存知の方も多いのではないのでしょうか。

ユーザーの体験をデザインするための最初の一步であり、調査結果が開発や改善を行う際の方針の振り所にもなるため極めて重要なプロセスと言えるでしょう。そのため、効果的なUXリサーチは、Webサービスの成功には欠かせないと、言っても過言ではありません。

一方で、UXリサーチを行ってみたくも考えてはいるものの、何から手をつけていいかわからないか、どのような時に活用すべきかわからない方も多くいるのではないのでしょうか。今回はUXリサーチをするタイミングやメリット、デメリットについて、最後にシナップのUXリサーチをご紹介します。

## 探索型リサーチと検証型リサーチの2つのアプローチ

UXリサーチというと、体系立てられた一連の調査フローがあると思われる方もいるかもしれませんが、冒頭でも述べたサービスで養った定量的なアプローチを交え、精度の高いアウトプットをめざします。

通り、実際は様々な調査方法を駆使してユーザーのニーズやインサイトを調査する行為の総称です。

代表的な調査方法としてはユーザーインタビューやアンケート、ユーザーテストや、ヒューリスティック調査などがあげられます。

そんなUXリサーチですが、大きくは「探索型リサーチ」と「検証型リサーチ」の2つのアプローチに分けられます。

探索型リサーチは、ユーザーの潜在的なニーズや要件を明確にするために行われます。

主に定性調査の手法を用いて、ユーザーが抱える課題や望むサービス、機能を把握していくアプローチ方法です。

先ほどあげた、ユーザーへのインタビューやアンケート、ユーザーテストなどはこれらに含まれます。

サービスの企画段階、ニーズや課題がはっきりしていない状態の時に有効な手法です。

一方、検証型リサーチは、仮説やアイデアを検証するために用いられる手法です。プロトタイプによるユーザーリテラテストやA/Bテスト、アクセス解析など、主に定量的な手法を用いて、改善の方向性を明確にしていきます。

実際は調査したい対象の段階・内容によ

って、これらの手法を使い分けながら調査していくこととなります。サービスの初期段階では探索型リサーチ、サービスの改善などでは検証型リサーチを中心に行っていくことが多いでしょう。

次のページではシナップのUXリサーチで行っている調査方法を解説していきます。UXリサーチで用いられる調査方法が多く含まれていますので、ぜひ合わせてご覧ください。

## UXリサーチのメリットとデメリット

UXリサーチのメリットは、ユーザーを理解することで仮説の精度、予測の解像度をあげていくことにあります。

ユーザーが何を考え、どのように行動するのか。UXリサーチでは特に数値化できないインサイトを深く掘り下げ、予測の解像度をあげることによって、サービス開発のアイデア、意思決定に役立てます。

またUXリサーチのプロセスではプロジエクトメンバーが調査やインタビューを通して、ユーザーの理解を深め、サービスの改善を検討・議論することで、プロジエクトに対するメンバー間での共通認識を醸成していく効果も見逃せません。プロジエクトチームのカルチャーの形成にも大きな効果があります。

一方で、デメリットもあります。まずは時間とコスト。UXリサーチに限ったことではありませんが、調査は入念に行えばそれだけ質も量も高まりますが、時間やコストは増えていきます。そしてどれだけ調査しても、結果が保証されるものではありません。どこまで調査をするべきか、適切な判断が必要でしょう。また、バイアスの影響を受ける可能性があることにも留意したいところです。UXリサーチは定性的な調査を主体とするため、量的な裏付けに弱く、得た情報や分析が主観的になる可能性があります。

## シナップのUXリサーチ・体験設計の強み

以上のように、UXリサーチはWebサービスの成功には欠かせない重要なプロセスですが、手法の多さやデメリットも存在します。いきなり始めるには難しい側面もあるでしょう。

シナップのUXリサーチは、これまで長年に渡りUXデザインの手法を用いてクライアントのサービス成長を支援してきたシナップが、成果にフォーカスして磨き上げた独自のフレームワークをベースに提供するものです。

フレームワーク化により、従来こうしたリサーチのデメリットであった時間とコストを削減し、さらにプロの視点からみるヒューリスティック調査、A/Bテスト



▲ フレームワーク化されたシナップのUXリサーチ・体験設計のフロー一例

UXリサーチだけのご依頼、体験設計だけのご依頼も承っています。課題に合わせ、実施内容を提案いたしますので、気になった方はぜひお気軽にご相談ください。

# シナップの UXリサーチ・体験設計サービス

シナップのUXリサーチ・体験設計サービスでは  
新規事業やサービス立ち上げのためのインサイト発見から  
既存プロダクトのUI改善のための現状理解や課題発見まで  
プロジェクトの目的に応じて適切な定量・定性調査を行い、調査結果を分かりやすくまとめ  
それらをもとに、ユーザーの行動シナリオやそれに合わせた体験設計を行います。



## ワンポイント スモールスタートで始める UXリサーチ

限られた予算やスピード感を持って進めたいプロジェクトでは時間やコストをかけて調査するのが困難な場合があります。そんな時におすすめなのが、「スモールスタート」で始めるUXリサーチです。

以前、シナップのブログにも書きましたが、なんとということはありません。まずは、聞ける人に聞いてみるというアプローチです。

例えば、身近な人に聞いてみる、社内のSlackに投げかけてみる、街やSNSで聞いてみる、など、簡単に素早くできる方法です。ポイントは、小さくスピーディに回すことです。きちんとしたリサーチではないので、多くのことを網羅的に聞くよりは、ポイントを絞って、たくさんの人に聞くなど質よりも量を重視しましょう。

この方法は小手先と思ってバカにできません。想像以上に多くの気づきが得られることに驚かれると思います。

小さなリサーチをたくさん実施する事で多くの気づきが得られるだけでなく、ユーザー理解も深まります。また、キーパーソンとなる強い思いをもったユーザーと出会う機会になるなど、有益な活動となるでしょう。机上だけではものは進みません。確かな成果を得るためにもまずは身近な人に声をかけてみるのはいかがでしょうか？

## 体験設計のサービスの内容

### カスタマージャーニーマップ (TOBE 版)



カスタマージャーニーマップ サンプル

TOBE版では、作成したペルソナ、課題評価をもとに、サービスの課題が解決された理想的な世界、ユーザーフローをまとめます。魅力的なアクションプランの策定に役立ちます。

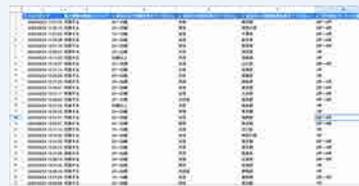
### 課題リスト・課題評価



課題リスト資料 サンプル

サービスの課題をリストアップし、課題の重み付けを行うことによってどこにフォーカスすべきか、どの課題から手を付けていくべきかを把握します。

### アンケート



アンケート集計 サンプル

サービスを実際に利用しているエンドユーザー、または想定されるターゲットユーザーにアンケートを行い、潜在的な課題やニーズを探り、ユーザーの理解を深めます。

### ユーザーインタビュー



ユーザーインタビュー サンプル

サービスを実際に利用しているエンドユーザー、または想定されるターゲットユーザー、現場担当者などにインタビューを行い、潜在的な課題やニーズを深掘りします。

### 競合・類似サービスの調査



競合調査資料 サンプル

UXの観点から、ビジネス(事業の規模、ブランド、商品展開、ターゲット層など)の比較、Webサービス(コンテンツや機能、導線設計、UI)の比較を行います。

### ヒューリスティック調査



ヒューリスティック調査資料 サンプル

「エキスパートレビュー」とも呼ばれます。Webやユーザビリティの専門家が、デザイン原則に照らし合わせながら経験に基づいて評価を行うことで、UI上の問題の発見と改善案の検討を行います。

### 改善ポイント・指針



改善ポイント サンプル

思い描くTOBEのストーリーより、改善ポイントを把握しやすいようにいくつかの大項目でまとめ整理しご提案いたします。

### ストーリーボード



ストーリーボード サンプル

カスタマージャーニーマップと同じく、課題が解決された世界観を描きます。ストーリーを共有することで、めざすべき方向性を想起、共有します。

### カスタマージャーニーマップ (ASIS 版)



カスタマージャーニーマップ サンプル

作成したペルソナをもとに、サービスフロー上でのペルソナの行動、感情などをまとめ、サービスの課題や改善のアイデアを検討します。ASIS版は現状のフローをまとめたものです。

### ペルソナ



ペルソナ資料 サンプル

ユーザーの属性や振る舞いについてパターン化し、典型的なユーザーのモデル「ペルソナ」を作成します。

### アクセス解析



Google Analytics4画面 サンプル

対象となるプロダクト/サービスのアクセス解析をし、ユーザー像、ユーザーの利用文脈を定量的に把握します。またサービスフローのボトルネックを発見するなど、定量的にわかる課題、改善ポイントを洗い出します。





### #Cool 04 自家製梅シロップ

この前、実家で飲んだ自家製梅シロップがやけに美味しかったので、うちでも作ろうということで只今熟成中です。お酢を入れて夏バテ防止仕様に。美味しく夏を乗り切ろうと思います。



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。



### #Cool 05 標高の高い場所でキャンプ

山中湖や河口湖などの富士五湖周辺の標高の高い場所でキャンプをします。山中湖は標高約1000mあるので、東京よりかなり涼しいです。今年からハンモック泊を始めました。荷物をバックパックひとつにまとめて、電車やバスなどの公共交通機関で寄り道しながら移動するのが好きです。



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。神奈川県生まれ、新潟の佐渡ヶ島育ち。家には猫が2匹。こどもが2歳半になりました。



### #Cool 06 さっぱりしたものを食べる

インドアなので今日暑かったなーを感じるのには運動とかより食事が多いです。暑いとき熱いものはますます暑さを感じてしまうので、そうめんや冷しゃぶなど、冷たいさっぱりした食事で暑かった記憶もさっぱりさせちゃいます。



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。



### #Cool 07 アウトドアサウナで川へドボン!

川辺でキャンプをしつつ、アウトドアサウナで汗をかいたら川に飛び込んでクールダウン。標高が高く夏でもカラッとしていて比較的涼しい長野ですが、木陰で鳥の囀りを聞きながら全身で自然を満喫して夏を楽しめる場所がたくさんあります。



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へ。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。



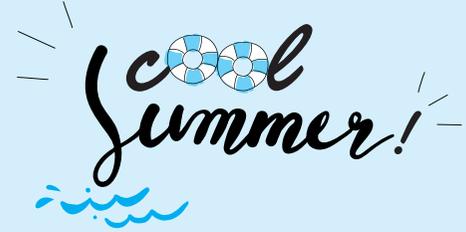
### #Cool 08 Nクール寝具と冷房

ニトリのNクールがないと暑くて眠れません。冷房は当たり前前に涼しいですが、冷房で冷やされたNクールは最高です。ひんやり気持ち良くて手放せません。猫たちも気に入っています。



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。



# 夏を涼しく過ごす 私のユニークな方法

暑い夏を楽しく快適に!



### #Cool 01 標高3000mの稜線へ

平地は30度超えの暑い日でも日本アルプスの稜線は15度くらい、夜には1桁台にまで下がり寒いくらいです。天気が許せば毎週末、絶景と涼を求めてどこかの山に登っています。素晴らしい景色を眺めながら飲むコーヒーは格別ですよ。



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。



### #Cool 02 映画『稲村ジェーン』

夏といえばサザン。先日ふと懐かしくなって『稲村ジェーン』のBlu-rayを買ってしまいました。久しぶりに観てもよくわからない映画でしたがw、映像と曲はどこをとっても最高です。この夏はBGMのように映像を流しながら、冷たいハイボールを飲みたいと思います。「希望の轍」が大好きです。



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。



### #Cool 03 波打ち際を裸足で歩く

海が近くにあるのでよく散歩をします。波打ち際を裸足で歩くと冷たくて気持ちいい!砂に足をもっていかれて体力を消耗しちゃうのですがそれはそれでダイエットにも良いですし、汗をかいても風がふくとより涼しさを感じます。歩き終わったら冷たいお茶を飲んでさっぱり。ただ砂まみれになります。



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。



### #Cool 14 健気な蝉たちを観察する夕涼み

自宅そばの川沿いの緑地では、真夏の夕方以降、蝉の幼虫の行進が見られます。そこからで羽化をがんばっていて、そのためにたくさんの幼虫が草や道の上を行くのです。抜け殻集めが好きな息子と、今年は夏の夕涼みがてらじっと観察してみたいと思っています。妻と娘はちょっと蝉が苦手なようですが、どうかな.....?



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「Bibii」は世界中で使われている。7月現在、息子は4歳4ヶ月、娘は3歳9ヶ月。



### #Cool 15 なるべく涼しいところでキャンプ

開き直って炎天下のなかでキャンプ!自分から望んで暑さをもとめていけば気分的には爽快なはずですが、キャンプ場によっては夜はだいぶ涼しいし非日常のなかで過ごせば暑さも快適です。ってなればいいですけど、結局暑いのでなんだかんだクーラーの効いた家でゴロゴロが一番ですね。



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。



### #Cool 16 渓流でゴロゴロ。

今私が住んでる伊勢平野は、山の渓流から海までの距離が短い特徴的な地形をしています。渓流ではアマゴが釣れたり、冷たい川の澄んだ水で遊べたり。暑い日は川の日陰のゴロゴロした石の上にカウチを置いて、ひと休み。クーラー要らずで、蚊も来ない自然の涼しさです。



パートナー **山田 落子**

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.



### #Cool 17 関西の夏の味。「ひやしあめ」でひんやり

2017年の朝ドラ『わろてんか』でも話題になった「ひやしあめ」。溶いた麦芽水飴に生姜の搾り汁を入れて冷やしたものです。優しい甘味と生姜の爽やかさで暑さも吹き飛びます。昭和の頃は、たこ焼き屋さんの店頭でコップ売りでした。令和の今は市販品があるので、おうちで涼んでま〜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。



### #Cool 09 ベランダに打ち水

ベランダに奥行きがあるせいか、床一面に水を撒いて網戸にしておくと、ふんわりと涼しい風が入ってきます。微風を感じながら、冷えたスイカを食べてくつら過ごすのは最高です。



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。



### #Cool 10 パピコ 梨

毎年夏から秋にかけて季節限定で発売される梨味のパピコを楽しみにしています。果肉・果汁が入っていて爽やかで美味しいです。何なら梨よりも好きです。



フロントエンドエンジニア **小川 大樹**

パペル販売員を経験後、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。



### #Cool 11 部屋の衣替え

毎年夏が近づくと、リビングのラグや寝具などを夏仕様に変更。ラグを白っぽい明るいカラーに変えるだけで見た目が涼しくなって、暑さがすこし軽減される気がしています。(子どもが産まれてから汚れる頻度が高くなってきたので、替えも用意しないとな...と思っています...)



グロースディレクター/デザイナー **竹田 笑里**

カメラ専門店にて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。



### #Cool 12 ネイルで気分アゲていくスタイル

普段足も手もネイルをしないのですが、夏だけは足のみですがネイルをします。技術もないので大したことはできませんが、サンダルやミュールからチラッと見える明るいカラーの自分のツツツやな爪を見ては、気分をアゲています(笑)。涼しくはありませんが、夏がたのしくなります。



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。



### #Cool 13 標高の高いところに行く

「暑ければ、涼しいところに行けばいいじゃない。」ということで週末に涼しいところに行くようにしています。自宅が箱根に近いというのもあるので山を登れば標高1000mくらいの場所がたくさんあるので、バイクでツーリングがてらふらっとお出かけするようにしています。



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、制作会社で幅広い案件に関わりたく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NIKKOR Z 50mm f/1.2 S



夏を涼しく過ごす  
私のユニークな方法



### #Cool 23 森永アロエヨーグルト味バー

一度はまるまると飽きるまで同じものを食べてしまうため、夏前に出会ってからずっと食べ続けているアイスです。こってりすぎず、爽やかすぎず、ちょうどいいところが魅力的なポイントです。アロエちゃんが入っています。今年はこのアイスとともに夏を乗り越える予定です。



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。フリーランスのWebデザイナーとしてクライアントのサイトの更新業務を大学を卒業後、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、パンナーデザインなどの仕事を受託し制作を行っている。



### #Cool 24 VRChatでホラーを嗜む

北海道の夏は短い。だから、涼しく過ごさんで無料な真似をしなくてよいと思うのだけど、あえて涼感が欲しいときはホラーゲームをキメることにしている。中でもVRChatにあるワールド、ほこピーランド内の「ヒュ研究社」がオススメ。怖くて全然先に進めないのはここだけの秘密だ。



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、某IT企業（上場企業）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。



### #Cool 25 森の奥にある小川でプアー

近所の海岸は海水浴客に占拠されてしまうのですが、森の方は地元民しかいない穴場です。山から吹いてくる風は川で冷やされて涼しくなり、鳥や蝉の鳴き声に囲まれ、携帯の電波も入らない。そんな場所で冷えたビールを飲んじやったりしたら...控えめに言って、最高です。



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。



### #Cool 26 クラフトビールで楽しむ夏のBBQ!

北海道に住む人は休日の晴れの日自宅の庭でBBQを楽しむ人が多い! BBQで肉を楽しみながら飲むキンキンに冷えたビールは暑い夏でもピッタリ。最近のお気に入りのクラフトビールは新潟の「月岡ブルワリー」。北海道にいても通販で購入できる最高のビールなので、取り寄せて贅沢を味わいます。



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。



### #Cool 18 暑いなかで、タイ鍋をつつく。

暑い夏の日庭で鍋なんて一見無謀に見えますが、実は最高です。常夏の気候のタイの屋台でつづいたタイ鍋を思い出しながら、汗をかきつつお酒を飲む。その後はシャワーでスッキリ、エアコンの効いた部屋でのんびり。これこそが真夏の贅沢です。



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している。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、タイ語の学習を続けている。— d-three (ディースリー)

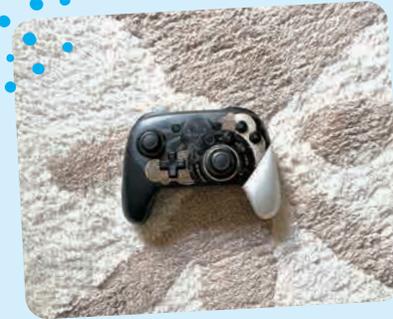


### #Cool 19 辛い麻辣を食べて汗をかく

一年中暑いシンガポール。麻辣香鍋は肉や野菜、練り物など好きな食材を選び、辛さを伝えると唐辛子や花椒などで炒めてくれる料理です。ご飯やヌードルと食べますが、辛いのがそこまで得意ではないので汗をかきながら食べています。



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。



### #Cool 20 暑い夏こそ家でゼルダ

若い頃には暑い夏は登山をしたりキャンプに行ったりアウトドアを楽しんだものですが最近はずっかりゼルダにハマってしまいました。週末の夜中にクーラーの効いたリビングで遅くまで冒険してます! 今すぐゼルダしたい。



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み、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。



### #Cool 21 涼しげな和菓子で目と口から涼をとる

暑い日はテバ地下をうろうろしながら涼みつつ、涼しげな和菓子を探します。クーラーのきいた涼しい部屋で、買って来た和菓子を盛り付け、まず目から涼をとり、ひんやり美味しくいただきます。



パートナー 赤池 澄子  
デザイナー。グラフィックデザインを学び、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。



### #Cool 22 ブルーベリーで楽しむ涼しいティータイム

自家製ブルーベリーが家庭菜園で旬を迎えています。収穫したてのブルーベリーを用いた、妻特製のケーキと一緒に、冷たいアイスティーを楽しんで暑さを快適に過ごしています。甘酸っぱいブルーベリーと冷たいティーの組み合わせが、暑い日々をほっと一息つけてくれます。



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。

STAFF VOICE  
Cool Summer!  
夏を涼しく過ごす  
私のユニークな方法  
暑い夏を楽しく快適に!

## 注目の国産ヘッドレス CMS microCMS



### 新しいCMSの潮流

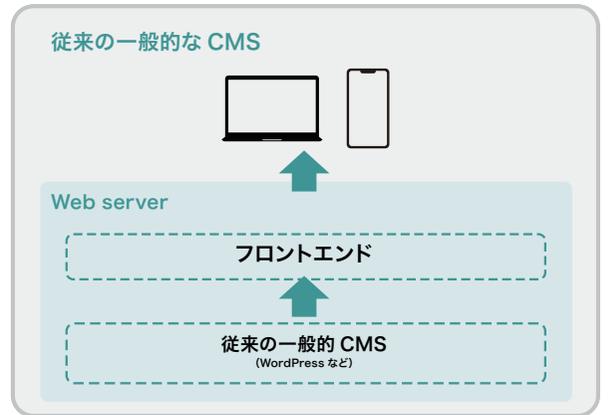
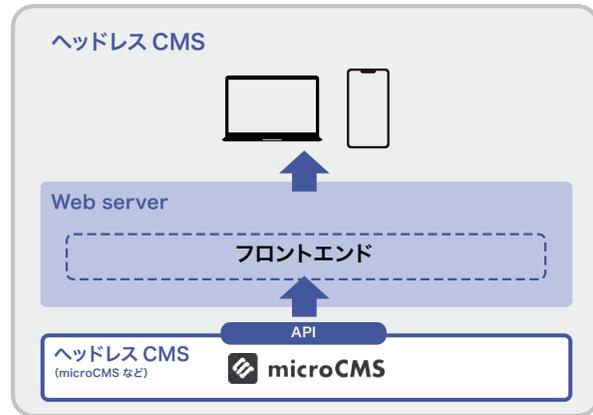
近年、Webサイトやアプリケーションの開発において、ヘッドレスCMSが注目を集めています。

ヘッドレスCMSは従来のCMSとは異なり、コンテンツの管理と配信に特化したCMSで、コンテンツのデータベースとそれを入力する管理画面のみで構成され、ブラウザで表示されるHTML(フロントエンド)の出力機能を持たないという特徴があります。

これにより開発者は、フロントエンド開発の制約がなくなり自由度の高いデザインや表現に対応しやすくなりますし、表示に必要なデータのみをやりとりすることで高速な読み込みや応答性を実現する高パフォーマンスなWebサイトを構築しやすくなります。

さらにAPI経由によるコンテンツ提供となるため、異なるプラットフォームやデバイスに対応することも容易になります。

### 注目の国産ヘッドレスCMS 「microCMS」



日本においてもヘッドレスCMSの需要が高まっており、その中で注目を浴びているのが「microCMS」だ。

microCMSは、日本国内で開発されたヘッドレスCMSで、多くの開発者や企業によって採用されています。その人気の理由は使いやすさにあるといっても過言ではないでしょう。

### microCMSの特徴

まず、microCMSの管理画面は、国産ならではの、日本語による直感的でシンプルなインターフェースを提供しています。これにより、コンテンツの作成や管理が非常に簡単に行えます。

日々のコンテンツ更新にとって、これはとても大切なところではないでしょうか。

さらに、前述のとおりCMS内にフロントエンド出力機能を持たないという特徴のため、開発者は自由度の高いデザインや表現と、様々なAPIを組み合わせた高機能で魅力的なWebサイトやWebアプリケーションを容易に実現することができます。

カスタムフィールドの機能も有しており、要件に合わせて管理画面そのものをカスタマイズすることも可能です。

一方で、デメリットがないわけではありません。

microCMSに限ったことではありませんが、ヘッドレスCMSはコンテンツ管理のみに特化したCMSであるため、逆に言えば、フロントエンド開発が必要となります。

特に独自のデザインや機能を追加する

場合には、高い技術力や追加の開発作業が必要となる場合があります。

また、まだまだ歴史が浅いため、従来のメジャーなCMSが持つ高度な機能、多彩なプラグイン、複雑なワークフローに対するサポートは限定的です。特定のビジネス要件やプロジェクトの機能要件次第では、他のCMSの検討が必要になるでしょう。

とはいえ、フロントエンドと、コンテンツのデータベースが分離したアーキテクチャによる柔軟性とそれがもたらす高いパフォーマンスは、そのデメリットを補ってあまりあるメリットを有しており、ヘッドレスCMSが次世代のCMSとして注目されているのも頷けます。

導入に際しては、プロジェクトの要件や目的に基づいてフィット&ギャップ分析を行い、総合的に評価することが重要です。

### お気軽にシナップへご相談ください

この記事を読んでmicroCMSやヘッドレスCMSに興味を持たれた方、microCMSの導入を検討している方がいらっしゃいましたら、ぜひ一度シナップにご相談ください。

シナップは、microCMSのパートナー登録企業であり、microCMSの開発経験があります。

またヘッドレスCMS以外にもこれまでの多くのCMS導入実績があります。長年の経験と専門知識をもとに、お客様のニーズに合わせた最適なソリューションを提案いたします。



オフィスに入るTHE FOLKS BY IOQの開放的な吹き抜けから

## リアルとリモートを上手に使った、柔軟なコミュニケーション

新しいオフィスに移転してから1年と数ヶ月が経ちました。全国にスタッフやパートナーさんのいるシナップは基本的にはリモートワークを採用していますが、外出も次第にやすくなった昨今、都内近郊にいるスタッフはその日の気分や業務によって、自宅とオフィスを気軽に使い分けています。最近はこちらのリモートワークとオフィスワークの両方を取り入れた働き方をハイブリッドワークと呼ぶそうですが、こうした働き方を採用している企業も増えていくと聞きます。

実際に私たちが感じるメリットは、働き方の自由度が高まり、業務の生産性やスタッフの満足度が向上することがあげられます。また、この柔軟な就業スタイルは人材採用においても企業の魅力や個性となりそうです。一方で、リモート組とハイブリッド組が二分して、情報の差

が生まれないように注意が必要です。基本的にはリモートワークを前提とした情報共有を行い、仕事はリモートで完結できるようにする必要があります。

シナップは以前からこうしたコミュニケーションのルールが徹底されていること、新しいオフィスにはリモートワーク前提の個室MTGスペースやオンラインMTGをすぐに始められる設備など、外部とのコミュニケーションもスムーズに進めることができる工夫を沢山しています。

リアルなコミュニケーションにもたくさんの良いところがあります。将来的にどのような働き方が主流になるかはわかりませんが、リアルとリモートを上手に使って、柔軟なコミュニケーション環境をこれからも模索していきたいと思っています。オフィスにもぜひ遊びに来てください。