

Web デザインの設計に必要な ワイヤーフレームの作り方ガイド!

目的や注意点をチェック

0 テレアート

01

Web デザインの設計図「ワイヤーフレーム」とはどんなもの？

ワイヤーフレームとは、「**サイトのレイアウト**」「**機能**」「**コンテンツ**」など、**Web サイトの構造をわかりやすく図案化したもの**で、実際のデザインやコーディングの前段階で作成します。ワイヤーフレームはレイアウトや要素の配置が一目でわかるようになっており、コンセプトに沿っているか、クライアントの要望とマッチングしているかなどの確認が容易に行えます。また、デザイナーや開発者は完成図を想定しながら進められます。そのため、効率的な開発ができるほか、問題点にも気づきやすくなります。

クライアントとも共有してフィードバックが得られるため、開発段階や開発終了後に大幅な修正が発生しにくく、双方にメリットがあります。



01 Web デザインの設計図「ワイヤーフレーム」とはどんなもの？

Q ワイヤーフレームは誰が作る？

ワイヤーフレームの作成は、プロジェクトの **Web ディレクター** が行います。これはクライアントからヒアリングするのが Web ディレクターであり、クライアントの要望を一番理解しているからです。

ワイヤーフレームは、いわば Web サイトの設計図です。そのため、作成者はデザイン経験者である必要はありません。

重要なのは

クライアントとのヒアリング時に適切な情報を集め、それを確実に反映させる能力です。

＼ワイヤーフレームと混同しやすい！／ Q デザインキャンプとの違いは？

ワイヤーフレームは**土台部分のみ**のものであるのに対して、デザインキャンプは「**タイポグラフィー**」「**カラーパレット**」「**画像**」などの**ビジュアル要素を決定するため**に使用されるものです。デザインキャンプはほとんどの場合、Adobe Photoshop や Sketch などのデザインソフトウェアで作成し、「スタイル」「色」「グラフィック」を決めていきます。ワイヤーフレームとは違い、より完成に近い形を提示することが可能です。

大きな違いは

ワイヤーフレームは**土台部分のみ**の作成、デザインキャンプは**Web サイトに命を吹き込むためのビジュアル要素を作成する工程**であることです。

02

ワイヤーフレームはなぜ必要？作成する3つの目的

01

情報整理をしてレイアウトを決めやすくするため

ワイヤーフレームを使うと**情報の整理がしやすくなり**、レイアウトに必要な**機能の配置を決めやすくなります**。これによりレイアウトの配置で問題が起こることを防ぎ、作業効率の向上が期待できます。

ワイヤーフレームを作成せずに開発を行うと、異なるページ間でユーザーに与える印象が統一性のないものになる恐れがあります。ページ間の相違は、多少の違いでもユーザーに不快感を与えます。問題となれば開発の段階で修正を行う必要があります。ワイヤーフレームの作成は、こうした差異をなくし、**クオリティーが高く統一感のある外観を実現するため**に行います。

02

チームやクライアントとのすり合わせをしやすくするため

言葉だけでは伝わりにくいクライアントやエンジニアとのコミュニケーションや**複数人がデザインに関わる場合でもすり合わせがしやすくなります**。ワイヤーフレームを提示することで**サイトの方向性や構成の意図などを共有**でき、プロセスの早い段階でクライアントを含む多方面からのフィードバックをもらえます。これによりコミュニケーションミスを防ぎ、完成間近になって要望を再現できずに手戻りになるような事態を防げます。

03

議論やアイデア出しをスムーズに行うため

クライアントが提示するコンセプトや要望を的確に具現化するには、アイデア出しや議論が不可欠です。しかし、これを会話だけで行っているのは、机上の空論となる恐れがあります。

議論のもととなるツールとしてワイヤーフレームを利用することで、**ディスカッションやアイデア出しを促進**でき、関係者は**共通の完成イメージ**を持ちながらコンセプトを作り上げられます。

03

ワイヤーフレーム作成前に押さえておきたい注意点は？

POINT

必ずレビューをしてもらう

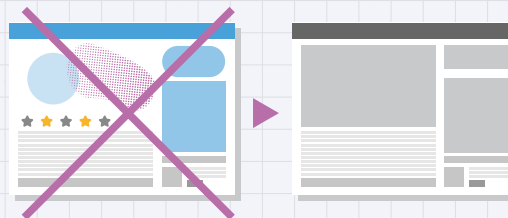
ワイヤーフレームの作成後には、社内のメンバーにレビューしてもらうことが重要です。多くの目を通すことで違う視点加わるため、不足や見落としがないかどうか確認するのに役立ちます。また、ワイヤーフレームがクライアントのニーズを満たすように設計されているかといった検証も行えます。



POINT

フレーム内にデザイン要素は極力入れない

アイコン、色合い、背景など、デザイン要素は最小限に抑えましょう。ワイヤーフレームはあくまでも開発のための設計図として使用されることを意図しており、完成品ではありません。デザインに凝ってしまうと、機能面における追加点や修正点に目が向かず、ワイヤーフレームの意味合いがなくなります。また、余計なデザインを加えることで、デザイナーの創造力を奪ってしまう危険性もあります。



POINT

事前に競合サイトや参考となるサイトの分析をする

競合サイトや参考サイトに訪問して、「レイアウト」「導線」「コンテンツ」などを分析することは重要です。差別化のポイントや、成功しているWebサイトから踏襲したい部分も見つかります。新たな視点からレイアウトやコンテンツ配置などを参考にできるので、作成するWebサイトをさらにブラッシュアップできます。



04

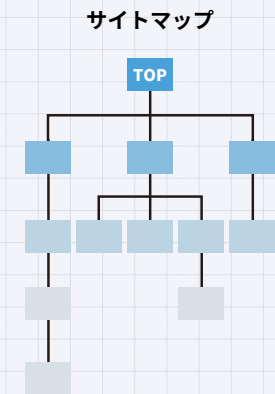
4STEP で進める！ワイヤーフレームの作り方

STEP1

サイトマップをもとにワイヤーフレームを作成するページを決める

初めに、ワイヤーフレームに落とし込むページをサイトマップから決めます。サイトマップは、Webサイト内のページ間の関連性を示したもので、通常はトップページから階層ごとにツリー状に記載します。これを参考にすることで、どのページが重要で、どのように構成すべきかを効率的に把握できるようになります。

基本的にサイトマップに記載してある階層の違うページはすべて、ワイヤーフレームを作成します。場合によっては、同じ構成のページが複数存在することがありますが、ページ構成が同じであればワイヤーフレームはひとつで問題ありません。また、ワイヤーフレームには優先度があります。重要度が高いものは必ず含めなければいけません。たとえば、トップページや Web サイト作成の目的となるページは、必然的に優先度が高くなります。



STEP2

そのページに掲載すべき情報を整理する

サイトイメージのロゴ、コピーライティング、メニュー、任意のリストなど、ページに含めるすべての情報を整理します。このとき必要な情報に漏れがないように、クライアントと事前に入念な打ち合わせをしておきましょう。

情報が整理できたら、必要な情報をユーザーに確実に閲覧してもらうために、それぞれの要素の優先順位をエクセルなどのシートにまとめていきます。優先順位の高いものは、浅い階層に配置します。もし優先順位を考えずに要素を入れ込んだ場合、閲覧してもらいたい情報が下層に配置されてしまい、思ったような効果が得られない恐れがあるからです。

04 4STEP で進める！ワイヤーフレームの作り方

STEP3

目的に合わせてレイアウトを決定する

Webサイトに入れる情報の抜き出しが終わったら、レイアウトを決めます。ページの役割や目的に合わせて、主に以下の4つのレイアウトパターンから適切なものを選択します。

シングルカラムレイアウト



列がひとつしかなく情報が縦に並びます。画面をスクロールするごとに情報が出る仕組みです。大きなオブジェクトを置けるのでインパクトをもたせることができ、余計な情報を入れず見せたい情報だけを訴求できます。

マルチカラムレイアウト



列が複数あるレイアウトで、通常は2カラム以上のことを指します。本文などの情報が中央にきて、端にメニューや広告が配置されるため、常に表示させたい情報量が多い場合に向いています。

グリッドレイアウト (タイルレイアウト)



カードを並べたように情報が配置されるレイアウトで、統一感を持たせられます。TOPページなど、情報や要素を等価に扱いたいときに向いています。

フルスクリーンレイアウト



画面全体で表現をするレイアウトです。デザイン性が高く、ダイナミックな表現が可能です。ブランドの訴求に利用されることがよくあります。

04 4STEP で進める！ワイヤーフレームの作り方

STEP4

実際にワイヤーフレームを書く

整理した情報を、決定したレイアウトに準じて配置していきます。実際にワイヤーフレームを作成するには、Adobe XD や Figma、Cacoo などのツールを利用すると効率よく作業でき、誰にとっても見やすいものを作成できます。その他、Excel や PowerPoint、Google スプレッドシートでも作成できます。いきなりツールで作成するのが不安な場合は、最初に手書きでラフデザインを描いてから行うとよいでしょう。完成したらいったん自分の目で全体を確認し、他のメンバーにシェアしてフィードバックをもらいます。そうすることでより完成度の高いワイヤーフレームを作成できます。

ワイヤーフレームの作成はクライアントとのコミュニケーションミスを防ぎ、フィードバックも得られやすくなります。

また、関係者全員がサイトの目的や完成図を想定しながら進められるので効率的な開発ができるほか、問題点の早期発見にも繋がります。



05

日本テレビアートのWeb制作

日本テレビアートでは、クライアントが求める理想のWebページの情報整理を行う際に、ご紹介したワイヤーフレームを活用します。そうすることで、クライアントが求めるWebページの具体性を上げ、認識の齟齬が生じることなく作成を行えるようになると考えております。そして、ワイヤーフレームの作成と並行して、テレビをはじめとしたエンターテインメントコンテンツの制作で培った多彩なデザイン制作の経験を活かし、Webページ作成の目的に沿うデザインの提案を行っております。



Service Pattern 01 コーポレートサイト

課題提示から施策、サイトマップ、ワイヤーフレーム、デザイン提案まで一気通貫で企業の課題解決を促進するコーポレートサイトをご提供します。独自CMSやアプリケーションサービスの提案も可能です。（※一部協力会社からの提供あり）

Service Pattern 02 キャンペーンページ(LP)

キャンペーンの目的に即したペルソナの策定、サイト訪問者の導線確保を行い、キャンペーンを成功に導きます。公開から一定期間経過後の改善施策も提案します。

Service Pattern 03 ART meets STUDIO

Web制作ツール「STUDIO」を利用して通常制作よりリーズナブルでスピーディーなWeb制作サービスを行っております。

Thank you for reading



\ CLICK! /

WEBサイト
はこちら



テレビ放送を通じて多くの視聴者の目に触れる
デザイン制作を日々行っているため
各種ニーズに沿った柔軟な提案が可能です。

イベントやセミナーのオンライン配信サポートも
行っておりますので、ぜひ一度、ご相談ください。

日テレアート

株式会社日本テレビアート 〒105-7421 東京都港区東新橋 1-6-1 日テレタワー 21F
TEL:03-5962-8600 FAX:03-5537-3570 WEB :<https://www.ntvart.co.jp/>