

セルフ写真館がテーマによる  
架空コーポレートサイトの  
スマホ特化型Webデザイン  
(仮名)

情報メディア学科 齋藤一ゼミナール

2021502 松村一志

# 目次

01	セルフ写真館とは	06	使用技術
02	スマホ特化型とは	07	参考サイト
03	背景・目的	08	スケジュール
04	ターゲット層	09	まとめ
05	配色・フォント	10	今後の課題

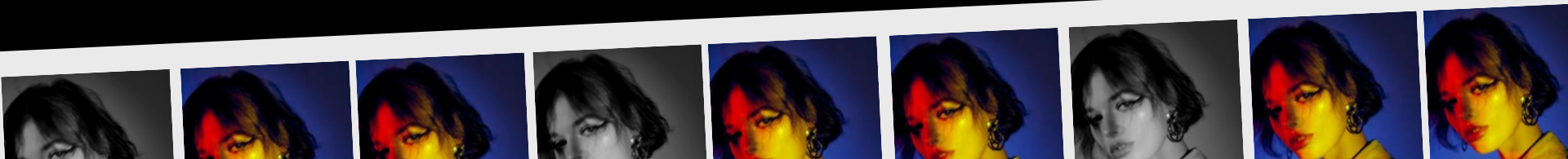


# セルフ写真館

#自分でシャッターを押して写真を撮る撮影スタジオ

#韓国発祥で日本でも全国各地で相次いで出店中

#10代や20代の若者を中心に流行している



# 特徴：一般的な写真館と比較

特徴	セルフ写真館	貸切型写真館
撮影時間	15分・30分など	2時間前後
カラー	モノクロまたはカラー	カラー
メリット	手軽に自分でシャッターを切って低料金の写真撮影ができる	リラックスしてプロにおまかせの記念撮影ができる
カメラマン・スタッフ	担当スタッフなし 手元のシャッターで撮影	プロカメラマン +コーディネーター

# 特徴：用途・シーン



## お友達

仲の良い友達と一緒に  
思い出作りを



## 恋人

デートや大切な記念に  
思い出のプレゼントを



## お仕事用

SNS等の宣材写真に  
個性ある一枚を



## マタニティ

お腹の赤ん坊と  
今しか残せない素敵な撮影を



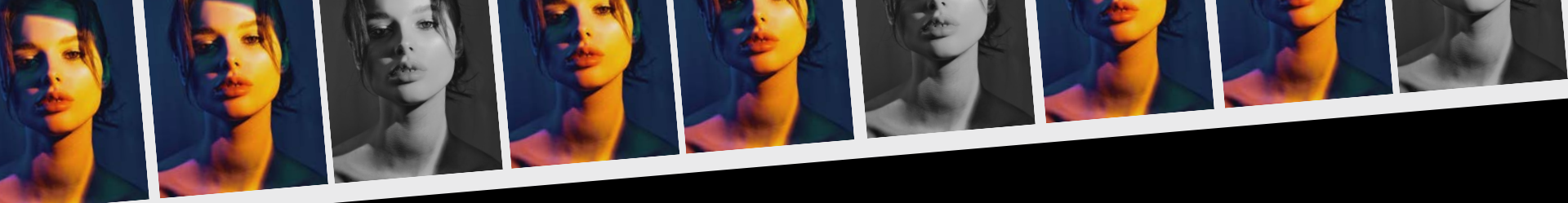
## パートナー

結婚や婚約の前撮りに  
記念として残そう



## 特別な記念日

イベントや記念日の思い出に  
誕生日祝いや七五三などにも

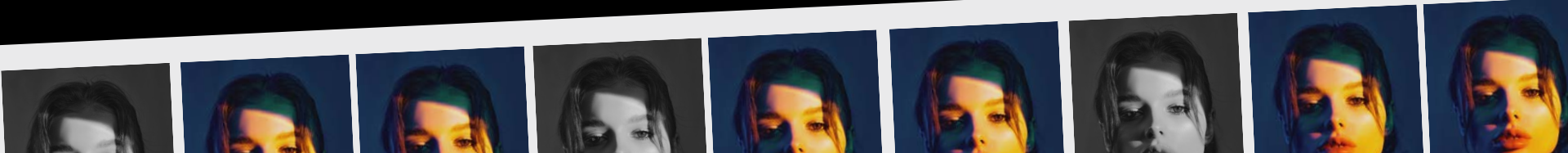


# スマホ特化型

#スマホ画面でのデザインを最重要視したもの

#スマホファーストともいい、モバイルファーストの一部

#モバイルユーザーにも、PCにも使いやすいデザインを意識するのが大事



## 要因：ネットの利用環境

# スマホ

ネット利用者：全体の96%

スマホのみ：59%

スマホとPC：37%

# PC

ネット利用者：全体の38%

PCのみ：1%

スマホとPC：37%

# 特徴：レスポンスと比較

特徴	スマホ特化型	レスポンス
特徴	PCのレイアウトがない スマホ重視のデザイン	PC・SPなどのレイアウトがある 汎用性重視のデザイン
基準	スマホ版のデザインがベース 基本的にスマホ版のデザイン	PC版のデザインがベース 情報を削りながらモバイルに適応
目的	スマホユーザーが快適に 利用・閲覧できること	PCやタブレットユーザーにも 快適に利用・閲覧できること
メリット	制作コストの減少 読み込み速度の向上など	Webサイトの管理が簡単 SNSで共有されやすいなど



# 背信者

2023.03.03日 - 03.08日

本公演 / オンライン配信2A

主催 株式会社 1242.com  
制作 株式会社 1242.com



Intro

作品について

Cast & Staff

キャストとスタッフ

Ticket & Schedule

チケットとスケジュール

Access

会場情報

Magazine

ブログ記事

Contact

お問い合わせ

Ticket Buy >

チケットを購入する



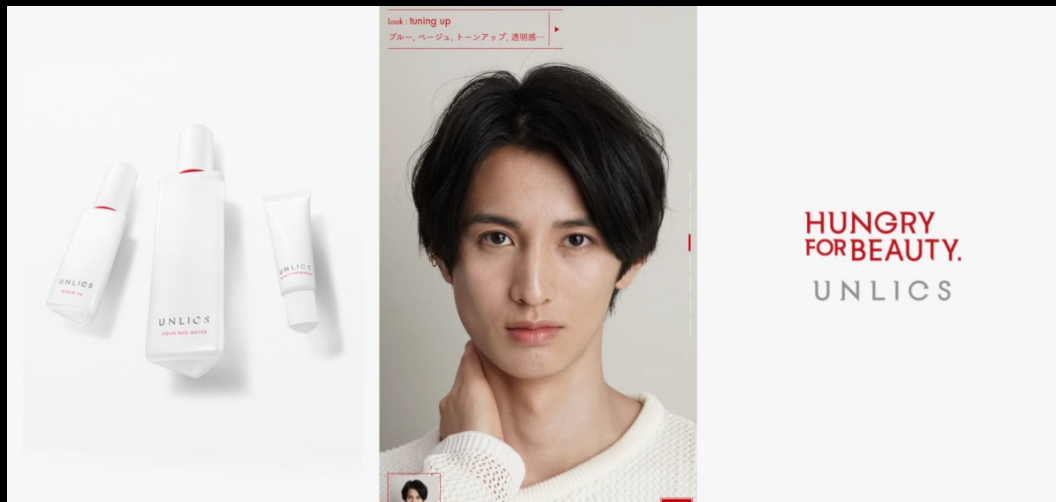
ナビゲーションを表示

## 事例

スクロール量が増加するため、  
ストレスを感じさせないように  
左右にナビゲーションを追加した  
デザインが主流となっている

舞台『背信者』

<https://event.1242.com/events/haishinsha/>



コンセプトやデザインに沿った写真やイメージを表示

# 事例

特定の情報を掲載するのではなく、  
広いスペースにインパクトのある  
写真を掲載してコンセプトが  
伝わりやすいようにしている

UNLICS BEAUTY DIG-TIONARY | UNLICS (アンリクス)  
url: <https://dig-tionary.unlics.jp/6>



補足情報を表示

# 事例

おすすめの商品などをモバイルへ誘導するためのQRコードや電話番号・メールといった連絡先等の補助的な情報を掲載する傾向もある

7DAYS OUTER with KIDS OUTFIT | BEAMS  
url: [https://www.beams.co.jp/special/kids\\_outer/](https://www.beams.co.jp/special/kids_outer/)

# 背景

- セルフ写真館の利用者層は20代前後の女性が多い
- スマホのみでネット利用する女性が7割弱という結果が出た※  
→スマホ特化型のデザインが増える傾向
- セルフ写真館がテーマのスマホ特化型Webデザインがない  
(貸切型写真館はある)


※LINE：インターネットの利用環境 定点調査（2023年上期）  
<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2023/4634>



# 目的

- セルフ写真館をオープンするため  
予約・集客のためのサイトにする
- サイトは出来るだけコンパクトにする
- パソコンユーザーにも使いやすいように  
考慮したスマホ特化型デザインにする





# ターゲット層

#5W1H

#ペルソナ

#サービス利用までのストーリー



# 5W1H

## WHO

20代前後の女性  
こだわりが強く自分のスタイルを確立している

## WHERE

自宅・電車・職場（休憩中）に  
スマホから予約

## WHEN

一人や友人同士の思い出作りにしたい  
新しい自撮りの楽しみ方を見つけない

## WHAT

新しくオープンするセルフ写真館を  
知ってもらい、予約・来店して欲しい

## WHY

自分に合った写真館を見つけたい

## HOW

SNS(主にInstagram)  
例：Instagram→HP→予約→来店



## ペルソナ（女性）

名前：大岩 環（おおいわ たまき）

年齢：26歳 独身

職業：マーケター（大手化粧品会社勤務）

年収：500万円

世帯：ひとり暮らし

趣味：ファッション・コスメ

SNS：Instagram

休日：家でインスタ、ショッピング、写真撮影

行動時間：9:00-24:00





高校時代から美容やファッションに興味をもつ

大学に進学しマーケティングを学ぶ

イベント運営やサークル活動に積極的に参加  
→コミュニケーション能力に長けている

休日はポートレートモデルの仕事をしている  
→写真撮影や自撮りに強い興味・関心がある

自分のスタイルを持っており、こだわりが強い

仕事柄、人と接する機会が多く、見た目気に使っている  
→ネイルサロンや脱毛サロンにも通っている

身長は158cm程度で、最新のファッションを常に意識  
→きれいなファッションを好む。

スタイルは「#ポートレート」「#ヘアメイク」  
「#ファッション」のタグを中心にインスタを参照



## サービス利用までのストーリー

認知：

Instagram利用中、友人が投稿した自分の写真を見て、利用していたセルフ写真館を知る。

情報収集：

他にもInstagramで自分で自由に写真が撮れるセルフ写真館を検索。

比較：

近場で良さそうなお店を3件まで絞り込む。

来店予約：

Instagramに載せてあったフォトギャラリーの内、好みのものが一番多いのが当店だったことと、Webサイトを見てお洒落と感じ、行ってみたいと思ったため予約した。

# 配色・フォント ※現時点での候補



#FBF7F0



#555555



#8EA4C5



#FBFBFB



#2B2B2B

---

背景

---

文字

日本語 : Shippori Mincho

英語 : Marcellus

書き出し : *Antro Vectra*

使用技術





テーマに関する情報や構成の参考

# 参考サイト

## コンテンツ面

- ・豊富なサービスとお得な料金プラン
- ・上品さを感じる配色
- ・デザインは古い印象
- ・読みにくい部分が多々ある

女性に特化したセルフ写真館 | SELFIE TOKYO  
<https://selfietokyo.com>



写真を活かしたデザインやレイアウト等の参考

# 参考サイト

## デザイン面

- ・写真の魅力を活かしたデザイン
- ・PC版での背景にも工夫がある
- ・トップページの情報量は必要最小限  
→スクロールの手間削減=離脱率↓

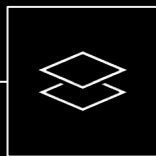
神戸 成人式前撮り・後撮り | LUNA  
<https://luna-seijinshiki.com>

# スケジュール※前後あり



12/20-21

サイト情報の  
設定



22-24

WF制作

25日に進捗報告  
(18:00まで)



26-1/14

デザイン

15日に進捗報告  
(18:00まで)



16-29

修正

随時進捗報告  
30日に最終提出  
(18:00まで)



31-2/12

論文執筆

随時進捗報告  
13日に最終提出  
(18:00まで)

# まとめ

## 目的

セルフ写真館をオープンするため、予約・集客のためのサイトにする

サイトは出来るだけコンパクトにする

パソコンユーザにも使いやすいように考慮したスマホ特化型デザインにする

## 制作内容

セルフ写真館がテーマによる架空コーポレートサイトのスマホ特化型Webデザイン

## ターゲット

20代前後の女性

こだわりが強く自分のスタイルを確立している



# 今後の課題

- サイト情報の設定
- WFの作成
- デザイン案の作成