

Ryohei's

Portfolio

太田諒平 2020年8月

オンライン上で公開しているため一部、非公開の情報がありません。

# Profile

非公開

氏名：太田諒平

生年月日：非公開

電話番号：非公開

E-mail：非公開

最終学歴：大阪工業大学情報科学部情報メディア学科（平成29年3月 卒業）

経験職種：システムエンジニア、プログラマ

# Skills



HTML5

W3Cに準拠したコーディング



CSS3

レスポンス対応  
アニメーションの実装



JavaScript

オブジェクト指向開発  
ライブラリの活用



Dreamweaver

コーディング機能、フォルダ構成、FTP操作



Photoshop

基礎操作、トリミング、レイヤーマスク



Illustrator

基礎操作、パスツール、ベジェ曲線での作図



Officeソフト

実務経験3年以上



プログラミング

C#、C++実務経験1年以上



DB

実務経験2年以上（運用のみ）

# Web制作



タイトル:  
teach49 official website



URL:  
<https://teach49.netlify.app/>（公開・運用中）



目的:  
職業訓練での制作演習にて制作。  
知人で依頼者のグッズデザイナーの公式サイト。  
デザイナーとしての知名度上げて、ブランドとして  
Webサイトを作りたい。またグッズ購入のきっかけにもなるサイトにする。



ターゲット:  
※ 依頼者へヒアリングの結果、次のようにターゲットを設定  
20代の男性。オリジナリティあるグッズ集めが趣味。個人制作のグッズを購入することもある。  
スマホを使って、お気に入りのグッズをよく探している。



制作時間:  
12日間（依頼者へのヒアリング時間含む）



## クライアント情報

名前：teach49(活動名)

年齢：20代

性別：男性

特徴：イラストを描くことが趣味で、グッズ販売サイト「SUZURI」にてオリジナルグッズの作成・販売している。



## 依頼内容:

デザイナーとしての知名度を上げたい。  
SNSは使っているものの、新作ができたとき・購入があったときのみに情報発信をしている。そのため、Webサイトでは過去実績や制作に対する気持ちを発信したい。  
集客・利益向上というよりは、活動内容を知ってほしい。



## 提案:

Webサイトでは、これまでの作品内容や作品に対する思いを発信して、ブランドを根付かせる。  
サイト訪問者は、元々ある程度興味を持っていることを想定して、より深い興味を惹いて購入へと誘導させる。  
購入サイトとWebサイトを行き来してもらうことを想定して、SP主体のレイアウトにする。

# トップページ

制作1



TOPページのスライドショーでは、SPとPCで表示する画像を切り替えています。

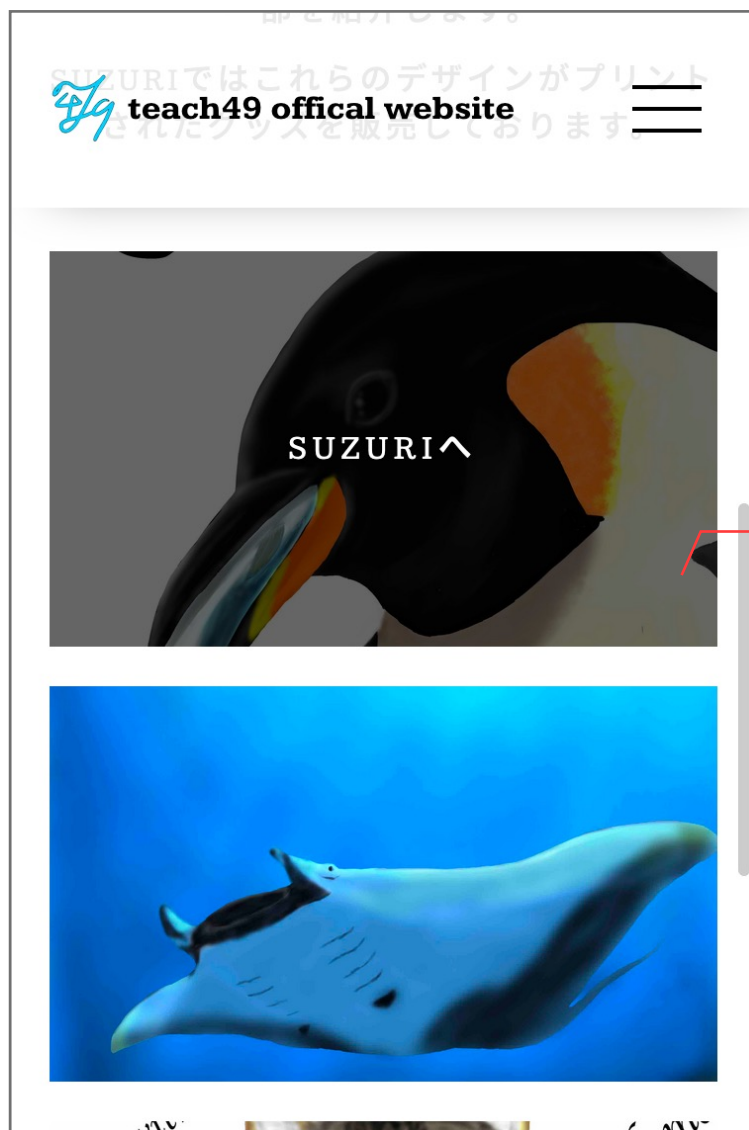
① SPでは画面幅が狭くなるため、画面横幅一杯まで表示して強調させています。

また画像全体に薄いカバーを被せて、画像の説明文を読みやすくしています。

② PCではコンテンツ幅に画像を表示します。

左側に画像の説明文と詳細文を載せています。





①SPでは各画像を縦に列挙します。

各画像はコンテンツ幅で表示させて、高さはすべて同じ固定値で見やすくしています。

ホバー時にはやや拡大し、黒い半透明のカバーを被せてテキストを表示させています。

②PCでは、横に画像を列挙して、1画面ですべてのイラストを閲覧できるようにしてます。

PCでは横幅を4等分したときに一列に表示されるようにしています。





TOPページのAboutセクションでは、キャッチコピーでユーザの興味をひき、下層ページとグッズ販売サイトへのリンクボタン両方を配置して、ユーザ導線を意識しました。

- ① 依頼者の制作スタイルや制作にかける思いなどをキャッチコピーで表現しました。  
本文よりも大きめのフォントを使うことでより強調しています。
- ② キャッチコピーから興味を持って、下層ページまたはグッズ購入サイトへすぐへ訪問できるようボタンをそれぞれボタンを配置しました。  
ボタンのアイコンも別ページ、外部リンクのどちらなのかわかるようにそれぞれ設置しました。  
テキストとボタンだけのシンプルなデザインに留めて、より興味を持ってもらえるようにしています。

## 今後の課題と運用

このサイトは、依頼者に納品して運用を続けています。

今は、無料のホスティングサービスにて運用をしておりますが、今後は、独自ドメイン取得の取得、WordPress化などを依頼者と検討しています。

また、SUZURIでの売上げアップなどのサイトによる効果は、半年～1年の期間で分析しようと考えています。

### ❗ 課題:

1. デザインに目を惹かない
2. 素材画像にインパクトがない
3. 表示速度が遅い
4. HTML・CSSのコードが煩雑

### ✓ 次のアクション:


1. 多くのWebデザインに触れて、手を動かして制作数を増やしていく。
2. 素材サイトなどを活用してインパクトある素材を探す。
3. 画像はjpg形式にするなど、画像サイズも適切なサイズにリサイズする。
4. BEMなどのCSS設計を取り入れる。SCSSなどをもっと活用していく。





# 訓練課題制作


制作2




 タイトル:  
戸伏夢工務店

 URL:  
<https://tosefumu-komuten.netlify.app/>  
(公開のみ)

 コンセプト:  
職業訓練での制作課題として制作。  
会社の信頼性をアピールしたり、会社の名刺代わりともなれるようなホームページの制作を行いました。

 ターゲット:  
50代男性。  
築40年以上の持ち家のリフォームを考えている。  
自身も働いているため、夜に自宅のPCで施工を依頼したい工務店を探している。

 制作期間:  
3日間



## クライアント情報

名前：戸伏夢（とふせむ）工務店

所在：〒569-0067 大阪府高槻市桃園町2番2号

連絡：072-674-4321

特徴：創業30年

地元の工務店として住宅メーカーや大手工務店の下請けや近隣住宅のリフォームなどを行ってきた。

近年、住宅コストの低下に伴って個人客からのリフォームを受けるようになってきた。  
従業員5名（事務員1人）の小さな会社。



## 依頼内容:

基本的には存在するだけでOK。

今時、Webサイトのひとつもないと信用してもらえないので。

Webサイトによる集客にはあまり期待していない。

が、問い合わせのひとつも入れば充分だと思っている。



## 提案:

Webサイトでは、会社情報や施工事例を掲載して実績のある工務店であることを示す。  
集客は考えてとのことだが、連絡手段としても使えるためにお問い合わせエリアは設計する。

トップページでも十分に情報が伝わるようにコンテンツをレイアウトする。

# トップページ（トップビュー）



職業訓練の制作課題として作成したWebサイトです。

大阪高槻市にある工務店からコーポレートサイトの制作依頼を受けたという想定で制作しました。

① トップ画像では、キャッチコピーと画像を被せて躍動感を表現しています。テキスト部分が読みにくくならないように、半透明のカバー背景を設置しています。

② 自社の信頼性をサイト訪問者へ伝えたいため、TOPページで自社について簡潔に紹介し、より詳しい詳細は下層ページへ誘導するためのボタンを配置しました。

# トップページ（施工事例・CTAエリア）

制作2



① 施工風景の画像を掲載し、施工事例の紹介するコンテンツを作成しました。

施工実績を紹介することで、信用と施工時のイメージを訪問者へ伝えています。

② TOPページ最後にはCTAエリアを設けました。

TOPページだけでも十分に工務店の情報を伝え、最後にお問い合わせがすぐに行えるようCTAエリアを配置しました。

③ ヘッダーおよびフッターには電話番号を記載しています。他のテキストよりもやや大きくフォントサイズを指定することで、視認性を高めています。名刺代わりのサイトとして、すぐに連絡が取れるようにできる工夫をしています。



# ご覧にいただきありがとうございました。

オンラインに公開している都合上、一部非公開にしている部分があったことをご容赦下さい。  
どうぞよろしくお願いいたします。

連絡先

TEL：非公開

E-mail：非公開

太田 諒平