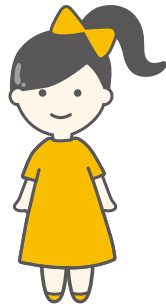


2020.12.6

# 超実践8月生 卒業制作

Graduation production

**1** オリエンテーション



**さあ、これからが本番です！**

卒業制作、とっても大事

まず認識しておいてもらいたいこと

まず認識しておいてもらいたいこと

**『2ヶ月後にはみなさん“プロ”になっていただく』**

まず認識しておいてもらいたいこと

**『2ヶ月後にはみなさん“プロ”になっていただく』**

卒業制作を通じてプロとしてのマインドを作っただけたらと思います



**WEBデザイン系の主な職種の  
志望者数と求人数の序列は  
次のようになっています**

人気↓

WEBデザイナー・コーダー／制作系

WEBディレクター／制作進行管理系

事務／運用更新／オペレーター系

↑求人数

いわゆる制作系は求人数の割には人気が高く、  
**未経験者は本来なかなか雇ってもらえない**、とおもっておいたほうがいいです。



**制作実績＝ポートフォリオ、超重要**

人気↓

WEBデザイナー・コーダー／制作系

WEBディレクター／制作進行管理系

事務／運用更新／オペレーター系

↑求人数

いわゆる制作系は求人数の割には人気が高く、  
**未経験者は本来なかなか雇ってもらえない**、とおっておいたほうがいいです。

**制作実績＝ポートフォリオ、超重要**

紙

WEB

両方必要



# いかに良質の制作実績を、一定数揃えられるか？

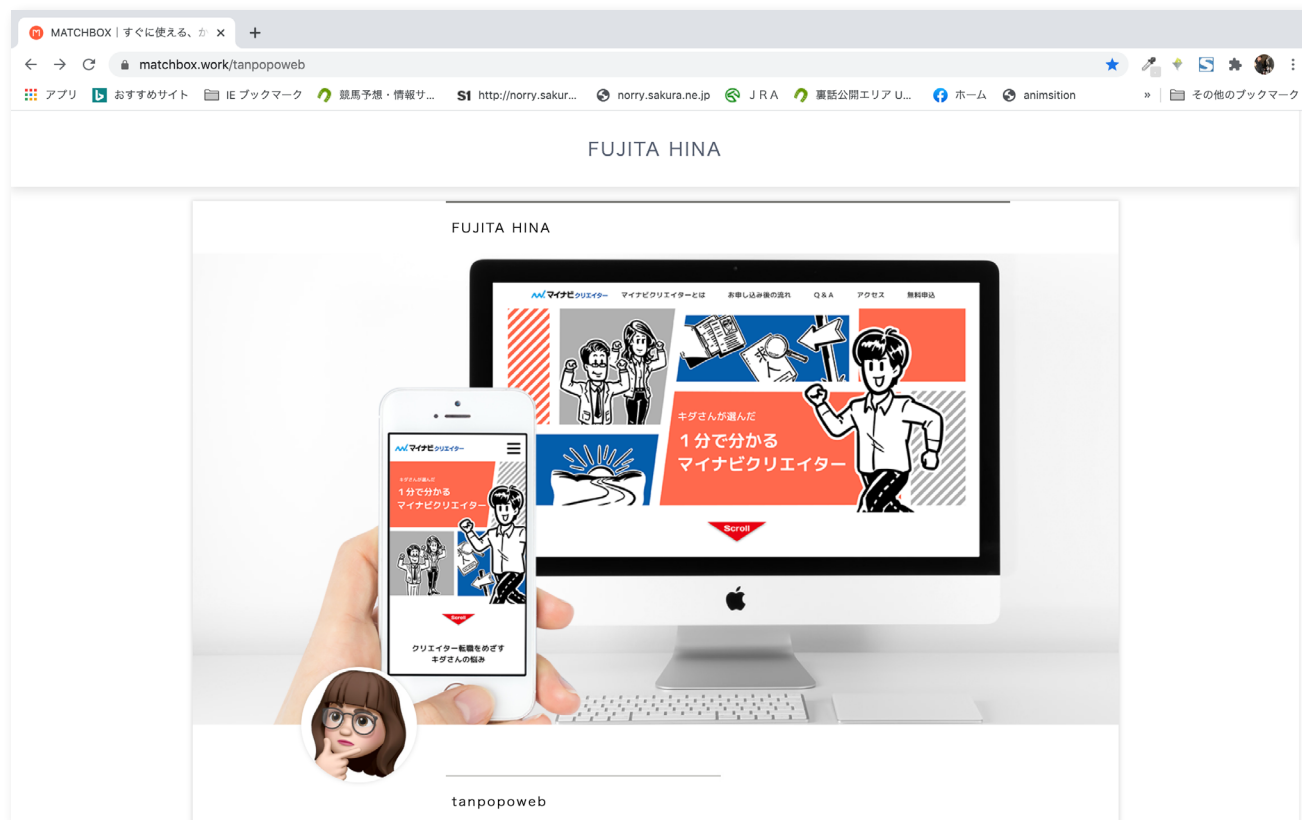
これを念頭に、制作に当たってください。

# とはいえ、ポートフォリオサイトまで手が回らないよね？

両方ムリな場合は紙のポートフォリオ優先、MATCHBOX、JimdoのようなWEBサービスを使うのも手

# MATCHBOX

就職活動や転職活動に使えるポートフォリオが、WEBとプリント同時に無料で作成可能。**ポートフォリオサイトをPDF化して印刷したい人におすすめ。**



## ポートフォリオ作成

ポートフォリオサイト作成を検討している人も、記載内容等参考になるんじゃないかな?と思います。

### ■藤田ひなさんのページ

<https://matchbox.work/tanpopoweb>

# 卒業制作のテーマ

# テーマは自由、なんでもOK

ちなみに、WEBサイトのタイプはざっくり次の3種類かな?と思います



## クライアント ワーク

**知り合いやお友だち  
等、頼まれて作るもの**

美容院のサイト、お店のサイト、会  
社のサイト、EC サイトなど



## プライベート ワーク

**ポートフォリオサイトな  
ど、自分のための作品**

ポートフォリオサイト、自社サイト  
など



## Web サービス

**Web上で、誰かの問題  
を解決するもの**

地域情報がわかるサイト、お天  
気サイト、Google のサービスや  
Facebook など


# ちなみに、例年受講生さんが制作する卒制も 3パターン

A solid blue circle containing the text 'クライアントワーク' in white.

クライアント  
ワーク

A solid green circle containing the text 'プライベートワーク' in white.

プライベート  
ワーク

A solid gray circle containing the text '架空のサイト' in white.

架空の  
サイト



クライアント  
ワーク

プライベート  
ワーク

架空の  
サイト

**ただし、『架空のサイト』は意外と難しいです**

会社の概要や業務形態等、すべて自分で設定しないといけないので、  
企画・情報設計の段階で躓きがちです



クライアント  
ワーク

プライベート  
ワーク

架空の  
サイト

**ただし、『架空のサイト』は意外と難しいです**

会社の概要や業務形態等、すべて自分で設定しないといけないので、  
企画・情報設計の段階で躓きがちです



**『誰かのために、役立つサイト』がオススメです**

# 卒業制作の目的

# 1. 授業内容の確認と復習、就・転職時の作品制作

制作者として就職を目指すなら、必ず作品は批評されます。見られます。作りきる、一つ以上作品があることが重要。

# 1. 授業内容の確認と復習、就・転職時の作品制作

制作者として就職を目指すなら、必ず作品は批評されます。見られます。作りきる、一つ以上作品があることが重要。



**超実践クラスの場合、すでにグラフィック、WEBのクライアントワークを経験しているので、計3点は制作サンプルとして持っていける(これは大きい!)**

これまでの制作物のブラッシュアップ、また他に制作サンプルとして持っていけるものがないか?等も考えておいてください

## 2. ディレクション(制作進行・企画書の制作・素材手配)

クライアントさまを納得させる資料を準備すること。素材の収集やスケジュール管理という作業内容を把握すること

## 2. ディレクション(制作進行・企画書の制作・素材手配)

クライアントさまを納得させる資料を準備すること。素材の収集やスケジュール管理という作業内容を把握すること



**「ディレクターの数だけ、ディレクションがある」と言われています**

いろんな人のディレクションを参考にする、話を聞く等、自分の「型」を探してください

## 2. ディレクション(制作進行・企画書の制作・素材手配)

クライアントさまを納得させる資料を準備すること。素材の収集やスケジュール管理という作業内容を把握すること



**「ディレクターの数だけ、ディレクションがある」と言われています**

いろんな人のディレクションを参考にする、話を聞く等、自分の「型」を探してください

**「企画書」と「プレゼン資料」を分けるのも、一つの手**

プレゼン時間はおそらく3分。『プレゼン資料は概要を一瞬で伝える』『企画書はトークなし・企画書のみで伝わるまで作り込む』それぞれ性質の違うものなので、分けるのも一つの手です



## 3. 得意分野(強み・弱み)の把握

デザインが得意なのか、デザインを今後もやってみたいのか。コーディングが好きなのか。JavaScriptに可能性を感じるのか。それとも、全体の流れを整える、ディレクターに魅力を感じるのか。



## 3. 得意分野(強み・弱み)の把握

デザインが得意なのか、デザインを今後もやってみたいのか。コーディングが好きなのか。JavaScriptに可能性を感じるのか。それとも、全体の流れを整える、ディレクターに魅力を感じるのか。



### 将来の、進むべき方向性と、自身の「訴求ポイント」の把握

その人の意向とポテンシャル、意外と採用者は見ているようです。「何がやりたいか」「何ができるか」を明確にしておくのも、就転職においては重要な?と思います

## 4. プレゼンテーションの経験値UP

「人前で話す」だけではなく、説明・意図を伝えるための話し方や伝え方を学ぶ。「プレゼンテーションが苦手」というのは当たり前です。むしろ、どんなに緊張しても最低限自分が伝えたいことは伝えられるよう経験と練習が必要です。そして、広い意味では、デザインとは伝える技術のことです

## 4. プレゼンテーションの経験値UP

「人前で話す」だけではなく、説明・意図を伝えるための話し方や伝え方を学ぶ。「プレゼンテーションが苦手」というのは当たり前です。むしろ、どんなに緊張しても最低限自分が伝えたいことは伝えられるよう経験と練習が必要です。そして、広い意味では、デザインとは伝える技術のことです



**「クリエイターズオーディション」を狙う人、プレゼン指導が付きます**

こちらは身振りや話し方等がメインになります。一度経験しておくのもいいんじゃないかな？と思います

## デザインの2軸

良いものを作る  
デザインスキル

いかに良いかを伝える  
プレゼンスキル

良いデザインというのは、クライアント様の理解があって初めて世の中に出るものだと思います。

プロとして『良いものを作る』というのは当然のことですが、  
それがいかにクライアント様にとって『良いデザインなのか』ということを伝えることも重要になってきます。

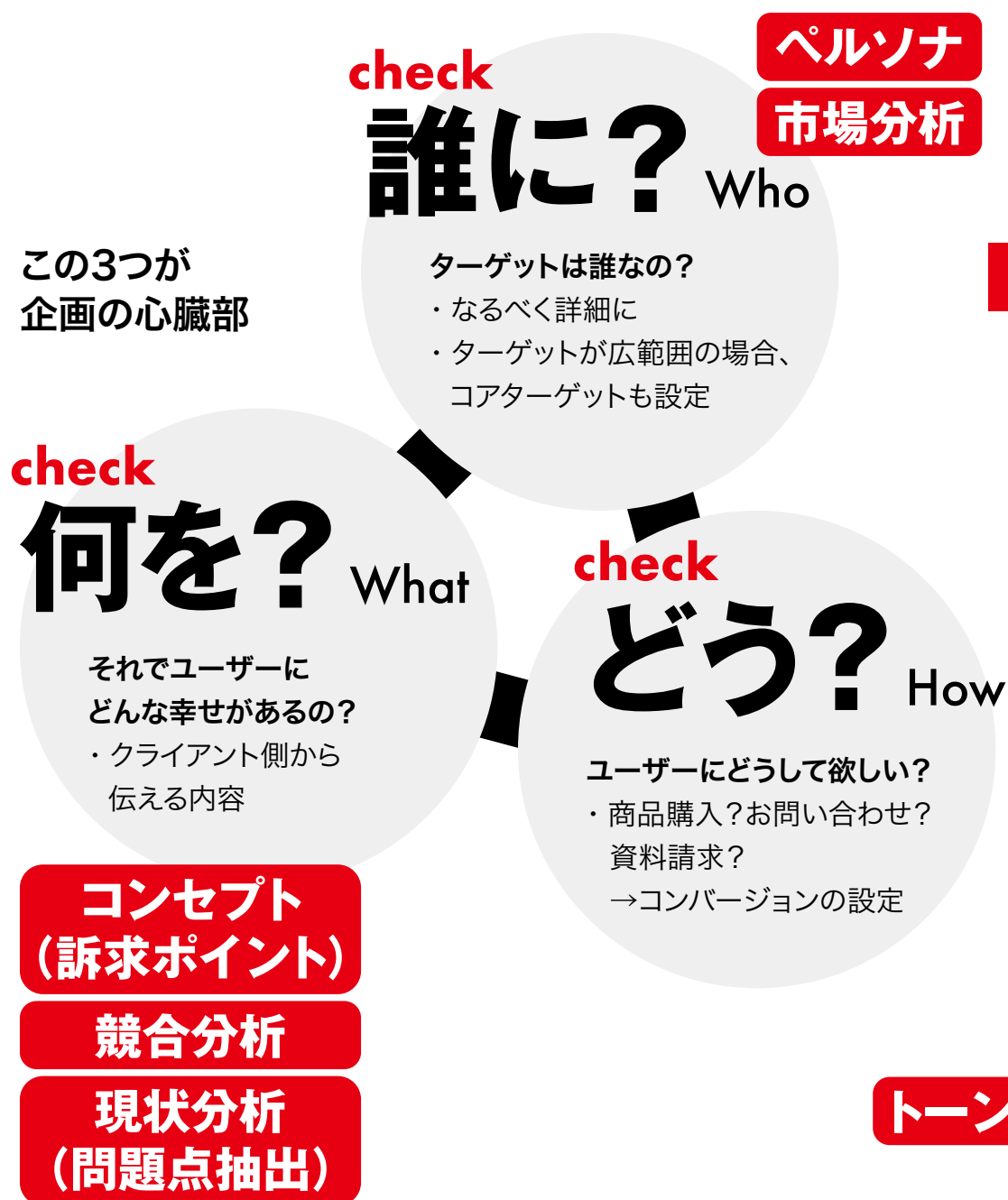
**check**

**『そのデザインの必然性を伝える』ことを念頭に置く**

# 企画書について

# “企画がブレると、デザインがブレる”

『**企画書は、サイト制作の道しるべ**』 企画書はクライアントさまとのコミュニケーション(=企画内容・目的等の確認)を測るツールでもあるので、まずはしっかり企画をたて、企画書に落とし込むことが重要だと思います



これをラフ(ワイヤーフレーム)  
で表現する

## そのためには どんなコンテンツが 必要か?

- ・ユーザーが広告(サイト)を見てから  
行動(例えば商品購入等)に至るまでのストーリーを考える
- ・この流れに沿わないコンテンツは基本不要←論点がぶれる
- ・コンテンツの機能面を考える(何のために入れるの?)  
受賞歴・専門家の評価等 ← 権威づけ  
ユーザーボイス ← 客観性の付与 等

## これをどんなテイストで 表現するか?

→ここがデザイナーの主戦場

**トーン&マナー**

**競合分析**

**参考サイト等**



# 企画に悩んだら——

# 企画に悩んだら——

聞く

**良質なヒアリングが鍵。**クライアントさんに聞く。トレーナーに聞く等。

# 企画に悩んだら ———

聞く

**良質なヒアリングが鍵。**クライアントさんに聞く。トレーナーに聞く等。

調べる

**まずはリサーチ。情報量がアウトプットに影響します。**クライアントさんのこと、サイトを見る人のこと。その業界のこと。なんなら優れた企画書を見る。

# 企画に悩んだら ———

## 聞く

**良質なヒアリングが鍵。**クライアントさんに聞く。トレーナーに聞く等。

## 調べる

**まずはリサーチ。情報量がアウトプットに影響します。**クライアントさんのこと、サイトを見る人のこと。その業界のこと。なんなら優れた企画書を見る。

## 紙に 書いてみる

『デザイナーがmacに座るのは一番最後』**いきなりデザインソフトに向き合わない。**ソフトの操作に振り回されがちなので、考えをまとめてから作業に移る

# 作成ソフトは、PDFにできればなんでもOK

ぶっちゃけイラレでもパワポでもインデザでも、使用ソフトは何でもOK。ただし、例えばイラレで作ってしまふと先方がイラレを持っていなければ開けない——等を考えると、PDFに変換できるものが望ましいです

# 作成ソフトは、PDFにできればなんでもOK

ぶっちゃけイラレでもパワポでもインデザでも、使用ソフトは何でもOK。ただし、例えばイラレで作ってしまつと先方がイラレを持っていなければ開けない——等を考えると、PDFに変換できるものが望ましいです

→ **提出はPDFをお願いします**

クライアント  
情報

目的

コンセプト

ターゲット  
ユーザー

## 人によってどんなページが必要かは違います

これらの項目を、スライドごとにまとめましょう。

競合との比較

スケジュール

サイトマップ

ワイヤー  
フレーム

# “企画書とプレゼン資料を分けるのも、一つの手”

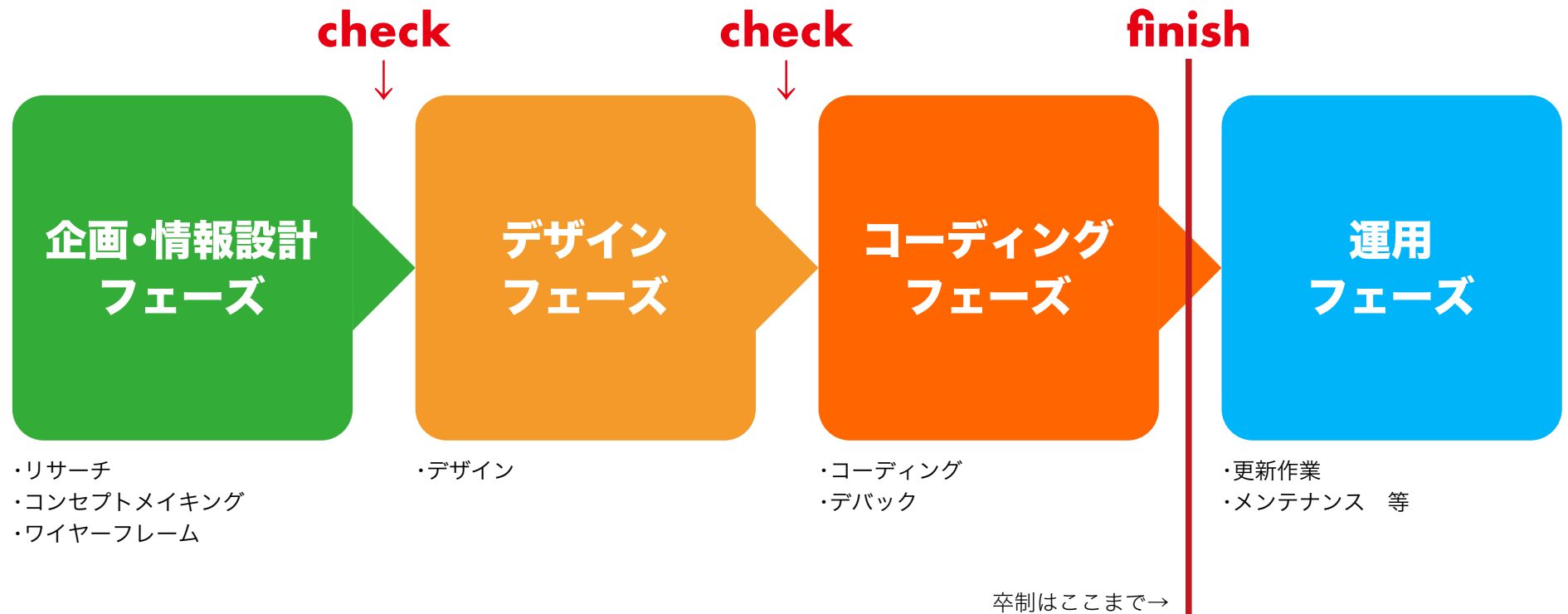
ざっくりいうと、**企画書はプレゼン(トーク)なしでも企画の概要がわかるもの／プレゼン資料はプレゼンの場で、概要を一発で、印象的に伝えるもの**、と言えるかと思います。プレゼン資料はその場でインパクトを残さなければなりません。よって、いっそのこと企画書とプレゼン資料を分けるのも、一つの手だと思います。**クラスメイトの中で一番のインパクトを残すプレゼンは何か?**を考えてみてください。



# まずはスケジューリング——“フェーズを切る”

# まずはスケジューリング——“フェーズを切る”

フェーズを区切って、段階的に進めていくことが望ましいです



例えばコーディングフェーズに入ってからコンテンツ構成の再検討に入るということは、

**工程が戻る**、ということを意味します。

**各フェーズごとにきっちり決断する**ことが重要かと思います

＜修正および仕様変更（リビルド・リデザイン）について＞

通常、制作フェーズを（1）企画&情報設計フェーズ、（2）デザインフェーズ、（3）コーディングフェーズ、に分け、同一フェーズ内での変更については「修正」扱いとし、正規の料金内で対応させていただいております。また、前フェーズに遡る変更（例えばデザインorコーディングフェーズに入ってから構成・項目変更、コーディングフェーズに入ってからデザイン変更等）については「仕様変更」扱いとし、正規料金の50%を元に内容に応じて再見積もりとなりますので、あらかじめご了承くださいませようよろしくお願いいたします

ちなみに、これはクライアント様に対しても同様に、  
例えば上記注釈をあらかじめ見積もりに入れて、認識の共有をお願いしています

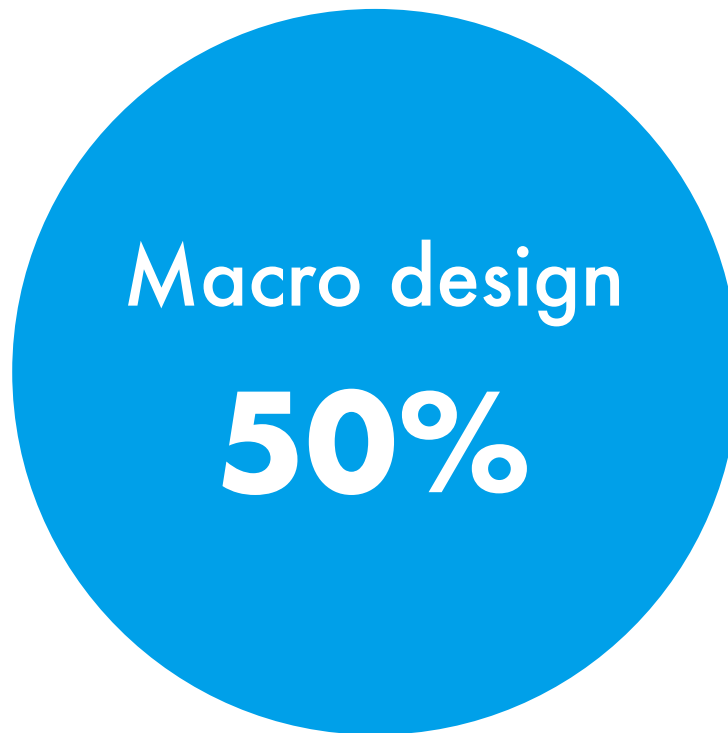
# “スケジュールはケツから決める”

スケジュールは自身の作業スピード、コミュニケーションロス等を考慮して、フィニッシュ(サイト公開日?)から逆算して設定するのが望ましいです。

基本、**制作サイド都合の遅延はご法度**、と考えておきましょう

機会損失

# “マクロデザイン”と“ミクロデザイン”



僕は『**大枠を固めて、細部を詰める**』という風に考えていて、また前職では『**形にしてからが勝負**』と言われていました。**ミクロデザインの比率を上げることは、デザインのクオリティーに影響します**。まずは一旦、最低限見せられる形にすることを目指してください

# 常に“次の工程”を想定しておく

## ワイヤーフレーム

▶デザインを想定

### “ワイヤーフレーム”はサイトの“設計図”

- 大まかな面積比率、大小のバランス等はワイヤーフレームの段階で想定しておく、デザインフェーズでのスピードアップがはかれるかと思えます。
- クライアント様に対しても、あまりにもワイヤーフレームとデザインカンブに差異が生じると完成形がイメージしにくくなるので、ある程度提示しておいたほうがスムーズです。

## デザインカンブ

▶コーディングを想定

### “デザインカンブ”はサイトの“完成予想図”

- 例えばマージンを何pxにするか、等細かい設定はデザインの段階で決めておく、コーディングがスムーズです。
- デザインの時点で、どういう風にマークアップするかイメージしておきましょう。
- デザインの時点で、レスポンスにした時の挙動をある程度イメージしておいた方がコーディング時のロスが少なくなると思います。

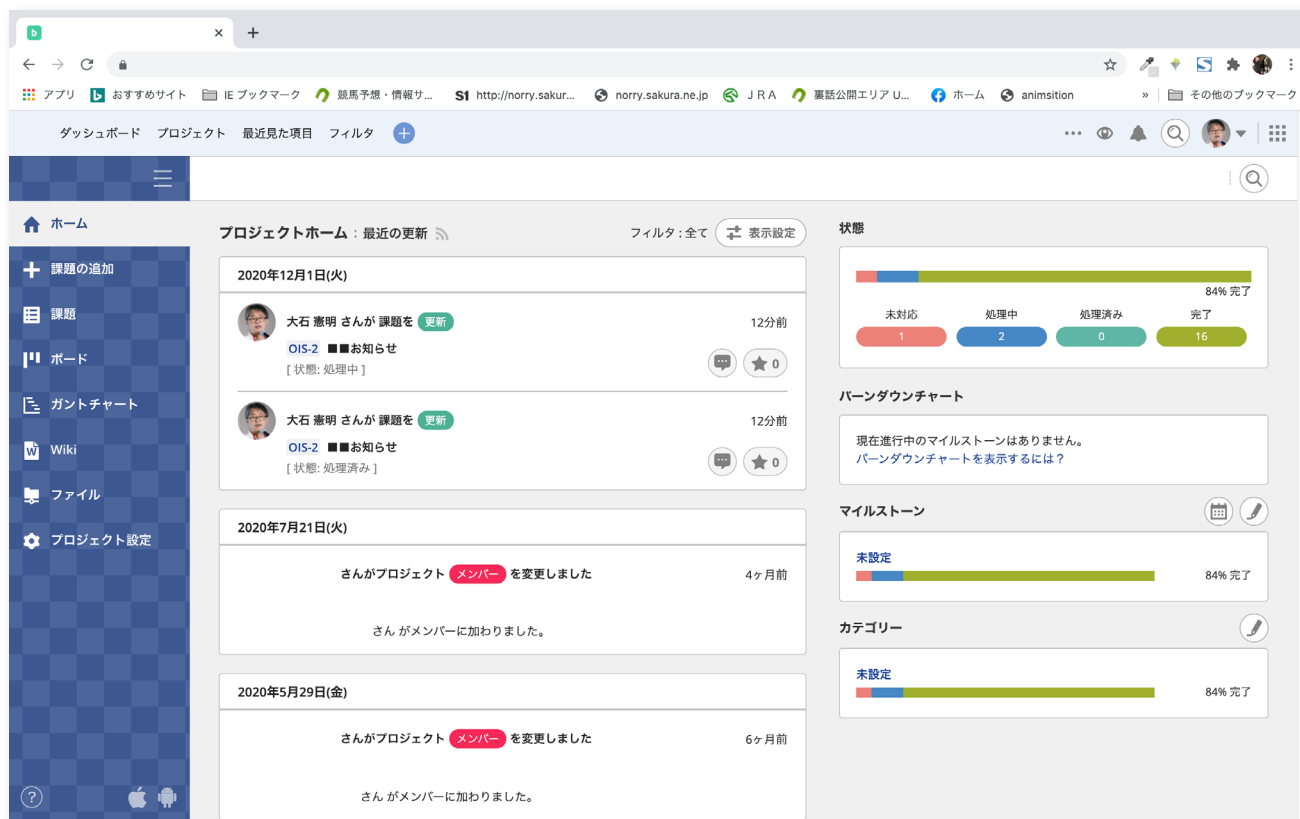
# タスク管理ツール

Task management tool



# backlog

チームが協力しながら作業を進めるための**コラボレーション型プロジェクト管理ツール**。企画・マーケティング・総務の各種業務から、製造・開発のプロジェクトまで、様々なタスク管理に活用できます。



タスク管理

ガントチャート

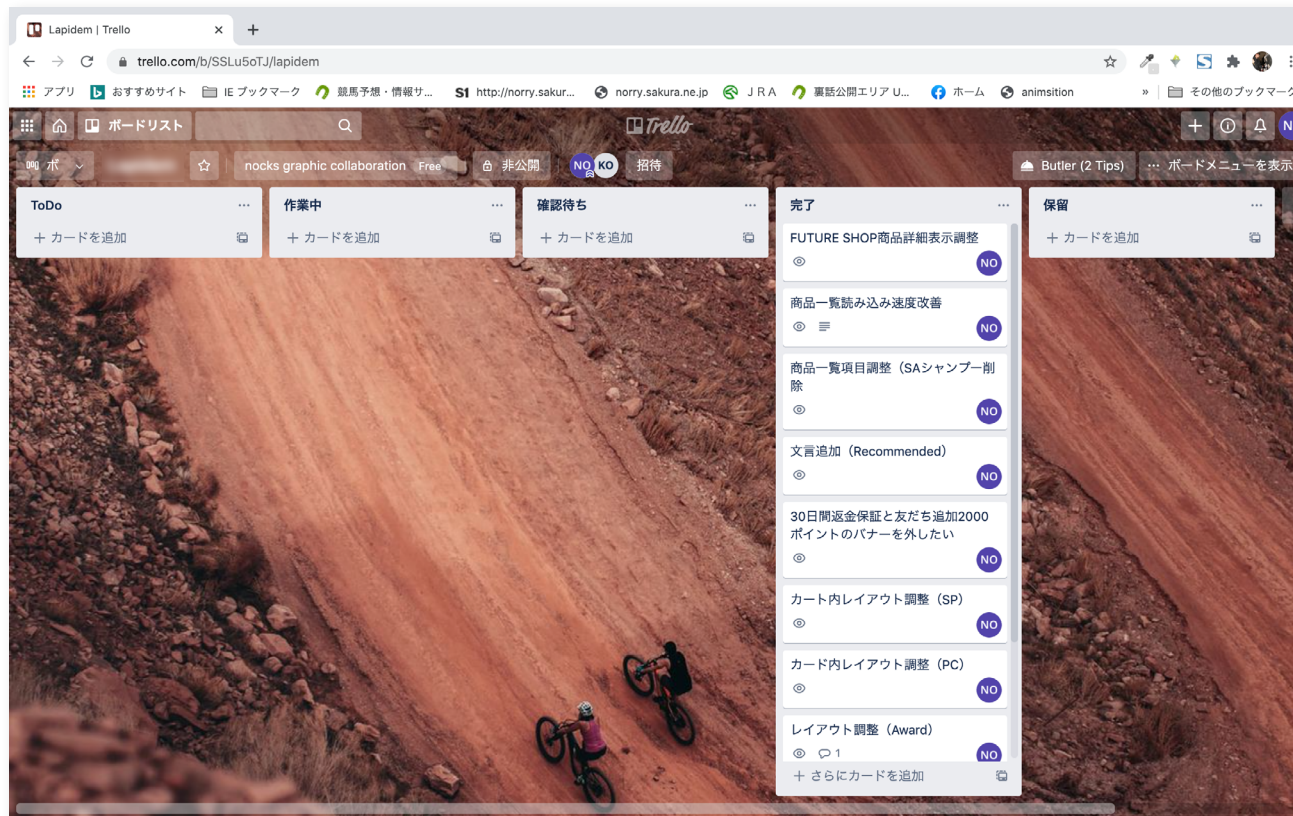
タスク毎タイムライン

wiki機能

ファイル添付

# Trello

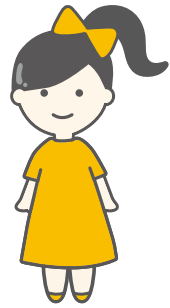
カードを動かしながらタスクを視覚的に管理できる**カンバン方式のプロジェクト管理ツール**。壁面に付箋紙を貼るような感覚で、ドラック&ドロップで直感的に操作が可能。



タスク管理

直感的UI

ステータスの視覚化



**次回12/20(日)13:00**

**2** 制作チェック(企画) お待ちしています

**See You Next Time!**