

モバイル
デザイン
最前線

～第59回 自動車メーカーのスマホサイト～

限られた画面サイズでの伝え方

モバイルデザイナーカイク 主宰 津田 武

今回は自動車メーカーのスマートフォン(スマホ)サイトを紹介する。自動車メーカーのサイトはこれまでもフィーチャーフォンサイトや海外メーカーを中心に取上げてきた背景があるが、今回は国産車メーカーのスマホサイトを中心に取上げた。スマホという限られたサイズの端末上で、商品をいかに伝えていくかがポイントになる。各社ともレイアウトや表現の仕方が様々で、商品を大きめのパネルで表示したり、いろいろな角度から見せたりする点が特に参考になる。
※なお、ここでのスマートフォンサイトの定義は「320x480ピクセルの端末で閲覧するのに、不自由なく最適化されているサイト」とする。

▶見た目と使いやすさを意識させる
今年4月にオープンしたマツダのスマ

ホサイト。目に飛び込んでくるのが、真っ青で爽やかな空のイメージである。マツダはフィーチャーフォンサイト時代も、空や黄緑に塗られた自動車の写真を用いることで、全体的に爽やかな雰囲気を演出して



きた。スマホサイトでもそのイメージは健在だ。

また、各種ボタンのサイズを大きくし、さらに複数ある場合は間隔を開けるなど、配色だけでなくユーザビリティへの配慮も伺える。カーラインナップにいたっては360度VIEWが用意されており、指で動かしながら商品をあらゆる角度から閲覧できる点が注目である。

▶ファーストビューに大きなパネル
トヨタ自動車の子会社トヨタモデリスタインターナショナルが運営する「MODELLISTA AQUA」は、全体的に商品カラーである白と黒が基調となっており、車の背景イメージも白に

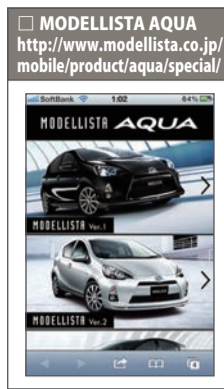
統一されている点に注目したい。

また、ファーストビューに一目で車の雰囲気が分かるほどの大きな商品パネルが並んでいるのが特徴。タップすることで下層ページに移動でき、商品の詳細がチェックできる非常に分かりやすい構造だ。

▶商品コンセプトを重視した工夫

日産自動車による「日産携帯羅針盤」は、フィーチャーフォンサイトからお馴染みの有名サイトである。アクセスするごとにメインビジュアルに掲載される自動車が変わるのが特徴。グローバルナビゲーションもスマホ版専用押しやすい4つのボタンで配置されている。

カーラインナップはオーソドックスに画像



とテキストによる説明が中心。画像が横幅いっぱい大きく紹介されているため分かりやすい。また、日産リーフについては特設サイト化され、サイト全体も紺色基調にしているなど、商品コンセプトを重視した工夫がなされている。

▶大型パネルを並べた斬新さ

SUBARU(スバル=富士重工業)の公式サイト。こちらも「MODELLISTA AQUA」同様、白や黒をイメージした自動車を中心に、大きなパネルが並ぶのが傾向だ。海外サイトにはよく見られる特徴で、商品コンセプトを伝えやすい利点がある。

さらに当サイトでは、16の商品がこの大きなパネルとして並ぶ斬新さがある。必然的に縦長になりやすいのだが、ヘッダーが固定されていることで、サイトマップなどの必要機能はいつでも開くことができ、便利さも追求している。また、「Myクリップ」でお気に入りの車をクリッピングできるなど、機能も充実しており、全体的に力の入れようを感じるサイトだ。



PICKUP

Report

スマホサイト構築のトップベンダー 株式会社クライマックスに聞く

企業サイトのスマホ対応は必須の時代に
ユーザ要望に合わせた5つの最適解とは?

スマートフォン(スマホ)の急速な普及を受け、スマホ経由でのWebアクセスは急増する一方だ。企業側でもスマホに最適化されたWebサイトの必要性こそ認識しているものの、実際にどう構築すべきなのか手をこまねているケースが多い。著名大手企業から中堅企業までサイト制作実績が豊富な株式会社クライマックス(東京・中央)に、専門家の立場からスマホサイト構築の在り方や手法を解説してもらった。

▼ワンソースマルチユース志向

スマホサイト構築の手法は大きく分けて5つあるという。

1つ目は「CMSによるワンソースマルチユース」。コンテンツをCMSで一元管理する。PCやスマホ、タブレット端末、フィーチャーフォンのそれぞれに最適表示させることで高いユーザビリティを発揮。運用負荷も抑えられるという特徴がある。PCサイトのリニューアルと同時にスマホサイトを構築する場合は有効な手法と言えよう。

▼注目集めるレスポンスデザイン

2つ目は最近注目を集める「レスポンスデザイン」だ。各デバイス共通のHTMLを1つ用意し、CSS3のMedia Queries(メディアクエリ)などを使って画面幅を判別。デバイスに応じてレイアウトを最適化するものだ。

「これもワンソースマルチユースの手法と言えるが、すべてのデバイスごとの情報設計を同時に検討していく必要があるため、デザインや情報設計などに大きな制約を伴う」点には注意が必要だ。また、デバイスごとの特性挙動を熟知したベンダーでなければ対応が難しいという難点もある。

▼予算に余裕あればスクラッチも

次に挙げる「自動変換コンバート



ワンソースマルチユースで構築したベネトンジャパン株式会社



レスポンスデザインで構築した株式会社グローバルプレインスクエア

サービス」は、PCサイトのHTMLに独自タグを追加・改修し、自動変換サーバを介して画面サイズなどをスマホに最適化する。「自動変換」なので素早く構築できる反面、PCサイトやフィーチャーフォンサイトをベースにするため、スマホならではの挙動や情報設計に完全対応するには、独自に構築するのと同様のステップを踏まなければならないデメリットもある。

4つ目の「スクラッチによる独自構築」は、企業のオリジナルな要望に

スマホファーストの流れを視野に
自社に適した手法での構築が重要

完璧に応えるために取られる手法。真っ白な状態から構築していくため、スマホならではのユーザビリティをとことん追求できる。PCサイト構築と同じく、独自に要件定義して制作していくため、予算や期間、運用体制に余裕があれば検討したい手法だ。

▼注目のスマホCMS「smart4me」

最後はスマホサイトCMSサービスでは世界初となる「smart4me(スマートフォーミー)」(クライマックス運営)の活用だ。

洗練されたスマホサイトを簡単に構築・運用したい——。そんな要望に応えるサービスとして話題を呼んでおり、ブログを作る感覚で画像やテキストなどを入力するだけで出来上がる。スマホならではのユーザビリティや企業独自のデザインを損なうことなく、



スクラッチで独自構築した株式会社エルテックス



「smart4me」で構築したさくらインターネット株式会社と株式会社オークローンマーケティング(ショッピングジャパン)



「smart4me」で構築したさくらインターネット株式会社と株式会社オークローンマーケティング(ショッピングジャパン)

CHECK わずか10分！
誰でも簡単に使える
スマホサイト構築の「smart4me」

クライマックスのデザイナー/ディベロッパーであるマイラット・ジュリアン氏は、開発に当たり「グラフィックユーザーインターフェイスにとことんこだわった」という。実際のスマホと同様なインターフェイスを画面に表示させることで、ユーザは直感的に操作できる。記者が実際にsmart4meを使ってスマホサイトを作ってみたところ、わずか10分程度で見栄えの良いサイトが出来上がった。しかも無料だ。

smart4meは10ページまで無料で、11ページ以上

コーポレートサイトやランディングページが簡単に作れるのも特長の1つだ。

左から政田祐生氏、齊藤隆明氏、マイラット・ジュリアン氏

誰でも簡単に使える
スマホサイト構築の「smart4me」

作りたい場合や自社サーバに公開したい場合は、月額2万円の「ビジネス版」を利用することになり、構築支援プランも用意されている。

昨年5月のサービス提供開始以来、すでに1万5000サイトが作られている実績ナンバー1サービスだ。スマホサイト構築の際に検討する価値は十分にある。



人気を集める「smart4me」

▼「スマホファースト」の時代へ

このなかで最も優れた構築手法は何か。「スマホサイトの特性やサイトオーナーの要望、運用の考え方によってその答えは変わる」と齊藤隆明社長は語る。つまり、最適解はケースバイケースというわけだ。

「BtoCサービスを展開する企業の一部では、PCサイトよりもスマホサイトに優位性を持たせる「スマホファースト」へとWeb戦略の舵を切るところも出始めている」と同社システムディレクション部の政田祐生マネージャーは説明する。

スマホファーストのトレンドはいずれ、多くの企業にも波及する可能性が高い。その波に乗り遅れることがないよう、できるだけ早くスマホサイト構築に取り組むことが肝心だ。

(百瀬崇)

ビジネススピードを意識したスマホサイト制作を
モバイルデザイナーカイク主宰 津田 武

スマートフォン(スマホ)サイト数が増加し、デザイン性に優れた競合サイトも多数立ち上がる昨今、企業のWeb担当者としては、時代の流れに乗りながらデザイン性に優れたサイトを、よりスピーディーにローンチしていくことが求められる時代になりました。

制作業者に一任できるぐらい予算に余裕があれば良いのですが、初めてローンチする際は、なかなか時間もコストもかけられない場合もあります。こういったケースでは「smart4me」を利用し立ち上げるのも一手と考えます。ス

マホサイトが企業として必要かどうかのテストマーケティング的な役割としても使えるでしょう。

smart4meの場合、スマホ特化型なので、スマホサイトに適したボタンの配置やデザインが可能で、ユーザビリティがある程度考慮されたサイトの制作が可能だと思います。

今後もスマホサイトが激増していく時代の流れを考えると、企業のビジネススピードを意識したスマホサイト制作ツールとして、選択肢の有力候補の一つになると考えます。

