

Webデザイン入門 Workbook



「このワークブックの使い方」

ワークブックをお受け取りいただき、ありがとうございます(^^)

ブログを見ながら無料で学習できるワークブックです!>

こちらのワークブックは、私のブログ「おうちでわーく」を見ながら無料でWeb制作・Webデザインの基礎が学習できるようになっています。

👉 URLはコチラ → <https://ouchi-de-work30.com/>

このアイキャッチのブログ記事に学習リストがまとめてあります!



<ワークブックの使い方>

上記ブログの学習リストと同じ順番でワークシートが作られているので、該当する記事を見ながらワークシートの穴埋めをしていくと、重要ポイントをチェックしながら学習ができるようになっています!



答えはワークシートの右下に逆さに書いてあります!

「目次」

1. Web制作の仕事の全体像を把握しよう!p.3
2. WordPressがおすすりな理由p.5
3. WordPressとは?特徴と仕組みを知らうp.7
4. Webサイトの種類p.9
5. Webサイトのレイアウトに必要な基本パーツp.12
6. セクシヨンと見出しp.14
7. デザイン4原則p.16
8. フォントとタイポグラフィp.19
9. Webサイトで使う色、カラーコードp.21
10. 初心者でも迷わない配色の決め方(70:25:5の法則)p.24
11. UI/UX、ユーザビリティとは?p.27
12. レスポンシブデザインとモバイルフレンドリーp.30
13. Web制作で稼ぐ6ステップ(ロードマップ確認)p.32

「①Web制作の仕事の全体像を把握しよう！」

<Webサイト制作の仕事について最初に知る必要性>

- 自分がどこを目指すのか }を知るために流れを把握しておく!
- どんなスキルが必要なのか

Point!! → サイトを作る工程はたくさんある。学習を始める前にある程度把握しておかないと、思っていたのと違う...となってしまう可能性がある。

<Webサイトができる6つのステップ>

◆Web制作で活躍する人たち

- 主な3つの職種
- () ...チームの責任者
 - () ...デザインをする
 - () ...重くようにする



◆Web制作の6つのステップ

(STEP①:ヒアリング・企画)

...クライアントと打ち合わせをして、どんなサイト(目的やコンセプト)がほしいか聞く。

→主に担当する人()



(STEP②:Webサイト全体の設計)

...クライアントの目的を達成するために、サイトの構成やラフ案(ワイヤーフレーム)を制作する。

→主に担当する人()



(STEP③: デザイン)

…STEP②の案をカタチにしていく。(デザインカンパ制作)

→主に担当する人()



(STEP④: 実装・コーディング)

…デザインをブラウザ上で見れるようにコーディング(プログラミング)する。

→主に担当する人()



(STEP⑤: 最終確認)

…修正箇所の確認。/修正作業。

→主に担当する人()・()



(STEP⑥: 完成・納品)

…クライアントへ納品。

→主に担当する人()

∴ **Point!!**

各工程は兼務できる人がいたり、組織によって細かいフローが違ったりするが、大まかにこの流れを覚えておく。

<一人で納品するには?>

便利な機能を駆使すれば可能!

∴ **Point!!**

→ () にすることで、デザインやコーディングを一体化でき、一人でも対応可能になる。

「②WordPressがおすすめな理由」

<おすすめノーコードツールはWordPress>

今やWixやSTUDIOなど便利なツールがたくさんある。どんなツールを使っても、クライアントの要望に応えられれば手法はなんでも良い。



Point!!

しかし、特別な理由がなければ()がおすすめ。

<WordPressとは?>

WordPress…無料で使えるホームページ制作ソフトで、世界中でいちばん使われている() (コンテンツ・マネジメント・ソフト)。

※CMS…Webサイトのコンテンツを簡単に管理できるようにしたシステムのこと。

<WordPressがおすすめな理由>

◆①世界中で使われているから、情報も仕事も多い

→全世界の()割以上はWordPressサイト。

CMSだけに絞って見ると、世界では()割以上、

日本では()割以上がWordPressサイト。

これだけシェアが高いと、情報も仕事もたくさんある。

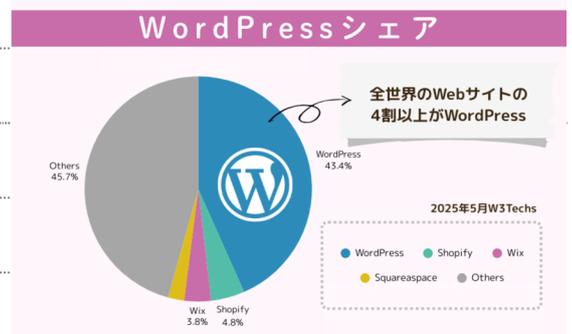


Point!!

使っている人が多いので、()や()も多い!

分からないことがあったときにネット検索すればだいたいのことが解決できる。

→副業やフリーランスにおいて、「自分で()する力」は非常に大切。



「WordPress指定」の仕事が多いのも嬉しいポイント。

例えば、クラウドワークスでは「ホームページ制作・Webデザイン」カテゴリの中に「WordPress制作・導入」という小カテゴリが設けられている。

クラウドワークス	オススメの仕事	仕事を探す
マイページ	気になる! リスト	相談から契約まで 契約一覧 報酬 メッセージ 支
ホームページ制作・Webデザイン	ホームページ制作・Webデザイン	ホームページ制作・Webデザイン
ECサイト・ネットショップ構築	ウェブデザイン	ウェブデザイン
デザイン	WordPress制作・導入	WordPress制作・導入
動画・映像・アニメーション	ランディングページ (LP) 制作	ランディングページ (LP) 制作
音楽・音響・ナレーション	HTML・CSSコーディング	HTML・CSSコーディング
ビジネス・マーケティング・企画	Webサイト修正・更新・機能追加	Webサイト修正・更新・機能追加
ライティング・記事作成	アイコン・ボタン・ヘッダー制作	アイコン・ボタン・ヘッダー制作
事務・カンタン作業	CMS導入	CMS導入
写真・画像	モバイルサイト・スマートフォンサイト制作	モバイルサイト・スマートフォンサイト制作
	UI/UX設計・デザイン	UI/UX設計・デザイン

Point!!

せっかく勉強するなら、() の高いスキル獲得から始めるのがおすすめ。

◆② 拡張性が高く、成長しやすい

→ WordPressのもう一つの魅力は() の高さ。

- ブログ
- 企業サイト
- ネットショップ etc...

Point!!

目的に合わせて幅広く対応できる!

様々なサイトに対応できるということは、スキルアップしやすく、収入アップにも繋がる。

◆③ オープンソースだから、AIなどの新技術との相性も◎

→ WordPressは() と呼ばれる仕組みのソフト。世界中のプログラマーたちが改善・進化を続けているため、トレンドを取り入れやすい。

「③WordPressとは？特徴と仕組みを知ろう」

<WordPressの構造を理解する必要性>

そもそも、使い方だけでなく、「仕組み」まで理解する必要があるのか？



Point!!

仕事として取り組みたいなら、概要だけでも学んでおく必要がある。

理解しておくメリット

- カスタマイズの幅が広がる
- トラブル対応がスムーズになる
- サーバーやドメインを触るときに困らない

<WordPressでできること>

→基本的にどんなサイトでも作れる。

それを可能にしているのが、主に()と()。これらの働きにより、本来なら難しいプログラミングが必要な設定も、ボタン一つで可能にしてくれる。

<WordPressの仕組み>

WordPressは、()・()・()という

3つの要素から成り立っている。

- コア…WordPress本体。
- テーマ…見た目を決めるもの。
- プラグイン…昨日を追加するもの。

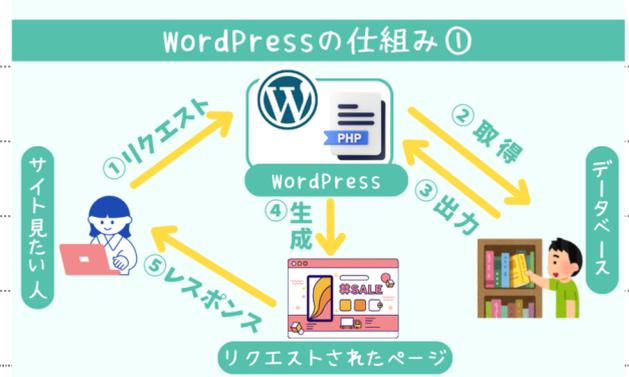


※テーマには、プログラムして作る「オリジナルテーマ」と、既に公開されている「既存テーマ」があるが、ノーコード制作の場合は自ずと既存テーマを扱うことになるので覚えておく。

<WordPressとはの動き方>

WordPressは()というプログラミング言語でできおり、サイト内の情報は
(^{マイ・エスケューエル}) (MySQL) に保存される。

1. リクエスト... 見たいページをクリック
2. 取得... 情報をデータベースに取りに行く
3. 出力... 情報をWordPressへパス
4. 生成... リクエストされたページを作る
5. レスポンス... 見せてあげる



→ちなみに、このようにアクセスされるたびにその場でページを作る仕組みを()サイトと呼ぶ。

静的サイト
と
動的サイト

- 静的サイト... いつ誰が見ても、保存されている「同じファイル」が表示される。(昔ながらのホームページやLPなど)
- 動的サイト... 見に来た瞬間に、データベースから情報を取ってきて「その都度」ページを作る。(WordPressなど)

「④Webサイトの種類」

<ホームページとは？>

「ホームページ」や「Webサイト」の呼び名の違いと実態は関係するの？



基本的に気にしなくてOK!

- 一応覚えておこう!
- ホームページ…「トップページ」を指すことがある。
 - Webサイト…トップページも含むサイト一式。

<Webサイトの種類>

◆①コーポレートサイト(企業サイト)

→企業の()を伝えるためのサイト。

◆②ブログサイト・オウンドメディア

→自社のノウハウや役立つ情報を発信して、ユーザーとの関係を築くためのサイト。

◆③LP(ランディングページ)

→()ページで完結する縦長のページで、特定の商品やサービスを強かにアピールするサイト。

◆④ECサイト(ネットショップ)

→ユーザーが商品を選んでカートに入れ、()できるシステムを持ったサイト。

◆⑤リクルートサイト(採用サイト)

→()に特化したサイト。

◆⑥ブランドサイト

→ブランドのストーリーやイメージを発信するためのサイト。

<Webサイトの実例を見る>

→参考になるWebサイトを集めた()を見てみると、いろんなジャンルやデザイナーのサイトを一瞥で確認することができる。

例えば、「SANKOU!」というギャラリーサイトなら、「カテゴリ検索」から「サイトの種類」で絞り込みができる。



引用) SANKOU!

<https://sankoudesign.com/>

<大事ななのは“種類”でなくWebサイトを作る「目的」>

◆言葉の意味より「目的」を大事にする

- Point 11 →
- Webサイトの種類をはっきりと分類するのは難しい。
 - 依頼主の依頼内容が正しいとも限らない。

◆「おうちでわーく」で勉強すると作れるようになるサイト

→()向けのサイト。

※コンシューマー向け…(

)向けのこと。

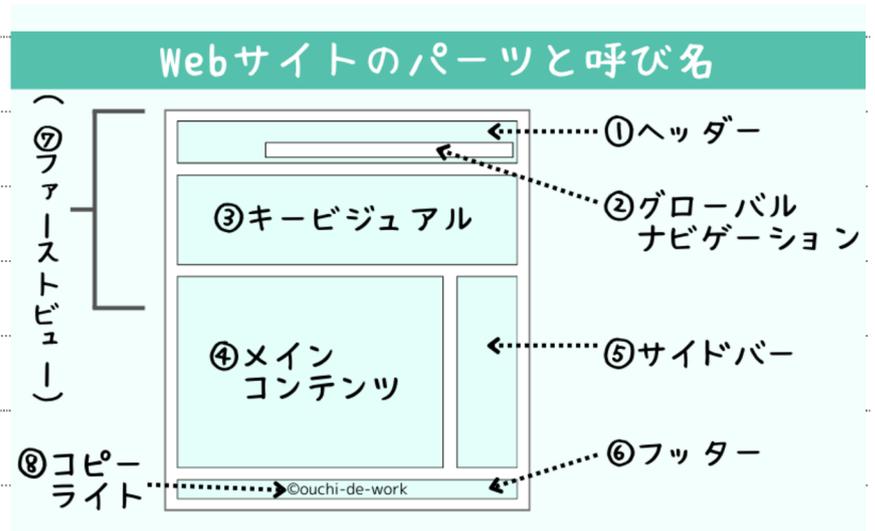
- コーポレートサイト(企業サイト)
- ブログサイト・オウンドメディア
- LP(ランディングページ)

などが当てはまる。

「⑤Webサイトのレイアウトに必要な基本パーツ」

<Webサイトの基本のパーツと名称を覚えよう>

- | |
|------------------|
| 1. ヘッダー |
| 2. グローバルナビゲーション |
| 3. LP(ランディングページ) |
| 4. メインコンテンツ |
| 5. サイドバー |
| 6. フッター |
| 7. ファーストビュー |
| 8. コピーライト |



※コンテンツ…「サイト中身を構成する情報全体」のこと。(サイトに載せる文章や画像。)

(①ヘッダー～⑥フッターまでは、図のまま覚えていただければ大丈夫なので穴埋め問題はありません。)

◆⑦ファーストビュー

※コンテンツ…ページが読み込まれた際に最初に表示される画面の範囲。特定のパーツを指す言葉ではなく、サイト全体の()を決める重要な領域として使われる言葉。



Point !!

サイトの印象を決定づける重要なエリアのため、サイトを制作する時には意識する!

◆④コピーライト

コピーライトは()を表示するためのテキストで、通常()に表示される。
「©」マーク、著作物の発行年、著作権者の氏名や会社名といった情報が含まれる。

※コピーライトは法的に必ず書かないといけないものではない。しかし、意思表示や慣習的に書いておくのが望ましい。

その際、「All Rights Reserved.」は省略するのが最近は主流。

おすすめの書き方 →

Point!!

© 著作物の発行年 著作権者の氏名や会社名

「⑥セクションと見出し」

<ページの中身を構成する「セクション」と「見出し」>

Webページは、見た目だけでなく、中身の()も大切。

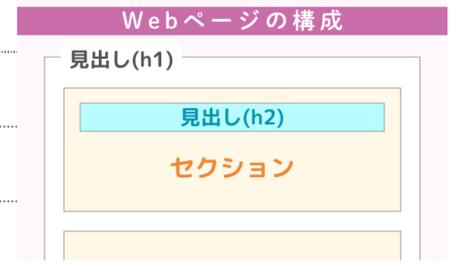
読む人が「今どこを読んでいるか」「全体で何が書かれている

のか」をスムーズに把握できるように、ページの中身は“小さな

まとまり”()に分けて作られる。

そして、それぞれのセクションにタイトル()を付けることで、内容がさらに分かりや

すく伝わるようになる。

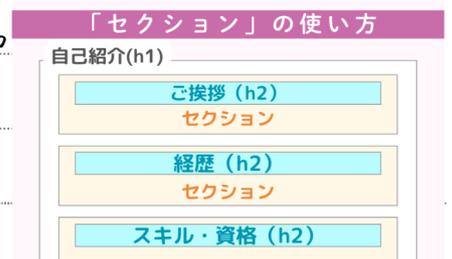


◆セクション

セクションとは、ページ内の()をテーマごとに区切っ

た()のこと。

内容ごとにセクションを分けて整理することで、読みやすくなる。



◆見出し(h1~h6)

Webサイトでは()タグ(hタグ)というものを使って「見出し」を付ける。

重要度によってh1~h6まであり、数字が小さいほど重要になる。

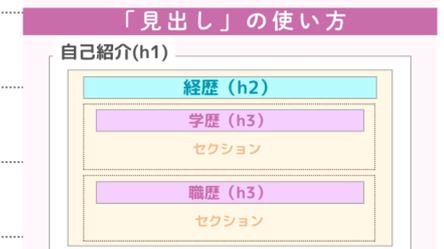
Point!! ※よって、重要度が最も高いのが()で、最も低いのが()。

<見出しタグの使い方>

◆見出しタグの重要度

- h1…ページのメインタイトル。通常()回だけ使う。
- h2…各()のタイトル。同じページで何回も使える。
- h3~…さらに細かいサブセクションのタイトル。

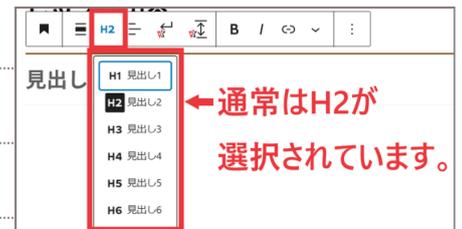
使い方としては、本の()のようなイメージ。 →



◆WordPressの使い方

WordPressの記事編集で見出しを設定するのはとても簡単。

「見出しブロック」というブロックを選択すると、h1~h6まで自由に選択ができる。



「⑦デザイン4原則」

<デザインとは何だろう？>

◆デザインとは？

私たちの身のまわりにはたくさんのデザインが存在している。見た目の美しさだけでなく、()や()を考えて作られている。

例) 駅の案内板が見やすく整理されているのも、誰かが「迷わず移動できるように」と考えて設計したから。

◆Webデザインとは？

Webデザインも考え方は同じで、Webサイトの見た目や使いやすさを設計することを指す。色やレイアウト、文字の大きさ、リンクボタンの配置など、一つひとつの要素を訪れる人が迷わず情報を見つけられるように配置する必要がある。



Point!!

見た目が整っているだけでなく、情報が分かりやすく整理されていて、()に操作できるサイトが「良いWebデザイン」と言えるでしょう。

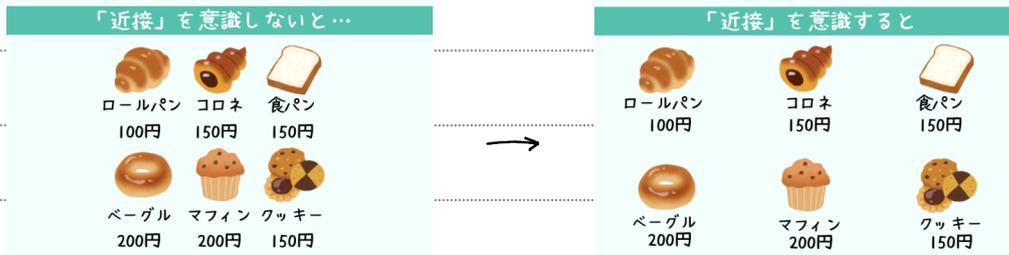
→ Webデザインは芸術的センスがないとできないわけではない。サイトを訪れた人が()なく必要な情報にたどり着けるようにすることが大事。

<デザイン4原則>

- | | | | |
|---------|---|--------|---|
| デザイン4原則 | ⎛ | 1. () | |
| | | 2. () | |
| | | 3. () | ※順番の覚え方の決まりはありませんが、ブログを参考にした順で書いていただくと分かりやすいです。 |
| | | 4. () | |

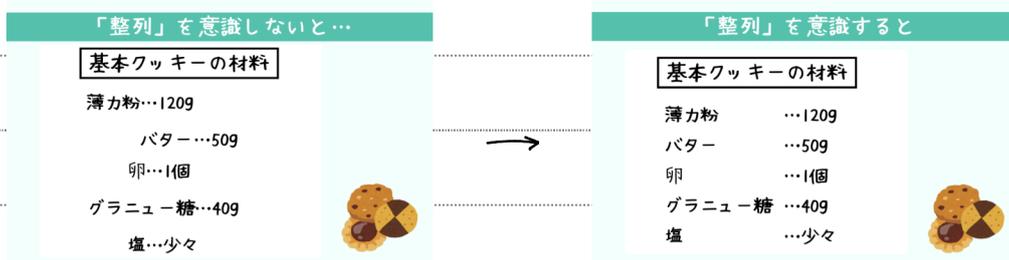
① 近接

→ 関連する要素を互いに()配置し、関連のない要素を()配置することで、情報を整理して伝える原則。



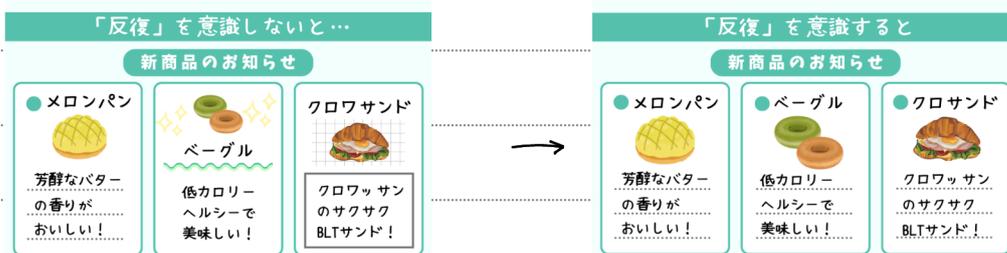
② 整列

→ 各要素を意識的に整えて配列する法則。要素が「見えない()」に沿って整列されているイメージ。



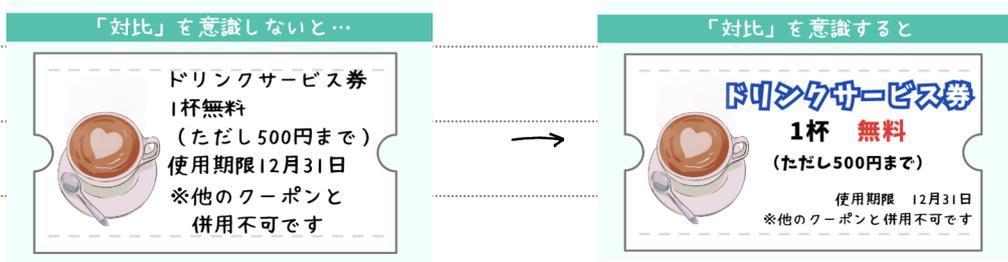
③ 反復

→ 一貫性を保つために、同じデザイン要素を()使う。これにより、サイトがまとまり、洗練された印象を与える。



◆④対比

→対比は、見せたい要素や重要な部分を際立たせるために、色やサイズ、フォントの大きさなどで「()」をつけるテクニック。



<Webデザインにおける4原則の使い方>

→4原則を常に同時に使わないといけないわけではない。状況やデザインの目的に応じて、「()」に取り入れるのが大切。

<センスは“知識”から生まれる>

→デザインは芸術的な才能だけでなく、「相手にわかりやすく伝えるためのスキル」。

Point...

つまり、知識を身につけて経験を積み、誰でも上達できる。

センスを高めるためのおすすめの方法は、「()」のデザインを観察すること。

「⑧ フォントとタイポグラフィ」

<フォントって何?明朝体とゴシック体>

→フォントとは、簡単に言うと「文字の()」のこと。

◆①明朝体

明朝体(みんちょうたい)は、細くて繊細な線と、筆で書いたような小さな飾り(「ウロコ」と呼ばれる三角形)が特徴のフォント。

→落ち着いた()な雰囲気がある。



◆②ゴシック体

ゴシック体は、線の太さがほぼ同じで、シンプルでスッキリした見た目特徴のフォント。

→飾りがなく、はっきり読みやすいので、()なデザインでよく使われる。



◆フォントをWordPressサイトで使う方法

WordPressの一般的なテーマを使用してサイトを作る際は、テーマの仕様にもよりますが、基本的に簡単に「フォントの設定」ができるようになっている。

<タイポグラフィ入門>

→タイポグラフィとは、文字を「()」、魅力的に見せる」デザインのテクニックのこと。フォントを選ぶだけでなく、文字の大きさや間隔、配置を工夫することで、Webサイトやブログがグッと使いやすくなる。

◆①文字サイズ

→文字サイズは、()と印象を決める基本。適切なサイズを選ぶことで、Webサイトの印象が向上する。

- 見出し(h2)…24~32pxくらい
- 小見出し(h3)…20~24pxくらい
- 本文…16~18pxくらい

◆②行間

→行間は「行と行の間隔のこと。読みやすさを高める重要な要素。文字サイズの()倍(例:文字サイズ16pxなら行間24px)を目安に設定すると、読みやすくなる。

◆③文字の色とコントラスト

→文字の色は黒や濃いグレー(例:#333)が読みやすく、背景とのコントラストを強く(例:白背景に黒文字)することで()が向上する。

「⑨Webサイトで使う色、カラーコード」

<Webサイトにおける“色”の大切さ>

Point!! → Webサイトを訪れたとき、「色」は、無意識のうちに()を左右する大きな要素のひとつ。

- 見出し(h2)…24~32pxくらい
- 小見出し(h3)…20~24pxくらい
- 本文…16~18pxくらい

<色ごとの印象>

Point!! → 色にはそれぞれ「イメージ」や「心理的な印象」を与える働きがある。Webサイトでは、伝えたい()やブランドの方向性に合わせて色を選ぶことが大切。

青	信頼・誠実・冷静・清潔	金融・IT・病院・企業サイトなどコーポレートサイト・医療系など
赤	情熱・エネルギー・注意	飲食・セール・エンタメ系など
緑	安心・自然・調和	医療・農業・オーガニック系など
黄	元気・注意・希望	子ども向け・注意表示・POP系
黒	高級感・重厚・モダン・シック	ファッション・アート系など
白	清潔感・余白・シンプル・純粹	どのジャンルでも相性がよい

<カラーコードとは？>

→ Webサイトの色のは()を使って指定する。そうすることで、同じ“赤”でも色味の違いを表現することができる。

例) #ff0000 → (●) / #e86b79 → (●)

◆ カラーコードの表記の仕方

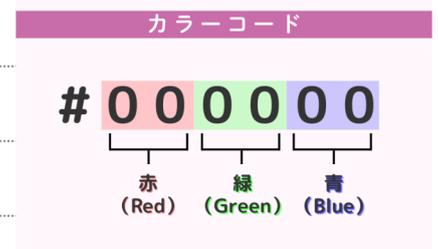
→ カラーコードは、「#(ハッシュ)」のあとに「()桁の英数字」を組み合わせ、色を指定する。

- #000000 → 黒
 - #ffffff → 白
 - #ff0000 → 赤
- このように、()で指定する。

◆ カラーコードの基本(16進数)

→ # (ハッシュ) に続く、6桁の英数字… 赤 (Red)、緑 (Green)、青 (Blue) の強さを表現している。

※ 暗記の必要はない。コピーで使うことが多い。



< ColorZilla を使ってカラーコードを調べてみよう >

→ カラーコード(16進数カラーコード)は、理論上 約1,677万色ある。よって、よく使う色以外は暗記するのが難しい。

ブラウザ拡張機能「ColorZilla」の Google Chrome に追加することで、画面上のどこにある色でも、ワンクリックでカラーコードを取得できる。

1. Chrome ウェブストアで「ColorZilla」と検索
2. 「ColorZilla」を Chrome に追加
3. ブラウザの右上に「パズル」のアイコンがあるのでクリックし、ピン留めしておく
4. 色を調べたい Web サイト上で ColorZilla のアイコンをクリックすると、カラーコードがクリップボードにコピーされる。

<カラーコードを調べるおすすめサイト>

◆①HTML Color Codes

→英語のサイトだが、直感的に操作できる画面構成が特徴。「Picker」で色を選ぶと、リアルタイムでカラーコードが表示される。

<https://htmlcolorcodes.com/>

◆②原色大辞典

→シンプルな構成で、鮮やかな色から淡い色まで幅広く揃っているのが特徴。カテゴリ(赤系・青系など)からも選べて、色探しがスムーズ。

<https://www.colordic.org/>

◆③Adobe Color(カラーホイール)

→Adobeが提供する無料のカラー作成ツール。色の組み合わせ(カラースキーム)を作りたい時に特に便利で、プロも使う本格派ツール。

<https://color.adobe.com/ja/create/color-wheel>

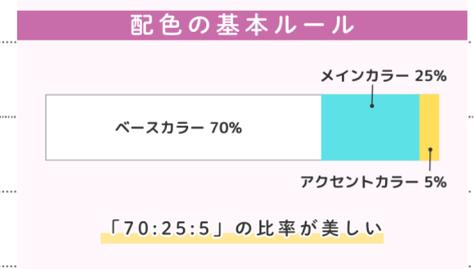
「⑩初心者でも迷わない配色の決め方(70:25:5の法則)」

<Webサイトの配色について(大事な3つの色)>

Point!!

デザインの配色基本の3色

- ベースカラー
- メインカラー
- アクセントカラー



→伝わりやすいデザインを作るために、この3つの色を「():():()」で使うと良いとされている。

①ベースカラー

→サイト全体の背景など、広い範囲に使う色。白や淡いグレーなど、コンテンツが()色が選ばれる。

②メインカラー

→サイトの()を決める大切な色。「ブランドカラー」や「テーマカラー」とも呼ばれ、見出しやボタンなど、いちばん見てほしい箇所に使う。

③アクセントカラー

→強調したい部分にポイント使いする色(差し色)。

全体のデザインにメリハリをつけたり、重要な箇所を()役割がある。

3色の使い方まとめ

- ベースカラー(70%)…背景など広い面積の部分。
- メインカラー(25%)…見出しや重要な部分。
- アクセントカラー(5%)…ボタンなどの強調部分。

<配色を決める前に考えること>

◆サイトの目的を明確にする

Point!! → 「サイトを通じて何を()したいのか」を整理しておくことが大切。

例えば、「商品やサービスを販売したい」「信頼感を持ってもらいたい」「楽しい気分を伝えたい」など、目的によって選ぶべき色は変わる。

◆「ロゴ」などはあるか？

→ 使用素材から()を得ることも大切。実際に依頼を受けてWebサイトを作る際は、ロゴなどの素材が提供される可能性が高い。ロゴなどの素材は、依頼者の会社やサービスを「象徴する色」や「伝えたいイメージ」が反映されている。

<メインカラーの選び方と注意点>

◆色が与える印象

Point!! → サイトの()にふさわしい印象を与える色の系統を選ぶ。

◆原色は避けよう

→ Webサイトのメインカラーとして真っ赤や真っ青などの原色を選ぶと、強すぎて()。

Webでは、少しグレーや白が混ざった“やわらかい色”の方が見やすく、印象も良い。

◆ブランドイメージに合った色を選ぼう

Point!! → すでにロゴやブランドカラーがある場合は、それに合わせるのが基本。

()のある配色は、ブランドの信頼感を高める効果がある。

<WordPressテーマを使うときの配色の考え方>

◆背景色とメインカラーを設定すればOk

→使用するテーマにもよるが、一般的に「背景色」と「メインカラー」を設定すれば、きれいに配色されたサイトができるようになっている。

※絶対に3色使わないといけないという訳ではない。

◆視認性の高い組み合わせにする

Point ⇒ Webサイトの配色において大切なのは、見た目の美しさだけではなく、文字や画像などのコンテンツの見やすさ。文字が読みにくい色の組み合わせや、コントラストが弱すぎる背景と文字色だと、ユーザーにストレスを与えてしまう。

コントラストが()した色を選び、「視認性」の高い配色を心がける。

<背景色とメインカラーのおすすめ組み合わせ例【10選】>

背景 メインカラー

1. 白 (#FFFFFF) / ネイビーブルー (#1D3557)

2. 白 (#FFFFFF) / ディープグリーン (#2A6041)

3. 淡いグレー (#F7F7F7) / ダークオレンジ (#D2691E)

4. 淡いグレー (#F7F7F7) / レッド (#E63946)

5. 明るいグレー (#F5F5F5) / マスタード (#D4A017)

6. クリーム色 (#FFF8E7) / ブラウン (#6B4226)

7. クリーム色 (#FFF8E7) / ディープパープル (#5D3A9B)

8. ミントホワイト (#F5FFFA) / ディープブルー (#006494)

9. パールピンク (#FFF0F5) / ワインレッド (#8B0000)

10. 淡いグレー (#FAFAFA) / ブラック (#333333)

視認性を考慮した配色例



「⑩UI/UX、ユーザビリティとは？」

<「UI」「UX」「ユーザビリティ」とは？> *Point!!*

【重要】 Webサイトを作る目的→()ため。

- 例 (
- お店やサービスを知ってもらうため
 - 商品を売るため
 - お問い合わせや予約をしてもらうため



せっかくサイトを作っても…



- (
- 情報がごちゃごちゃしていて、どこを見ればいいのかわからない
 - スマホで開いたらボタンが小さくて押せない
 - 色や文字が分からなくて、すぐ閉じたいくなる…

こんな風になってはもったいない…



そこで大事になるのが、今回のテーマである「UI」・「UX」・「ユーザビリティ」。

◆ UIとは？(ユーザーインターフェース)

→UI(User Interface)とは「()・操作まわりのこと」。

ユーザーが実際に目にしたり、触れたりする部分。

- 例 (
- ボタンのデザイン
 - フォントや色の使い方
 - メニューの配置 etc...

◆ UXとは？(ユーザーエクスペリエンス)

→ UX (User Experience)とは「()そのもの」。

UIよりもっと広い意味を持っている。「使っていてどう感じたか」。

- 例 (
- 欲しい情報がすぐに見つかる
 - 操作していてストレスがない
 - サイトを見て「楽しい」「信頼できる」と感じる etc...

◆ 「ユーザビリティ」とは？

→ 「ユーザビリティ (Usability) = ()」。

「UI」や「UX」に似ているが、ユーザビリティはもっとシンプルに、「使いやすいかどうか」にフォーカスした考え方。

- 例 (
- 初めて使う人でも迷わず操作できる
 - 間違えてもすぐに戻れる
 - やりたいことがすぐできる etc...

→ といったことが実現できていれば、「ユーザビリティが()」と言える。

<3つの関係性をまとめると？>

Point!!

- () (見た目や操作) をよくすると、
- () (使いやすさ) が上がり、
- () (体験) も良くなる!



まずはユーザー目線になって、「わかりやすいUI」を意識すると良い。

「⑫レスポンスデザインとモバイルフレンドリー」

<レスポンスデザインとは？>

→ユーザーの()サイズに応じて、Webサイトのレイアウトやデザインを自動的に調整する仕組みのこと。端末ごとに見やすく表示が切り替わるのがレスポンスデザイン。

<モバイルフレンドリーとは？>

→スマートフォンなどのモバイル端末で見たときに「()使えるサイト」になっているか。

例

- 文字が小さすぎない
- ボタンがタップしやすい
- 片手でも操作しやすい配置
- スクロールや操作がスムーズ etc...

<レスポンスデザインとモバイルフレンドリーが大切な理由>

重要な理由 (1. ()の向上
2. ()対策にも有利



◆①ユーザビリティの向上

→多くの人がスマートフォンからWebサイトを閲覧して

いるため、どんな端末からアクセスしても読みやすく、操作しやすい状態にしておく必要がある。そうすることで、ユーザビリティ(使いやすさ)が向上する。

Point!! ※見やすく、使いやすいサイトを作ることが、ユーザーとの()にも繋がる。

◆②SEO対策にも有利

→Googleも「モバイルファースト」を推進しており、スマホでも()に閲覧できるサイトを評価している。

つまり、レスポンスでモバイルフレンドリーなサイトは、検索結果で上位に表示されやすくなる(=SEO対策にも効果的)ということ。

<初心者でもできる「モバイルフレンドリー」なコンテンツづくり>

◆①改行を入れすぎない

→パソコンでは読みやすくて、スマホで見ると行間が詰まって読みにくくなることもある。

1文1段落を意識して、()をうまく使うのがコツ。

◆②文字サイズ・余白を意識する

→スマホでは特に「読みやすさ」が重要。

“少し大きめ＆スッキリ配置”がスマホではちょうどいい感覚。

◆③片手で操作しやすいUI

Point!! →スマホでは片手で操作する人も多いので、()が届く範囲にボタンやメニューを配置する。



「Web制作で"稼ぐ"6ステップ(ロードマップ確認)」



ここまで進めていただきありがとうございました。「Web制作の学習が楽しい!」と感じてくださった方は、ステップアップ方法もご確認ください。

(副業から徐々に本業にしたい方向けのロードマップです!)

↓↓↓

<Web制作で"月20万円稼げるようになるまでの【6つのステップ】>

◆STEP①: Web制作の基礎知識を学ぶ

→まずは、「Web制作の基礎」を学びましょう。いきなりサイトを作ろうとしても、「なんのためにこの作業が必要なの?」と疑問に思い進まないですよね?

そのために、Web制作やWordPressの概要を学んでいきます。

Point!! ※ここまでをこのテキストで学んでいただきました!



ここからは、ブログのロードマップでもご紹介しているおすすめのステップを紹介します。



◆STEP②: WordPress操作に慣れる

→Web制作の基礎知識が学べたら、難しいことは考えずに、まずはWordPressの操作に慣れることをおすすめします。WordPressの無料テーマを使って、Webサイトを1つ完成させてみると自信に繋がるのでおすすめです。



◆STEP③: クライアントワークを想定してWebサイトを作れるようになる

→STEP②では「とにかく慣れる」ことを重視したため、実際にお客様へどのような対応をしたらいいのか、具体的にはわからないままです。

STEP③では、「お客様へのヒアリングをどう進めながらWebサイトを制作していくか?」という実践的な部分を学ぶのが

おすすめです。





◆STEP④:仕事を取る準備をする(事業サイト制作)

→サイトの作り方を学んだら、初案件に向けての準備として「自身の“事業サイト”(ポートフォリオサイト)」を作りますよう。

事業サイトに「やりたいこと・できること・作品の提示」などを載せておけば、案件対応時に便利です。



◆STEP⑤:ココナラで初案件を達成する

→準備ができたら、いよいよココナラで仕事を取ってみましょう。「ココナラはおすすめしないという発信をよく見るんだけど…」と思う方もいるかも知れませんが、ココは飽くまで実績作りの場として活用していくというイメージです。

また、自身のサービスをサイト内に置いておくだけでも問合せをいただくチャンスを作ることに繋がるので、先入観を持たずにチャレンジしてみることをおすすめします。



◆STEP⑥:月に20万円を達成する

→STEP⑤で初案件獲得を達成したら、サイト制作やクライアントワークの流れは体感的に分かってきます。よって、次は単価UPを図ったり、クラウドソーシングサイトから飛び出して、リアルな世界で営業をしてみましょう。

顧客が付いてくると月に20万円~を目標にでき、フリーランスへの道が見えてきます。

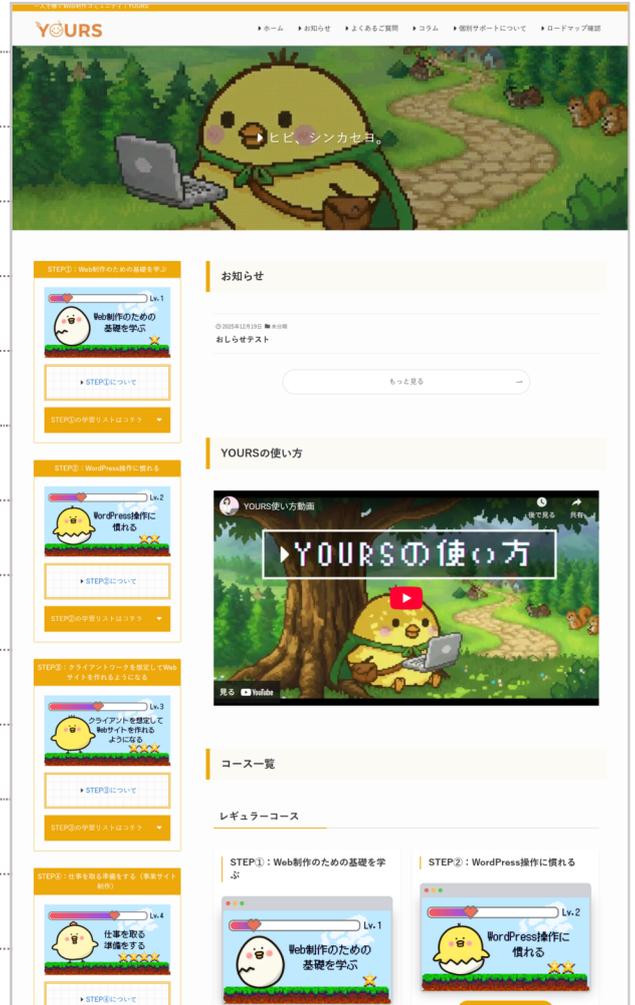


<独学応援学習サイト【YOURS(ユアーズ)】のご案内>

◆6つのステップ+αが買い切りで学べる

「ゲームみたいに楽しく学習してほしい」という願いを込めたデザインにしました。↓

→STEP①までは無料でブログ公開をしていますが、STEP②以降のお伝えの仕方をずっと迷っていました。Brain(<https://brain-market.com/>)で公開していたのですが、「体系的に学べない」・「見づらい」などのモヤモヤがあり、この度自分で学習サイトを作りました!



ポイント

- 1回の購入ですべて閲覧できる(notサブスク)
- 価格は業界最安レベル
- 技術面~案件の取り方まですべて解説
- 独学向けの教材なので自分のペースで学べる
- コンテンツは都度更新される
- 分からないことはラインで質問できる

◆詳しくはブログから

→YOURSについて詳しく知りたい方は、

<https://ouch-de-work30.com/yours-1p/>をご覧ください。

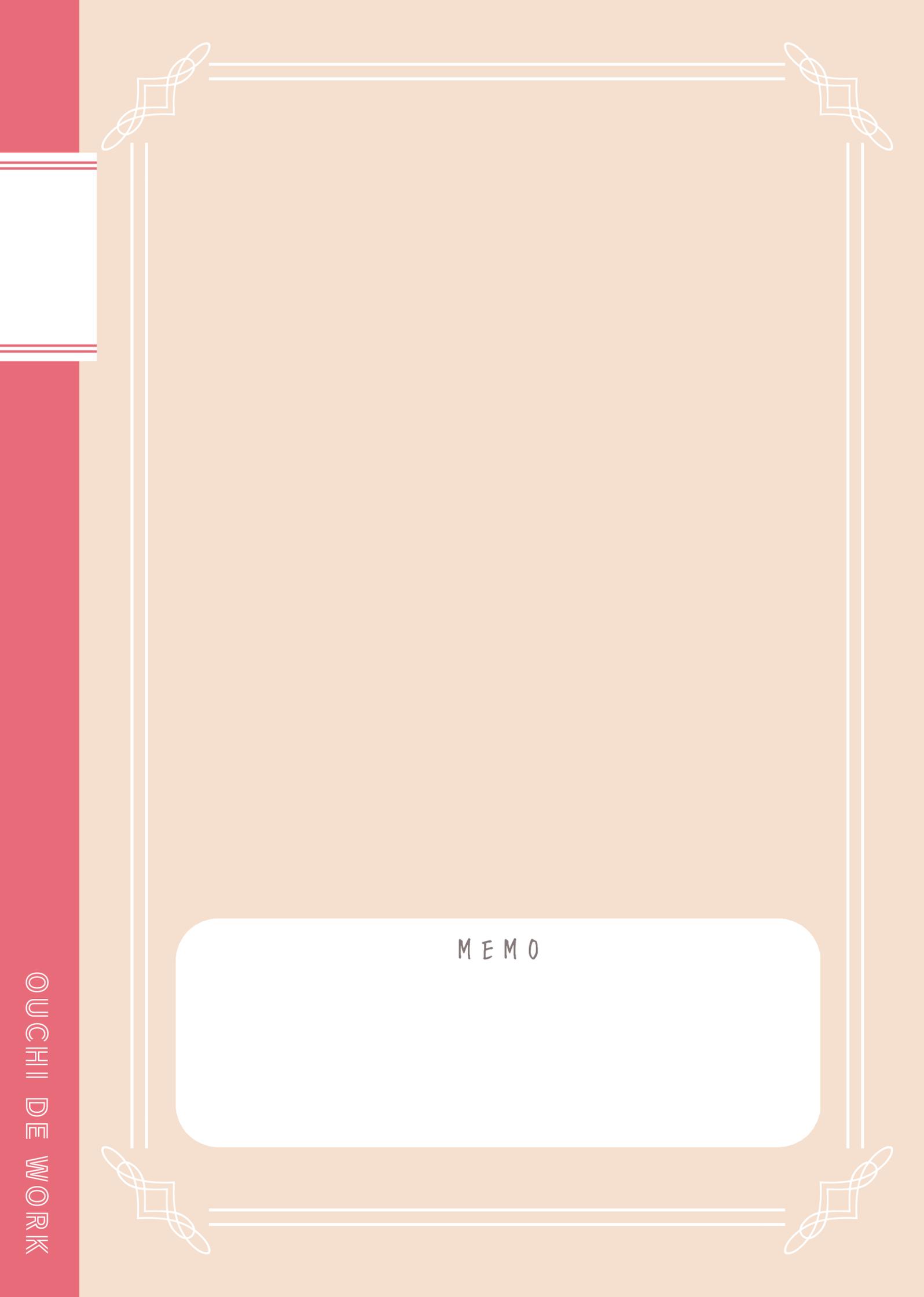
QRコードはこちら↓



<https://ouch-de-work30.com/yours-1p/>



価格や内容を知りたいだけなのに、煩わしい面談やセミナーなどはありません。ブログに「使い方説明」から「価格」、「購入リンク」まで全て載っています。※もちろん、ご質問がある方はLINEからお問い合わせいただいても大丈夫です(^^)



MEMO