

ホームページを作る楽しみ、アクセスアップする楽しみ、
 売れる楽しみをご案内するフリーペーパーです

2008年3月号 [Vol.015]
 2008/03/14 (金) 発行

目次	1	■ ユーザーエクスペリエンスを意識したコンテンツ作り: 自分で作る・ホームページ
		■ 人間以外も色が分かる?: 色のふしぎ
次	2	■ 春の訪問者: 季節のたより
		■ ビジネスホテル「ラクシオ・イン」グランドオープン ■ 今月のクイズ ■ 編集後記



自分で作る・
 ホームページ

ユーザーエクスペリエンスを意識したコンテンツ作り

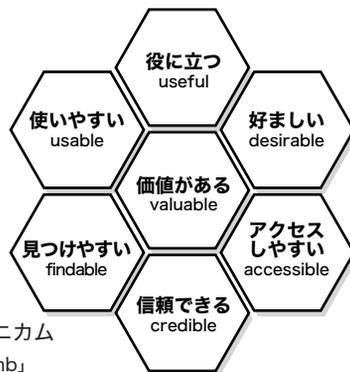
視聴者を惹きつけるコンテンツ

「エクスペリエンス」は「体験」・「経験」という意味です。もしもWEBサイトの視聴者に商品やサービスを体験してもらうことができ、「快適だ」・「楽しい」と感じてもらえれば、「購入する」・「参加申し込みをする」・「資料請求をする」などの次のアクションを喚起できる機会が増えます。リアルの世界ではといえば、身近なところではスーパーで行われる試飲・試食、ドラッグストアや薬局でもらえる医薬品や美容化粧品などのサンプル提供などがあります。また、高額商品においては、自動車の試乗、住宅展示場やモデルハウスで一泊体験などがあります。いずれも見込み客に実際に体験してもらう事で次のアクションを喚起するのが直接的な狙い。WEBサイトでは視聴者が体験して得られる“感情”(「おもしろい」・「健康になれそう」・「キレイになれそう」・etc)を意識し次のアクションを喚起できるコンテンツ作りを重視したいですね! 視聴者が何を見て、何を感じ、結果どのようなアクションを起こすのか。WEBサイト設計においてはこの事を「ユーザーエクスペリエンスデザイン」と言います。

ユーザーエクスペリエンスを構成する面

図1はPeter Morville氏が示した「ユーザーエクスペリエンス・ハニカム」。氏はユーザーエクスペリエンスはこれらの面もしくは性質で構成されており、いくつかの目的を同時に満たす事で視聴者の琴線に触れることができると説明しています。例えば「アクセスのしやすさ」よりも「見つけやすさ」、「役に立つ」、「価値がある」という事に重視したいケース。避けられない妥協は無意識にはなく意図的になされなければならないと主張しています。

それぞれの面のバランスを取りつつコンテンツ作りを行う事。ユーザーエクスペリエンスデザインを活用すればユーザーに思い通りのアクションを喚起する可能性を高めることができます。



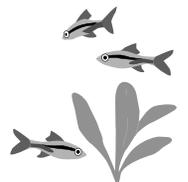
役に立つ	その商品やサービスが本当に役に立つのか。商品知識や専門的知識を深め多くのユーザーに訴えかける。
好ましい	イメージ、アイデンティティ、ブランドが持つ力と価値はバランスを保つことでユーザーの関心を引く。
アクセスしやすい	障害を持つユーザーであってもアクセスできることで、より多くのユーザーにリーチする。
価値がある	利益を上げ、顧客満足を満たす。利害関係者すべてに価値をもたらす。
信頼できる	多くのユーザーに信頼感を与えるデザインである。
見つけやすい	ユーザーが欲する情報を迷う事なく即座に見つけられる構造である。
使いやすい	Man-Machine Interfaceの観点からユーザビリティを考慮する。

図1 ユーザーエクスペリエンス・ハニカム
 ※参考: 「The User Experience Honeycomb」 Peter Morville著

色のふしぎ? 人間以外も色が分かる?

昔、香り漂うバラ園でバラ観賞をしていたら、やたらに自分の洋服に小さい虫がくっついてきたことが。もしかしてこのオレンジ色のトレーナーがいけない? そう思い、慌てて脱いで白いシャツになってみたら、とたんに寄り付かなくなったことがありました。虫も色の違いが分かるのでしょうか。

実は昆虫や、サルなどの哺乳類、鳥類や爬虫類、魚などの一部は色を識別する能力があるのだそうです。そういえば、クジャクのオスの羽ってあんなに綺麗な羽を持っていますよね。同じように熱帯魚ではグッピーもオスの尻尾はひらひらして美しい模様なのにもかかわらず、メスは小さな尻尾の先がなんとなく色づく程度。このように、異性をひきつける為の色を「婚姻色」といい特に自然界ではオスの方が鮮やかになっています。またミツバチは赤系が見えない代わりに紫外線領域が分かるそうで、蜜のある部分が違う色に見えるのだとか。生きる為、子孫繁栄の為、色は欠かせないのです。



参考書籍: 「よくわかる色と配色の事典」 葛西紀巳子、篠崎幸恵 著

春の訪問者



先日知り合いにりんごを沢山いただいたのですが、食べずにいたらちょっといたんでしまい。そのまま捨てるのももったいなくて、庭の台に置いておいて見ました。そしたらやってきましたよ。小柄できれいな黄緑の体を持つかわい鳥が。メジロです。しかも2羽。その名のとおり目の周りが白いその鳥達は、仲良くおいしそうにりんごをつついてます。これはシャッターチャンス！とばかりに部屋からデジタルカメラを引っ張り出し、静かに隠れながら窓の近くによって外を覗くと…。『ばたばたばたー！』あ、逃げちゃいました。いけないいけない。でもしばらく待ったらまた来ましたよ。よし、今度こそ…。『ばたばたばたー！』これは…。私が窓から覗いたの、バレバレですね？あんまり驚かすのもかわいそうなので、撮影は断念。とりあえず庭に春が来たことだけ喜ぶことにしましょうか。もうじき訪れる暖かい日差し。のんびり待つことにいたします。

本格派ロードサイド型ビジネスホテル「ラクシオ・イン」が、2008年3月8日(土)にグランドオープン!!



東京都町田市小山が丘に、本格的なロードサイド型ビジネスホテルが誕生しました。東京都八王子市と神奈川県相模原市に近接し、周辺には「多摩美術大学」「首都大学東京」などの大学が多くあり、学生さんの

利用にはとても便利！しかも同等クラスのビジネスホテルと比較するとかなりハイランクの客室設備・サービスを備えています。

交通アクセスは橋本駅より無料送迎バス(1時間に1本程度です)で時間を調べて行動するのがおすすめ)が運行中。タクシーで行くなら10分程度、直線距離にして1.5kmほど。

なんととってもこの「ラクシオ・イン」。素晴らしいポイントは隣接する天然温泉「ロテン・ガーデン」が無料で入浴できる事。都心では味わえない澄み切った美しい夜空を、露天風呂に浸かりながら味わう事ができます。これはビジネスホテルでは中々味わえない「くつろぎタイム!!」。

料金：シングル 6,300円 / ツイン 9,800円 (税込)
所在地：東京都町田市小山ヶ丘6-3-3
ご予約：042-774-0940
URL：http://www.laxio.co.jp/

※オープン記念「2,000円」キャッシュバックサービス！
(詳細は上記WEBサイトでチェック！～3月31日まで)



ラクシオ・インのWEBサイトはレリッシュ株式会社がリニューアルを担当しております。公開時期はもう少し先になりますが、是非ご期待ください！

この紹介欄に掲載させて頂ける会社/店舗さん募集中！
レリッシュまでご連絡下さい！

今月のクイズ

Q 次の◆の中を埋めてください。
「エクスペリエンス」は
「◆験」・「経験」という意味です。

本誌内のどこかにヒントがあるよ！

■応募方法

ハガキ、FAX、メールからは、お名前・会社名・郵便番号・住所・電話番号とクイズの答えをご記入の上、下記宛先へご応募下さい。

宛先：〒194-0013 東京都町田市原町田二丁目2番1号

ライオンズマンション町田第6-402

FAX：042-705-9766 Mail：present@rel-ish.co.jp

応募フォームにてご応募される方は

(http://www.rel-ish.co.jp/present/)へ。

締切：2008年3月31日

※ 厳正な抽選の上、当選は発送をもってかえさせて頂きます。



Rel-ish★セレクト

プレゼントはこちら



paperblanks (ミニ)
95x140mm

その手帳は大人の時間を刻み込む

1名



◀ 携帯電話からのご応募は、こちらから。
http://www.rel-ish.co.jp/present-k/

前号のクイズの答えは「D」でした。
本号のクイズの答えは次号発表いたします。

編集・発行：レリッシュ株式会社 Rel-ish

〒194-0013

東京都町田市原町田二丁目2番1号

ライオンズマンション町田第6-402号室

☎ 0120-212367

受付時間：平日 AM8:30 ~ PM16:30

http://www.rel-ish.co.jp/

《所属団体》・町田商工会議所 - サービス業部会
・ソフトウェア振興会 - 研修委員会
・社団法人町田青年会議所 - 広報渉外委員会
・町田法人会 - 青年部会



制作スタッフからの一言です！

- きむ > 色々なお店でポイントカードをもらっ……、端数ポイントのカード。これ、誰か買い取ってくれませんか？(^^)
- ペベ > 駅ビルのカードのポイントが12,000円分も貯まってる…！全部書籍で消えました。(涙)
- iori > 携帯電話のなんとかポイントがすごい貯まってる…！欲しいものがないです…。
- MoEgi > 「ポイント3倍」よし！購入～！って、1500円以上買わないと3倍にならないのね…微妙に足りてなかったです。

次号2008年4月号は「2008/4/11(金)」発行予定です。