



Digital Craftsmanship

BEST3.NET

「スケジュール作成はプロジェクト・デザインというクリエイティブな仕事」

[第15回 WebSig会議「Webサイト構築のためのプロジェクトマネジメントスキル」](#)に参加しました。すでに2週間も経ってしまいましたが、森田さんの言っていたこのような意味の言葉が印象的でした。僕自身プロジェクト管理をする仕事を、もう随分長い間生業としているのですが、なんかこういう観点で考えたことが無かったなぁと新鮮でもあり、気づかせてもらったことでもあります。言われてみると確かにその通りなのですが、自分が担当していると、なかなかそんな気にはなれないものです。スケジュールを引くのが、クリエイティブな作業だとは思ったこともありませんでした。どちらかというと、あまり考えずにルーチンワークとして引いていたこともあり、かなり反省させられました。

松岡さんも、森田さんもPMの経験がとても豊富ことを話の端々から感じました。普段同じ仕事をしている人の話を聴く経験はなかなか無いので、とても学ぶところの多い内容でした。最初の個人的な興味は「はたしてこのテーマで、どんなことを話すのだろうか」だったのですが、期待以上の充実した内容だったと思います。松岡さんのこなれたプレゼンと、六本木ヒルズやミッドタウンなどの大規模プロジェクトを例にした工夫された展開も、「ああやって具体的にするのか」と勉強になりました。

PMを育てるという話題では、同じような悩みを抱えているのは、どこのWeb屋でも同じだろうと思います。現在一線で活躍中の人の多くは、黎明期から自力でWebを学んできた人が多く、誰かから教えられた経験がありません。言わば必要に迫られて叩き上げられたような部分が多いのです。ですから改めて「Webのプロジェクト管理の方法を教える」となると、どこからどう教えたらいいのか、途方に暮れる部分があるのではないのでしょうか。一方でプロジェクト管理といっても必要なスキルは多岐に渡るので、多分に職人芸的な部分が多く、「経験から学べ！OJTが一番。」と考えてしまいがちです。これではかなり時間がかかるので、移り変わりの激しいWeb業界の流れには、なかなかマッチしないというジレンマがあります。

なかなかいい解決策は見つかりそうに無いのですが、会議の中でも出ていたようにひとつはシステムでカバーできる部分をカバーするという方法、そしてそのためのフレームワークを整えるというのが、現実的なのではないかと今は思っています。少なくともそれによって、底上げはできるような気がしています。

「CMSのSEO対策について書いてもらえませんか？」



今回は技術評論社のW氏にこんなお題をいただいたので、少しまとめてみました。CMSについては以前からの経験があるので、なんとか書けるかなと思っていましたが、細かく書けばきりが無いので、概要になってしまった感は否めません。またDAM（デジタルアセット管理）については、例が特殊でありあまり良くなかったかもしれないと反省しています。電子カタログや印刷物のカタログなどとの、データ共有の例の方が分かり易かったのではないかと思います。

今やSEOはクライアントから普通に要望される言葉です。ですが言葉だけは浸透していても、何をすることなのかというイメージはクライアントによってまちまちだったりします。たとえば「キーワードをたくさん埋め込んだ文章とHTMLを作成する作業のこと」というような、かなり偏った認識の方もいます。

SEOと言っても結局検索エンジンを使うのは人間です。ロボットは騙せても最後は人間が結果から選んでくれなければ意味がありません。またコンテンツが貧弱では本末転倒です。ですからキーワードを故意に埋め込んだような、冗長な文章で、人間が満足するとは思えないのです。

「SEO対策はほどほどにして、もっとコンテンツの充実をはかるようにしましょう」という啓蒙も兼ねてまとめたのが本誌の記事です。そのための基本をおさえるところは、すべてCMSに任せてしまえるのがベストでしょう。

クリエイティブ・ブリーフを書こう::Step 1

「クリエイティブ・ブリーフが無いと、どんなデザインをしたらいかがが分からない」

こんなことを言われたことはありませんか。もし言われたことが無いなら、言われるような環境を作りましょう。また言ったことの無いデザイナーの人は、軽くPMに要求してみましょう。誤解を恐れずに言うと、ウェブサイト構築はシステム寄りとデザイン寄りの、水と油のような属性のメンバーが同じ土俵でチームを組む仕事です。ですから共通言語としてプロジェクトを俯瞰できる情報が必要です。そのための資料として、この「クリエイティブ・ブリーフ」が一番適していると思います。

では、クリエイティブ・ブリーフの内容には、どんなものが必要でしょう。あんまり長いと読む気がしないということもあるので、できれば1ページ程度にまとめてあると、分かりやすいと思います。入る内容は会社の志向によっても違うと思いますが、枠組みは[IAAJの資料](#)などを元に作成すると作りやすいでしょう。これ以外にも「ウェブ・リデザイン」という本にも、参考になる内容が書かれています。簡単に目次立てすると以下のような内容になります。

プロジェクトの概要

プロジェクトコンセプト

ビジネス上の目的

直面する問題

ユーザーへの提供価値

対象ユーザー

認知率・雰囲気・ガイドライン

コミュニケーション戦略

UI検討事項

現状分析

競合他社の状況

共通メッセージ

トーン&マナー

成功の判定基準

順番は良いかどうか分かりません。多少補足を書いておく方が書きやすいでしょう。適当に抜粋して1ページにまとめると良いと思います。プロジェクトの概要には、プロジェクト名や期間、スタッフィングなどを書きます。もちろんここに書くための内容をクライアントから聞き出すには、その前にクライアント・アンケートもしくはヒアリングシートを事前に作成して、打ち合

わせをする必要があります。また内容によって、聞く項目を変えることが必要になります。

以前テクニカルライターをしていた頃、「俺は代書屋じゃないんだぞ」と思うことが何度もありました。同様に「私は絵描きではない」と思うことが多いのがデザイナーという職種ではないかと思います。「とりあえずデザインして」と言われても、背景も内容も分かっていないものを、ビジュアルにおこすのは無理があります。そういう場合に最低限このクリエイティブ・ブリーフさえあれば、クライアントの期待に近づくものがデザインできるのではないのでしょうか。

言い換えるとそれは、制限を設けることで初めてクリエイティブな作業ができるということだと思います。この枠組みにクリエイティブ・ブリーフが使えるのです。次回Step 2では、実際に項目を選んでクリエイティブ・ブリーフの雛形を作ってみたいと思います。

「アクセスログ解析ツールはたくさんあるけど何が違うの？」

クライアントからそんな質問をもらったら、あなたならどう答えますか。特にGoogle Analyticsのように無料で使える本格的なツールが出てきてしまうと、この質問に答えるのは調べることが多く容易ではありません。「面倒くさいなあ」などと思う気持ちも分かりますが、ここは「丁度いい機会をもらった。何が違いなのか調べてみよう」というのが、PMらしい発想です。なぜなら次に別のクライアントで同じような質問をされた際には、基礎資料をすぐに提供できますし、社内での使い回しもできるからです。自分が理解できていないものを、クライアントに自信をもって説明することはできないものです。

とは言ってもまずはググるところから始めるでしょう。たとえば「アクセスログ解析 比較」というような、ダブルキーワードで検索します。こういう検索の場合、必ずしも先頭ページで期待のものがヒットするとも限りませんから、概要から中身を判断しながら、めぼしいサイトを順番に丁寧に探って行きます。こういう疑問の場合、大抵は先人が比較しているものですから、信憑性の高い情報サイトの記事などを丹念に探します。たとえばこんなサイトが見つかります。

[無料ツールからハイエンド製品まで アクセス解析ツール徹底紹介](#)

[アクセス解析ツールを比べてみよう](#)

[アクセス解析の3方式、結局どれが一番いいの？](#)

まずはそこで一度クライアントにメールでアドレスを一覧にして送ります。この即応が重要です。クライアントが自ら同じことをすれば、もちろん見つかるかもしれませんが。しかしクライアントはググるのに慣れていない場合もあるでしょう。またググることを極めると、検索キーワードの選択が上手くなり、期待した情報にたどりつくまでのスピードが、飛躍的に高くなります。ですから億劫がらずに、どんどん自分のものとして調べてみます。これは間接的にはサイトのSEO対策する際の、キーワード設定などにも役立つスキルとなります。

次は特徴の抽出です。総花的なのか、専門的なのか、簡単さが重視か、詳細さなのか、初期ライセンス料かPV価格方式か、などなどの観点で比べます。あまり特徴が見当たらないものは、比較対象から落とします。そのようにして選んだのは私の場合以下の5つです。

SiteTracker

ClickTracks

WebTrends

Urchin (Google Analytics)

ASPやハードウェアを必要とするものは省きました。また経験上、過去から現在までに関わったサイトで使っていたものが、経験もあるので分かり易いため選んでいます。次回はこれらの比較一覧を作りたいと思います。

「やっぱり英語ができるようにならないとダメかなあ」



と考えたことはありませんか。Web屋の仕事はまだまだ米国の方が進んだ事例が数多くあります。また制作に関するワークフローやフレームワークも、多くは米国のものを元にしていたりします。ですから、新しい動向や手法などを学ぶためには、どうしても英語サイトをサラッと読めるスキルが必要になってきます。そうでないと、進歩の激しいWeb屋の世界では、ちょっと気を抜いている間に、コミュニケーションの手法で大きな差をつけられてしまうことも少なくありません。

ここで必要に迫られて英語学習が必要になります。とは言っても、あらためて英語を学ぶとなるとどこから手を付けたらいいのかが分かりません。そんなとき神田昌典氏の「お金と英語の非常識な関係」という本は、自分の英語へのアプローチの仕方を見直させてくれますし、ビジネス面でも勇気づけられます。本書の中で出てくる「日常生活で最もよく使われる300語」というAmerican Heritage Word Frequency Bookの英単語と、その少し上になる[850語](#)を、典型的なフレーズで覚えるのがてっとり早いのではないかと考えました。

次にどんなアプローチで覚えるかです。ここでもPM的手法が役に立ちます。「興味があることから持続できる」を活用するのです。また「何か仕事にからめて学習する」ということを考えます。そこで出たばかりのiPod touchです。



別に他のiPodでも良いのですが、ここは画面の大きさと見易さからiPod touchを選択しました。iTuneにはiTune Uという米国大学の講義を聴ける新しいサービスが展開されています。また先進的なCMSのチュートリアルでは、Podcastを利用していたりしますので、これらを見ながら理解すれば一石二鳥なのではないかと思います。（二兎を追うものは一兎も得ずとも言いますが・・・。）

まだこれはiPod touchを使うホンの基本に過ぎません。強いのではない楽

習方法を探りながら見つけたいと思います。

クリエイティブブリーフを書こう::Step 2

「ええっ！何でやり直しの？」

往々にしてこんなことがWeb構築プロジェクトでは起きます。ここには様々な原因があります。クライアントとプロジェクトの窓口となっている担当者との、コミュニケーションミスであればことは単純です。そうではなくて、クライアントがOKでもその上司がダメ出しをしていたり、さらに上の役員レベルでリセットになったりということもあります。コーポレートサイトなどの場合は、サイト自体が会社の顔となるので、このようなことが起きるのも、客観的に見れば分かります。ですが担当しているメンバーにとっては、今まで積み上げてきたものが一気に崩されるのですから、大きな負担となることは避けられません。

そこでこのようなことが起きないためにも、何かの「よりどころ」が欲しいわけです。何か形としてクライアントとの間で文書を残しておき、プロジェクトがブレたら、そこへ立ち戻る必要があります。このためのよりどころとするのがクリエイティブブリーフです。もちろんプロジェクトによっては、基本計画書のような形でまとめている場合もあるでしょう。ですがまとまった計画書の形にしてしまうと、細かな部分まで読み込んで理解されているかどうかは甚だ疑問です。もっと分かり易く一読で理解できるようなツールが必要です。

Starbucksのマーケティングのシニアバイスプレジデントとして1995年から1998年まで在籍し、その前はナイキで"Just Do It"などの広告キャンペーンを手掛けたScott Bedburyの"A New Brand World"にA great creative brief has three attributes, It is ...

1. Concise--No more than two pages, one if you're really good.
2. Tight--Containing two separate focused statements, of where the business (or category) and the brand are today and where they must be tomorrow in order to achieve success.
3. Loose--Let them figure out how to get there.

と書かれています。クライアントとクリエイティブチームの共通言語としては、やはりこの1ページにまとめられたクリエイティブブリーフが実際に役に立つのです。2と3は相反しているように見えますが、2の部分はきっちり作り、その道筋は実際に実行する人たちが細かく決められるように方向性として大枠で捉えるということのようです。

外資系の広告代理店などでは、このクリエイティブブリーフに必ずクライアントからサインをもらってから、クリエイティブを開始するというのが常態です。日本ではそこまでは難しいにしても、必ずレビュー期間を設けて、確認してもらったというエビデンスを残すと良いでし

よう。それほど重要に扱っていくことが、その後のプロジェクトのブレを最小限にしてくれます。クリエイティブブリーフは、言わば積み上げたプロジェクトを崩さないための耐震装置として機能してくれるのです。

「Wii用のサイトを作る機会が無いなあ」



以前Wiiでサイトが見れることを知ってから、機会があれば作りたいとずっと思っていました。ところが仕事が企業サイトの構築がメインだということもあり、なかなか業務では機会がありませんでした。そんな日々の中、同僚の結婚が決まったので、それに向けてWii用のお祝いサイトを作ることになりました。Wiiと一緒にサイトも作って贈れば、少しはWeb屋らしいのではないかと思ったわけです。どうせ作るなら、自分では作ったことの無いFlashを使い、プラットフォーム

も新しい方がやりがいがあるというものです。

まず最初はググってWii用のサイトの仕様を確認します。Wiiの公式サイトなどから次のような情報が見つかりました。

[インターネットチャンネル](#)

[インターネットチャンネル向けのウェブページを作りたい](#)

[開発スタッフが語る『インターネットチャンネル』の話](#)

それ以外もいくつかのサイトを確認して、文字サイズの最小単位は24pxで画面サイズは800×512ピクセル、Flashのバージョンは7に決定しました。

確認用には自分でWiiを持っていないので、Wiiを所有したばかりの同僚に頼んで確認してもらうことにしました。インターネットチャンネルへの接続は、家に無線LANが引いてあると比較的簡単のようです。ただ有線の場合にはWii専用LANアダプターが必要ですし、どちらの接続でも、Wiiショッピングチャンネルで、インターネットチャンネル（Operaブラウザ）をダウンロード購入する必要があります。（500Wiiポイント：500円相当）

サイト作成には全面Flashを使いました。画面サイズはFlashのパブリッシュの機能でHTMLを出力する際に、上記のサイズを指定しました。またFlash内で使う文字は24pxでないと、やはり確認の際に見難いようです。Wii用のサイトは、コントローラーを使うことから考えても、Flashで作るのが妥当のように思います。Wiiはターゲットの年齢層を広げる可能性のあるプラットフォームですが、使い勝手はゲームに似たインターフェースが必須となると思います。もっとネットに接続するWiiが増えるとサイト構築の機会も増えて面白いのではないのでしょうか。任天堂も来年はネット接続を強化して、5割を目指すそうです。

FlashでMP3の曲は外部ファイルで再生しよう

「MP3ファイルは大きいので外部ファイルでストリーミング再生したい」

お祝い用のサイトをWiiで作成しているときに、こんなことを思いました。バックグラウンドで流す曲は、MP3にすると1曲あたり小さくても3MB程度になります。これをFlashのSWFファイルに埋め込んでしまうと、当然ファイルが巨大になってしまい、読み込みにかなりの時間がかかってしまいます。そこで当然のように、ストリーミング再生をしたくなります。

いくつかググったActionScriptを試してみましたが、最終的に機能したのは、以下のサイトのActionScriptでした。

[Flashムービーに外部MP3ファイルを読み込んでみよう](#)

そういえばググっている最中にFlashのフリーウェアである[Suzuka](#)というのを発見しました。

[Flashムービー作成フリーソフト「Suzuka」で簡単アニメーションを作ってみよう](#)

携帯用のFlashなども作成できるようなので、時間があれば試してみたいと思います。Flashのようにファイルのフォーマットが公開されると、一気に互換ツールが増えます。互換ツールが増えれば、今までブラックボックス化していたFlashの技も、もっと一般化してくるでしょう。Wiiも含めてFlashの活用方法はまだまだありそうに思います。

Flashを元ファイル無しで編集をしよう

「元のファイルが無いのでFlashのファイルが修正できない」

クライアントからの要望で、Flashのファイルのリンク先などを変更しようとした際、元ファイルがすでに入手困難で編集不可という状態を経験したことはありませんか。リンク先などをXMLで外部ファイル化して編集可能にしてあれば良いのですが、元のソースファイルに埋め込まれていたりすると、その元ファイルが入手できない限り、修正は困難でした。先日も同じような相談があり、結局コンテンツ自体を削除せざるを得ないという判断をしました。

ところが本屋でFlashに関連する書籍を読んでいたら「はじめてのFree Motion 2」という本を見つけました。それを読んでいるとどうもSWFファイルをそのまま読み込むことができるようです。早速サイトで確認しましたが、やはりかなりの部分で元ファイルを再現可能と書かれています。

[Free Motion 2 - 高性能Flash作成ソフト](#)

しかもFlash互換の安価な制作ソフトとしても機能するようです。これは試してみる価値がありそうです。今まで企業サイトなどでもFlashの制作は外注される場合が多く、修正が必要になったときには、その外注先がすでに無くなっていたり、ソースのファイルが入手困難になっている場合が少なくないのです。ですがこのような場合にもSWFのファイル自体から元に戻せるのであれば、かなりの確率で修正が可能になるでしょう。

機能的には高度な解析をするだけとのことなので、完璧には元の状態に戻せないこともあるようです。それでも気に入った動きをするFlashの仕組みを知ることでもできそうです。直近で削除することになったコンテンツについても、一度体験版で一度試してみようと思います。

「〇〇で検索しても出てこないんですけど、**SEO**対策しているんですか？」

クライアントからこんな質問のメールをもらいました。最近ではSEOという言葉が独り歩きをしているので、このような質問は初めてでは無いですし、今後も増えていくことでしょう。さあ、このような場合あなたならどう答えますか。中途半端な答え方をすると、かえって誤解を招いてしまいますので、注意が必要です。私はこのような場合、まずなぜそれが必要なのかを逆に質問することから始めます。

というのも、これはクライアントがようやくWebサイトの効果的な活用に意識をし始めたというサインでもあるからです。ですから、まずクライアントがひっかきたいと思っているキーワードを知り、またそのキーワードに至った背景を知る必要があります。背景を知れば、より具体的なキーワードを見つけることもできるはずです。往々にしてクライアントの思いついたキーワードは、ビッグワードであったりすることがあります。どのような人をどういう目的でサイトに導きたいか、そのためには本当にSEOが最適なのか、そのような観点で検討する必要があります。

場合によってはリスティング広告を使った方が効果的かもしれません。またLPOやSMOなど、複数のテクニックを複合して使った方が良い場合もあるでしょう。とにかくその背景を理解するには、クライアントインタビューをじっくり行う必要があります。きっとそこにまだ拾い出されていないキーワードが潜んでいることでしょう。

クライアントによっては、SEOという魔法の技術で簡単に上位表示できるような誤解をしている人もいます。そのような場合にはSEOというのはどういう技術で、なぜ時間がかかるかなどをじっくりと説明する必要があります。ただこういう説明を続けていると、自分で良く分かっていなかったところが見直され、より説明もうまくなりますので、避けずに続けていくことが大切です。現在ではたくさん本もでてしているので、何度か見直しながら知識を深めると良いと思います。

「Web屋ならではの社会貢献を探りたい」

そんな気持ちで[WebSig 24/7](#)の分科会である[WebSigエコ&ピース](#)に参加しています。本格的な活動は今年の4月頃からで、すでに6ヶ月経過しました。最初の頃は月に一度の勉強会でしたが、最近では週1回の定例のSkypeを使ったオンライン会議なども行いながら、徐々にタスクを分けて活動を行っています。

今回はその中で知った[Blog Action Day](#)のアクションとして、環境というテーマでブログを書きます。上記の分科会でもいくつか活動中に発表などを行ってきました。まとまっているものは今のところ以下の2つです。どちらもFirefoxでのみ見ることができます。

[Web屋らしい社会貢献について（序章）](#)

[地球温暖化と原発とホームレスの関係](#)

ゴア氏がノーベル平和賞をとって「不都合な真実」への誤りの指摘や批判も出ているようですが、大きく世界を動かすきっかけを作ったことは確かですし、それら細かな部分の指摘は全体から見れば枝葉末節な気がします。ただ原因がCO2だけだろうかという疑問は、確かに私も持っています。それについては何らかの確証が得られることが、今後の大きなうねりを作るには必要だろうと思います。

日本がモデルケースを示すことは、たとえそれが世界の中では数%の影響しか及ぼさないにしても、必ずポジティブな意味を持つと思います。江戸から連綿とつながる循環型社会の基礎を持っている日本人の、知識と知恵の数々で世界貢献ができると素晴らしいのではないのでしょうか。ここは日本人に用意された絶好のステージのような気がしています。

「つながってるのに『ページが開けません』と表示されるのはなぜ？」

iPod touchを無線LANに接続する際に最初に起きる疑問はこんなところでしょう。私も最初こんな症状でした。自宅に無線LANが引かれている人なら、セキュリティ確保のために通常なら回線に対してパスワードを設定していると思います。接続できない一番の理由は、この「パスワードが正しく入力されていないのに、あたかも接続したかのように見える」という症状のせいだと私は思います。

なぜ正しく入らないのでしょうか。それはiPod touchのソフトウェアキーボードは、デフォルトが日本語になっているせいです。これでは英語が全角で入力されてしまうので、「設定」→「一般」→「キーボード」と選択して「各国のキーボード」が"1"になっているのを"2"にして英語キーボードにして入力する必要があります。またこうしておくで、英語と日本語の切り替えが地球のアイコンをクリックしてできるようになります。また大文字、小文字の入力の区別も、ソフトウェアキーボードはつき難い状態です。キーを押すと、すべて大文字の拡大表示されるからです。ですからパスワードに大文字が含まれている場合には、シフトキーを点灯させて明示的に入力する必要があります。

これで大抵は解決するはずですが、それでも駄目な場合には、まずパスワードのかかっていない無線LANの環境にiPod touchを持っていってみます。そしてSafariを起動してみると、一覧で接続できる無線LANが表示されます。鍵マークが無ければ必ずではありませんが接続できる場合が多いと思います。それでもだめでしたらmixiの「[無線LAN \(Wi-Fi\) 全般トピ](#)」で同じ症状を探してみます。ここまででほぼ解決できると思います。

iPod touchのiTunesは使い勝手が良いので、ハマると恐ろしいことになります。私もすっかりしていたら一日で30曲ぐらい購入してしまいました。ネットに接続しないと面白さは半減してしまいますので、初心者の人でも是非頑張ってネット接続に挑戦してみたいかたでしょう。iPod touchは初心者向きでない旨の議論もあるようですが、私はそれほど難しくは無いと思います。YouTubeの使い勝手もPCよりも断然良いので一度試すと手放せなくなります。

クリエイティブブリーフを書こう::Step 3

「正解はひとつということはない」

最初にStep 1で出した項目とStep 2のgreat creative briefの枠組みを参考にしながら、もう少し順序や内容の説明を考えてみます。昔であればアイデアプロセッサなどと呼ばれる専用エディターや、アウトラインプロセッサと呼ばれる機能で、構成を考えるのが普通でした。今ですとマインドマップが流行りなので、[FreeMind](#)を使って整理をしてみます。

FreeMindのサイトは英語ですが、日本語も問題なく通り、メニューも日本語で使えます。基本的にEnterキーとInsertキーのみで書いていけますし、構造をドラッグドロップで移動したり、階層以下を閉じてまとめることもできるので便利です。「書き出し」からJPEGに出力すれば以下のような図に出力できます。また「Open Office Writerドキュメントとして」書き出せば、[OpenOffice](#)のWriterで読み込んで次のレイアウトするための編集が可能です。[Googleパック](#)からStarSuiteをインストールしても同様に編集可能と思います。



単なる例ですので、今扱っているサイトのタイプによってカスタマイズしてもらえればと思います。自分なりの使いやすいくまとめ易い内容にすると良いでしょう。

今回はこれを元に1ページにまとめてみたいと思います。入力するのも面倒という人もいますので、ダウンロードできるようにOpenOfficeのWriter形式でテンプレート化して貼っておきます。[Creative Brief Contents.stw](#)

「ちょっとスケジュール確認にWeb接続は面倒」

などと思います。自社のスケジュール管理は[BXN](#)というASPサービスを利用しているので、携帯でも確認はできますが、パスワードを入れたりなど、ちょっとしたときに確認するには面倒なのです。そこでやはりiPod touchで持ち歩きたいと思ったりします。iPod touchはOutlookと同期できるので、これを活用しない手はありません。

そのためには、まずBXNからOutlookへスケジュールを移動して、さらにOutlookとiPod touchを同期する必要があります。BXNのようなASPサービスには、どれにも大抵はスケジュールをCSVファイルに出力する機能があります。BXNの製品版である[DESKNET'S](#)などもそうです。そこでこのCSVファイルをデスクトップに出力します。次にOutlookを起動して、インポートの機能で取り込みます。データのラベルが合致していない場合には、画面でラベルをドラッグ&ドロップでマッチングすればインポートできます。

次にiTuneを起動し、iPod touchをUSB接続して同期を開始します。その際OutlookはPCのデフォルトのメーラーに設定しておく必要があります。同期が完了すればiPod touchの「カレンダー」からスケジュールが確認できます。「連絡先」もOutlookで管理している場合は、同期できます。私は携帯とOutlookが同期しているので、それと同じ情報がiPod touchに同期されます。連絡先の細かな情報はOutlookで管理しておくと便利です。

~~iPod touch側ではあくまで確認のブラウザだけです。修正などは元のWebサイト側で行います。このように機能を特化している点はAppleの製品の一貫した良さだと思います。（修正できないのは単なるバグで修正版が出るという噂もあります。）~~1.1.2ではスケジュールの追加や修正が可能になりました。やたらと機能拡張せずに絶妙な潔さで一貫したシンプルなインターフェースを保っているのは見事だと思います。それはパッケージにも一貫していて、Macintosh IIの頃からそうでした。私は最初のPCが初期のApple IIだったので、かなり長いAppleユーザーということになります。あの頃純正の5インチフロッピードライブを持っていることが自慢でした。最初にやったPCゲームがApple II用のパックマンでした（遠い目）。

「なんか面白そうなお店だなあ」



そう思って入ったのは[汐留のイタリア街](#)にある[アーキテクトカフェ](#)。外資系広告代理店の方との打合せに早く着きすぎてしまったので、ちょっと時間潰しに入ったのですが、ここが割りと雰囲気のあるカフェでした。店内は色々な家具や水周りのものがシーンごとにショールームのように区分けして置かれています。イタリア街自体も電車から見るたびに、一度行ってみたいと思っていたのですが、このカフェも新鮮でした。

少し調べてみると、[汐留イタリア クリエイティブ・センター](#)というものがあったり、イタリア街プロジェクトクリエイティブ・ディレクターは[三浦健次氏](#)という方だと分かったりします。またアーキテクトカフェでは[SNS](#)をやっていたり、[トラベルカフェ](#)が元だったと知ったりでとても面白い感じです。

PMとしての立場から見ると、どちらのプロジェクトも様々な志向を持った方々と交渉しながら、ある方向にまとめて行った手腕に関心してします。「アーキテクト カフェ汐留は、協賛企業23社のコラボレーションにより、住まいを考えるきっかけを提供するショールームでもあります。」というのも、企画から実際の形になるまでの作業はとても大変そうです。ビジネスモデル自体も新しいので、是非成功していろんなカフェができて欲しいものです。

個人的には「自社のオフィスの1階にあってくれたら」などと思いました。各シーンごとに毎日場所を変えれば、かなり気晴らしになります。新しいアイデアも思い浮かぶでしょう。今後も興味がわいたお店には、なるべく躊躇せずに入ってみようと思います。

「そのユーザーインターフェースは最悪だ」

きつとヤコブ・ニールセンが聞いたらそう言うに違いないと思うような提案がありました。彼の書籍の[Alertbox](#)を見ても、繰り返し書かれていることですが、PDFはユーザの閲覧の流れを止めてしまうので、そのままサイト掲載してしまうのは、ユーザビリティ的には人には適していないと書いています。別に彼の言うことを丸呑みする必要は無いと思いますが、普通に使っていても指摘していることはもっともで、特に巨大なファイルを不用意に添付しているサイトは、使い勝手に致命的な欠陥があると言って良いでしょう。それでも便利な部分があるのは印刷目的がはっきりしているときで、そのような場合はゲートウェイページを設けることを推奨しています。

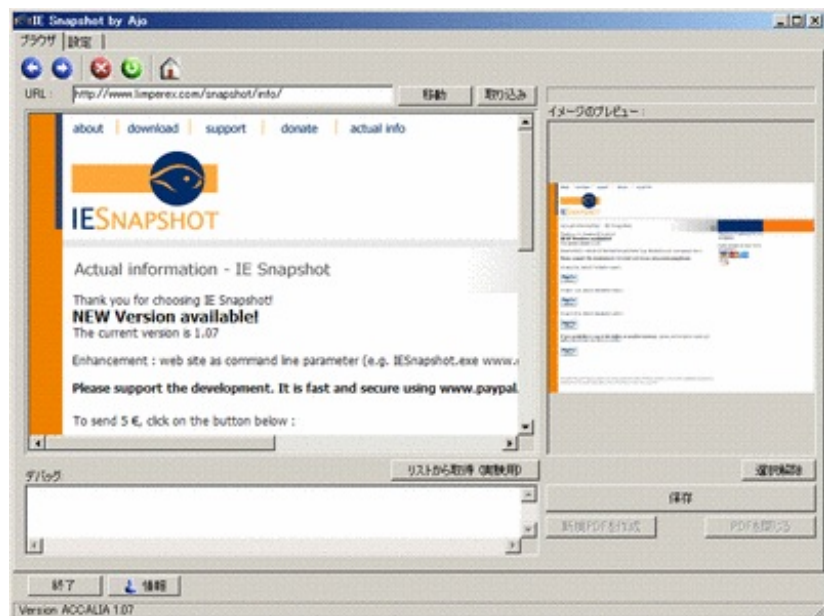
PDFファイルを添付するのであれば、専用のページに概要を書き、印刷用としてPDFを添付して容量も書くべきです。サイドナビから直接ウィンドウを立ち上げるようなインターフェースは避けるべきです。これはナビゲーションとしても一貫性を損ないますし、ウィンドウばかりが立ち上がることにもなります。

回避作としては[FlashPaper 2](#)や[ActiBook](#)などをうまく使うことです。これらはFlashのインターフェースを使っているので、すべてのページを読むのではなく、最初のページのみを読み込むので、待ち時間を3秒以内にできます。違ったインターフェースが増えてしまうのは厄介ですが、PDFを添付して別ウィンドウで立ち上げるよりは行き止まり感が少なくなります。ただFlashのインターフェースを使うこと自体も気をつけないと同様な使い勝手の悪さを招くので注意がいります。

ActiBookの最新版はSEO対策などもできるようになったので、雑誌などのコンテンツを掲載する場合には、PDFなどより優れていると思います。サイト内でデッドエンドを作らないことには、もっと気を使う必要があるのではないのでしょうか。

画面は一度にキャプチャーしよう

「これって一度にキャプチャーできないんですかね」



そんな質問をたまにもらいます。操作マニュアルを作成するとか、パワーポイントやワードで資料作成するときなど、画面のキャプチャーをする頻度はWebサイトのプロジェクトをやっていると必ず必要になります。未だにAltを押しながらPrint Screenキーを押してクリップボードに取り込み、Photoshopなどで長い画面を上下つなげたりするのを見ますが、サイトの画面キャプチャーを一度に取り込むツールについては、随分前から複数ある

ので、これを活用すればかなり効率が上がります。特に画面の遷移を左で追いながら、連続して次々に取り込みができる[IE Snapshot](#)は重宝します。[日本語パッチ](#)も用意されています。

このツールはPDFファイルも作成できます。連続してキャプチャーしておき、ひとつのPDFファイルとして保存することが可能です。もちろんAcrobatでも同じことができるのですが、Acrobatの場合はページに合わせて長いページは改ページされるので、用途によっては使い難いことがあります。IE Snapshotの場合には、一表示ごとの取り込みになるので、長い画面の場合は縮小画面になりますが、全体を説明する資料を作成する場合などは、こちらの方がありがたいことが多いと思います。

経験上まれに取り込めない画面があったこともありますが、ほとんどの画面は問題無く取り込めています。インラインタグなどで1画面内に読み込まれている画面は、インライン部分を表示するアドレスを入力することで、取り込みが可能です。またファイル名は自動的に付くので、いちいち指定する必要が無いのも作業効率が上がる理由です。

あくまでブラウザー表示された画面キャプチャー用なので、プログラムの操作画面のキャプチャーなどには対応していません。プルダウンと一緒にマウスポインターを取り込むような操作画面のキャプチャーが必要な場合には、別のツールを使う必要があります。

「なんだか面白いことになってきたなあ」

というのが[今回の勉強会](#)に出席しての感想です。元々興味のある分野が重なっている方々と話ができるだけでも楽しいですし、それに加えて色々な関連するプロジェクトが徐々にですが実現できたり、新規にプロジェクトのオファーがあったりというのは、やはり会をリードしている中野さんの手腕に由るところが大きいと思います。年末に向けて本業でも抱えているプロジェクトも多くなっているので、ちょっとパワーが落ち気味だったのが、逆にエコピでのプロジェクトがあると、自分の中ではかえってバランスが取れるのでありがたいなと思います。

今回は以下のミニ発表をしました。いつも通りFirefoxでのみ参照可能です。これは「[高橋メソッドなプレゼンツール in XUL リターンズ](#)」というのを利用させてもらっています。

[Web屋らしい社会貢献について（第一章）](#)

どちらかという前天邪鬼なので、Webを使ったありがちな手法は避けたかったので、違った観点からアプローチしてみることにします。自分の興味分野とも一致しているので、多分深掘りできるでしょう。

ずっと以前から私は「Web業界でもホイチョイプロダクションのような仕組みでプロジェクトができないだろうか」という思いがありました。所属する会社に依存せずに、それぞれ持っているスキルを持ち寄って、プロジェクトベースでチームで目的を達成するような形態です。最初に書いた「なんだか面白くなってきたなあ」と感じた理由は、それが徐々に実現できそうだからかもしれない。

今回は新規に3名の方も加わって、内容も盛りだくさんでした。[greenz.jp](#)の仕組みもとても考えられていて感心しました。またミニ発表の内容も共感する部分の多いものでした。紹介された2冊の本は是非読もうと思いますが、積読状態のものがまだ多数あるので、それを読んでからにしたいと思います。

「iPod touch専用のプラグインでMT4が更新できるんだ」



「[Movable Type 4 を iPod touch または iPhone で利用する](#)」などという書き込みをたまたま検索で知りました。これは試してみないわけには行きません。早速ダウンロードして指定されているフォルダーにコピーすると、何の設定も無く、すぐにiPod touchからのサインインが可能になりました。ただ、ソフトウェアキーボードなので、長文の更新には向きません。どちらかということコメントや追加修正などに向いていると思います。それでもiPod touchからMT4が更新できるのは、ちょっと嬉しい感じです。

せっかくならこのまま拡張してオフライン更新できる機能を付けてもらえると、とても使い勝手が良くなると思うのですがいかがでしょうか。多分そんなことはすでに考えていると期待しましょう。私の場合はブログを書くよりも推敲時間の方が長いので、通勤時間にそれができると有難いです。

まだUIもiPod touchらしくは無いですが、来年には[iPod touch用のアプリケーション開発するツールキット](#)もアップルから出てくるようですし、そのうち統一したUIで使い勝手も向上することでしょう。できれば頑張って何かひとつぐらいはアプリケーションを作成してみたい気がします。[レコーディングダイエット](#)のメモプログラムなど、最適かもしれません。

イシューリスト（課題管理表）を作成しよう

「いつまで経ってもクライアントからのフィードバックが無い」

などということもプロジェクトでは往々に起きがちです。これをすべてクライアントとの窓口となっている人の責任とするのは酷です。クライアント側も通常の業務が多忙なため、Webサイト関連の情報収集などに時間が割けないということもあります。振り返ってみて、たとえば自社のサイトの更新にどれだけ時間を割けているか考えてみると分かり易いかもしれません。大抵の場合は通常の仕事より優先順位が低くなっているのではないのでしょうか。

プロジェクトを進めるには、定期的なミーティングを1週間に一度か2週間に一度程度で行いながら、進捗を管理していくのが普通です。その際議事録を毎回取って、そこに次回までのタスクなどをまとめている場合も多いでしょう。しかし議事録は数ページになりますし、あまり一覧性がないので個々の課題の進捗を把握するのには向きません。そんなとき必要になるのが、イシューリストです。

イシューリストを作っておくと、課題の状態が一覧でき、次のアクションが明確になります。また課題の取りこぼしを避けることにも有効です。イシューリストもプロジェクトによって必要な項目は変えると思いますが、たとえば次のような項目が必要です。

- ID番号
- 記入日
- 対象
- 課題内容
- 記入者
- 依頼元
- 依頼先
- 期限
- 遅れ
- ステータス
- 結論
- 備考

この一覧をExcelのファイルなどで管理してクライアントと共有します。一見面倒そうに見えますが、このようにして可視化することはとても重要です。できれば進捗ごとにシートを増やすなりして、過去のログも残すようにします。これによってどんな理由でスケジュールが遅れてきたかが双方で分かるようになりますし、スケジュールのプレッシャーもクライアントと共有でき

ます。

あとで納期やコストでもめるようなことになっても、このログが残っていることで、認識の違いは最小になりますし、言った、言わないなどの不毛な議論も起きません。たったひと手間だけなのですが、効果は絶大です。プロジェクトの規模によっては、議事録無しでも 이슈ーリストのみで進捗管理は充分できると私は思っていますし、実際に経験もしています。イシューリストも分かり易さと一覧性の観点から出来る限り1ページで収めることが大切です。

「あとイシューは何が残ってたかなあ」

Issueは日本語に訳すと重要な点、論点、問題点などと辞書には書かれていますが、やはりイシューリストの場合は、「課題」というのが一番適切な訳のように思います。プロジェクトの場合、必ずしも問題点ばかりをイシューリストに入れるわけではありませんし、重要な点ばかりでもなく、備忘録的に使う場合も多いと思います。あまり構えて使うのではなく、最初は課題と思われるものを書き出してこの備忘録として使うのもアリでしょう。ただ本来の課題管理表は「進捗や品質の阻害要因」をまとめて管理するものです。違う観点のものが多数混ざると分かり難くなるので、慣れてきたら課題だけに絞ると分かりやすくなります。

プロジェクトを進めていくためには、定期的な打ち合わせは欠かせません。これが無いとズルズルとスケジュールが伸びたり、目標を絞って一步一步進める作業が確実に滞りがちになります。全体の規律を作る意味でも、着実な進行によるクライアントとの信頼関係を築くためにも、最初の要件定義フェーズでは、定期的な打ち合わせを持つことが必要です。その際、議論の拡散を防ぐためには、イシューリストは欠かせないツールとなります。

その際有効に機能するのが「遅れ」の項目です。ここには「3日間」や「1週間」など、どの程度の遅れが出ているか、そしてその理由は何なのかをステータスや備考などに記載します。こうしておくことで、クライアントとの間で遅れに対する共通理解が生まれ、それがエビデンス（証拠）という形で残ります。プロジェクトは往々にして後で追加工数などでもめることがありますが、その際にも共通認識のブレを最小限にできるので、遅れと理由を記載する意味は重要です。何も残さずにプロジェクトが過ぎてしまうと、後からその原因を言ってみても、追加工数についてクライアントの理解を得るのは難しいでしょう。

もうひとつ重要なのは、イシューリストの期限と全体スケジュールとの日付の一致です。ここを正確に合わせることで、イシューリストが間接的な進行管理者役を果たします。双方でこのイシューリストの課題項目を無くすことに集中するようになります。ですから大小重要なものからそうでないものまで、洩れなくリスト化しておく必要があります。課題管理表と言うと、いかにも硬いので、私はあえてイシューリストと呼ぶことにしています。最後にサンプルとして作成したイシューリストを添付しておきます。使い易いようにカスタマイズして使ってください。

「やる気にさせるのがうまいなあ」

一代で世界60拠点で展開するビジネスを育てたオーストラリアのグローバル企業のオーナーCEOと、早朝から1時間のお話をする機会がありました。多分結構なお年だと思うのですが、そんなことは微塵も感じさせない、見るからに若々しくエネルギッシュな方で、初対面の私にも熱く自分のビジネスを語っていただきました。冒頭の思いはそのときに思った率直な感想です。たった1時間の間で、初対面で言語の違う人間を、これほどやる気にさせてしまうのは、やはりカリスマ的な資質としか思えません。人とのコミュニケーションを仕事にしてきましたが、こんな人には会ったことがありません。とても率直で素直な印象も受けました。

まずどの部分が自分の琴線に触れたのかを振り返ってみることにします。冒頭からはぶっ続けていかに自分はそのビジネスに情熱を持って行ってきたか、そして今も行っているかを物凄いスピードで話してくれました。そしてその間実際に自分が作った仕組みをデモしながら、実感を人に与えることも忘れていません。しかもとても自然に行っていたので、日頃同じように人に説明しているのだろーと思います。

またビジネス上で自分が間違っていたことも素直に認め、どんな協力をして欲しいか、その目標は何かも明確に設定して話してくれました。そしてもし成功したらこうなるというビジョンも示してくれました。「目標達成できたらオーストラリアへ来てくれ」とありがたい言葉も頂戴しました。多分やはり一番大切なのは「熱意と真剣さ」なのだろうと思います。言葉は違っても、人が発する熱意や真剣さは伝わります。その大切さを学ばせてもらいました。

「さあではキミの持ち時間はあと10分だ。質問はあるかね？」最後に10分時間をいただいたので、このプロジェクトの達成を評価する数値項目とサイトのトーン&マナーを聞きました。10分と区切られると、本質的な質問しかできません。時間にはものすごく正確にミーティングを行うことも印象に残りました。そんなこんなで、この日は朝からフルスピードで頭の回転をさせたためモチベーションアップには有効でしたが、午後はまるで屍のような状態だったのを覚えています。多分もう二度とお会いできる機会は無いと思いますが一期一会に感謝します。

「見に来るんでしょう？」



と次男に言われ、彼の作品を見に[東京デザイナーズウィーク](#)に行きました。これは「デザイナーズサタデー」から数えてもう22年目のデザインイベントの老舗なのだそうです。一緒に行われているインテリアの国際見本市「[100% Design](#)」の日本版は3年目、ロンドンでは1995年から行われているものです。学生の出品は今年のテーマは「地球環境に配慮した公園に設置する、ストリートファニチャー」という制作物でした。一緒にコンテナ内装を自由に

デザインするコンテナ展（コンテナグラウンド）も行われていて、なかなか興味深い内容でした。

。

学生の作品もテーマが分かっているので、同じ土俵での提案が並んでいるのは、感覚的な作品が並んでいるより分かり易く、学校によってはすごく作り込んだ作品もあり、感心することが多かった展示でした。100% Designの方も各国からのデザイン提案などが一度に見られる機会はほとんど今までには無かったと思うので、とてもいい刺激になりました。

特に私が好きだったのは[ウェッジウッド](#)の食器の展示とオーダー家具の[CUREDO](#)の会議デスクの展示でした。こういう家具や食器の似合う家に住んでみたいと思うことしきりでした。ディスプレイの方法も黒い鳥かごに各オブジェを入れて吊るすなど、凝った趣向のものも数多くあり、100% Lightでは照明だけをまとめたブースもあるので、雰囲気だけでも楽しめました。今から来年も是非行こうと思っています。海外のデザイナーも多く訪れていた、国際色豊かなイベントなので、このままもう少し盛大になるといいなあと思います。

「興味のある分野なら英語で聞いても分かり易いはず」

これは当然だと思います。その分野の用語は英語の単語でもそのままカタカナで使っている場合が多いので、つながりさえ分かれば何となく何の話をしているのかが分かるはずです。たとえば「Apple」と言われてIT業界のニュースを聞いているときに、りんごを思い浮かべる人はいないでしょう。ですから英語を楽習するには、自分の興味のある分野のニュースや情報に的を絞るのが良いのではないかと思います。

まず最初にどんな英語のポッドキャストがあるかを探してみます。iTunes StoreのPodcastのメニューから探すのも、ジャンルごとで分かり易いのですが、[Yahooポッドキャスト](#)でも違ったカテゴリー分けやタグから探せて便利です。私の場合はそんな中から今のところ次の番組を選んで聞いています。

Buzz Out Loud from CNET

CNET News.com daily tech news podcast

Let's Read THE NIKKEI WEEKLY

English as a Second Language Podcast

実際にiPod touchを購入した理由は音声のポッドキャストよりもビデオキャストの方が見たかったからなのですが、それはまた次回書こうと思います。以前であればお金を出してカセットテープで購入していたようなコンテンツが、iPodがあるだけでどこでも聞けるというのは、考えてみるとかなり費用対効果があります。本体の価格はこれらを考えると、ビジネスマンにとっては投資効果は高いのではないのでしょうか。

「ストリーミング配信している動画をポッドキャストにできないですかねえ」

一年前にクライアントに聞かれた質問です。当時私はiPod shuffleしか持っていなかったもので、ビデオキャストが試せませんでした。そのときは「画面サイズが小さいので御社の説明ビデオの文字がまだ読めないと思います」と答えました。ネットの世界では情報は速く行き渡るので、クライアントの方が最新の情報を逐次収集していることも少なくありません。上記のような質問を受けたときにも、的確に答えるられるように普段の情報収集や体験を積んでおくことはとても重要です。iPod touchを購入したひとつの理由も、こんなことが背景にあります。そして画面が二倍近くになったのが購入の大きな動機になりました。

もうひとつは最近担当している構築案件で使用するオープンソースのCMSである[TYPO3の説明チュートリアル](#)が、すべてポッドキャストになっていることも大きな理由でした。以前のiPodの画面ではチュートリアルに出てくる画面を見るのは小さすぎて確認が厳しかったでしょう。iPod touchであれば、問題なく見られます。作者のKasper氏は自らビデオキャストをアマチュアとは思えない精度で編集していて「[How to make a shiny Podcast](#)」というタイトルで取材と編集環境なども説明しています。プロンプターまで自作しているのですから驚きです。ここまでプログラミングからすべてほぼひとりで行っている人は珍しいとは思いますが、ビデオ編集関連のソフトウェアも使い易く初心者向きになっているので、今後はこういうマルチな才能を発揮する人も増えてくるでしょう。

TYP03は企業サイト構築には最適なCMSです。最初の管理画面は機能が豊富な分、正直に言ってかなりとっつき難いですし、学ぶのにはどうしても時間がかかります。日本語の使い方の資料も現状はほとんどありません。しかし通常企業で求められるCMSの機能は標準とプラグインの機能で網羅されています。ワークフロー設定はもちろん、アクセス制御や役割分担なども細かに調整できますし、必要な機能だけに絞ることも詳細な対応が可能です。米国ではあまり有名ではありませんが、ヨーロッパでは1000社以上の導入実績があるそうです。

チュートリアルは英語ですから、英語学習にもなります。ただかなりドイツ語訛りが強いんですけど。

「デザインを学んでどうしたらいいんだろう」

そんなことを思ったことはないでしょうか。デザインと言っても幅が広いし、設計ということばまで含めてしまえば、企画も含めてすべてのものにデザインがからんでいるようにも思います。たとえば限定してWebデザインと言っただけでも、典型的に思い浮かぶグラフィックデザイン以外に、コミュニケーションデザイン、インフォメーションアーキテクチャーのデザイン、ユーザーインターフェースのデザイン、データベースのデザインなどなど、いくつもデザインということばが含まれるタスクで構成されています。

そんなときヒントになるのは、まずはその道で食べているプロの話を聞いてみるという方法があります。以前通っていた[コピーライター養成講座](#)でも、広告界の第一線で活躍するトップクリエイターの方々の話が聞けるだけで、全体像を捉えるのにはとても有効でした。そこで同じような手法を、デザインの分野でもできないものかと思ったのです。

幸い多摩美術大学の[tamabi.tv](#)やデザインアソシエーションの[デザイン特講](#)など、その道のプロの方の講義を見聞きできるサイトも徐々にですが増えてきているので、これらを活用しない手はありません。特にtamabi.tvではポッドキャストで講義が聞けるので、iPod touchに入れて通勤中などに見るのが楽しみになっています。たとえば最近各誌でも有名な佐藤可士和氏の『[グラフィックデザイン学科特別講義「アートディレクターの新領域」](#)』などは、学生に対する講評も含まれているので、プロがどんな観点でデザインを突き詰めて行くのかが分かり易く、極めて貴重だと思います。もちろんiTunesとQuickTimeさえ入れておけば、iPodが無くてもネットに接続されているPCであれば見ることはできます。

デザイン特講の方も、コピーライターやフォトグラファー、建築家などの方でも一線で活躍する方ばかりなので、短時間にその方がデザインに対して思っている要素を知ることができ、時間に対する費用対効果がとても高いと感じます。単純にモチベーションアップのためだけでも、見て損は無いのではないのでしょうか。

クリエイティブブリーフを書こう::Step 4

「そのプロジェクトの本質を見極めて再定義すること」

ひと言で言うところクリエイティブブリーフを書く意義はここにあると言えます。書いてみるとそのプロジェクトの理解度がはっきりと分かります。書けない項目がある場合には、何か情報が足りていないと考えられます。そこでもう一度クライアントに質問をしたり、確認を取ったりする必要があります。曖昧なままでスタートすると、その曖昧さをそのまま最後まで引きずることになります。プロジェクトによって当てはまらない項目はあると思います。しかしあるはずだけど分からない項目については、可能な限り明確にしておく必要があります。

まずは書き始めましょう。書いているうちに必要な情報が見えてきます。分からないものは適当に思い込みで書くのではなく、必ず確認を取ります。ただクライアントによっては、漠然と表面的なものしか認識していない場合も少なくありません。あんまり何度も聞くと、かえってクライアントとの関係がこじれる原因にもなりかねません。そのような場合にはこちらから「たとえば・・・ですか」というような例示をいくつかする必要があります。そのためにも、クリエイティブブリーフを、たくさん書いて自分の引き出しを多くしておく必要があるのです。

「そもそもそのサイトをリニューアルしようと考えたキッカケは何だったのか」「最終的なゴールは何なのか」など、ヒアリングシートで聞くことで、プロジェクトの本質を再定義することが必要です。その作業によって、クライアントも明白になっていなかったことが明白になれば大きな共通理解と共感が得られます。そこからデザインコンセプトが抽出できれば、プロジェクトはブレが出ないしっかりした構造になります。

クリエイティブブリーフを書いて目的やゴールが明白になると、プロジェクトに対するモチベーションもアップします。全体のベクトルを揃えて同じ方向へ向かわすツールとなります。無駄なコミュニケーションに磨り減ることを最小にして、すべての力をプロジェクトのゴールに向けられるのです。最後に1枚にしたクリエイティブブリーフのテンプレートをGoogleドキュメントで掲載しておきます。カスタマイズのたたき台にしてみてください。

[クリエイティブブリーフテンプレートVer.1.0](#)

「いろんな観点から知れて面白いなあ」

勉強会に参加しての率直な感想です。今回はミニ発表してくれる参加者の方も多かったので、リスナーに徹してじっくり聞くことができました。普段は自分の発表などがあると、じっくり聞ける心の余裕が無かったりすることもあるので、たまにはリスナーに徹するのも必要だなあと感じました。最初は初参加の方がリモートでいきなり奈良からプレゼンテーションしてくれて、それもなかなかNPOのMTを使った興味深い案件で、そのバイタリティに感心することしきりでした。

サイトに掲載する内容を校正するのに、メンバー同士が[Google Docs](#)でファイルを共有して作業を行ったり、[Picasa](#)を使って画像の共有を行ったりしている事例は、「かえって使い方が進んでいるのでは」と思わせるもので、とても考えさせられました。またしんちさんの「戦争って、環境問題と関係ないと思ってた」も示唆に富んだ内容でしたし、改めて戦争と石油の関係を考えさせられました。畠山さんの緑のGooの話も知らなかったし、そこから展開したアイデアや節水こまの話も説得力がありました。また塙さんの「犯罪不安社会」の本の話も、なるほどと感ずることが多く、まさしく自分が普段感じていることで共感が持てる内容でした。

新しいメンバーが加わることによって、会の多様性が増し、それによって情報の鮮度や切り口や視点も多様化するのだなあと思つづく思いました。また定期的なミニ発表がどんな効果をもたらるものなのかも分かり収穫の多い日でした。[WebSigエコピ勉強会/第7回勉強会議事録](#)で内容は知ることができます。

「インタビューに答えていただけますか」



というのがWSE編集部の方からの最初のメールでした。今回は色々な会社の方にインタビューして、様々な切り口からサイト構築のポイントを特集するとのことでした。最初は大規模サイト構築や、CMSのSEO対策などをテーマにしようかと考えていました。しかし10もの会社が掲載されるのでは、どこかと絶対かぶってしまいます。「どこともかぶらない自社の特徴って何だ。」こんなことを考えて久しいのですが、なかなか結論の出ないテーマだったのです。しかしそれはインタビューに答えている中で、自然と導き出されました。

「トラフィック」というテーマを導き出していただいたのは、WSE編集部の力です。これにはとても感謝しています。ひとつひとつの事例は説明できても、そのすべての特徴をひとつのキーワードでまとめるというのは、簡単ではありません。まして当事者だとなかなか客観視ができずに、灯台下暗しになりがちだったりします。今回はその特徴を記述してもらうことができただけでも、ありがたいインタビュー記事でした。

ブルーオーシャン戦略と言えるほどのものではないですが、何かクリエイティブディレクターやアートディレクターが、コンセプトワークで再定義を行うような仕事の真似事ができたように思います。このコンセプトを元に、もっと突き詰めていけば、何かが見えてくるような気がします。

特集1以外にも特集2ではMT4でのWeb制作など、タイムリーな情報が多く、サイト構築を仕事にしている人は知っているべき情報が満載です。WebSlg情報も載っています。

MacBookをメインPCにするという選択

「使い込むと遅くなるOSっておかしくないか？」



Windowsをもう何年も使ってきて思うのですが、普通ならソフトウェアというのはバージョンアップを重ねて、どんどん良くなって、使い勝手も見違えて、快適になっていくべきものだと思うのです。ところがWindowsの場合、ここ何回かのバージョンアップで、見違えて良くなったという体験がWindows 95以来私としてはありませんでした。本来ならバージョンアップを重ねたソフトウェアは、簡

単には追いつけないような差別化がなされているべきだと思います。ですがWindowsは本当にその方向なのだろうかと、甚だ疑問に思ったのです。そしてVistaを見るにつけ、「これは無いな」と最終決断しました。そして[OS XのLeopardのプレゼン](#)などを見たり、衝動買いした[iPod touchのプレゼン](#)を見直したりしていて、自宅のメインのPCはMacBookにすることに決めました。MacをメインにするのはQuadra 700以来なので15年ぶりぐらいでしょうか。

最悪どうしてもVistaを使わなければならなくなったとしても、MacBookなら[Boot Camp](#)があるので、切り替えて使えます。日曜に注文して中3日で届いたので、かなり速い方でしょう。一緒にアプリケーションソフトとしては、WordやExcel、PowerPointのファイルが読み込み書き出しができることもあり、[iWork'08](#)と、アウトラインプロセッサと図を描くソフトが欲しかったので、[オムニクリエイティブバンドル](#)を購入しました。

数週間使って思うことは、もう戻れないということです。基本的に待ちのやたらと多かったWindowsに比較して、OS X Leopardはあるべき使い勝手になっていると思います。特別私はMacフリークというわけではありませんが、フェアに見比べたとしても、その差は歴然のように思います。今のところ困ったのはブラウザーでWindows Playerがうまく動かなかったときに、[Windows Media® Components for QuickTime](#)を探して入れたことぐらいでしょうか。今後いくつか不都合は出てくるかと思いますが、それほど乗り換えに困難は無いでしょう。最近私の近辺では、MacBookを使う人が増えているのも、同じように感じている人が増えているのではないかと思います。スティーブジョブズの戦略に、まんまと乗せられてみるのも一興ではないでしょうか。

第17回 WebSig会議「広告とWebサイトデザイン アイデアを実現するクリエイティブ」

「本当のことを言って本当のことを返す人と仕事をする」

[第17回WebSig会議「広告とWebサイトデザイン-アイデアを実現するクリエイティブ-」](#)に参加しました。久しぶりにクリエイティブ寄りの話でとても参考になりました。電通の高草木氏とカイブツの木谷氏がスピーカーでしたが、様々な事例を取りませてのお話で、どれもとてもライブ感のある内容でした。特に井上雄彦のスラムダンクの『SLAM DUNK ファイナル』イベントの話やヒュンダイの富山の薬売り作戦、コロンビアコーヒーのための滞空時間の長い「[バカップ展](#)」などの企画を考える話は、ここではあまり細かくは語れませんが、豊富なアイデアに関心することしきりでした。

細かなところでも、書体を鉛筆でトレースして筆感を出した話や、メッセージをパスのように渡して行く仕組みが、チェーンとしてモラルを作るという話（参加者8万人）、山手線を雑誌にするアイデア、1週間車を交換するという企画、カップをコーヒーのメディアと考え、コンタクトポイントを考えて、楽しい時間を記憶に残る方法と捉えたアプローチ、ジャンプスクエアの「検索しないでください」を行った本来の意図、などなど、示唆に富んだ話がてんこ盛りでした。

「どのように企画を通すのか」との質問に「ポンチ絵で共感して盛り上がった状態を作る→ビジョンの共有」というような回答も印象的でした。最初に書いた「本当のことを言って本当のことを返す人と仕事をする」という言葉も響きました。また育てたり、ときには少し待つことも必要という意見には共感する部分が多かったです。ときどき画面に出てきた[118 \(いいは\) Kidsのスクリンセーバー](#)も和み、帰ってから速攻ダウンロードしました（笑）。こういう企画は定期的に行ってもらえるとすごく刺激になってありがたいというのが、今回の総合的な感想です。

第一回企業ウェブグランプリでのグランプリ受賞



本日は[第一回企業ウェブグランプリ](#)の授賞式へ行ってきました。事前に一切グランプリなどが明かされておらず、その場での発表という形式なので、まさか自分が制作の[am/pm](#)として担当したサイトがグランプリに選ばれるとは、思ってもみませんでした。壇上でインタビューを受けることになってしまい、しどろもどろで何を言ったのか覚えていません。もう少し前に教えてもらえたら、少しは気の利いた話もできただろうと後悔することしきりです。ここで私なりにその受賞理由などを考えたことをまとめてみたいと思います。しどろもどろになりながら言いたかったのは、クライアントとのイコールパートナーとしての関係性についてです。この関係で仕事ができないと、Web屋はいい仕事ができないと

痛感します。幸い今回の万有製薬様とは、そのような関係で仕事できたことが成功要因の一番大きなものだと思います。

多くの日本の企業では、まだまだウェブ構築会社に対して外注先やベンダー扱いが多く、パートナーとして扱ってくれません。ひどい場合は「安くたたいて見積もらせ、見積もりを出したら仕事をどんどん水増しする」などという場合もまだまだあるのです。このような扱いでは、その企業にとって良かれと思って提案することも報われることは少なく、どんなに高かったモチベーションもだんだんに萎えてしまうのは仕方が無いように思います。もし自社のサイトを良くしたいのであれば、対等なパートナー関係を結んで、ひとつの方向に向かってベクトルの合わせられるWeb屋を探すべきだと思います。またそういうクライアントとの仕事をできるだけWeb屋は選べると幸せです。

企業ウェブ・グランプリの結果（万有製薬「患者さんとご家族へ」）は「コンテンツが重要」ということを再認識させてくれました。どんなにファンシーに飾っても、それは一瞬の見栄えです。大切なのは人が共感する内容やその背後にある志ではないかと感じました。今回の万有製薬様の事例は[Web Site Expert #10](#)に掲載いただいた内容が一番分かり易くまとまっているので、ここで紹介しておきます。Interwoven社からも[事例として無料配布](#)されているので、興味のある方は入手してみてください。

eランサーを目指そう！

「eランサーにオレはなる！（ちょっとワンピース風）」



年初の所信表明という訳ではないのですが、[MacBookを購入](#)してから今まで[レバレッジ・リーディング](#)していた本をいくつか[Books](#)というアプリケーションで整理し始めました。その中にあった[ブランド人になれ!](#)という本の冒頭に次のような引用がありました。

新しい経済の基本的単位は、会社ではなく、個人になる。仕事は固定化した管理組織によって与えられ、コントロールされるのではなく、既存の組織外で個人事業主の集団によって遂行される。電子で結びついたフリーランサー、すなわちEランサーが、流動的な臨時のチームを作り、製品を生産・販売したり、サービスを創造・提供したりする。仕事が終わればチームを解散して再び個人事業主に戻り、次の仕事を求めてさすらう。

— トーマス・マローン、ロバート・ローバックカー

「Eランス経済の夜明け ハーバード・ビジネス・レビュー」

これは1998年の秋にMIT（マサチューセッツ工科大学）スローン・スクール・オブ・マネジメントのトーマス・マローン教授がハーバード・ビジネス・レビューに発表した論文に書かれている核になる部分の抜粋です。この指摘があってほぼ10年が経とうとしている日本でも、今年の5月にこの翻訳が掲載されたハーバード・ビジネス・レビューが発売されていることを、気になって調べて知りました。これも何かの縁でしょう。Googleで検索してみましたが、まだEランサーはほとんど日本では一般化していない職種のようにです。

しかしこのeランサーという職種が、確かに一過性のものでは無く、今後明らかに時代の空気がその方向に向かっていて、大きく流れているのではないかと感じます。また、これを明確に意識せずに目指している人が、増えているのではないかと思います。それは自分探しであったり、正社員にならない生き方であったり、ニートであったり、色々な現象になって現れてはいますが、核になるのはこの「働き方」なのではないでしょうか。また自分が探していたのもここに目標があるように思います。

そこで[外部記憶](#)は[tumblr.com](#)の方にまかせて、「eランサーを目指せ！」をタイトルにして、少しブログの方向を修正することにしました。今後はこのタイトルに沿った意図で、自分がどうやってそこへたどり着こうとしているかを、種々雑多な情報を書きながらまとめていくことにしたいと思います。最後に関連した書籍へのリンクを掲載しておきます。

出典：[The Dawn of the E-Lance Economy](#)

「なんだかプレッシャーがかかるなあ」

今回のミニ発表は先にタイトルを決めてから発表内容を詰めていったので、ちょっとプレッシャーでした。今回のテーマは「いじめ」。内容は[WebSigエコピ勉強会 第8回議事録](#)で確認できます。事前にアマゾンでキーワード検索して出てきたベスト3の本「教室の悪魔」「いじめの構造」「いじめ学の時代」を読んで、まとめたのが次の資料です。

Firefoxのみで見ることができます。

[「いじめについてのWeb屋的アプローチ方法」](#)

今エコピで進んでできるKプロジェクトに何らかの役にたってくれたらと思いまとめてみました。意見交換も活発にできたので、充実した時間を過ごすことができました。奈良からリモートで参加してくれているayktさんも、その行動力には感化を受けます。

次回の勉強会も楽しみになってきました。その前に早くPliggを使ったソーシャルニュースサイトをオープンしなければ。1月からやることが山積みで少しテンションが下がり気味です。最後に会で紹介のあった[グリムス](#)と資料に使った3冊を紹介しておきます。グリムスはメンテナンス中のようなので、後でブログに貼ることにします。



「CMSについてアーキテクチャの違いから書く」

今回はそんなお題をいただき、特集2の「実践的CMS活用ガイド 2008」にアーキテクチャの概念から見たCMSとそれを元にした選択のポイントなどを書かせていただきました。CMSはなかなかアーキテクチャによる特徴を抽出するのが難しかったので、書くのにはかなり苦労しました。どちらかという、選択するメリットの部分で書きましたが、検討項目は多いので、あらためてCMSの選択でクライアントが難しいと感じる

理由が分かる気がしました。

だいたいCMSは一度導入すると、簡単には変更できません。ですからたとえ使い勝手が悪かったとしても、一度選択したらそれをずっと使い続けなければならないのです。これは選択する方にとっては、大きなプレッシャーです。通常は重要度ごとに機能の優先順位を一覧にして、それぞれの製品で比較表などを作って検討するのだと思います。しかしたとえて言うなら面接などと同様に、なかなか短時間で細かな中身までを見切れるものではないと思います。

結局、口コミや実績、事例などから最終決定に至る場合が多いのではないのでしょうか。日本では先進的なCMSの使い方の事例が少ないので、海外の事例なども参考にして積極的に活用するクライアントが増えると良いのですが、まだまだ保守運用ツールという位置づけからは抜け出せていない感じがします。自分の提案力への反省も含め、ここは改善していきたいところです。

MT4.21日本語版とiPhoneテンプレート for MTでiPhone用サイトを作ろう



久しぶりに夏休み中に[MT 4.21日本語版](#)をインストールして、さらにiPhoneを購入したので、[iPhoneテンプレート for MT](#)を入れてみました。以前「[iPod touchでMT4を更新しよう](#)」で書いた[iMT - iPhone Interface for Movable Type](#)も入れて、管理画面側からもiPhoneで対応できるようにしてみました。[作成したサイトはここ](#)になります。

時間的には正味1時間ぐらいで全部の作業はできるのではないのでしょうか。今後は再構築すれば勝手にiPhone用のサイトも更新されるので、便利です。画面キャプチャーも覚えめました。



「ホーム」ボタンを押しながら「スリープ」ボタンを押して同時に離すと、一瞬画面がフラッシュして画像が取り込まれます。確認は「カメラ」のカメラロールに一覧されます。iTunesで同期をすると、カメラの写真の一覧の中に、サムネイル表示の無い画像がいくつか並びます。これを選択して「選択した写真を読み込む」ボタンを押すと、キャプチャー画像

がiPhoto側に読み込まれます。後はデスクトップにドラッグしてブログに貼り込むなどが楽です。勢いで[MT4i 3.07](#)を入れて[携帯対応サイト](#)にも対応しました。

しばらくiPhoneからブログを書くように頑張りたいと思います。

WordPressとDrupalとJoomlaをiPhone対応にする



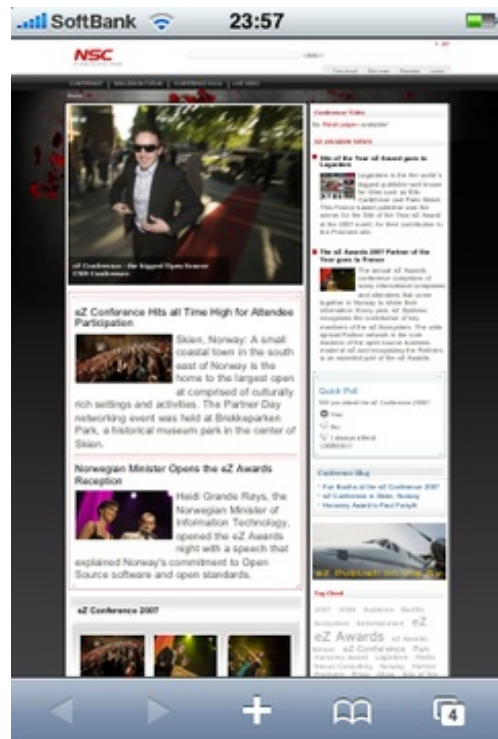
前回書いてから9ヶ月も経ってしまいましたが、ようやくまとまった休みが連休で取れたので、ホスティング新しくなったので、そろそろ再開したいと思います。とりあえずすべてのことをiPhoneでできるようにもって行きたいともうので、[WordPress](#)には[WPtouch](#)を入れて[iPhoneで見られる](#)ようにしました。

[Drupal](#)は[iDrupal UI](#)というテーマと[iDrupal](#)というモジュールを入れることで、[iPhoneで見られる](#)ようになりました。また[Joomla](#)では[ThemeForest](#)から[NewsPressed Mobile](#)というテーマを購入して[iPhoneで見られる](#)ようになりました。ただこのテーマだけでは、PCで見たときも同じように見えてしまうので、NewsPressed V2に対応したら両方入れてみようと思います。





eZ PublishでeZ Flowを選択して入れてみる



[eZ Publishに書かれている記事](#)によると、[eZ Flow](#)でiPhoneもサポートされているそうです。そこでどんなものか入れてみました。設定がイマイチ分かっていないので、Templateでiphoneを選んでみましたが、期待したようにiPhone用には表示してくれませんでした。（PCと同様の表示のまま）何か設定が足りないのかもしれませんが、もう少し調べてみたいと思います。[eZ Publish](#)は少しインストールに手こずりましたが、使い勝手は良さそうなCMSです。

BlogPressでDrupal,Joomla,MT,WordPressに一度にアップする

こんな感じでアップできます。



-- BlogPressから投稿



iPhoneでBlogPress,iBlogger,LifeCast,WordPressを比較する



iPhoneからブログを更新するのに、どのアプリケーションが最適かを試してみました。結論から先に言うと私はBlogPressをおすすめします。

あくまで現状ではですが。理由はいくつかあるのですが、一番に言いたいのは横書き対応していること、画像のアップがPicasaを利用していること、記事の読み込みが多くなっても速いこと、一度に複数のブログに一気に書き込むことが可能なことなどです。

画面の翻訳がちょっと残念な翻訳だったり、設定が分かりにくいとか、細かなタグやリンクなどが入れられないなど、不便なところもたくさんありますが、それでも他と比較すると、これがiPhoneから使うには一番便利だと思います。

iBloggerは現状画像がうまくDrupalサイトには書き込めない問題があり、それはFAQのようになっています。"The response from server did not contain valid data" というエラーが出ます。MTなどで画像を各々のサイトに直接書き込みたい場合には、こちらの方がいいかもしれません。



またリンクやタグなど細かな設定もできるので、そこまですべてiPhoneから入れたい場合には、iBloggerを選択することになると思います。

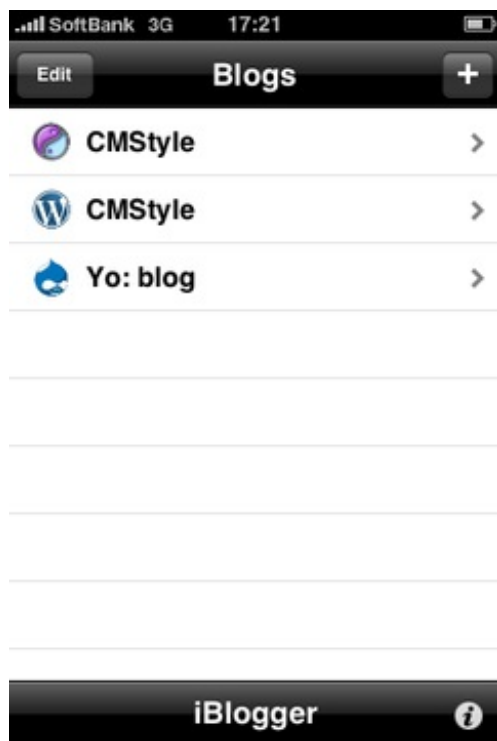
位置コードが入れられるのもメリットです。食事や場所を記入したい場合はこちらを使うと良いと思います。LifeCastでも入れられます。

MTを設定する場合はWSパスワードという、管理者のログイン時に使うパスワードとは違うパスワードを入れなければ登録できません。ここがかなりトリッキーです。

またJoomlaではMetaWeblogのプラグインをインストールして有効にし、基本設定で「システム」を選択して「Webサービス有効」を「はい」にする必要があります。これも設定画面

面の翻訳がへんなので分かりにくくて悩みました。

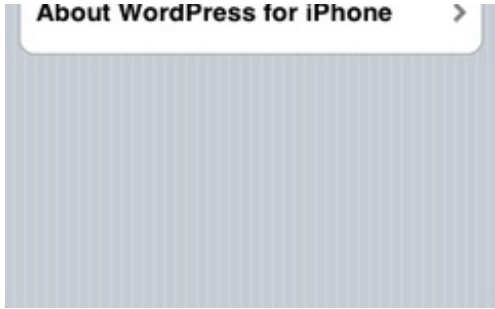
このあとiBloggerで「Other MetaWeblog」を選択してJoomlaを設定してみようと何度か試しましたが成功しませんでした。



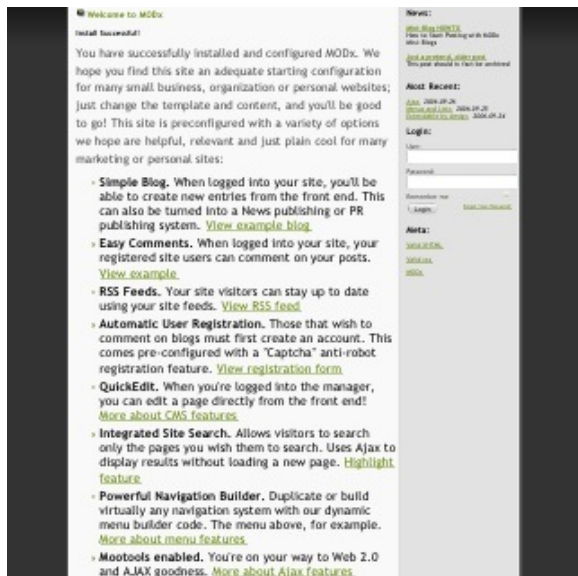
WordPressのAppは専用だけあって、細かな設定までできるので便利なのですが、記事が多くなると読み込みに少し時間がかかるようですので10件に絞って使っています。

WordPressのサイトのみでブログを書いている場合には、これが最適でしょう。





MODxを使ってみる

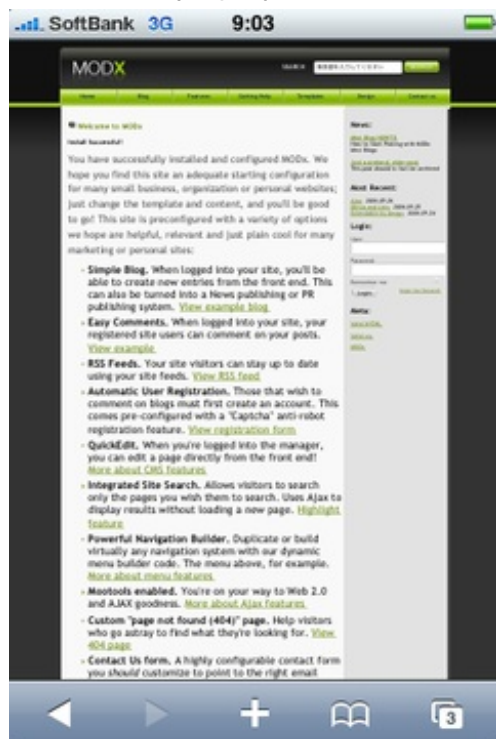


MODxは操作性にかなりこだわりを持ったCMSです。インストールが一番分かりやすいのではないかと思います。Ajaxをバリバリに使っていますし、管理画面もよくまとまっていて好感が持てます。次の2.0は9月のリリースを予定しているようですが、アルファ版を入れてみたところ、さらにインタラクティブな感じに仕上がっていました。Revolutionというネーミングも期待をそそります。

[MODx](#)

[Posted with [iBlogger](#) from my iPhone]

ここまではiBloggerからの投稿ですが、タグが反映されないのと、キーワードが設定できないのと、画像が添付時にトリミングされてしまうのが、ちょっとダメな感じです。何かやり方があるんでしょうか。本当はこんな感じに画像は貼って欲しいんですが。



EC CUBEを入れてみる

[EC CUBE](#)は携帯3キャリアにも対応した国産のECサイト構築パッケージです。ここまで揃っているOSSは驚きです。管理画面もきっちり作られていて素晴らしいです。iPhoneにも対応してくれると最高なんですけど。まあ無茶ですかね。



-- BlogPressから投稿

EC CUBE 2.4を入れてみる

ちょっと前に2.3.4を入れたと思ったら、すぐに2.4に更新されるとはなんとタイミングが悪いのでしょうか。しかも1年2ヶ月ぶりだそうです。まあ、移行の仕方が何となく理解できたので良しとします。DBは初期化しないと基本情報管理の画面が出なかったので、結局初期化しました。構築後だったらこれではダメですね。何か移行の方法があるのでしょうか。調べないでやるからこうなるのです。



-- BlogPressから投稿

iPhoneでbasecampを使う

プロジェクト管理にiPhoneを使うのに便利そうなので、basecampに無料登録して、同じく無料のSherpaを入れてみました。まだ使い込んでいないのでなんとも言えませんが、なかなかいい感じで使えそうです。しばらく使い込んでみようと思います。



iPhoneでbasecampを使う その2

Sherpaは無料だが、アイテムが書き込めなかったので、Groundwork liteに変更した。350円



-- BlogPressから投稿