

判断軸テンプレ

タイトル：デザイン判断軸（このプロジェクトの“物差し”）

1. 目的（何を達成するか）

主要目的（1つ）：

例：問い合わせ増／資料請求増／購入／応募増／来店予約 など

副目的（あれば）：

成功の指標（できれば数字）：

例：CVR〇%／問い合わせ月〇件／資料請求〇件 など

2. 対象（誰に向けるか）

対象の状態（属性ではなく状態で）：

例：初めて知る／比較検討中／既に関心が高い／社内決裁者 など

想定する場面（どこで、何をしている時）：

例：検索結果→LP／展示会で資料を見る／SNS で流し見 など

いちばん強い不安・疑問（1つ）：

例：信頼できる？／自分に合う？／費用は？／実績は？ など

3. 行動（最終的に何をしてほしいか）

第一行動（1つ）：

例：問い合わせ／予約／資料請求／購入／応募

第二行動（あれば）：

行動のハードルを下げる要素（1つ）：

例：料金の目安／事例／FAQ／無料相談／返金保証 など

4. 「良いデザイン」の定義（1文で固定）

良いデザインとは、【対象】が【目的】に向けて【行動】しやすくなる表現である。

（必要なら2文目）そのために、【優先する印象】を最優先し、【避けたい印象】は避ける。

5. 優先する印象（上位3つまで）

1位：

2位：

3位：

（候補：信頼／安心／上質／スピード／親しみ／誠実／先進性／温かさ など）

6. 避けたい印象（上位3つまで）

1位：

2位：

3位：

（例：軽い／安っぽい／難しい／情報過多／怖い など）

7. デザイン判断の観点（レビューで必ず見る項目）

情報の優先順位は目的に合っているか

対象にとって読みやすいか（文字量・余白・導線）

行動導線が明確か（次に何をすればいいか）

信頼要素が十分か（事例・実績・料金・FAQ など）

トーンが一貫しているか（LP/資料/SNS）

8. NGワードと言い換え（レビューのルール）

「なんか違う」→ どこが違う？目的/対象/行動のどれに合っていない？

「もっとオシャレ」→ どんな印象（上質/洗練/親しみ等）に寄せる？

「分かりやすく」→ 何が分からない？（誰向け/何が得られる/次の行動）

9. 今日決めること（会議のゴール）

今日決める項目（最大3つ）：

1.

2.

3.

保留する項目（検証して次回）：