

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○%/問い合わせ月○件／資料請求○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）：