

現役アプリUIデザイナーが本気で分析

App Design Review

FARFETCH編

株式会社DearOne

Contents

はじめに

1 ホーム

2 商品検索

3 商品一覧・詳細

総評

はじめに

本書は、SaaS型アプリ開発サービス「ModuleApps2.0」を提供する株式会社DearOneに在籍するUIデザイナーが、その知見を元にさまざまな業種のアプリデザインのレビューを行ない、UIデザインの特徴などをまとめたものです。

アプリを運用されている企業様にとって、アプリデザインの参考となれば幸いです。

※レビューの内容はあくまで第三者としての株式会社DearOne独自の見解であり、アプリを提供する企業の見解とは一切の関係はありません。
※本資料に掲載の情報や文章は株式会社DearOneに帰属します。情報の無断使用・転載は固くお断り致します。

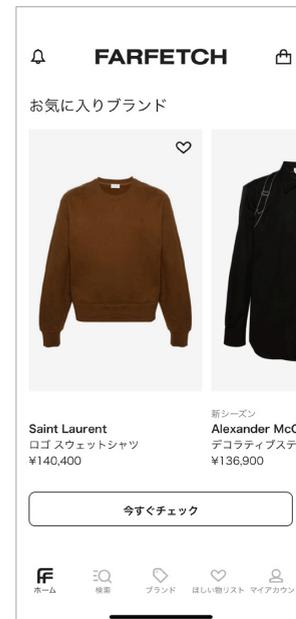
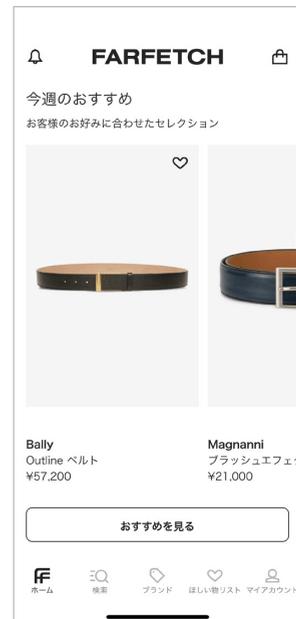
1 ホーム | 服好きのためのアプリと構成



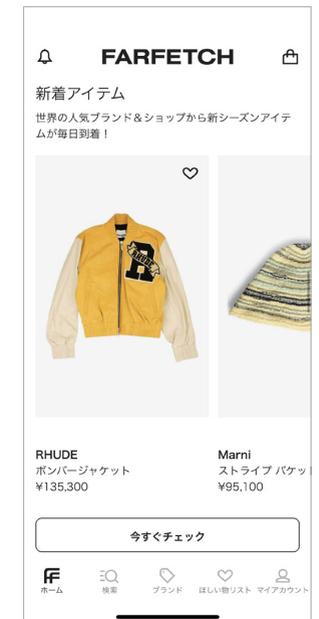
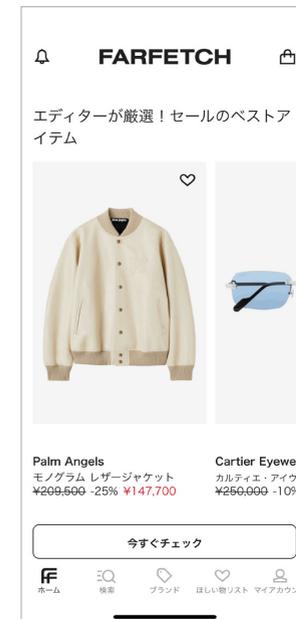
1

- 1 会員限定のセール情報が大きく表示されており、探してるアイテムや欲しいアイテムがなくてもとりあえず見てみようという気になる。パナーのクリック率をあげる手段のひとつとして、「何が得られるかを記載する」と言うのがあり、FARFETCHのパナーも「最大50%OFF」と言う求心力の高いものを大きく表示させている。

閲覧やお気に入りに基づくおすすめ



厳選アイテム・新着アイテム



- ユーザーの好みに合わせたものだけでなく、新しいアイテムの提案を行っており、今まで注目していなかったアイテムとの出会いにつながる。

2 商品検索 | シンプルで高級感と使いやすさを両立

検索画面



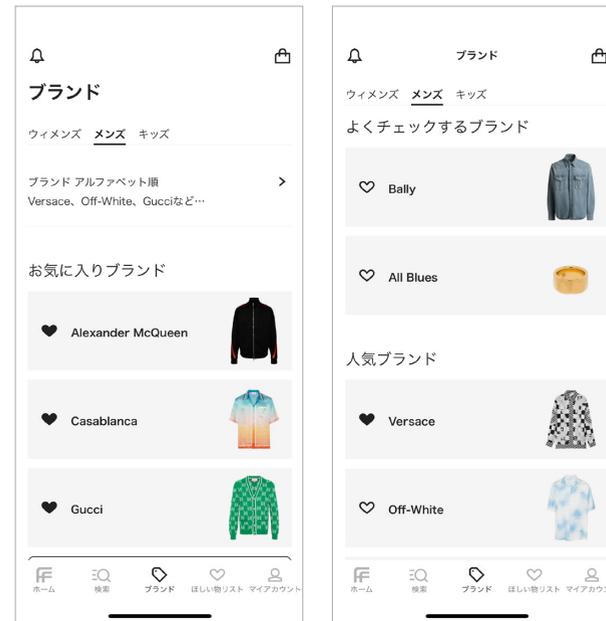
① 検索欄に「メンズカテゴリーで検索」と書かれていることで、自分が今メンズを選択しているのだとわかる。押したら何が起るかを正確に想像させるラベルにするのは、細かいところだが非常に大事。

カテゴリー一覧



カテゴリ分けが細かく、いわば痒いところに手が届く状態。フィルターとも組み合わせると、自分が欲しいものを見つけやすくなる。逆に単語に馴染みがないと少しアウェー感を感じるかもしれない。

ブランド検索



アルファベット順とチェックしている回数でブランドの並び順を変えてるのが細かい気配りで良いなと感じた。今回の画面だと2ブランドしかないが、さらに数が多くなってきた時によりわかりやすくなると思う。余白やエリアの分け方が整っており、写真があることで少しイメージしやすくなる。

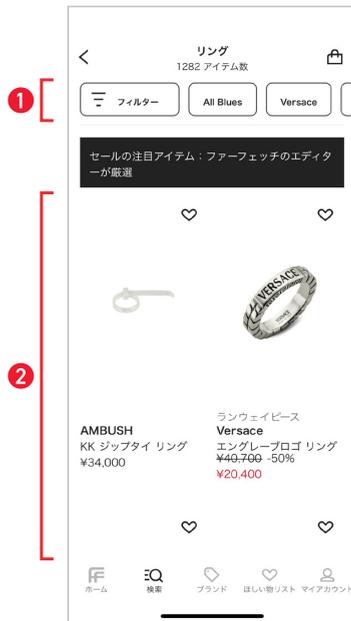
検索フィルター



検索フィルターで商品がないものは選択できないようになっている。他のアプリだと見た目は同じで商品数が端に記載されていたりするが、こちらはグレーアウトしており、視覚的にもわかりやすい。

3 商品一覧・詳細 | 細かいところで独自性があり面白い

商品一覧



- 1 よくチェックしているブランドや、気に入ったブランドが表示されておりフィルターをかける手間が減る。
- 2 他のアプリだと3カラムが多いが2カラム表示で商品画像を細部まで確認できる。ただ、1画面で表示される数が少なくなるのでスクロールが多くなる面もある。

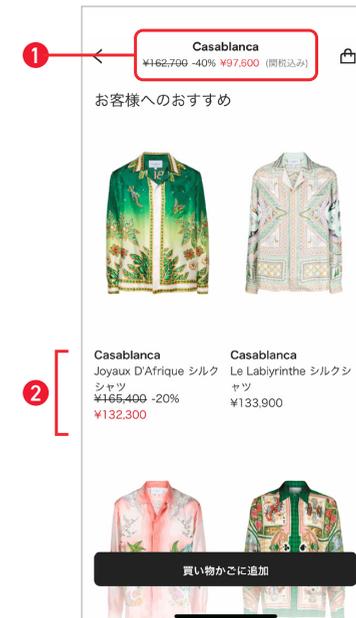
商品詳細



- 1 買い物かごに追加ボタンは追従してくる形だが、ボタンの下のエリアは背景に少し白いグラデーションがかかっている。これにより、後ろに文字や商品画像が来た時にもボタンを視認しやすくなる。ボタン自体にドロップシャドウをつけるよりも効果的かなと感じた。



- 1 アプリ全体を通して、お問い合わせエリアが多く、かつ重要度高めの場所に設置してある。ストアのレビューでも対応が良いと言った声が見られたので、ユーザーへの親身な対応を感じる。



- 1 画面をスクロールしても商品の値段は常に上に表示されておりわかりやすい。
- 2 おすすめ商品の精度が高く、関心を持ちやすい。また、商品名ではなくブランド名の方を強調しているのが面白いと感じた。

総評

全体的にシンプルで高級感のあるデザインのアプリ。

扱っている商品やブランドも高級なものが多いため、アプリから受ける印象を合わせていくのは非常に重要。

装飾や色はほぼないが、文字や細部のフォーム、配置など気を配ることで十分映える画面になると言うことがわかる。

また、アプリユーザー層や求められているもの、何を押し出すべきかをしっかり見極めて設計やデザインをしていくことで、制作しながら悩むことや迷うことも少なくなるのではないだろうか。サービスの内容が満足度に1番影響するところではあると思うが、そこに行き着くまでの道のりを歩みやすくするのがデザインの大きな役割なので、後回しにせず力をいれてみて欲しい。



太郎 UI Designer / DearOne, Inc.

学生時代WEB、プロダクト、DTP、マルチメディア、グラフィックデザインなどについて学ぶ。卒業後はクレイモデラーを経験し、その後WEBデザイナーに転向。2019年から、アプリのUIデザイナーとしてDearOneに参画。

主な担当アプリ

くまモンのICカードチャージアプリ、相鉄ホテルズ宿泊予約、タワーレコード店舗アプリ、ツルハドラッググループ、ドトールバリューカード など

GROWTH MARKETING