



デザインプリンシプルの つくりかた

magi / 伊原 力也

2024年6月1日



デザインマネージャー

magi / 伊原 力也

2017年10月入社。デザイナー、PdM、リサーチチーム、デザインシステムチームを経て、現在はデザイン原則を担当。自称「アクセシビリティで一発当て太郎」。

今日のテーマ

デザインの方向性を変化させていくための
デザインプリンシプル（原則）のつくりかた、
および浸透・活用のための試行錯誤についてお話します。

freee 技術の日 2024



- デザインプリンシプルとは何か？
- よいデザインプリンシプルとは？
- freeeのプロダクトデザインプリンシプル
- デザインプリンシプル出現に至るまで
- デザインプリンシプルのつくりかた
- 浸透・活用のための試行錯誤
- 現れ始めた効果

デザインプリンシプルとは何か？

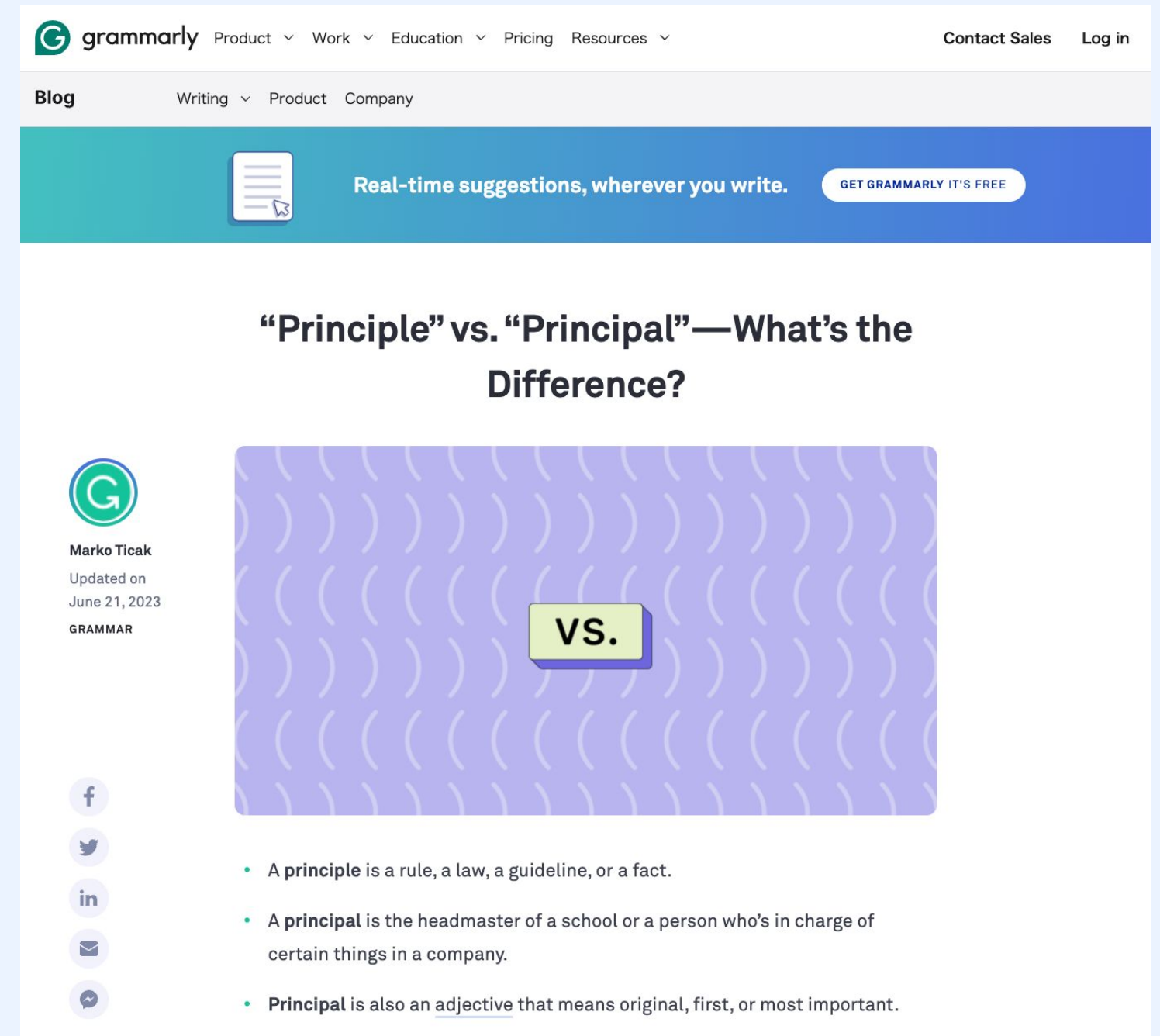
デザインプリンシプルとは何か？

3～10個程度の項目が書かれた、デザインの意思決定に用いる「原則」

- デザインの一貫性を保つ
- 意思決定のスピードが上がる
- チームがデザインの意図を理解しやすくなる
- チームが共通の目標に向かうための指針になる

プリンシプルとプリンシパル

- プリンシプル：原則、規律、法律
- プリンシパル：校長、最も重要な～



The screenshot shows the Grammarly website's blog page. At the top, there is a navigation bar with the Grammarly logo and links for Product, Work, Education, Pricing, and Resources. On the right side of the navigation bar are links for Contact Sales and Log in. Below the navigation bar, there is a sub-navigation bar with the word 'Blog' and links for Writing, Product, and Company. The main content area features a teal header with the text 'Real-time suggestions, wherever you write.' and a button that says 'GET GRAMMARLY IT'S FREE'. The article title is '“Principle” vs. “Principal”—What’s the Difference?'. The author is Marko Ticak, with a note that the article was updated on June 21, 2023. The article is attributed to GRAMMAR. A large purple graphic with a repeating pattern and a central yellow box containing the text 'VS.' is positioned below the title. To the left of the article content are social media sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, Email, and Messenger. Below the graphic, there are three bullet points defining the terms: 'A principle is a rule, a law, a guideline, or a fact.', 'A principal is the headmaster of a school or a person who's in charge of certain things in a company.', and 'Principal is also an adjective that means original, first, or most important.'

[“Principle” vs. “Principal”—What’s the Difference?](#)

質問

- あなたの会社にデザイン原則はありますか？
- ある場合、どんな項目がありますか？
- まだない場合、どんな項目があるとよさそうですか？

よいデザインプリンシプルとは？

よいデザインプリンシプルとは？

- デザインの意思決定に使える
- デザインの一貫性を保つことに寄与している
- 意思決定のスピードが上がっている
- デザインの意図が理解しやすくなっている
- チームが共通の目標に向かうための指針になっている

よくないデザインプリンシプルとは？

- デザインの意思決定に使えない
- デザインの一貫性を保つことに寄与していない
- 意思決定のスピードが上がっていない
- デザインの意図が理解しやすくなっていない
- チームが共通の目標に向かうための指針になっていない



Design Principles

An open source collection of Design Principles and methods.

The collection contains:

197

Examples

1457

Design Principles

169

Creators



以下にデザイン原則によく用いられる単語のリストを日本語で示します。このリストは前述の頻出単語を基にしています。

1. ユーザー - ユーザー中心の設計が多く原則で強調されています。
2. エクスペリエンス - ユーザーエクスペリエンスの向上が重要視されています。
3. 一貫性 - デザイン要素の一貫性が求められます。
4. シンプル - シンプルで直感的なデザインが推奨されています。
5. 明確 - 明確なデザインとコミュニケーションが強調されています。
6. アクセシブル - アクセシビリティが重要な要素とされています。
7. エンゲージング - ユーザーの関与を促すデザインが求められます。
8. フィードバック - ユーザーへのフィードバックの重要性が強調されています。
9. レスポンシブ - レスポンシブデザインが推奨されています。
10. 機能的 - デザインの機能的性が重視されています。

このリストは、`principles.design`のデザイン原則に基づいており、効果的なデザイン原則を作成する際の参考となるキーワードです。これらの要素は、多くのデザイン原則で頻繁に使用されており、ユーザー中心、明確さ、シンプルさ、アクセシビリティなどの重要なデザイン原則を強調しています。

これらはデザインの「一般原則」ではないか？

- ユーザー
- エクスペリエンス
- 一貫性
- シンプル
- 明確
- アクセシブル
- エンゲージング
- フィードバック
- レスポンシブ
- 機能的

一般原則的な項目が必要なケースもある

- 一般原則は「価値基準」「行動指針」としての意味はある
- チームが共通の目標に向かうための、基礎としての目線合わせ
- では、freeeの場合は？



社会の進化を担う
責任感

社会全体を前に推し進めるべく、社会に信頼される存在であると同時に、本質的でありながら、あえてリスクを取って挑戦していく。

マジ価値2原則

freeがマジ価値を「より大きく、より早く」届けるために、絶対に持っていてもらいたい2つのマインド

4-ブメント型
チ-4



ミッションに共感し集まった仲間たちが自律的にアクションを起こす。その熱狂が伝播することで、より良い相乗効果を生み出していく集団である。



freeはマジ価値を届けきる集団である

マジ価値 ユーザーにとって本質的な価値があると自信を持って言えることをする



理想ドリブン

理想から考える。現在のリソースやスキルにとらわれず挑戦しつづける。

アウトプット
→ 思考

まず、アウトプットする。そして考え、改善する。

マジ価値指針

freeがマジ価値を実際に届けるために重要な行動指針



取り組んでいることやリソースの性質を深く理解した上で、枠を超えて発想する。

あえて共有



人とチームを知る。知られるように共有する。オープンにフィードバックをシェアすることで一緒に成長する。



自分が今向き合いたいジブンゴーストを言語化し、それに対するフィードバックを食欲に求め、立ち向かっていく。

Brand

[Mission and Vision](#)[Brand Core](#)[History](#)

Design Philosophy

Design Elements

[Logo](#)[Color](#)[Typography](#)[Illustration](#)[Accessibility](#)

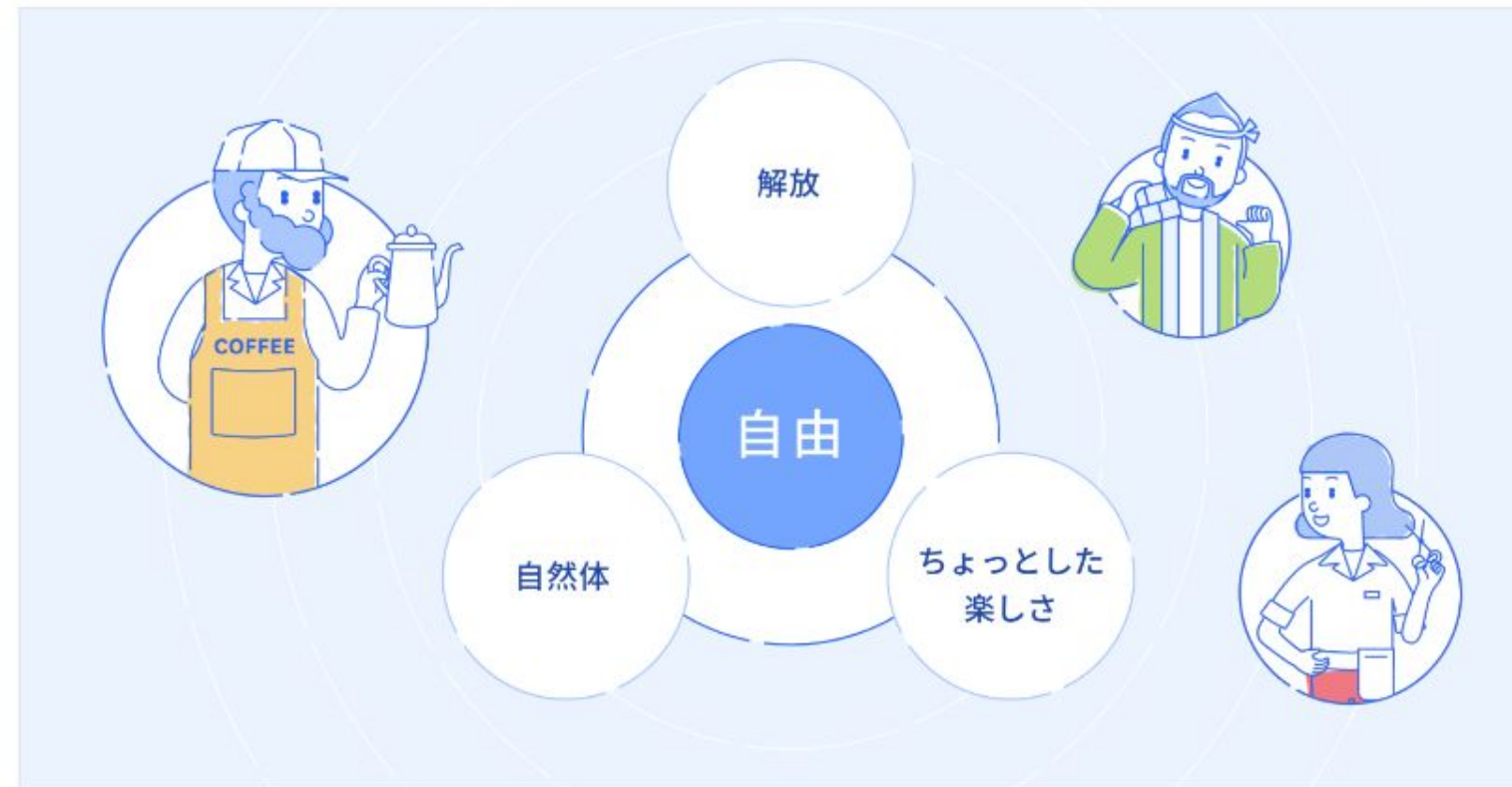
Guidebooks

[Resources](#)[Terms](#)

Brand Core

概要

ミッションを実現していくために、ブランド体験として「解放」「自然体」「ちょっとした楽しさ」を届けることで、スモールビジネスに携わるすべての人を「自由」にしていきます。これをfreeeのブランドコアと定義しました。freeeのプロダクトやデザインのあらゆる接点において、ブランドコアを軸にしたコミュニケーションをとっていきます。



ブランドコア

Contents

[概要](#)[解放](#)[自然体](#)[ちょっとした楽しさ](#)



Brand

Mission and Vision

Brand Core

History

Design Philosophy

Design Elements

Logo

Color

Typography

Illustration

Accessibility

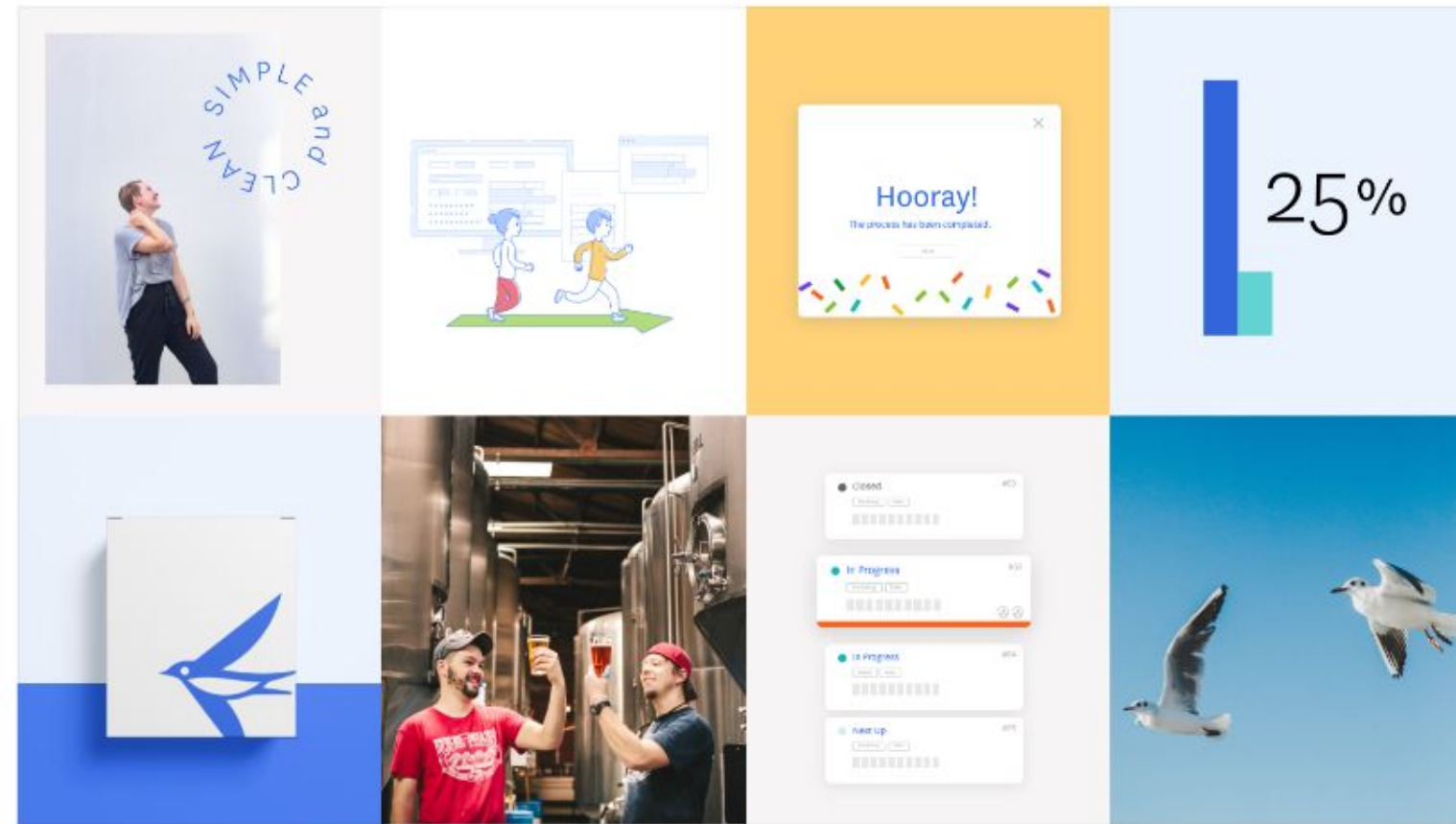
Guidebooks

Resources

Terms

世界観をつくる全体の指針

デザインフィロソフィーの考え方に基づいて、世界観をつくるムードボードを作成しました。この世界観に沿ったデザイン制作を意識することで、freeeらしさが表現されたデザインができるようになります。これらの表現は、freeeの変化に合わせてこれからもアップデートされていきます。



全体の世界観のムードボード

かるやかシンプル

ビジネスの中でユーザーは多くの情報やタスクに囲まれています。業務の煩雑さやそのストレスからすっきりと解放するために、デザインに無駄がないかを検証し、シンプルでわかりやすいデザインを心がけま

Contents

概要

役割と効果

キーワード

世界観をつくる全体の指針

かるやかシンプル

世界観をつくる指針

あんしんインテリジェント

世界観をつくる指針

まえむきリラックス

世界観をつくる指針

たのしさスパイス

世界観をつくる指針

freeeの場合は？

- すでに「マジ価値」の価値基準と、それに基づく行動指針がある
- ブランドを規定するブランドコアやデザインフィロソフィーも定義済み
- それを再度言い換えたデザイン原則を作るのは無意味（むしろ問題）
- 必要なのは、**プロダクトデザインの取捨選択や意思決定に使える原則**

freee プロダクトデザインプリンシプル (抜粋)

free プロダクトデザインプリンシプル（抜粋）

- 2. 業務のまとまりごとに処理画面を**分け**、主作業に必要な機能に**絞る**
- 6. 説明は、決定的な誤操作が起きうる箇所**だけ設ける**
- 7. 反復操作時の時間や目的達成度を**優先する**

2. 業務のまとめりごとに処理画面を分け、主作業に必要な機能に絞る

業務で扱う情報に準じて、ひとつの処理画面として**分割する**。

画面の要素はメイン作業に必要なものに**絞り**、不要なものは**除き**、

使用頻度の低いものは**隠す**。これにより、行うタスクが明確になる。

6. 説明は、決定的な誤操作が起きうる箇所だけ設ける

業務処理のUI上では、説明は決定的な誤操作に繋がるものに**絞り**、自己説明的なテキストは**載せない**。業務上必須の情報**のみに**画面領域を使うことにより一覧性を上げ、認知速度を高め、作業ノイズを減らす。

7. 反復操作時の時間や目的達成度を優先する

業務としてデータを反復処理する際の作業時間、および目的達成度を**優先する**。初見での理解度や、手順通り進む確実さ**よりも**、学習し**中級者**になったときの処理速度や入力・確認・修正の合理性を**優先する**。

デザインプリンシプル出現に至るまで



vibes

Find components /

- DOC
 - Readme
 - Colors
 - Contribution
 - Design
 - Storybook
 - Stylesheets
 - TypeScript
- EXAMPLES
 - Collection
 - Docs
 - Collection Page
 - List Table With Check Box
 - Filtered Objects Action Area
 - All Objects Action Area
 - With Complex Filter
 - Without Checkbox
 - No Search Results Found
 - No Data Created Yet
 - Forms
 - ImportWizard
 - Pages
 - ResponsiveLayout
 - ThroughCommonProps
- LV 2
 - accordionPanel
 - breadcrumbs
 - bulletedList
 - buttonGroup
 - calendar
 - cardNavigation
 - combobox
 - descriptionList
 - dialogs
 - dropdown
 - dropdownButton

Responsive Language

タイトル	ユーザー	金額	ステータス	作成日	操作
<input type="checkbox"/> タイトル					
<input type="checkbox"/> ツチノコ搜索費	三田次郎	1,000,000	申請中	2020-11-01	コピー 削除
<input type="checkbox"/> ネコのエサ代	三田次郎	3,000	申請中	2020-10-27	コピー 削除
<input type="checkbox"/> PC用品	五反田花子	800,000	申請中	2020-10-21	コピー 削除
<input type="checkbox"/> 書籍購入費	user.email@example.com	2,800	申請中	2020-10-12	コピー 削除
<input type="checkbox"/> 交通費	佐々木大輔	2,000	精算済	2020-10-11	コピー 削除
<input type="checkbox"/> 駐車場代	フリー太郎	4,000	申請中	2020-10-05	コピー 削除
<input type="checkbox"/> 打ち合わせ費用	フリー太郎	100,000	申請中	2020-10-01	コピー 削除
<input type="checkbox"/> 書籍購入費	user.email@example.com	123,000	申請中	2020-09-23	コピー 削除
<input type="checkbox"/> UFO撮影ロケ	五反田花子	3,000,000	却下	2020-09-12	コピー 削除
<input type="checkbox"/> オフィス備品	フリー太郎	48,000	精算済	2020-09-12	コピー 削除

1 2 3 4 5 ... 99

デザインプリンシプル出現前の時代

- よくあるデザインシステムの検討プロセス
 - 原則→ガイドライン→コンポーネント
- いっぽうfreeeは、現場で必要な道具をいきなり作った
 - まず、UIコンポーネント集 (vibes) が出現
 - 次に、詳細レベルのガイドライン (Groove) が出現
 - デバイス/動作環境、レイアウト、ナビゲーション、画面パターン、インタラクション、コンポーネント、プロモーション/告知、ライティング、スタイル、UI品質チェック基準…
- コンポーネントレベルでの一貫性は担保できた。
一方、より上位にあたる「設計原則」は不在状態だった

ミッション

ビジョン

価値基準

行動指針

求められる
「設計原則」

ブランドコア

デザインフィロソフィー

詳細ガイドライン

UIコンポーネント

freeeの進化 → プロダクトデザインの方角性も変化

	11年前	現在
プロダクト数	1	20以上
事業所規模	小規模	小規模 ~ 大規模
利用者	経営者、経理担当	経営者・財務・経理・労務・法務・営業事務・情シス・部門長・従業員・士業など
リテラシ	初級	初級・中級・上級
業務と情報量	シンプル&少なめ	シンプル&少なめ ~ 複雑&大量
提供価値	始めやすい・簡単・おまかせ	業務横断で全体最適化
業務アプリ経験	新規に使い始める	新規 ~ 既存アプリから乗り換え
Webアプリの表現	Webページ+フォーム	ネイティブGUIのWeb化
UIの方角性	手厚い説明、ステップ式	「半自動処理→人の確認」の反復速度を重視

freeeの進化 → 「新しい方向に揃える」の難易度が上昇

- プロダクト数20以上、それらを複数利用して「統合型経営プラットフォーム」とする構想
- 歴史ある製品と新しい製品が混在、M&Aプロダクトも参入
- デザイナー50人以上、エンジニア500人以上
- SaaSの場合、既存画面や機能に追加を行う開発が多い。そのため既存踏襲になりやすく、現場での方向性変更が難しい
- デザインの方向性を変化させるための設計原則が必要になった

デザインプリンシプルのつくりかた

デザインプリンシプルのつくりかた (freeeプロダクト編)

1. 目指したいプロダクトを複数選択する
2. ベンチマークプロダクト群の特徴を抽出する
3. ベンチマークプロダクト群の設計者に意図を聞く
4. 特徴をマージし原則の項目として記述する
5. 現プロダクトとの差分を Do / Don't 事例として記載
6. 発生が見込まれるトレードオフへの対処方法を記載
7. 位置づけの整理、実施背景の記述

1. 目指したいプロダクトを複数選択する

- freeeには多数のプロダクトがある。その中には、すでに「こういう姿にしていきたい」と言えるものが存在した
 - **製品A**：新規プロダクト。新たな柱になることを期待され、既存のしがらみを捨て、ゼロベースで設計された
 - **製品B**：コア機能の画面をリファインしたもの。中級者～上級者に向けて反復処理の効率アップを目指した
 - **製品C**：M&Aプロダクト。一定規模以上での業務処理に特化し、反復処理の速度を追求したデザイン
- 加えて、押さえとして海外の同分野の製品もピックアップ
- これらをベンチマークプロダクト群と設定した

2. ベンチマークプロダクト群の特徴を抽出する

- ベンチマークプロダクトの代表的な画面（一覧、詳細、設定、編集、ダイアログ、エラー、empty UIなど）を集める
- チームで分担して「デザイン上の特徴」を抽出
- 1人1製品を担当し、他との重複を気にせず、「これ以上はすぐには思いつかない」と感じるところまでひたすら書き出す

	A	B	C	D
37	36	shuma	アクセシビリティが全く担保されてるわけではなく、定形色覚者以外もギリ使える	製品A
38	37	magi	自分が何だと名乗る見出しにしている(オブジェクト名そのものが見出しになる)	製品A
39	38	shuma	日本語の文字数を意図して最小にしている	製品A
40	39	magi	取引内容を全部表示せずにバルーンに逃がしている	製品C
41	40	magi	行の高さを押さえている	製品C
42	41	magi	証憑追加のモーダルダイアログがシンプルにしてある	製品C
43	42	susa	1画面1業務を意識している	製品A
44	43	magi	並び替えができる	製品A
45	44	magi	ツバメがない(ツバメがウェブサイト感をだしているのかもしれない)	製品A
46	45	shuma	使っている色数が少ない	製品A
47	46	magi	できるアクションを減らしている	製品C
48	47	shuma	あわよくばのリンクや「バナー」が全くない	製品A
49	48	susa	プライマリbtnと並列に並べられているbtn以外は小さいbtnを使っている	製品C
50	49	fkady	表示する列や検索項目を最小限にしている	製品C
51	50	fkady	2行には必ず必ず1行にし、縦に揃えて見比べられることを徹底。	製品C
52	51	fkady	tableのthのラベルの文字数をできる限り減らしている	製品C
53	52	fkady	大量の明細を処理していく業務に対し、処理の結果が分かる表示を提供している(口座の残高表示)	製品C
54	53	shuma	a11yの積極的な対応がまったくなされておらず、リッチなUIを実現するフロントエンドの実装が早い。全部がdiv。	製品A
55	54	magi	Webサイトっぽさにつながる「ホーム」がない。ログイン後のデフォルトは「受信トレイ」。	製品A
56	55	magi	Webサイトっぽさにつながる「ホーム」がない。ログイン後のデフォルトは「ダッシュボード(やることの確認画面)」。	製品B
57	56	magi	Webサイトっぽさにつながる「パンくずリスト」の出現頻度が低く(3階層目の詳細画面で出る)、一覧画面においては高さが抑えられている	製品B
58	57	magi	Webサイトっぽさにつながる「この画面はなに?」を説明するdescriptionが無く、高さが抑えられている(※設定画面には存在する)	製品B
59	58	magi	Webサイトっぽさにつながる「フッタ」がない(このおかげで画面下部に保存ボタンなどが固定配置できている)	製品B
60	59	magi	サイドナビやビューナビを畳んで作業領域を確保できる	製品B
61	60	magi	よく使うであろうデフォルトビューが用意されている。加えて、ビューを保存して呼び出すことができる	製品B
62	61	magi	表示項目設定によって列を入れ替えたり追加したりできる	製品B
63	62	magi	フィルタがはじめから見えている(隠されていない)。また一覧を見ながら条件を追加したりクリアしたりできる	製品B
64	63	magi	表示項目設定から、デフォルトの並び順を設定できる	製品B
65	64	magi	一覧画面・詳細画面はすべて同じ構成になっている(大きく異なるのはレポートだけ)	製品B
66	65	magi	設定に入ると左メニューのモードが変わることで、複雑さを減らしている	製品B
67	66	magi	詳細画面において、アイコンを用いてステータスの一覧性を挙げている	製品B
68	67	magi	一目瞭然レイアウト: 詳細画面において、メインカラムとサブカラムを用いて情報密度を上げている(たとえば、見積に対する案件・受注・納品・売上・請求がサブカラムに表示される)	製品B
69	68	magi	一目瞭然レイアウト: 詳細画面/レコード編集画面において、メインカラム内のDescriptionListを2段階にすることで情報密度を上げている	製品B
70	69	magi	案件詳細では見出しが上固定、編集や設定では保存が下固定になり、アクセスが容易である	製品B
71	70	magi	もっとも注目したい「収支サマリー」には円グラフと予実がまとめて表示され、一覧性に優れている	製品B
72	71	magi	機能や項目の近くにヒントが表示され、活用やクロスユースを促進している	製品B
73	72	magi	アイコンだけの場所にバルーンで説明を出し、テキストを切り詰めている	製品B
74	73	magi	一覧・詳細ともに、項目名には12pxのグレー文字、データには14pxを用い、情報密度を上げている	製品B
75	74	magi	オブジェクト名は名詞のみ、アクションは動詞のみで、体言止めを用い、短く切り詰めている	製品B
76	75	magi	「?」のバルーンヘルプがかなり少ない(新規作成/編集画面にいくつかあるくらい)	製品B
77	76	magi	詳細画面内に出てくる表は、深く横スクロールさせている(表は表であるというスタンスを貫いている)	製品B

3. ベンチマークプロダクト群の設計者に意図を聞く

- ベンチマークプロダクトのデザイナーそれぞれに、「なぜこの設計になったのか？」をヒアリング
- 得られた発話は、抽出済みの特徴から推定できる意図と一致
 - 「上級者が必要とする一覧性を実現」
 - 「過度に初心者向けにせず、エキスパートにも使いやすく」
 - 「その一覧性は反復処理をするなら誰にとっても有効では」
 - 「ユーザーが情報をよりたくさん確認できるように」
 - 「これまで業務システムを使っていた人の違和感を減らす」
 - 「業務システム利用経験者になじみやすい表記や言葉選び」

4. 特徴をマージし原則の項目として記述する

- 複数人で抽出した特徴をオープンカードソート
- まとまったグループに対してラベルをつける
- そのラベルをもとに原則＋解説文として記述

顧客のリアルな業態に対応させる

業務フローを前提とした設計

必要最低限の説明（詳細は隠す）

早い（体感速度を軽くする）

早く読み取らせる

認識コストを下げる工夫

The image displays six yellow sticky notes on the left, each with a label and a small diagram. The labels are: '顧客のリアルな業態に対応させる', '業務フローを前提とした設計', '必要最低限の説明（詳細は隠す）', '早い（体感速度を軽くする）', '早く読み取らせる', and '認識コストを下げる工夫'. To the right, three screenshots of a software interface show the implementation of these principles, including a table of data and a detailed view of a feature.

5. 現プロダクトとの差分を Do / Don't 事例として記載

- 原則の項目ごとに、ベンチマークプロダクトとの差分を解説し、Do / Don't 事例として記載
- 現状UIに対する指摘になってしまうが、原則の理解には具体例が必要であり、変化を促すためにも記載が必要と判断した

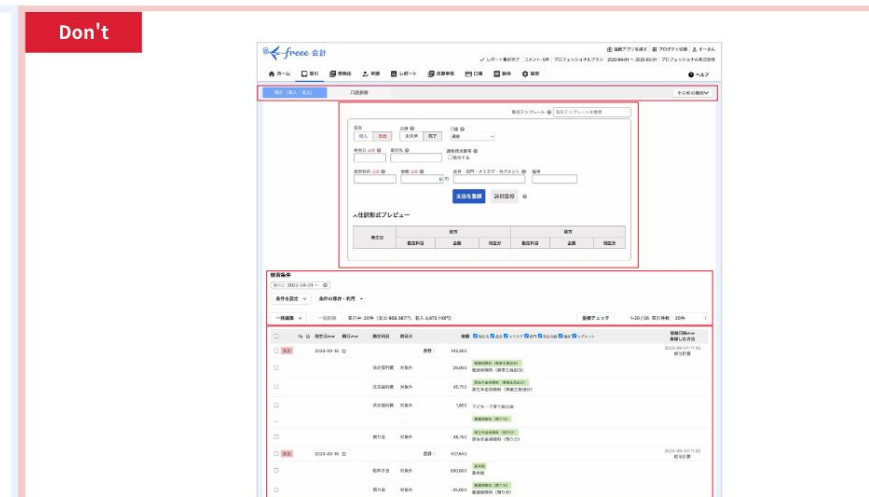
2. 業務のまとめりごとに処理画面を分け、主作業に必要な機能に絞る

業務で扱う情報に準じて、ひとつの処理画面として分割する。画面の要素はメイン作業に必要なものに絞り、不要なものは除き、使用頻度の低いものは隠す。これにより、行うタスクが明確になる。 | [この原則に関連するガイドライン](#)



Doの例: Sweepの請求画面。このドメインの主要な情報である「請求書」を扱う画面が単独で位置づけられている。業務の流れに基づいたフィルタがあり、件数の表示により確認を促す。一覧では対象を確認することがメイン作業であり、それに必要なUIだけを配置している。

ポイント: 処理画面を分割すると、そこに表示するUIも絞れるという相関関係がある。ただし入力・確認・修正の行き来でひとつまとまりになる業務もあるため、ユーザー要求に基づき、適切な分割のポイントを抽出し出す設計が重要である。



Don'tの例: freee会計の取引一覧画面。freeeの根幹であるがゆえに、業務の流れにうまく位置づけることができていない。また、さまざまな使い方に対応した結果、画面上で提示される機能が肥大化している。結果、業務上でどのように処理を進めていくべきかを画面から読み取れない。

- 新規作成と一覧が同居している
- その他の機能、取引テンプレート、仕訳形式プレビュー、重複チェックなど、性質の異なるさまざまな機能が同居している
- 一覧において、検索やページ送りなどの使用頻度が高いUIへのアクセス性が良くない（クリックまたはスクロールが必要である）

6. 発生が見込まれるトレードオフへの対処方法を記載

- 例えば「説明は、決定的な誤操作が起きうる箇所だけ設ける」を実施すると、UI上での説明が減る。しかし使い始めのユーザーや、業務リテラシーが高くないユーザーが理解できるための説明は必要
- そうした説明を、UI上とは別の部分でどう担保するかの方針を記載

低い業務リテラシー/オンボ状態での不安感

なぜトレードオフになるのか：パッと見フレンドリーな感じではなくなる

「4.ひとつの要素名は、ひとつの操作や情報だけ指し示す」「6.説明は、決定的な誤操作が起きうる箇所だけ設ける」を実施すると、冗長なラベルや、画面自体の説明、ボタン押下後の処理の説明などが無くなる。

かつ「7.反復操作時の時間や目的達成度を優先する」「8.一度に全ての情報を見せる」「10.情報密度と判別速度の両立のために色や形を用いる」を実施すると、反復処理に必要なUIのみが、密度高く提示される。

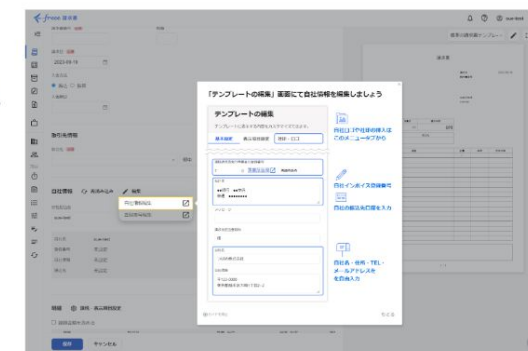
その結果、初期状態では「突き放した感じの画面に放り出された」という印象を持つ可能性がある。

どう対処するか：オンボーディングコンテンツ側を充実させる

業務処理のUI上で解説するのではなく、別途「11.反復や習熟を求めない場合のみステップ構造を用いる」を適用したオンボーディングコンテンツを用意する。

例えば、使い方解説動画、解説コンテンツ、Pendoやテックタッチ等での解説ツアーが考えられる。

導入セミナーの開催、パートナーやカスタマーサクセスによるハイタッチなどを材料に、これらのコンテンツを掲載していく形で対処する。

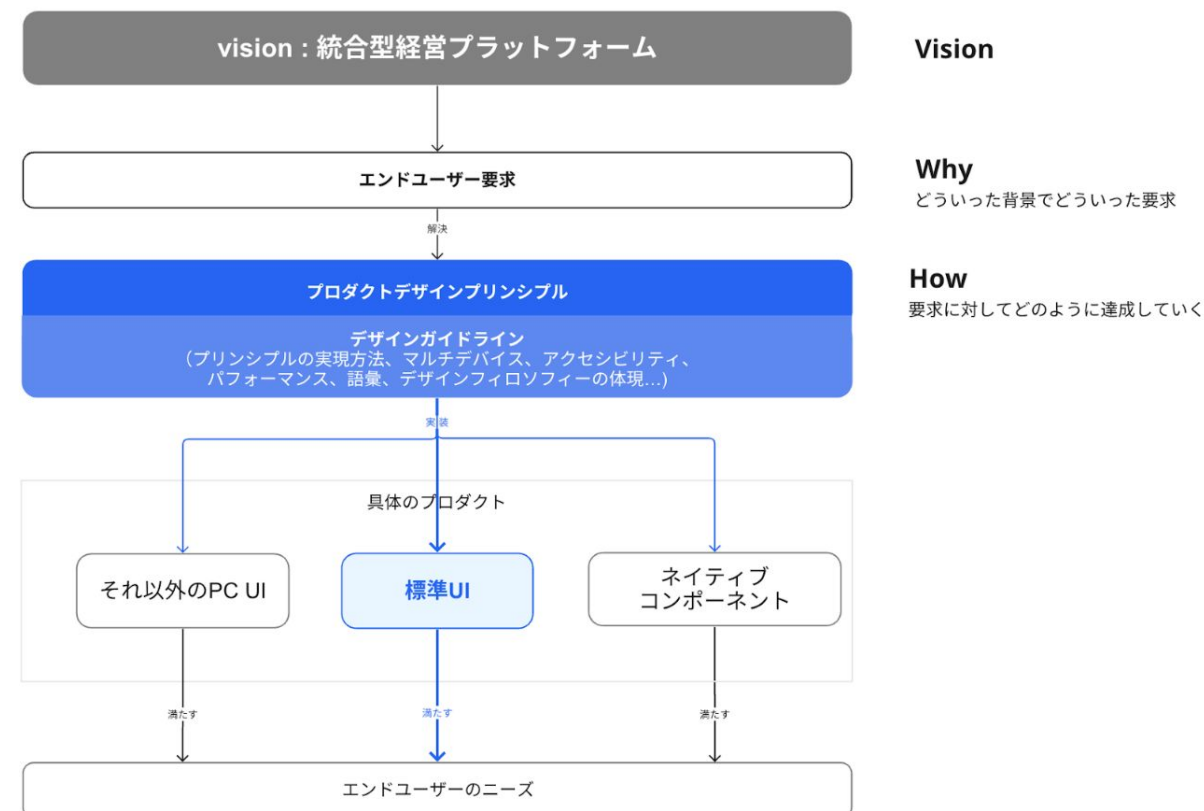


freee請求書でのテックタッチの利用例

7. 位置づけの整理、実施背景の記載

- デザインプリンシプルの位置付けや適用対象を整理して記載
- そもそもなぜこの原則が必要なのかの背景を記載
- これらを資料冒頭に置き、プロダクトデザインプリンシプルの初版が完成した

プロダクトデザインプリンシプルの位置づけ (1/2)



浸透・活用のための試行錯誤

浸透のための活動

- 経営陣からのコメント動画つき説明会
- 経営陣とのプリンシプルレビュー会
- 質疑応答チャンネル、Slack絵文字、相談サロン
- プリンシプル大喜利会
- ガイドラインおよびデザインシステムとの接続

経営陣からのコメント動画つき説明会

- 経営陣から動画でコメントをもらい、会社全体で取り組むことを宣言
- PdM/デザイナー向けに1時間の説明会を4回実施

経営陣とのプリンシプルレビュー会

- 経営陣とともに、新規施策やリニューアル案のデザインをプリンシプル視点でレビュー&フィードバックする会を定期設定
- プロダクト責任者と施策担当者が同席し、施策背景、想定業務タイプ、利用者の想定を解説
- プリンシプルのどの原則をどう適用したかを交えてデザイン案を解説
- 基本的には目線合わせの会だが、逸脱が大きい場合は案の再検討も

質疑応答チャンネル、Slack絵文字、相談サロン

- #ask-design_principles でカジュアル相談を受け付け
- いつの間にか増えていくSlack絵文字たち
- 毎週30分の相談サロンも開催



プリンシプル大喜利会

- 個別プロダクトチームのPdM・デザイナー・エンジニア・ビジネス職が集い、自チームのプロダクトをプリンシプルに照らすとどうか？
をカジュアルに議論する会
 - 「ここはプリンシプルってる気がする！」
 - 「ここはプリンシプルから遠い、こんなふうには直せるのでは？」
 - 「ここは解釈が難しい、レフェリーどう思いますか？」

既存ガイドラインおよびUIコンポーネントとの接続

- 原則と規範と実現方法は垂直統合されているべき
- プリンシプルと既存ガイドラインとUIコンポーネントとの関連性を明示し、相互参照を可能にした

2.業務のまとめりごとに処理画面を分け、主作業に必要な機能に絞る

所有者: magi ...
最終更新日: 3月 17, 2024 更新者: magi ... 22人が閲覧 ... Content Report

業務で扱う情報に準じて、ひとつの処理画面として分割する。画面の要素はメイン作業に必要なものに絞り、不要なものは除き、使用頻度の低いものは隠す。これにより、行うタスクが明確になる。

2.業務のまとめりごとに処理画面を分け、主作業に必要な機能に絞る

業務で扱う情報に準じて、ひとつの処理画面として分割する。画面の要素はメイン作業に必要なものに絞り、不要なものは除き、使用頻度の低いものは隠す。これにより、行うタスクが明確になる。 | [この原則に関連するガイドライン](#)

Doの例: Sweepの調査画面。このドメインの主要な情報である「調査結果」を扱う画面が単独で位置づけられている。業務の流れに基づいたフィルタがあり、件数の表示により確認を促す。一覧では対象を絞り込むことがメイン作業であり、それに必要なUIだけを配置している。

Don'tの例: Free設計の取引一覧画面。Freeの設計であるがゆえに、情報の流れにうまく配慮することができていない。また、さまざまな使い方に対応した結果、画面に表示される機能が肥大化している。結果、業務上でのように処理を進めていくべきを意図から読み取れない。

- 表見形式一覧が隠蔽している
- その他の機能、取引テンプレート、仕様形式プレビュー、重複チェックなど、性質の異なるさまざまな機能が混在している
- 一覧において、検索やページ送りなどの操作頻度の高いUIへのアクセス性が良くない（クリックまたはスクロールが必要である）

本原則に対応するガイドライン

- モーダルダイアログ
- タブ
- 一覧画面（コレクション画面）
- 関連メニュー
- グローバルナビゲーション
- 利用プランによる要素変化
- 権限による要素変化
- パーマネントリンク
- ドロップダウンメニュー・ポップアップ

モーダルダイアログ

所有者: magi ...
最終更新日: 5月 23, 2024 更新者: Yagi Takae ... 37人が閲覧 ... Content Report

ユーザーにとって必要な情報を表示したり、特定の文脈での意思確認や操作をさせる場合にモーダルダイアログを利用します。

目次

- デザインプリンシプルとの関連性
- モーダルダイアログの種類
 - メッセージダイアログ (MessageDialog)
 - 確認ダイアログ (MessageDialogConfirm)
 - タスクダイアログ (TaskDialog)
 - ウィザードダイアログ
- 内容の基本ルール
 - タイトル
 - コンテンツ
 - ボタン
- 守るべきこと
 - ユーザーが予測できる形で出現させる
 - 情報を多く詰め込みすぎない
 - 複雑なUIを詰め込まない
 - ダイアログ内での画面遷移は避ける
 - ダイアログ on ダイアログは避ける
- ダイアログを挟んだ画面遷移の挙動
- アクセシビリティ

デザインプリンシプルとの関連性

- 2.業務のまとめりごとに処理画面を分け、主作業に必要な機能に絞る
- 7.反復操作時の時間や目的達成度を優先する
- 8.一度に全ての情報を見せる
- 反復作業を行うアプリケーションにおいては「業務のまとめり」の単位の中でモードレスに操作できる設計が優先されます。ユーザーが状況に応じた作業手順を組み立てることができ、中級者にとっての合理的だからです。ダイアログで別モードに入るのは限定的な対応であると考えてください。
- モーダルダイアログは、情報密度を上げる点ではポジティブにもネガティブにもなり得ます。この点でも、強く依存するのは避け、多用せずに成立する設計を考えましょう。
 - ポジティブ: 「押したら出る」ようにすることで、画面内の要素を見かけ上減らし、認知負荷を下げ、情報密度を上げることが可能です。
 - ネガティブ: ダイアログはユーザーが能動的に操作しないと内容を表示できないため、見落としに繋がります。また、別モードという文脈を理解するという認知負荷を与えま

現れ始めた効果

導入半年で、現れ始めた効果

- PdMやデザイナーの多くが設計検討時にプリンシプルを参照している
- エンジニアとプリンシプルの読み合わせを行ったチームも複数出現、エンジニアからも『プリンシプルに沿うなら』という提案が出始めた
- 文言変更やマージン調整レベルの対応は、既にリリースが開始
- 大きめのリニューアル案件も今後リリースされていく予定。
告知時点ではユーザーからも好印象



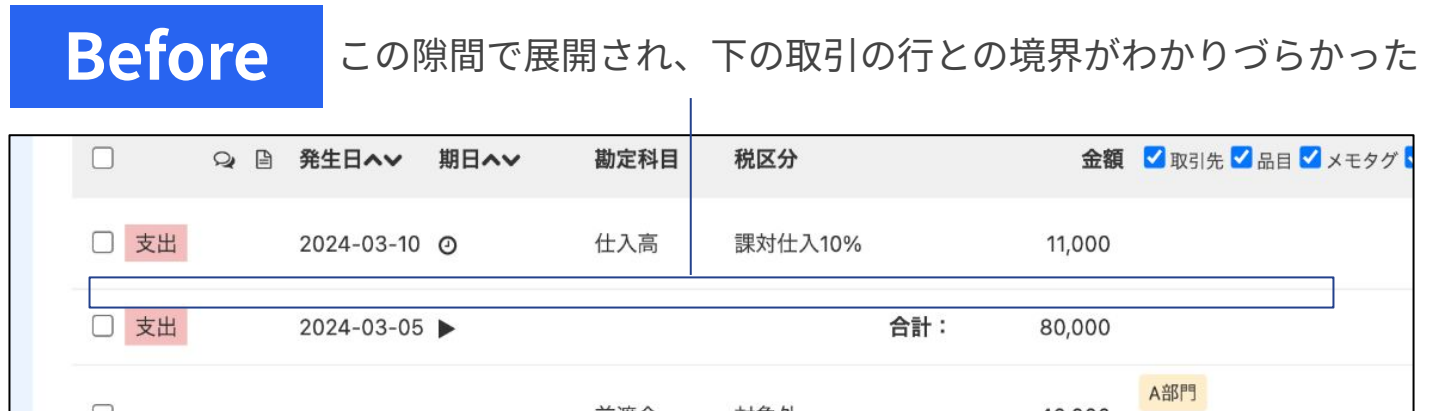
取引・口座振替の登録・編集画面
リニューアルのご案内

Ver.2(2024.5.10改定)

1. 一覧クリック時の詳細の表示方法を変更

- 従来は取引・口座振替の一覧画面で各行をクリックすると、その場で行が開いて詳細が表示される仕様でした
 - 行と行の間で画面が展開されるため、別取引との境界が分かりづらく、見たい情報が探しづらくなっていました
- 新画面では取引・口座振替の一覧画面で各行をクリックすると、画面全体に詳細が展開される仕様になります
 - 該当する取引の情報だけが一画面に網羅的に表示されるため、見たい情報がすぐに見つかります

After 一画面に情報が集約され、確認したい情報が見つかりやすくなります



2. 関連情報を確認しながら入力・修正しやすいデザインに

新しい画面では、

左側に入力欄を
右側に添付ファイル、申請、請求書、仕訳
プレビュー、コメントなどの関連情報を
設置しました。

これにより、関連する情報を確認しながら
入力や修正がしやすくなります。

また、画面の上部にはサマリ情報を表示
し、取引の内容を素早く確認することもで
きます。

The screenshot displays a web application interface for transaction management. At the top, a 'サマリ情報' (Summary Information) box highlights key data: transaction type (支出), date (2023-10-14), status (支払完了), amount (715), and account (東京本社). The main area is divided into two sections. The left section, labeled '入力・修正をするエリア' (Input/Correction Area), contains a '基本情報' (Basic Information) form with fields for date, account, and amount, and a table for '発生内容' (Transaction Details) with columns for account, amount, tax, and notes. The right section, labeled '関連情報を参照するエリア' (Reference Related Information Area), features a '添付ファイル' (Attached File) section with a preview of a receipt from 'TOKYO HANDS' and a '関連申請' (Related Applications) section showing a flow from 'No.8 購買申請' to 'No.775 経費申請' to the current '取引' (Transaction).

収支区分	発生日	支払期日	決済ステータス	取引金額 (税込)	取引先	勘定科目	税区分	品目・部門・メモタグ・セグメント	支払日	支払口座
支出	2023-10-14	-	支払完了	715		消耗品費	課対仕入 (控80) 10%	商品A 東京本社	2023-10-14	現金

勘定科目	金額	消費税額	備考	操作
商品A × 東京本社 ×	715	52	課対仕入 (控80) 10%	+

日付	口座/勘定科目	金額	明細の取引内容	操作
2023-10-14	現金	715		編集 削除

項目	金額
合計金額 (内税)	715
消費税額	52
差額 (内税)	0

品名	数量
布テープ	100
カッター	250
プラスチックケース	300

項目	金額
小計 (税別10%)	¥650
消費税等	¥65
合計	¥715



3. 関連情報の表示コンテンツは切替可能

関連情報エリアの上部のタブから、表示するコンテンツを切り替えることができます。

添付ファイル・申請・請求書などが1件でも紐づいている場合は、「書類・申請」タブを優先的に表示します。

書類・申請 プレビュー コメント 登録・承認履歴

添付ファイル

ファイルを添付

No.1 ファイルの詳細 添付を解除

回転 拡大表示OFF

TOKYO HANDS

渋谷店
東京都渋谷区宇田川町1-23
電話: 03-8642-1530
登録番号: T3210987654321

2023年10月14日 14:32

領 収 書

布テープ	100
カッター	250
プラスチックケース	300

小計 (税別10%)	¥650
消費税等	¥65
合計	¥715
(税率10%対象)	¥715
お預かり合計	¥1000
お釣り	¥285

画像をクリックして拡大イメージを表示

関連申請

No.8 購買申請 — No.775 経費申請 — **取引**

[関連申請を表示](#)

書類・申請 **プレビュー** コメント 登録・承認履歴

発生日	借方		貸方	
	勘定科目 税区分	金額	勘定科目 税区分	金額
2023-12-31	未収入金 対象外	461,395	預り金 対象外	461,395
2023-12-31	未収入金 対象外	461,395	預り金 対象外	461,395
2023-12-31	未収入金 対象外	461,395	預り金 対象外	461,395

書類・申請 プレビュー **コメント** 登録・承認履歴

新しいコメント・メモ 未解決のコメントのみを表示

宛先
宛先なし

コメント

投稿

☆ **未解決** ★ 重要マークを付ける 解決済みにする 削除

→ 山田太郎 2023-112-07 15:06
こちらの納品状況を教えてください

メッセージ

返信

書類・申請 プレビュー コメント **登録・承認履歴**

[仕訳を承認する](#) [2024-01-17 xxxxxユーザー名xxxx](#)

2024年1月16日 15時29分 xxxxxxxxxxxx@xxxx.com.test-google-a.comさんがこの取引を登録しました。

※ユーザー設定で「仕訳プレビューOFF」としていた方も、今後は仕訳プレビューが表示されるようになります。
(ただしその設定の場合、書類・申請が紐づいていない場合でも書類・申請タブを優先的に表示します)

※画面は開発中のイメージです。内容は今後変更となる可能性があります。

4. 関連情報を非表示にして、入力欄を広く使うことも可能

関連情報エリアは非表示にすることもできます。

これにより、長い備考を入力したい時などに入力欄を広く使うことができます。

freee 会計

連携アプリを探す | プロダクト切替 | ユーザーアイコン

レポート集計完了 | コメント: 0件 | エンタープライズプラン: 優待 | 2023-01-01 ~ 2023-12-31 | [internal] 株式会社おすし

ホーム | 取引 | 受発注 | 申請 | レポート | 決算申告 | 口座 | 給与 | 設定 | ヘルプ

收支取引・資金移動の登録

区分 **必須** | 決済ステータス **必須** | 発生日 **必須**

取引先 | 入金期日

詳細情報を登録

取引テンプレート | 取引テンプレート設定

管理番号

勘定科目	金額	消費税額	備考	操作
品目・部門・メモタグ・セグメント	税区分			
全て 売上高	内税	11,000,000,000	0	〇〇商店へ商品A 1,100,000円を10,000個売上
商品A 東京本社	<input type="checkbox"/> 適格	課税売上10%		

行を追加 | 控除・マイナス行を追加

合計 | 消費税額 | 0 | 0

登録

関連情報の表示ON/OFFボタン

入力するエリアを拡大可能



5. 取引（収支）と口座振替の手動登録画面を統合

取引と口座振替の手動登録画面が1つになります。

登録する際に「区分」を切り替えることで、収入・支出・資金移動を全て登録できます。

また、簡易・詳細のフォームも統合し、その場でモードを切り替えることができます。

収入・支出・口座振替(資金移動)
をその場で切り替えて登録可能

「詳細情報を登録」に
チェックを入れると
詳細項目が表示

区分 **必須** 決済ステータス **必須** 発生日 **必須** 取引テンプレート

収入 支出 資金移動 入金予定 入金済 2024-12-31

取引先

詳細情報を登録

勘定科目 **必須** 金額 **必須**

全て

品目・部門・メモタグ・セグメント 備考

登録

今後の取り組み

- 全プロダクトの大多数の画面を対象とした、
プリンシプルの実現手段である
「パターンレベルのデザインシステム」への移行
- プリンシプル反映後のユーザーの利用状況をトラックし、
マジ価値に近づくためのトライアル&エラーを継続

マルチプロダクトの価値と開発 をスケールさせる、パターン レベルのデザインシステム

Framework
by Figma



Kota Fukada

Product Designer,
freee K.K.

[マルチプロダクトの価値と開発をスケールさせる、パターンレベルのデザインシステム](#)

freeeee
技術の日
2024