

レスポンス Webデザイン

同じ内容のWebページのレイアウトデザインを端末の画面サイズに応じて自動的に変える手法。パソコン(PC)やタブレットなど、マルチデバイス化への対応策として注目が集まっている。

「スマートフォンで、インターネット上のWebページにアクセスしたら、小さい文字で表示されて読めなくて困った」。こうした経験は誰にでもあるかと思います。このような現象が起こるのは、そのWebページがパソコン(PC)向けにしか作られていないからです。

従来の解決法は、Webページのコンテンツとレイアウトを定めるHTMLファイルをデバイスごとに用意すること。企業にとってその手間とコストが課題でした。

こうした負担を大幅に減らす手法としてここ1、2年、注目を集めているのが、レスポンスWebデザインです。NTTドコモやソニーといった企業が、自社運営のWebサイトで採用しています。

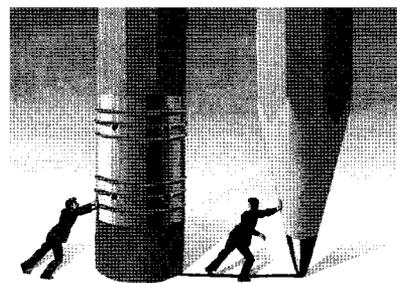
サービスも登場しています。2013年4月、スマホ向けサイト構築支援を行うロックウェーブ(滋賀県)と、Webサイトなどの制作会社であるアマナが共同で、レスポンス

Webデザインを採用したECサイトの構築支援サービスを始めました。

レスポンスWebデザインを使えば、同じ内容のWebページが、自動的に最適なレイアウトで端末に表示されます。端末ごとにWebページを準備せずに済むので、開発コストを大幅に減らせます。ロックウェーブの岩波裕之社長は、「(レスポンスWebデザインを使わないときに比べ)運用コストを6割削減できる」と言います。

レスポンスWebデザインでは、Webサイトの開発者が、Webページごとに、Webページの内容を記述するHTMLファイルと、Webページのレイアウトを指定するCSS(カスケディング・スタイル・シート)ファイルの2つを作成しておきます。CSSファイルには、Webブラウザの画面幅に合わせてレイアウトを変化させるよう、指定します。

するとインターネット利用者がそのWebページにアクセスしたとき、利用者の端末上のWebブラウザがこれら2種類のファイルを読み込み



ます。ブラウザは読み込み結果に基づき、横幅に合わせてWebページを表示させる仕組みです。

レスポンスWebデザインへの関心度が高まったのは、2012年6月、米グーグルがWebサイト運営者に対して、レスポンスWebデザインの採用を推奨すると発表したことがきっかけでした。

同社は急増するスマホのユーザーの利便性を向上させる方策として、スマホ向けサイトの情報収集エンジンを追加するなどしてきました。ですが検索結果がPC向けサイトのみの場合もしばしば。そこでグーグルは、Webサイト運営者にも協力を仰いだわけです。

今後は企業内で「PC向けのシステムを、スマホやタブレットからも使いたい」とのニーズは増えることでしょう。それに迅速に対応するためにも、企業はレスポンスWebデザインのスキルを備えた人材の確保が重要になりそうです。(西村 崇)