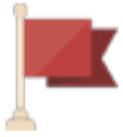


起業家のための ホームページ制作ガイド& チェックシート

今や、企業がホームページを持つのは当たり前の時代。しかし、ただホームページを制作するだけでなく、目的やターゲットに合わせて制作したり、制作後の運用はホームページの有効な活用にとっても大切です。このシートでは、ホームページを制作するために必要な情報をご確認いただけることはもちろん、有効なホームページを作っていくのに必要な考え方で分かるようになっていきます。このシートをチェックして、貴方の事業を拡大させてくれる優秀なホームページを作っていきましょう！

目次

START		
事前準備 	ホームページを制作することのメリット	P.2
ホームページ制作 	ホームページ制作前に考えておくべきこと	P.3
ホームページ運用 	ホームページを制作する際の3つの選択肢	P.4
	制作の依頼先やサービスを選ぶポイント	P.5~6
	ホームページ制作後の運用のポイント	P.7~9



ホームページを制作することのメリットは？

冒頭に記載したとおり、消費者の主な情報取得の方法がWEBに移行した現在では、ビジネスにおいてホームページを作ることは必須です。以下のように、事業者側（ホームページ制作者）と顧客側（ホームページ閲覧者）双方にメリットがあります。このメリットを理解することにより、有効なホームページ制作の考え方にもつながります。

ホームページを制作するメリット

事業者



顧客



ホームページは、不特定多数の人（まだ見ぬ未来の顧客）に企業やお店の概要、商品、サービスなどの情報をPRする場所です。集客や商品の販促、さらにはアフターフォローまで対応することができ、Web上での企業やお店の「看板（顔）」としての役割を果たします。主なメリットは以下の4つです。

顧客としては、場所を選ばず、思い立ったとき、好きなタイミングで情報を得られる利便性があります。サービスを利用したことがない人は、探しているお店や企業、知りたかったサービスなどの情報に気軽にアクセスでき、すでに利用しているリピーターはサービスの最新情報をチェックするといった活用が考えられます。

信頼を得られる

企業やお店の存在、実績などを名刺代わりに紹介することで、信用の獲得につながります。

情報発信できる

大きなコストをかけずに、さまざまな情報を世界中の人に発信できます。

想いが伝わる

セールスポイントのアピールやコンセプトをダイレクトに反映できるため、事業への想いを伝えやすいです。

営業ツールになる

商品の販売やサービスの提供、顧客同士のコミュニティなどを作ることも可能です。

24時間365日情報を調べることができる

いつでもどこでも好きな時に企業やお店の情報を得られる利便性があります。

さまざまな情報がわかる

ショップカードや製品カタログなどの紙では得られない多くの情報が手に入ります。

想いを知ることができる

企業やお店の想い、世界観、こだわりなどを深く知ることができます。

イメージがわく

どのような企業、お店なのかをイメージすることで、安心感や親しみやすさがわきやすいです。



ホームページ制作前に考えておくべきこと

①ペルソナの作成：ターゲットはどんな人なのか？より具体的に決める



②ゴールの設定：そのターゲットにどのようなアクションをしてもらいたいか？という視点ゴールを決める



実際にホームページを制作する前にしておくべきことがあります。
それは、「ホームページのペルソナ設定とゴールを考えること」！

企業のホームページを成功させるためには、制作を行う前にペルソナ（具体的なターゲット顧客）の設定とホームページのゴール（どのような成果を得たいのか）を設定することが重要です。
ペルソナは「21才、駅の近くに住んでいる年収100万円未満の大学生」なのか、「38才、郊外の一戸建てに住んでいる世帯年収500万円の主婦」なのか、ぼんやりとしたターゲット像の解像度を上げるイメージで制作します。そしてそのあと、必要としている情報は何かを考えて、ホームページ上で情報を発信していくことが大切です。
ゴールについては「資料請求をしてもらいたい」「ブランドの認知度をあげたい」「採用の応募を増やしたい」では用意すべきコンテンツとデザインが変わってきます。また、発信したい情報を一方的に出してしまうとユーザーは離れてしまいます。ホームページで「より分かりやすく」「より魅力的に」ユーザーへ伝えるためにも、デザインを制作する前にペルソナやゴールを明確にすることが大切です。



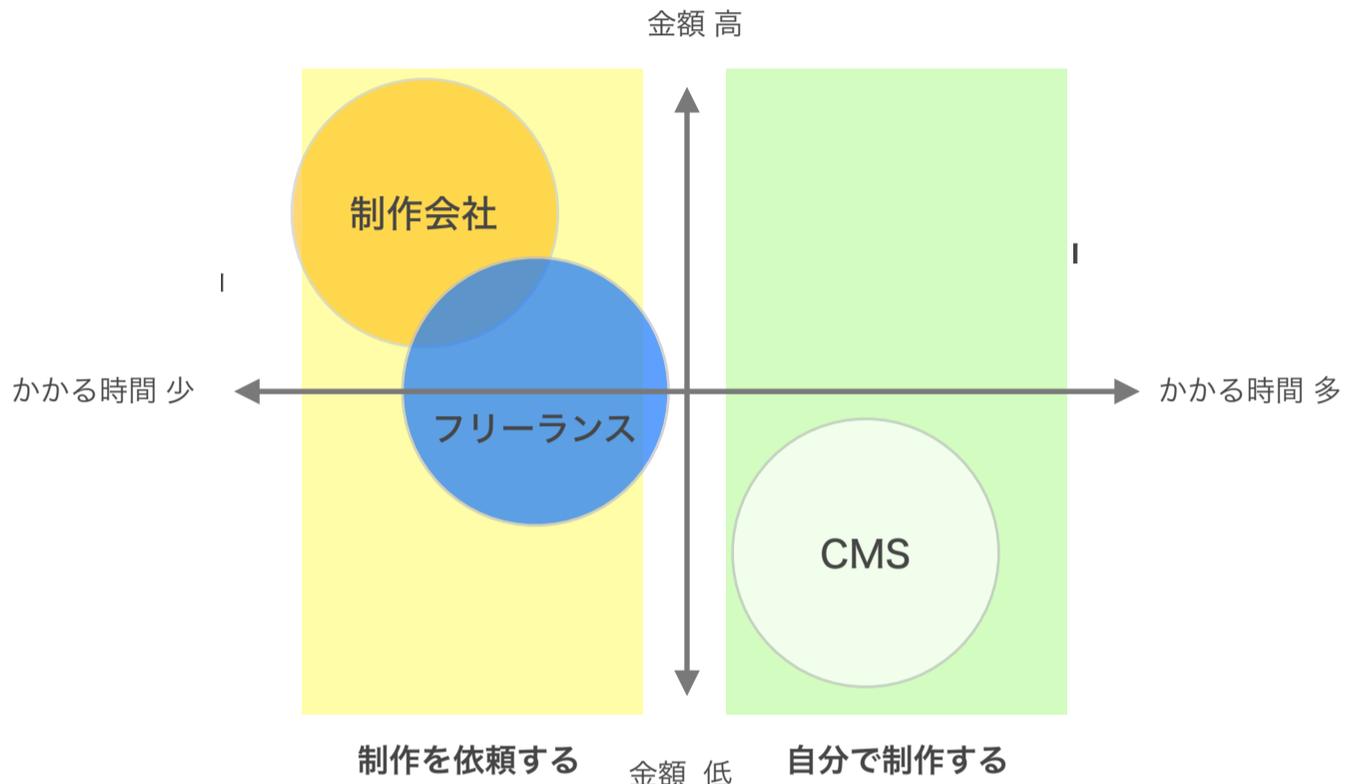
ホームページを制作する際の3つの選択肢について

ホームページを制作する際に、まず選択すべきは、「時間をかけずにお金を払うか、お金をかけずに時間をかけるか。」です。つまり、制作を依頼するか、自分で制作するかのどちらかを選ばなければなりません。制作を依頼する場合は、支払える費用によって、依頼すべき相手が変わってきます。以下の図の通り、大きく3つに分けることができます。

①制作会社 時間はかけずに、お金をかける

②フリーランス お金を節約して、プロに頼む

③CMS 無料で、自分で作る



以下がそれぞれ3つの特徴です。これらの特徴をおさえて、ご自身にぴったりの制作の手段を選びましょう！

	概要	メリット	デメリット
制作会社	<ul style="list-style-type: none"> 複数のWebデザイナーが所属。 納期についての相談にも比較的乗ってもらいやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 比較的柔軟に納期に対応できる（タイトなスケジュールでも、依頼を断られることは、ほとんどないと言われている。） 会社として法人格を所有しているため、個人に比べ、比較的信頼度は高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 金額が高い（10ページを制作するのに30万かかるのが相場と言われている。） 現在日本にあるWeb制作会社の数は1500以上。価格も質もピンからキリまでなので選定が難しい。
フリーランス	<ul style="list-style-type: none"> 30万までは払えないけれどプロに頼みたい！という場合は、「フリーランス」がおすすめ。 インターネットを通して仕事を依頼できる「クラウドソーシング」サービスを利用して依頼するのがおすすめ。 	<ul style="list-style-type: none"> 制作会社よりも安いのが一般的。（制作会社よりも高い料金をとるフリーランスもいる。） デザイナーと直接やりとりできるため、対応が早かったり、イメージが伝わりやすかったり、柔軟に変更・修正してもらえるのが特徴。 	<ul style="list-style-type: none"> 全て1人でこなすため、制作会社よりも対応できる分野の範囲が狭い可能性もあり。 個人の評価はわかりにくく、お金を支払ったのに突然音信不通になってしまったなどのトラブルもまれにあり。
CMS	<ul style="list-style-type: none"> CMSとは、コンテンツ・マネジメント・システムの略で、Webサイトを管理・更新できるシステム 初心者でも簡単にホームページを制作できるシステム。とても簡単なので、「自分にできるか不安。」という方でも挑戦してみると良いかもしれない。 	<ul style="list-style-type: none"> 費用が安いこと。ほとんどのツールには無料プランがある。 難しいコンピューター言語を使用する必要がなく、直感的な操作でホームページが作れる。 掲載情報の修正も自身で簡単にできる。 	<ul style="list-style-type: none"> 自分で編集できる範囲が限られているため、それ以外の範囲をカスタマイズすることができない。 パソコン操作が苦手な場合は制作に時間がかかってしまう可能性あり。



制作の依頼先やサービスを選ぶポイント

お金をかけても、イメージとまったく違うものが納品されたり、何の効果ももたらさないサイトを作ってしまったのはもったいないですね。せっかくの投資や労力が無駄にならないように、以下をチェックしましょう！

①制作会社

「Web制作+（地域名）」「ホームページ制作+（地域名）」などのワードで検索をかけ、何社かにアイデアを出してもらって比較検討しましょう。まずは候補をいくつか挙げて、それぞれの業者のWebサイトを見てください。候補にするかどうかの判断のポイントは以下の通りです。

①Webサイトを見た時に惹かれるかどうか

まずはその制作会社自体のWebサイトを見て「実際に自分が惹かれたか？」という視点を持ってみましょう。貴方に対して自分自身を訴求できない業者が、貴方の商品やサービスをアピールすることは難しいので良い判断軸になります。

②知りたいことが書かれているか、知りたい情報に少ない手順でアクセスできるか

Webサイトを検索して訪れる人は「こういうことを知りたい」という目的があるので、「どういったことを知りたいのか？」を想定しそれが提示されているかをチェックしましょう。

③実績のページに案件ごとの意図やコンセプトなどの説明があるか

実績の掲載ページに、実績だけでなく「制作した意図」や、「制作したことによる効果や結果」が書かれているかどうかです。制作した効果・結果を提示できているということは、納品後のフォローができていているということです。納品してそれで終わりというわけではなく結果にコミットする姿勢のある会社を選ぶことがポイントです。

▼制作会社から一括見積もりを取ることができるマッチングサイトもあります。



WEB幹事



比較Biz

②フリーランス

制作会社よりも安価に仕事を依頼できる傾向にあるのがフリーランス。個人にお願いするため、「ランサーズ」や「クラウドワークス」などの「クラウドソーシング」サービスを利用して、以下の視点で探すことをおすすめします。

①得意分野

自身の事業との相性や、ホームページを通してやりたいことが明確にし、必ずそれが得意な人に任せましょう。例えば、集客が得意、デザインが得意、動画も掲載できる、物販サイトが作れるなど。もし作りたいホームページのイメージがわからない場合は、競合のホームページからあてをつけましょう。

②ホームページを制作した実績

フリーランスになってから、実際にどのような仕事をこなしているか、その仕事でどのような評価を得ているかを確認しましょう。過去の制作物を見ることで質やスキルを把握できますし、自身の要望も伝えやすくなります。

③信用

コミュニケーションが上手くとれるか、最後まできちんと誠意を持って対応してくれるか、見極めましょう。責任をもって納品まで完遂してくれると確信した相手を選ぶのがベストです。

▼主要クラウドソーシングサービス。依頼するフリーランスの人たちを探すことができます。

Lancers

ランサーズ



クラウドワークス



クラウディア

Workship

ワークシップ

など

③CMS

「ホームページを自分で制作してみよう」と考えている方は、「どのサービスを使って制作するか？」を制作に取り掛かる前に慎重に考える必要があります。サービスによって強みや操作性が異なります。比較サイトなどを見て、どのサービスが目的や自身のスキルに合っているのかを判断しましょう。

①操作性

編集画面やデモ映像を見て、直感で操作できそうなものを選びましょう。人によって感覚が違うので、自分の目で確認することをお勧めします。

②デザイン性

やはり、見た目も重要です。ホームページは会社の顔である以上、その印象は会社の信用に関わります。せっかく自分で作るなら、大勢に自慢したくなるような素敵なサイトにしたいですね。

▼主要CMS。様々なサービスを比較して、自社の目的に合ったものを選びましょう。



世界でも、日本国内でも圧倒的なシェア率を誇るオープンソースCMSです。テンプレートが豊富で、特にブログ形式でホームページの構築が簡単にできるのが特徴。



ドラッグ&ドロップの直感的な操作で簡単にホームページが作れます。Web デザインの経験はないけど、デザインや機能にはこだわりたい方向けのCMSです。



デザインテンプレートが豊富にあり、おしゃれなホームページを簡単に作れます。電話サポートがあるのも嬉しいポイント。創業手帳のWEBサイト経由で通常よりお得にお申込みいただけます。



カナダ発のサービスで、今世界で一番使われている「ECサイト構築」CMS。多くの企業が使用し始めており近年注目されている越境ECにも強いと言われます。



Wix同様、直感的な操作でホームページが制作できます。また、動きを加えることもでき簡単にプロっぽいスタイリッシュなページを作ることができます。特にコーポレートサイト構築におすすめです。



アメブロでおなじみの『サイバーエージェント』から生まれたサービス。ネットショップ機能を持つ「BASE」と連携できたり、SNSやアメブロとの連携もスムーズに行えます。



ホームページ制作後の運用について

さあ、ホームページが制作できました！…しかし、それで終わりではありません。どんなに作り込まれたホームページを制作しても、ユーザーに訪問してもらわない限り、自社のサービスを周知することはできません。以下から、ホームページを制作した後、ユーザーに訪問してもらうための運用方法のポイントをお伝えしていきます！



ホームページ運用 4つのポイント

SEO対策

SEO対策とは検索エンジン最適化（Search Engine Optimization）と呼ばれ、Googleなどの検索エンジンでのランキング上位化を目指す取り組みです。

アクセス解析

サイトのアクセス情報を解析すること。アクセス解析を行う最大の目的はサイトをアップデートして質を上げていくことです。

SNS運用

主にFacebook、Twitter、Instagram、LINEに代表されるSNS。これらを利用して情報を発信し、ホームページの集客につなげましょう。

WEB広告

WEBにおける有料の広告施策。SEO対策やSNS運用と比較して即効性があります。

以下から、それぞれの詳細をご説明します！

SEO対策



SEOとは検索エンジン最適化のことで、特定の検索キーワードに関し、グーグルなどの検索エンジンで上位に表示されるように施策することです。ブログのコンテンツを読者にとって有益かつ読みやすいものにしようとするのがまさにSEOの施策と言えます。

例えば、パーソナルジムを経営している人のブログが「地名 パーソナルジム」という検索キーワードで上位表示された結果、アクセス数が増加。広告宣伝を行わずに体験レッスン受講の数が1.5倍に増えた事例があるなど、その効果はかなり大きいです。

SEO対策では、潜在的な顧客が持っているであろう悩みや要望を解決する良質なコンテンツを提供することで、検索上位表示できれば、お金をかけずに集客することが可能です。検索エンジン対策のノウハウは多数ありますが、まずは、インターネット上の住所に相当するドメインを取得すること。それがなければ始まりません。SEOの第一歩は独自ドメインの取得です。また今では本文中のコンテンツ量も大事です。随時アップデートしてホームページを充実させていくことの重要性はここにあります。

そして、ホームページ内の記事作成の中でのちょっとしたコツとしては、タイトルに検索してほしいキーワードを入れることでSEOに強い記事を作成することができます。

しかしながら、上位表示するためにはより「ユーザーにとって有益な情報」である事が年々求められており、小手先のテクニックではなく、本当に有益なオリジナルコンテンツを含むWebサイトが上位に表示されやすくなっていると言えます。

他にもSEOのテクニックは多くありますが、制作直後の対策としては、まずはドメインを取得し、有益なコンテンツとなるように地道に更新を続けていくことが大切です。（検索エンジンに評価されるまでに最低でも3か月程度かかるため、最初の段階では辛抱強く続けていくことが必要です。）

アクセス解析



制作したホームページを最大限に活用し、事業の利益につなげるためには綿密な解析まで行うことが必要不可欠となります。解析を行う事でホームページの足りない部分や改善点を知り、ページを更新し続けてブラッシュアップしていくことが重要となります。

解析には、Google社が提供している無料のWeb解析ツール（Googleアナリティクス）などを活用します。

解析ツールを使用すると訪問者数や一番閲覧数の多いページ等が分かり、御社のホームページがどのように検索エンジンに評価されているのかをあらゆる角度から分析できます。思わぬキーワードや流入経路を発見し、新たなコンテンツの企画や今後の運営方法など、成果につながる提案へ繋げることもできます。思いもよらないキーワードで訪れたユーザーがサービスを購入していたりして、想定外のニーズに気付かされる事も多いはずで。

SNS運用



Facebook



Twitter



Instagram



LINE

SNS（ソーシャルネットワークサービス）は、人と人とのつながりを中心に設計されたコミュニケーションプラットフォームです。既存の企業ホームページやブログよりも、顧客や見込み客であるユーザーとの距離が近く、拡散力が高いのが特徴です。昨今のWEBマーケティング施策の中で、特に注目されているのがSNS施策とも言われます。

SNSはSEOと違い、検索エンジンのアルゴリズム変動など外的リスクに依存せずに顧客と直接つながることができるツールです。そのため、SNS上でうまく発信することができれば、外的要因でブログなどからの集客がうまくいかなくとも、継続してユーザーとつながることができるので、WEB集客の点でリスク分散することができます。

また、一般ユーザーから自社サービスに関する口コミを発生させることで信頼性の高い評価をネット上で広げて評判につなげるような手法もあり、その活用法は多岐にわたります。

▼SNS運用の効果

・常に市場からのフィードバックがもらえる

SNSがマーケティングスキルを身に着けるのに最適な理由は、市場からのフィードバックがすぐにももらえる点が挙げられます。例えば、ツイッターでは、投稿してしばらくするとインプレッション数、プロフィールのクリック数、リンクへ遷移した数などをすぐに把握することができます。これらの数値が可視化されることにより、投稿した内容がフォロワーを始めとしたユーザーに対してどれくらい訴求できたかが確認できます。これにより、PDCAを回すのにかかる時間がブログなどより短縮できるため、改善して成長するまでが早いこともメリットといえます。

・ターゲットと直接つながれる

SNSの良い点は、ターゲットとなるお客さんとダイレクトにつながれることも挙げられます。ブログなど検索から流入したユーザーの場合、その人が問い合わせや購入をしない限り直接的なつながりを持つことはできません。しかし、SNSはユーザーと直接つながることができ、ユーザーが日々どんな活動をしていて、何を欲しているのかが明確にわかります。ターゲットに対して何を提供したら喜ばれるかが把握しやすいのです。直接ユーザーとコミュニケーションがとれるSNSであれば、サービスを販売したときにすぐにも買ってもらえるような関係性を作ることも可能です。

WEB広告

まずはホームページを制作し、取り扱っている商品やサービスをターゲットに届けられるように情報掲載することが前提ですが、そこからさらにもっとたくさんの人に知ってもらいたいのであれば、いろいろなインターネット広告にチャレンジしていくと新規顧客の獲得につながります。

創業期のウェブ戦略としては、まずはホームページを制作し、そこからさらにソーシャルメディア（FacebookやTwitterなど）で告知をしていけば、お金をあまりかけずにPRの土台を作ることができますのでまずはそれが王道と言えますが、あまり即効性はないため、それにプラスして即効性のある有料のWEB広告施策を行うことで新規顧客を集客することも一つの手段であると言えます。

検索結果上位に表示させられるリスティング広告（Yahoo!・Googleの有料広告）は正しく運用すれば、即効性のある有効な広告です。その他、最近はユーザのニーズに沿った形で、細かな広告掲載の設定ができるインターネット広告が伸びています。これらにFacebookやTwitterなどのSNSを組み合わせ、ホームページを会社案内から営業マン、営業マンから優秀なビジネスマンに教育していきましょう。

▼有料のWEB広告

・Yahoo!リスティング・GoogleAdwords・FaceBook広告・Instagram広告・Twitter広告 など