



WEB制作虎の巻

あなたのサイトは大丈夫？

**これだけは押さえておきたい
よいホームページを作るための
ポイント10選**



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

ホームページは本当に必要か？

今さら、ホームページなんて必要ないと思っている人はいないですよね？

このレポートを読んでいるあなたはどうか？

ホームページを作ればすぐに業績が上がると思っているあなた、それは間違いです。ホームページは24時間営業の営業マンとは、よく言いますが、業績もその人の能力次第です。

あなたのホームページは、能力のある営業マンになっていますか？このレポートには、「営業マン」の能力を引き出すコンテンツがたくさん含まれています。是非最後までご覧になって、参考になさってください。

無視できないWEBの驚異

2014年の広告費の比較で見ると、

- テレビメディア広告費は、地上波テレビ+衛星メディア関連で1兆9,564億円（前年比102.8%）となっている。
- インターネット広告費（媒体費+広告制作費）は1兆519億円と初の1兆円を越えた。（出典：[MarkeZineニュース](#)〔2015.2.24〕）

このことから分かる通り、WEBの広告費は伸び続けています。広告費の伸びは、ユーザー数の伸びに比例します。ヤフージャパンの閲覧数は、月間318億PV（2007年）でしたから、1日当たり10.6億PVにもなります。もはや、HPを持つか、持たないかの次元ではありません。

ホームページが必要な理由

ホームページが必要な理由は、見えない見込み客を無視できないばかりではありません。ホームページを作成するには、会社の事業を整理し、可視化する必要があります。

みなさんの会社には、会社案内がありますか。

会社案内を作成するためにも、同じ作業が必要になります。しかし、同じ作業をしただけでは、ホームページがWEBでみる会社案内になってしまいます。WEBには、WEBに最適化した見せ方を考慮しなければなりません。

問題は、動画やアニメーションを多く取り入れて、見栄えを良くすることよりも、会社の「人柄」をどうアピールするかにあります。

個性と人柄を整理して 社内を可視化する

社員の性格や人柄がさまざまなように、会社の「人柄」もさまざまです。当然その性格は、WEBにも引き継がれます。

是非、自社の性格・人柄をもう一度洗い直して、自社の強みを見つけてください。

良いサイト、カッコいいサイトを作ることよりも、自社の強みを活かせるサイトを心がけましょう。そうすることで、ホームページを見た人は必ずあなたの会社に好感をもつはずです。

では、どのようにして、ホームページを作れば良いのでしょうか？

ホームページを作る際、 あなたはどんな事に 気をつけていますか？



- 何から手をつけたら良いのか、頭を悩ませてしまいますよね。
- なにも考えずにただ突き進む人、上司や社長に言われたから
 渋々作るひと。作成の環境や条件は、様々でも制作する上で
 抑えておくべき事は一緒です。
- WEBサイト制作に本当に必要なこととは何か、さあ一緒に
 考えましょう。

極意その1

コンセプトは 設計の基本

コンセプトは、家に例えると「2世帯住宅」「家族が安らげる家」「年中通して暖かい家」など設計に関わる部分に当たります。どんな良いデザインでもコンセプトが存在しないと、サイトや商品の意図、企業の姿が伝わりません。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その1

コンセプトは 設計の基本

家を建てるにも家族の意見も様々です。料理がしやすいキッチン、窓が広い家、2世帯が楽しく暮らせる家。そんな意見もすべてかなえられる家は最高です。

しかし、これをサイト制作に置き換えると、結果は異なります。



次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その1

コンセプトは 設計の基本

すべての人に好まれるサイト＝一般的で個性のないサイトとなります。

コンセプトとは、サイトを訪ねたユーザーにどんな感動を感じて欲しいか、どんな価値観を提供できるか、です。すべての人に愛されるサイトよりも、あなたがどんな感動を与えられるか、をとことん考えましょう。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意その2

コンテンツを 洗い出す、 問題点を絞る

サイトの質によって掲載する内容も変わってきます。企業サイトの場合、商品を全面に出したコンテンツでは、ポイントがずれてしまい、ユーザーが「知りたいこと」を伝えていないことになります。伝えたい情報のポイントを精査することで、より訴求力のあるサイトに成長するでしょう。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その2

コンテンツの内容を洗い 出す、問題点を絞る



企業サイトとショップサイトでは、方向性がまったく異なります。企業サイトの場合、会社概要や業務内容、代表あいさつなどが、メインになりがちですが、取扱サービス、商品を効率良く掲載することを忘れてはいけません。

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その2

コンテンツの内容を洗い 出す、問題点を絞る

競合他社がいるならば、尚更どんなところで、他者と差別化を図るか、その点を十分考慮して、コンテンツを絞り込みましょう。

現在サイトをお持ちの方で、アクセス数の低迷やコンバージョン（P13参照）で悩んでいる方は、今一度、コンテンツの内容を精査しましょう。果たして、ユーザーのメリットになっているか、と。



極意その3

コンバージョンを意識する

コンバージョンとは、一般ユーザーが見込み客や顧客へコンバージョン（変換）することを指します。

端的に言えば月の売上げ〇〇円以上、問合せ〇件以上、アクセス数〇〇PVなどの目標です。



※PV=Page View。一定期間閲覧されたページ数。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その3

コンバージョンを 意識する

目標設定がないままサイトを公開しても次の行動をどのようにしたら良いかが分からなくなってしまいます。

企業サイトやショップサイトによって目的はさまざまです。

WEBサイトを受注に繋げるための窓口と考えるならば、問合せ件数月〇件以上などとするとういでしょう。



次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その3

コンバージョンを 意識する

いざサイトを立ち上げたのはいいけれど、目標設定をしないまま、運営をしていくと、出口が見えないジレンマに襲われて、やみくもにデザインを変更したり、必要のないページを追加したりしてしまいがちです。

コンバージョンは、目標と同時に次のステップへのきっかけ作りにもなります。心得ておきましょう。



極意その4

ユーザーの動線を確保する

ナビゲーションがわかりにくいサイトをよく見かけます。ユーザーは必ずトップページから入ってくるとは限りません。

検索でヒットしたページにジャンプして、はたと気づいて、ホームへ戻ろうにもボタンが見当たらない。デザインに凝ったサイトほど多く感じます。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その4

ユーザーの動線を 確保する



ユーザーは自分たちが想定するキーワードで流入するとは、限りません。

また、「動線が確保されていない」、「ボタンがわかりにくい」は、ユーザーを迷わせるだけでなく、サイトの離脱率を高くしてしまいます。

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その4

ユーザーの動線を 確保する

ナビゲーションを分かり易くすることはもちろん、ユーザーの次の行動を示唆するためのナビゲーションをページ内に設けることも必要です。

コンテンツの区切りの良い場所に「○について問合せる」や関連記事へのリンクなどは、SEOの役割も果たしますので、出来るだけ入れるようにしましょう。



極意その5

検索キーワード に沿った コンテンツ制作

サイトのコンテンツと、検索で上位に来て欲しいキーワードが異なってしまうとアクセス数が伸びることはありません。

そのサイトが洋服を売るショップサイトなら、商品カテゴリーやブランド単独のページは必ず必要になります。



極意 その5

検索キーワードに沿った コンテンツ制作



自社のサイトのどのページを見て欲しいかが、
どのようなキーワードで検索してほしいか、に繋がります。

印刷会社のサイトなら印刷サービスのページ。
サプリメントを販売している会社ならサプリメントの
商品紹介や有効性、ターゲットユーザーに絞った
コンテンツなど。

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その5

検索キーワードに沿った コンテンツ制作

「Contents is king」という言葉があります。これは、サイトにおけるコンテンツの重要性を説いています。しかし、それは全知全能というわけではありません。コンテンツを王様たらしめる外部要因も存在します。

検索キーワードからサイトへの流入は、Google Analytics(※)で確認できます。

キーワードとコンテンツの関係をもう一度考えましょう。



※https://www.google.co.jp/intl/ja_ALL/analytics/learn/index.html

極意その6

ブランドを 意識する

ブランドとは、購入の基準となる企業や商品への安心感や信頼度です。ブランド＝高級感と捕らえてしまうと、腰が引けて掲載する内容を絞り込めないかもしれません。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その6

ブランドを 意識する



しかし、ブランドの背景に企業や会社のもつポリシーや理念を持ちことで自ずとサイトのコンセプトも決まってきます。

ブランドを顕著に際立たせるのがロゴやマークの使用です。自社のロゴやマークの使用は十分配慮して使うように心掛けましょう。

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その6

ブランドを 意識する

ブランドを確立するための要素として、以下のものが挙げられます。

- 企業ロゴ・マーク
- 企業カラー
- 商品・サービスに統一したコンセプト

もう一度自社及び商品を精査して、ブランドを見直してみましょう。



極意その7

パフォーマンスを最適化する

表示スピードが遅いと必然的にユーザーは離れていってしまいます。特にFLASHなどの動画を使用したサイトは、全てのデータを読み込むのに時間がかかり、すべてを表示する頃には、そのサイトへの興味は半減しているものです。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その7

パフォーマンスを 最適化する

そこで弊社では、サイトのパフォーマンスを調査するツールをご用意しています。是非アクセスして、チェックしてみてください。



秋田パンフレット制作

検索

<http://akita-panph.com/webspeedcheck/>

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その7

パフォーマンスを 最適化する

パフォーマンスが遅くなる原因は、FLASHなどの動画が多い（重い）、javascriptなどのプログラムが多く、複雑、画像が多く、重いなどでしょう。

一般的にファーストビューの表示スピードは3秒以内と言われています。**3秒を超えると、ユーザーの離脱率は50%以上**というデータがあります。また、パフォーマンスはSEOランキングにも大きく影響します。今すぐ、確認しましょう。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意その8

トップページを最適化する

検索キーワードにもよりますが、サイト内で訪問数がもっとも多いのは、トップページでしょう。ユーザーはそのサイトが自分にとって有益かどうかを**10秒で判断**すると言われています。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その8

トップページを 最適化する



一般的にトップページには、特に読んで欲しいコンテンツのバナーを貼り、該当のページへ誘導します。

サイト構成は決まっても、トップページに何を載せるかは、頭を悩ませるものです。自社の強み・アピールポイントなどをもう一度精査してみましょう。

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その8

トップページを 最適化する

トップページを構成する要素は、そのままサイト内の印象に比例します。

トップページだけを華美な印象にして、コンテンツの内容が薄い（貧弱）ようでは、結局は、離脱率が高くなってしまいます。逆に言えば、トップページが充実するような、内部コンテンツの制作に取り組みましょう。そのためのメンテナンスを常に心掛けましょう。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意その9

カラーリングに 注意しよう

古いホームページによく見かけるのが、輝度の高い色を使い過ぎ、派手な印象ばかりで「うるさい」サイトです。

カラーリングは、サイトの印象だけでなく、離脱率やページ遷移にも大きく影響します。十分注意して使用しましょう。



極意 その9

カラーリングに 注意しよう



多くの色を使うことは、無駄に華美な印象になるばかりでなく、読む順番も分かりにくくしてしまい、結果、ユーザーを迷子にしまいます。**ページ内で使用するベースとなるカラーは3～4色がベストです。**使うポイントによって、**それらを明度（明るさ）と彩度（鮮やかさ）で分類し使い分けしましょう。**

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その9

カラーリングに 注意しよう

カラーリングは、サイト制作のコンセプトと大きく関わる部分です。例えば、そのサイトが、50～60代以上の男女をターゲットにしているなら、テキストは、大きく落ち着いた印象のデザインを心掛けます。20～30代の女性がターゲットなら、明るくポップでフェミニンな印象を心掛けましょう。ターゲットを絞ることで自ずと、テーマカラーも絞られていきます。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意その10

どのようなページが 正確に伝える

ページタイトルは、ユーザーだけでなく、検索ロボットも参考にする重要なポイントです。

検索した際に検索結果に表示されるのも、ページタイトルです。私達は、その結果を見て、どのようなページかを想像します。



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その10

どのようなページが 正確に伝える



ページの内容には、注意してもページタイトルには目が行き届かず、検索サイトに同じタイトルのページが表示されることがあります。

ページの内容についてユーザーがどのような検索行動を取るかも想定して、見出しや文章も工夫しましょう。

次へ



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

極意 その10

どのようなページが 正確に伝える

あなたなら上と下どちらをクリックしますか。

タイトルは、ページを説明するだけの役割なので、どうしても紋切り型になりがちです。より興味を引きやすい言葉を入れることで、他社との差別化にもなります。

コンテンツの内容を考えるように、タイトルにも気を配ることで、よりヒットしやすく、アクセスしやすいサイトへ変わってきます。

ウェブ 画像 ショッピング ニュース 地図 もっと見る ▼ 検索ツール

約 777,000 件 (0.40 秒)

デザイン実績一覧 | 秋田パンフレット制作.com

akita-panph.com/ ▼

秋田の 広告 デザイン 制作・印刷 ホームページ 作成 をトータルプロデュースする、パンフレット制作.comのホームページです。カタログ・会社案内・ポスター・リーフレットのオリジナルデザインを写真撮影からコピーライティング・印刷まで一括してサービスを提供 ...
このページに 4 回アクセスしています。前回のアクセス: 15/11/27

ウェブ 画像 ショッピング ニュース 地図 もっと見る ▼ 検索ツール

デザイン実績をご覧ください | 秋田パンフレット制作.com

akita-panph.com/ ▼

秋田の 広告 デザイン 制作・印刷 ホームページ 作成 をトータルプロデュースする、パンフレット制作.comのホームページです。カタログ・会社案内・ポスター・リーフレットのオリジナルデザインを写真撮影からコピーライティング・印刷まで一括してサービスを提供 ...
このページに 4 回アクセスしています。前回のアクセス: 15/11/27



パンフレット・会社案内・ポスター・チラシ

秋田パンフレット制作.com

まとめ

いかがでしたか。参考になったでしょうか。

私達が日々接しているWEBの世界も日々進化・成長しています。しかし、その変化に追いついていこうと、躍起になって努力した結果、技術や見栄えばかりに終始して、ユーザーが遠のいてゆくケースはよくあります。

だからといってユーザーと検索ロボットの両方に好かれようとして、小手先の修正を繰り返してばかりでは、コンバージョンは得られません。ユーザーに優しいサイト制作はもちろん、しっかりとしたコンセプトの構築を常に心掛けましょう。