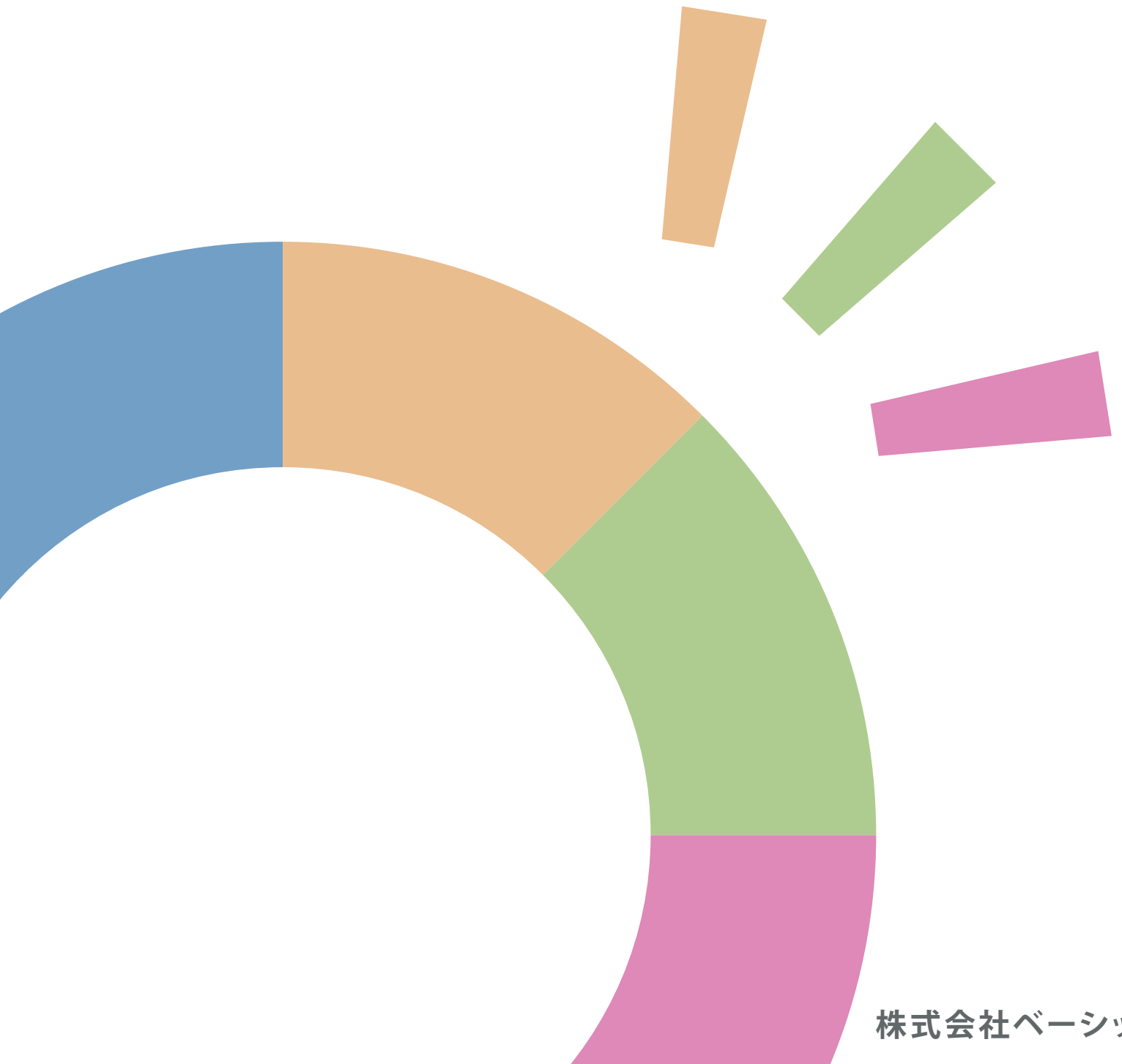


ferret  One

目的別で選ぶ！

外注か内製かで迷わないための サイト制作手段比較



自社のサイトをリニューアルする、もしくは定期的な更新・運用をしていくことが決まったときに、どのような選択をすると良いのでしょうか。

予算と制作期間などのコスト面のみを比較して、ツールや業者を決定するケースも少なくはないと思います。ただし、忘れてはならない視点があります。サイトをリニューアルする目的は何か、またサイト運営を通じてどんなことを実現したいかということです。

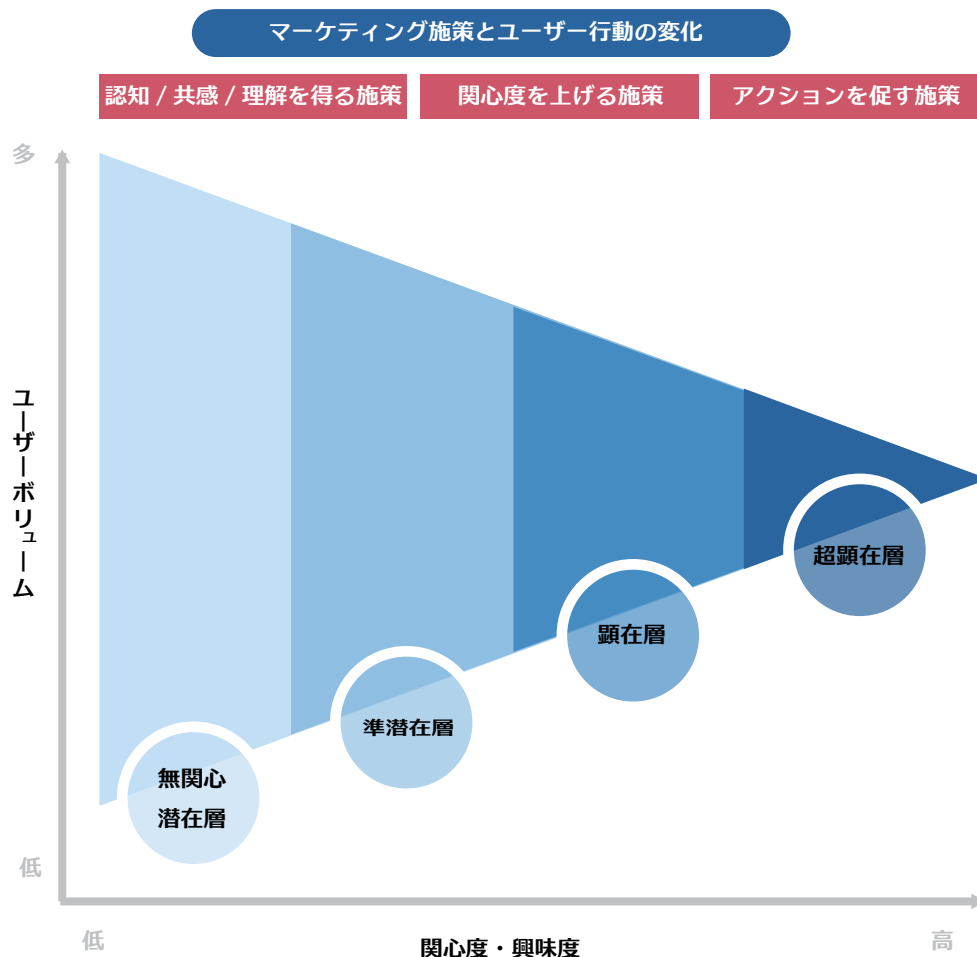
また制作には色々な手段がありますが、目的を考慮せずに着手したとしても運用段階で失敗する可能性が少なくありません。

本書では以下の項目について解説することで、サイト制作において自社に適した選択ができるよう判断材料を提供します。

- ・ 目的のサイトの種別の例
- ・ 目的を決定する時のポイント
- ・ 制作に着手する前に決めておくべきこと
- ・ サイト制作をする手段
- ・ サイト制作をするために必要な標準的な作業
- ・ サイト制作や運用にかかる費用

▶様々なサイトには目的がある

サイトには様々な種類があります。例えば一例をあげると商品やサービスを認知してもらうためのサービスサイト、自社のコンテンツを発信するオウンドメディアサイト、商品を販売するためのECサイト、会社情報を伝えるためのコーポレートサイトなどです。サイトの集客の目的や段階に応じて適切なサイトの形があります。



こちらはWebを利用するユーザーの母数と興味関心度合いの相関を表した図です。

大きく分けてユーザーは顕在層と潜在層の2つに分けられます。顕在層は自分が欲しい商品やサービスが分かっているユーザーのことです。潜在層は欲しい商品やサービスに気づいていなかったり、自身の課題が明確ではない場合が多いユーザーのことを指します。

ユーザーの行動を見てみると、顕在層は商品に関する関心が高いため、購入までの距離が近いとも言えます。一方で潜在層は母数は多いものの、関心や興味がサービスに対して高くはないので、すぐに購入してもらうことは難しいのです。その場合、自身にとって必要なものだと気づいてもらう、つまりニーズを起こすようなアプローチが必要になります。

具体的なサイトの種類と照らし合わせて考えてみましょう。ECサイトは商品を購入したいと思っている顕在層が多くなります。商品を認知してもらうサービスサイトでは、潜在と顕在との中間とも言えますね。オウンドメディアサイトでは潜在層向けに対してコンテンツを届けていき、徐々に興味関心を持たせていきます。オウンドメディアサイトでは商品の宣伝をしすぎると、かえってマイナスイメージを与えてしまう場合もあるので注意が必要です。以下でそれぞれのサイトについて具体例と特徴を説明します。

▶様々なWebサイトには目的がある

1 ECサイト：商品やサービスの売上を伸ばすのが目的



phocase：スマホケースのECサイト

<https://phocase.jp/>

売りたい商品やサービスが明確であり、商圈を拡大して売上を伸ばしていきたいという目的がある時に採用される形の一つがECサイトです。特徴としてはオンライン上で集客から購入までの行為が全て完結するというものです。

また実店舗では展示しきれない商品の在庫があったとしてもWebサイト上では沢山見せられるという点もあります。作成する場合には商品のページだけでなく、購買が行える決済機能や在庫管理システムなども合わせて導入する必要があります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶様々なWebサイトには目的がある

2 | サービスサイト：商品の認知度を拡大させるのが目的



ferret one:サイト制作・運用ツールのサービスサイト

<https://ferret-one.com/>

商品やサービスを初めからオンラインで購入するのではなく、まずその商品のコンセプトやメリットを伝えて資料請求や体験、デモなどをユーザーにしてもらい、最終的に営業活動に繋げていくのが目的です。

その商品をいかに魅力的に伝えていくかがポイントとなります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶様々なWebサイトには目的がある

3 | オウンドメディアサイト：ユーザーロイヤリティ(満足度)を高めて見込み顧客を集めるのが目的

経営ハッカー

「経営 × テクノロジー」の最先端を切り拓くメディア

Powered by freee

HOME

経理ガイド

無料ガイド集

経理・決算知識

給与・労務知識

2017年7月13日 NEW f 0 B! 0
日本企業における生産性の低さを徹底説明！アナタの会社の人事評価制度は、大丈夫？

請求書 納品
領収書 給与
ビジネスに役立つ
テンプレ
無料ダウンロード
▶ DOWNLOAD

経営ハッカー：freee社が運営する経営課題をテクノロジーで解決する情報を発信するオウンドメディア <https://keiei.freee.co.jp>

ECサイトやサービスサイトは企業が売りたいものの情報を発信するのに対して、オウンドメディアではユーザー目線のコンテンツを提供し続けることで、サービスに興味を持ちそうな人を集めます。あくまでもユーザーにどんな情報を提供したら満足度が上がりそうか、役に立ちそうかを考えて発信していくので場合によっては他社のサービスの良さを紹介することもあります。

商品のプロモーションには通常広告費をかけることが多いです。そして広告費をかけるほど、一時的な集客が期待できますが出稿を止めてしまえば集客力も落ちてしまいます。その点、オウンドメディアでコンテンツを生成して発信していくことは広告費をおさえて集客が可能であることと、ユーザー目線で作ったものが資産として蓄積されるため、長い目で見ると大きな集客効果が期待できる点が特徴です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶様々なWebサイトには目的がある

4 | コーポレートサイト：ブランドイメージを向上させるのが目的



株式会社ベーシック：企業情報や採用目的で情報を発信しているコーポレートサイト
<https://basicinc.jp/>

ブランディング目的のサイトの形は企業のコーポレートサイトです。こちらは企業のイメージの向上や株主に対しての事業や業績情報の開示、人の採用などが主な目的となります。会社のニュースやプレスリリース情報を定期的に発信することが多いです。

目的別のサイトの形をいくつか紹介しました。目的が違うと発信する情報の内容は当然変わってきます。次の章では目的を決定するポイントについて解説します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶目的を決定する時のポイント

■サイトに来たユーザーにどういう行動を起こしてもらいたいかを考える

サイト制作の目的は何かと聞くと、「Web経由での集客をして売上を上げたい」という何となく漠然とした回答が一般的には多いのではないのでしょうか。でも同じ売上を上げるということでも以下のように状況を明確に設定することで、施策が変わります。

- ・商品を紹介する一覧ページを作って、ユーザーに商品の良さや特徴を知ってもらう
- ・商品を購入できるECサイトを作り、地方のユーザーにも商品を購入してもらう
- ・ユーザー目線のコンテンツを提供し続けることで、満足度を上げて、他のユーザーにもサイトや商品を広めてもらう
- ・新規ユーザーを対象にしたクーポンを発行し、お得にサービスを受けてもらう

サイトに来たユーザーに対して、「どんな行動をしてもらいたいか」これを絞り込むことで目的が決まりやすくなります。

■誰に向けて情報を発信したいのかを考える

作成するサイトを沢山の人のに見てもらいたいと考えるのは自然なことですが、ただ情報を発信しているだけでは、自分に対して向けられていると気づかないものです。目的を決めた次に考える事は、誰に向けて発信するのかを考えないといけません。

そのために具体的なターゲットを決めておく事が必要です。こちらは後の章の「サービスサイトを制作・運用するために必要な作業」でも解説をします。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サイトを制作手段一覧

サイトの目的が決定し、制作のための準備ができれば制作手段を比較していきましょう。ここでは代表的な3つのパターンを紹介します。

1 社内の技術者（エンジニア）に制作をお願いする

サイトを制作できるエンジニア・デザイナーが社内にいれば制作や更新も自分達がイメージしているものが実現できます。ただしサイトにどんなコンテンツが必要で、TOPのレイアウト構成やページの階層はどうなっているかなどの全体の設計図や企画は作る必要があります。エンジニアをお願いすることは設計図やレイアウトを実際に表示や動作できるように作業してもらうことです。

その作業をコーディングといいます。デザイナーがいれば、よりサービスの画像の加工やサイトの色合いなどの視覚的な要素に対してカスタマイズが可能です。デザイナーをお願いする場合も何となくではなくどんな意図を持ってどういうイメージ画像を作って欲しいのかを明確化しておく必要があります。



長所：制作したいサイトのイメージが実現しやすい、更新も自分達タイミングで可能
短所：担当者が退職してしまっても引継ぎがうまくいかなかった場合は更新ができなくなる

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サイトを作る手段一覧

2 | 制作会社に外注する

外部の制作会社にお願いすると費用はかかるものの、デザインやレイアウトが整った綺麗なサイト制作が実現する可能性が高いです。

サイト公開までに外部との打ち合わせを何回かする必要はありますが、自分達では何か作業をする必要はありません。ただし、制作会社によってかかる費用や出来上がってくるクオリティがバラバラなのでよく確認する必要があります。また更新する時も費用がかかったり、更新の反映のタイミングについても自分達の更新したいタイミングでできないケースがあることもおさえておきましょう。



長所：デザインのカスタマイズに融通が効くので視覚的に綺麗なサイトができやすい

短所：制作と更新に対して都度費用が発生する可能性あり

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サイトを作る手段一覧

3 | CMSを利用した制作

CMS（コンテンツマネジメントシステム）はHTMLプログラムの知識やDreamweaverなどの専門サイト制作ソフトウェアの使い方を覚えなくても、簡単に更新可能なツールです。

フリーで制作できるCMSから有料のものまで様々なものが開発されました。CMSの中でも特に有名なのがWordPressです。無料で使えて（ただし、サーバーのレンタル費用などはかかります。）かつ多くの開発者によって作られた色々な拡張機能が追加することができます。また更新自体は容易にできるのが特徴ですが、サイト制作時にサーバーにインストールしたり、初期設定には基本的なサイトの構造などを把握している必要があります。



長所：専門の知識を習得しなくても制作や運用ができる

短所：レイアウトやデザインを細かく設定するにはコーディングの知識が必要、追加機能の管理は自身で行う必要がある

サイトを制作する各手段の長所と短所は押さえられたでしょうか。次にサイトを制作するために必要な一般的な作業を解説します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

サイトには色々な形があります。商品を販売するECサイトやメディアサイト、会社の情報を発信するコーポレートサイトです。例えばECサイトを作成するとなった場合には、事前にクレジットカードでの決済できるシステムなども導入する必要があります。

目的別のサイトに応じて作らなければならないものは変わってきますが、制作の過程でどのサイトを作るのにも共通する部分があります。ここではあくまでも一般的な無形の商材を販促するためのサービスサイトの作成手順を例に、専門的な知識が無くても公開までにどんなことをしなければならぬのかを押さえておくのと良いのかを見ていきましょう。公開までの工程がイメージできると、自身でやらなくてはならない作業と適宜外注した方が効率化する部分が見えるようになるからです。

1 | サイトのテーマ決め

サイトを運用する目的に直結する部分です。誰をターゲットにどんな目的でサイトを作るのか、どんなコンテンツや情報を発信するのかを決めておきましょう。社内で内製する場合は関係者含めて打ち合わせの時間を取りましょう。外注する場合も打ち合わせの時間は必要です。

まず、ターゲットを決める理由は何でしょうか。それは、「誰に」対して「どんなことを伝えたいか」を決めないかと方向性がブレてしまい、結果的に誰にも訴求しないサイトができてしまう可能性があるからです。

ターゲットの属性や情報を洗い出してみたり、整理するところからサイトでどんな情報を発信していくかが決まります。ターゲットの中から具体的な一人の人物データを整理することを「ペルソナ設計」といいます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

ターゲットの例	中小企業の営業兼Web担当者
ペルソナの例	名前:山田太郎 年齢:35歳 職業:会社員 部署:ECサイト事業部法人営業部 学歴:4年生大学卒 ネットの利用頻度:仕事以外ではスマホでLINEやヤフーニュースを見る程度 状況:数ヶ月前にECサイト事業部に異動になり、サイト更新や分析も兼任で担当することになった。元々営業出身なので営業には自信があるが、サイト運用に関しては手探りで進めているので日々不安を抱えている。

具体的な一人の人物を取り出すことにより、その人がどんな情報を欲しているのか、どんな情報を求めているのか、自社が発信する情報との相性はどうかなど、具体的に伝えるべきことが見えてきます。

どんなサイトでも必ず見ている相手があります。「誰にどんなことを伝えたいか」がサイトを運営する中で重要だということは忘れないでください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

2 | サイトマップの作成

サイトのテーマが決まったらサイトマップを作成していきます。サイトマップとはサイトの全体の設計図のようなものです。情報を分類して、どこになにがあるのかといった階層を組み立てていきます。整理にはエクセルなどを使うと良いでしょう。

役割	1階層	2階層	3階層
TOP	TOPページ		
お知らせ	お知らせ/news		
		お知らせ/news記事1	
サービス紹介	サービス説明		
集客コンテンツ	カテゴリ1 (例: 導入事例)		
		導入事例1	
	カテゴリ2 (例: セミナー)		
		セミナー詳細	
集客コンテンツ	blog		
		blogカテゴリ1	
			【カテゴリ1】記事1
		blogカテゴリ2	
		【カテゴリ2】記事1	
CVページ	資料ダウンロード		
		資料DLサンクスページ	
	お問い合わせ		
		お問い合わせサンクスページ	
会社情報	会社情報		
		会社概要	
		理念/メッセージ	
		アクセス	

このように、どの情報がどの階層の下にくるのか、構造を作っていきます。サイトマップを作ることでサイトの構造が一目でわかるようになります。実際に作成に入った時に作成中のページがどこかを把握したり、URLの一覧なども管理するのに便利です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

3 | TOPページを作る

サイトの設計図が出来たら次に一番最初のトップページ制作に着手していきます。ページごとのレイアウトをワイヤーフレームと呼びます。その名のとおり「ワイヤー(線)」と「フレーム(骨組み)」を使って、各ページのどこになにを配置するのかを示した図のことです。ワイヤフレームを作成する時に便利なツールもありますが、こちらでもエクセルで作成することも可能です。

ワイヤーフレームの例

The wireframe shows a header with the ferret One logo on the left and contact information (03-4455-9116) on the right. The main content area is divided into several sections: a large headline 'もう迷わない! 90日間 SEO対策のプロがあなたをサポート', a sub-headline 'ferret One', a text block '聞きたいときに、聞きたい内容をプロに相談できる! だから未経験でも検索順位アップ!', and a table of performance metrics. The table has three columns: '【お問い合わせ数】1ヶ月で 200%UP', '【新規顧客数】3ヶ月で 200%UP', and '【来店予約数】3ヶ月で 500%UP'. To the right of the table is an image placeholder labeled '画像' with the text '先生がパソコン画面を見せながら生徒に教えている風景'. At the bottom, there is a footer with the text 'SEO対策、コンテンツマーケティングなど、ホームページ集客でお困りなら、'.

実際のページ (コーディング後)

The actual page is a polished version of the wireframe. It features the ferret One logo and contact information at the top. The main headline is 'もう迷わない! 90日間 SEO対策のプロがあなたをサポート'. Below the headline is a sub-headline 'ferret One [フェレット・ワン]' and a text block '聞きたいときに、聞きたい内容をプロに相談できる! だから未経験でも検索順位アップ!'. There are three gold award icons with text: 'お問い合わせ数 1ヶ月で 200%UP', '新規顧客数 3ヶ月で 200%UP', and '来店予約数 3ヶ月で 500%UP'. To the right of these icons is a photo of three people looking at a laptop. At the bottom, there is a footer with the text 'SEO対策、コンテンツマーケティングなど、ホームページ集客でお困りなら、' and a call to action 'お気軽にお問い合わせ下さい'.

ページ上に何を置くかというレイアウトを決めた状態で、社内で作成する場合はデザイナーやエンジニアにコーディングをしてもらってページが完成します。どうすれば見やすいのかといったことや、サービスの魅力が伝わりやすいかということ、ユーザーの目線に立ってよく考えて作成しましょう。

※コーディングとは

画像やテキストなどのコンテンツ、そしてデザインができあがったら、コーディングという作業を行います。コーディングとは、プログラミング言語を使ってプログラムを組み立てていくことです。HTMLやCSSといったワードは聞いたことはあるでしょうか。サイトを作成するためのプログラミング言語のことです。これらの言語を用いて構築することによってGoogle ChromeなどのWebブラウザで閲覧できるようになるのです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

4 | 各サービスのページや記事を作る

TOPページ以外のページを作り込んでいきます。レイアウトに関しては上記で記述したようにワイヤーフレームを作成しますが、記事の本文も用意する必要があります。テキストと画像を用意して記事の下書きをしましょう。例えばgoogle docsなどのサービスを利用すると自分以外にも下書きの原稿が閲覧できるようになるので、修正作業なども効率的になります。

概要

目的別で選ぶ！外注か内製かで迷...

【ベルソナ】

【ベルソナの課題を解決するもの】

【目次】

はじめに

目的別に適したサイトの形とは

ケース1：売りたい商品やサービスが...

ケース2：直接サービスの販促はしな...

サイトを作る手段一覧

- 社内の技術者（エンジニア）に制作...
- 制作会社に外注する
- CMSを利用した制作

サイトを制作・運用するために必要な作業

- サイトのテーマ決め
- サイトマップの作成
- TOPページを作る

ワイヤーフレームの例

はじめに

自社のホームページをリニューアルする、もしくは定期的な更新・運用をしていくことが決まったときに、どのような選択をするが良いのでしょうか。

予算と制作期間などのコスト面のみを比較して、ツールや業者を決定するケースも少なくはないと思います。ただし、忘れてはならない視点があります。サイトをリニューアルする目的は何か、またホームページ運営を通じてどんなことを実現したいかということです。目的をおさえた上で各手段を比較検討していかないと最悪、サイト公開後もう一度、サイトを作り直さないといけない、運用イメージを検討しないままスタートさせてしまったため、失敗という場合もありうるのです。

この資料では目的別のサイト作成のケースだけでなく、サイトを制作するまでに実際にどのような作業が発生するのか、費用以外にもかかる時間などのコスト面も比較検討の材料になるよう整理していきます。少しでも判断材料が増えればと思い解説します。

皆さんの運営するサイトの目的は何でしょうか。お問い合わせを増やして売上を上げるという集客目的のものや、企業のブランディング目的でのサイトもありますが、もう少し細かくみていきましょう。

目的別に適したサイトの形とは

ケース1：売りたい商品やサービスがあり、商品の魅力を訴求するのが目的

phocase

Summer Collection

2017年夏、ケースを変えてひと先に夏モードに!

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

5 | お問い合わせ窓口を作成する

各ページができれば、サイトの形に合わせてお問い合わせ窓口を設置しましょう。窓口のことをサイト上では「フォーム」と呼びます。たとえば無形商材の場合は「資料請求フォーム」や「お見積もりフォーム」が必要です。コーポレートサイトでも採用の場合は「求人フォーム」なども必要です。お問い合わせ窓口に漏れが無いようリストアップしましょう。

お問い合わせ先の窓口として、メールアドレスの掲載だけよりも、下記の図のような入力項目のフォームがあることでユーザーが必要情報を記入しやすくなります。項目は多ければ良いというものではありません。多すぎるとユーザーが入力を面倒に感じて途中で離脱してしまう可能性も高くなりますので、自社にとって必要最小限の項目に設定しましょう。

ここだけは押さえておきたい！

見込み顧客獲得のためのカスタマージャーニー作成ガイド

期間限定 無料ダウンロード実施中

こんな人におすすめです

- まずはお金を掛けずに自分でやってみたいと思っている人
- 効率よく結果を出したいと思っている人
- 今までの施策で成果が出せなかった人
- 継続的な成果を出したい人



「マーケティングオートメーション (MA)」「リードナーチャリング」はこれまでのWebマーケティング施策（特にリスティング出稿やSEO対策）と大きく異なる点があります。それは「単発の施策の結果からPDCAするだけでなく、ユーザーの動きをストーリー的に意識する」という点です。要は、Webサイト構築でいうところの「カスタマージャーニー」的な視点が必要になってきているのです。

今回は、我々がセミナーなどで外部の方と接する中で課題だと感じられることの多い領域に絞って、マーケティング視点のマーケティングオートメーションの考え方を紹介...

今すぐ本書をダウンロード！

- メールアドレスは必須です
- 氏名は必須です

必須 役職

必須 会社名

必須 氏名

必須 電話番号

必須 メールアドレス

必須 ferret Oneについて知ったきっかけを教えてください

必須 運営サイトのURL

必須 目的

ホームページ運営に関してお悩みがあればご記入ください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

6 | 運営者団体・会社情報の作成

運営会社の情報を記載します。何の団体が運営しているのかをきちんと記載することで、匿名団体のサイトよりも信頼性が上がります。

コーポレートサイトであれば会社概要を記載しましょう。

会社名	株式会社ベーシック
所在地	〒102-0082 東京都千代田区一番町17-6 一番町MSビル1F
事業内容	比較メディア事業 Webマーケティング事業 EC事業
設立	2004年3月
資本金	3億1,060万円
従業員数	111名
代表取締役	秋山 勝
役員	取締役 有賀 之和 取締役 一ツ木 崇之 社外取締役 大西 秀彦 執行役員 古閑 昭彦 執行役員 横田 誠 執行役員 飯高 悠太



7 | サーバーを用意する

サイトを公開するためには、ドメインと呼ばれる住所とデータの保管場所である、サーバーが必要です。一般的にはレンタルサーバーを月額費用を払って借りて運用します。CMSの場合、サイトの作成ツールとサーバー、ドメインがセットになっているパッケージも少なくありません。

サーバーの利用料は月額数百円～数千円とかなり料金に幅がありますが、サイトの規模や目的に合わせて、適切なものを選ぶと良いでしょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サービスサイトを制作・運用するために必要な作業

8 | ドメインの取得

ドメインとはインターネット上におけるサイトの住所表示のようなものです。新規サイトを作成する場合、ドメインを発行したり管理するサービスを利用して取得しましょう。

代表的なサービスは「お名前.com」や「ムームードメイン」です。こちらでは新しいドメイン名を取得することができます。安いものは年間利用料数百円で利用することができます。ドメインの人気度合いなどによって利用料が変わります。

「お名前.com」 <http://www.onamae.com/>

「ムームードメイン」 <https://muumuu-domain.com/>

基本的にドメイン名によって検索エンジンに有利、不利ということはありません。取得可能（他のユーザーが使っていないもの）であれば自由に名前をつけることができます。自社で複数の事業を展開していくのであれば、既存のコーポレートサイトとは別に、一つのサービスにフォーカスした新しいサイトでドメインを取得する場合も少なくありません。

9 | 公開されたサイトを確認する

作成したファイルをすべてサーバーにアップロードして、サイトのドメイン設定が完了するとインターネットに公開されます。自分のサイトにアクセスして、きちんと閲覧できるかどうか確認してみましょう。すべてのページが正常に表示されるかどうか、ひとつずつクリックして確認していきます。また写真が表示されない、文字が潰れているなどのレイアウトが崩れている場合は、ファイルの修正を行います。

デバイスやブラウザ、表示設定などさまざまな要素を変えて、どんな環境でも快適に閲覧できるか確認しましょう。パソコンだけでなくスマートフォンやタブレットから見たり、ブラウザをInternet ExplorerやChrome、Safariなどに変えてみたりと、さまざまな環境で確認することが大切です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶サイトを制作・運用するために必要な費用

最後にサイトの制作や運用をするために必要な費用をおさえておきましょう。

	社内の技術者が制作する	制作会社をお願いする	CMSを利用して社内で運用
初期費用 (制作費)	制作時間から人件費を算出 コーディング作業には7日から10日程度かかるのが一般的	40～50万円程度	無料：WordPress 有料： カスタマイズ費用： 数万円～
更新費用	人件費から算出	軽度の更新：数千円～ 重度の更新：数万円～	無料

■社内の技術者が作成するケース

サイトに見積もる時間から人件費を算出します。エンジニアのスキルによって早ければ数週間以内の作成が可能です。また静的なサイトだと完成までのペースは早い場合が多いですが、動的なサイトになるとその分時間がかかる場合があります。

■制作会社をお願いして更新するケース

公開までにまとまったお金が必要です。更新にいくらかかるのかも事前に確認しておく必要があります。一般的な相場ではサイト公開まで数十万かかると想定しておきましょう。

■CMSを利用して更新するケース

サイトの利用は無料のものから有料のものまで様々です。自社サイトにとっての目的や必要な要素を考えて選択する必要があります。無料のCMSの代表はWordPressですが、デザインやサイト制作会社が数万円からカスタマイズに対応する制作会社も増えています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



丸山 智大(まるやまともひろ)
株式会社ベーシック マーケター

目的別にサイトを制作する手順から制作にかかる作業や費用まで解説しました。それぞれの手段について、0からサイト制作をしようとするとも費用も時間もかかる場合もあります。まず自社の状況に合わせて外せない条件を決めてから検討してみてください。

最後にferret Oneのご紹介をさせていただきます。この資料を読んで、「自社でサイトを運用したいけど、専任の技術者を確保できない。」「サイトをリニューアルしたいけど制作会社にお願いする予算も無い。」「とにかく簡単にサイト制作したい。」と思った方は、ぜひ一度ferret Oneをお試してください。

表示される質問に答えるだけで、あっという間にページ作成ができます。トップページ、会社概要、お知らせの3つを作るのに、早い人なら2時間かかりません。



さらに簡単になりました! **新機能**

お客様の困ったから生まれた機能「簡単アシスト」。質問に答えるだけで、誰でも簡単にサイトを作成できます。システムエンジニア、デザイナーがいない企業でも最短1日でサイトが作れます。

簡単アシスト機能

ferret-one.com/service/function/easyassist

またferret Oneはコンテンツを発信する為のプラットフォームであると同時に、サイトのコンテンツ作りのカリキュラムまでを提供するサービスです。どんなコンテンツを作ったら良いかわからず、悩まれている方に向けて、無料の相談も受け付けております。ぜひお気軽にお問い合わせください。

制作会社に任せず、自分たちで簡単にホームページの制作・更新をしたい方は

 **お気軽にお問い合わせ下さい**

[お問い合わせはこちら](#)

【今だけ5社限定】お問い合わせいただいた方限定で貴社ホームページの「無料診断」をいたします!

ferret-one.com/contact