



第1回講座

ウェブサイト制作の基礎： ヒアリング、要件定義、リサーチ、コンテ ンツ戦略、サイトマップ構築

ウェブサイト制作は、単にデザインやコーディングを行うだけではありません。お客様の真のニーズを深く理解するためのヒアリングから始まり、サイトの目的、ターゲットユーザー、競合分析に基づいた戦略的な要件定義が不可欠です。これらを通じて、最適なデザイン、構成、機能が導き出されます。本講座では、成功するウェブサイトを作るために重要な初期プロセスを詳しく学びます。

本日のアジェンダ

- 1 ヒアリング
クライアントが抱える課題や目的を正しく理解し、サイト制作の方向性を決定する**最重要ステップ**
- 2 要件定義
ヒアリングで得た情報を整理し、制作に必要な内容を全てまとめるステップ
- 3 リサーチ
競合や市場を調べ、制作に必要な情報を集めるステップ
- 4 ライティング
ユーザーに伝わる文章を作成するステップ
- 5 サイトマップ作成
Webサイト全体のページ構造と、ユーザーがどのように移動するかを設計するステップ
- 6 課題への取り組み

ヒアリング

クライアントが抱える課題や目的を正しく理解し、サイト制作の方向性を決定する最重要ステップです。

ここで得た情報が「要件定義」「デザイン」「コンテンツ」に直結します。

丁寧なヒアリングこそが、プロジェクト成功の鍵となります。

ヒアリングの基本的な流れ

1

現状把握

クライアントのビジネスや現在の課題を深く理解する

2

目的確認

なぜサイトを作りたいのかを明確化する

3

ターゲット分析

誰に向けたサイトなのかを掘り下げる

4

機能の洗い出し

必要なページや機能を確認する

5

参考事例共有

デザインの方向性を共有する

ヒアリングの質問例

事業理解

1

- ・ 会社・店舗・サービスの概要を教えてください
- ・ 強みや他社との違いは何ですか?
- ・ 現在の集客方法は? (SNS・広告・紹介など)

サイトの目的

2

- ・ 新規顧客を増やしたいですか?
- ・ オンライン販売? 問い合わせ数アップ?
- ・ 採用強化を目指していますか?

ターゲット像

3

- ・ お客様はどんな人ですか? (年齢、職業、居住地)
- ・ その人はどんな悩みやニーズを持っていますか?
- ・ どのようにサイトにたどり着くことを想定していますか?

機能・コンテンツ

4

- ・ どんなページが必要ですか?
- ・ 問い合わせフォームや予約システムは必要ですか?
- ・ 更新は誰が担当しますか?

デザインの方向性

5

- ・ 好きなサイト・参考にしたいサイトはありますか?
- ・ 希望する雰囲気は? (シンプル、高級感、親しみやすさなど)
- ・ NGな色やイメージはありますか?

⑤ 実務のポイント：

曖昧な回答は深掘り

例：「集客したい」→「どんなお客様を?」「どれくらいの数を?」

優先順位を明確に

例：「販売も採用もしたい」→「まずは販売重視で、その後採用ページ追加」

相手が言語化できない要望を引き出す

→参考事例・競合デザインなどビジュアルで見せるのも効果的

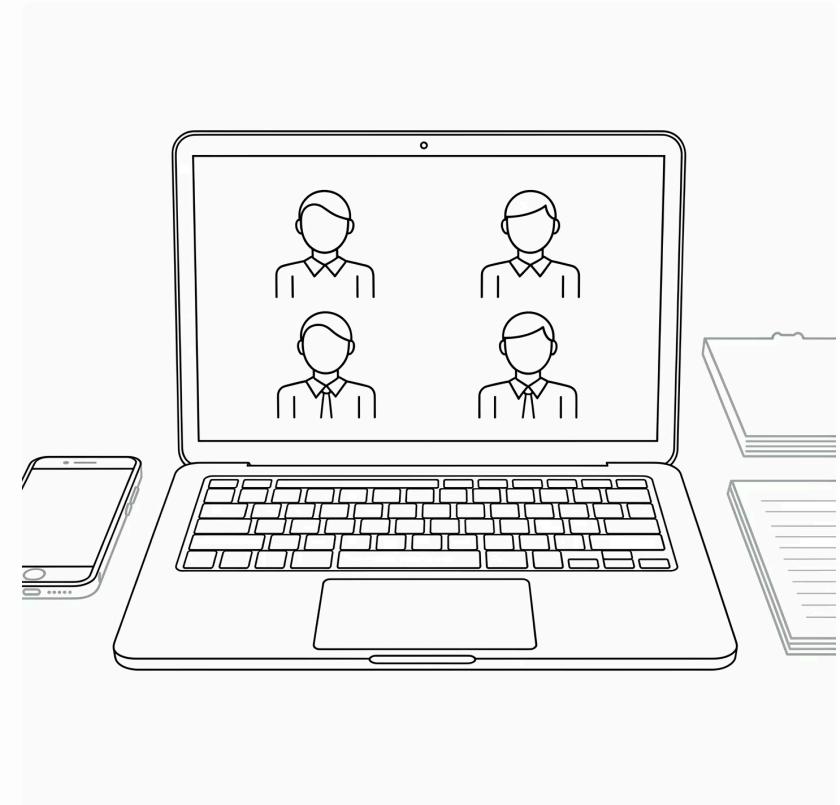
実際のヒアリング方法

WEB制作会社やフリーランスのWEBデザイナーは、実際には対面やオンラインで打ち合せを行うことが多いです。

事前にヒアリングシートに答えてもらったり、打ち合わせでシートの内容に沿って質問していくたり、それぞれのやりやすい方法で進めます。

ヒアリングツールの活用

- Webサイト制作プロジェクトシート（スプレッドシート形式）
- ヒアリングシート（Google Formsなどの回答式）
- オンライン会議ツール（Zoom、Google Meetなど）



[プロジェクトシート見本](#)

[ヒアリングシート例\(簡易版\)](#)

要件定義

ヒアリングで得た情報を整理し、制作に必要な内容を全てまとめるステップです。ここで決めた内容が、デザイン・コーディング・運用すべての指針となります。

要件定義書は、クライアントと「この条件で進める」と合意するための公式な資料となります。



目的の明確化

サイトを通じて達成したいゴールを設定します（新規顧客獲得、採用強化、売上アップ、ブランディングなど）



機能要件

必要な機能やページを整理します（問い合わせフォーム、商品購入機能、予約システムなど）



非機能要件

品質や運用体制を定義します（表示速度、セキュリティ、運用体制、多言語対応など）



成果指標（KPI）

成果を測るための数値目標を設定します（問い合わせ数、アクセス数、売上目標など）

⑤ 要件定義書の作成について：Google Docs / Word などで作成

クライアントによって必要性の有無が異なるので必ず作成するものではないです。

もし、クライアントから要件定義書を求められなかったとしても、ヒアリングの内容をもとにサイト制作の目的や要望は自分の中でまとめましょう！

リサーチ

競合や市場を調べ、制作に必要な情報を集めるステップです。

ここで得た情報が、コンテンツ設計・デザインに直結します。この時点でたくさんの競合サイトやデザイン参考サイトを見る（インプットする）ことで、ワイヤー・デザイン制作のときにアイデアがたくさん出てきます。

リサーチのポイント：

- 最初は10サイト以上を見る
- 特に良い・参考にしたいサイトは3つ程に絞る
- 構成・配色・フォント・ライティング等、細かい要素に分割
- 自分のサイト制作に落とし込める部分を見つける



競合サイト調査

デザイン、コンテンツ、導線設計を分析

市場・トレンド調査

業界動向、デザインやUIの最新トレンドを把握

差別化ポイント発見

独自の強みを見つけて活かす

おすすめデザイン参考サイト

デザインのインスピレーションを得るための優良サイトをカテゴリー別にご紹介します。街の看板、電車の広告、雑誌、CMなど身の回りにもデザインは溢れています。常にデザイナーの目線で見ることで、アイデアの引き出しが増えます。

- バナーデザイン

[BANNER LIBRARY](#) - 豊富なバナーデザイン事例

- ホームページ

[SANKOU!](#)

[レスポンシブ WEB DESIGN JP](#)

- ランディングページ

[LPアドバンス](#)

[LP Archive](#)

- 総合デザイン

[Pinterest](#) - あらゆるデザインのインスピレーション

- デザイン力を磨くtips : 街の看板、電車の広告、雑誌、CMなど身の回りにもデザインは溢れています。

常にデザイナーの目線で見ることで、アイデアの引き出しが増えます！

SNSもおすすめです！

XやInstagramで同業者をフォローし、実績やデザインtipsを日々チェックすることが成長の近道です。

ライティング

ユーザーに伝わる文章を作成するステップです。

ただ情報を書くのではなく、ユーザーの課題を解決する視点と検索エンジン（SEO）に伝わる工夫が重要です。

SEOを意識しましょう！

- **SEOとは？**
検索エンジン最適化（Search Engine Optimization）の略。
→ Googleなどで検索されたときに、上位に表示されやすくする工夫。
- **ポイント**
 - タイトル・見出しにキーワードを自然に含める

ライティングは誰がする？

近年、Webデザイナーがライティングまで対応することが増えています。

コンテンツの重要性

デザインだけでは成果につながらず、「伝わる文章」が求められる

マーケティング視点

SEOやCV（問い合わせ・購入）につながる導線設計まで一貫して考えられる



クライアント負担軽減

中小企業や個人事業主は文章作成のスキルや時間が不足している

制作フロー効率化

やり取りが減り、スケジュールがスムーズになる

Webデザイナーがライティングも行うメリット

1

デザインと文章の一体感が生まれる
レイアウトや写真に合わせて文章を調整できるため、完成度が高まります。

2

納期短縮・コミュニケーションコスト削減
「原稿が来ないから進められない」という遅延を防げます。

3

成果につながりやすいサイトになる
SEOを意識した文章、ユーザーを行動に導くコピーを作れるため、集客や問い合わせ数に直結します。

4

デザイナー自身の価値向上
単なる「作業者」ではなく、企画・マーケティングまで見られるパートナーとして評価されます。

5

追加収益につながる
ライティングをセットで提供することで、制作単価を上げられます。

ライティングの進め方とChatGPT活用

基本ステップ



ヒアリング内容の整理

目的、ターゲット、必要なページ、強みを明確化



ChatGPT活用

条件を与えてライティングの叩き台を作成



カスタマイズ

自分の言葉で調整し、クライアントの声を反映

プロンプト例

以下の条件でHPの構成・ライティングを作成してください。

サービス名：古民家カフェ

ターゲット：20代～40代女性

強み：田舎にあり自然を感じながら癒しの時間を過ごせる・自家製のパンが食べられる・子連れにも優しい

トーン：やさしく親しみやすい

重要：ChatGPTの出力をそのまま使うのではなく、必ず自分の言葉で調整しましょう。

サイトマップ作成

サイトマップとは？

Webサイトのページ構成をツリー状に表したもの

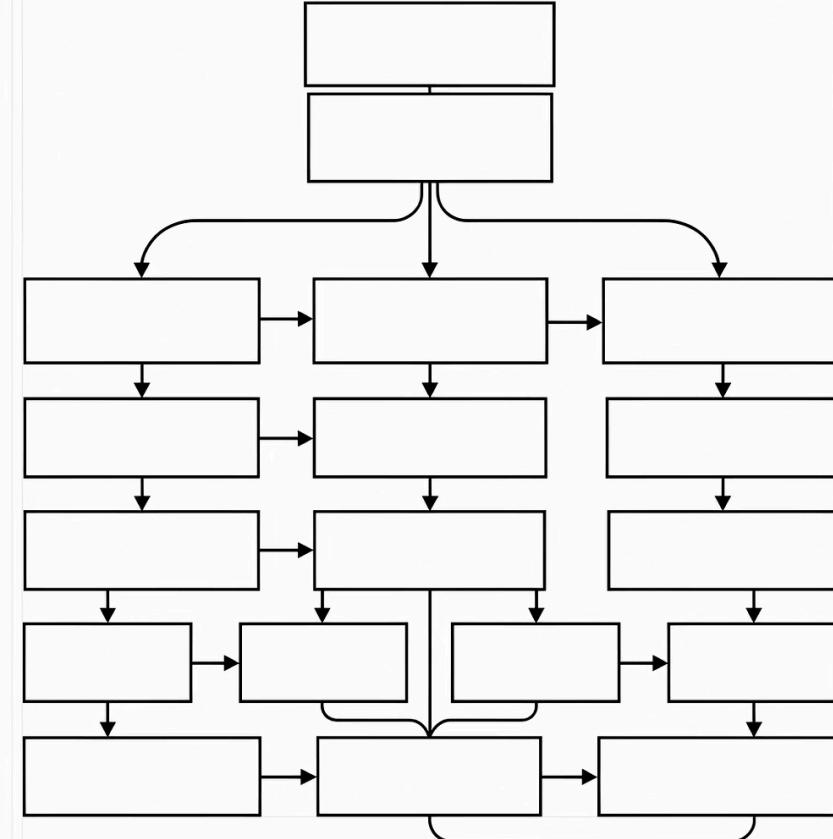
どのページをどのメニューの中に置くかなど、この段階で決めていきます。サイトマップがしっかりしていないと、訪問者が目的のページを探せずに迷ってしまいます。

1 必要なページを洗い出す

ヒアリング・要件定義・ライティングをもとにページ一覧を整理

2 ページ間の関係を図式化

TOPからどのページに遷移するかを明確にする



課題説明

ここまでお疲れ様でした！

ここまで的内容をもとに課題に取り組んでいただきたいと思います！

課題：競合サイトリサーチ

制作内容を理解した上で、競合サイトをリサーチしましょう。参考にしたいサイトを3つ以上ピックアップし、以下の内容をまとめてください。

1. 参考にしたいサイトURL
2. なぜこのサイトを選んだのか
3. このサイトで真似したい部分