

インターネットサイト制作ガイドライン

バルール株式会社

第一版

はじめに

本ガイドラインは、インターネットサイトを開発するにあたり、(発注者・企画者・製作者・運営者、等)関係者が互いに協力しあい、最高の成果を享受できることを目的としています。

互いにガイドラインを理解し遵守することで、費用対効果を明確にし、継続的かつ友好的な関係の構築ができることを目指しています。

共に同じ道を歩き、共にゴールを目指し、苦勞と喜びを分かち合えれば幸いです。

なお本ガイドラインを制作するにあたり、ご協力いただいた関係者ならびに、参考にさせていただいた企業様、ここに厚くお礼申し上げます。

2008/04/02

バルール株式会社

代表取締役 藤井勝史

全製作工程

Phase0：初期コンタクト

インターネットビジネスで「成果」を上げるために、「どのような考え方で」「何をすべきなのか」を提案します。

Phase1：成功像の共有

Web 担当部署及び関連部門にヒアリングを行い、プロジェクトの方向性を明確にします。
プロジェクトを開始するにあたって、現状把握をし、その上で進むべき方向性を明確にします。
現状とゴールの差異を正確に捉え、プロジェクト全体の最適化を図ります。

Phase2：戦略策定

プロジェクトの目標・全体像を明確にし、目標を数値化します。
目標を達成する為の具体的な戦略の立案をいたします。

Phase3：戦術策定

ビジュアルデザインやシステムの仕様を定義し、サイト全体の設計をします。
「利用者体験シナリオ」と「基本チャート」をベースに、設定した目標をなしえるサイトの詳細設計（実施フローチャート）とページ構成要素作成を行います。

Phase4：製作・開発

Phase2 で確定させた戦略をもとに、ブランドイメージを高めるデザイン・ページ制作をします。
Phase2 で確定させた戦略をもとに、コンテンツの製作を行います。
Phase3 で確定させた戦術をもとに、目的をなしえるデザインやシステム導入を具現化します。

Phase5：公開・管理・運営

Phase4 で製作したサイトを正式にオープンします。
利用者を満足させる情報更新を迅速に且つ、効率的に行う体制とルールを定めます。

Phase6：効果測定

Phase2 で作成した目標値を達成できているかの検証をし、今後の対策を検討します。
次のステップに向けて、有効なプランの提言を行います。

責任の範囲

機密保持契約に基づく弊社の責任範囲・一般的に定義される社会的責任範囲

Phase0 初期コンタクト

プロジェクトの立ち上げ

インターネットビジネスで「成果」を上げるために、「どのような考え方で」「何をすべきなのか」を提案します。

- クライアント企業が Web サイトで展開したいこと、課題に感じられていることを確認
- Web サイトに対する提案方法で、企業の要望に対応することが可能かのすり合わせを実施

サービス内容

実施内容 (初期対応)	クライアントの企業、Web 担当者が考えていることや、お困りになされていることを確認します。 企業の Web サイトが、どのような考え方で進め方でインターネット利用者の満足度を、勝ち取るべきかを提案します。
ご提案内容	<ul style="list-style-type: none">• スケジュール• 実施事項• 成果物• プロジェクトマネジメントの方法<ul style="list-style-type: none">○ プロジェクトの進行(本ガイドライン)○ プロジェクト体制図 (意思決定者確認)○ 情報共有方法

スケジュール

1 週間～2 週間

クライアント実施事項

初期打ち合わせの開催

Phase1 成功像の共有

プロジェクトの方向性を策定

Web 担当部署及び関連部門にヒアリングを行い、プロジェクトの方向性を明確にします。
プロジェクトを開始するにあたって、現状把握をし、その上で進むべき方向性を明確にします。
現状とゴールの差異を正確に捉え、プロジェクト全体の最適化を図ります。

- 利用者の求めているものを把握
- Web サイト現状を明確化し、問題点を把握
- プロジェクトの方向性を決定

サービス内容

実施内容

- ヒアリング
- 社内プレゼンテーション
- 各種リサーチ(主たるリサーチ)
 - 利用者ニーズ調査
 - 検索エンジン表示調査
 - 現状サイト調査
 - 競合他社サイト調査

[リサーチレポート]



<p>実施目的</p>	<p>ヒアリング</p> <p>ヒアリングを通じて、Web サイト運営スキームや営業スキームを確認します。また、社内キーパーソンに Web サイトの価値とプロジェクトの価値を啓蒙します。</p> <p>社内プレゼンテーション</p> <p>Phase1 で明らかになったことと、今後のリニューアルプロジェクトが進むべき方向性を報告し、社内認識の統一を図ります。</p> <p>各種リサーチ</p> <p>Web サイトとビジネス状況を明確にする為に必要な調査のみ行います。</p> <p>検索エンジン表示調査</p> <p>顕在利用者、潜在利用者のニーズを明確にします。特定のキーワードで、検索エンジンで表示される順位を調べます。現在の集客状況が分ります。</p> <p>現状サイト調査</p> <p>現状サイトの情報整理状況を把握します。</p> <p>競合他社サイト調査</p> <p>合他社が、サイト上でどのようなサービスを展開しているかを確認します。</p>
--------------------	---

スケジュール

1.0 ヶ月～1.5 ヶ月

- *サイト規模、社内体制、営業スキーム等により異なります。
- *Phase1 開始前に、スケジュール案を提示し合意します。

クライアント実施事項

定例 MTG での報告確認(承認)

必要となる関係者との打ち合わせ手配

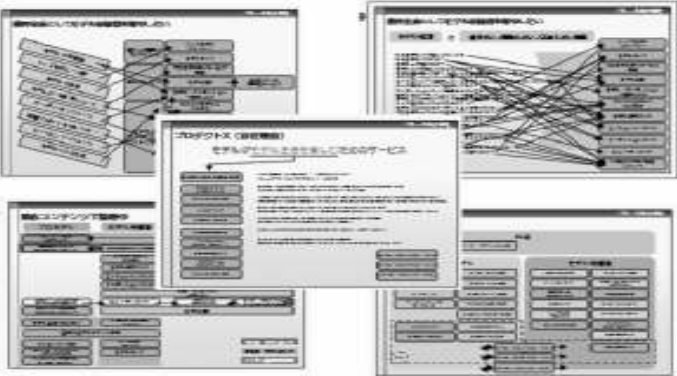
Phase2 戦略策定

成果目標を達成するための戦略を策定

プロジェクトの目標・全体像を明確にし、目標を数値化します。
目標を達成する為の具体的な戦略の立案をいたします。

- ターゲット利用者を決定
- Web サイトで目標を達成するために必要な戦略を立案

サービス内容

実施内容	<ul style="list-style-type: none">• ターゲットレポート• 利用者体験シナリオレポート• 戦略策定書• 基本チャート
実施目的	<ol style="list-style-type: none">1. ターゲットとなるサイト利用者の策定 ニーズや関係する要因から、「誰に対し、何をするか」を決めます。2. 利用者の体験シナリオの抽出 Web サイトも使った最もハッピーになると考えられるシナリオ(利用者の体験シナリオ)を抽出します。分類した利用者ごとにシナリオを抽出します。 このシナリオは、利用者が最も幸せになるケースを想定します。 この幸せのシナリオがWebサイト利用者の満足に繋がり、それぞれのシナリオを集めたものが、結果として Web サイト全体になります。3. 戦略策定 ビジネスを成功させるために必要なシナリオと役割明確化します。 <p>[戦略策定書]</p> 

	<p>具体的には下記戦略を考えます。</p> <ul style="list-style-type: none">• Web 戦略(テクニカルな面)• ブランド戦略• プロモーション戦略• 営業戦略• 運用業務戦略• 組織戦略 <p>4. 目標の数値化</p> <p>プロジェクトの成功を計る基準(数字)を定めます。数値目標により費用対効果の判断を行います。</p> <p>ターゲットとなる利用者の姿と規模を確認し、その利用者の満足を勝ち取る戦略を揃える事で目標値が具体的になると考えます。</p> <p>5. 基本チャート(サイト設計図)の作成</p> <p>利用者の体験シナリオから導き出される満足体験を届ける為に必要な 情報(=コンテンツ)をどう配置するか？</p> <p>このコンテンツを整理したものが、コンテンツリストとなり、これを元にサイト設計図を作成します。</p> <p>コンテンツリストは、利用者体験シナリオから導き出されている、ニーズと照らし合わせて過不足のないリストとなります。</p>
--	---

スケジュール

1.0 ヶ月～1.5 ヶ月

- *サイト規模、社内体制、営業スキーム等により異なります。
- *Phase2 開始前に、スケジュール表を提示し合意します。

クライアント実施事項

定例 MTG での報告確認(承認)

必要となる関係者との打ち合わせ手配

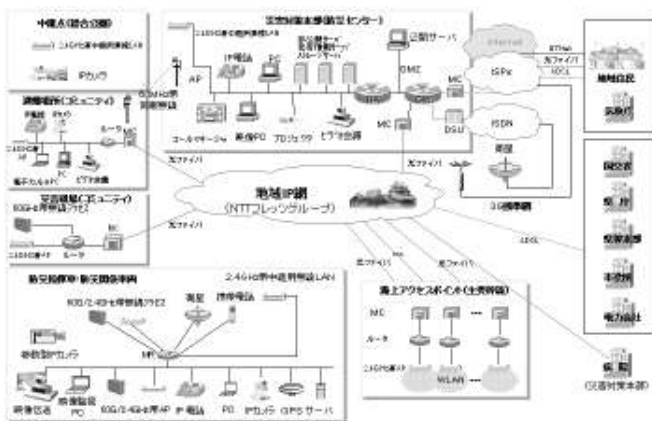
Phase3 戦術策定

利用者の視点に基づいた設計と仕様

ビジュアルデザインやシステムの仕様を定義し、サイト全体の設計をします。
「利用者体験シナリオ」と「基本チャート」をベースに、設定した目標をなせるサイトの詳細設計（実施フローチャート）とページ構成要素作成を行います。

- Web サイトの各詳細の仕様を確定（ページを構成する要素を確定）
- Web サイト以外の戦略の具体的な戦術を策定し、実行プランを決定
- 原稿、素材を収集し、コンテンツグループごとに整理
- 戦略、ブランドイメージ戦略、Web サイト戦略や、ビジュアルデザインの規定を確定

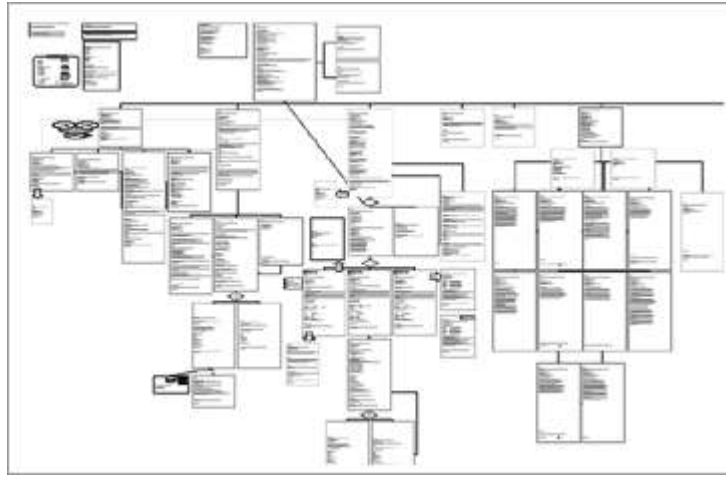
サービス内容

実施内容	<ul style="list-style-type: none">• 戦術策定(Web サイト)• 実施フローチャート• システム規定書• システムフローチャート• ユーザビリティ検証• デザイン設計/デザインガイドライン• 戦術策定(Web サイト以外)• 実施フローチャート作成• 原稿素材作成、整理• プロトタイプ制作・テスト
実施内容	<p>【 システムチャート 】</p>  <p>The diagram is a complex network topology. At the center is a cloud labeled '地域IP網 (NTTレゾナンスグループ)'. To the left, there's a section for '中継点(総合空間)' with various IP addresses and connections. Below that is '設備管理(基ユニット)' with more IP addresses and server icons. At the bottom left is '新交機群(新交機群)' with IP addresses and server icons. To the right of the central cloud is '運用管理本部(運用センター)' with various server and network device icons. Further right are '無線LAN' and '運用管理本部' with server icons. On the far right, there are icons for external services like '郵便局', '銀行', '電力会社', and '気象庁'.</p>

【 デザインガイドライン 】



【 実施フローチャート 】



スケジュール

1.0ヶ月～2.5ヶ月

- *サイト規模により期間がことなります。
- *Phase3 開始前に、スケジュール案を提示し合意します。

クライアント実施事項

定例 MTG での報告確認(承認)

Phase4 開発

ハイクオリティの制作・開発

Phase2 で確定させた戦略をもとに、ブランドイメージを高めるデザイン・ページ制作をします。

Phase2 で確定させた戦略をもとに、コンテンツの製作を行います。

Phase3 で確定させた戦術をもとに、目的をなしえるデザインやシステム導入を具現化します。

- Web サイト全体を制作
- 公開前にあらゆる環境で不具合がないか、表示、動作のチェック
- 公開サーバ環境で、設定切り替えを行い、公開を行う

サービス内容

実施目的	Phase0-3 まで検討した内容をインターネット上に実現いたします。 想定されるアクセスや検証環境、バックアップ環境の構築を行います。 運用に必要なツールなどオペレーションを含めた製造も含まれます。
実施内容	<ul style="list-style-type: none">• ビジュアル(デザイン/HTML)• アプリケーション設置(プログラミング/インストール)• 検証環境構築• テスト・プレビュー / 公開• システム設計書(システム要件定義書含む)

スケジュール

1.0ヶ月～3.0ヶ月

- *サイト規模や制作するページ数、必要なプログラム開発により期間が異なります。
- *Phase4 開始前に、スケジュール案を提示し合意します。

クライアント実施事項

- サイト公開前チェック
- 定例MTGでの報告確認

hase5 管理・運営

社内体制を活かした形での更新運用の提案

Phase4 で製作したサイトを正式にオープンします。

利用者を満足させる情報更新を迅速に且つ、効率的に行う体制とルールを定めます。

- サイト運営体制の決定と各種ガイドラインの策定を通じて、Web サイト運営に必要な時間を節約
- 節約した時間(=作業する時間)を、Web サイト戦略を考える時間に転換
- Web サイトをビジネスに活かしている状態を保つため、どのようなサイト運営を行っていくのかを決定

サービス内容

実施目的	<p>Web サイト運営を行う組織体制の策定</p> <p>各種ガイドラインの策定を行うことで運用業務とコストを明確にします。</p> <p>「Web ガイドライン」サイトの基本ルールや指針についてまとめたガイドライン</p> <p>「運用ガイドライン」運用していくためのフローや組織についてまとめたガイドライン</p> <p>「個人情報保護ガイドライン」個人情報の取り扱いに関して企業姿勢や実運用についてまとめたガイドライン</p> <p>「制作ガイドライン」</p> <ul style="list-style-type: none">• 「デザインガイドライン」デザインに関する内容をまとめたガイドライン• 「HTML ガイドライン」HTMLに関する内容をまとめたガイドライン• 「表記ガイドライン」表記に関する内容をまとめたガイドライン
実施内容	<ul style="list-style-type: none">• 運営体制マニュアル• 管理者用ツール• 各種ガイドライン

スケジュール

1.0 ヶ月～2.0 ヶ月

クライアント実施事項

定例 MTG での報告確認

Phase6 効果測定

達成度を検証するための効果測定

Phase2 で作成した目標値を達成できているかの検証をし、今後の対策を検討します。
次のステップに向けて、有効なプランの提言を行います。

- Phase2 で目標設定した成果が得られているかの検証
- 次の Step に、最も有効なプランの提言

サービス内容

実施目的	<p>1. 効果測定</p> <p>Phase2 で立てた数値での仮説目標を達成したことを、効果測定することで定量的で建設的な成長プランやリビルドプランが作成できます。また投資家にたいして行う説明責任を果たすことができます。</p> <p>2. 次のステップの提言</p> <p>多くの企業は、スケジュールと予算、そしてリスクヘッジより、一回で全てのリニューアルをすることは稀です。</p> <p>さらに市場環境も変化します。だからこそ、Plan Do See のサイクルを回していくことが重要です。</p> <p>Phase1 と Phase2 を経て立てた Plan の中で、次ステップで最も効果が出ると思われる Plan を提言します。</p>
実施内容	<ul style="list-style-type: none">• 効果測定レポート• 次への提言

スケジュール

1.0 ヶ月

クライアント実施事項

定例 MTG での報告確認