TSUNAGITE / BUSINESS GUIDE

01

失敗しないホームページ制作・リニューアルの進め方

相場とチェックリスト | 中小企業・店舗のための実務ガイド

「いくらで作るか」より先に、「何のために作るか」。初めての発注から既存サイトのリニューアルまで、判断と確認に使える一冊です。

企画 / 見積もり / SEO 移行 / 公開前確認

株式会社つなぎ手

2026 年 11 月版 | Ver.1.0 / 保存版

今より少し上の便利さを。

01 / START

最初に決めるのは、デザインより目的

ホームページは公開して終わりではなく、営業・採用・信頼形成のための事業資産です。

目的は「まず一つ」を最優先に

主目的	想定する閲覧者	測定するもの
会社の信頼を伝える	取引先・金融機関・求職者	会社名検索からの閲覧・問い合わせ
新規問い合わせ	地域やサービスで探す見込み客	問い合わせ・電話・フォーム完了
採用応募を増やす	応募者・紹介会社	応募件数・募集ページ閲覧
更新作業を減らす	社内の更新担当者	更新時間・担当者依存の解消

最初の打ち合わせ前に確認

- ☐ 誰に、どんな行動をしてほしいかを一文で説明できる
- ☐ 優先する商品・サービス、対応地域、会社の強みが整理できている
- ☐ 現在の問い合わせ数や更新時間など、比較する基準値を控えた
- ☐ 社内で原稿・写真・承認を担当する人が決まっている
- ☐ 完成後に自社で更新する範囲と、制作会社へ任せる範囲が決まっている

先に決めるべき合格ライン

例：「会社案内を見やすくする」「月 10 件の問い合わせを目指す」など。成果は保証値ではなく目標として管理し、公開後に改善します。

迷ったときの 3 つの問い

- 今のサイトで「閲覧者が困ること」は何か
- その問題は一部改修で解決するか、全面リニューアルが必要か
- 3 年後、誰がどのように情報を更新・管理するか

02 / BUDGET

制作費の相場を正しくむ

下表は仕様によるおおまかな参考帯で、個々の見積金額・つなぎ手の料金表とは異なります。

依頼する内容	初期費用の目安	主な条件
名刺代わりの簡易サイト	10 万〜50 万円	少数ページ、テンプレート利用、原稿支給など
会社案内・事業紹介	50 万〜100 万円	標準的な企業サイト。撮影・原稿は別途の場合あり
集客・採用を本格化	100 万〜300 万円	構成設計、独自デザイン、コンテンツ、計測など
複雑な連携・大規模	300 万円以上	多言語・システム連携・会員機能・大量移行等

Web 幹事の企業サイト発注データでは、平均 95.6 万円・中央値 50.0 万円。これは同社経由の案件データであり、市場全体の統計ではありません。

見積もりに含まれているかを比べる

- ☐ ディレクション・要件定義・サイト構成
- ☐ 文章作成・写真撮影・画像購入
- ☐ スマートフォン対応・表示速度の最適化
- ☐ お問い合わせフォーム・迷惑送信対策
- ☐ 既存データ移行・URL 転送（301 等）
- ☐ 公開後の保守・バックアップ・障害対応

3 年間の総額で比較する

例：初期 60 万円＋月額保守 1 万円×36 か月＝96 万円。別途のドメイン・サーバー・有料ツール・追加更新費用を足して比較します。

※上記の相場は一般的な参考帯です。制作規模、原稿、撮影、CMS、SEO 施策、契約範囲によって上下します。

03 / PROCESS

制作・リニューアルはこの 7 工程で進める

各工程で「何が完成すれば次に進むか」を決めると、後戻りや追加費用を抑えやすくなります。

工程	発注側がすること	確認できる成果物
1. 目的・現状確認	目的、優先ページ、予算、希望時期を伝える	課題一覧・目標
2. 要件定義	掲載内容と機能、更新方針を確定	ページ一覧・仕様書
3. 素材準備	原稿、写真、ロゴ、既存データを用意	原稿・写真リスト
4. デザイン確認	PC・スマホの見え方と導線を確認	画面デザイン・修正記録
5. 実装・移行準備	動作、URL 対応表、フォームを確認	検証サイト・転送表
6. 公開前検査	リンク、セキュリティ、計測を確認	チェック表・検査記録
7. 公開・改善	問い合わせや検索の変化を把握	引継資料・改善計画

制作社に最初に渡す情報

- ☐ 会社概要、サービス一覧、対応地域、競合・参考サイト
- ☐ 現在のドメイン、サーバー、CMS、契約管理者
- ☐ 既存の全 URL、検索流入が多いページ、掲載している写真・PDF
- ☐ 原稿を誰が書き、誰が最終承認するか
- ☐ 問い合わせ先、電話番号、営業時間、個人情報保護方針

依頼のコツ

「おしゃれに」だけでは解釈が分かれます。「スマホでサービス説明を 2 タップ以内に見られる」など、確認可能な条件にします。

04 / VENDOR

見積書と制作会社の比較チェック

「どこまで対応するか」「担当は誰か」「公開後に困らないか」の 3 軸で比較します。

確認項目	よくある見落とし
目的と成果の理解	完成画面だけで、問い合わせ導線の提案がない
見積もりの内訳	原稿、画像、フォーム、SEO 移行が別料金
修正回数と追加費	修正の範囲・締切が曖昧
ドメイン・サーバー契約	制作会社だけが管理者権限を持つ
素材や制作物の権利	納品後にソースや画像を引き継げない
更新できる範囲	更新手順と担当者が決まっていない
保守の内容	更新・復旧・監視・バックアップの範囲不明
セキュリティ	フォーム・権限・アップデート方針が不明
計測・SEO 引継ぎ	Search Console やリダイレクトが対象外
実績と説明力	同規模の案件と運用実績が確認できない

同じ条件で 3 社を比較するための採点例

目的理解 30 点 / 提案・設計 25 点 / 運用・保守 20 点 / 価格 15 点 / スケジュール 10 点（合計 100 点）。配点は自社の優先事項に応じて変更します。

契約前の必須質問

「公開後に別の制作会社へ移管するとき、ドメイン・サイトデータ・各種アカウントを引き継げますか？」

見積・公開計画で見るポイント

01 制作範囲

02 費用と条件

03 公開後の運用

内訳と納品範囲を、契約前に照合します。

05 / RENEWAL

リニュアルで守るべきもの

見た目の刷新より、すでに積み上げた検索流入と顧客導線の保全が重要な場合があります。

SEOアクセスを引きぐ6ステップ

- ☐ 既存の全 URL を一覧化し、検索・流入・問い合わせに貢献するページを特定
- ☐ 残すページ、統合するページ、廃止するページを決める
- ☐ URL が変わる場合は旧 URL→対応する新 URL の転送表を作る
- ☐ 必要な恒久転送（301/308）と内部リンクの更新を行う
- ☐ title、見出し、主要本文、構造化データ、計測設定を点検する
- ☐ 公開後に Search Console でインデックス・エラー・流入を監視する

技術方式は「用途」で選ぶ

方式	向いているケース	留意点
静的 HTML	更新箇所が少なく、速度と構成の単純さを重視	更新手段・フォームを別途設計
WordPress 等 CMS	担当者が頻繁に記事や情報を追加	更新・プラグイン・権限の管理が必要
外部サービス利用	予約、EC、決済など機能を優先	月額費・移行性・契約条件の確認

検索順位は「維持保証」できません

Google はサイト移転時の URL 対応表、恒久転送、Search Console 監視などを推奨しています。大きな変更後は一時的に順位変動が起こり得ます。

06 / QA

公開前チェックリスト 20 項目

スマホでも読みやすいか、実際に問い合わせできるかを最優先に確認します。

内容・導線

- ☐ 会社名・事業内容・住所・電話番号が正確
- ☐ 料金・サービス範囲・休業情報が最新
- ☐ 主要ページから問い合わせに移動できる
- ☐ スマホで文字とボタンが見やすい
- ☐ 誤字、リンク切れ、画像の欠落がない

技術・セキュリティ

- ☐ HTTPS が有効で警告が出ない
- ☐ フォーム送信・受信・自動返信を実機検証
- ☐ 迷惑送信対策・入力チェックが機能する
- ☐ 404 ページや公開不要ファイルを確認
- ☐ バックアップと復旧手順・担当者がある

検索・計測

- ☐ title・description・H1 が適切
- ☐ noindex 指定や robots の誤設定がない
- ☐ canonical・サイトマップを確認
- ☐ 旧 URL からの転送と内部リンクを確認
- ☐ アクセス計測と問い合わせ計測を確認

契約引ぎ

- ☐ ドメイン更新担当と期限を確認
- ☐ サーバー・外部サービスの契約名義を確認
- ☐ 管理者 ID と二要素認証を整理
- ☐ 更新手順・保守窓口・緊急連絡先を受領
- ☐ 公開前の最終承認者が確認し記録した

07 / CONTENT

成果につながるページ構成と導線

「とりあえず会社概要を載せる」だけでなく、閲覧者が知りたい順番で情報を配置します。

迷わせない基本のページ構成

ページ	主な役割	確認する導線
トップ	何をしている会社か・選ばれる理由を短時間で伝える	サービス・実績・問い合わせへ
サービス詳細	対象者、範囲、流れ、料金条件を明確にする	比較・見積もり相談へ
会社概要・強み	実在性、対応地域、代表者・体制を伝える	取引前の不安を減らす
実績・事例	どのような課題をどう解決したか説明する	関連サービスへ
FAQ・問い合わせ	よくある疑問を解消し、連絡手段を明示する	送信完了まで迷わない

検索にも AI にも理解されやすい情報整理

- ☐ サービス名や対象地域は本文に明記し、画像だけで伝えない
- ☐ 各ページに固有の見出しと具体的な説明を設ける
- ☐ 料金・条件・営業日など変わる情報は更新担当を決める
- ☐ 専門用語は説明し、FAQ は実際の相談内容から作る
- ☐ 公開後は検索流入と問い合わせを測り、改善する

AIO・LLMO で誤解しやすいこと

「AI 検索に必ず表示される」といった保証はできません。まず正確な会社情報、サービス内容、実績の根拠、読みやすい HTML を整えることが基本です。

08 / CONTRACT

契約利運用の見落としを防ぐ

公開してから「自社では更新できない」「契約先が分からない」とならないようにします。

契約前に確認したい 8 つの項目

- ☐ ドメインとサーバーの契約名義・更新責任者
- ☐ 写真・ロゴ・文章・ソースコードの利用権と納品範囲
- ☐ 修正回数、検収条件、追加費用の発生条件
- ☐ 制作途中で解約する場合の精算・引継ぎ方法
- ☐ 保守対象（更新、監視、障害、バックアップ、復元）
- ☐ 更新依頼の受付方法・対応時間・料金
- ☐ フォームと顧客情報の保存先・閲覧権限
- ☐ 外部サービス停止時の影響と代替手段

運用費に含まれるものを分ける

費用の種類	確認する内容
ドメイン	契約・更新費・移管可能性
サーバー・SSL	利用料・バックアップ・障害連絡
保守	更新作業とセキュリティ対応の境界
外部サービス	メール、予約、フォーム、分析等の従量課金

運用上のポイント

契約アカウントは会社が管理できる状態にし、二要素認証を設定。必要に応じてアクセシビリティ（文字・色・キーボード操作）とプライバシー対応も確認しましょう。

09 / COMPARISON

3社比較に使える評価シート

初期費用だけでなく「制作範囲」と「公開後3年間の総額」で比較します。

評価項目	配点	A社	B社	C社
目的の理解・課題整理	30	/30	/30	/30
構成とデザインの説明	25	/25	/25	/25
運用・保守・権利関係	20	/20	/20	/20
初期費用と運用費	15	/15	/15	/15
進行管理・納期	10	/10	/10	/10
合計	100	/100	/100	/100

条件を揃えて記入

比べる条件	A社	B社	C社
初期費用（税込／税別を明記）	____万円	____万円	____万円
月額費用	____円	____円	____円
3年間総費用（追加費を含む）	____万円	____万円	____万円
含まれるページ数・機能	_____	_____	_____
ソース・アカウント引継ぎ	可 / 不可	可 / 不可	可 / 不可

確認方法

同じ依頼資料とページ一覧を3社へ渡すと、価格差の理由を把握しやすくなります。金額の税区分や見積もり有効期限も揃えてください。

10 / REQUEST

そのまま使える見積依頼テンプレート

必要事項を埋めて複数社へ送ると、比較しやすい提案が集まります。

制作会社への依頼内容（ひな型）

- ☐ 会社名・担当者：_____
- ☐ 制作目的：新規問い合わせ／採用／会社案内／その他
- ☐ 対象：業種_____　地域_____　主な顧客_____
- ☐ 現在のサイト URL：_____
- ☐ 必要なページ・機能：_____
- ☐ 原稿・写真：自社用意／制作会社に依頼／相談
- ☐ 希望公開時期：_____　概算予算：_____
- ☐ 見積もり提出希望日：_____

見積書に明記してほしいこと

- ☐ ページ構成、実施工程、検収・修正の条件
- ☐ 制作物の納品形式、著作物の利用条件
- ☐ 公開作業、旧 URL 転送、フォーム、計測の対応
- ☐ 月額保守、追加修正、外部サービスの料金

公開日を決める前に

原稿確認・写真提供・社内承認に必要な時間も予定に含めましょう。確認担当が決まっていないと、制作期間が延びやすくなります。

11 / AFTER

公開後 90 日で差がつく運用

公開はスタート地点。数字を見ながら少しずつ改善することが長く役立つサイトにつながります。

期間	確認すること	次の一手
公開直後〜7 日	問い合わせ送受信、リンク、404、計測	不具合を優先修正
8〜30 日	流入、検索掲載、よく読まれるページ	見出し・案内文を改善
31〜60 日	主要ページからの問い合わせ導線	ボタン位置・FAQ を改善
61〜90 日	前サイトとの比較、問い合わせ品質	記事・事例・FAQ を追加

そのまま使える注メモ

- ☐ サイトの主目的：_____
- ☐ 優先する客層・地域：_____
- ☐ 必要ページ数・更新箇所：_____
- ☐ 予算上限（初期／月額）：_____
- ☐ 公開希望日・承認担当者：_____

つなぎ手の考え方

ホームページだけを売るのではなく、会社の業務や伝え方を整理し、「今より少し上の便利さを。」をつくることを目指します。

参考資料・出典

Web 幹事「コーポレートサイトの費用と料金相場」 https://web-kanji.com/posts/corporate-website-price

Web 幹事「ホームページリニューアルの費用相場」 https://web-kanji.com/posts/site-renewal-price

Google Search Central「Site Moves and Migrations」 https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-with-url-changes

発行：株式会社つなぎ手 | https://tsunagite.co.jp/ | 制作相談：サイト内「ホームページ・LP 制作」へ

※相場や事例は参考情報。実際の仕様・費用・成果は条件によって異なります。本資料は情報提供を目的とし、個別の仕様・法令・費用は確認が必要です。