



まず、Web制作の
Web制作フローについて確認
とは何か？ してみましょう。

Web制作に関わる人・組織

Web制作には非常にたくさんの人や組織が関わります。まず、組織から見てみると、

- ・Web制作会社 / 制作チーム
- ・クライアント
- ・広告代理店
- ・各種プロバイダ / ベンダ

などが挙げられます。

サイトの規模や目的に応じて、それぞれが複数の制作会社が関わったり、あるいはフリーランスの制作者が1人で担当する場合もあります。また、広告代理店を使わず、クライアントと制作会社とが直接コミュニケーションを取って作業する場合もあります。

Web制作のワークフロー

続いて、Web制作のワークフローについて見てみましょう。大まかな流れをフェーズご

とに分類しています。

戦略決定

まず一番重要なのが、戦略決定です。「企業として今後こういった方向を目指すのか?」「Webサイトを使って何をやるのか?」など、多角的に検討し、決定するフェーズです。通常Web制作においては、クライアント主導で動き出しますが、この段階から制作会社や広告代理店が関わる場合もあります。

調査・分析

戦略の方向性が決まった時点で、具体的な調査や分析を行います。クライアントだけに限らず、制作会社や広告代理店サイドなども担当することがあるフェーズです。その際、クライアントに対してさまざまなヒアリングを行います。「どういったターゲットを狙うのか」「どの分野・ジャンルで勝負するのか(セグメンテーション)」といった根本部分以外にも、異業種でのWebの展開なども調査し、その情報をこれから制作するサイトへ落とし込んでいきます。

また、大まかなリリース時期についても検討しておきます。その他、予算取りもこの段階までにFIXしておく必要があります。

ホスティングサービス活用ガイド

Web制作のスタイルを改善しよう [前編]

執筆：Web Site Expert編集部



ここ数年、Webサイトの多様化とともに、制作のワークスタイルも多様化・複雑化しています。本記事では、「ホスティングサービスの活用」をテーマに、ワークスタイルを改善しながら効率化し、品質の高いWebサイトを制作するためのノウハウについて紹介します。

前編では、まず、制作スタイルの現状と課題にフォーカスを当てます。

企画・コンセプトメイキング

戦略決定および調査・分析が進んだら、次はWebサイトの「企画・コンセプトメイキング」を行います。

このフェーズでは、前2つのフェーズよりも「Webサイト」という点にフォーカスして、「Webサイトを使ってどういうことをするか?」について考えます。インタラクティブツールとしてのWebサイト、マーケティングツールとしてのWebサイトなど、具体的なイメージ作りをしていきます。

また、Webサイトでしかできないこと、Webサイトだからできることもふまえて、逆にWebサイトではできない場合も考えながら進めます。

また、コンセプトに大きく影響するリリースのタイミングについても改めて確認します。どの時期にリリースするか、を決めておきます。加えて、予算に応じた実現度についても話し合う必要があるでしょう。

サイト設計

コンセプトが決まった段階で、サイト設計

を始めます。Webサイトの設計を考えつつ、サイト制作メンバーのアテンド、詳細なスケジュールリングなどもこの段階で行います。

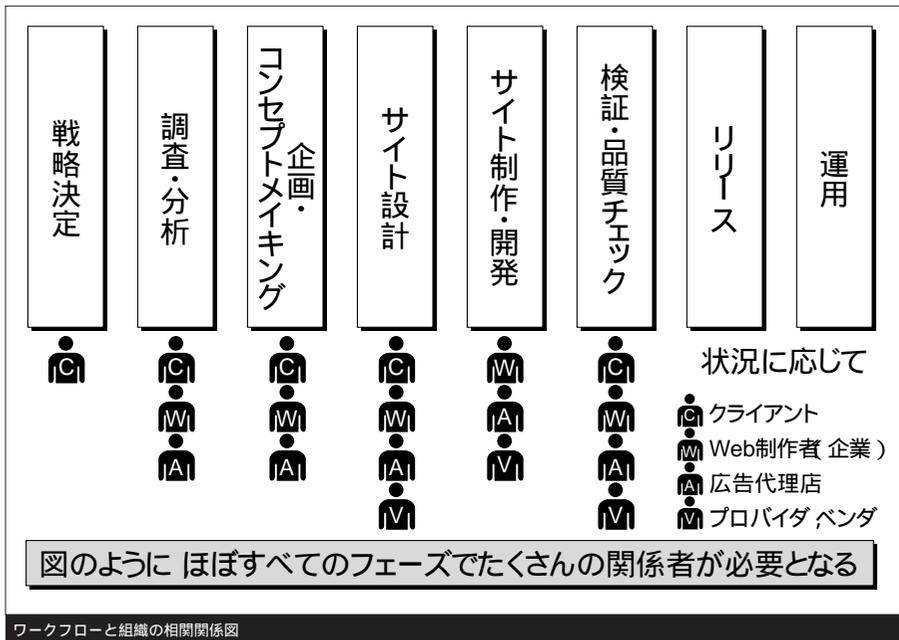
サイト設計図(プロトタイプ・ワイヤーフレームなど)、スケジュール表、チーム編成など、制作サイドの仕事がしっかりと見えてくるフェーズです。

ただ、制作サイドだけではなく、クライアントや広告代理店など、外部組織が関わるポイントについても明確にしておく必要があります。どこをチェックしてもらうか、関係者全員が同じ認識を持つ必要があります。この作業を怠ると、納期が遅れる、品質が下がるといった危険性があるので注意しましょう。

Webサイト制作・開発

サイト設計が終わったら、実際の制作作業に移ります。実制作は、UIデザイン、情報設計を含めたデザイナー、コーディングをはじめとしたマークアップエンジニア、Webアプリケーション開発者など、それぞれの担当が連携を取りながら行います。

次のフェーズで解説するように、最終的な





検証・品質チェックは行いますが、その前段として部分的な検証・品質チェックは、制作・開発段階でもこまめに行うことが重要です。そうすることで、軸がぶれずにプロジェクトが進みます。

検証・品質チェック

Webサイト制作・開発、すべてが完了したらいよいよリリースです。その前に行うのが、検証・品質チェックです。この段階で確認するものは、いわば最終版です。制作サイド、クライアント、広告代理店など、検証・品質チェックには関係者すべてが関わり、チェック漏れがないように心がけましょう。

関係者、とくにクライアントのOKが出れば、いよいよリリースです。

リリース

リリースは、あらかじめ設定していた日に合わせて行います。

最近の動向としてはベータオープンという形で、正式リリース日より前に、(アーリーアダプター・開発者向けなど)一部ユーザーに向けて公開する企業も増えてきています。

運用

リリース後、数日は想定どおりのWebサイト運用ができていのかどうか、Webサービスの提供が行えているかどうかを注意して見ます。加えて、リリース後からきちんとサイトの分析(アクセス解析)を行い、今後の展開の参考資料として、各種情報を蓄積していくことが重要です。

Webサイトは生き物であり、リリースがゴールではなく、スタートです。きちんと運用しながら、適宜改善を加えて、より良いWebサイトになるよう手を加えていきましょう。Webサイト改善の話題については、後編で紹介いたします。



以上、大まかに
Web制作に Webサイトの制作フ
おける課題 ローおよび関係者に
ついて見えました。

実際はすべてこのとおりに進むというわけではなく、問題が発生することがあり、それを

クリアしていく必要があります。

ここでは、フロー順に沿って、問題が発生しやすいポイントにフォーカスし、それを課題として改善するためのヒントを紹介します。

戦略決定～企画・コンセプトメイキング

このフェーズ内では、おもにクライアント内の意識統一、外部発注方法、予算取りといったことが問題になるようです。

クライアント内の意識統一に関しては、おもに指示を出す側あるいは決裁権のある側と、指示を受ける側あるいは企画を提案する側(現場)での意識差というのが起こりやすくなっています。

たとえば、トップダウンで「Web 2.0が流行っているからうちもWeb 2.0をやろう」という指示が出て、実際に制作したけどうまく回らなかった、なんていうこともよく耳にします。

この例では、「Web 2.0」いう表現が問題になりうるポイントです。つまり、指示を出す側(トップ)と実際に制作する側(現場)の間で、Web 2.0に対する認識がずれていたことが考えられます。ここでの認識がずれると、今後のフローすべてにおいて認識がずれてしまい、結果プロジェクトが失敗する可能性が大いにあります。

その他、このフェーズ内で起こりうる問題としては、外部発注方法と予算取りでしょう。これについても、きちんとクライアントの企業内でまとめておくべきです。逆に制作会社から見た場合は、受注した時点で、どこまで自分たちが受け持つのか、予算はいくらなのか、という点を明確にしておきます。

あたりまえのことですが、契約内容が明確になっていなかったために、トラブルが発生するケースがよく見られます。

サイト設計～検証・品質チェック

サイト設計

サイト設計時には、企画・コンセプトメイキングから生まれた仕様を元に、実際のサイトや機能へと落とし込みます。ここで、サイト設計時には、仕様に対して「予算」「スケ

ジュール」など、いくつかの制約が付け加えられます。これらとのバランスを考えながら、サイト設計を行う必要があります。

まず、予算に応じたチーム編成とスケジュールリングを決定します。状況に応じてはスクラッチでのサイト制作ではなく、既存製品やサービスの活用も1つの選択肢となります。

よく聞く例としては、「機能実装に力を入れすぎてしまって納期に間に合わなかった」あるいは「予算を意識しすぎてメンバーを減らしてしまい、危うくスケジュールに間に合わなくなりそうになった。しかし、納期を守るためにメンバーを増やした結果、結局予算がオーバーしてしまった」などです。

重要なのは、「制約（予算・スケジュール）内で実現できる最高品質を心がける」ということです。

サイト制作・開発

この段階で起こりうる問題は、意志の疎通、納期の遅れ、バックアップおよびメンテナンスに関するものです。

制作サイドは、それぞれの役割（デザイナ

ー、プログラマーなど）が自分たちの作業に専念します。最近では、デザインとロジックの分離という形で、なるべく各自の作業が、他の作業に影響を与えないようなワークスタイルが採用されますが、最終的にはどこかでマージが必要です。そのとき、いずれかの担当で納期が遅れると、周りへの影響が非常に大きくなります。

また、それぞれが他の役割を気にせず作業をしてしまうと、マージの段階でまったくぶれたものができあがっていた、などということも起こりかねません。つまり、役割同士での意志の疎通をきちんと行い、納期を厳守するというのが重要になります。

もう一つ、制作サイドだけではなく、クライアントや広告代理店などまで含めて意識しておきたいのが、バックアップの概念です。先ほどのマージ時に、新旧ファイルを勘違いして新しいファイルを消してしまったり、あるいは、古いファイルをチェックしようと思ったらすでに上書きされていた、といったことがあります。十分注意しましょう。





検証・品質チェック

検証や品質チェックを行うとき、ユーザの操作ミスによってファイルが消えてしまうことがあります。万が一、この段階でファイルが消された、間違っ上書きされた、などといったことが起きると、サイトリリースへ甚大な影響を与えます。とくに、クライアントや広告代理店は技術者ではないため、エンジニアと同じスキルを持っていることはほとんどありません。

なので、チェック担当者には閲覧権限のみを与えて、ファイルの操作権限は付与しない、というやり方の方が安全です。もちろん、先ほどと同じく万が一に備えて、バックアップはきちんと取っておきましょう。

リリース～運用

リリース～運用に関しては、その作業自体が大きな問題になることはありません。ただ、リリース直後、しばらくはサイトが安定して稼働するかどうか気に配っておきましょう。

また、運用が進んできた場合には、サイト

をもっと良くするにはどうすべきかを考えておく必要があります。いわゆるPDCA (Plan Do Check Action) サイクルの考え方で。これを実現するには、ある程度サイト設計時から意識しておくことが重要です。また、設計時には検討されていなかったとしても、その後の効果を上げていくためにも、早い段階から対策を練っておく必要があります。



以上、サイト制作の課題を解決するために取り上げました。課題をまとめると、

- ・メンバー間の意志の疎通
- ・予算と機能のバランス
- ・仕様および納期への対応
- ・操作性・メンテナンス

などが挙げられます。これらを解決する方法はいくつかありますが、その1つにホスティングサービス(レンタルサーバ)の活用があります。

ホスティングサービスのメリットは、

プレビューサイト



どうやって確認できるんだろう？

検証・チェックを行う際、あまり手間のかかる方法では関係者全員が確認できないことがある。加えて、場合によっては操作ミスによるファイル消去など、予想できないトラブルが発生する危険性がある。



- ・柔軟なサイト設計および運用の実現
- ・メンテナンス作業の軽減
- ・高い費用対効果（初期コストおよび運用コストの削減）

などがあります。とくに、ホスティングサービスの種類の中でもVPS（Virtual Private Server）は非常にお勧めです。

専用サーバに近い拡張性・柔軟性を持ち、共用サーバと同じメンテナンス性を合わせ持ちます。とくに、運用時には専任がないけれど、できる限り高機能なWebサイトを実現したい、という企業にとってはぴったりのサービスです。

技術的には、VPSは元々FreeBSDで構成されることが多く、少々敷居が高いイメージがありました。しかし、最近ではラビッドサイト（<http://www.rapidsite.jp/>）で、LinuxによるVPSの提供が始まり、技術的敷居が下がり、導入しやすくなっています。



まとめ

今回は、ホスティングサービスの中でも、とくにVPS（Virtual Private Server）を活用したケーススタディとともに、今回解説した制作スタイルの改善を実現するTipsを紹介します。

RV-7シリーズ

<http://www.rapidsite.jp/product/vps/rv7/>

基本仕様

月額料金	1万3,650円～
ディスク容量	最大40Gバイト
IPアドレス追加	最大20個
メール数	無制限
OS	Red Hat Enterprise (RHEL 4)
CPU	Intel Xeon 2.8GHz x 2 (Dual) 共有
メモリ	8Gバイト共有

問い合わせ先 ラビッドサイト

TEL 03-6415-6226

問い合わせフォーム <https://www.rapidsite.jp/form/contact/info/>

