

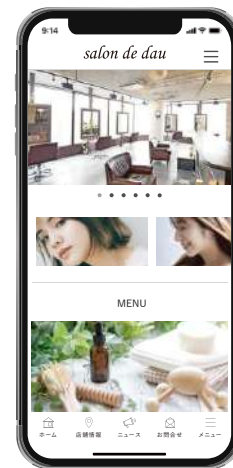
制作事例集

 docodoor

 applimo

アプリ制作事例

App Works



かつぼ屋アプリ / かつぼ屋 店長 山崎 晃史 様



かつぼ屋のリピーター、
“ファン”を増やすために。

店 長 / 山崎 晃史 様

—— 現在の業務と、アプリを制作しようと思ったきっかけを教えてください。

かつぼ屋は、新潟県三条市の一ノ木戸商店街に店を構える創業 120 年以上の和菓子屋です。「四季を感じる美味しいお菓子で、皆様の生活のひと時の中に笑みをおとけしたい」という想いで、厳選した最高級の原材料を使い、代々続くこだわりの製法で主菓子を中心に、焼菓子和洋菓子の製造にも力を入れております。

しかしながら和菓子は敷居が高い、注文方法が分からないなど様々なお声をいただくことがあり、お客様により分か

りやすく和菓子の魅力を伝えられたらと思い、まずドコデアに Web サイトを制作を依頼。Web サイトによって、お菓子作りのこだわりをお客様に伝えることができ、新規のお客様からの問い合わせやご注文・ご来店が増えたことを実感したところで、せっかくの**新規顧客をリピーター化**、かつぼ屋の「ファンになってもらう」ためにはどうしたら良いのだろうという課題に直面しました。そこでドコデアに相談し、提案されたのが「アプリ制作」でした。

—— 実際に制作された印象はいかがでしたか。

Web サイトのデザインはお客様からの評判とても良く私も気に入っていたので、そのデザインを踏襲し、リピーターを増やすための機能を盛り込んだアプリにしようということになりました。

私も実際にお品書きコンテンツの商品投稿などを行いました。が、**ブログを投稿するような感覚**で簡単にアプリが出来ていき驚きました。マニュアルもいただけたので困ることもなかったです。

Web サイト制作時から引き続き、スムーズに進行管理してもらい良いものができたのでとても満足しています。



担当ディレクター 熊倉が解説 ♪

リピーターを 生み出す 「クーポン」と 「スタンプ」機能



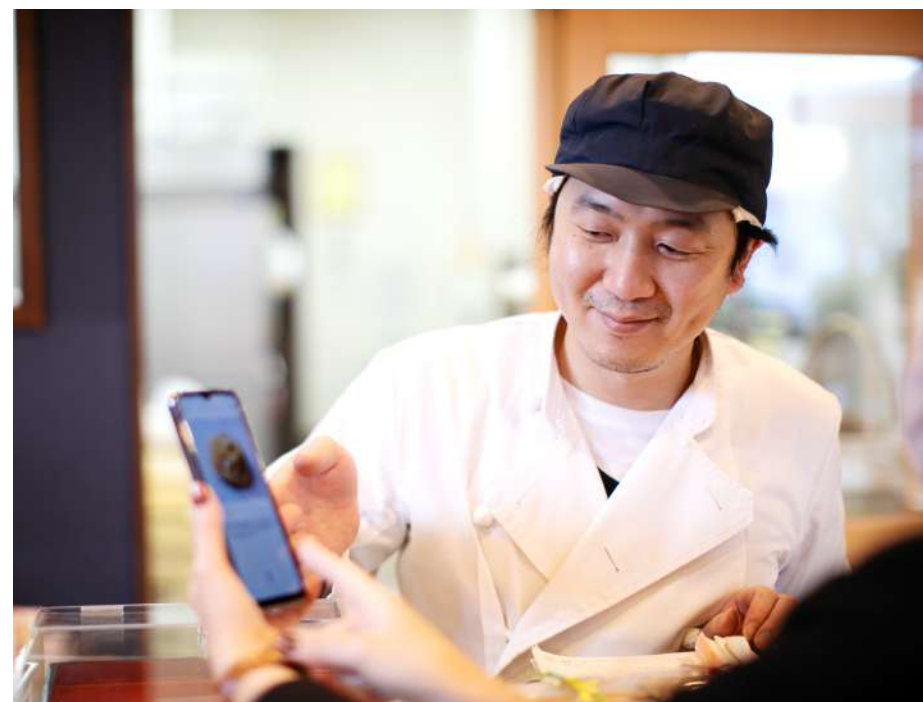
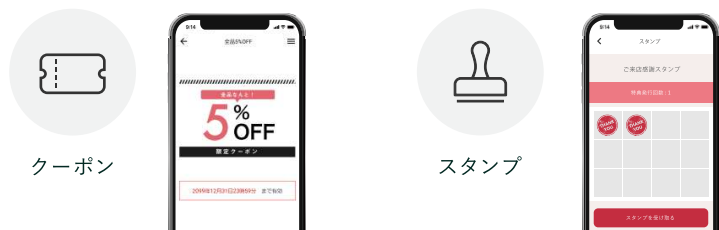
美味しそうな和菓子のメインビジュアルが目を惹くかつぼ屋アプリ。アプリ内で知りたい情報が完結できるよう、取り扱い商品や店舗案内などの基本情報を網羅し、さらにリピート率を高める施策として「クーポン」と「スタンプ」機能をナビゲーションに設置しました。

「クーポン」は複数個設定でき、スタンダードな割引クーポンの他に“誕生日限定クーポン”や“新商品お試しクーポン”など、様々な PR や施策に活用いただくことが可能です。
「スタンプ」は、来店回数が一定数に達すると割引特典が付与される機能。紙のスタンプカードは人によっては管理が面倒であったりお財布を圧迫してしまう存在ですが、アプリではその懸念が不要なものお客様にすすめしやすい点のひとつです。

—— アプリ制作後の活用方法や、変化・改善した点があれば教えてください。

ダウンロードするだけで5%引きとなるクーポンは、かつぼ屋の元々のメイン顧客層である20代～40代の女性に特に喜ばれることが多いので、相性が良かったと思います。アプリストアからすぐにダウンロードできるので、店頭でご案内してダウンロードいただくことが多いです。クーポンで安くなるならもうひとつ、と、**単価アップに繋がるケース**もあり、とても嬉しいですね。

またこれまではコストや手間などの懸念がありスタンプカードを導入していませんでしたが、アプリのスタンプ機能が**リピーターの増加**に繋がっているのも、この形で導入して良かったと思っています。



これまでは、リピーター獲得のための施策をどうすれば良いか悩んでいました。情報紙への掲載なども良いですが、時間や手間がかかるので、すぐに打ち出したい時や季節物の商品などには適さない場合があります。一方アプリでは、思いついた時にいつでもお客様へかつぼ屋の情報をお届けすることができます。

リピーター獲得にはいかにお店を思い出してもらえるかが重要です。アプリでお誕生日通知や、新商品情報、臨時営業のお知らせなど、お客様の毎日の生活の中にお店の存在を意識してもらえるような**積極的で能動的な情報発信**が可能になったことで、様々なリピーター獲得の施策を手軽に実施できるので、非常にありがたいです。

—— 最後に、全体のご感想と今後の展望を教えてください。

初めにアプリ制作の提案をもらった時は正直、専用アプリ開発なんてコストも時間もかなりかかるのではないかと半信半疑でした。ですが実際は、プラン制の**明朗会計で低コスト**でし、制作期間も短かくスピーディで、アプリに対する印象がかなり変わりました。

お客様のスマートフォンにアプリが入っていることで、ふとアイコンを見た時や、通知が来た時にかつぼ屋とその味を思い出してもらえると考えるととても嬉しいです。今後もPOP掲示やご案内を積極的に行いダウンロード数を増やし、より多くのお客様に菓子を通じて笑みをお届けしたいです。



アプリダウンロードをご案内するカードやPOP、ランディングページもドコドアで制作。



こだわりの技法で造られたお菓子の魅力を伝えるコンテンツの他、店頭集客・リピーター獲得施策として使えるクーポンやスタンプ機能を設定。お品書きやお知らせなどの投稿は管理画面から簡単に行えます。

主な実装機能

プッシュ通知	予約機能	会員機能	スタンプ
--------	------	------	------

ユーザーの悩みに寄り添った会員専用アプリで顧客満足度向上！



ココケア・ねっとわーく・アプリ / 一般社団法人心のメンテナンス協会様

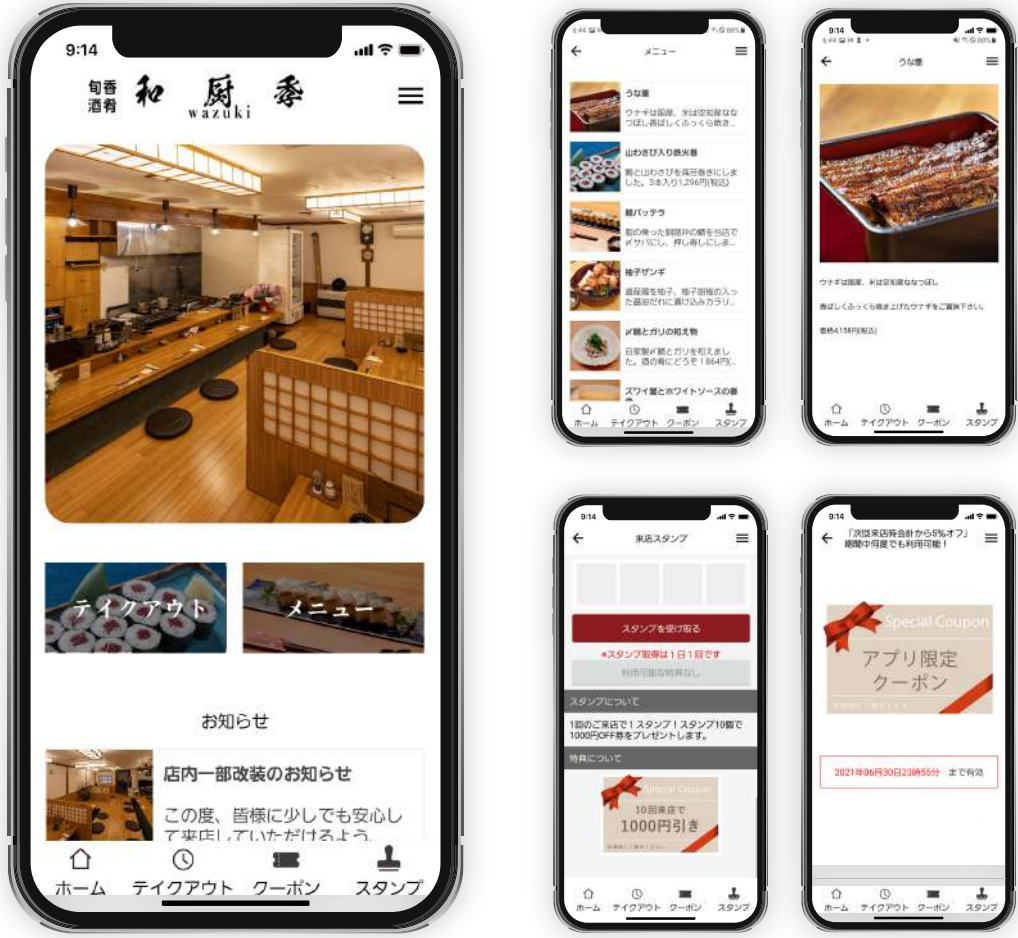
制作アプローチ

メンタル面のお悩み解消法を解決するアプリということで、オリジナルのメンタルヘルス動画が簡単に視聴できるメニューや、手軽にカウンセラーにオンラインカウンセリングを依頼できる申し込みフォームなどをご用意しました。「ユーザーの悩みや不安に寄り添い、少しでも早く解消するサポートができれば」というクライアントの想いをコンテンツで実現しています。

主な実装機能

プッシュ通知	予 約	会員機能	動 画	お問い合わせ
--------	-----	------	-----	--------

アプリ専用クーポンや来店スタンプ機能で集客数アップに成功！



和厨季 / 株式会社インターブレイン様

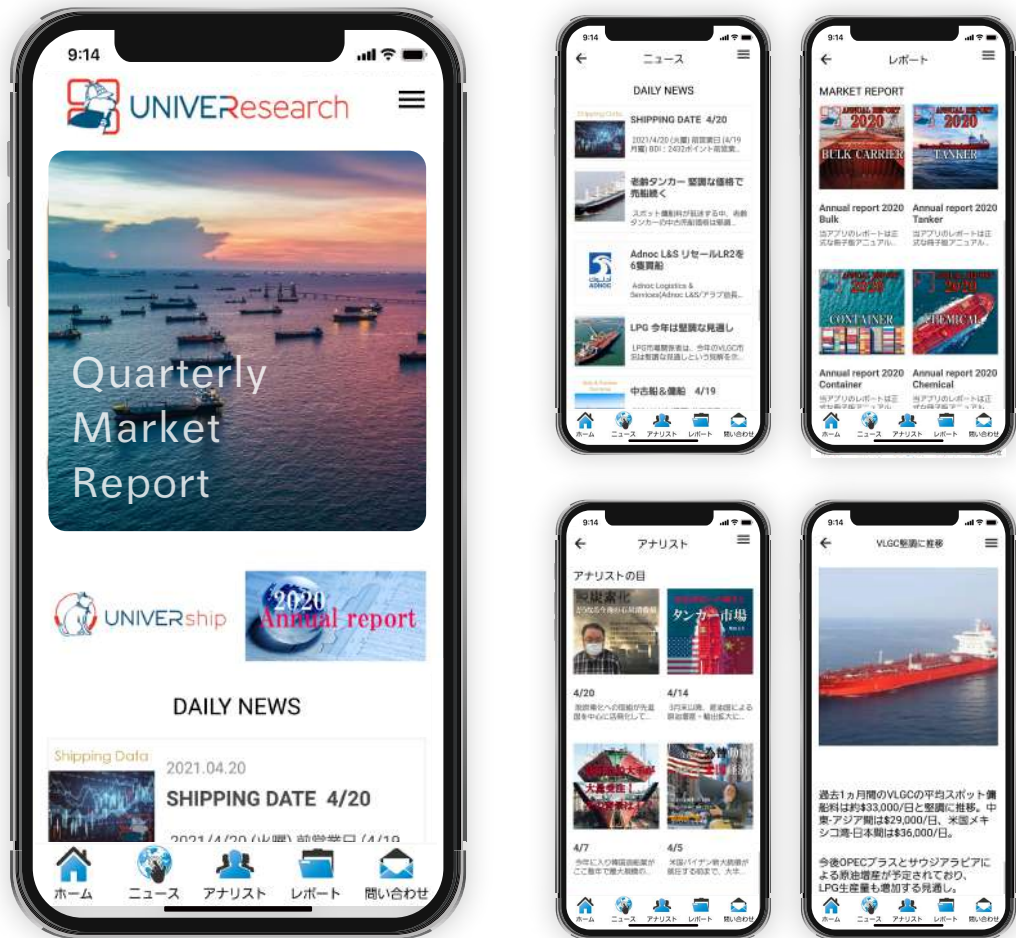
制作アプローチ

店頭集客、リピーターの確保を図るアプリとして、限定クーポンや来店スタンプ機能を実装いたしました。メニュー紹介や店舗情報などの基本情報はもちろん、昨今の情勢を鑑みてテイクアウトメニューを設置する提案を行っています。プッシュ通知でキャンペーンや割引情報をリアルタイム配信し集客数のアップを実現、また来店スタンプ機能で常連客の囲い込みだけでなく新規顧客のファン化・リピーター確保を実現しました。

主な実装機能

プッシュ通知	クーポン	スタンプ	お問い合わせ
--------	------	------	--------

スマートに最新情報を配信しマーケットの活性化に一役！



UNIVERResearch / 株式会社ユニバーシップ様

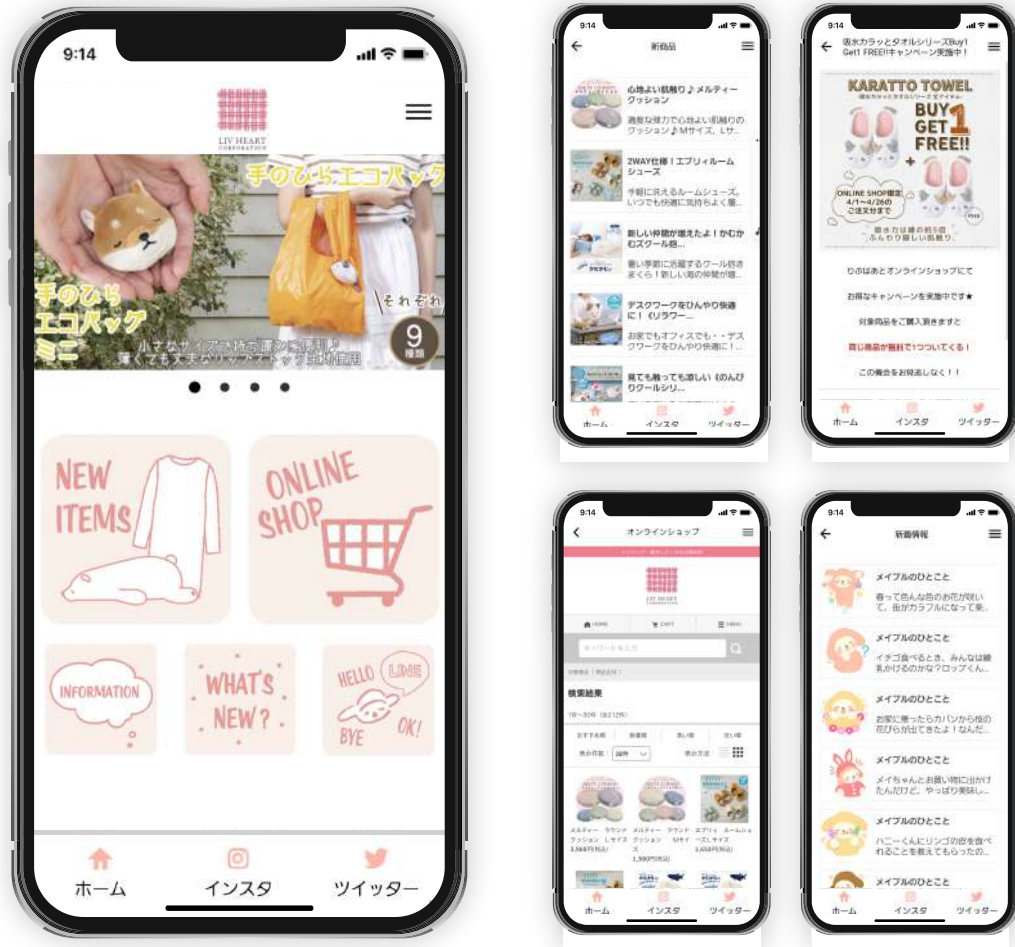
制作アプローチ

海運に携わる方々に向けた情報配信アプリサービスです。ボラティリティ（価格の変動率）が激しく、常に変化する開運マーケット情報を端的にユーザーに届けられるよう「デイリーニュース」「アナリスト」「レポート」のメニューをご提案。各メニューにカテゴライズすることで、情報の煩雑化を避け、わかりやすくしています。またお客様自身が管理画面から情報発信を簡単に行えますので、いち早く最新情報を届けることが可能です。

主な実装機能

プッシュ通知	ニュース	ブログ	お問い合わせ
--------	------	-----	--------

商品購入を手軽に行えるオンラインショッピングアプリで売上アップに成功！



りぶはあと（livheart cop.） / 株式会社りぶはあと様

制作アプローチ

オリジナルのオンラインショッピングアプリ。EC サイトへの導線ボタンをホーム画面に大きく設置することで、ユーザーは手軽に WEB 上で商品を購入できます。最新情報やキャラクターのブログ更新なども管理画面から簡単に行えるので、リピーターの満足度を高めると共に、ブランドのファン増加を図れます。また可愛らしい商品写真を効果的に訴求できるよう、SNS 導線もメニューに設ける提案をさせていただきました。

主な実装機能

プッシュ通知	ニュース	ブログ	SNS 連携
--------	------	-----	--------

Web サイト制作事例

Web Works



モンゴル貿易開発銀行 / モンゴル貿易開発銀行東京駐在員事務所 所長 内田 肇 様



ただでモンゴルを感じる、
モンゴルファンになるようなサイトに。

所 長 / 内 田 肇 様

—— 現在の業務と、Webサイトを制作しようと思ったきっかけを教えてください。

我々モンゴル貿易開発銀行は、発展途上国である「モンゴル」という国の銀行の日本の駐日拠点という珍しい存在。いわゆる外国銀行の日本支店とは異なり、銀行業務は行わず駐在員事務所機能にとどめ、日本の金融情報を集めてモンゴルへ発信したり、モンゴルの経済事情を日本の投資家の方へ発信することが主なミッションです。

日本とモンゴルの間の商流を活性化し、両国間の関係強化、官民連携を通じた民間 × 民間ベースの商業取引の活性化・活性化を行うことが我々の大きな使命であります。

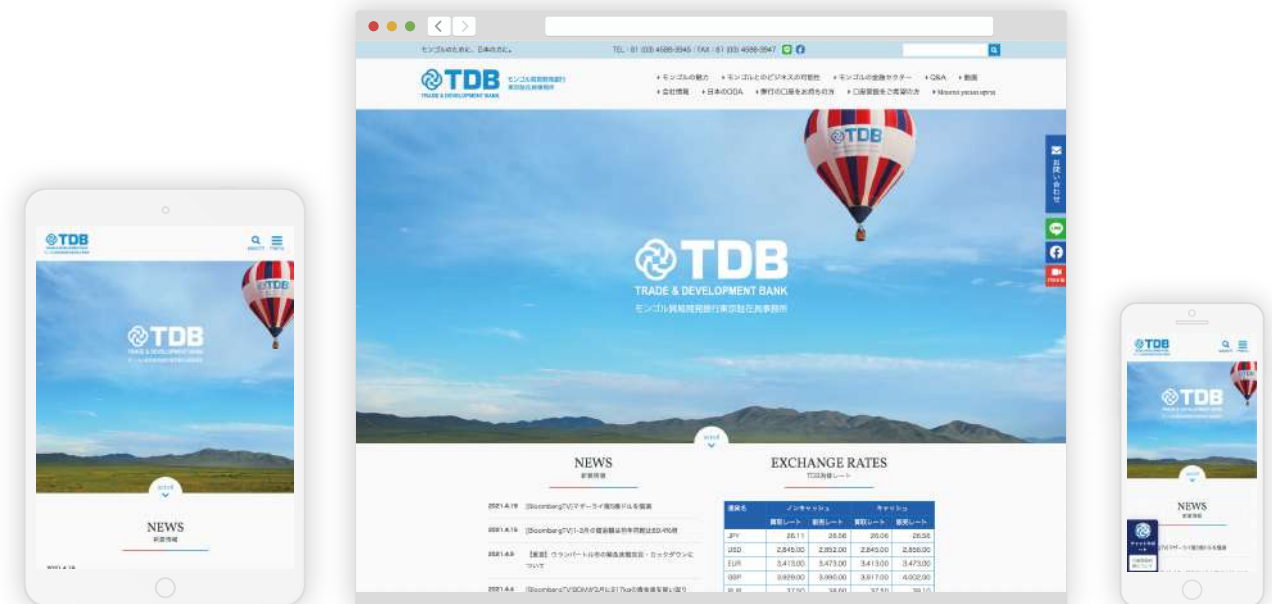
しかしながらモンゴルは他の新興国に比べ知名度も低く、集客方法や認知拡大という点に大きな悩みを抱えていました。駐在員事務所は金融庁からの免許の上でいわゆる「営業行為」ができません。それはまるで広大な砂漠の中にポツンと店を開いたような状況でした。そこで、ネットの力・バーチャルな世界を活用する事により距離感を払拭し、**営業マンの代わりにモンゴルの情報をいつでもどなたにでも 24 時間 7 日間提供**できるのではないかという考えに至り、Webサイトの立ち上げを行うことにしました。

—— どのような Web サイトを目指していましたか。

経営の三要素は「ヒト、モノ、カネ」と言いますが、私は四つ目に「情報」があると思っています。時空を超えた、情報発信が可能なバーチャルの世界で「場」を作る、「場の共有を行う」ということが非常に重要だろうと考え、ネット上に**モンゴルの魅力を余すことなく発信できる Web サイト**を作ろうというのが私の戦略でありました。

実際に制作を進めるにあたり目指したのは、邦銀各行のようなデザインではない「銀行らしくない」Web サイトです。言うなれば、旅行代理店のような行ってみたくと思わせる魅力のあるデザイン。モンゴルで商売をしたいと思わせるにはまず、モンゴルのファンになってもらわなければなりません。その想いを実現できる Web 制作会社を探しました。

モンゴルに行ってみたくなるような Web サイトに



こだわりのメインビジュアルは、内田所長が実際にモンゴルで飛行させた気球の写真を使用。

—— ドコドアを選んでいただいた理由と、製作中に良かった点があれば教えてください。

日本におけるモンゴルの知名度は低く、しかもモンゴルの銀行は少し怪しいのではないかと思われた事もありました。そこで必要となったのは「**信頼感**」。信頼感のある Web サイトを制作するのであれば、当然制作会社も信頼できるところでないとという想いがあり、何社か検討しましたが、実際に会ったドコドアの担当者は人柄が良く、契約後も早いレスポンスでスムーズに進めてくれました。

デザインについても美術系大学出身者が多いということでセンスが光っていました。ボタンの付け方、並べ方など特にフレームワークのセンスが良く満足しています。

制作中、デザインを詰める際のテレビ会議を何度か行いました。言葉で伝えるだけでは曖昧な場合がありますが、しっかりと**ビジュアルで共有**してくれた点も希望が具体的に伝わったと確信でき、安心して任せられた要因の一つです。



—— できあがったものはいかがでしたか。

出来上がったデザインを見て率直に、希望通りの「銀行らしくない」Webサイトになったなと感じました。ある意味、当事務所は時に旅行代理店でもあれば時に情報会社、はたまた経営コンサルティングカンパニーでもあります。そのような駐在員事務所の我々にとって、**銀行らしくない良い「サプライズ感」**が出せたと感じています。月並みなものを出しても人の心には残りません。「サプライズ感」があることにより、人の記憶に残ります。そういった意味で、「銀行らしくない」Webサイトを作成いただけて非常に良かったと満足しています。

形のないサービスをデザインとして再現

駐在員事務所のミッションは「情報発信」であります。信用ある見やすい情報発信を行うことが重要な課題でありましたが、日本人受けする、見やすく丁寧で好印象な、信頼感のあるWebサイトに仕上がったことで、Webサイトを見てモンゴルへの投資に興味を持っていただいたり、お問い合わせをいただくことが増えました。**情報や知識など、形のないサービスを売っていることに関して、その形のないもののイメージや雰囲気をデザインで再現**してもらえたことに、とても感謝しています。

—— Webサイト制作後、
どのように活用していますか。

Webサイト制作後は、お客様と我々との**双方向でのコミュニケーションツール**として活用しています。

これまでは営業ができない業態であるので、自発的なお客様からのお問い合わせを待つばかりでありましたが、こうして問い合わせのしやすいWebサイトができたこと、LINE や Facebook などとの連携や、チャットボットの設置などを行ったことにより、お客様とのコミュニケーション手段が格段に増え、**情報発信のミッションを達成・遂行**できています。また管理システムもわかりやすく、更新がしやすくなりました。

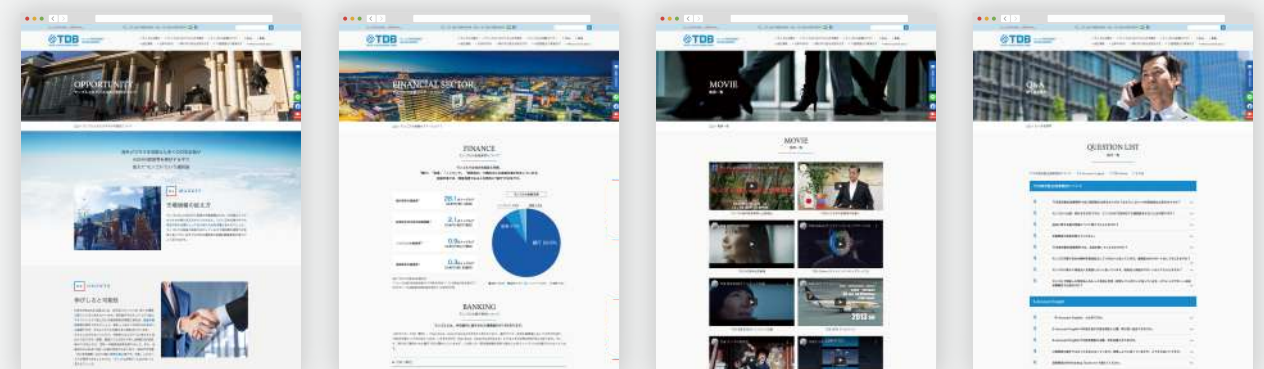


—— 最後に、Webサイトを活かした
今後の展望を教えてください。

現在はWebサイトをプラットフォームに情報発信・収集のツールとして活用していますが、今後はPCサイトをコアに、モバイル・スマートフォンへの移行はもちろんのこと、ドコドアと連携しゲーム・VR・アプリなど**新しいツールとの親和性も追求**していきたいです。

またウランバートル本部にもWebサイトがあるので、ドコドアにはサステナブルで地球環境に優しくといったような、新しい時流に乗ったマーケティング観点の情報提供を新潟から世界へ発信していってもらいたいですね。

「モンゴルの情報を日々発信していきたい」という想いを実現したコンテンツ



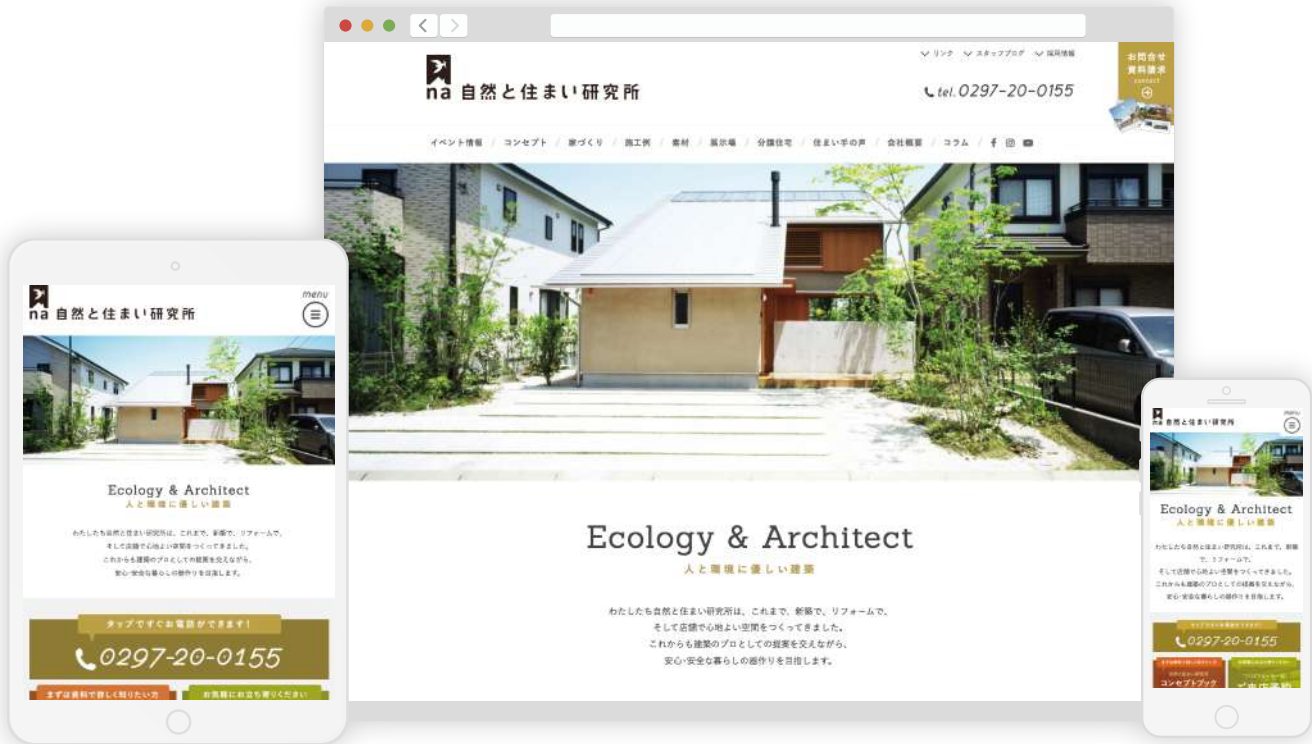
モンゴルの雄大な自然を感じると共に、資源が豊富で急速な経済成長がみこめるという「未来の可能性」を表現したデザイン。システム設計の際には、為替のスク립ト入力やコンテンツ更新の際に担当者の方の負担がなるべく少なくなるよう配慮。更新プランにもご加入いただき、チャットボットなど新しい機能の追加や検証・改良を日々重ねています。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化
-----------	-------	------

ホームページリニューアル後、問い合わせが約2倍に！

自然と住まい研究所様は、茨城県にオフィスを構え、人と環境に優しい建築を提案する新進気鋭の建築事務所。もともとサイトのコンテンツはしっかりと作り込まれていましたが、内部対策が不十分でGoogleからの評価が得られていませんでした。リニューアル後は検索順位が上がったことで新規ユーザーが増え、お問い合わせ数も倍増しました。



優良コンテンツを際立たせるデザインへ！

コンテンツで表現している「自然と住まうことの美しさ」を最大限に発揮するため、トップページではバララックスを採用しました。スクロールとともにコンテンツが浮かび上がり、理解度が高まる効果があります。一方、下層ページではエンドユーザーのユーザビリティや可読性を重視した配色や導線で、各コンテンツで差別化を図っています。



自然と住まい研究所 / 自然と住まい研究所 様

制作前の課題・問題点

ホームページ制作ソフトを使って制作したリニューアル前のサイトは、W3Cに準拠していなかったため、Googleからの評価を得られていませんでした。またサイトの評価を高めるためにはコンテンツの追加・更新が不可欠ですが、前担当者が離職してからはそれもできず。既にあったコンテンツが優良だったため、コンバージョン率は既に良かったものの、その母数となるべき集客ができていない状態でした。そのためリニューアルではまず「集客できるサイト」を目指しました。アプローチはデザインとユーザビリティの向上に特化。検索エンジンがページ全体の内容をすばやく正確に解読できる美しいソースを記述することで、検索上位に表示させ見込み客を集め、コンテンツを活かすデザインでサイトユーザーを確実にお問い合わせに導くという成約フローを生み出すことを、リニューアルのゴールに設定しました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	検索システム
-----------	-------	------	--------

制作アプローチ

デザインはサービスの理解度を深めてもらうため、内容をより正確に伝えるために、無駄な配色や凝ったアイコンなどをあえて削除。コンテンツを際立たせることに成功している一方、トレンドであるリッチな表現を用いることで、美と自然環境への意識を持ち、確度の高い見込み客にもアピールできるテイストに上げています。構築面においては、検索エンジンが内容を把握しやすく、重要なポイントをアピールでき、正しくリンクを辿ってくれる、整理された美しいソースを記述。結果的に検索エンジンの巡回頻度が上がり、検索結果へのindex、更新反映も早くなりました。これにより検索順位もぐんと上がり、UUは急増、CVは約2倍に。また4つのコンテンツをクライアントサイドで簡単に更新可能なことから、今後は更新の頻度や内容によってはサイトの価値と効果がますます高まっていく、将来性のある構造になっています。



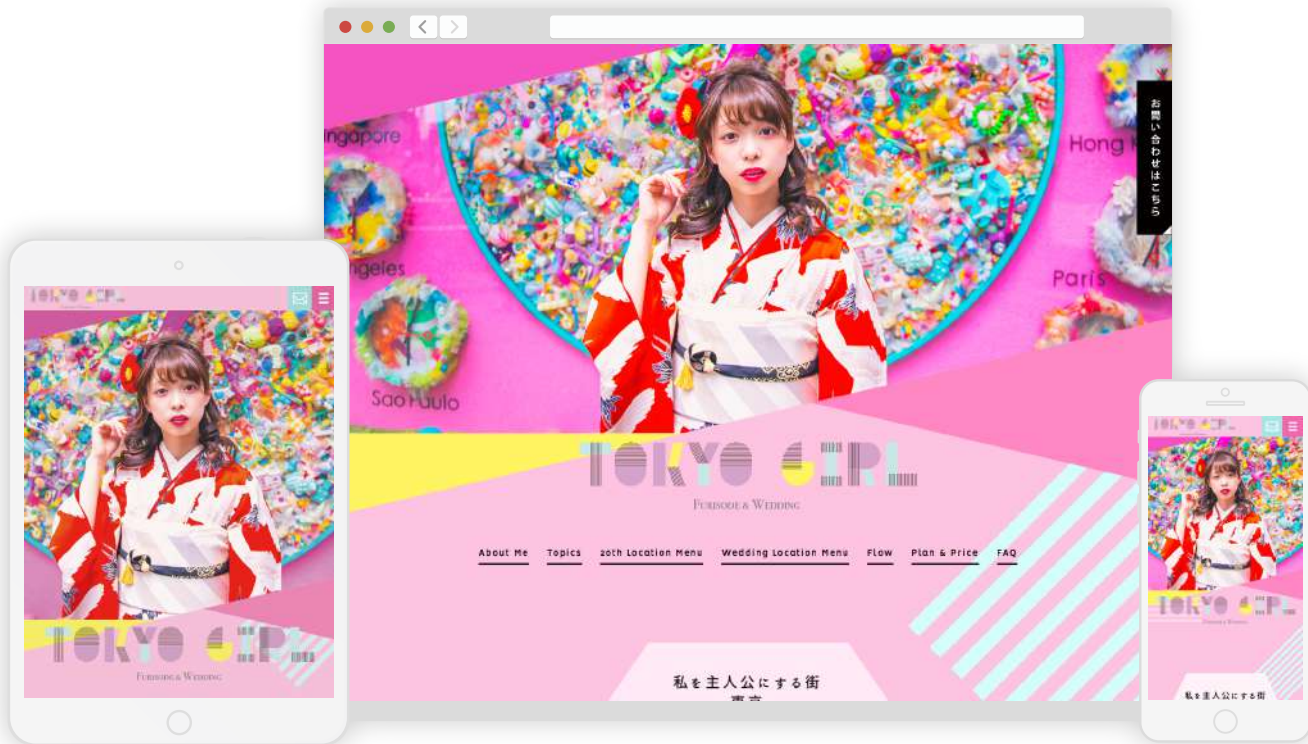
イメージアップ

アクセスアップ

コンバージョンアップ

緻密な価値観分析とマーケティングで、ターゲット集客に成功！

撮影スタジオが掲げる新コンセプトのブランドサイト。ウェディングや20歳の記念をスタジオだけでなく、原宿をベースとした街の中でも撮影をしていく新しいスタイルを実施。若い女性をターゲットにしているため、原宿系のコンセプトでパステルカラーを活用し、エンドユーザーに撮影のイメージが伝わりやすいレイアウトで制作しました。



TOKYO GIRL / 早川写真館 様

制作前の課題・問題点

静岡でスタジオ撮影の実績がある同社でしたが、今回は既存のスタジオとは別のコンセプトで立ち上げを図ったため、ブランディングと認知度アップが課題になりました。綿密なターゲット分析を行い、ターゲットの持つ欲求解決までのストーリーを構築。「写真を撮りたい」ではなく「みんなが羨む主人公になりたい」という欲求に対し、競合に比べどのように期待に応え、どのようなベネフィットをもたらすかを明確化することに徹底しました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化
-----------	-------	------

制作アプローチ

同年代が羨むフォトジェニックなシチュエーション、テイストを追求し、原宿系ファッションをデザインのコンセプトに。幾何学模様を散りばめ、配色やフォントにポップなイメージを取り入れました。撮影して終わりではなく、その後の「発信」も考慮した設計です。またターゲット層の閲覧環境が多岐に渡ることが想定できたため、フレキシブルレイアウトを採用することで、どのデバイス・環境でもコンテンツの魅力を損なうことなく表示されるように構築しています。



イメージアップ

コンバージョンアップ

Web サイトから見込み客を獲得、コンテンツでリーチ拡大！

名水があり日本酒には最適な土地である上越・柿崎に構える酒蔵。「柿崎の土地でできたお酒」をコンセプトに制作しました。また新たに地域での取り組みなども行っているため、より身近に感じてもらえるようなサイトを提案しました。クライアントの持つ伝統と地域性を活かすことで、商品の魅力を伝えると共に見込み顧客の獲得を目的としています。



頸城酒造 / 頸城酒造株式会社 様

制作前の課題・問題点

商品イメージアップへの取り組みの一つとして Web サイトのリニューアルに着手していた同社でしたが、リニューアル途中に前制作会社との間で制作が頓挫。そのため全ページの再構築をスピーディに行う必要がありました。中でも既存の商品ページは、サイトの主力ページでありながら商品を羅列しただけの役割に留まっていたため、リニューアルを機に商品を「魅せる」ページへの転換を提案しました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化
-----------	-------	------

制作アプローチ

デザイン面では、誰にでも、見るだけでダイレクトに伝わる手法を検討した結果、商品や酒造りの特徴、雰囲気ビジュアルで魅せることに特化。写真の選定から加工、配置、またそれを際立たせる配色や装飾に至るまで、すべてのバランスを調和させています。またおすすめの飲み方や合わせ方といった、ユーザーが知りたい情報を発信する、見込み客にリーチするコンテンツを設定しているところもポイントです。構築面ではデザインのアイキャッチとなる縦書きの文章を、どのブラウザでも正常に表示できるように慎重に調整を重ねています。



イメージアップ

アクセスアップ

コンバージョンアップ

更新を簡単に

積極的な情報更新ができるようになり SEO 効果が格段アップ！

新潟県長岡市で貸し切り型のプライベートガーデンウェディングを提供する La partir（ラ パルティール）様のコーポレートサイトです。森の中の隠れ家を思わせフォトジェニックな空気が漂う県内カップルに人気の結婚式場を、魅力的且つ SEO 効果も期待できるように構築させていただきました。



La Partir（ラ パルティール） / 株式会社アスティア 様

制作前の課題・問題点

Web マーケティングを利用した経営をされていましたが、広告からの直帰率が高く狙った成果が出せていないという状況と、パソコンとスマートフォンでそれぞれサイトを管理しており 2 倍の工数がかかっていたことが問題でした。また様々な情報発信をすべて外部サイト・サービスで行っていたため、自社サイトのドメインに良い影響が出にくい状態になっていました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	予約システム	カレンダー機能
-----------	-------	------	--------	---------

制作アプローチ

直帰率の改善策として、トップページ右上に常にコンバージョンとなる来館予約とフェア予約のリンクを固定し、ユーザーがストレスなく遷移できるような導線を設けました。またレスポンシブウェブデザインを利用した構築で、パソコンとスマートフォンに分かれていたサイトを一元化。積極的な情報発信も WordPress の管理ページからお客様自身で簡単に行えるようになり、SEO への効果も期待できるようになりました。



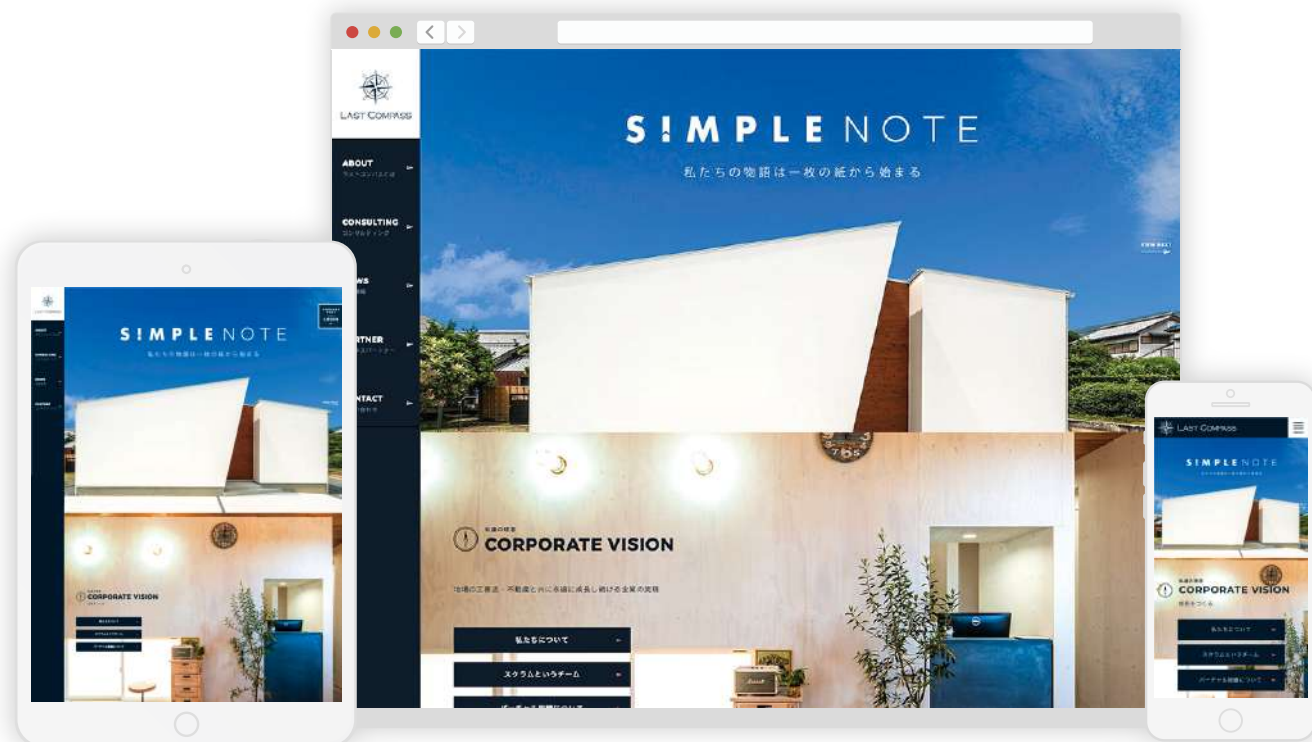
コンバージョンアップ

更新を簡単に

イメージアップ

新規サイトながら、公開後 5 ヶ月でユーザー数が目標の 2 増に到達！

徳島県にある住宅会社さんとパートナーを組み、住宅会社様の建築コンセプトから採用まで幅広いコンサルティングを行う Last Compass 様。ドコドアでは同業との違いを訴求し、会社としての強みを PR するコーポレートサイトを制作させていただきました。ホームページ公開直後からユーザー数が増加し続け、コンバージョンアップに成功しています。



Last Compass / 株式会社Last Compass 様

制作前の課題・問題点

新規事業展開で自社サイトがない状態だったため、Web サイト立ち上げの際には SWOT 分析を徹底的に行いました。その結果導き出された同社サービスの強みは設計と経営の一体化、弱みは既存のイメージと現サービス導入後のギャップであり、それを把握した上でさらにクロス SWOT 分析を実施。中でも「強み×機会」を重視しつつ、市場シェアを拡大することを最優先にした戦略を Web サイトで実行することにしました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	アニメーション	会員システム
-----------	-------	------	---------	--------

制作アプローチ

メインナビゲーションを左に固定したトレンド感のあるデザインや、紙芝居のように一画面ごとにページ切り替えを行う「ワンペーjspスクロール」のjqueryを採用した理由は、同社の強みである既存の枠にとらわれない姿勢を表現するため。また弱みであるギャップの発生を防ぐために、コンテンツは事例やビフォーアフター、図を用いた明確な内容にカスタマイズしています。同社の特徴を明確に捉えながら、それを増幅・補足する効果的な表現を行いました。



イメージアップ

アクセスアップ

更新を簡単に

ユーザビリティのアップ

特設サイトオープンで、商品の認知度向上に一役！

難しい・分かりにくいというイメージが先行しがちな相続税について、楽しく触れる・理解を深めてもらうことを目的に制作された相続かるた。全国展開されている大手、辻・本郷税理士法人様の「かるたを通して相続税をもっと身近に感じてもらいたい」という思いが形になったものです。このかるた自体の認知度を高めることを目的に、特設サイトの制作をいたしました。



相続かるた / 辻・本郷税理士法人 様

制作前の課題・問題点

相続税を身近に感じてもらいたいというコンセプトや、分かりやすいイラストとともに今から準備できることや実際に相続が発生してから重要なポイントが網羅された内容など、相続かるたというサービス自体は秀逸という一方、かるたそのものの認知度が低いという問題を抱えていました。特設サイトではその魅力を最大限に伝えて認知度向上を図るため、UI と UX の両面からアプローチを試みました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化
-----------	-------	------

制作アプローチ

イラストの持つフランクな印象はそのままに、和のテイストを加えてシンプルながらもかるたの魅力を引き立てるデザインに。また Web ならではの表現として、ホバーすると反転するかるたらしい動きを取り入れて裏表を閲覧できるようにし、ユーザビリティはもちろん、1枚見たら他の札も次々と見たくくなるような、楽しさや遊び心といったエッセンスをプラスしています。また認知度向上という目的のために、かるたはすべてダウンロード可能にした点もポイントです。



コンバージョンアップ

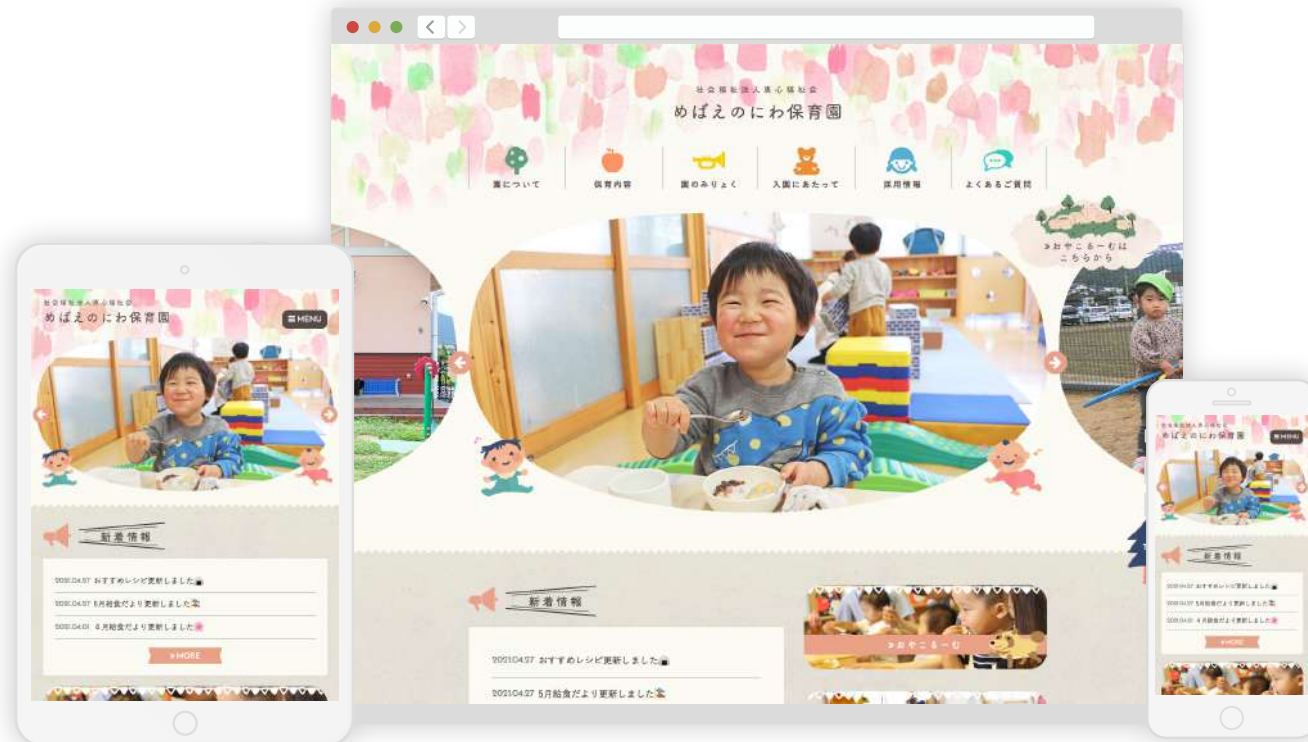
更新を簡単に

ユーザビリティのアップ

問い合わせ増加

リニューアルから3ヶ月で新規ユーザー30%増！

兵庫県朝来市に2つの保育園を運営する恵心福祉会様。園児一人一人の生活リズム、ペースに合わせ、心と感性を育む保育を行っています。2つの保育園と法人の3サイトを同一ドメイン内に作成し、それぞれの経営理念やポリシー、取り組みなどをPR。保護者と子どもが一緒に見ることを想定して提案したデザインの効果で、新規ユーザーが急増しています。



恵心福祉会（めばえのにわ保育園） / 社会福祉法人恵心福祉会 様

制作前の課題・問題点

リニューアル前のサイトはデザインが古く、構造が複雑で簡単に更新できない状態。告知やお知らせが多い保育園にとっては致命的であったため、更新が必要なコンテンツはすべてクライアントサイドで随時更新できるように、更新箇所の洗い出しとサイト運用のシミュレーションを綿密に行いました。その結果コンテンツの優先度も明確になったため、コンバージョンまでのストーリー分析や導線の配置など、ロジックに基づいた設計もスムーズに行えました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	文章制作	アニメーション
-----------	-------	------	------	---------

制作アプローチ

手書きのイラストに緩急をつけたアニメーションを取り入れ、親子で見ている飽きないデザインを提案。毎日の給食・おやつ、今月の献立表、人気レシピ、支援事業スケジュール、ブログなど、更新ページも多彩で、度々訪れても楽しめるコンテンツを揃えています。更新する際の手間や時間もなるべく省けるよう、簡単で分かりやすい管理画面を構築いたしました。また保護者のスマホ利用率の高さを考慮した動きやコンテンツ、配置はモバイルサイトでも最適化して再現。新規ユーザー及びリピーターユーザーの増加に貢献しています。



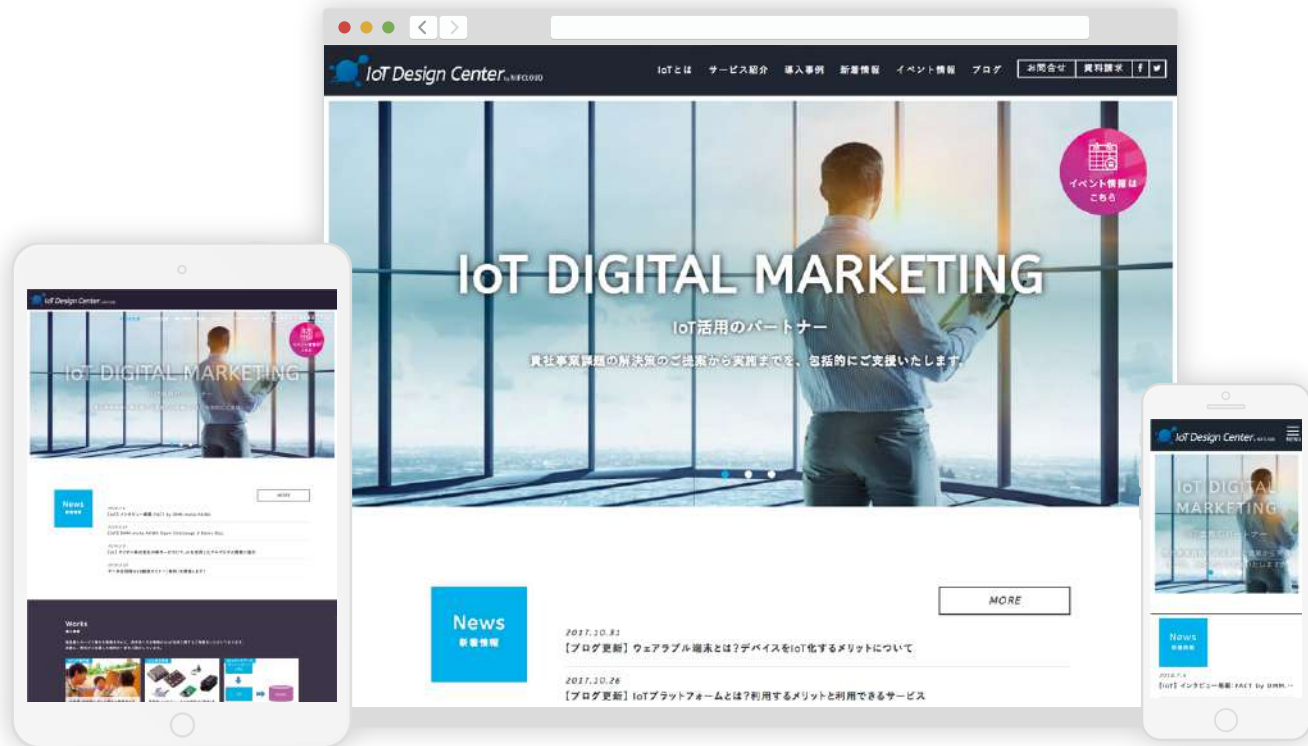
アクセスアップ

更新を簡単に

サイトの整理

Webサイトリニューアル効果でセッション時間が増加！

注目のIoTサービスを展開するサービスサイトです。ニーズの移り変わりが激しい中、よりユーザビリティとサイト運用面の向上を目的としリニューアルを対応させていただきました。スタイリッシュなイメージで、メインイメージを自由且つ簡単にカスタマイズできる仕様により、ユーザーからの注目を集めることに成功しています。



FUJITSU / 富士通クラウドテクノロジーズ株式会社 様

制作前の課題・問題点

サービスの変化とサイト構成の移り変わりに伴い発生していたユーザビリティの低下・運用の不具合の改善を目指しました。そのためにまずは直帰率を低下させ、ユーザーがコンテンツに触れる時間＝平均セッション時間をいかに伸ばすかが課題に。読みやすく分かりやすい、快適なコンテンツ作成やページ構成に注力しました。こうした取り組みにより、Google が良質なコンテンツを提供しているサイトと認識してくれれば、検索順位の向上も期待できます。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	写真撮影
-----------	-------	------	------

制作アプローチ

デザインはビビッドカラーとアウトラインで構成したボタンやアイコンによって、新しくスタイリッシュなイメージを演出しつつ、コンテンツはイラストや見出し、表を効果的に使用して端的に表現。ページの回遊性を高める導線との相乗効果で、セッション時間の増加に成功しています。またメインビジュアルのスライドは WordPress の管理画面上で簡単に更新できる仕様。運用面でも快適さを感じていただけるような提案を行いました。



イメージアップ

アクセスアップ

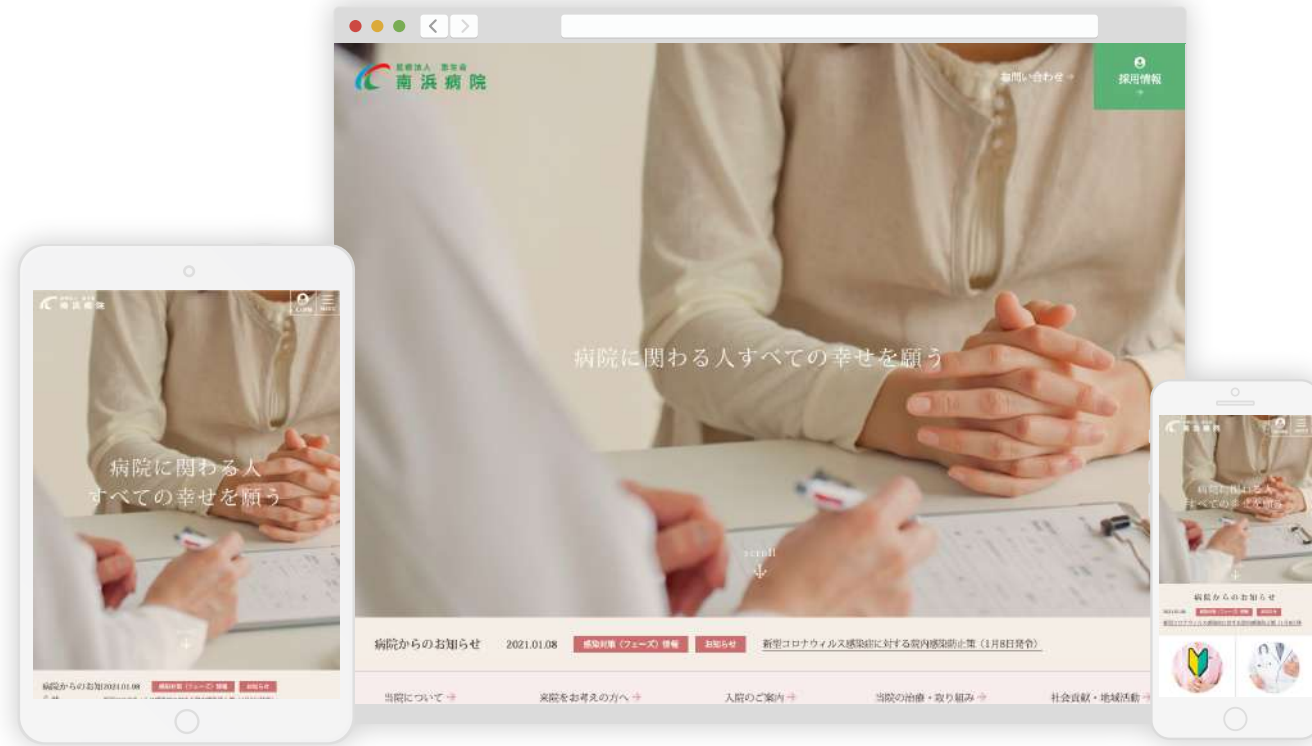
コンバージョンアップ

更新を簡単に

ユーザビリティのアップ

急患・増患・スタッフ募集効果の高いサイトにリニューアル！

新潟市内にある民間の精神科病院、南浜病院様のサイトをリニューアル。患者様・ご家族様が相談しやすい雰囲気や安心感などを表現することはもちろん、病院スタッフの採用強化についてもアプローチしています。クライアントサイドからホームページの更新が手軽に行えるため、病院からのお知らせを随時発信できます。



南浜病院 様 / 医療法人恵生会 南浜病院 様

制作前の課題・問題点

前サイトは10年前に制作したまま、ユーザーが目当てのコンテンツに辿り着きにくい構造になっていたほか、検索結果に突然表示されない期間があるなどセキュリティ面での不安もあったため、デザインとシステム面を主軸に、全面リニューアルを実施。さらにクライアントが病院スタッフの採用も重視していたため、リニューアルを機に採用情報ページへの分かりやすく直線的な導線を確保することも課題の1つとして挙がりました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	アニメーション
-----------	-------	------	---------

制作アプローチ

ページ数が多い中でも、メニューをカテゴリー分けして一覧できる工夫によって、ユーザーが迷わず目的のページに到達できるようにサイトマップを設計。さらにアクションを想定した導線配置で、ユーザーが抱える疑問や問題を最短距離で解決するように構造設計しています。またクライアントの重視する採用情報は、カラーやあしらいを変えたデザインで提案。ページへの導線は右に固定表示し常に求職者の目に付くようにし、より多くの応募を獲得できるよう配慮しました。



アクセスアップ

更新を簡単に

サイトの整理

リニューアルから1ヶ月でユーザー数 2.5 倍！

文展を継いで1946年に発足した日本美術展覧会を運営する公益社団法人 日展様。5つの部門からなる日本美術展覧会は世界でも最大規模の公募展として広く知られています。日本で最も権威ある公募美術展として、日本美術会の登竜門として、日本美術の水準を高める活動を行う日展様のホームページのリニューアルを手掛けさせていただきました。



日展 / 公益社団法人 日展 様

制作前の課題・問題点

リニューアル前のホームページは旧来のものであり、新コンテンツができてもバナーの付け足しなどの対応しかできず、煩雑で統一感のないサイトになってしまっていました。また閲覧者が必要な情報が探しにくい構造、PC表示とスマホ表示の更新画面が別々だったため更新が面倒、スマホ版ではコンテンツが縮小されるなど、様々な課題が多方面に渡っていたため、デザインと仕組み、運用を柱にしたサイト全体の再構築が課題となりました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	検索システム	ウォーターマーク	ブレイクポイント
-----------	-------	------	--------	----------	----------

制作アプローチ

日展様が抱えていた問題を解決するため、まずはWordPressを導入して事務局側でのコンテンツ更新を容易に。またSNSと連携し、SNS側で更新したものはホームページでも新着情報として表示されるように構築しました。もちろんレスポンシブウェブデザインによりPCとスマホを同期し、全てのデバイスでイベントの様子などの動画コンテンツを始め、主要コンテンツをより探しやすく閲覧しやすいように再構築。多くの作品や賞が掲載されているため、ユーザーが目的ページに辿り着きやすいよう、キーワード検索や絞り込み機能を充実させ、ユーザビリティの向上を図っています。



イメージアップ

リスティングによる集客

フェス用LPの賑やかなデザインにユーザーからの反響多数！

幻冬舎が開催する電子書籍最大規模の電本フェスに合わせてPRサイトを制作しました。フェスに合わせたオリジナルコンテンツのリリースによって、同業他者のサービスとの差別化に成功。またクライアントのイメージアップとリスティングによる集客にも力を入れたことで、サイトリリース直後からユーザーの反響が多数届きました。



幻冬舎 / 株式会社幻冬舎 様

制作前の課題・問題点

電子書籍フェアとして一定の認知はされているものの、コンテンツとしてはコーポレートサイトの投稿ページの1つという扱いになっていた電本フェス。出版した商品が映像化されるなどの話題性や連動企画・キャンペーンの実施などの強みを活かしてフェスを大々的にPRしつつ、同業他社と差別化できるLPサイト、拡散したくなるコンテンツを目指しました。また年2回あるフェスのたびに、デザインとコンテンツの最適化を検討しています。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	アニメーション
-----------	-------	------	---------

制作アプローチ

映像化作品、人気の作品、話題の作品など、対象書籍をユーザーが注目しそうなジャンルごとに打ち出し、フェスの強みをダイレクトにアピール。ロゴに合わせたオレンジ色をメインカラーに明るく親しみやすい印象のデザインに、またフェスのロゴにパラパラめくられるように見える動きを加えたり、要所で様々なアニメーションを取り入れるなど、フェスらしいイベント感・遊び心をプラスし、ページを読み進めたいくなるような工夫を施しました。シェアボタンの配置や他のユーザーの反響がその場で確認できるタイムラインもフェスならではの仕掛けです。



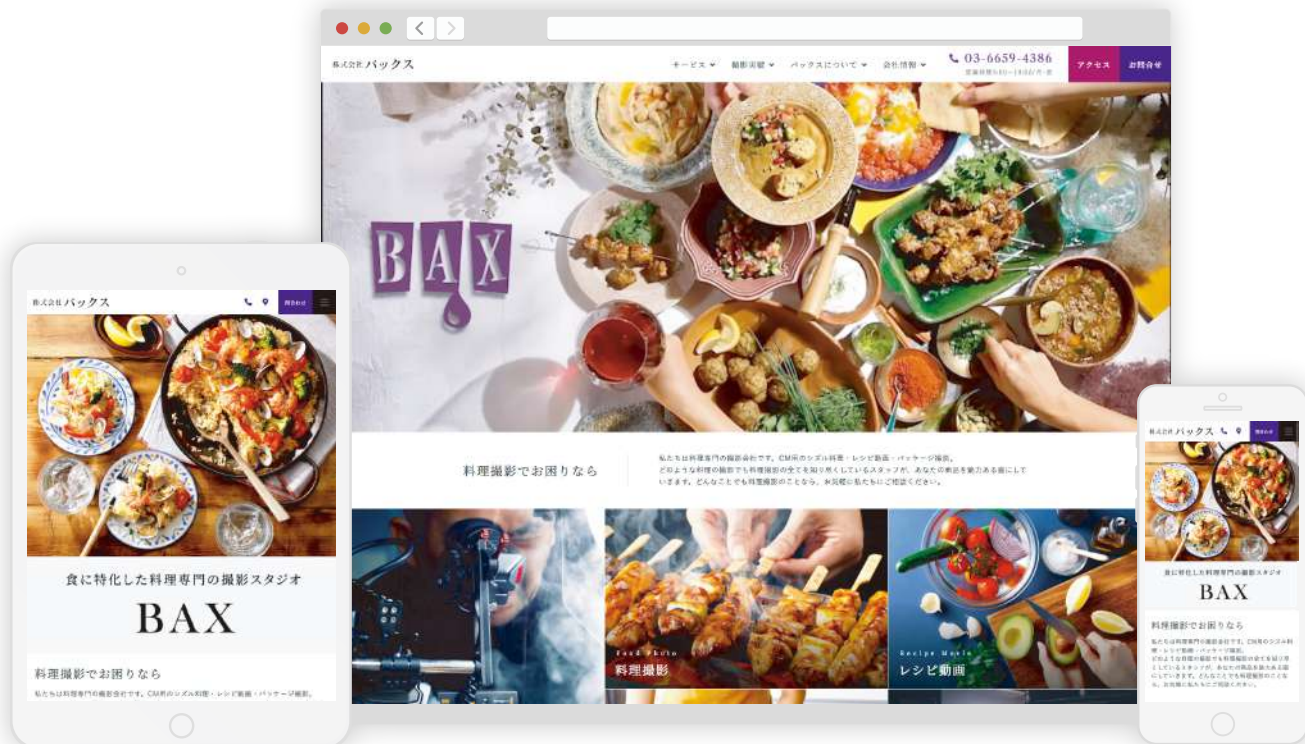
コンバージョンアップ

更新を簡単に

読み込み速度アップ

インパクトのある動画で魅せることで問い合わせ件数大幅アップ！

東京都江東区にて料理写真・動画の撮影をメインに行なっている撮影スタジオ「ボックス」様。撮影スタジオとしての魅力を伝える動画コンテンツを主軸に、視覚的に魅力が伝わるデザインをご提案。インパクトのある動画やビジュアルで訴求することで、角度の高いお問い合わせ件数のアップに成功しました。



BAX / 株式会社ボックス様

制作前の課題・問題点

お知らせの修正や撮影料金の変更など、素早く対応したいときでもサイト更新に時間がかかってしまう悩みと、撮影スタジオとしての魅力を伝えるために掲載している動画コンテンツについて、年々需要が高まるスマホでの閲覧時において読み込みが遅いという課題がありました。また確度の高いお問い合わせをいただけるように工夫を行う必要もありました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化	動画	ブログ
-----------	-------	------	----	-----

制作アプローチ

知識がない方でも簡単に更新できるよう WordPress をカスタムし、お客様ご自身で新着情報や撮影実績、コラムといったコンテンツをブログ感覚で更新できるようご提案。またできる限り動画読み込み速度が低下しないよう外部サーバーとの連携を行いました。お問い合わせ件数を伸ばすための対策としては、トップページ・撮影実績ページに掲載するコンテンツを厳選し、ヘッダーにも導線を設けています。



アクセスアップ

イメージアップ

ユーザビリティのアップ

コンバージョンアップ

エンドユーザーの再定義を行い、ターゲットの集客に成功！

新潟県で土地や不動産の売買を担っている新潟土地建物販売センター様のコーポレートサイトです。エンドユーザーの再定義と、必要なコンテンツの再選定、それに伴うデザイン制作・構築を行い、ターゲットの集客に成功。さらにターゲットを意識したデザインで、離脱率と回遊率の改善を実現しました。



新潟土地建物販売センター / 新潟土地建物販売センター株式会社様 様

制作前の課題・問題点

リニューアル前のサイトは、ニーズのなくなった機能がメインコンテンツとなっていたことによるユーザビリティの低さが問題でした。また、スマートフォンで閲覧した際に、ページ構成やレイアウトに見づらい部分も。この問題を解決するため、レスポンシブウェブデザインを取り入れつつ、ターゲットを意識した、可読性の高いデザインにすることが課題となりました。

制作内容

Wordpress	スマホ対応	SSL化
-----------	-------	------

制作アプローチ

旧サイトで課題となっていたユーザビリティと可読性について、エンドユーザーを再定義すべく調査を実施。ターゲットの年代が、実際は50代以上の方が多かったので、アイコンや配色・文字サイズなどの可読性を意識して設計いたしました。デザイン面では「不動産売却・問題解決のプロフェッショナル」であることを訴求するために、色数や装飾を敢えて減らし、安心感を与えられるようにご提案。また、アイコンや画像が多いサイトでしたので、スマートフォンでの閲覧の際にばやけないよう、別途画像の切り出しを行うなど、細部に気を配った構築で課題を解決しています。