WEB 制作 発注前チェックリスト｜株式会社 cantik

失敗しないホームページ制作会社の選び方

「見た目」ではなく「公開後」で選ぶ。発注前に 25 項目をチェック。

カテゴリ１：費用の透明性

- □ **初期費用と月額費用の内訳が、項目ごとに書面で提示されているか**
  「一式」でまとめられた見積もりは、後から追加請求の根拠になりやすいため、内訳の明記は最低限の確認事項です。
- □ **見積もりに含まれる範囲（ページ数・修正回数・原稿作成の有無）が明記されているか**
  含まれる範囲があいまいだと、「これは別料金です」が積み重なって総額が膨らみます。
- □ **ドメイン・サーバー・保守などの「毎月かかる費用」が別か込みか分かるか**
  制作費が安く見えても、ランニングコストを合算すると割高になるケースがあります。
- □ **公開後の修正・追加ページの料金表があるか**
  運用フェーズの単価が事前に分かれば、「ちょっとした変更」の費用感を予測できます。
- □ **相場と比べて極端に安い／高い場合、その理由を説明できるか**
  安さの裏にテンプレ流用や機能制限が隠れていることもあり、理由を聞ける会社は誠実さの目安になります。

カテゴリ２：公開後の運用・更新

- □ **自社で文章や画像を更新できる仕組み（CMS など）があるか**
  更新のたびに制作会社へ依頼する形だと、時間もコストもかかり、更新自体が止まりやすくなります。
- □ **更新を依頼する場合の対応スピードと料金の目安が分かるか**
  「営業時間の変更を今日中に直したい」ときに動いてもらえるかは、実務上とても大切です。
- □ **保守・サポートの範囲（不具合対応・バックアップ・セキュリティ更新）が明確か**
  保守が「連絡窓口があるだけ」なのか「中身も守ってくれる」のかで、安心感は大きく変わります。
- □ **担当者と連絡が取りやすい体制か（窓口・返信スピード）**
  公開後に連絡がつきにくい会社だと、小さな困りごとが放置されがちです。
- □ **公開後の改善提案をしてくれる姿勢があるか**
  作りっぱなしにせず、アクセス状況を見て手を入れてくれる会社ほど、成果につながりやすい傾向があります。

カテゴリ３：集客設計（MEO・SEO・AIO）

- □ **検索で見つけてもらうための SEO 対策が制作に含まれているか**
  タイトルや見出し、内部構造は後から直しにくい部分もあり、制作時に設計されているかが差になります。
- □ **Google マップ・地図検索での露出（MEO）を考慮しているか**

地域のお店やクリニックでは、地図検索からの来店が問い合わせの入口になることが少なくありません。

- ☐ **AI 検索（ChatGPT や AI による回答）で引用されやすい構成（AIO）を意識しているか**
  AI が答えを生成する検索が広がるなか、AI に読み取られやすい情報設計は今後の集客に関わります。
- ☐ **SNS やその他の集客チャネルとサイトの連携が設計されているか**
  SNS からサイト、サイトから問い合わせへの導線がつながっているほど、機会を取りこぼしにくくなります。
- ☐ **問い合わせ・予約などのゴールへの導線が分かりやすく設計されているか**
  集客してもゴールへの動線が弱いと、せっかくの訪問者が離脱してしまいます。

カテゴリ４：契約・所有権

- ☐ **ドメイン・サーバーの契約名義が自社になっているか（または移管できるか）**
  名義が制作会社のままだと、乗り換え時にサイトごと使えなくなるリスクがあります。
- ☐ **制作したデータ（デザイン・原稿・画像）の権利や引き渡しの条件が明記されているか**
  データが手元に残らないと、他社へ引き継いだり再利用したりが難しくなります。
- ☐ **契約期間・解約条件・違約金の有無が書面で確認できるか**
  「最低契約期間」や「解約時の費用」を後から知って驚くケースは珍しくありません。
- ☐ **解約後にサイトが残るのか・消えるのかが説明されているか**
  とくに月額型では、解約と同時に公開が止まる契約もあるため事前確認が欠かせません。
- ☐ **他社へ引き継ぐ際に必要な情報（ログイン権限など）を渡してもらえるか**
  引き継ぎに必要な情報を出さない会社だと、実質的に他社へ移れなくなります。

カテゴリ５：実績と相性

- ☐ **自社と近い業種・目的の制作実績があるか**
  業種特有の見せ方や表現の勘所を知っている会社ほど、提案の精度が高まりやすくなります。
- ☐ **実績が具体的に確認できるか（公開されたサイトや事例として）**
  実際に見られる事例があると、仕上がりのイメージと期待値をすり合わせやすくなります。
- ☐ **ヒアリングで自社の課題や目的を丁寧に聞いてくれるか**
  要望を聞かずにテンプレを当てはめる会社より、課題から一緒に考える会社のほうが成果につながりやすい傾向があります。
- ☐ **専門用語を分かりやすく説明してくれるか**
  説明が分かりやすい会社ほど、公開後のやり取りもスムーズになります。
- ☐ **提案が「作りたいもの」ではなく「成果につながるもの」になっているか**
  見た目の派手さより、目的（集客・問い合わせ）に沿った提案かどうかを見極めましょう。

不安な項目がありましたか？

cantik の「無料 Web 集客診断」で、今のサイトの課題を客観的にチェックします。押し売りはしません。

株式会社 cantik（相模原発・全国オンライン対応／制作・支援実績 400 件超）　https://cantik.co.jp/　お問い合わせ：https://cantik.co.jp/contact/