

200<sup>名以上</sup>  
ダウンロード

脱自己流！まずはチェック！

ホームページを

成功に導く

120の

チェックリスト

- Webの集客に力を入れたい
- 何から始めていいかわからない
- 効果のある運用をしたい



はじめまして、Emika Design です。

資料をダウンロードいただき、ありがとうございます。



Emika Design では、**小規模事業様・個人事業主様のための女性向けホームページ制作**を行なっております。

これまでも多くの企業様からご依頼いただき、ホームページの新規制作やリニューアルを行なってきました。

ホームページをご検討のお客様は、現状の集客に課題を感じ、ご相談くださいますが、漠然とした悩みであることが多いです。

**もっとホームページから集客したいけど、**  
**何から始めればいいのかわからない…**

こんなふうにお悩みの方は、まずはこのチェックリストを確認してみてください。きっと改善点が見つかるはずですよ。

そして、改善点が見つければ、解決策も出てきやすいですよ。  
もし自社で解決できないことがありましたら、Emika Design にご相談ください。  
お客様のホームページや Web まわりのお役に立てれば幸いです。

無料個別相談のご予約を  
受付中です。(毎月限定開催)  
Zoom にてご相談いただけます。  
ぜひご利用ください。



No	カテゴリ	サブカテゴリ	チェック内容	チェック内容詳細	チェック	メモ
1	Web戦略	目的・目標	ホームページの目的・目標は明確か？	なぜホームページが必要なのか？なぜ、リニューアルが必要なのか？を明確にする。 (例) ・お申し込みを増やす ・オンラインからの集客を増やす		
2	Web戦略	目的・目標	制作・リニューアルの完成時期は決まっているか？	(例) 20**年以内に、〇〇キャンペーンまでに		
3	Web戦略	目的・目標	現行ホームページの課題は明確か？	現状の課題を解決し、かつ目的の達成につなげるホームページを制作するため、課題を明確にする。 (例) ・SNSからの導線が繋がっていない ・何が課題かわからない ・お問い合わせでエラーがよく出る		
4	Web戦略	目的・目標	ホームページは目的・目標が達成できる設計になっているか？	(例) ホームページからの申し込みを獲得する場合 ・申し込みフォームを設置している ・申し込みまでの誘導がスムーズにできている など		
5	Web戦略	目的・目標	ホームページの目的・目標の数値を集計できる仕組みができていますか？	(例) ホームページからの申し込みが月何件あるかがどこを見ればわかる状態		
6	Web戦略	目的・目標	自社の商品・サービスがどのようにお客様の課題を解決できるか、明確になっているか？	ユーザー（お客様）や社員・経営者・営業にヒアリングする。		
7	Web戦略	目的・目標	自社の商品・サービスが提供する価値が明確になっているか？	ユーザー（お客様）や社員・経営者・営業にヒアリングする。		
8	Web戦略	目的・目標	自社の商品・サービスが選ばれる理由が明確になっているか？	ユーザー（お客様）や社員・経営者・営業にヒアリングする。		
9	Web戦略	リサーチ	ターゲット（ペルソナ）は明確になっているか？	ペルソナとは自社の商品やサービスにとっての典型的なユーザー像のこと (例) 30代後半の女性で結婚して子どもがいる。共働きで賃貸マンションに住んでいる。美容に興味がある。など		
10	Web戦略	リサーチ	ターゲットが抱えている疑問や課題を理解できているか？	ユーザー（お客様）にヒアリングする。		
11	Web戦略	リサーチ	ターゲットと自社の商品・サービスとの接点を理解できているか？	カスタマージャーニーを考える。		
12	Web戦略	リサーチ	ターゲットが検索する際の検索キーワードは明確になっているか？	(例) ターゲットは20代前半の女性で美容に興味がある。大学生で貯金は少ないが審美矯正をしたいと考えている。 「矯正 安い」「矯正 格安 梅田」「歯並び 気になる」「痛くない 矯正 神戸」など		
13	Web戦略	リサーチ	競合のホームページのリサーチはできているか？	上記の検索キーワードで調べた時に検索結果上位に出てくるライバルホームページなどを調べる。		
14	Web戦略	計画	検索で上位表示されたいキーワードは明確か？	店舗なら「サービス+地域名」などターゲットが調べるキーワードを参考に考える。検索のボリューム（検索される数）も考慮する（少なすぎると調べられていないという意味）。		
15	Web戦略	計画	そのキーワードで実際に上位表示されているか？	既存のホームページがある場合は、上位表示したキーワードで実際に表示されているか確認する。 ただし「シークレットモード」「プライベートモード」を使用して確認する（通常だと正しい検索結果が表示されないため）。		
16	Web戦略	計画	キャッチコピーはあるか？	自社の強みやターゲット、競合との差別化が表現できているキャッチコピーを考える。		
17	Web戦略	計画	キャッチコピーは自社やターゲットに沿ったものになっているか？	お客様に刺さるキャッチコピーになっているか考える。		
18	Web戦略	SEO	SSL化しているか？	△ http:// （保護されていない通信）とURLの左に注意が表示される） ○ https:// （「鍵マーク」がURLの左に表示される）		
19	Web戦略	SEO	httpでアクセスした時にhttpsにリダイレクトされる、または直接表示されるか？	実際にURLを入力し、確認する。		
20	Web戦略	SEO	wwwがあるURLでもないURLでも表示されるか？	「https://www.〇〇〇.com」でも「https://〇〇〇.com」でも同じホームページが問題なく表示されるか確認する。		
21	Web戦略	SEO	URLの最後がindex.htmlとなっても、なっていないでも表示されるか？	「https://〇〇〇.com」でも「https://〇〇〇.com/index.html」でも同じホームページが問題なく表示されるか確認する。		
22	Web戦略	SEO	XMLホームページマップは作成されているか？	XMLホームページマップを作成して、Google Serch Consoleで送信する。Googleのクローラーに認識されるようにすることが必要。		
23	Web戦略	SEO	ホームページタイトルは設定されているか？	タイトルが設定されているか確認する。		
24	Web戦略	SEO	ホームページの主要キーワードは設定されているか？	ホームページの主要キーワードとは「ページを表すキーワード」のこと。 「このホームページは〇〇についてのホームページです」というのがわかりやすいキーワードかつ検索されやすいキーワードになっているか確認する。		
25	Web戦略	SEO	ホームページタイトルにキーワードは含まれているか？	検索で狙いたいキーワードを入れているか確認する。		
26	Web戦略	SEO	タイトルの文字数は適正か？	それぞれの記事やページのタイトルの文字数を確認する。		
27	Web戦略	SEO	ディスクリプションは設定されているか？	ディスクリプションが設定されているか確認する。		
28	Web戦略	SEO	ディスクリプションはページを表す内容になっているか？	ディスクリプションの内容を確認する。		
29	Web戦略	SEO	ディスクリプションの文字数は適正か？	ディスクリプションの文字数を確認する。		
30	Web戦略	ホームページ外	お問い合わせやお申し込みの獲得後のルールは明確か？連携できているか？	ホームページからのリード（お問い合わせやお申し込み、応募など）を獲得後の動き（商談や受注獲得など）を社内ですり合わせしておく。		
31	Web制作	ツール	分析ツールは入っているか？	Google AnalyticsやSearch Consoleは入っているか確認する。		
32	Web制作	ツール	更新システムは必要か？/使いやすいか？	更新システムとはお知らせやブログを更新できるツールのこと。自社で更新作業を行う場合、ツールの操作がわかりやすいと便利。またブログや記事を書く場合は投稿のしやすさや画像の入れやすさなども考慮するとよい。		
33	Web制作	ツール	更新システムは社内で誰が使用するか決めているか？	使用する人数と権限を決めて設定する。		
34	Web制作	データ保全	バックアップ機能はあるか？	定期的にバックアップできる仕組みがあるか確認する。		

No	カテゴリ	サブカテゴリ	チェック内容	チェック内容詳細	チェック	メモ
35	Web制作	データ保全	スパム対策は行っているか？	コメントにスパムコメントが書かれていたり、ウイルスでホームページが消えたりといったトラブル回避のためにもセキュリティ対策を行なっておくことが必要。		
36	ホームページ設計	ホームページ構造	ユーザーの流れは把握できているか？	カスタマージャーニーを考慮する必要がある。		
37	ホームページ設計	ホームページ構造	ページやコンテンツは論理的またはユーザーの行動に沿った順番で配置できているか？	不自然だと、ユーザーはホームページで迷子になったり、わからなくなったらすぐ離脱されてしまう。		
38	ホームページ設計	ホームページ構造	ホームページの構造はユーザーがわかりやすい構造になっているか？	ユーザーが迷うホームページは成約率が下がるなどの目的達成に向いていない。		
39	ホームページ設計	ホームページ構造	重要なコンテンツやページはトップページに入っているか？または1クリックで飛べる構造になっているか？	(例) サービス紹介・実績・お客様の声など		
40	ホームページ設計	ホームページ構造	3クリック以内で全てのページに飛ぶことができるか？	(例) トップページ>サービスページ>商品紹介ページ		
41	ホームページ設計	ホームページ構造	大見出しや小見出し(適宜目次など)を使用し読みやすいコンテンツになっているか？	読みにくいコンテンツはユーザーが離脱する原因になる。		
42	ホームページ設計	ホームページ構造	運用するSNSを決めているか？	ターゲットに合わせたSNSを選ぶことが重要。		
43	ホームページ設計	ホームページ構造	ソーシャルボタンを設置するページを決めているか？	必要な場所に設置する必要がある。		
44	ホームページ設計	URL	URLは英数字になっているか？	△日本語 ○英数字 SEO的に影響はないと言われているが、日本語だと、そのURLをコピーして別のところで開くという時などに、エラーがでたりする可能性がある。ホームページ内で表示されている分には見やすいが、URLをコピーするとすごく長い文字列になってしまうデメリットがある。 記号は「- (ハイフン)」か「_ (アンダーバー)」を使うようにする。		
45	ホームページ設計	URL	独自ドメインを使っているか？(https://○○○.com/→○の部分で自社で決めているもの)	独自ドメインは信頼性の証明にも繋がる。		
46	ホームページ設計	URL	法人の場合、ドメインは「co.jp」を使っているか？	法人の場合は末尾が「co.jp」のドメインを会社で一つだけ取得することができ、信頼性の証明に繋がる。		
47	ホームページ設計	コンテンツ	ファビコン(ホームページアイコン)は設定されているか？	なくても問題ないが、ホームページを開いた時のタブやGoogleの検索結果に表示されるので、ブランディングの観点から見ても設定しておいたほうがおすすめ。		
48	ホームページ設計	コンテンツ	会社概要(事業概要)の情報は記載されているか？(会社名・屋号・住所・連絡先・代表者名・取引先など)	会社の情報は信頼につながるので最低限の情報だけでも入れておく必要がある。メールアドレスはクリックでメールが送れたり、電話番号はクリックで電話がかけられるようにしておくユーザービリティが高い。		
49	ホームページ設計	コンテンツ	コピーライトの表記は入れているか？	コピーライトは書かなくても証明されるものだが、書いておいた方が確実。 書き方は色々あるが「ホームページを公開し始めた年」「ホームページ名や会社名」は最低限入れる項目。 コピーライトが必要なのはあくまでホームページを公開し始めてからなので、古いホームページと思われるという考えで現在の年を入れるのではない。		
50	ホームページ設計	コンテンツ	プライバシーポリシーは記載されているか？	プライバシーポリシーは必要なので最低限の情報だけでも入れる。		
51	ホームページ設計	コンテンツ	価格は税込価格になっているか？	2021年4月から義務化されているので税込価格での表記が必要。 書き方は色々あるが、基本的に消費者にわかりやすい表記が前提。		
52	ホームページ設計	コンテンツ	ターゲットが求めるコンテンツを提供できているか？	ターゲットを定めるだけでなく、ターゲットが求めるコンテンツ(疑問点や悩み・欲しいもの・サービスなど)を提供できているか、網羅できているかが重要。		
53	ホームページ設計	コンテンツ	コンテンツは信頼性があるものになっているか？	信頼性、信憑性に欠けるコンテンツはターゲットのためにならない。 ユーザーに有益な情報を提供することで、Googleの評価も高くなると言われている。		
54	ホームページ設計	コンテンツ	ホームページのコンテンツ(内容)はテーマを絞って専門性を高められているか？	様々なジャンルのコンテンツを一つのホームページに入れ込むのではなく、一つのホームページで一つのことに対しての専門性が高まる構造にする必要がある。 例えば楽天のように、ショッピングがあったり、銀行があったりと様々なサービスを展開する場合は、一つのホームページにまとめるのではなく、サブドメインという仕組みを利用するなど、分ける必要がある。		
55	ホームページ設計	コンテンツ	集客系のコンテンツはあるか？	検索やSNSなどからの流入を促すコンテンツのこと。		
56	ホームページ設計	コンテンツ	成約系のコンテンツはあるか？	商品情報や実績、お客様の声などの成約率を高めるコンテンツのこと。		
57	ホームページ設計	コンテンツ	トップページは訪れたユーザーがひと目でどのホームページかわかるコンテンツになっているか？	トップページをスクロールしても何のホームページかわからないとすぐに離脱されてしまう。		
58	ホームページ設計	コンテンツ	トップページのファーストビューに見たいと思うコンテンツが入っているか？	ファーストビューとはページを開いた時にスクロールせずに見える範囲のこと。		
59	ホームページ設計	コンテンツ	ヘッダー画像(メインイメージ)はターゲットに伝わる内容・デザインになっているか？	ヘッダー画像がホームページの中身とかけはなれている内容やデザインだとユーザーはすぐに離脱してしまう原因。		
60	ホームページ設計	ナビゲーション	グローバルナビは全ページ一定の形で同じ位置に設置されているか？	Aのページでは上のあたり、Bのページでは右に縦方向に並んでいる、などそれぞれのページでバラバラに配置してしまうとユーザーは迷う。		
61	ホームページ設計	ナビゲーション	グローバルナビ(ヘッダーメニュー)はわかりやすい位置に設定されているか？	グローバルナビはユーザーにとっての道しるべになる重要な役割があるので、見やすい位置でわかりやすいデザインにする必要がある。		
62	ホームページ設計	ナビゲーション	グローバルナビは飛び先がわかりやすいメニューになっているか？専門用語を使っていないか？	グローバルナビの文言で専門用語などを多用していると、ユーザーは知りたい情報に辿り着くことができない。わかりやすい言葉を選ぶようにする。		
63	ホームページ設計	ナビゲーション	グローバルナビは必要最低限のものだけになっているか？	グローバルメニューの項目はできる限り少なく検討する。		
64	ホームページ設計	ナビゲーション	ヘッダーにお問い合わせや申し込み、購入などのCTAを設置しているか？またはわかりやすい位置に設置しているか？	お問い合わせや申し込み、購入などのCTAはユーザーの次の行動につながる大事なものなので、わかりやすい位置に配置して、すぐ行動できる導線作りが必要。		
65	ホームページ設計	ナビゲーション	各ページにお問い合わせや申し込み、購入などの導線がわかりやすく配置されているか？	トップページだけでなく、各ページでも、必要な導線設計ができているか確認する。		
66	ホームページ設計	ナビゲーション	フッターに適切な導線やナビメニュー、コンテンツを配置しているか？	フッターの項目が適切か確認する。		
67	ホームページ設計	ナビゲーション	プライバシーポリシーはわかりやすい位置に設置されているか？	どこにあるかわからないようなプライバシーポリシーがあっても意味がないので、ユーザーがわかりやすい位置に設置することが大切。		
68	ホームページ設計	ナビゲーション	パンくずリストは入っているか？	パンくずリストとは、ユーザーが今ホームページの中でどこにいるかわかるもの。 (例) ホーム>サービス一覧>サービス名		
69	ホームページ設計	ナビゲーション	必要に応じてページネーションは設置されているか？	ページ数が多い場合はページネーションが必要。		

No	カテゴリ	サブカテゴリ	チェック内容	チェック内容詳細	チェック	メモ
70	ホームページ設計	ナビゲーション	ページネーションは現在地がわかるデザインになっているか？	(例) 現在のページが濃い色で表示されているなど		
71	ホームページ設計	ナビゲーション	必要に応じて関連ナビゲーションは設置されているか？	関連する記事やページの情報が記載されているとユーザーは必要な情報に辿り着きやすくなるので便利。		
72	ホームページ設計	ナビゲーション	企業名・ロゴが全ページに入っているか？	全ページ確認する。		
73	ホームページ設計	ナビゲーション	企業名やロゴをクリックした時にトップページに飛ぶようになっているか？	全ページ確認する。		
74	ホームページ設計	ナビゲーション	404ページにはトップページやホームページマップ、ホームページ内検索へのリンクが設置されているか？	404ページが開いた時のユーザーは困っている状態なので、誘導するリンクをつけるようにするのがおすすめ。		
75	ホームページ設計	フォーム	どんな種類のフォームが必要か？	(例) お問い合わせフォーム、お申し込みフォーム、予約フォーム、応募フォームなど		
76	ホームページ設計	フォーム	お問い合わせフォームは入力わかりやすいか？ユーザーに考慮した内容になっているか？	(例) 必須の項目がわかりにくい、入力項目が必要以上に多い など		
77	ホームページ設計	フォーム	お問い合わせフォームは入力できるか？エラーはないか？	実際に入力してみてエラーなどがでないか確認する。		
78	ホームページ設計	フォーム	お問い合わせフォームの入力内容は然るべきところに届くか？	ユーザーがお問い合わせしても、それを受け付ける仕組みがないとお問い合わせしたのに返事が返ってこないということになるのでテストを送信して確認してみる。		
79	ホームページ設計	フォーム	お問い合わせフォームの入力内容は入力したユーザーにも届くようになっているか？	ユーザーがお問い合わせした後、本当に届いているか不安になるので、お問い合わせを受け取った旨とお問い合わせいただいた内容を送るように設定する。		
80	ホームページ設計	フォーム	電話はつながるか？	電話番号を記載している場合、実際にかけることができるのか(クリックしてかかるか) テストする。		
81	ホームページ設計	原稿・編集	誤字脱字はないか？	全ページ確認する。		
82	ホームページ設計	原稿・編集	機種依存文字は使っていないか？	機種依存文字を使っているとデバイスによっては正しく表示されないため、使わないようにする。		
83	ホームページ設計	原稿・編集	半角・全角の使い分け、記号などは統一できているか？	(例) Aページでは数字が半角なのにBページでは全角		
84	ホームページ設計	原稿・編集	日付や時刻の書き方は統一できているか？	(例) Aページでは12:34なのにBページでは午前12時34分		
85	ホームページ設計	原稿・編集	4個以上の説明は箇条書きになっているか？	ブログや記事の投稿ではリストを使うようにする。		
86	ホームページ設計	原稿・編集	流れを説明する際は番号が振られているか？	ブログや記事の投稿ではリストを使うようにする。		
87	ホームページ設計	原稿・編集	特に記事コンテンツの場合、一つのコンテンツ内でページを分割していないか？	一つのコンテンツ内ではページを複数に分けるのではなく、まとめるようにする。		
88	ホームページ設計	原稿・編集	文体はターゲットに合うものになっているか？	ですます調・体言止めなど		
89	ホームページ設計	原稿・編集	文体は統一できているか？	ですます調・体言止めなど		
90	ホームページ設計	原稿・編集	専門用語を使わずにないか？または解説できているか？	専門用語はわかりやすい言葉に言い換えるか、用語集などを作ったり、解説を入れるようにする。		
91	ホームページ設計	原稿・編集	用語は統一できているか？	統一できていない場合は用語集を作り、統一するようにする。 (例) パソコン・コンピュータ(2つの用語がホームページ内で入り混じっているという意味)		
92	ホームページ設計	テスト	ホームページ内のリンクはすべて該当するところに飛ぶか？	リンク切れ(リンクが飛ばない)やリンクが違うページに飛ぶということがないように、すべて押して確認してみる。		
93	ホームページ設計	テスト	ホームページは問題なく表示されるか？エラーは表示されないか？	ホームページが真っ白で表示されたり、上部に構文エラーが出ていないか確認する。		
94	ホームページ設計	テスト	表示速度が極度に遅くないか？	開いた時にあまりにも遅い場合は、ユーザーはすぐに離脱してしまう。画像が重たすぎることなどに注意する。 (例) 画像は圧縮してからアップするなど		
95	ホームページ設計	テスト	ダミーの画像やテキストが残っていないか？	全ページ確認する。		
96	デザイン	デザイン定義	ホームページ全体でデザインの一貫性はあるか？	(例) Aページではガーリー、Bページはシンプルモダンなど		
97	デザイン	デザイン定義	デザインは商品やサービス、コーポレートカラーに合っているか？	(例) ホームページはシックで高級感があるのに、実店舗はポップでかわいいなど		
98	デザイン	デザイン定義	信頼があるデザインになっているか？	(例) 士業や医療系など特に信頼が必要な業界でポップでラフなデザインだとターゲットは不安になることもあります。		
99	デザイン	デザイン定義	ターゲットに合った文字サイズになっているか？	(例) ターゲットが50代や60代以上なのに、すごく小さい字で書いていたり可読性が低いフォントを多用しているなど		
100	デザイン	デザイン定義	ターゲットに合ったデザインになっているか？	(例) 高級なホテルやレストランがかわいくて若者向けのデザインになっているなど		
101	デザイン	デザイン定義	デザインは古くないか？	(例) 原色を使っている、ポップ体を使っているなど ホームページが更新されていない？今もお店やっている？などと思われる可能性があるため		
102	デザイン	UI・レイアウト	デザインの崩れはないか？	(例) URLが画面からはみ出している・画像がはみ出しているなど		
103	デザイン	UI・レイアウト	文字は見えにくくないか？	(例) 原色を使っている・薄い色を使っている・背景と文字色が似ているなど		
104	デザイン	UI・レイアウト	フォントの種類は絞っているか？	フォントの種類を多用しているとデザインの統一性がなくなる。		
105	デザイン	UI・レイアウト	リンクやボタンは押しやすいデザインになっているか？	押せるとわかるデザインでないユーザーはボタンに気づかないこともある。		
106	デザイン	UI・レイアウト	タイトルや見出し、本文などは構造が理解できるデザインになっているか？情報の優劣がデザインに反映されているか？	(例) 大見出しより小見出しが目立っているなど		
107	デザイン	UI・レイアウト	左上から右にかけて重要な情報が配置されているか？	Fの書き順やZの書き順の順番で人は見ていく傾向があるので、その順番で要素を並べると効果的。		
108	デザイン	UI・レイアウト	装飾などに統一感があるか？	(例) 見出しはこの色で、このフォントサイズ、重要な情報は赤枠で囲む、など		
109	デザイン	UI・レイアウト	広告や追従メニューなどが大きすぎないか？	大きすぎると邪魔になる可能性があり、SEOの評価にもつながる。 特にスマホだと画面がパソコンに比べて小さいため、画面のほとんどを覆うような広告やポップアップは表示しないほうがいい。		
110	デザイン	UI・レイアウト	スマホでもきれいに見えるか？	崩れはないか？PCの表示になっていないか？ PCのホームページをそのまま小さくしてスマホで表示してしまうと小さすぎて見にくい。		

No	カテゴリ	サブカテゴリ	チェック内容	チェック内容詳細	チェック	メモ
111	デザイン	UI・レイアウト	スマホで表示されるリンクやボタンは押しやすいサイズ・デザインになっているか？	PCのデザインそのままだと、スマホでは小さすぎる場合があるため、実際の指で押しやすいサイズや配置にする必要がある。 (例) 女性向けのホームページでは、女性の手が小さいことが多いため、メニューなどは右下に配置するなど		
112	デザイン	UI・レイアウト	スマホ表示の文字サイズは最適か？	小さすぎず (12px以上) 大きすぎないサイズにする。		
113	デザイン	UI・レイアウト	どんなデバイスでもデザインの崩れなくわかりやすいデザインになっているか？	(例) パソコンとスマホは対応しているけどタブレットでは大きく乱れているなど		
114	デザイン	画像	写真やイラストのデザインのテイストは統一感があるか？	(例) キャラクターのようなイラストと実写に近いイラストを混ぜて使うなど		
115	デザイン	画像	画質が悪い画像を使っていないか？	アップする際に気をつける。		
116	デザイン	画像	暗い画像を使っていないか？	暗い画像を使うとホームページの雰囲気も暗くなります。		
117	デザイン	画像	ぼけている画像を使っていないか？	撮影時に気をつける。		
118	デザイン	画像	使用している画像はきれいに入っているか？	(例) 縦横比の乱れ・背景が透明になっていないなど		
119	デザイン	画像	写真やイラストなどの素材は商用利用可能なものになっているか？	著作権の問題になるので、使用する画像は商用利用可能なものか、使用する前に確認する。 どこかのホームページで拾ってきた、有料素材の透かしが入ったままなどはNG。 ホームページは作ってからがスタートなので、更新の頻度や内容を社内で共有しておく。 (例) ブログ更新、お知らせ更新、メニュー更新、バックアップ、セキュリティ対策、分析 など		
120	運用	更新	運用・更新の担当者や内容は決まっているか？			

最後までチェックリストを見ていただき、ありがとうございます！

チェックはいかがでしたか？

改善が必要、新たに作らないといけない、という

チェックポイントをクリアして試してみてくださいね！

Emika Design では、無料個別相談も実施しております。

チェックリストのご不明点や、現状のお悩みを解決に導くサポートをさせていただきますので、お気軽にご予約ください。

予約は「Emika Design」で検索するか、LINE リッチメニューから可能です。  
枠に限りがございます。ご了承ください。

Emika Design 🔍

## Emika Design でできること

- ホームページ制作・リニューアル
- Web マーケティング
- Web 集客導線設計
- 女性ターゲットの Web セールス
- LP（ランディングページ）制作
- デザイン制作（名刺・チラシなど）

無料相談でまずはお悩みをお聞かせください。お客様のお悩みを解決し、目的を達成するための施策をご提案します。

