株式会社サンプル企業

社外秘 ｜ 2026-09-29

要件定義書

ウェブサイト リニューアル

この書類の結論

直すのは 3 つに絞る。①大口径研磨の事例を 3 件載せる（同じ加工ができる同業は県内に 3 社しかない（当社を含む））②スマホで 2.5 秒以内に主な中身を出す③問い合わせを電話・メール・フォームの 3 経路にし、フォームは入力項目を 5 つまでにする。ページ数は増やさず、現在の 14 ページを 8 ページに減らす。

作成	AI 活用担当
日付	2026-09-29
版	1.0
機密区分	社外秘

目次

1. この文書について 3
1.1 目的 3
1.2 読み手 3
1.3 範囲 3
1.4 範囲に含まないもの 4
1.5 前提と制約 4
1.6 改訂履歴 4
1.7 用語 5
2. 問い合わせが来ない理由は、測ると 3 つに絞れる 6
2.1 いまの数字 6
2.2 実機で見て分かったこと 7
3. ページは 14 枚から 8 枚に減らす 7
4. 問い合わせは 3 経路。フォームは 5 項目まで 8
5. 非機能要件 — 実際に壊れたものだけを書く 9
5.1 速さ 9
5.2 スマホ 9
5.3 日本語の表示 10
5.4 配色と明暗 10
5.5 その他 10
6. 公開してからどう更新するか 11
7. 受け入れの条件 11
8. 日程と費用、制作会社の選び方 12
9. 論点と未決 15
10. 次にやること 15

結論

状況 現在のサイトは 2014 年に制作したもので、12 年間ほぼ更新していない。月 1,840 件の訪問があり、**63.8% がスマホ**からである。

問題 **問い合わせフォームからの引合が月 0.4 件しかない。**計測したところ、スマホで見たときに **主な中身が出るまで 6.2 秒**かかり、**フォームの入力欄が画面からはみ出して**いた。さらに、当社の強みである大口径研磨に触れたページが無い。

問い 何を直せば引合が増えるか。

答え **直すのは 3 つに絞る。**①大口径研磨の事例を 3 件載せる（同じ加工ができる同業は県内に 3 社しかない（当社を含む））②スマホで 2.5 秒以内に主な中身を出す③問い合わせを電話・メール・フォームの 3 経路にし、フォームは入力項目を 5 つまでにする。ページ数は増やさず、現在の 14 ページを 8 ページに減らす。

	いま（実測）	目標
スマホでの LCP	**6.2 秒**	**2.5 秒以内**
問い合わせフォームからの引合	月 0.4 件	**月 2 件**
ページ数	14 ページ	**8 ページ**
大口径研磨のページ	**無い**	**事例 3 件**

資料: いまの値は当社の計測（2026-09-11。2 章）、目標は本書で定義

1. この文書について

1.1 目的

引合を月 2.1 件から 4 件に増やす（経営改善計画書の施策 1-②「新規 2 社の開拓」を支える）ためのサイトを作る。本書は、そのために必要な内容・構成・非機能条件を、制作会社が見積りできる粒度まで書き下したもの。

1.2 読み手

- 社内 — 代表、営業課長
- 社外 — 見積りを出す制作会社 2 社

1.3 範囲

- ページの構成と、各ページに載せる中身
- 問い合わせの受け方

- 表示の速さ・スマホ・読みやすさの条件
- 公開後の更新のしかた

1.4　範囲に含まないもの

> **ここを書かないと、読み手は「書いていないこと＝やること」と読みます。**

- **採用ページ** — 3 年間採用していないため。始めるときに追加する
- **英語版** — 海外取引が無い
- **EC・オンライン見積** — 図面を見ないと単価が出せないため成り立たない
- **ブログ・お知らせの定期更新** — **続かないものを作らない。**更新する人を決められないため（6）

1.5　前提と制約

> **前提が崩れたら、この文書の結論も崩れます。**崩れたら作り直します。

#	前提	崩れたらどうなるか
1	既存のドメイン（2014 年から使っている当社名義のもの）を引き継ぐ	検索での既存の評価が失われ、引合が一時的に減る
2	大口径研磨の加工事例を、客先の許可を得て 3 件掲載できる	**本サイトの中核が無くなる。許可が取れなければ、図面を伏せた寸法だけの紹介に変える（論点 #1）**
3	問い合わせ対応は営業 2 名が行い、専任を置かない	返信が遅れる。**24 時間以内の返信**を約束できなくなる

1.6　改訂履歴

版	日付	作成	承認	変更の要旨
0.5	2026-09-14	AI 活用担当	—	現状の計測結果を整理
1.0	2026-09-29	AI 活用担当	高梨 亮	制作会社 2 社への提示用に確定

1.7 用語

語	この文書での意味
LCP	Largest Contentful Paint。**画面の主な中身が出るまでの時間**。Google が検索順位に使う指標の 1 つ
CLS	Cumulative Layout Shift。**読んでいる途中で中身がずれる度合い**
INP	Interaction to Next Paint。**押してから画面が反応するまでの時間**
実測値・試験値	実測値は実際の利用者の端末で測った値（公開後にしか出ない）。試験値は PageSpeed Insights が決まった条件で 1 回読み込んで測る値
引合	見積の依頼。当サイトの目的はこれを増やすこと
スマホ	画面の横幅が 390px 前後の携帯端末。当サイトの訪問の 63.8%

2.　問い合わせが来ない理由は、測ると 3 つに絞れる

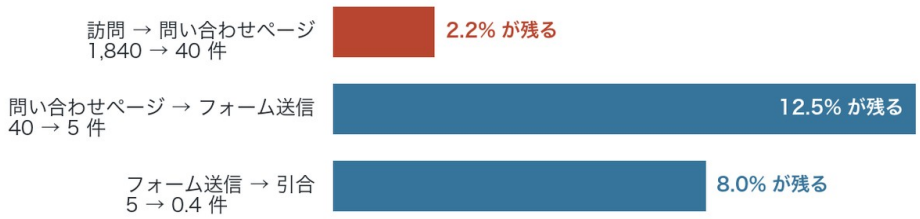
2.1　いまの数字

図表 1　現在のサイトの計測結果

	スマホ	PC	測り方
月の訪問数	**1,174**	666	アクセス解析（2026 年 4〜9 月の平均）
LCP（主な中身が出るまで）	**6.2 秒**	2.8 秒	PageSpeed Insights・実測値
直帰率	**78.4%**	61.2%	アクセス解析
問い合わせページまで到達	月 18 件	月 22 件	アクセス解析
フォームの送信	**月 2 件**	月 3 件	**到達した 40 件のうち 5 件（12.5%）しか送信されていない**
引合につながった件数	**月 0.4 件**	—	営業の記録

資料: Google アナリティクス・PageSpeed Insights（2026-09-11 計測）

図表 2　次の段まで残る割合（月あたり）



いちばん落ちるのは「訪問 → 問い合わせページ」で、2.2% しか残らない。訪問 1,840 件が引合 0.4 件になるまでに、通しで 0.022% まで減る。

資料: Google アナリティクス（2026 年 4〜9 月の平均）

2.2　実機で見て分かったこと

2026 年 9 月 11 日に、iPhone（390px）と Android（412px）の実機で全 14 ページを開いた。

図表 3　実機で見つけた不具合

ページ	何が起きているか	影響
問い合わせ	**入力欄が画面の右にはみ出し、横スクロールしないと見えない**	**送信率 12.5% の直接の原因**
トップ	写真が 4.2MB。読み込みに 5 秒以上	LCP 6.2 秒の主因
会社概要	表が画面幅を超え、住所が読めない	—
設備一覧	文字が 11px。拡大しないと読めない	—
全ページ	電話番号が画像で、タップしても発信できない	**スマホからの電話が生まれない**

資料: 実機での確認（2026-09-11）

> **フォームがはみ出していることに、12 年間誰も気づいていなかった。**PC でしか確認していなかったためである。**本件では、受入の条件に実機での確認を入れる**（7）。

3.　ページは 14 枚から 8 枚に減らす

> **増やさずに減らす。**更新できないページが増えると、古い情報が残って信用を落とす。

図表 4　ページの構成

#	ページ	何のためにあるか	主な中身	今より
P1	トップ	3 秒で「何ができる会社か」を伝える	大口径研磨の写真 1 枚＋できること 3 つ＋事例への導線	作り直す
P2	**大口径の精密研磨**	**当社の強みを伝える中核のページ**	φ200mm 超の加工。精度・実績・設備	**新設**
P3	加工事例	「うちの部品もできそうだ」と思ってもらう	**3 件。**材質・寸法・精度・工程・期間（図面は伏せる）	**新設**
P4	設備一覧	対応できる大きさ・精度を判断してもらう	18 台。機種・加工範囲・精度	作り直す
P5	品質への取り組み	検査体制を見せる	三次元測定機・全数検査・検査成績書の例	**新設**
P6	会社概要	実在と規模を確かめてもらう	沿革・所在地・従業員数・取引銀行	作り直す
P7	**お問い合わせ**	**引合を受ける**	電話・メール・フォームの 3 経路	作り直す
P8	プライバシーポリシー	法令上必要	個人情報の取り扱い	作り直す

資料: 当社作成

無くすページ（6 枚） — 社長挨拶／沿革（会社概要に統合）／お知らせ（2016 年で更新停止）／リンク集／サイトマップ／アクセスカウンター付きのトップ旧版。

4.　問い合わせは 3 経路。フォームは 5 項目まで

図表 5　問い合わせの受け方

経路	どう見せるか	受け先	返信の目安
電話	**全ページの上部に固定。スマホではタップで発信**	代表電話	その場
メール	アドレスを文字で表示（画像にしない）	chuumon@	**24 時間以内**
フォーム	P7 と、各ページの末尾にボタン	chuumon@ に転送	**24 時間以内**

資料: 当社作成

図表 6　入力してもらう項目

項目	必須	形	なぜ
会社名	○	文字	—
お名前	○	文字	—
メールアドレス	○	文字	返信に必要
電話番号	—	文字	**任意にする。必須にすると送信率が下がる**
ご相談の内容	○	複数行	—
図面の添付	—	ファイル	**10MB まで・PDF/JPEG/PNG**

資料: 当社作成

> **項目を 5 つ（＋添付）に絞る。**現在のフォームは 11 項目あり、うち 8 つが必須である。**業種・従業員数・どこで知ったかは聞かない。**知りたい気持ちは分かるが、送信率と引き換えになる。

5.　非機能要件 — 実際に壊れたものだけを書く

一般論のチェックリストは書かない。ここに挙げるのは、**当社または当社の支援者が実際に検出した不具合**だけである。

5.1　速さ

図表 7　速さの条件

測るもの	条件	測り方
LCP（スマホ）	**2.5 秒以内**	公開前: PageSpeed Insights の試験値（モバイル）を 3 回測った中央値。公開後: 実測値（利用者の 75 パーセンタイル）
LCP（PC）	**1.8 秒以内**	同上（デスクトップ）。Google の基準より厳しく置いた
CLS	**0.1 以下**	同上
INP	**200 ミリ秒以下**	公開後の実測値で見る（試験値には出ない）
画像 1 枚	**300KB 以下**	**WebP。現在 4.2MB の写真がある**
総転送量（トップ）	**1.5MB 以下**	ブラウザの開発者ツール

資料: Google web.dev「Web Vitals」（LCP 2.5 秒・INP 200 ミリ秒・CLS 0.1、75 パーセンタイル。2024-10-31 更新版を 2026-11-17 に確認）

> **実測値は、公開して利用者が来てから出る。**公開前に受け入れるときは試験値で判定し、公開後に実測値で測り直す。当サイトは訪問が月 1,840 件と少なく、実測値が出ないこともある。**その場合は試験値で判定を続け、実測値を待って受入を止めない。**

5.2　スマホ

図表 8　スマホでの条件

条件	数値	なぜ
横スクロールが発生しない	**390px 幅で 0px のはみ出し**	**現在のフォームがはみ出している。本件の最大の欠陥**
本文の文字の大きさ	**16px 以上**	現在 11px のページがある
押せるものの大きさ	**1 辺 44px 以上**	指で押せる下限
電話番号	**文字にし、`tel:` で発信できる**	現在は画像で発信できない
表が画面を超えるとき	**その表だけを横スクロールさせる。ページ全体は横に動かさない**	下記の注意

資料: 当社作成

> **「表だけ横スクロール」は、検査の抜け道にもなる。**`overflow-x:auto` を正常として数える検査を作ると、**図が 38px はみ出していても全項目が緑になる。**（2026-09 に実際にそうなった。）**但し書きを書いたら、但し書き自体を検査する行をもう 1 本足す。**

5.3　日本語の表示

日本語は、宣言しただけでは正しく折り返されない。

図表 9　日本語の折り返し

条件	やり方	根拠
語の途中で割らない	**`word-break:auto-phrase` だけでは効かない。**割られたくない塊は `<span style="white-space:nowrap">` で囲む	**computed value に載っていても語中で割ることを実測**（2026-09）
見出しの行の揃え	`text-wrap: balance`	1 行目が長く 2 行目が 1 語になるのを防ぐ
検出のしかた	**`Intl.Segmenter`（ブラウザ内蔵）で分節を取り、割れている箇所を機械的に探す**	外部のライブラリが要らない

資料: 当社の支援者による実測（2026-09）

5.4　配色と明暗

図表 10　配色の条件

条件	やり方
文字と地のコントラスト	**4.5:1 以上**（WCAG AA）。本文・ボタン・注記のすべてで満たす
暗い画面での表示	**色は必ず `:root` で一度すべて定義し、`@media (prefers-color-scheme: dark)` では上書きだけにする。**暗い側の中だけで定義された色があると、**既定の状態で片方の文字がもう片方の地に乗る**
色だけで意味を伝えない	赤緑だけで区別しない。記号か文字を添える

資料: WCAG 2.2 AA、および当社の支援者による実測

5.5　その他

図表 11　運用・法令

項目	条件
対応ブラウザ	Chrome・Safari・Edge の**最新 2 版**。IE は対象外
SSL	**必須**（HTTPS）。証明書の更新は自動にする
アクセシビリティ	**JIS X 8341-3:2016 の適合レベル AA を目標にする。**制作会社は達成基準ごとの確認結果（一覧）を納品し、当社は公開時に「ウェブアクセシビリティ方針」を載せる

項目	条件
フォームの守り	IPA『安全なウェブサイトの作り方 改訂第 7 版』第 1 章の 11 種の脆弱性に対策し、確認結果を納品する。**画像の文字を読ませる認証（CAPTCHA）は使わない**（送信率が下がる）。機械の送信は見えない欄と送信の間隔で防ぐ
個人情報	フォームの送信は暗号化。**取得した情報は返信にのみ使う**
アクセス解析	Google アナリティクス。**Cookie の同意を取る。**電話番号のタップとフォームの送信を、別々に数える（引合の経路が分かるように）
検索	ページごとに題名と説明文を付ける。会社の情報を構造化データ（Organization）で載せる。サイトマップを Search Console に登録する
バックアップ	**日次。**制作会社側で保持
ドメイン	既存のドメインを引き継ぐ。**名義は当社のまま**（制作会社の名義にしない）。**旧 URL から新 URL へ 301 で転送する**（14 ページ分の対応表を当社が作る）

資料: 当社作成。規格はデジタル庁「ウェブアクセシビリティ導入ガイドブック」（最終更新 2025-10-16）と IPA「安全なウェブサイトの作り方 改訂第 7 版」で 2026-11-17 に確認

6.　公開してからどう更新するか

> **続かない更新を前提にしない。**「月 2 回ブログを書く」と決めたサイトの大半は、半年で止まる。**止まった痕跡は、更新していないことより悪い印象を与える。**

図表 12　更新するもの・しないもの

対象	頻度	誰が	止まったらどうなるか
加工事例	**年 2〜3 件**	営業課長	日付を出さない作りにするので、**止まっても古く見えない**
設備一覧	設備を入れ替えたとき	製造部長	—
会社概要	年 1 回（決算後）	総務	—
お知らせ・ブログ	**作らない**	—	**現在のサイトは 2016 年で止まっており、「10 年間動きが無い会社」に見えている**

資料: 当社作成

7.　受け入れの条件

満たしていれば受け入れる、満たしていなければ受け入れない。

図表 13　受入の判定

#	確かめること	合格の条件	誰が
1	**実機で全 8 ページを開く**	**iPhone（390px）と Android（412px）で、横スクロールが 0px**	営業課長

#	確かめること	合格の条件	誰が
2	速さ	公開前の試験環境で、PageSpeed Insights（モバイル）の試験値が LCP 2.5 秒以内・CLS 0.1 以下（3 回の中央値）	制作会社・当社
3	電話のタップ	全ページで、電話番号をタップすると発信画面が出る	営業課長
4	フォームの送信	**実際に 3 回送信し、3 回とも chuumon@ に届く**	営業 2 名
5	添付	10MB の PDF を添付して送信できる	営業課長
6	暗い画面	端末の設定を「ダーク」にして全 8 ページを開き、**読めない文字が 1 つも無い**	営業課長
7	転送	旧 14 ページの URL がすべて新しい URL に転送される	当社
8	**日本語の割れ**	**見出しと本文に、語の途中で割れている箇所が無い**（390px で目視）	営業課長
9	規格の確認結果	アクセシビリティ（JIS X 8341-3:2016）とフォームの守り（IPA）の確認結果が納品されている	当社

資料: 当社作成

公開の 1〜2 か月後に、速さを実測値で測り直す（5.1）。届かなければ、保守の範囲で直していただく。

> **判定するのは制作会社ではなく当社である。**前回（2014 年）は制作会社の確認だけで受け入れ、**12 年間フォームが壊れたままだった。**

8.　日程と費用、制作会社の選び方

図表 14　日程

	期間	終わりの目印
制作会社の選定	2026-10	2 社の提案を比べ、1 社に決める
原稿と写真の用意	2026-11 〜 12	**加工事例 3 件の客先許可を取る（当社の作業）**
設計・制作	2027-01 〜 02	—
受入	2027-03	7 の 9 項目
公開	**2027-03 下旬**	301 転送の確認まで

資料: 当社作成

図表 15　概算の費用（当社の見立て）

	初期	年間
設計・制作（8 ページ）	¥1,280,000	—
写真の撮影（加工事例 3 件・設備）	¥180,000	—
原稿（当社で用意）	—	—
サーバ・ドメイン	—	¥48,000
保守（軽微な修正・年 6 回まで）	—	¥144,000
合計	**¥1,460,000**	**¥192,000**

資料: 当社の見立て（制作会社の見積りではない）

引合が月 0.4 件から 2 件に増え、**うち 2 割が受注になり**、1 件あたりの年間売上が 1,200 千円とすると、年 **¥4,608,000** の売上増になる。初期費用は **4 か月**で回収できる見込み。

> **この試算は前提が多い。**とくに「引合の 2 割が受注になる」は過去の実績（2024〜2026 年で 19 件中 4 件＝21.1%）から置いたが、**サイト経由の引合の質は分からない。**公開 6 か月後に実績で測り直す。

本書を 2 社に渡し、次の配点で選ぶ。配点は提案をいただく前に示し、後から変えない。

図表 16　評価の観点と配点

観点	配点	何を見るか
お問い合わせのページの試作	**40**	スマホの実機で、営業 2 名が送信まで操作する。はみ出し・押しにくさ・項目の数
速さの実績	**20**	その会社が過去 2 年に作ったサイト 3 つを、当社が PageSpeed Insights で測る
更新の手間	**10**	加工事例を 1 件足すときの手順と費用（保守の範囲で済むか）
費用	**30**	3 年総額（初期 ＋ 年額 × 3）。最も安い社を 30 点とし、他社は 30 × 最安 ÷ その社

資料: 本書で定義（考え方は当社の RFP の評価のしかたと同じ）

図表 17　契約の形と、権利・引き渡し

項目	当社の案
契約の形	制作は**請負**（7 の 9 項目を満たしたら検収）。保守は**準委任**（1 年ごと）
制作物の著作権	**当社に譲渡**（文章・デザイン・プログラム）。制作会社が前から持つ部品は、当社が使い続けられる許諾でよい
写真	撮影した写真は、当社が**サイト以外（会社案内・展示会の資料）にも使える**ことを契約に書く
ドメイン・サーバ・解析	**当社の名義・当社のアカウント**で持つ。制作会社には担当者の権限だけを渡す
引き渡すもの	サイトの全ファイル、設定の手順、管理画面の権限、旧 URL と新 URL の対応表、規格の確認結果

資料: 本書で定義

> **ドメインを制作会社の名義で取らせない。**名義が他社だと、制作会社を替えるときにサイトの住所ごと失う。

9. 論点と未決

> **決まっていないことを、決まっていないと書きます。**埋めてから出すと、決めた人が誰もいないまま進みます。

#	論点	選択肢	決める人	期限
1	**加工事例 3 件の客先許可が取れるか**	① 取れる（社名を出す）／② 社名を伏せて掲載／③ 図面を伏せ、寸法と精度だけ紹介	営業課長	2026-12-18
2	お知らせ・ブログを本当に作らないか	① 作らない（本書の案）／② 年 2〜3 回の更新で作る	代表	2026-10-30
3	採用ページをいま作るか	3 年間採用していないが、組織と KPI の設計で人材の課題が出ている。**関連する論点**	代表	2027-03

10. 次にやること

#	やること	誰が	いつまでに
1	加工事例の候補 5 件を選び、客先に許可を依頼する	営業課長	2026-11-13
2	旧 14 ページと新 8 ページの URL 対応表を作る	AI 活用担当	2026-12-11
3	本書を制作会社 2 社に渡し、提案を依頼する	AI 活用担当	2026-10-09
4	現在のフォームがはみ出している件を、暫定で直せるか制作会社に聞く	営業課長	2026-10-09