

ホームページリニューアルプロジェクト定例報告



ワニラボ

- 1. 前回の振り返り
- 2. プロジェクトの現状整理
- 3. 課題とリスクの特定
- 4. 今後のアクションプラン
- 5. スケジュール・マイルストーン
- 6. エグゼクティブサマリ

前回決定事項とTODO確認

プロジェクト立ち上げに向けた基本方針が確立されました

決定事項

- ホームページリニューアルの目的：企業イメージ向上と情報発信強化
- 支援範囲：企画・コンセプト策定から制作会社選定・管理まで一貫サポート
- 重要な制約条件：2025年9月のミッション・ビジョン・バリュー策定との連動

完了したTODO

- 既存素材（インタビュー記事、商工会議所撮影動画）の棚卸し完了
- 社内体制・リソース状況の確認完了

プロジェクト状況の全体像



豊富な素材と明確な目的を持ちながら、専門人材不足が課題

項目	現状	備考
プロジェクト目標	企業イメージ向上・情報発信強化	明確に定義済み
既存素材	インタビュー記事、動画素材	活用方法の検討が必要
社内リソース	Web制作の専門知識不足	外部パートナーとの連携必須
時期的制約	2025年9月MVV策定予定	リニューアル時期との調整要
企業背景	長年の技術・実績保有	新たな成長フェーズ

重要課題とリスク要因

タイミング調整と素材活用が成功の鍵となります

重要課題

- ・ 専門人材不足：社内にWeb制作の専門知識を持つ人材が不在
- ・ 素材活用の明確化：既存素材の効果的な活用方法が未定
- ・ MVVとの整合性：2025年9月策定予定の企業理念との連動

リスク要因

- ・ スケジュール遅延：MVV策定タイミングとの調整失敗
- ・ 制作会社選定ミス：要件定義の不備による不適切な発注
- ・ コンテンツの一貫性欠如：既存素材と新規制作物の統一感不足

次ステップの具体的行動計画

段階的アプローチで確実にプロジェクトを推進します

フェーズ1：企画・コンセプト策定（2月-3月）

- ・ 事業内容・強み・展望の詳細ヒアリング実施
- ・ ホームページのコンセプト・構成提案書作成
- ・ 既存素材の分析と活用戦略立案

フェーズ2：仕様書作成・制作準備（4月-5月）

- ・ ターゲットユーザー・デザイン要件の明確化
- ・ 制作会社発注用仕様書の完成
- ・ 制作会社選定基準の策定と候補リストアップ

Next Action: 来週までに事業ヒアリング日程調整・既存素材詳細分析開始

プロジェクト全体スケジュール



MVV策定タイミングを見据えた戦略的スケジュールリング

時期	マイルストーン	主要成果物
2025年2-3月	企画・コンセプト策定完了	コンセプト提案書、素材活用計画
2025年4-5月	仕様書作成・制作準備完了	発注仕様書、制作会社選定基準
2025年6-7月	制作会社選定・制作開始	制作会社決定、制作キックオフ
2025年8月	制作進捗管理・品質確認	制作物レビュー、修正指示
2025年9月	MVV策定・サイト更新	企業理念反映、本格稼働
2025年10月	効果測定・改善提案	運用開始、KPI測定開始

本会議要約と重要ポイント

戦略的アプローチによりホームページリニューアルを成功に導きます

プロジェクト概要

長年の技術と実績を持つ企業として、新たな成長フェーズにおける企業イメージ向上と情報発信強化を目的としたホームページリニューアルプロジェクトを推進。既存の豊富な素材を活用しながら、2025年9月のミッション・ビジョン・バリュー策定と連動した戦略的なWebサイト構築を実現する。

成功要因

- ・ **段階的アプローチ**：企画から制作管理まで体系的な推進
- ・ **既存素材の戦略的活用**：インタビュー記事・動画の効果的配置
- ・ **タイミング最適化**：MVV策定との完璧な連動
- ・ **専門パートナーシップ**：制作会社選定・管理の徹底支援

Key Takeaway: 戦略的計画と専門支援により、企業成長を加速するWebサイトを構築