

ウェブサイトリニューアル提案書

患者様獲得の強力なエンジンへと変革するデジタル戦略

- ✓ 信頼性（E-E-A-T）の確立と専門性の可視化
- ✓ ストレスのないユーザー体験（UX）の設計
- ✓ 地域からの集患を実現するローカルSEO強化

目次

- 1 エグゼクティブサマリー
- 2 現状分析
- 3 課題整理
- 4 競合・ベンチマーク分析
- 5 ユーザーペルソナ設定
- 6 サイト戦略立案
- 7 運用戦略
- 8 要件定義
- 9 技術要件・アクセシビリティ
- 10 デザインの方向性
- 11 配色パレット提案
- 12 サイトマップ
- 13 情報アーキテクチャ
- 14 5営業日WBS詳細
- 15 KPI設定・測定方法
- 16 まとめ・次のステップ

エグゼクティブサマリー



提案の狙い

あざみ野クリニック様のデジタルプレゼンスを、単なるオンライン上の案内板から、能動的に患者様を獲得する強力なエンジンへと変革します。内科・消化器内科領域における地域随一の権威として確立し、診療予約数の測定可能な増加に直結させます。



提供価値

- ✓ E-E-A-T：専門性と権威性の確立
- ✓ SEO対策による地域内での可視性向上
- ✓ 患者中心の直感的なUX設計
- ✓ フリクションレスな予約フロー構築



主要成果目標（KPI）

オンライン経由での新規患者予約数

20%増加

（初回6ヶ月以内）

主要キーワードでのGoogle検索順位

上位5位以内

（3ヶ月以内）

予約受付の電話対応時間

30%削減

（オンライン予約移行による）

現状分析 - 人口動態とサイト指標



地域の人口動態

横浜市青葉区は総人口31万人以上、約13万2,500世帯を擁する大規模で安定した患者層を形成しています。

高齢者（65歳以上）人口比率

22.4%

2020年時点、増加傾向

後期高齢者見通し

倍増

2050年までに約2倍に

人口構造の特徴

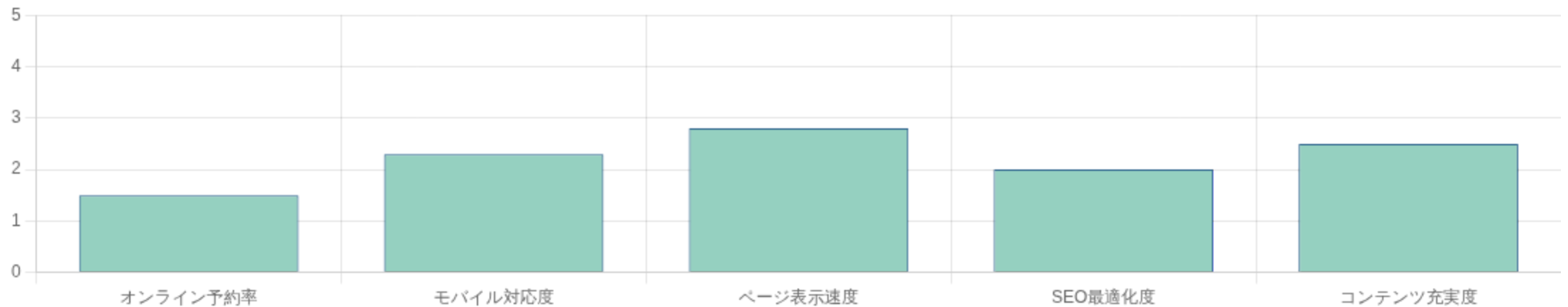
二重構造

ファミリー層＋シニア層



既存サイトの現状と課題

現在のウェブサイトは案内板的役割にとどまり、積極的な患者獲得エンジンになっていません。



※5点満点での評価。現状では特にオンライン予約機能とSEO対策に課題があります。

現状の課題整理



集患力と差別化の課題

- ✕ 既存サイトは案内板的役割にとどまり、積極的な患者獲得エンジンになっていない
- ✕ 競合クリニックと明確な差別化ができておらず、選択理由が伝わりにくい

重要な洞察

"苦痛のない内視鏡検査"はもはや差別化要因ではなく、最低条件です。患者体験全体の最適化に注力すべきです。



コンテンツと表現の課題

- ✕ 展示的な情報表現にとどまり、患者の悩みや症状に応えるコンテンツが不足
- ✕ 医師の専門性や設備の価値が患者目線で十分に伝わっていない
- ✕ 症状別・病名別の情報構造になっておらず、患者の探しやすさに欠ける
- ✕ 高齢者にも配慮したアクセシビリティ設計がなされていない



技術的課題

- ✕ ユーザビリティが最適化されておらず、重要情報へのアクセスに時間がかかる
- ✕ SEO対策が不十分で、地域検索での上位表示ができていない
- ✕ モバイルファーストの設計になっておらず、スマートフォン閲覧に最適化されていない
- ✕ Googleビジネスプロフィール連携など、ローカルSEO施策が未活用

Ⅲ 地域主要クリニックとの機能比較

機能／特徴	あざみ野クリニック	ささき内科	横浜内科	たまプラーザ
WEB予約	△	○	○	△
症状別ページ	×	○	△	○
ローカルSEO対策	×	○	△	△
AI内視鏡対応	○	○	×	○
医師詳細情報	△	○	○	△
モバイル対応	△	○	○	○

💡 競合分析からの洞察

「苦痛のない内視鏡検査」はもはや標準機能であり差別化要因となりません。オンライン予約も急速に標準化しており、真の競争優位は患者体験の総合的な最適化にあります。

👤 患者体験の全体最適化

知識と専門性の可視化

患者様は医師の知識・経験・専門性に高い関心があります。競合との差別化には、詳細な医師プロフィールや専門分野の解説、症例数など専門性を具体的に可視化することが重要です。

シームレスな診療体験

予約から受診、治療計画、会計まで一貫した体験を提供することで、患者満足度が向上します。オンライン・オフラインの境界をなくした統合体験が競争優位につながります。

🎯 差別化ポイント

E-E-A-Tを活かした信頼構築

経験・専門性・権威性・信頼性をウェブサイト全体で表現し、内科・消化器内科領域における地域一番の信頼を確立します。院長の講演実績や論文など、専門性を裏付ける実績を前面に。

年齢層に合わせた二重のUX設計

高齢患者と家族サポート層の二重の患者層に対応するため、シンプルで直感的なナビゲーションと詳細情報の両方を提供する柔軟なUX設計を実現します。

ユーザーペルソナ設定（シニア層）

青葉区の人口動態と患者行動分析から、あざみ野クリニック様の主要ペルソナの一つとして、シニア層のユーザー像を特定しました。この理解を基に、高齢者に配慮したウェブサイト設計を行います。



シニア層ペルソナ

佐藤 隆さん（72歳・退職者）

！ ペインポイント

- 小さい文字が読みにくく、複雑な操作が苦手
- オンラインツールに不慣れで使い方に不安
- 検査や治療に対する不安が大きい
- 情報過多で自分に必要な内容を見つけられない

人 行動パターン

- 家族（娘・息子）に相談・同伴を求める
- 電話での予約・問い合わせを好む
- 症状が進行してから受診する傾向
- 口コミや知人の評判を重視

♡ 関心事

- 医師の経歴・専門性・資格
- 検査の痛みや負担の少なさ
- 丁寧でわかりやすい説明
- 待ち時間・通院の負担

💡 サイト設計への示唆

- 大きな文字サイズと高コントラスト設計
- シンプルな操作性と明確な指示
- 家族同伴を想定した情報構成
- 電話予約との併用を前提としたUI

※ 次ページに家族層ペルソナを掲載

ユーザーペルソナ設定 (家族層)



田中 明子 (35歳・専業主婦)

2歳と5歳の子どもを持つ母親。あざみ野エリアに居住し、家族の健康管理を担当。子どもの急な体調不良に対応できるかかりつけ医を探している。

居住地域

あざみ野駅徒歩15分

家族構成

夫・子ども2人 (2歳・5歳)

デバイス

スマートフォン 90%

閲覧時間帯

平日9-14時、21-23時

🔍 情報収集方法

- ✓ 「子ども 発熱 小児科 あざみ野」など具体的キーワード検索
- ✓ ママ友のLINEグループや地域情報アプリを活用
- ✓ 子どもの通園施設からの紹介情報を重視

💖 ニーズと関心事

- ✓ 土日・祝日診療や18時以降の夜間診療
- ✓ 小児科の診療経験・専門性のある医師
- ✓ 待合室環境とオンライン予約システム

💡 サイト設計上の配慮点

- ✓ 子どもの症状別の診療対応情報を明示
- ✓ スマホで片手操作可能な簡単予約フォーム
- ✓ 待ち時間・混雑状況のリアルタイム表示

サイト戦略立案 - 三本柱アプローチ



戦略の三本柱

あざみ野クリニック様の新サイトは、次の3つの柱を軸に構築することで、地域医療のデジタルプレゼンスを確立します。



信頼性と専門性（E-E-A-T）

医師の専門性と経験を前面に出し、患者様の信頼を獲得します。

- ✓ 医師の詳細なプロフィール掲載
- ✓ 症例実績と医学的根拠の提示



ローカルSEO強化

地域検索での上位表示を実現し、新規患者様の獲得を促進します。

- ✓ 構造化データマークアップ実装
- ✓ Googleビジネスプロフィール最適化



フリクションレスなUX

すべての世代に使いやすい、直感的なデザインを実現します。

- ✓ 3クリック以内のアクセス設計
- ✓ 高齢者にも配慮したUI/UX

※ 戦略実現のための具体策は次のページに続きます

運用戦略（CMS体制・コンテンツ戦略）



CMS運用体制案

WordPressをベースとした医療機関向け専用CMSを導入し、院内スタッフによる更新業務を効率化。権限レベルに応じた役割を設定し、簡単に更新できる体制を構築します。

 院長：コンテンツ最終承認

 事務長：サイト管理・更新統括

 受付：お知らせ・予約状況更新

 外部：技術サポート・SEO対応



定期更新とコンテンツ戦略

検索エンジン評価と患者様の信頼性向上のため、医療コンテンツを定期的に更新する体制を構築します。季節性疾患情報や健康コラムなど、価値提供型コンテンツに重点を置きます。

ウィークリーアップデート

診療日程、医師情報、季節性疾患情報を最低週1回更新。休診情報は即時更新で信頼性確保。

マンスリーコンテンツ

月1回の症状解説記事や健康コラム追加。消化器内科に関する専門的な内容で権威性を強化。

要件定義（機要件）



主要機要件

あざみ野クリニック様の新サイトに必要な機要件を優先度別に整理しました。

🌱 オンライン予約・問診システム 必須

3Bees/Medibot/MEDICALPASSと連携したオンライン予約機能
症状別の事前WEB問診フォーム
LINE連携による予約確認・リマインダー通知
予約履歴の閲覧・変更・キャンセル機能

👤 医師・症状情報ページ 必須

医師紹介（詳細なプロフィール・資格・専門領域）
症状・疾患別の詳細情報ハブページ
検査・治療内容の詳細説明（内視鏡検査等）
設備・医療機器の紹介（高解像度写真付き）

💬 コミュニケーション機能 推奨

問い合わせフォーム（症状別カテゴリー分類）
よくある質問（FAQ）セクション
院長ブログ・医療コラム機能
お知らせ・新着情報表示機能

📱 技術・ユーザビリティ要件 必須

モバイルファースト・レスポンシブデザイン
読みやすいフォントサイズと配色（高齢者配慮）
3クリック以内でのコアコンテンツへのアクセス
ページ表示速度最適化（3秒以内）

技術要件・アクセシビリティ



CMS・プラットフォーム

WordPress推奨

医院スタッフが容易に更新できる管理画面、多数のプラグインによる拡張性、SEOフレンドリーな構造を備えています。

- ✓ 専用テーマによるブランド統一
- ✓ 簡単な投稿・更新システム



セキュリティ・標準対応

- 🔒 SSL証明書（HTTPS）必須
- 👤 WCAG 2.1 AA準拠
- 👤 プライバシーポリシー明示
- 🍪 Cookieポリシー対応



パフォーマンス最適化

ページ高速化（3秒以内表示）

Core Web Vitalsを重視し、特にLCP（最大コンテンツの描画時間）を3秒以内に最適化します。

- ✂ 画像圧縮・最適化
- 📶 CDN活用
- 🔧 レンダリング最適化
- 📱 モバイル表示速度優先



アクセシビリティ対応

- 🔊 高齢者配慮フォント（16px以上）
- 🗂 キーボード操作完全対応
- 🗂 コントラスト比4.5:1以上
- 🔊 スクリーンリーダー対応

デザインの方向性

デザインコンセプト

『プロフェッショナルな安らぎ』

医療機関としての専門性と信頼性を表現しつつ、患者様に安心感と親しみやすさを感じていただけるデザイン。青葉区の特徴を反映した上質感と清潔感を両立。

ビジュアル指針

余白を効果的に活用した開放感のあるレイアウトで、コンテンツの読みやすさと安らぎを提供。クリニックの写真を活用し、リアルな医療環境を伝えます。



高品質写真

医師・設備の実写で信頼感を醸成。



効果的な余白

ゆとりあるスペースで読みやすさを確保。



フォント設計

見出しと本文の最適バランス。

高級住宅地イメージの踏襲

あざみ野エリアの特徴を反映し、洗練された高級感と落ち着きのある雰囲気 연출。地域の自然環境と調和する安心感を与える色調構成。



間接照明効果

柔らかな光で温かみを表現。



自然要素

緑のアクセントで癒しを表現。



洗練ライン

シンプルなフレームで上質感を演出。

配色パレット提案

医療機関としての信頼性と専門性を表現しつつ、親しみやすさと安心感を与える配色を設計しました。

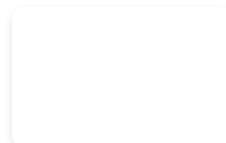
基本カラーパレット



プライマリーブルー
—
#2c628c
ヘッダー・見出し



ミントグリーン
#95d0c0
アクセント



ホワイト
#ffffff
背景・コンテンツ



ライトブルー
#f6f9fb
セクション背景

アクセントカラー



ウォームオレンジ
#FF7A59
CTA・重要ボタン

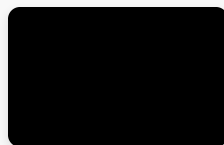


スカイブルー
#4ba3e3
サブアクセント



ヒーリンググリーン
—
#64a882
健康・安心表現

⚠ 避けるべき色 (NG色)



ブラック
#000000
死を連想させる



レッド
#ff0000
血を連想させる



ダークパープル
#8a00ad
不安感を与える

配色適用ガイドライン： ウェブサイト全体でのカラーバランスは、メインカラー（ブルー・ミント）70%、アクセントカラー20%、モノクロ10%の比率で統一し、視覚的な一貫性を保ちます。CTAボタンにはウォームオレンジを使用し、視線誘導を促します。

サイトマップ

あざみ野クリニック様のウェブサイトは、患者様のニーズを最優先に考え、3クリック以内でほとんどの重要情報にアクセスできる情報設計を採用します。以下のサイトマップでは、直感的なナビゲーション構造を視覚化しています。





情報の流れと主要導線

患者様の体験を最適化するため、どのページからでも重要情報に3クリック以内でアクセスできる設計としています。特に予約・問診・症状検索への動線を最優先に強化しています。



導線最適化のポイント

- ✓ どのページからでも予約ボタンに1クリックでアクセス可能（固定ヘッダー設置）
- ✓ モバイル向け特別メニュー設計で、スマートフォンからの予約動線を短縮
- ✓ 症状別検索を強化し、患者様の悩みから適切な診療内容へ誘導
- ✓ 高齢者に配慮した大きなボタンと明確なラベルでアクセシビリティを向上

5営業日WBS詳細（アジャイル開発計画）

📅 アジャイル開発スプリント計画

- 1

戦略確定・基盤構築
戦略確認、素材収集、サーバー設定、ワイヤーフレーム作成
🔴 素材提供が必須
- 2

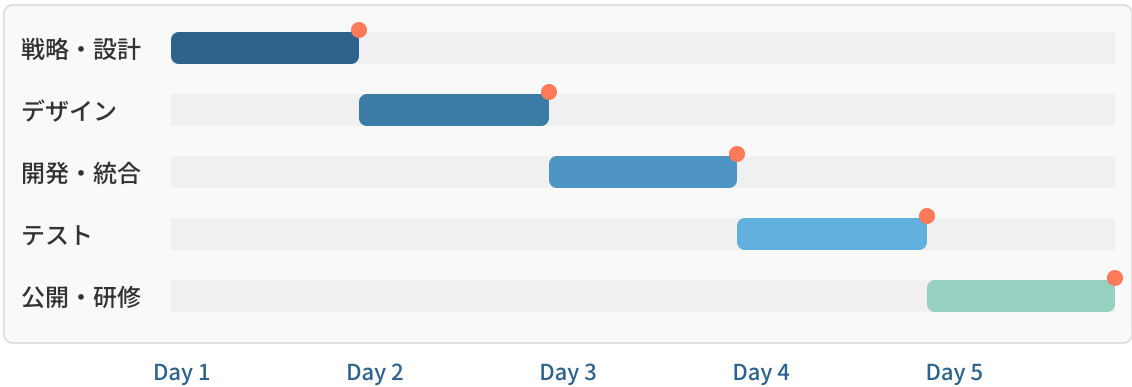
デザイン作成・実装
ビジュアルデザイン制作、承認、コーディング開始
- 3

開発・コンテンツ統合
フロントエンド実装、コンテンツ統合、予約システム連携
- 4

テスト・最終調整
クロスブラウザテスト、モバイル対応、SEO最適化
- 5

本番公開・トレーニング
公開、最終確認、CMS運用トレーニング、マニュアル提供

📊 全体タイムライン（ガントチャート）



あざみ野クリニック ウェブサイトリニューアル提案書

💡 アジャイル開発の成功要因

5営業日で高品質なサイト構築には以下が不可欠：

- 院長先生の即決レスポンス（12時間以内）
- 初日までに全素材の事前準備
- オンライン会議ツールでの常時連絡体制
- 決定権のある担当者のアサイン

🚩 重要なマイルストーン

- ✓ Day 1 (PM): ワイヤーフレーム承認・CMS基盤完成
- ✓ Day 2 (正午): ビジュアルデザイン最終承認（必須）
- ✓ Day 3 (PM): 予約システム連携テスト完了
- ✓ Day 4 (PM): 全ページテスト・SEO確認完了
- ✓ Day 5: サイト公開(AM)・スタッフ研修(PM)

⚙️ 並行作業プロセス

短期構築を実現するための並行開発体制：

フロントエンド（Day 2-4）

レスポンシブデザイン
ページロード最適化

バックエンド（Day 1-3）

WordPress CMS設定
予約システム連携

WBS詳細プロセスと並行作業戦略



WBS詳細プロセス

5営業日内で効率的な開発を実現する主要フェーズと成果物

ディスカバリー 要件精査・優先順位付け	デザイン UIプロトタイプ作成	開発 フロント・バックエンド	テスト・公開 品質確認・本番展開
-------------------------------	---------------------------	--------------------------	----------------------------



並行作業戦略

限られた期間で成果を最大化する並行タスク管理

✂ デザインチーム

- ✓ UI/UXデザイン
- ✓ コンテンツ設計

</> 開発チーム

- ✓ コアシステム構築
- ✓ 予約機能連携

📈 マーケティング

- ✓ SEO最適化
- ✓ コンテンツ調整



マイルストーン設定

Day 1	Day 2-3	Day 4	Day 5
🚩 要件確定 👥 情報設計	✍️ デザイン承認 📦 CMS構造確定	</> 実装完了 🔧 内部テスト	✓ 最終確認 🌐 サイト公開

KPI設定・測定方法



主要KPI指標

新サイト展開後の明確な成果測定と継続的な改善のため、以下のKPI指標を設定します。

新規予約数
20%増加
初回6ヶ月以内に達成

主要キーワード順位
上位5位以内
内視鏡検査・消化器内科+地域名で3ヶ月以内

電話対応時間
30%削減
WEB予約への移行率向上により



SEO関連指標

- ✓ コンバージョン率（予約ページ遷移率）
 - ✓ サイト滞在時間の30%増加
 - ✓ Googleビジネスプロフィールのクリック数25%増加
- ✓ 直帰率の20%低減（現状から改善）
 - ✓ モバイルからの予約率40%達成
 - ✓ 症状別ページの閲覧数追跡と最適化



測定ツールと方法

Googleアナリティクス4
ユーザー行動・流入経路・コンバージョン分析

Search Console
検索順位・クリック率・インプレッション数

PageSpeed Insights
サイトパフォーマンス・CWV指標測定

GBPダッシュボード
ローカルSEO効果・電話・ルート検索数

予約システム統計
予約数・予約経路・キャンセル率分析

月次レポート
KPI進捗・傾向分析・改善提案の定期報告

まとめ・次のステップ



早期着手の重要性

患者様のデジタル活用が急速に進む現在、競合との差別化を早期に実現することが重要です。5営業日のアジャイル開発により、迅速な効果創出を可能にします。

✓ 迅速な意思決定による短期間での成果達成

✓ 早期リリースによる競合との差別化



今後の流れ



ご確認・承認

内容確認と契約



詳細設計

コンテンツ準備



制作着手

5日間開発



公開

サイト公開



運用支援

効果測定



プロジェクト成功への道筋

1. 迅速なフィードバック

5営業日スプリントの成功には、1日単位での即時レスポンスが鍵です。

2. 全コンテンツの準備

医師プロフィール、施設写真など素材を初日までにご準備ください。

3. 継続的な改善

データに基づく継続的な改善で、長期的な集患効果を最大化します。