

HP の作成方法について・・・

ホームページの作成はやってみると結構大変です。はじめは自力でと思い試行錯誤を重ねましたが、結局今のホームページはシステムエンジニアさんをお願いして作成いたしました。しかし、今まで努力して作ったホームページの素材は無駄にはなっていません。ホームページも徐々に進化し、改良を加え、理想に近づきながら新たな取り組みを行いつつ、変遷しています。ホームページ一度作ったら終わりではありません。せつかくのホームページを生きたものにするためにご参考になればと思い、レポートを書きました。興味があればご一読ください。

歯科医のためのホームページ作成方法

業種にかかわらず、HPでの宣伝広告は時代の流れと共に主流になりつつあるのは誰しもが認識していることではないでしょうか？

昔は駅や線路脇の『野立て看板』や、駅構内の『電飾看板』、バスや電車の『車内広告』、『電柱広告』等が宣伝手法としては一般的でありました。



一昔前は広告というと電信柱の広告が中でも一番多かったかもしれませんが。

また、単発広告としては、雑誌や新聞紙面、ミニコミ誌、折り込み等の宣伝手法もあるかもしれません。宣伝広告費用はかなりかかるかもしれませんが、テレビやラジオで広告という方法もありかもしれません。

更には、NTT 電話帳や職業別電話帳も広告手法としては多いと思います。



受動的広告

一般的に、『野立て看板』、『駅の電飾看板』、『東電電柱看板』等は歯医者を開業した先生方は、一度は行った宣伝手法ではないでしょうか？

しかし、看板等の製作費も馬鹿にならず、3年、5年と時間が経過してくると道行く人の目に留まらなくなってくるのはこの宣伝手法の欠点ではないでしょうか？

ともすれば、長年変わらぬ看板表示は、かえってマイナスイメージを植え付けかねないリスクをも生じてくるかもしれません。

道行く人の記憶に刷り込むためならば、定期的にデザインや色合いを変える必要もありますが、それなりの宣伝広告費用が発生してしまいます。

なにより、上記の宣伝手法は歯医者が必要としている人も、必要としていない人もターゲットにした宣伝手法です。万人向けの、認知されることを目的とした一方通行の広告です。この広告手法は、道行く人の記憶に留め、もしもの時に記憶を呼び覚ましてもらうことを期待して行う広告ですが、道案内にも使えるという利点もあります。

能動的広告

このような広告に対し、実際に歯医者在必用にしている人にターゲットを絞った広告が、電話帳広告やインターネット広告です。患者さんは来院の意思があつて病院を探しているのです。複数の病院の中から自分に合った医院を選別しているのです。従って、病院サイドとしてはできるだけ詳しい情報を伝えなければなりません。

しかし、電話帳広告には様々な宣伝文言の制約や制限があり、広告内容も限られたものになってしまいます。これは、看板広告も同様です。

日本の法律は、広告できる内容を規制しているため、看板や電話帳の広告は横並びになつてしまっているのです。



しかも、電話帳改訂や看板の作り変えと共に費用が発生してしまいます。

宣伝広告費がふんだんに使える医院であれば大きなスペースを割いてタウンページ広告を載せることもいいかもしれません。

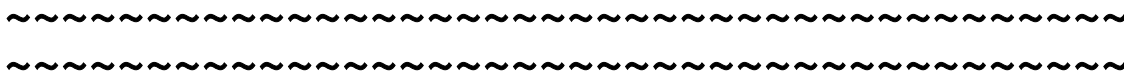
しかし、今後上記のようなアナログ媒体の宣伝は、徐々に消退していくものと思つて間違いないのではないのでしょうか？

『野立て看板』や『電柱看板』等の製作維持費がかなり安くない限り、宣伝広告がインターネットでのデジタル広告にとって替わる時代はもう来ています。

インターネット以外の広告では、宣伝項目に縛りがあり、周囲同業との違いを表現できない規制がかかることと、継続的に費用が発生し続けてしまう事が一番のネックだと思います。

大企業のイメージ効果を狙った大掛かりなディスプレイ看板以外は徐々に少なくなってきています。

『野立て看板』や『電柱看板』等が全てなくなるかという、そうでないかもしれませんが、宣伝効果と費用対効果を考慮するとメリットは薄れてしまいます。



さて、ここからが本題です。

今時、具合が悪くなり、病院にかかろうと思ったら先ず、インターネットで病院検索を行うのではないのでしょうか？

当医院のホームページ



高校や大学では今や講義はほとんどパソコンを使って行われます。

私の子供も、レポートは全てパソコンで仕上げネット経由で提出しています。

2011年からは病院のカルテさえ、デジタル化され、月末に行う事務作業（診療報酬請求業務）もネット経由で支払基金に提出という時代になってきました。

今や、インターネットはほとんどの家庭に回線が伸びており、ネットが使えるネットカフェやパブリックスペースも拡充され、アナログ手法のコミュニケーション手段は圧倒的な少数派と言わざるを得ません。文通なんて言葉は今や死語となってしまいました。

アナログテレビの時代もう終わりです。

時代の流れと言ってしまうえばそれまでですが、デジタル手法の方がいろいろな面で確かに優れているのです。

決して、全てがデジタル手法の方が良いとは言いませんが、やはり時代の流れはデジタルへ向かっています。すなわち、ホームページを作成し、デジタル手法を使ってネットに医院情報を流し、来院希望の患者さんに見てもらおう時代に変わってきたのです。

デジタル時代にあえてアナログ手法を使うという逆転発想の選択肢もあるかもしれませんが、あまりお金をかけずに、興味のある方に選択的に情報を発信できるホームページを先ず作製してみてはいかがでしょうか？

ホームページは歯科という業種だけではなく、商売、事業を行っている事業主が自分の医院や会社、お店を紹介する、言ってみれば医院情報、会社情報、店舗情報などに利用される事が多い媒体です。

勿論、個人で HP を立ち上げ、メッセージを発信するための HP も存在しますし、アフィリエイトやドロップ SHIPPING 等、私から見れば上級者向けの手法で HP を利用することも可能です。

ブログで情報発信という手段もあります。

いろいろなデジタル手法のテクニックはあると思いますが、先ずは『野立て看板』や、『電話帳広告』等に代わる、自身の医院をアピールする簡単な『医院紹介ホームページ』を作ってみてはいかがでしょうか？

HP は最初から完成形を作るのは至難の技です。

簡単な HP から徐々にコンテンツを増やし、情報量を増やしていくものです。常に、少しずつでも改良を重ねていかなければ誰も見ない HP になってしまいます。

ホームページを作るにはどうしたらよいか？

大雑把に言うと次の3通りの選択肢があると思います。

- ①ホームページ作製ソフト（ホームページビルダー等）を使い自力で作製する
- ②プロバイダーやポータルサイトのホームページ作製サービスを利用する
- ③ホームページ作製会社に頼んで作製してもらう

などのどれかになると思います。

下はウィンドウズ用の HP 作成ソフトです。習熟するまで結構時間が掛かります。



また、**ホームページを置く場所**（自分のパソコンにするのか、レンタルサーバーを借りるのか？）を考えなくてはなりません。

さらに、ホームページのアドレス（住所のようなもの）を、プロバイダーの間借りの住所にするのか、**ドメイン**を取得して戸建ての住所にするのかも重要です。

ネット環境に慣れていないと、難しいカタカナの言葉だらけで投げ出されたいくなりますが、そこはじっと耐えて一つずつクリアにしていく必要があります。

できればドメインは取得したいものです。

それでもどうしてもわからない場合はホームページ作製のプロに頼めばいいのです。

少々お金はかかるかもしれませんが手っ取り早く自前のホームページが仕上がります。

無論、自分で作製するのが一番安上がりですが、私は**③の方法をお勧めしたい**と思います。

①の方法は、簡単なホームページならばお勧めですが、他にない、オリジナリティー溢れるホームページを望まれているならば**③の方法に**限ります。

無料のフリーソフトも多数ありますので参考にしてもいいかもしれません。

はじめはこのような**無料のソフト**を使い HP のたたき台を作っておくといいかもしれません。



ただ、ホームページビルダー等の HP 作成ソフトの使い方に慣れている方や、自分でコンピュータ言語を駆使して作成できる方は自分でやるにこしたことはありません。

一度はトライして見てください。もちろん、SE なみのプログラミング言語を操れる方は、自分で HP を作成することをお薦めしますが、専門外の分野で SE なみの方はそうそういないと思います。

下は Mac 用の HP 作成ソフトです。他にも多数のソフトがあります。習熟すればプロ顔負けの HP 作成も可能です。

コンピューター言語を知らなくても結構いい HP が出来てしまいます。



② の方法は、自分で作るのが面倒で、必要最低限のホームページで良いと思っ
ている人にお勧めの方法です。規格化された HP に素材を当てはめて作成するので

す。2～3 頁の階層のフォーマットされたデザインでもそここの HP が仕上がります。ただし、必要最低限の HP に必要な素材（写真や文章データ）は自分で用意する必要があります。

デザイン的には多少金太郎飴的な側面も否めませんが、いろいろなデザインが用意されている HP 作成業者もあります。

建売住宅の HP というとわかりやすいかもしれません。

③ の方法は、自分のイメージを 100%具現化してくれるプロに頼むという方法です。このプロというのは SE（システムエンジニア）のことです。出来合いのフォームを使うのではなく、一からプログラミングして作成する方法のことです。SE にイメージに合ったオリジナルな HP を作成してもらうのです。簡単に言うとオーダーメイドの 自由建築の HP のことです。もちろん、自分でも HP の素材は準備しなければなりません。

また、ホームページ一度作ったら終わりではありません。

たたき台の最初のホームページができたなら、そこからがスタートです。

自分のホームページがとりあえずできると、

「ここはもう少しこうしたい・・・」

「画像を新たに追加したい・・・」

「ページを増やしたい・・・」

「フラッシュ動画を追加したい・・・」

「リンクを増やしたい・・・」

などと、次から次へと修正希望が出てくるものです。

それを少しずつ実現しながらより良いホームページに仕上がってくるのです。

したがって、もし、ホームページを業者に依頼して作製するのなら（方法②）、又はSE（システムエンジニア）さんをお願いするのなら（方法③）、**長い付き合いができる会社や人をお願いする**べきです。相手も仕事ですから、ただというわけにはいきません。多少の修正や画像の追加でも費用は発生するでしょう。しかし、自分でできないのならそれは当然のことです。費用を惜しんでいたらいいホームページはできません。自分の専門外で四苦八苦するよりアウトソーシングしてプロに任せたほうがいいものできます。

私自身、はじめは自分でHPを作成していました。四苦八苦しながらも結構自分では満足していましたが、希望が膨らんだ時に対処できない自分にふと気がつきました。結局、プロに頼んだほうが時間も有効に使えたのです。

しかし、費用をかけたからといっていいホームページができるとは限らないのが現状です。

信頼できるパートナーと出会うことができればHPはいいものが出来上がります。

病気になったらいいお医者さんにかかりたいものです。トラブルに巻き込まれたらいい弁護士さんに依頼したいはずです。いいお医者さんやいい弁護士さんというのは、お金の有る無しで仕事を選んでいるのではないと思いますし、そう願っています。SE（システムエンジニア）さんも同じだと、私は思っています。

とはいうものの、現実は...というのが実情でしょう。

その対策は、やはり周りの口コミや、人を見て依頼するしかないのではないのでしょうか？

または、知人の紹介や、同窓会で出合った友人とかはどうでしょう？

私の場合は35年ぶりに出合った中学の同級生にホームページの作製を依頼しました。

これは大正解でした。

依頼側と依頼される側の信頼関係が仕事着手以前に出来てしまっていますから、双方にとってこんないいスタートはありません。

相手側は少しでもいいものを作ってあげたいという気持ちがあるはずですし、依頼する側もこんなに安く作ってもらって申し訳ないという気持ちが常にあるものです。この関係がいい信頼関係を生み、ひいてはいい結果をもたらします。**win-win**の関係で相談できる仕事相手が見つかる事が、いいものを作り上げる最短のコースだと私は思います。

仕事だけでなく、飲む機会も増えますし、異業種のつながりも広がります。

一石二鳥、三鳥の、またとない出会いが仕事でも生きました。偶然の出会いも必然に思えてきました。

同窓会に積極的に参加してみるのもいいことだと思います。隣に座った方が悩みを解決してくれる方もかもしれません。

ホームページを作る前にやっておくこと

このホームページを作る前の『構想』と『素材集集』の仕事が一番重要だと私は考えます。

自分で全て行うならば構想から素材集集、デザイン、表示方法、ページ構成等々全てを行わなければなりません。

これには、ホームページ作製ソフトの使い方の習得から行わなければならないため、かなりの時間を覚悟しなければなりません。

他の自分の仕事があるわけですので、構想、素材収集だけを自分で行い、他はプロにイメージを伝えて任せてしまう・・・。この方法が一番ではないでしょうか？



『構想』と『素材収集』

これは、これから作製しようとしているホームページの出来不出来に係わる重要な問題です。

これがしっかりとっていて、このイメージがしっかりと **SE (システムエンジニア)** に伝わればいいホームページができます。この『構想』と『素材収集』がしっかりと出来ていればほぼ HP は完成といっても過言ではありません。

ホームページの『構想』

これは表紙の構成デザイン、ホームページに載せたい情報の種類などをどう構築していくかのイメージを作るということです。

これには、先ず、**同業他社のいいホームページを参考**にすることです。

しかし、真似をしてはいけません。他人のページを参考にして、自分なりのオリジナルイメージを一から作り上げていくのです。

「表紙」「地図」「診療時間」「休診日案内」「診療科目」「院長紹介」「スタッフ紹介」「病院の特徴」「特筆事項」「コメント」「ブログ」「リンク先」「メール情報」「症例開示」「ダウンロード情報」等のページ構成や配置をイメージします。樹状図にしておくとうわかりやすいかもしれません。

このイメージができればあとは簡単です。

ホームページの『素材』

それぞれのページに配置する『素材』を集めればよいのです。

これは構想を練ったページ上に配置する「画像」「文面」「写真」「図」「フラッシュ動画」「ボタン」等を作製、又は集めておくことです。背景のイメージ画像などはフリー画像を使うといいかもしれません。



自分の「医院の医院外観」の写真や、「診療室内」の写真、「院長やスタッフ」の写真、「イラスト」、「機械」の写真などをデジタルカメラで撮影してパソコンにホームページ素材写真として保存しておきます。

また、地図などは、イラストレーターなどを使って自分で作製してもいいですし、名刺などの地図をスキャナーで読み込んでデジタルデータ化しておいて保存しておきます。

デザインマップにするか、リアルマップにするかも一考します。

車が来院手段の患者さんが多ければGoogleなどのリアルマップを利用すると良いかもしれません。

その他、医院の特徴や、医院の治療方針、理念など、ワードなどのソフトを使って自分なりにまとめておかなければなりません。

他院にない機械があれば、その特色やどのような時に使うのか等も簡単に紹介文としてまとめておきます。

リンクを貼るようであれば、**一応リンク先の承諾**を得ておくこともしておかなければなりません。

結構、この『素材』の収集が一番大変な作業であり、ホームページ作製者本人でなければ集められないものなのです。

この『素材』も全てお任せというのではいい HP は絶対できません。自分の医院をアピールする素材くらい自分で集めなければ何のための広告でしょうか？

自分がもし病院にかかりたいのなら、行こうとする医院の「**医院外観**」「**待合室**」「**受付**」「**診療室**」「**技工室**」等はとても気になるのではないのでしょうか？

患者さんにとってそれらは事前に見ておきたいものではないのでしょうか？

また、他医院でなく自分の医院に来てもらいたいならば、“**特徴**” “**専門**” や “**売り**” 等が何か？ というのも重要なポイントです。

例えば、『**インプラント**』が自医院の“**売り**” の場合には**使用インプラントの画像や特徴**もわかり易く解説する必要があります。

また、どの位の難易度のものまで施術するのか？

あるいは**大学病院等との連携の有無**は？

などもわかり易く説明しておくべきではないのでしょうか？

勿論、自分の手がけた**実症例**も数症例紹介しておきたいものです。

特に**金額**も患者さんにとっては気になるころでしょう。

更に、どんな**スタッフ**がいるのか？

技工士さんは常駐しているのか？

設備面はどうか？**衛生面**は？

等々、伝えたいことはたくさんあるのではないのでしょうか？

この、「伝えたいこと」を「文章」でアナウンスするより「画像」を使いビジュアルに訴えた方がより効果的だとは思いませんか？

これらの素材収集は結構大変ですが、これは自身で最低限やらなければなりません。

ここまでできたら、**あとは信頼できるシステムエンジニア (SE) さんにイメージを伝えてください**。気になった HP などもチェックしておいて、このような感じ・・・と伝えると

早いかもしれません。いいものは「まる投げ」ではできません。何回も相談しながら、納得のいく、いいものを作り上げていかなければなりません。

私の HP を作成していただいた会社

私の HP を作成していただいた会社は、事前の市場調査のあと、同業他社がどのような HP を作成しているか、良い点、悪い点なども、患者さんの視点からコメントもいただきました。つまり、同業他社の相手を知り、勝つための HP の提案をしていただきました。

これは大事なことです。名刺替わりの HP ではなく、勝ち残るための HP を作っていただいたと私は思っています。

まだまだ、改良点はありますが、このレポートを読んでいただいた新進気鋭の歯医者さんたちには是非参考にさせていただきたく思っております。

人生の伴侶と同じく、息のあった最良のウェブパートナーを持つことは、これからのデジタル時代には重要だと思います。

ご参考までにアドレスをご紹介します。

[HTTP://WWW.COOL-SI.CO.JP/](http://www.cool-si.co.jp/)

株式会社クールサイト・エス・アイは、ソフトウェア開発、システム構築、システム保守を行っています。システムの導入などには必ずお声がけいただき、ご依頼いただけるよう、システム導入のご提案をさせていただきます。国産のソフトウェア・パッケージの取り扱い、日本語・中国語のホームページ制作・ウェブサイトの構築も行っていきます。

お問い合わせ

●ホーム 会社情報 事業内容 プロダクト 相互リンク

企業のソフトウェア開発ベンダーとして、
クールサイト・エス・アイが選ばれる理由

- ◆ ソフトウェア開発の豊富な経験。
- ◆ エンジニアの業務知識と責任感。
- ◆ お客様との密接なコミュニケーションとコンセンサス。

■ プロダクト & サービス Products & Services

■ 株式会社クールサイト・エス・アイについて / About Us

株式会社クールサイト・エス・アイは、ビジネスユースのアプリケーションソフトウェアのオーダーメイド開発を中心に、企業・団体のホームページ制作・ウェブサイトの構築、各種プロダクト販売などの事業を行っているシステム開発会社です。

WORLD ELEVEN e-Book

World Eleven e-Book
リトル・メッチの
語彙帳

山田 浩一
WORLD ELEVEN e-Book 制作委員会

[HTTP://WWW.COOL-SI.CO.JP/](http://www.cool-si.co.jp/)

[HTTP://WWW.COOL-SI.CO.JP/](http://www.cool-si.co.jp/)



The screenshot shows the 'System Development' page of the Cool SI website. The header features a blue banner with the text '企業のソフトウェア開発ベンダとして、クールサイト・エス・アイが選ばれる理由' (Reasons why Cool Site ES AI is chosen as a software development vendor for companies). Below this are three bullet points: '◆ ソフトウェア開発の豊富な経験。' (Rich experience in software development), '◆ エンジニアの業務知識と責任感。' (Business knowledge and sense of responsibility of engineers), and '◆ お客様との密接なコミュニケーションとコンセンサス。' (Close communication and consensus with customers). The main content area is titled 'システム開発' (System Development) and includes a 'ビジネスの概要' (Business Overview) section with the text: '当社は、企業・病院・学校など、各種法人のお客様のご注目のために、カスタムメイドの業務用ソフトウェア開発を行っています。また、業務用ソフトウェアの提供に合わせて、お客様が業務用ソフトウェアを利用する為の最適な環境(サーバ、クライアントPC、ネットワーク等)の構築も行っています。' (We develop custom-made business software for various corporate customers. We also provide the optimal environment (server, client PC, network, etc.) for your business software usage.) and a '基幹業務ソフトウェアの開発' (Development of Core Business Software) section with the text: '当社は、法人の基幹業務の要は会計であると考えています。' (We believe that the core business of a corporation is accounting.)

[HTTP://WWW.COOL-SI.CO.JP/](http://www.cool-si.co.jp/)

ここは私の重要なウェブパートナー会社です。

もしご興味がありましたら『 [クールサイト SI 石井](http://www.cool-si.co.jp/) 』

まで ご相談ください！