**架空のレストラン公式HP**

**要件定義書**

|  |  |
| --- | --- |
| 作成者 | 杉村 朋美 |
| 作成日 | 2025年10月6日 |
| 最終更新日 | 2025年10月10日 |

**目次**

[**1.** **背景・目的** 1](#_Toc211025482)

[**1-1背景** 1](#_Toc211025483)

[**1-2目的** 1](#_Toc211025484)

[**２．ターゲットユーザー** 2](#_Toc211025485)

[**2-1. ペルソナ設定** 2](#_Toc211025486)

[**2-2. ユーザー行動分析** 3](#_Toc211025487)

[**３．サイト構成** 4](#_Toc211025488)

[**3-1.ページ構成** 4](#_Toc211025489)

[**3-2.設計意図と導線設計** 4](#_Toc211025490)

[**４．機能要件** 5](#_Toc211025491)

[**4-1. ユーザー向け機能** 5](#_Toc211025492)

[**4-2. 運用者向け機能** 5](#_Toc211025493)

[**4-3. 共通機能** 5](#_Toc211025494)

[**５．非機能要件** 6](#_Toc211025495)

[**5-1. 表示速度・パフォーマンス** 6](#_Toc211025496)

[**5-2. レスポンシブ対応** 6](#_Toc211025497)

[**5-3. セキュリティ** 6](#_Toc211025498)

[**5-4. 運用性・更新性** 6](#_Toc211025499)

[**5-5. SNS連携・OGP設定** 6](#_Toc211025500)

[**６．補足・備考** 7](#_Toc211025501)

# **背景・目的**

## **1-1背景**

長野県の山間にあるイタリアンレストラン「Monte Tavola（モンテ・ターヴォラ）」は、夫婦で営む自然派の隠れ家的店舗。料理や空間にこだわりがあり、リピーターには高い評価を得ている。店舗は標高800mの山間に位置し、木造の温かみある内装と、地元食材を使った季節の料理が特徴。来店者は30〜50代の自然志向な層が多く、静かな時間を求めて訪れる傾向がある。

しかし、以下の課題を抱えている。

* 一部の常連客に支持されているが、広く知られていないため集客に苦戦している。
* 予約が電話受付のみで、夫婦２人で運営しているため混雑時は対応が難しい。
* 定休日や臨時休業の情報が伝わりにくい。
* 交通が不便で、初めて来店する顧客は迷いやすい。

## **1-2目的**

これらの課題を解決し、店舗の魅力をより多くの人に届けるために、公式Webサイトを制作する。目的は以下の通り。

* 店舗の世界観（自然×カジュアルイタリアン）を視覚的に伝える。
* 予約フォームを設置し、電話以外の導線の確保。
* 定休日・臨時休業などの情報をリアルタイムで発信できるようにする。
* アクセス情報や地図を分かりやすく掲載し、初来店の不安を軽減する。

# **２．ターゲットユーザー**

## **2-1. ペルソナ設定**

ペルソナ1：堀田 美咲（33歳）

職業：都内のグラフィックデザイナー

趣味：カフェ巡り、雑貨集め

* 特徴：雰囲気重視で店を選び、気に入った店はInstagramで拡散

ニーズ：

* 写真映えする空間や料理の情報
* 店舗の世界観が伝わるビジュアル
* スマホで完結する予約導線
* SNSでシェアしやすい構成

来店動機：

* Instagramで見かけた写真に惹かれ、雰囲気の良さに興味を持った。

情報接触チャネル：

* Instagram／Google検索／グルメ系まとめサイト

行動パターン：

* TOP → 店舗紹介 → メニュー → 予約 → SNSシェア

ペルソナ2：山中 三郎（40歳）

* 職業：長野市の法人営業
* 趣味：登山、日帰りキャンプ
* 特徴：自然の中で静かに過ごすのが好き。食生活にも気を使っている

ニーズ：

* 静かで落ち着いた雰囲気の店舗情報
* 定休日・臨時休業の確認がしやすい構成
* アクセス情報や地図が分かりやすい
* スマホでも見やすいUI

来店動機：

* 登山帰りに静かに食事できる場所を探していた。

情報接触チャネル：

* Googleマップ／登山ブログ／職場の同僚の口コミ

行動パターン：

* TOP → お知らせ → アクセス → 予約（電話 or フォーム）

## **2-2. ユーザー行動分析**

本サイトでは、ペルソナごとの目的達成までの行動パターンをもとに、ページ構成と導線設計を行う。ユーザーがどのような目的でサイトを訪れ、どのような順序で情報にアクセスするかを分析し、UI/UX設計に反映する。

ペルソナ1：堀田 美咲（33歳）

* 行動傾向：視覚的な魅力を重視し、店舗の雰囲気や料理の写真を確認した上で予約に進む。気に入った店舗はSNSで積極的にシェアする。

設計への反映：

* TOPページにメインビジュアルと店舗紹介への導線を配置し、世界観を直感的に伝える。
* メニュー紹介ページでは写真中心の構成とし、季節限定メニューにはタグを付与して視認性を高める。
* 予約ページはスマートフォンで完結できるUIとし、入力ストレスを軽減。
* SNSシェアを促すため、OGP設定とシェアボタンを詳細ページに設置。

ペルソナ2：山中 三郎（40歳）

* 行動傾向：実用性を重視し、営業日やアクセス情報を確認した上で予約に進む。静かな環境や自然との調和を重視する。

設計への反映：

* TOPページに営業日や定休日のお知らせ導線を配置し、来店可否をすぐに判断できる構成とする。
* アクセスページでは地図・交通手段・写真付き道案内を掲載し、初来店者の不安を軽減。
* 予約ページは視認性の高いUIで構成し、スマートフォンでも操作しやすい設計とする。

# **３．サイト構成**

## **3-1.ページ構成**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ページ名** | **目的** | **主な要素** |
| TOPページ | 店舗の世界観を伝える | メインビジュアル/コンセプト |
| お知らせページ | イベント・休業日の発信 | 一覧形式/画像付 |
| メニュー紹介 | 料理を伝える | フード/ドリンク/季節限定/写真付 |
| 予約ページ | 電話以外の予約導線 | カレンダー型フォーム/注意事項 |
| アクセスページ | 初来店者の不安を軽減 | 地図/住所/交通手段/写真付案内 |
| お問い合わせページ | その他連絡手段 | フォーム/電話番号/SNSリンク |

## **3-2.設計意図と導線設計**

本サイトは、ユーザーの行動パターンと店舗の運営課題を踏まえ、6つの主要ページで構成する。各ページは、店舗の魅力を視覚的・構造的に伝える役割と、来店までの不安を軽減する役割を担っており、スマートフォン中心の閲覧を前提としたレスポンシブ設計とする。

* TOPページでは、自然に囲まれた店舗の世界観を直感的に伝えるため、メインビジュアルとコンセプト紹介を配置。最新のお知らせや予約導線も視認性高く設置し、ユーザーの目的行動にスムーズにつなげる。
* お知らせページでは、イベントや休業日などの情報を一覧形式で発信し、画像付きで視認性を高める。
* メニュー紹介ページでは、料理の魅力を写真中心に構成し、季節限定メニューには「期間限定」タグを付与。視認性と訴求力を高め、来店意欲を促進する。
* 予約ページでは、営業日カレンダーと連動したカレンダー型フォームを設置し、定休日の誤予約を防止。注意事項や自動返信メールにより、店舗側の運用負荷を軽減する。
* アクセスページでは、地図・交通手段・写真付き道案内を掲載し、初来店者の不安を軽減。登山帰りや遠方からの来店者にも配慮した導線設計とする。
* お問い合わせページでは、予約以外の連絡手段としてフォーム・電話番号・SNSリンクを掲載。取材依頼や業務連絡にも対応可能な構成とする。

# **４．機能要件**

本サイトでは、ユーザーが安心して来店・予約できる導線を確保しつつ、店舗側が無理なく運用できる構造を目指す。機能は以下の3つの視点で整理する。

## **4-1. ユーザー向け機能**

* 予約フォーム：名前・人数・日時・連絡先・備考を入力できる。営業日カレンダーと連動し、選択可能な日程のみ表示。入力内容はバリデーションを行い、送信後は確認メッセージを表示。スマートフォンでも操作しやすいUIとする。
* お知らせ閲覧：定休日・臨時休業などの情報を一覧形式で確認でき、詳細ページでは更新日や内容を明記する。TOPページにも最新情報を抜粋表示し、視認性を高める。
* アクセス情報表示：Googleマップの埋め込みに加え、駐車場の案内や交通手段（車・電車・徒歩）を明記。初来店者の不安を軽減する。
* メニュー紹介：料理の写真と説明を掲載し、季節限定メニューにはタグを付与。視覚的に魅力を伝える。

## **4-2. 運用者向け機能**

* 予約管理：フォームから送信された予約情報をメール通知または管理画面で確認できるようにする。営業日設定と連動し、運用負荷を軽減。
* 営業日カレンダー設定：定休日や臨時休業をカレンダー上で設定でき、予約フォームと連動する。

## **4-3. 共通機能**

* ページタイトルの一貫性：各ページで店舗名＋ページ名の構成とし、SEOとユーザー認識を両立する
* ヘッダー・フッター共通化：ナビゲーションや連絡先を全ページ共通で表示し、ユーザーの迷いを減らす。

# **５．非機能要件**

本サイトでは、ユーザーが安心して利用でき、店舗側が無理なく運用できるよう、以下の非機能要件を設計に反映する。

## **5-1. 表示速度・パフォーマンス**

* 画像の最適化（サイズ調整・圧縮）を行い、ページ表示速度を確保する。特にTOPページやメニュー紹介ページでは、視覚的な魅力と軽量化の両立を図る。
* JavaScriptやCSSは必要最小限にとどめ、読み込みの遅延を防ぐ。

## **5-2. レスポンシブ対応**

* スマートフォン中心の閲覧を想定し、全ページでレスポンシブデザインを採用する。
* 画面サイズに応じて、ナビゲーションやフォームの配置を最適化する。

## **5-3. セキュリティ**

* 予約フォームやお問い合わせフォームでは、入力バリデーションを行い、不正なデータ送信を防止する。

## **5-4. 運用性・更新性**

* お知らせ更新機能は、店舗側が簡単に操作できるよう、項目を絞ったシンプルな構成とする。
* メニューや営業日など、更新頻度の低い情報は静的ページで管理し、運用負荷を軽減する。
* 予約フォームはPHPベースで構築し、開発環境にはXAMPPを使用する。
* 予約フォームはメール通知型とし、営業日カレンダーと連動する構成とする。
* お問い合わせフォームも予約フォームと同様に、PHPベースで構築し、開発環境にはXAMPPを使用する。

## **5-5. SNS連携・OGP設定**

* SNSでのシェア時に、ページごとのタイトル・画像・説明文が正しく表示されるよう、OGPタグを設定する。
* InstagramやLINEなどでの拡散を想定し、視認性と魅力を意識した構成とする。

# **６．補足・備考**

* メニューやアクセス情報などの更新頻度が低いページは、静的HTMLで管理し、年数回の更新を想定する。
* SEO対策として、店舗名＋地域名（例：長野 イタリアン）での検索流入を意識し、ページタイトルやメタ情報を設計する。
* アクセシビリティ配慮として、色のコントラスト比やフォントサイズを調整し、視認性を確保する。
* 納品前には、主要ブラウザ（Chrome／Safari／Edge）およびスマートフォン端末で表示確認を行い、フォーム送信テストとバリデーションチェックを実施する。
* 本サイトのコードはGitHub上で管理・提出を行い、開発環境にはXAMPPを使用する。