

🔖 非売品（通常価格¥29,800）

Genspark AI Developer 完全攻略ガイド

プログラミング不要！¥4,500を¥180万円に変えた
法人サイト販売の全手法



¥4,500 → ¥1,800,000

ノーコード市場規模の推移（2024→2032）

市場規模サマリー：

📍 日本市場：

- 2025年に**1,000億円**突破予測
- 2026年には**1,330億円**に到達見込み

🌐 世界市場：

- 2024年**181.4億USD** → 2032年**1,065億USD**
- 年平均成長率（CAGR）：**約24.8%**



市場拡大の追い風要因：

👤 IT人材不足

2025年に35万人不足（経産省試算）

🤖 AI統合が最大トレンド

各ツールがAIアシスタント機能を実装

🏢 上場企業での導入拡大

38.7%がノーコード導入済

主要ツール比較：Genspark vs Webflow/Wix/Bubble/WordPress

ツール	デザイン自由度	AIアシスト	CMS & 多言語	拡張性(API)	価格透明性	学習曲線
 Genspark	<div><div></div><div></div><div></div></div> 良好	<div><div></div><div></div><div></div></div> 最高	<div><div></div><div></div><div></div></div> 標準	<div><div></div><div></div><div></div></div> 良好	<div><div></div><div></div><div></div></div> 確認要	<div><div></div><div></div><div></div></div> 簡単
 Webflow	<div><div></div><div></div><div></div></div> 最高	<div><div></div><div></div><div></div></div> 標準	<div><div></div><div></div><div></div></div> 最高	<div><div></div><div></div><div></div></div> 良好	<div><div></div><div></div><div></div></div> 最高	<div><div></div><div></div><div></div></div> 難しい
 Wix	<div><div></div><div></div><div></div></div> 標準	<div><div></div><div></div><div></div></div> 良好	<div><div></div><div></div><div></div></div> 標準	<div><div></div><div></div><div></div></div> 普通	<div><div></div><div></div><div></div></div> 良好	<div><div></div><div></div><div></div></div> 簡単
 Bubble	<div><div></div><div></div><div></div></div> 普通	<div><div></div><div></div><div></div></div> 標準	<div><div></div><div></div><div></div></div> 普通	<div><div></div><div></div><div></div></div> 最高	<div><div></div><div></div><div></div></div> 標準	<div><div></div><div></div><div></div></div> 難しい
 WordPress	<div><div></div><div></div><div></div></div> プラグイン依存	<div><div></div><div></div><div></div></div> 限定的	<div><div></div><div></div><div></div></div> 良好	<div><div></div><div></div><div></div></div> 最高	<div><div></div><div></div><div></div></div> 最高	<div><div></div><div></div><div></div></div> 複雑

Gensparkの主な強み：

AI対話生成

プロンプトの指示に対して自然なコミュニケーションで生成



リアルタイムプレビュー

コード生成中に即座に表示を確認可能



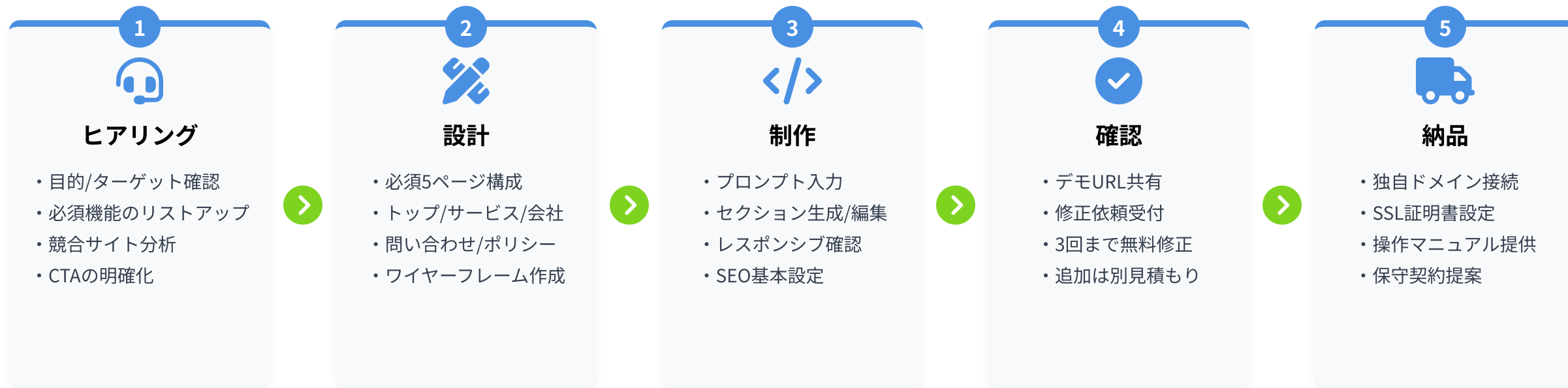
直感的な制作フロー

コードを理解しなくても高品質サイトを短時間で制作

※ 免責事項：価格・機能は変更される可能性があります。購入前に各ツールの公式サイトで最新情報をご確認ください。

法人サイト制作の実践ワークフロー（5ステップ）

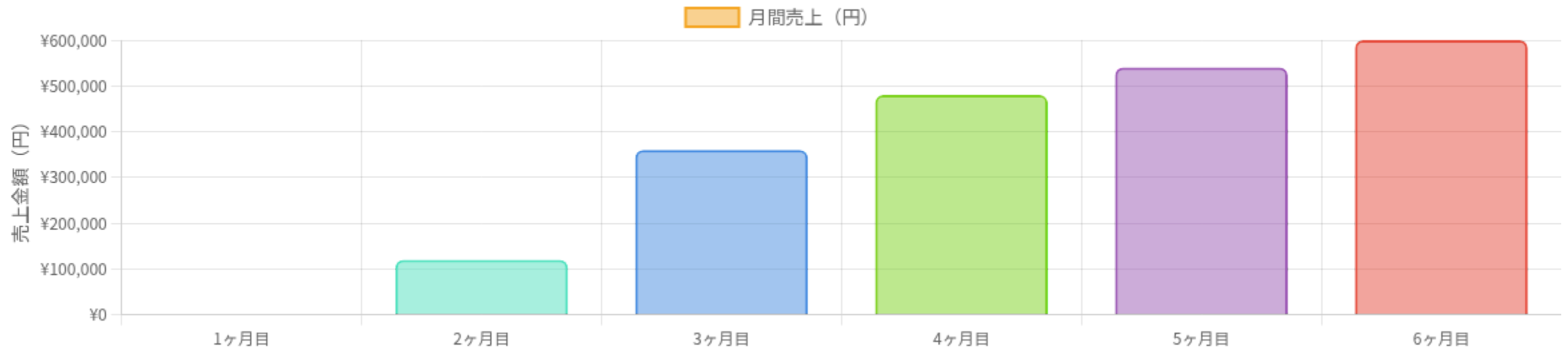
Genspark AI Developerを活用した効率的な制作プロセス



2週間スピード納品を実現

従来の制作時間の1/5に短縮。保守契約で月額¥5,000~の継続収益も確保できます。

6ヶ月で¥180万円達成の売上推移



月次売上データ：

- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1ヶ月目: ¥0
(学習・ポートフォリオ整備) | 4ヶ月目: ¥480,000
(受注3件+リピート1件) |
| 2ヶ月目: ¥120,000
(初受注1件) | 5ヶ月目: ¥540,000
(受注3件+リピート2件) |
| 3ヶ月目: ¥360,000
(受注3件) | 6ヶ月目: ¥600,000
(受注2件+リピート4件) |

累計売上

¥2,100,000

経費控除後 ≈ ¥1,800,000

(Genspark利用料など含む)

3つのターニングポイント：

POINT 1



ポートフォリオ整備
2ヶ月目・初受注の鍵

POINT 2



ニッチ特化
3-4ヶ月目・業種を絞る

POINT 3



保守契約
5-6ヶ月目・継続収益化

⚠ **注意事項：** 本実績は一例です。実際の結果は、行動量、提案数、品質、地域性などの要因によって異なります。4,500円の投資から始められますが、成果を出すには継続的な取り組みが必要です。

📖 CHAPTER 1

第1章: なぜGenspark?

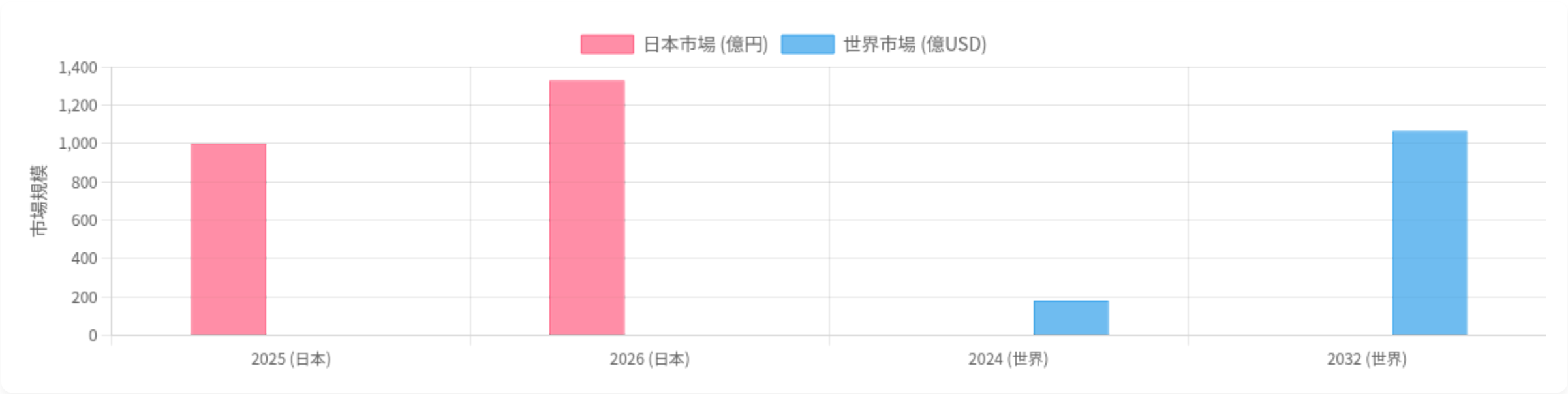
市場の追い風、Gensparkの立ち位置、
なぜ今始めるべきかを理解する

市場概観(2024-2025)

ノーコード市場規模：

- 📍 日本市場：
- ・ 2025年に**1,000億円**突破予測
 - ・ 2026年には**1,330億円**に到達見込み
 - ・ 2021年度の約**2倍以上**の成長

- 🌐 世界市場：
- ・ 2024年**181.4億USD** → 2032年**1,065億USD**
 - ・ 年平均成長率（CAGR）：**24.76%**



市場拡大の追い風要因：

- 🤖 AI統合が最大トレンド
各ツールがAIアシスタント機能を実装
- 🏢 企業の内製化ニーズ
コスト削減と開発スピード向上
- 👤 IT人材不足
2025年に**35万人不足**（経産省試算）

講師実績と教材の再現性

初期投資
¥4,500

➡

6ヶ月累計売上
¥2,100,000
(経費控除後 ¥1,800,000)



12社
納品実績

¥150,000
平均受注単価

58%
リピート率

- ✓

本教材で再現可能な理由

全プロセス（ヒアリングから納品まで）をテンプレート化し、再現性を高めています。
プログラミング知識ゼロでも7日間の学習で初受注が可能です。

着実に月10～50万円の安定収入を構築するための実証済みロードマップを提供します。

Gensparkとは（機能とポジショニング）



AI検索×Sparkpage

AIによるリアルタイム検索と構造化されたSparkpageによる情報統合。複数ソースから最適解を提示し、深掘りも可能。

ユースケース：市場調査、競合分析



AI Developer

日本語での対話からコードやコンポーネントを自動生成。リアルタイムプレビューで即座に確認・調整が可能。

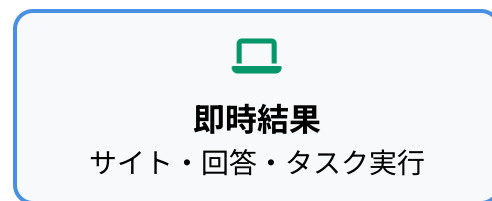
ユースケース：サイト構築、デザイン実装



Super Agent

複雑な処理を自動化するマルチステップエージェント。通話予約、カレンダー連携、情報集約などを実行。

ユースケース：タスク自動化、予約管理



i Gensparkはユーザーのプロンプトから**瞬時に**サイト制作、情報収集、タスク実行を可能にするオールインワンAIプラットフォーム

競合比較: Webflow/Wix/Bubble/WordPressとの違い

ツール	主な強み	学習コスト	適合用途
 Genspark	対話生成 × 高速初稿 優位点 <ul style="list-style-type: none">AIプロンプトから直感的にサイト生成リアルタイムプレビューで即座に修正制作時間：従来の1/5に短縮	<div>低</div> 日本語で指示するだけ	小規模～中規模サイト 法人コーポレート ランディングページ
 Webflow	高いデザイン自由度・CMS <ul style="list-style-type: none">HTMLのような細かいカスタマイズコードなしでプロ品質デザイン	<div>中～高</div> HTMLの概念理解が必要	中～大規模サイト デザイン重視
 Wix	豊富なテンプレート・AI支援 <ul style="list-style-type: none">900種類以上のテンプレートドラッグ＆ドロップで簡単編集	<div>低</div> テンプレート選択型	小規模サイト 個人・小規模店舗
 Bubble	Webアプリ構築特化 <ul style="list-style-type: none">データベース連携・ワークフロー複雑な機能実装が可能	<div>高</div> 独自の論理構造習得	Webアプリ 機能重視サービス
 WordPress	拡張性とエコシステム <ul style="list-style-type: none">60,000以上のプラグインブログ・CMS機能が充実	<div>中</div> 管理画面の複雑さ	ブログ・メディア コンテンツ更新多

Gensparkの市場ポジション
小規模～中小企業向けサイトの**時短制作に特化**。AIプロンプトによる対話生成と高速初稿が最大の差別化ポイント。他ツールが専門知識を要するのに対し、**プログラミング知識不要**で本格サイトを構築可能。

法人が購入する5つの理由

-  **1 スピード**
2週間以内に納品可能
従来の1/4の期間で完成
-  **2 低コスト**
従来の**1/5の価格**
40～170万円 → 10～25万円
-  **3 柔軟修正**
迅速な変更対応
AIによる高速修正・調整
-  **4 モバイル完全対応**
全画面サイズで最適表示
スマホユーザー体験を最大化
-  **5 SEO基本設定込み**
検索エンジン対策標準搭載
集客力の土台を構築

意思決定の鍵は？

 **コスパ良く成果が出る**

法人担当者は「結果を出しつつ予算内に収める」ことに最も関心があります

価格相場と価値提案の作り方

従来の制作会社 vs Gensparkを活用した提案

従来の制作会社
¥40～170万円 (小～中規模)
時間とコストが高い



Gensparkを活用した提案
¥10～25万円 (同等規模)
従来の約1/5のコストで提供可能

含有価値 - 低価格でも高品質を実現する5要素

価値要素	内容	提供価値
 デザイン	AIプロンプトによる高品質デザインの自動生成	✓ デザイナー不要で低コスト
 スピード	制作時間: 従来40時間 → Genspark使用8時間	✓ 2週間以内の納品
 保守	更新容易性の高いコンポーネント型設計	✓ 月額¥5,000の保守契約
 SEO	基本SEO対策（メタタグ、構造化データなど）	✓ 検索エンジン最適化
 更新簡易性	テキスト・画像の更新が容易なCMS機能	✓ 内製化でコスト削減

成功事例ギャラリー①（飲食/士業）

 飲食店サイト

¥12万円



制作期間

10日間（初回提案から納品まで）

主要機能

- ✓ 予約導線最適化（電話/Web予約）
- ✓ Googleマップ埋め込み
- ✓ スライドショー式メニュー表示

成果指標

予約数 28%増

来店客単価 12%増

 士業事務所サイト

¥18万円



制作期間

14日間（要件定義に時間をかけた例）

主要機能

- ✓ 実績/料金表/FAQでリード獲得
- ✓ 問い合わせフォーム（Google Forms連携）
- ✓ 専門知識のブログ機能

成果指標

相談予約数 45%増

SEO自然検索流入 3倍



成功ポイント: どちらも「顧客のビジネス課題」に焦点を当てたサイト設計。見た目だけでなく実際のビジネス指標を改善できたことで高評価・リピート獲得に。

成功事例ギャラリー②（美容/不動産/オンライン教室）

美容LP

¥10万円



制作期間

7日間（急ぎ案件対応）

主要機能

- ✓ CV導線の最適化
- ✓ 口コミ/ビフォーアフター表示
- ✓ インスタフィード連携

成果指標

CVR 4.8%→8.2%

新規客数 35%増

不動産サイト

¥25万円



制作期間

18日間（物件データベース構築含む）

主要機能

- ✓ 物件カタログ検索システム
- ✓ エリア別マップ表示
- ✓ 内覧予約フォーム

成果指標

内覧申込 月60件

成約率 22%向上

オンライン教室

¥20万円



制作期間

15日間（決済システム連携含む）

主要機能

- ✓ 講座予約+決済連携
- ✓ 会員限定コンテンツ
- ✓ Zoom自動通知システム

成果指標

予約数 2.5倍

運用工数 70%削減



成功ポイント: すべての事例で「ビジネス課題」→「機能」→「成果」の一貫性を確保。視覚的に美しいだけでなく、数値で測れる成果を出せたことがリピート発注・紹介につながっています。

第1章まとめ: 今すぐ始める理由

1

市場拡大が加速中

ノーコード市場は2025年に**1,000億円**突破予測。AI統合により急成長フェーズへ。参入障壁が低い今がチャンス。

2

競合環境はまだ緩い

特にGenspark活用の法人向けサービスは**専門家がほぼ不在**。先行者利益を享受できる貴重なタイミング。

3

「速く・安く・十分に良い」が勝ち筋

法人は**コスパの高さ**を求めている。従来の1/5のコストと1/5の時間で制作できれば、品質は「十分」でも受注できる。



次の章では、Gensparkの基礎操作を最短でマスター

AIプロンプト活用からコンポーネント編集、レスポンス確認まで実践的に学びます。

📖 CHAPTER 2

第2章: 基礎操作マスター

初期設定からプロンプト作成、編集、
レスポンス確認までの基本動作を習得

アカウント登録とプラン選定

登録手順：

- 1

公式サイト（genspark.ai）にアクセス
右上の「Get Started」または「Sign Up」ボタンをクリック
- 2

メールアドレスと基本情報を入力
名前、メールアドレス、パスワードを設定
- 3

認証メールの確認
届いたメールの認証リンクをクリックして本人確認を完了
- 4

プラン選択と支払い情報登録
下記の表を参考に最適なプランを選択し、支払い情報を登録



QRコードをスキャン

副業をAIで効率化しませんか？

今ならセミナー参加者限定で無料アカウント登録ができます

⚡ 今すぐ無料登録

<https://genspark.ai?via=nextmarketing>

プラン比較：

プラン	価格	機能	対象者
 無料プラン	¥0	<ul style="list-style-type: none">基本検索・Sparkpage月間生成制限あり基本AI Developer機能	<ul style="list-style-type: none">お試し利用個人の小規模プロジェクト
 Starter	約\$19/月 (¥2,800前後)	<ul style="list-style-type: none">拡張検索・Sparkpage中程度の生成上限標準AI Developer機能	<ul style="list-style-type: none">初期学習期少数サイト制作
 Pro	約\$29/月 (¥4,500前後)	<ul style="list-style-type: none">高度検索・完全Sparkpage十分な生成上限全AI Developer機能Super Agent機能	<ul style="list-style-type: none">本格的なサイト制作継続的なビジネス利用 <p>推奨プラン</p>
 Business	約\$39/月 (¥6,000前後)	<ul style="list-style-type: none">無制限検索・Sparkpage高生成上限全AI機能＋API利用チームコラボレーション	<ul style="list-style-type: none">大規模プロジェクト複数メンバーでの利用

推奨プラン：Pro（\$29/月・約¥4,500）

安定稼働のために必要十分な機能とリソースが提供されるProプランがコストパフォーマンスに優れています。特に導入初期の3ヶ月間は、多くのサイトを素早く制作して実績を積む時期のため、生成上限に余裕のあるProプランが最適です。

ダッシュボードツアー

🏠 ホーム

🔗 AI Developer

📁 プロジェクト

🔗 公開設定

🕒 履歴

⚙️ 設定

最近のプロジェクト

コーポレートサイト
更新: 2日前

LP制作
更新: 5日前

クイックアクセス

+

</>

🕒

新規作成

テンプレート

最近の変更

🔗 AI Developer入口

AIとの対話でコード生成するメインツール

📁 プロジェクト管理

作成したサイトの一覧と編集

🔗 公開設定

ドメイン接続とSSL設定

🕒 履歴

変更履歴と復元機能

⚙️ 設定

アカウントとプラン管理

よく使う機能トップ5:

+ 新規プロジェクト作成

✎ エディター

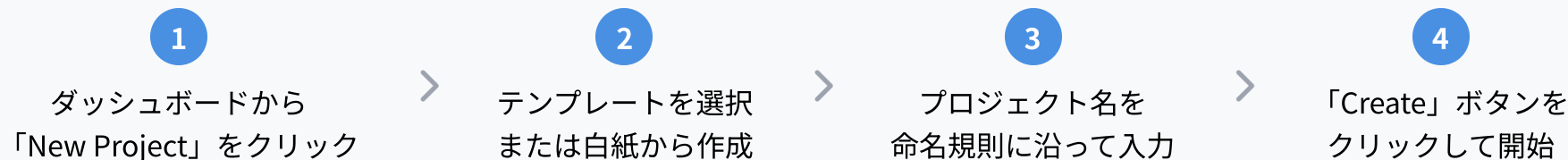
👁️ プレビュー

📱 レスポンシブ確認

🔗 公開

新規プロジェクトの作成と命名規則

新規プロジェクト作成手順：



テンプレート選択 vs ゼロから構築：使い分け

テンプレート活用

- ✓ 初回利用時や時間短縮が必要な場合
- ✓ 業種別テンプレートが存在する場合
- ✓ 標準的な構成で十分な場合

ゼロから構築

- ✓ カスタム要件が多い特殊案件
- ✓ 独自のブランディングを重視
- ✓ テンプレートを大幅修正する場合

命名規則





`client_業種_yyyymm` ← 推奨フォーマット

例： `yamada_restaurant_202511`

例： `tanaka_law_202512`

※英数字とアンダースコアのみ使用

バージョン管理の簡易ルール

-  大きな変更前に複製を作成
-  バージョン番号を付与（v1, v2など）
-  変更履歴をコメントに記録
-  定期的に保存（自動保存あり）

AIプロンプトの5原則

1 目的



何を達成したいのかを明確に

例：「顧客が問い合わせしやすいフォームを作成」

2 ターゲット



対象とするユーザー層を定義

例：「40～60代の経営者向け」

3 構成



要素の配置と関係性を指定

例：「ヘッダー/3カラムセクション/フッター」

4 トーン



文体や雰囲気を明示

例：「プロフェッショナルで信頼感のある」

5 制約条件



技術的/デザインの制限を設定

例：「モバイル対応必須/ページ読み込み3秒以内」

出力を測れる基準で指示
(文字数/要素数/表示時間など)

💡 実践ポイント

複雑なセクションほど詳細に指示。シンプルな部分は自由度を残す。

悪い例：「良いデザインで」→ 良い例：「青系統で信頼感のあるデザイン、ロゴを目立たせる」

悪い例→良い例(プロンプト添削)①

コーポレートサイト ヒーローセクションのプロンプト比較

✕ 悪い例（曖昧な指示）

会社のウェブサイト用にヒーローセクションを作って。
かっこいいデザインで、会社名と説明文を入れて。
あと、ボタンも必要。背景はいい感じの色で。

問題点:

- 「かっこいい」「いい感じ」など曖昧な表現
- 会社のブランドカラーや方向性の指定なし
- 配置や要素のバランスの指示がない
- CTAボタンの目的や文言が不明確
- ターゲット層や業界特性への考慮がない



✓ 良い例（具体的な指示）

IT企業のコーポレートサイト向けヒーローセクションを作成してください。

- 会社名「テックソリューション株式会社」を中央上部に配置
- キャッチコピー「デジタル変革を、あなたのビジネスに」をその下に
- 背景は#4A90E2（ブランドカラー）のグラデーション
- 右下にCTAボタン2つ：「サービス詳細」（白背景青文字）と「お問い合わせ」（青背景白文字）
- レスポンシブ対応を考慮し、モバイル表示でもテキストが読みやすいサイズに
- モダンでプロフェッショナルな印象を与える余白とフォント

改善点:

- 業種・ブランドを具体的に指定
- 要素の配置と階層を明確化
- 色指定はカラーコードで具体的に
- CTAの目的と文言を明示
- レスポンシブ対応やデザイン方向性の指定

悪い例→良い例(プロンプト添削)②

サービス3カラムセクションのプロンプト比較

✖ 悪い例（不十分な制約）

「サービス紹介の3カラムセクションを作って。
各カラムには当社のサービスの特徴を入れて。
左から「高品質」「短納期」「安心サポート」にして。
それぞれに簡単な説明文も入れて。」

問題点：

- ⚠ レスポンシブ対応の指示がない
- ⚠ SEO要素の指定なし
- ⚠ デザイン・カラーの詳細がない
- ⚠ 各セクションの文字数指定がない

VS

✔ 良い例（明確な制約）

「サービス紹介の3カラムセクションを作成してください。」

構成：

- 見出し：「サービス特長」（h2タグ、SEO考慮）
- 3つのカラム（PC・タブレット表示は横並び、スマホでは縦並び）

各カラムの内容：

1. 「高品質」：アイコン＋見出し＋説明文（40-60字程度）
2. 「短納期」：アイコン＋見出し＋説明文（40-60字程度）
3. 「安心サポート」：アイコン＋見出し＋説明文（40-60字程度）

デザイン：

- カラー：メインカラー#4A90E2使用
- 各カラムにマウスホバー効果
- alt属性に適切なキーワードを含める
- 構造化データ対応（schema.org）
- OGP設定を含める

📱 レスポンシブ対応 🔍 SEO最適化 ⚙️ OGP設定 ✍️ 文字数指定 🖱️ インタラクション

業種別プロンプト集①(コーポレート/LP)

すぐに使える実用テンプレート

1 コーポレートサイト用プロンプト（信頼感/採用/実績の強調）

コピー

Gensparkのプロンプト：プロフェッショナルなコーポレートサイトを作成してください。

【企業情報】
会社名：〇〇株式会社
業種：〇〇業界
強み：信頼性の高いサービス、〇〇年の実績、〇〇件の導入事例

【必須セクション】
1. ヒーローセクション：企業理念と強みを簡潔に伝える
2. 事業内容：3-4つの主要サービスを特徴と共に紹介
3. 実績/導入事例：数字と具体例で信頼感を構築
4. 採用情報：企業文化と募集職種
5. お問い合わせ：問い合わせフォームとアクセス

【トーン】
プロフェッショナルで信頼感のある表現。
専門用語は必要最小限に抑え、成果と実績を具体的に。

2 LP（ランディングページ）用プロンプト（PASONA法）

コピー

Gensparkのプロンプト：高コンバージョンのランディングページを作成してください。

【商品/サービス情報】
名称：〇〇サービス
対象顧客：〇〇に悩む〇〇
価格：〇〇円（または要問合せ）

【PASONA構成で設計】
1. P：問題提起（顧客の痛みポイントを具体的に）
- 「〇〇でお困りではありませんか？」
- 現状の課題を3つ列挙
2. A：解決策提示（商品・サービスの紹介）
- 「〇〇が解決します」
- 特徴と強みを箇条書きで
3. SO：実証（証拠・事例の提示）
- お客様の声2-3件
- 数値データ/ビフォーアフター
4. NA：行動喚起（CTA）
- 明確な申込/問合せボタン
- 期間限定特典

【デザイン指示】
目立つCTAボタンを複数配置。スマホ対応必須。



使用のコツ

プロンプト中の **ハイライト部分** が各業種の成果を左右する重要要素です。具体的な数字や実例を盛り込んでカスタマイズしましょう。

業種別プロンプト集②(EC/予約)



ECサイト用プロンプト

商品カード/フィルタ/レビュー機能:

Gensparkを使って、自然食品を販売するECサイトの商品一覧ページを作成してください。

【必須要素】

- ・各商品カードには商品画像、商品名、価格、簡単な説明、「カートに入れる」ボタンを含める
- ・カテゴリー（野菜、果物、乾物）と価格帯でフィルタリングできる機能を左サイドバーに配置
- ・各商品の評価（5段階の星）とレビュー数を表示
- ・在庫状況がわかるインジケーター（在庫あり/残りわずか/完売）

【デザイン】

- ・全体の配色は緑と白を基調に、オーガニック感を演出
- ・商品カードはホバーで少し拡大するアニメーション効果
- ・レスポンシブ対応（スマホ表示ではフィルターがドロワーメニューに）



予約サイト用プロンプト

カレンダー/空き状況/フォーム機能:

Gensparkを使って、ヨガスタジオの予約システムページを作成してください。

【必須要素】

- ・月間カレンダーと週間スケジュール表示を切り替えられるビュー
- ・各クラスの空き状況をカラーコード（満席=赤、残りわずか=黄、空きあり=緑）で視覚化
- ・クラス詳細（時間、担当インストラクター、難易度、定員）がポップアップ表示
- ・予約フォーム（名前、メール、電話番号、会員番号、備考欄）
- ・Google Calendarに追加できるボタン

【機能】

- ・日付、クラス種類、インストラクターでフィルタリング可能
- ・ログイン済みユーザーは個人情報の入力を省略可能
- ・予約確認メールの自動送信設定
- ・キャンセル待ち登録機能

💡 プロンプト活用ヒント:

上記プロンプトをコピーし、業種や具体的な要件に合わせて**太字部分**をカスタマイズするだけで、実用的なページが短時間で生成できます。

コンポーネント編集(セクション操作)



追加

新規セクションを挿入

「+」ボタンをクリックして配置したい場所に追加



削除

不要セクションを除去

ゴミ箱アイコンをクリックして削除



並び替え

セクション順序の変更

ドラッグ&ドロップで上下移動



再利用

セクションの複製保存

「保存」で再利用可能なコンポーネントに



レイアウトグリッドの基本

Gensparkはレスポンシブグリッドシステムを採用しており、セクションは以下の原則で構成されます：



12カラム方式

画面幅を12等分して配置



自動レスポンシブ

デバイスに応じて調整



余白自動調整

適切な間隔を維持

セクション操作の基本手順

1

左メニューから「セクション」タブを選択

画面左側のサイドバーから「セクション」アイコンをクリック

2

操作したいセクションを選択

編集したいセクションをクリックして選択状態にする（青枠表示）

3

操作メニューを表示

選択したセクションの右上に表示される操作アイコンから実行したい操作を選択

4

変更を保存

操作完了後、右上の「保存」ボタンをクリックして変更を確定

コンポーネント編集(テキスト/画像)

テキスト編集の基本

フォント設定

A デザインビューから直接選択。サイト全体で統一感のあるフォント（最大3種類）を使用。

サイズ調整

T 階層に応じたサイズ設定（見出し：24-36px、本文：16-18px、注釈：14px）

カラー設定

● ブランドカラーを中心に、見出し・本文・アクセントで一貫した配色を維持。

階層構造

≡ H1～H4タグを適切に使用し、SEOと可読性を両立。

画像最適化のベストプラクティス

WebP形式の活用

🖼️ JPG/PNGと比較して30-50%軽量化。透明度対応かつ高品質。

適切な圧縮

✂️ 表示サイズの2倍程度の解像度で十分。1MB以下を目安に最適化。

代替テキスト

👤 全ての画像にalt属性を設定し、SEOとアクセシビリティを向上。

遅延読み込み

📱 初期表示速度向上のため、画面外の画像は遅延読み込みを設定。

視覚的な例

Before

普通のテキスト普通のテキスト普通のテキスト普通のテキスト普通のテキスト普通のテキスト普通のテキスト

After

最適化された見出し

適切に書式設定されたテキストは読みやすく、情報の階層が明確です。

Before

大きすぎる画像（2.5MB）
⚠️ alt属性なし
JPG形式（非効率）

After

最適化画像（250KB）
✅ alt="会社オフィスの外観写真"
WebP形式（軽量・高品質）
遅延読み込み設定

リンク/ボタン/CTA設定

内部リンクと外部リンクの整理

🔗 内部リンク

- 同一サイト内の別ページへのリンク
- 相対パスで記述（例: /contact.html）
- サイト内回遊率向上に重要

🔗 外部リンク

- 別サイトへのリンク
- 完全URLで記述（例: https://...）
- target="_blank"で新タブ表示推奨

CTAボタン配置のベストプラクティス

ヒーローセクション

キャッチコピー
サブテキスト

今すぐ申し込む
→

- 視線の流れに沿った右側/下部に配置
- コンテンツ読了後の自然な位置
- スマホは親指が届く画面下部に

ABテスト観点

A案

今すぐ申し込む

CVR: 2.1%

B案

無料で始める

CVR: 3.8%

- 文言（〇〇する vs 無料で始める）
- 色（赤/緑/青など）
- サイズ・形状・アイコン有無

効果的なCTA設計の3つのポイント



具体的アクション

"資料をダウンロード" ✓
"詳細" ✕



視認性の確保

背景と十分なコントラスト
周囲に余白を設ける



緊急性・希少性

"今だけ" "残り3席"
などの限定感を演出

レスポンス設計①(基本)

ブレイクポイントの考え方

デバイスごとに画面サイズに適応するための切り替えポイント



PC

1200px～

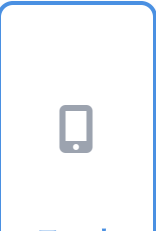
1024px



タブレット

768px～1023px

768px



i 一般的なブレイクポイント（タブレット）、1024px（デスクトップ）

モバイルファーストの原則



小さい画面から設計を始め、より大きな画面に拡張していく

なぜモバイルファースト？

- ・ 制約の多い環境から設計すると本質に集中できる
- ・ モバイルトラフィックの比率が増加（60%以上）

最小可読サイズ

× NG

この文字サイズは小さすぎて読みにくい

✓ OK

読みやすい最小サイズ

テキスト：最小16px / ボタン：タップ領域44px以上

レスポンス設計②(よくある崩れと対処)

1 画像比率崩れ

画像が引き延ばされたり潰れたりする現象。対処法：アスペクト比を保持する設定（object-fit: cover）を使い、画像を適切にトリミングする。重要な被写体は中央に配置する。

2 改行問題

テキストが予期せぬ位置で改行される、または行が溢れる問題。対処法：word-break、overflow-wrap、white-spaceプロパティを活用。長い単語は省略表示（text-overflow: ellipsis）も検討。

3 余白崩れ

スマホサイズで余白が広すぎる/狭すぎる問題。対処法：固定値（px）でなく相対値（%）や可変値（rem、vw）を使用。小さい画面ではpadding/marginを縮小するメディアクエリを設定。

検証チェックリスト

📱 実機確認（iPhone/Android）

🔧 Chrome DevTools（レスポンスモード）

各ブラウザ（Chrome/Safari/Firefox）

🔄 画面回転（縦/横）テスト

📏 テキストサイズ変更テスト

🌐 読み込み速度（モバイル回線想定）

第2章まとめ: 操作マスター到達基準

1

プロンプトによる初稿生成

5原則を押さえたプロンプト作成ができる。目的・ターゲット・構成・トーン・制約条件を明確に指示して、クライアントの要望に合った初稿を生成できる。

2

コンポーネント編集マスター

セクション追加・削除・並び替え、テキスト・画像・リンク・ボタン編集を**自力で完結**できる。デザインの微調整もスムーズに行える。

3

レスポンス対応

PC・タブレット・スマホの**3デバイス**でのレイアウト確認と調整ができる。よくある崩れに対処し、すべてのデバイスで最適表示を実現できる。

4

公開準備の完了

SEO基本設定（メタタイトル・ディスクリプション・OGP）と**プレビューURL発行**ができる。クライアントとの確認準備が整っている状態。



次章: 実案件ワークフローへ

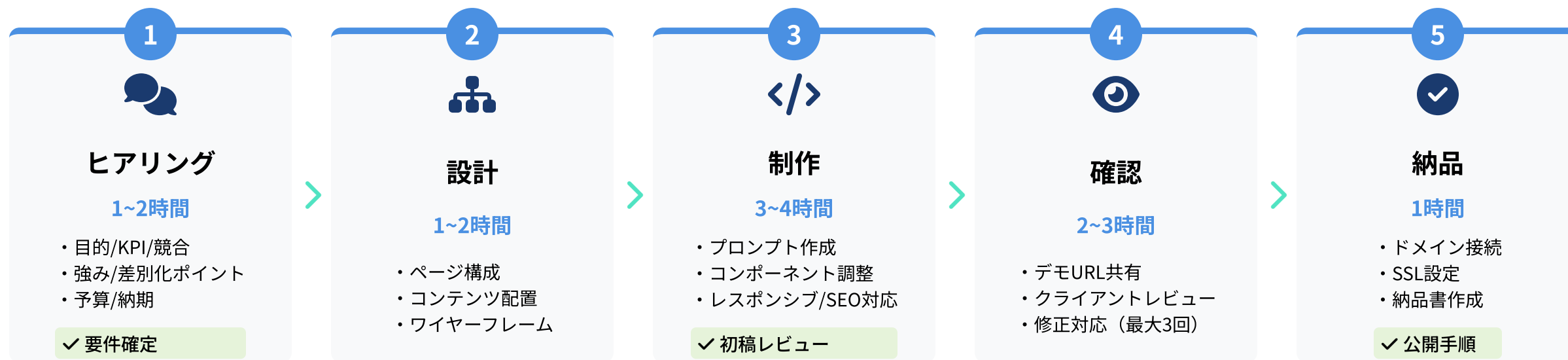
ヒアリングから納品まで5ステップの実務フローを学び、クライアントに価値を届ける方法を習得します。

📖 CHAPTER 3

第3章: 実践ワークフロー

ヒアリング→設計→制作→確認→納品の5ステップを
実務手順で定着

全体フロー図(5ステップ/所要時間)



合計所要時間

1案件あたり **8~12時間** で完結

従来の制作期間
40~80時間



Genspark活用
8~12時間

最大90%時短

ワークフローのポイント



要件確定の徹底

ヒアリングシートで合意形成し手戻りを防止



修正回数の明確化

最大3回の修正サイクルを契約で明示



テンプレート活用

業種別に再利用できる部品を蓄積し効率化

STEP1 ヒアリング: 必須10質問

1 目的

サイト制作の目標は何か？（集客/ブランディング/問合せ/売上など）

2 KPI

目標達成の指標は？（PV数/問合せ数/CV率など）

3 競合

主な競合サイトと、その強み・弱みは？

4 強み

自社/商品/サービスの強みは何か？

5 差別化

競合と比べた際の独自性・差別化要素は？

6 必須機能

絶対に実装すべき機能は？（お問合せ/予約/マップなど）

7 納期

いつまでに公開したいか？特定のタイミングはあるか？

8 予算

予算感はどのくらいか？追加機能の可能性はあるか？

9 担当

クライアント側の決裁者・担当者は誰か？

10 運用

公開後の更新頻度・担当者・体制はどうするか？



ヒアリングのコツ

会話を録音し、議事録テンプレートに整理すると後工程がスムーズ。契約前に必ず合意を取り付けましょう。

ヒアリングシート(テンプレ解説)

クライアントからの情報を漏れなく集め、承認を得るためのテンプレート

1 セクション構成

基本情報から納期・予算までを体系的に整理。各セクションで「必須」と「あれば良い」項目を明確に分ける。

2 想定導線の確認

サイト訪問者がどのような経路でコンバージョンに至るかを図示。主要フロー3つを優先的に設計。

3 参考サイトの記録

好みのデザイン・機能を持つ3-5サイトのURLと、具体的に気に入っている点を記録。

4 承認サイン欄の重要性

承認サインを必ず取得することで、後工程での「言った/言わない」のトラブルを防止。要件変更時の追加費用根拠にも。

基本情報

会社名: _____ 担当者: _____

目的

サイトの主目的: _____

KPI: _____

ターゲット

主要ペルソナ: _____

行動特性: _____

機能要件

☒ お問い合わせフォーム

☐ ブログ機能

☐ 会員登録

☐ 予約システム

デザイン要望

参考サイト1: _____

参考サイト2: _____

納期・予算

希望納期: _____ 予算: _____


承認サイン

クライアント署名欄

※本内容で制作を進めることを承認します。内容変更の場合は別途協議となります。


業種別で追加すべき質問

ヒアリング時、業種ごとに以下の追加質問を行うことで具体的なニーズを把握できます：


 **飲食店**

 **メニュー関連**

- ・ 季節メニューの更新頻度は？
- ・ オンラインでメニュー表示の優先順位は？
- ・ 写真の有無と品数

 **予約システム**

- ・ 席数と最大予約人数
- ・ 予約キャンセルポリシーは？
- ・ 特別席（個室等）の有無

 **レビュー/口コミ**

- ・ 既存の口コミサイト連携は？
- ・ お客様の声を掲載したいか
- ・ 返信対応の有無

 **士業（法律・会計等）**

 **取扱分野**

- ・ 専門特化分野は何か
- ・ 得意な案件の種類
- ・ 対応可能地域・範囲

 **料金体系**

- ・ 報酬体系（完全定額/時間制）
- ・ 初回相談の無料/有料
- ・ 料金表の開示範囲

 **実績/信頼性**

- ・ 掲載可能な解決事例
- ・ 経歴/資格の詳細度
- ・ 顧客属性（個人/法人比率）

 **不動産**

 **物件データベース**

- ・ 物件数と更新頻度
- ・ 外部サイト連携の有無
- ・ 写真点数の上限

 **検索軸/フィルター**

- ・ 重視する検索条件
- ・ 地図連動検索の必要性
- ・ 特殊条件（ペット可等）

 **案内・成約フロー**

- ・ 内見予約の仕組み
- ・ 問い合わせ後の対応フロー
- ・ 成約事例の掲載有無

 **ポイント**

業種特有の質問を追加することで、一般的なヒアリングでは見落としがちな重要ニーズを把握できます。クライアントの専門性を引き出し、具体的な機能要件に落とし込みましょう。

要望の優先順位付け(MoSCoW)

M Must (必須)

絶対に含めるべき要素
これがないと納品物として成立しない

✓ 例：企業情報、問い合わせフォーム

S Should (重要)

重要だが必須ではない要素
できれば含めたい機能

✓ 例：サービス実績、社員紹介

C Could (あれば良い)

あれば良いが優先度が低い
予算と時間に余裕があれば

✓ 例：ブログ機能、SNS連携

W Won't (今回は除外)

今回は実装しないが将来検討
範囲外として明示的に合意

✓ 例：会員機能、決済システム

初回納品の戦略:

🎯 Must中心の初回納品

- ・ 必須機能 (Must) を確実に実装
- ・ 早期の価値提供と信頼構築
- ・ 基本機能で満足度を高める

🔲 拡張余地の可視化

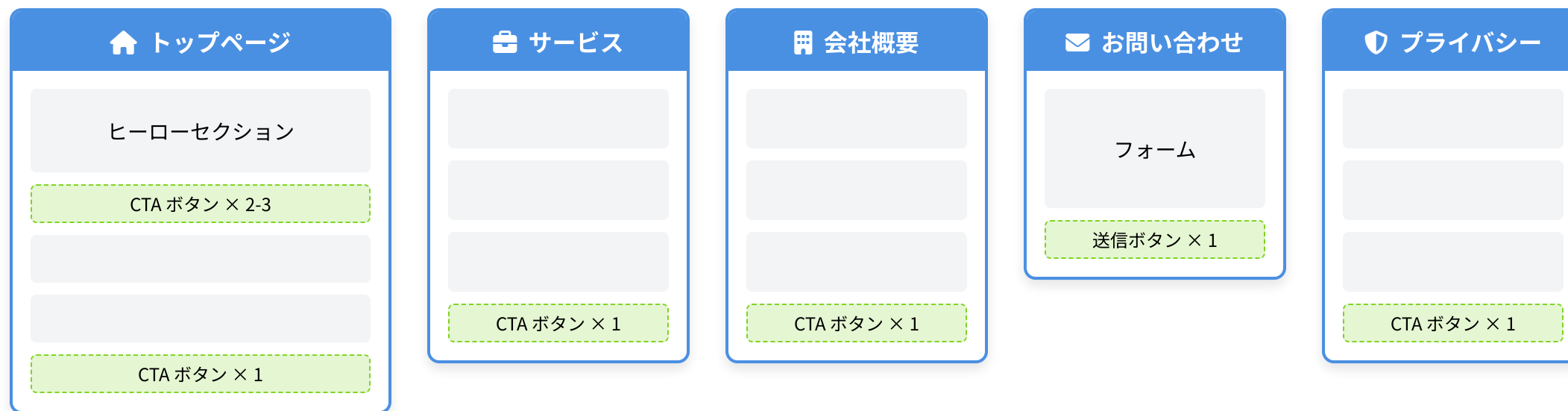
- ・ Should/Couldを将来の拡張として提示
- ・ 追加開発の提案がしやすくなる
- ・ 段階的な成長プランを共有

クライアントとの合意形成:



- ・ ヒアリング時に各要望をMoSCoWで分類し明示的に合意
- ・ 見積書に各分類を明記し、「今回の範囲」と「将来対応」を明確化
- ・ 機能追加要望が出た際の判断基準として活用（既存Must優先）

STEP2 情報設計: 必須5ページ



CTA位置と回数の原則:

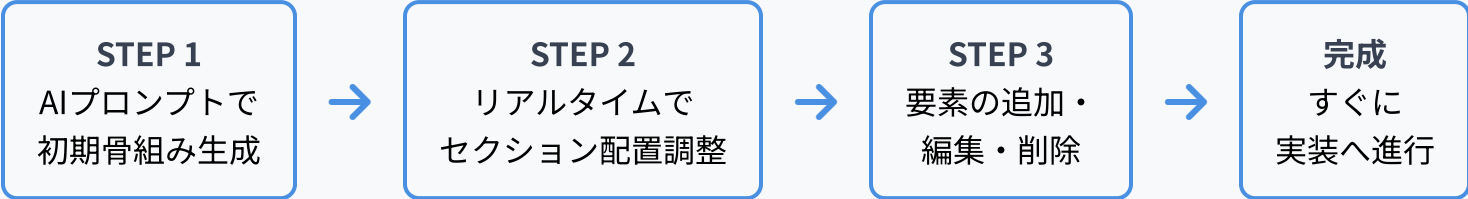
- ✓ **トップページ**
ファーストビューに1つ + コンテンツ末尾に1-2つ
合計: **2-3個の設置**
- ✓ **下層ページ (サービス/会社/PP)**
ページ末尾に最低1つ設置
視覚的に目立つ位置に配置
- 💡 **CTA文言の工夫**
「お問い合わせ」より「無料相談する」
行動喚起と利益を明示する

情報設計のポイント:

- 👤 **階層は浅く保つ**
(トップから2クリック以内)
- 👁️ **3秒ルール**
(目的がすぐわかる)
- 📖 **F字パターン**
(左上から走査する読み方)
- 📱 **モバイルファースト**
(スマホ優先で設計)

ワイヤーフレーム作成(ツール不要)

Gensparkだけで完結するワイヤーフレーム作成



💡 従来のようなFigma・Sketch・XDなどの外部ツールは一切不要！

効果的なUI設計の3大原則

Fパターン

ユーザーの視線は左上から右へ、次に下へ移動し、再び左から右へとF字を描くように動く
重要情報は左上と左側に配置する

3秒ルール

訪問者がサイトの目的と内容を理解するのに3秒以上かけない
最重要メッセージを即座に伝える

視線導線

ユーザーの視線をCTAへ自然に誘導する要素の配置
余白・サイズ・色の対比で視線の流れを作る

プロのテクニック

最初のプロンプトで「ワイヤーフレームモード」と指定し、装飾なしの骨組みから始める

時間節約

外部ツールとのやり取りが不要なため、**最大70%の時間削減**が可能

STEP3 制作: ヒーローセクション

見出し：端的でインパクトのある文言

サブテキスト：補足説明

会社名・サービス名

背景：画像またはグラデーション

キャッチコピーやサービスの簡潔な説明文をここに配置します

今すぐ申し込む

詳細を見る

CTA×2：メイン+サブ

構成要素と色彩バランス

主要構成要素：

- 見出し（H1）：サービス名または価値提案
- サブテキスト：補足説明（1-2文）
- CTA（行動喚起ボタン）：メインとサブの2種類
- 背景：画像・動画・グラデーション

ブランドカラーと余白の黄金比（60-30-10の法則）：

メインカラー：全体の60%

余白・背景：全体の30%

アクセントカラー：全体の10%

効果的なヒーローセクションの3つのポイント

🎯 ターゲット視点

顧客の課題や欲求に直接訴える見出しと画像を選択する

🕒 3秒ルール

最初の3秒で価値提案が理解できる簡潔さを心がける

👉 1つの明確なCTA

メインCTAを視覚的に目立たせ、次のアクションを明示する

サービス紹介(3カラム)

サービス紹介の4要素構成:

- **アイコン**
視覚的要素で認識しやすく
- **見出し**
簡潔なサービス名
- **説明文**
3-4行の簡潔な説明
- **CTA**
明確な行動喚起ボタン

サービス1




② **マーケティング分析**

③ 顧客データを分析し、効果的な戦略を立案。競合分析と市場トレンドを踏まえた施策を提案します。

④ **詳細を見る**
300px

40px

サービス2



ウェブ開発

最新技術を用いた高機能なウェブサイトを制作。SEO対策と高速表示を両立したデザインを提供します。

詳細を見る
300px

40px

サービス3






広告運用

SNS広告やリスティング広告の戦略立案から運用まで。費用対効果の高い広告配信をサポートします。

詳細を見る
300px

レイアウトガイドライン:

- **均等配置**
各カラム幅を統一（300px）
余白を均等に取り（左右マージン同一）
- **可読性**
見出しは18-20px、本文は14-16px
コントラスト比4.5:1以上を確保
- **間隔**
カラム間は40pxの均等間隔
要素間の垂直マージンは16px

問い合わせフォーム実装

必須入力項目の設定

氏名

必須

type="text" 入力制限なし

メールアドレス

必須

type="email" 形式チェック

電話番号

必須

type="tel" 数字のみ

お問い合わせ内容

必須

textarea 自由記述

1

Google Forms連携

- ✓ Google Formsで質問作成
- ✓ フォームのHTMLコードを取得
- ✓ iframeとしてサイトに埋め込み

フォーム作成 → 送信 → コード取得

2

通知設定

- ✓ Google Formsの回答通知設定
- ✓ 複数メールアドレスに通知
- ✓ スプレッドシート連携で管理

回答 → スプレッドシート → 自動通知

3

自動返信メール設定

- ✓ Apps Script連携で返信作成
- ✓ テンプレートメール本文作成
- ✓ トリガー設定（フォーム送信時）

フォーム送信 → 自動スクリプト実行 → メール送信




実装コード例

```
<!-- Google Forms埋め込みコード -->
<div class="form-container">
<iframe src="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc...
width="100%" height="800" frameborder="0" marginheight="0"
marginwidth="0">読み込んでいます...</iframe>
</div>

<!-- または独自フォームからGoogleフォームへPOST -->
<form action="https://docs.google.com/forms/u/0/d/e/1FAIpQLSc.../formResponse"
method="POST" target="hidden_iframe">
<input type="text" name="entry.123456789" placeholder="氏名">
<input type="email" name="entry.987654321" placeholder="メール">
<button type="submit">送信</button>
</form>
```

レスポンス最終チェック

1 PC/タブレット/スマホの差分確認

 PC (1024px以上)、 タブレット (768px~1023px)、 スマホ (320px~767px)

各デバイスでの表示を必ず確認し、レイアウト崩れがないこと

2 触りやすさ (タップターゲット)

タップ可能な要素 (ボタン・リンク) は **最小44px×44px以上** のサイズを確保。特にスマホでの操作性重視。

3 押しやすさ (ボタン間隔)

クリック可能要素間の間隔は **最低8px以上** を確保。誤タップ防止と操作性向上のため。

4 読めるサイズ (テキスト可読性)

本文テキストは **16px以上**、見出しは適切な階層構造。縮小しても読みやすさを維持。

 **実機テスト:** シミュレーターだけでなく実際のデバイスでの動作確認が重要

SEO基本設定

H メタタイトル

60文字以内 に収める

キーワードを前方に配置

企業名・ブランド名を含める

例: 【Genspark活用】法人向け高品質サイト制作 | AIでコスト削減 | ネクストマーケティング

≡ ディスクリプション

120～160文字 が最適

USP（独自の価値提案）を含める

行動喚起文を入れる

例: GensparkのAI技術を活用し、従来の1/5のコストで高品質な法人向けWebサイトを制作。最短2週間で納品、SEO対策も万全。問い合わせフォーム・レスポンス対応込み。無料相談実施中！

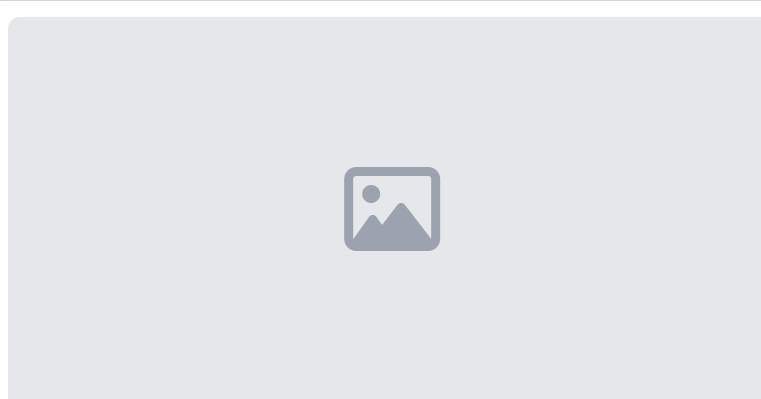
🔗 OGPタグ設定

SNSでシェアされる際のプレビュー

サイズ: 1200×630px

ロゴ・タイトル・画像を含める

余白：上下左右20%確保



サイトタイトル | ブランド名

サイトの簡潔な説明文がここに入ります...

[www.example.com](#)

🖼️ alt属性

全ての画像に設定

具体的かつ簡潔に（15字程度）

キーワードを自然に含める

</> 構造化データ

JSON-LD形式で実装

企業情報・商品・FAQ用意

Google検索結果で目立つリッチリザルト表示

```
{type: "Organization", name: "企業名", url: "https://..."}
```

SEO最終チェックリスト

- ✓ 全ページにメタタイトル・ディスクリプション
- ✓ OGPタグの実装
- ✓ h1~h6の階層構造が適切
- ✓ 内部リンク構造の最適化

- ✓ 画像にalt属性を設定
- ✓ 構造化データのエラーチェック（テストツール）
- ✓ PageSpeed Insightsで速度確認
- ✓ モバイルフレンドリー対応

4 STEP4 クライアント確認: デモURL共有

提出物（3点セット）



デモURL

確認用の一時公開URLを提供

例：preview.genspark.site/clientname



変更履歴

前回からの修正点一覧

箇条書きで分かりやすく



次回確認点

具体的に確認してほしい箇所

3～5項目に絞り込む

レビュー会の進め方



画面共有で説明

デモサイトを実際に操作しながら

機能とコンセプトを説明



参加者を限定

意思決定者と実務担当者のみ

最大3～4名に抑える



時間管理

30分以内に収める

冒頭に所要時間を宣言



フィードバック収集方法

- ✓ **その場で収集**：会議中に主要な修正点をメモ
- ✓ **フォーム送信**：会議後に確認フォームを送付
- ✓ **修正表作成**：項目・優先度・対応方針を整理






ポイント




「修正回数は最大3回まで」の合意を事前に得ておく
超過分は追加費用が発生することを明示する
重要：フィードバックは「具体的な修正内容」に落とし込む

修正依頼の受け方(最大3回)

1 修正回数と範囲の明文化

-  契約書に「修正回数3回まで」を明記する
-  修正範囲の具体例を列举（テキスト・画像・配色・レイアウト調整など）
-  構造的な大幅変更は別途見積もり対象であることを事前説明

2 超過時の見積追加ルール

-  追加修正1回につき¥20,000目安（2時間作業を想定）
-  作業時間に応じて¥10,000～¥30,000の範囲で設定
-  3回目の修正確定時に「次回からは有料」を丁寧に説明

3 透明性を担保する契約書条項例

「第〇条（修正対応）乙は、本業務の成果物について、甲の要望に基づき最大3回までの修正に応じるものとする。3回を超える修正については、乙は甲に対し追加費用として1回あたり20,000円（税別）を請求できるものとする。ただし、成果物の根本的な変更や当初の要件定義から逸脱する変更については、別途見積もりを行うものとする。」

よくある修正要望TOP10と対処

1 文言変更

企業名・サービス名・キャッチコピーなどの修正はGensparkで即時対応。すべての変更点を一覧化して一括修正が効率的。

2 画像差し替え

画像最適化を忘れずに（WebP変換・圧縮）。サイズ比率が異なる場合はトリミングか余白調整を提案。

3 色変更

カラーコード指定か、近似色の選択肢を3つ用意。全体の調和を保つため関連要素も同時調整を提案。

4 ボタン位置

CTAの目立ち度とUXを考慮。ヒートマップ原則（中央・右上が高コンバージョン）を説明し最適配置を提案。

5 レイアウト調整

大幅変更はモバイル表示も再確認必須。事前に複数案を用意してビフォーアフターで比較提案。

6 フォント変更

Google Fonts利用を推奨。日本語は「Noto Sans JP」「M PLUS 1」が安定。サイト全体の統一感を保持。

7 余白調整

余白は「詰めすぎない」が原則。デスクトップとモバイルで別々に最適化。8の倍数ピクセルで調整が基本。

8 リンク追加

内部・外部リンクの区別を明確に。外部リンクは新タブ（target="_blank"）設定と安全性の確認を忘れずに。

9 セクション順序

ユーザー導線を考慮した順序提案。変更前後のUXを説明し、重要コンテンツがファーストビューに来るよう調整。

10 アニメーション

過剰な動きは避け、ページ速度に影響少ない軽量アニメーションを推奨。簡素なフェードインが最も安全。

💡 **対応のポイント:**修正内容を「優先順位表」にまとめ、対応目安時間と共に共有すると合意形成がスムーズ。

STEP5 納品: ドメイン接続



方法1: 顧客ドメイン接続

クライアント所有のドメインを使用

DNS設定手順:

- 1 クライアントのドメイン管理画面にアクセス
- 2 DNSレコード追加: Aレコード または CNAME
- 3 Gensparkの発行したIPアドレスまたはホスト名を入力
- 4 反映待機（通常15分～48時間）

💡 管理画面の操作方法がわからないクライアントには、画面共有でサポートするとリピート率アップ



方法2: サブドメイン提供

Genspark提供のサブドメインを使用

設定手順:

- 1 Genspark管理画面で「サブドメイン発行」をクリック
- 2 希望のサブドメイン名を入力（例: `client.genspark.site`）
- 3 「発行」ボタンをクリック
- 4 すぐに利用可能（即時反映）

⚠ 企業サイトの場合は独自ドメインを推奨。サブドメインはテスト・一時公開向き

SSL証明書の自動設定確認



確認方法

ブラウザのアドレスバーに表示される鍵マークを確認（<https://>で始まる）



自動更新

Let's Encryptによる90日ごとの自動更新（手動操作不要）



トラブルシューティング

証明書エラーが出る場合は、DNS設定を再確認（CAA/DNSキャッシュの問題の可能性）

納品書/操作マニュアルの作成







1

納品チェックリスト

- ✓ **ドメイン確認**：正しいドメインにサイトが表示されるか確認
- ✓ **SSL確認**：ブラウザに鍵アイコンが表示され、アドレスがhttpsで始まるか
- ✓ **全ページ動作確認**：全ページが正しく表示され、リンク切れがないか
- ✓ **フォーム送信テスト**：問い合わせフォームが正しく送信され、通知が届くか
- ✓ **レスポンス確認**：PC/タブレット/スマホで問題なく表示されるか

2

操作マニュアルに含める項目

- | | |
|--|--|
|  基本情報 ：サイトURL、管理画面URL、アカウント情報 |  バックアップ方法 ：定期バックアップと復元手順 |
|  更新手順 ：テキスト/画像/メニュー項目の変更方法 |  サポート情報 ：問い合わせ先と保守契約内容 |
|  権限設定 ：管理者/編集者など役割に応じた権限設定方法 |  トラブルシューティング ：よくある問題と解決策 |







プロのコツ

納品書とマニュアルは「次の仕事につながる営業資料」として作り込みましょう。丁寧な資料は信頼構築につながり、追加案件やリピート受注率が向上します。

保守契約の提案(¥5,000~¥10,000/月)

保守範囲の明確化：

-  **コンテンツ更新**
テキスト・画像の差し替え、新着情報の追加（月2回まで）
-  **軽微修正**
レイアウト調整、リンク修正、スタイル調整（1時間以内の作業）
-  **監視・セキュリティ**
稼働状況確認、エラー検知、セキュリティアップデート
-  **バックアップ**
週1回の自動バックアップ、90日間保持

初回制作
¥15万円
(一時費用)




+

年間保守
¥6万円/年
(¥5,000×12ヶ月)

=

初年度収益
¥21万円
(顧客生涯価値LTV)

継続率を高める3つのポイント：

-  **定期レポート**
月1回のサイト分析レポート
(アクセス・流入経路・CV率)
-  **年2回の改善提案**
データに基づく改善提案会
トレンドに合わせた更新案
-  **特典付与**
1年継続で追加ページ1枚無料
2年継続でデザインリニューアル割引

第3章まとめ: 案件を回す型

1

5ステップの型を習得

ヒアリング→設計→制作→確認→納品の再現可能なプロセスを確立。一度習得すれば、どの案件にも応用可能。

2

テンプレート活用で工数削減

ヒアリングシート・契約書・納品チェックリストなどのテンプレート群で工数を1/5に圧縮。案件ごとにゼロから作る必要なし。

3

再現性と安定性の確保

一気通貫の標準化されたプロセスにより、初心者でも一定品質のサイトを納品可能。成功の再現性を高める。

4

保守契約で継続収益化

一度の受注を月5,000円×12ヶ月の継続収益に変換。顧客LTVを最大化する収益モデルを構築。



次章: 高度機能でプロ品質に格上げ

API連携、データベース活用、SEO最適化で「一般的」なサイトを「プロ品質」に引き上げる方法を学びます。

📖 CHAPTER 4

第4章: 高度機能実装

API/DB/インタラクション/SEO
で"プロ品質"に格上げ

API連携①: Googleマップ埋め込み

店舗/本社アクセス表示の実装方法

- 1 Googleマップで該当場所を検索
- 2 共有ボタン → 「地図を埋め込む」を選択
- 3 サイズを選択（中型 450×300px推奨）
- 4 HTMLをコピーしてサイトに貼り付け

```
// GoogleマップをGenspark AI Developerに埋め込む例
<iframe
src="https://www.google.com/maps/embed?... "
width="450"
height="300"
style="border:0;"
allowfullscreen=""
loading="lazy"
referrerpolicy="no-referrer-when-downgrade">
</iframe>
```

 株式会社ネクストマーケティング




Google Map

+




-

1

UX向上ポイント

-  タップで経路案内：訪問ハードルを下げる
-  レビュー閲覧・投稿：信頼性向上
-  ストリートビュー：店舗の外観確認が可能

ビジネスへの効果

- | | | |
|---|---|--|
|  問い合わせ |  来店率 |  滞在時間 |
| 約25%増加 | 約35%向上 | 平均20%延長 |

API連携②: SNSフィード(Instagram/X)

SNSフィード連携のメリット：



最新投稿の自動表示

- ・ ウェブサイトを開いたら最新のSNS投稿が表示
- ・ 手動更新不要で常に鮮度維持



UGC(ユーザー生成コンテンツ)活用

- ・ 顧客レビュー/使用例を証拠資産として表示
- ・ ハッシュタグキャンペーンとの連携も可能

API連携の設定手順：

STEP 1

SNSプラットフォーム側で
アプリ開発者登録



STEP 2

API Key/Token
取得と設定



STEP 3

Gensparkで
表示用コンポーネント配置

実装コード例 (Instagram)：

```
<div id="instagramFeed"></div>
<script src="https://cdn.jsdelivr.net/gh/stevenschobert/instafeed.js/dist/instafeed.min.js"></script>
<script>var feed = new Instafeed({...});</script>
```

実装のコツ：



更新頻度とブランド訴求の両立

表示件数は**3~6件**に限定し、重要コンテンツを圧迫しないよう配置



APIレート制限の対応

キャッシュ機能で1時間ごとに更新し、API制限回避

API連携③: 外部予約(Calendly/STORES予約)

🔗 予約URL/空き状況埋め込み方法

iframeで埋め込む (最も簡単)

```
<iframe src="https://calendly.com/your-name/30min"
width="100%" height="600" frameborder="0"></iframe>
```

ボタン設置 (サイトデザインを崩さない)
Calendlyポップアップボタン・STORESリンクボタン
※GensparkのAI Developerで自動生成可能

⚠️ ダブルブッキング回避と通知設定

自動同期の設定

- GoogleカレンダーやOutlookとの連携設定
- 予約枠の自動ブロック (空き時間の正確な反映)

通知設定の最適化

- 予約確定時: お客様・管理者双方に自動メール
- リマインダー: 24時間前に自動送信
- キャンセル通知: 空き枠の再利用を促進

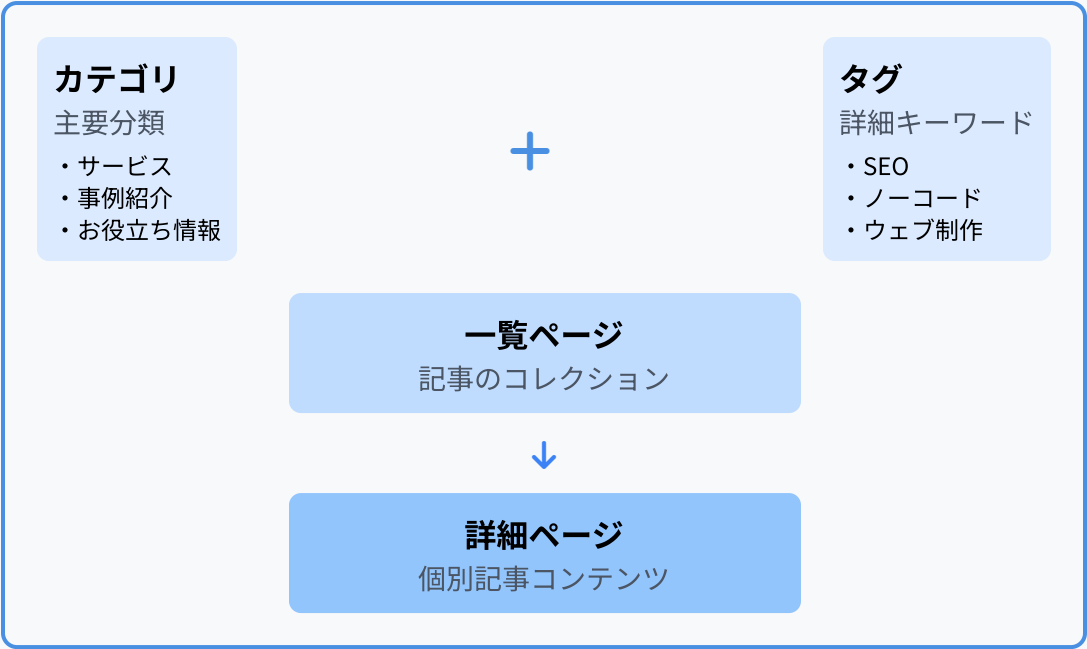
📊 予約システムの選び方 (比較表)

機能	📅 Calendly	🏪 STORES予約
利用料金	無料プランあり / Pro \$8/月～	無料プランあり / 有料 ¥9,800/月～
日本語対応	部分的 🟡	完全対応 🟢
決済連携	Stripe/PayPal 🟢	クレカ/コンビニ/銀行振込 🟢
カスタマイズ	高度 (API連携) 🟢	標準的 🟡
向いている業種	コンサル・士業・教室	サロン・飲食・小売店

※業種とニーズに合わせて選択。シンプルさと日本語重視ならSTORES、カスタマイズ性重視ならCalendly

データベース活用①: ブログ機能

ブログ構造の基本



コンテンツカレンダーの作り方


日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

□ 下書き □ 公開予定 ■ 公開済み


ブログがもたらす3つの効果


SEO向上
検索流入の増加
月間アクセス
150→500へ


信頼構築
専門性の証明
問い合わせ率
1.2%→3.5%へ


リード獲得
潜在顧客の育成
CV率
2倍に向上

運用ルール（SEO土台構築）

-  週1更新が理想的
- 定期的な更新が検索エンジンに好評価
 - 月4本×3ヶ月＝12記事で基本土台完成
 - 記事間の内部リンクでサイト回遊性向上

データベース活用②: 商品カタログ

10～20点の商品カード表示例



商品名A
¥2,980




商品名B
¥1,200



商品名C
¥5,800


※実際は10～20点の商品をページネーションで表示

商品カタログの機能




フィルタ機能

- ・カテゴリ別（衣類/家電/食品など）
- ・価格帯（～1,000円/～5,000円など）




並び替え機能

- ・新着順（デフォルト）
- ・人気順（売上/閲覧数ベース）



詳細ページへのリンク

- ・クリックで個別詳細ページへ遷移
- ・パラメータ渡しでID指定表示



ページネーション

- ・1ページ8～12件表示
- ・前/次/ページ番号の簡易ナビ

商品DBの構造設計

商品データベース（主要フィールド）	
product_id	一意のID（自動採番）
name	商品名（50文字以内）
price	価格（税抜）
image_url	画像パス（複数可）
description	商品説明文
stock	在庫数（0=売切）
category_id	カテゴリID（外部キー）
created_at	登録日時（新着ソート用）

実装ポイント

- ・ Gensparkの一覧表示コンポーネントを活用
- ・ カード表示はレスポンシブ対応（PCで3～4列、スマホで1～2列）
- ・ 商品画像は最適化して表示速度を確保

データベース活用③: お知らせ管理

最新情報のCMS更新方法


コンテンツ作成




保存・プレビュー




カテゴリ・タグ設定




状態選択・公開

公開

即時表示

すぐにサイト上に表示される
例: 新商品発表、重要なお知らせ

下書き

一時保存

公開されず内部のみで確認可能
例: 承認待ち、編集中の記事

予約

日時指定公開

設定した日時に自動公開
例: キャンペーン、イベント告知

お知らせの優先順位付け（重要度ラベル）

サイトメンテナンス予告

重要

2025年5月1日 10:00-12:00にシステムメンテナンスを実施します。

サービス機能アップデート

通常

新機能が追加されました。詳細はこちらをご覧ください。

ブログ記事更新

情報

新しいブログ記事「AI活用術」を公開しました。

運用負荷を減らす3つのコツ

1

テンプレート活用

定型お知らせは雛形を作成し再利用する

2

カレンダー連携

社内カレンダーと連動して自動投稿設定

3

古い情報の自動アーカイブ

一定期間経過後に自動非表示・保存

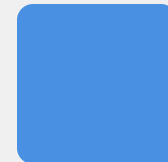
インタラクション①: スクロールアニメーション

フェードイン効果



ページ要素が透明から不透明に変化。視覚的負担が少なく、多くの要素に適用可能。

↑ パララックス効果



背景と前景が異なる速度で移動。奥行き感を演出し、立体的な印象を与える。

⚠ 適切なアニメーション速度と可読性

✓ 最適なアニメーション速度:

0.3~0.5秒 - ユーザーが認識でき、かつ遅延と感じない範囲

✗ 過度な演出を避ける理由:

- ・コンテンツ把握の妨げになる
- ・動き酔いの原因になる可能性
- ・ページ読み込み時間の増加

</> 実装コード例 (CSS)

```
/* フェードイン効果の定義 */
.fade-in-element {
  opacity: 0;
  animation: fadeIn 0.4s ease forwards;
}

/* キーフレームアニメーションの定義 */
@keyframes fadeIn {
  from { opacity: 0; }
  to { opacity: 1; }
}

/* スクロールトリガーの例 (IntersectionObserver API使用) */
// JavaScript部分は別途解説
```

💡 アニメーションはコンテンツを強調するために使用し、**可読性を最優先**に設計する

📱 モバイルでは特にシンプルなエフェクトを心がける

インタラクション②: ホバー/モーダル

👉 ホバーエフェクトの3種類

1. 明度変化 (Brightness)

マウスオーバー時に要素を明るく

使用例: ボタン、カード、リンク

明度変化

2. 影付加 (Shadow)

影を強調し浮き上がる効果

使用例: カード、プラン表、製品

影付加

3. 拡大 (Scale)

わずかに大きくなる効果

使用例: 画像、アイコン、CTAボタン

拡大

📦 モーダルウィンドウの活用

モーダル活用シーン:

- 詳細情報の表示 (製品詳細)
- フォーム表示 (問い合わせ、登録)
- 確認ダイアログ (削除確認など)
- 画像の拡大表示 (ギャラリー)

実装のポイント:

- 背景オーバーレイで操作制限
- 閉じるボタン (×) を必ず設置
- ESCキーやオーバーレイクリックで閉じる
- アクセシビリティ対応 (WAI-ARIA)

📄 詳細を表示

商品詳細

この商品は高品質な素材を使用し、耐久性に優れています。様々なシーンで活用できる万能アイテムです。

閉じる

</> 実装コード例

```
/* ホバーエフェクト */
.card {
  transition: all 0.3s ease;
}
.card:hover {
  transform: scale(1.05);
  box-shadow: 0 10px 20px rgba(0,0,0,0.15);
  filter: brightness(1.1);
}
```

ナビゲーション: ハンバーガーメニュー

モバイル最適化実装方法



ハンバーガーアイコン

実装ポイント:

- ・アイコン → サイドメニュー表示
- ・右上か左上に固定配置
- ・トグル動作（開閉）の確実な実装

JavaScript + CSS でスムーズな動作を実現

アクセシビリティ対応

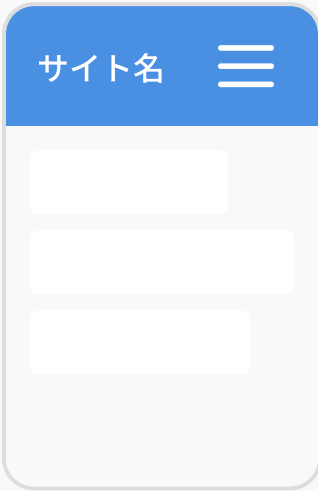


タップターゲットサイズ

最低44px×44pxの領域を確保

- ✓ 色のコントラスト比 4.5:1以上
- ✓ aria-label属性でスクリーンリーダー対応
- ✓ キーボード操作（Tab + Enter）で開閉可能に

固定ヘッダーと戻る動線



固定ヘッダー

スクロール時も常に表示

戻る動線

- ・ホームへ戻るロゴ
- ・「戻る」ボタン
- ・閉じるボタン（×）

ユーザビリティの3つのポイント



即時フィードバック

メニュー開閉時の視覚的アニメーション（0.3秒以内）



現在位置の明示

現在表示中のページをメニュー内でハイライト表示



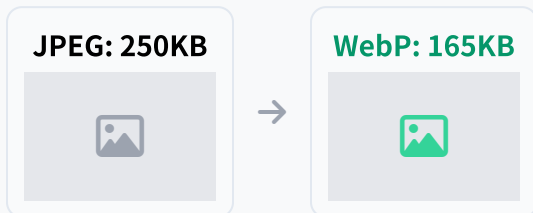
階層の浅さ

メニュー内は最大2階層に制限し迷子を防止

高速化/SEO①: 画像最適化

WebP形式への変換

従来のJPEG/PNGと比較して**25-35%軽量化**が可能



変換ツール: Squoosh、WebP Converter

遅延読み込み (Lazy Loading)

ビューポート外の画像読み込みを遅らせ**初期表示を高速化**

```

```

💡 スクロール時に表示範囲内に入ったら読み込み開始

LCP/CLSを意識した配置

👁️ ファーストビュー画像

先読み設定で即時表示 (LCP対策)

```
<link rel="preload" as="image" href="hero.webp">
```

✚ サイズ指定 (CLS対策)

width/heightで領域確保、レイアウトシフト防止

```
width="800" height="600" style="aspect-ratio: 4/3;"
```

画像最適化の3つの効果

🚀 速度向上

ページ読み込み時間を**最大60%短縮**し、離脱率低下

🔍 SEOスコアUP

Core Web Vitalsスコア向上でGoogleでの**検索順位アップ**

😊 UX改善

ストレスなく閲覧でき、**コンバージョン率15%UP**も可能

高速化/SEO②: 速度計測と構造化データ

PageSpeed Insightsの重要3指標



LCP (Largest Contentful Paint)

最大コンテンツ描画時間

良好: 2.5秒以下

ユーザーに見える最大要素の表示速度



FID (First Input Delay)

初回入力遅延

良好: 100ms以下

ユーザー操作に対する反応速度



CLS (Cumulative Layout Shift)

累積レイアウトシフト

良好: 0.1以下

ページ読込中の要素位置ずれ量

構造化データ (Schema.org)

主要なスキーマ3種類:



FAQスキーマ - よくある質問



Productスキーマ - 商品情報



Organizationスキーマ - 組織情報

検索結果でのリッチスニペット表示:

企業サイト - Example Corp

<https://example.com/>

株式会社Example（東京都渋谷区） - AIソリューション

★★★★☆ 4.5 (124件) ・ 営業時間: 9:00-18:00

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "name": "株式会社Example",
  "url": "https://example.com",
  "logo": "https://example.com/logo.png",
  ...
}
</script>
```



ポイント: 構造化データの実装で検索結果のクリック率が**平均30%向上**。LCP改善で**直帰率15%減少**の実績あり。

第4章まとめ: 付加価値の作り方

1

見た目で差をつける

デザイン品質が顧客満足度を左右。アニメーションや画像最適化でプロフェッショナルさを演出し、高単価を正当化できる。

2

動きで体験価値を高める

適切な**インタラクション**（ホバー効果・スクロールアニメーション）が顧客体験を向上。ユーザー満足度と滞在時間の増加につながる。

3

速さがユーザー体験を決める

表示速度はCV率に直結。画像最適化・遅延読み込みで速度スコアを向上させ、競合サイトより優位性を獲得できる。

4

検索適性で集客力強化

SEO対策を組み込み、顧客に「アクセス数増加」という具体的なメリットを提供。構造化データによるリッチスニペット表示で差別化。



次章: 安定受注の営業戦略へ

これらの付加価値をテンプレート化し、効率良く提案・実装することで高単価案件を継続的に受注する方法を学びます。

📖 CHAPTER 5

第5章: 営業・受注戦略

安定的に受注し、LTVを最大化するための
営業/契約/リピートの型を構築

ターゲット選定①: 狙う業種と理由



ホームページ未保有の地域ビジネス

- ✓ 小規模飲食店・小売店・整体院・美容室など
- ✓ オンライン上の存在感ゼロで集客機会を逃している
- ✓ Googleビジネスプロフィールは登録済みの場合も

💡 攻略ポイント

「集客増加・予約システム連携・口コミ掲載」を訴求。初期費用¥10万円台のリーズナブルさが決め手に。



旧式サイトのままの企業

- ✓ 2010年代前半のデザイン・レスポンス非対応
- ✓ スマホ閲覧で崩れるレイアウト・見にくい文字サイズ
- ✓ 更新頻度が低く情報が古い・運用負担が重い

💡 攻略ポイント

「モバイル最適化・管理画面の操作性・更新の簡易化」を訴求。制作後の運用サポートで差別化。



SNS活発だがサイト無の個人事業

- ✓ コンサルタント・士業・フリーランスデザイナーなど
- ✓ Instagramなどは活用しているが公式サイトなし
- ✓ 専門性を示す場所がなく信頼獲得が難しい

💡 攻略ポイント

「実績掲載・SNSフィード連携・予約フォーム」を訴求。プロフェッショナルさと信頼性向上がキーワード。

ターゲット選定②: リスト化の実務

1 リサーチツールの活用

Googleマップ: 「業種名 + 地域名」で検索し、結果を保存
商工会議所名簿: 地域の会員企業リストを入手（多くは有料）
地域情報誌: 広告出稿企業は積極的なマーケティング意欲あり


2 リスト作成の基本

目標: 最低50社のリストアップ（コンバージョン率1%で0.5件、2%で1件）
週1回10社追加のルーティン化で、ターゲット枯渇を防止

3 優先度判定の3基準

A: サイトなし/非常に古い + 集客型ビジネス
B: サイトはあるが改善余地大きい
C: サイトが比較的新しい/小規模事業

企業名	業種	現状	連絡先	URL	優先度
〇〇飲食店	飲食	サイトなし	xxx@example.com	-	A
△△法律事務所	士業	旧サイト(2012)	03-xxxx-xxxx	example.jp	A
□□美容室	美容	SNSのみ	@xxxx	-	B

 **ヒント: Excelテンプレートを活用しましょう**
エクセルファイルをGoogleドライブで共有すれば、チームでの営業活動も効率化できます。

ターゲット選定③: 差し込み提案の作り方

効果的な差し込み提案の3ステップ:



STEP 1

現状サイトの課題分析
デザイン古い・スマホ対応なし・
情報が探しづらいなど



STEP 2

具体的な改善案提示
モダン化・レスポンシブ化・
導線最適化など



STEP 3

ビフォーアフター作成
視覚的な比較で
効果をイメージしやすく

Before



課題：スマホ非対応、古いデザイン、情報が探しづらい



改善提
案

After



解決：レスポンシブ対応、モダンUI、クリアな導線設計

差し込み提案で勝率を上げる3つのポイント:

🎯 1社1例の法則
汎用的な提案ではなく、
その企業専用にカスタマイズ

👁️ 視覚的インパクト
言葉だけでなく
ビジュアルで差を見せる

📈 数値で効果を示す
「スマホ閲覧60%→対応で
CVR20%向上見込み」など

営業メール/DM①: 開封率60%テンプレート

✉ 効果的な件名5例 開封率60%達成

✓ 【〇〇業界】3週間でサイト公開可能です

✓ 【事例紹介】同業の△△社様のサイト制作実績

✓ 【無料相談】15分でホームページの課題が解決します

✓ 【コスト1/5】ノーコードで高品質なサイト制作のご提案

✓ 【〇〇様向け】サイト改善で見込み客が2倍になる方法

✎ 導入文の構成（PASONAフレームワーク）

Problem（問題提起）

「多くの〇〇企業様では、ホームページからの集客が課題になっていると思います。」

Amplify（問題の深刻化）

「競争が増える中、古いサイトのままでは年々アクセス数が減少し、新規顧客獲得が難しくなります。」

Solution（解決策提示）

「Genspark AIを活用した最新のWebサイト制作で、短期間・低コストで効果的なサイトを実現できます。」

Outcome（成果の提示）

「当社が制作した〇〇業界のサイトでは、お問い合わせ数が平均2.5倍に増加しています。」

Next Steps（次のステップ）

「まずは15分の無料相談で、貴社サイトの改善ポイントを洗い出しませんか？」

Action（行動喚起）

「下記のカレンダーから、ご都合のよい日時をお選びください。→[予約リンク]」

✓ 効果的な例

実績紹介:「御社と同業の〇〇様では、当社制作のサイトで月間CV数が3倍になりました。画面共有で実例をお見せできます。」

明確なCTA:「15分の無料相談はこちらから予約できます → [カレンダーリンク]」

✗ NG例

冗長:「私どもの会社では長年にわたりウェブサイト制作を行っており、様々な業種のお客様にご満足いただいております。」

自分語り:「私はWeb制作歴10年で、SEO対策も得意です。御社のサイトを見て改善点を思いつきました。」

不明確CTA:「ご興味があればいつでもご連絡ください。」

営業メール/DM②: 返信率を高める添付と導線

効果的な3つの添付・導線：



ポートフォリオPDF

過去の制作実績5-8例を
ビジュアル中心にまとめる



事例PDF

同業種の具体的な
Before → After事例



カレンダーリンク

Calendlyで無料相談枠
を即予約できる導線

最適な追客スケジュール：

1

初回送信

実績紹介+
無料相談オファー

2

3日後

「確認されましたか？」
+追加価値提供

3

5日後

事例を具体的に
+業界特化情報

4

7日後

期間限定オファー
+最終フォロー

返信率を高める3つのポイント：



行動障壁を下げる

カレンダーリンクで面談予約を1クリックで完了させる



具体的な成果を数値で

「〇〇社のサイトが12週間でCVが35%向上」
など






同業種の事例を強調

相手の業種に特化した実績事例を必ず含める

価格設定の科学①: レンジ設計

¥10～25万円のレンジ設定理由：

-  工数調整
ページ数・機能数に応じて価格調整
-  機能要件
複雑さに比例して上昇
-  納期優先
急ぎ案件は+20%上乘せ

ベーシック

¥10万円

5ページ構成

- ✓ 必須5ページ構成
- ✓ レスポンシブ対応
- ✓ 問い合わせフォーム
- × SEO最適化
- × 高度機能実装

スタンダード

¥15万円

8ページ構成

- ✓ 8ページまで対応
- ✓ レスポンシブ対応
- ✓ 問い合わせフォーム
- ✓ SEO基本最適化
- × 高度機能実装




プレミアム

¥25万円

12ページ構成

- ✓ 12ページまで対応
- ✓ レスポンシブ対応
- ✓ 問い合わせフォーム
- ✓ SEO高度最適化
- ✓ 高度機能実装


心理学的価格設定の3つのポイント：

-  アンカリング効果
最も高い価格を先に見せることで中間価格が適正に感じる
-  デシュマール効果
中間の選択肢が選ばれやすい
-  価格差の法則
近すぎる価格は迷いを生み、離れすぎると比較困難


価格設定の科学②: 機能別料金表


#	追加機能	単価目安	想定工数
	ページ追加（1ページあたり）	+¥2万円	2時間×¥10,000
	問い合わせフォーム（基本機能）	+¥1万円	1時間×¥10,000
	予約システム連携（Calendly/STORES予約等）	+¥3万円	3時間×¥10,000
	ブログ機能（カテゴリ/タグ/一覧）	+¥2万円	2時間×¥10,000
	多言語対応（1言語追加あたり）	+¥5万円	5時間×¥10,000

追加単価設定の根拠:

- 

追加料金 = 工数（時間） × 時給（¥10,000）
- Gensparkによる効率化で従来の1/3〜1/5の工数
 - 作業スピードが上がるほど時間あたりの単価も上昇

 カスタム見積もり時も同じ計算式を適用することで、透明性を確保できる

 セット割引（3機能以上で10%オフ等）の提案も効果的

価格設定の科学③: 値引き交渉の対応術



核心原則: 「削るのは機能、価格ではない」

価格を下げるのではなく、提供する価値を調整して顧客の予算に合わせる



代替提案 (機能縮小)

- ・ 必須機能だけに絞った「ライトプラン」を提案
- ・ 後から追加できる拡張性を残す
- ・ 例: ブログ機能、多言語対応を省略



分割払い

- ・ 初期費用+月額払いのハイブリッド
- ・ 例: 全15万円→初回5万円+2万円×5ヶ月
- ・ キャッシュフローの平準化で心理的障壁を下げる



保守セット割引

- ・ 初期費用単体では値引きせず保守契約とセット割引
- ・ 例: 制作15万円+保守6万円→セット19万円
- ・ 長期LTVを確保しながら初期ハードルを下げる

値引き交渉の3つの鉄則

- 1 即答しない - 「社内で検討して改めてご連絡します」と時間を置く
- 2 理由を聞く - 「どのような予算感でお考えですか?」と具体的な数字を引き出す
- 3 常に代替案を用意 - 単純値引きではなく、必ず価値と価格のバランスを保つ

価格設定の科学④: パッケージ vs カスタム

📁 標準パッケージ + オプション方式

ベーシック

¥10万円

- ・ 5ページ構成
- ・ レスポンシブ対応
- ・ お問い合わせフォーム

スタンダード

¥15万円

- ・ 10ページ構成
- ・ SEO基本設定
- ・ Googleマップ連携

プレミアム

¥25万円

- ・ 15ページ構成
- ・ ブログ機能
- ・ 予約システム連携

+ オプション追加

✂️ カスタム見積もり方式

💬 ヒアリング

📊 工数算出

📄 見積提示

料金算出式

制作工数(時間) × 時給(¥3,000~¥5,000) + 素材費 + 外部連携費

対応可能な要件

提案方法の使い分け

✓ パッケージ方式が適するケース

- ・ 初回提案時（価格感を明示して安心感を与える）
- ・ 小規模～中規模の標準的サイト制作
- ・ 要件がシンプルで明確なケース

✓ カスタム方式が適するケース

- ・ 複雑・大規模なプロジェクト
- ・ 既存顧客の追加開発案件
- ・ 特殊要件が多い（独自機能、複雑なAPI連携）

契約/見積/請求①: 契約書の要点

必須条項 5つ



著作権帰属

制作物の著作権の帰属先を明記（制作者に帰属し、利用権をクライアントに許諾するケースが一般的）



修正回数

無償対応する修正回数の上限（最大3回まで）と追加修正時の費用規定



納期

成果物の納品期限と納品遅延時の対応（クライアント都合の遅延についても規定）



支払条件

前金50%・残金50%の支払いタイミング、支払い方法、支払い期限、遅延利息



損害賠償

債務不履行時の責任範囲と賠償限度額の設定（受注金額を上限とするなど）

トラブル回避の条項例



不可抗力

災害・疾病など予期せぬ事態が発生した場合の対応と免責



機密保持

相互の情報管理責任と開示可能範囲、契約終了後の取扱い



解約条件

中途解約時の通知期間と費用精算方法の明確化



契約書テンプレート入手先

弁護士ドットコム、クラウドサイン等のオンライン契約サービス、法律事務所の雛形など

ポイント：自社のビジネスモデルに合わせて[専門家のチェック](#)を受けてカスタマイズすると安心

契約/見積/請求②: 見積書の構成

見積書の5つの要素

- ✓ **件名**
提供するサービス内容を具体的に
- ✓ **内訳明細**
各項目の単価・数量・金額を明記
- ✓ **前提条件**
作業範囲・納品物・制限事項を記載
- ✓ **有効期限**
通常は発行日から2週間程度
- ✓ **支払条件**
前金50%、納品後50%など明記

原価・粗利・値引きの設計

- 📊 **原価率40%** - サービス提供に必要な実費・時間
- 📈 **粗利60%** - 技術料・ノウハウ・リスクヘッジ
- 📉 **値引きライン** - 原価+最低利益(15%)を下回らない

見積書サンプル

お見積書

発行日: 2025年10月15日

株式会社〇〇〇 御中

件名: コーポレートサイト制作一式

有効期限: 2025年10月29日まで

項目	単価	数量	金額
サイト企画・設計	¥30,000	1	¥30,000
Gensparkによるサイト制作	¥80,000	1	¥80,000
SEO基本設定	¥20,000	1	¥20,000
小計			¥130,000
消費税(10%)			¥13,000
合計金額			¥143,000

【前提条件】

- ・掲載素材(テキスト・画像)はクライアント様よりご提供いただきます
- ・修正は3回まで無償対応いたします
- ・初回お打ち合わせから2週間以内に納品いたします

【支払条件】 前金50%、納品後50%

契約/見積/請求③: 前金50%の重要性

キャッシュフロー安定の理由

制作着手前に半分回収することで、以下の3つのメリットが生まれます：

- 資金ショートのリスク低減（特に複数案件並行時に重要）
- 外注費・素材費などの実費を前金でカバー
- クライアントの本気度が事前に確認できる

前金回収の標準フロー



着手条件の明文化

契約書に以下の文言を必ず入れることで、未払いリスクを回避します：

「本業務は、発注者からの前金（総額の50%）の入金を弊社が確認した後に着手するものとします。前金の入金が確認できない場合、納期は自動的に延長されるものとします。」

未払いリスクの回避

以下の状況では特に注意が必要です：

- 設立間もない企業（2年未満）
- 個人事業主からの大型案件
- 過度の値引き交渉があった案件

こうした案件では、**70%前金**の設定も検討しましょう。

リピート/紹介獲得①: 納品後フォロー

運用1ヶ月レビューの重要性

🔍 アクセス解析レポート

Google Analyticsのデータを可視化して送付。ページ別閲覧数、流入経路、滞在時間、コンバージョン数を提示。

💡 改善提案資料

データに基づく具体的な改善点3つを提案。優先順位をつけて段階的な実装計画も提示。

📺 オンラインレビュー会議

30分のWeb会議で結果報告と改善提案を説明。今後の保守契約も自然に提案。

🕒 ロコミ/紹介依頼のベストタイミング

✓ **納品後1ヶ月のレビュー時**
アクセス解析データを示しながら成果を共有

✓ **目標達成時（問合せ増・売上向上）**
「貴社の目標達成をお祝いしたい」という形で依頼

※ロコミ依頼は「感謝」と「次の顧客にも価値を」という観点で伝える

✉️ フォローアップメールテンプレート

件名: 【サイト運用1ヶ月】〇〇様サイトの成果レポートと改善提案

〇〇株式会社
〇〇様

お世話になっております。ネクストマーケティングの〇〇です。

先月納品させていただいたウェブサイトの運用が1ヶ月を経過しましたので、**アクセス解析と改善提案**をお送りいたします。

- 【1ヶ月の主な成果】
- ・ 訪問者数: 〇〇人 (前月比 +XX%)
 - ・ 問い合わせ数: 〇〇件
 - ・ 平均滞在時間: 〇〇分

さらなる成果向上に向けた**3つの改善提案**を添付資料にまとめましたので、ぜひご確認ください。

詳細を30分程度のオンラインミーティングでご説明できればと思います。
下記カレンダーから、ご都合の良い日時をお選びください。

【ミーティング予約】
<https://calendly.com/〇〇〇〇>

今後とも、貴社のデジタル戦略のお手伝いをさせていただければ幸いです。

リピート/紹介獲得②: 保守契約と紹介インセンティブ

保守契約の設計 ¥5,000～¥10,000/月

📄 コンテンツ更新

テキスト・画像・お知らせの更新対応（月3回まで）

✂️ 軽微修正

レイアウト調整・リンク修正・表示バグ対応

🛡️ 監視・バックアップ

月次チェック・アクセス解析・自動バックアップ

💡 初回1年契約で月額5%オフ、半年払いで追加5%オフの特典あり

紹介報酬の設計

紹介料

成約額の10%
(上限¥30,000)

支払いタイミング

紹介先の契約金入金確認後
10営業日以内

紹介方法

専用フォーム送信
または電話/メール連絡

LTV最大化の3つの施策



定期アップセル戦略

- ・半年ごとの機能追加提案
- ・アクセス解析に基づく改善提案
- ・繁忙期前の特別企画提案



関係者紹介の仕組み化

- ・納品3ヶ月後に紹介依頼
- ・感謝メールに紹介特典を記載
- ・紹介カード5枚進呈



リピート促進カレンダー

- ・定期チェックインの予定化
- ・季節イベント用の更新提案
- ・契約更新1ヶ月前案内

🎯 初回案件の平均LTV: **¥27万円**（制作¥15万円＋保守¥12万円/年）

第5章まとめ: 受注の再現性を高める

1

ターゲット選定と差し込み提案

3つの狙い目（ホームページ未保有・旧式サイト・SNS活発）を50社リスト化し、**1社1例の簡易モック**で差別化。

2

価格と契約の明確化

¥10～25万円のレンジ設定と3プラン提案、前金50%徴収、修正回数明記で利益と効率を両立。

3

LTV最大化のフォロー体制

納品後1ヶ月レビュー、**保守契約（¥5,000～/月）**、紹介インセンティブ（10%）でリピート・紹介を促進。

4

「型」による歩留まり改善

ターゲット→提案→価格→契約→フォローまで**一気通貫のプロセス**を型化。属人的でなく再現性の高い受注サイクルを構築。



次章: ¥180万円達成のロードマップへ

6ヶ月で達成した売上軌跡と、あなたが今日から始めるべき7日間アクションプランを解説します。

🚩 CHAPTER 6

第6章: ¥180万円達成ロードマップ

6ヶ月の到達ロードマップで完走を支援

★ 最終章 ★

投資内訳と費用対効果

投資内訳

📅 月額コスト

¥4,500/月

Genspark Pro プラン

⊕ 初期費用

¥0

既存PC + 無料ツール活用

⌘ 回収ポイント

1件受注

以降はすべて利益に

ROI（投資対効果）シミュレーション

1ヶ月目の投資

¥4,500

→

初回受注（1件）

¥150,000

=

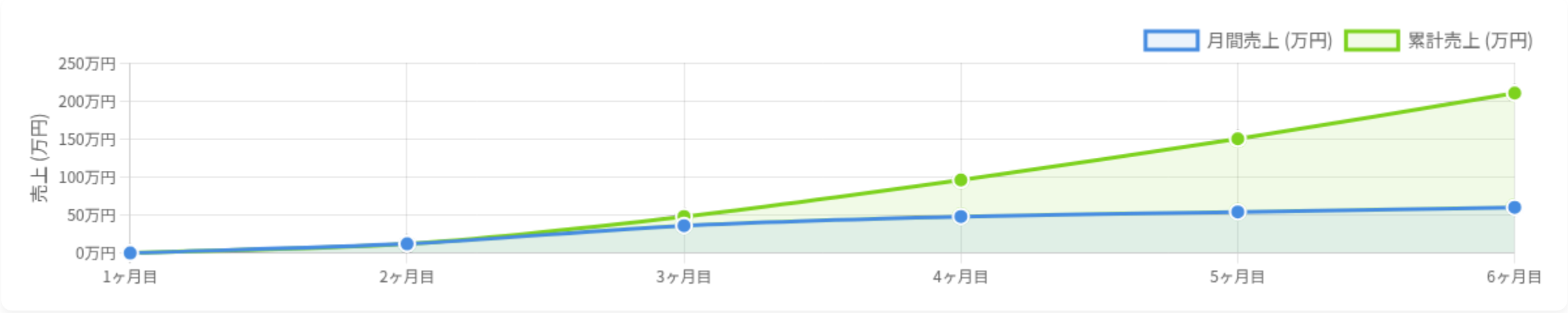
リターン

33倍

累計投資額 (¥) 累計売上 (¥)



月別売上推移とアクション(6ヶ月)



1ヶ月目: ¥0

- アクション:
- Genspark基本操作習得
 - ポートフォリオサイト3件制作

2ヶ月目: ¥120,000

- アクション:
- 営業メール50通送信
 - 初受注1件獲得 (飲食店)

3ヶ月目: ¥360,000

- アクション:
- 紹介獲得開始
 - 新規3件受注

4ヶ月目: ¥480,000

- アクション:
- 新規3件受注
 - リピート1件獲得

5ヶ月目: ¥540,000

- アクション:
- 新規3件受注
 - リピート2件獲得

6ヶ月目: ¥600,000

- アクション:
- 新規2件受注
 - リピート4件獲得

累計売上: ¥2,100,000

経費控除後純利益: ¥1,800,000

リピート率: 58%

平均単価: ¥150,000/案件

成功の3つのターニングポイント+失敗から学んだ教訓

成功の3つのターニングポイント



ポートフォリオサイトを作り込んだこと

制作実績が可視化され、クライアント獲得率が**3倍に向上**。自分のサイトの完成度が信頼獲得の第一歩に。



地域密着型ビジネスに特化したこと

横並びの競争から脱却。地域密着型の飲食店・美容院・士業事務所に**ターゲットを絞り込み**、業界知識の蓄積で提案力向上。



保守契約で継続収益化したこと

単発案件から**ストック型ビジネス**への転換。月額¥5,000～の保守契約で安定収入を確保。リピート率58%を実現。

失敗から学んだ教訓TOP3

最初の価格設定が安すぎた

初期は¥5万で受注。時間対効果が悪く赤字に。

→ **是正策**：¥12万～に価格改定。「制作スピード」「運用サポート」など価値提案を明確化。

修正回数を制限しなかった

無制限対応で1案件が2ヶ月も長引き、他の案件に影響。

→ **是正策**：契約書に「修正3回まで」と明記。追加は1回¥2万として明確化。

契約書なしで進めて支払いトラブル

口頭合意のみで制作→納品後に値引き要求され揉める。

→ **是正策**：必ず契約書を締結。前金50%ルールを導入し未払いリスクを回避。

「失敗は成功の元」 - 実体験をテンプレート化して再現性を高める

SNSコミュニティ参加への障壁除去

× 「質問できる人がいない」

Web制作で悩んでも相談相手がない...

論破: Instagramで質問し放題

- ✓ @beauty_muscle_ownerをフォローすれば、コメントやDMで質問に即回答。960名のフォロワーと共に学べる

× 「一人だと続かない」

モチベーション維持が難しい...

論破: コミュニティで仲間と学習

- ✓ 同じ目標を持つ仲間と交流し、お互いの進捗をシェア。継続率が4倍に向上

× 「SNSは苦手」

SNSの使い方がよくわからない...



論破: フォローするだけでOK

- ✓ 最初は見ただけでも価値あり。Instagramは「フォロー」ボタンを押すだけの簡単操作

× 「コミュニティに入る勇気がない」

初心者だと場違いな気がする...


論破: 初心者歓迎の温かいコミュニティ


- ✓  Instagram/ Facebookどちらも初心者向けコンテンツ多数。質問は成長の証


💡 今すぐ  @beauty_muscle_ownerをフォロー！一人で悩まず、仲間と共に成長しよう


SNSフォローした人 vs しなかった人（1年後）

フォローしなかった人

 孤独 に学習を続ける


 質問先 がない


 挫折率 が高い


 スキル 成長が遅い


VS


フォローした人

 仲間と一緒に 学習できる

 困ったら 即座に質問 できる


 継続率が高い

 スキル 成長が速い

 コミュニティからの 案件紹介

「Web制作の旅を一人で進まないでください」

成功の鍵は知識だけでなく、仲間とのつながり にあります。今日からコミュニティに参加しましょう。

 @beauty_muscle_owner 優先

 Facebook サポート

今すぐ始める7日間アクションプラン

1

Day 1

🕒 1-2時間

★ 最優先

SNSフォロー・Gensparkアカウント登録

📷 Instagram: @beauty_muscle_owner 📘 Facebook をフォロー、その後Gensparkアカウント作成(¥4,500)

🎯 ゴール：コミュニティ参加とGensparkの操作環境準備

2

Day 2-3

🕒 3-4時間

自分のポートフォリオサイト制作

最初の1件は自分自身のサイト。実績紹介・サービス紹介・問合せフォームを含む構成

🎯 ゴール：第一の実績サイト完成と操作習熟

3

Day 4-5

🕒 4-6時間

ダミー企業サイト3つ制作

飲食店・美容サロン・士業事務所の3業種。実績に見せるための高品質サイト

🎯 ゴール：ポートフォリオの充実とパターン習得

4

Day 6

🕒 2-3時間

営業リスト50社作成

Googleマップ・商工会議所から地域の中小企業リストを作成。連絡先情報も収集

🎯 ゴール：見込み客50社のリスト完成

5

Day 7

🕒 1-2時間

営業メール50通送信

開封率60%テンプレートを活用し、ポートフォリオPDF添付。まずは数で勝負

🎯 ゴール：初回アポイント獲得（50通中3-5件が目標）



この7日間のアクションが¥180万円への第一歩です

最初のステップは必ず📷 Instagram: @beauty_muscle_owner をフォロー！成功者のコミュニティに参加することからすべてが始まります。

SNSコミュニティに参加しよう

“

この教材を手にとったあなたは、**すでに最初の一步を踏み出しています。**

でも、**一人で悩んでいては成長に限界があります。**

「この部分がわからない」「こんな時どうする?」「次のステップは?」

そんな疑問や不安を**仲間と一緒に解決できるコミュニティ**があります。

私たちのSNSコミュニティでは、同じ志を持つ仲間と繋がり、質問し、学び合うことができます。

一緒に成長し、成功を分かち合いましょう。**あなたの参加を心より歓迎します。**

”



Instagram

@beauty_muscle_owner

- 最新情報をいち早くチェック
- 実例・成功事例をビジュアルで学ぶ
- DMで直接質問できる

フォロワー: 960+

今すぐフォローする →



Facebook

コミュニティに参加

- 詳細な解説・ノウハウを共有
- 仲間と意見交換・情報共有
- 質問への回答をみんなでシェア

フォロワー: 9,600+

Facebookでつながる 人+

教材を閉じたら、まずInstagramをフォローしてください。
一人じゃない。仲間と一緒に成功への道を歩みましょう。