

ホームページ制作

簡易ホームページ制作
簡易のサイト作成
5ページまでテンプレートによる
簡易サイトを作成します。

こだわりホームページ制作
お客様の好みのデザインを
5ページまで作成します。
オプションにより追加ページも可能です。



会社ホームページの必要性

- ✓ 信頼性・信用度の向上
- ✓ 営業・集客・問い合わせ窓口
- ✓ ブランド・世界観の発信
- ✓ 採用・パートナー獲得
- ✓ 補助金・行政・企業向け提案資料の根拠
- ✓ 競合との差別化
- ✓ SNSとの相性が良い



1

信用・安心の証明

- 「実在する会社」
「信頼できる企業」という
判断基準になる
- 取引・行政・採用・
営業時に公式サイトの有無で信用度が変わる

2

24時間働く営業マン

- 事業内容・実績・
問い合わせ窓口を常に公開
- SNSや名刺で興味→
ホームページで詳細確認→
お問い合わせ
- 人が動いていない時間も集客・
営業が自動で進む

3

問い合わせ・ 仕事依頼の窓口

- 電話やLINEだけでは抜け
漏れが発生する
- ホームページに問い合わせ
フォームがあることで
確実に依頼が届く
- 「資料請求」「出演依頼」
「セミナー相談」など
仕事に直結する流れを
作れる



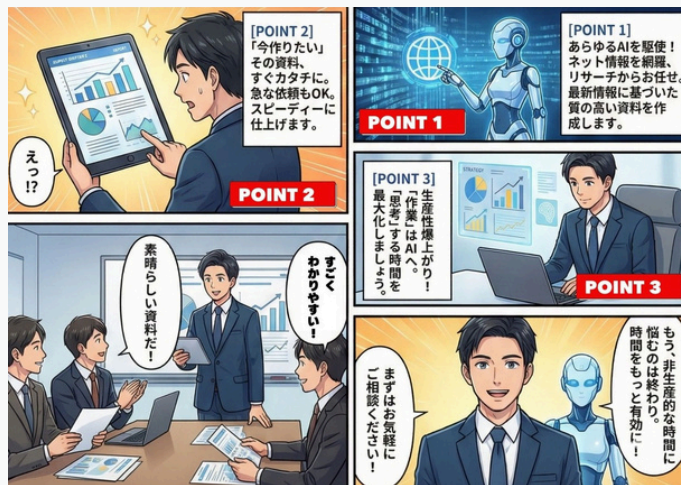
3つのポイント

わかりやすく好評の4コマ漫画

AI 4コマ漫画作成

4コマ漫画は
“説明する”ためではなく
“好きになってもらう”ためのツール

会社の想い・面白さ・人柄を
誰にでも伝える最強の
コミュニケーション媒体



4コマ漫画の必要性

- ✓ 難しい内容も“一瞬で理解”できる
- ✓ 社長・スタッフの人柄が伝わる
- ✓ SNS・ホームページ・資料との相性抜群
- ✓ 印象に残り、記憶に定着する
- ✓ 堅い会社紹介を“面白く・親しみやすく”変換できる

1

難しい内容も “一瞬で理解”できる

- 文字や資料では伝わりにくい
事業内容も
👉 漫画なら感覚で理解できる
- 初見の人でもスッと
入れるため、
「覚えてもらやすい」
「説明が不要」

2

社長・スタッフの 人柄が伝わる

- 写真よりも柔らかく、
リアルよりも印象に残る
- 「どんな人なのか？」
楽しく伝わるため
👉 信頼・好感度アップに直結
- 採用や取引前の不安解消にも
効果的

3

印象に残り、 記憶に定着する

- 人は「文字」より「物語」を
覚える
- さらに絵がつくことで
👉 感情に訴える→
思い出してもらえる



3つのポイント

漫画アニメーション動画が会社PR・営業に効果的な理由

動画 = 最高の共感装置

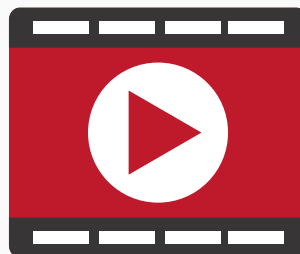
説明するためではなく、
「感じてもらう」
「好きになってもらう」ために使う。

✦ 漫画・動画は「営業マン」ではなく
“ファンを生むストーリーテラー”



漫画アニメーションの必要性

- ✓ 視覚と聴覚で記憶に残る（文章の10倍伝わる）
- ✓ 社長・会社の想いが“伝わる”からファン化しやすい
- ✓ SNS拡散力が高く、営業よりも強い引き寄せ効果
- ✓ 営業前の事前理解ツールとして最強
- ✓ 採用・資金調達・提携交渉にも利用可



1

次にできる 具体的提案（例）

- 🏢 会社紹介アニメーション
- 👤 社長プロフィール動画
- 📖 4コマ漫画との連動型
ストーリー構築
- 📱 SNS配信用15秒ショート
動画プロット

2

視覚と聴覚で記憶に 残る（文章の10倍伝わる）

- 感情（音声・音楽）＋
視覚（動き・表情）＝高い記憶定着
- 人は動画の方が文章より95%
理解が高まると言われている
- 特に企画内容・AI活用など
「説明が難しいサービス」に最適

3

社長・会社の想いが“伝わ る”からファン化しやすい

- 文章では伝わりにくい熱量・
理念も
- 🗨️ 表情や間・動きで
ストレートに感情表現
- 「この人面白い！」
「この会社好き！」につながる

簡易資料 → パワポ化 = 「アイデア」から「正式な提案」への格上げ

パワーポイント資料化する 必要性

- ✦ 信頼性
- ✦ 視覚的伝わりやすさ
- ✦ 商談・共有のしやすさ
- ✦ 再利用性
- ✦ 実務（申請・稟議）にも対応できる



4コマ漫画の必要性

- ✓ プロとしての信頼性・説得力アップ
- ✓ 視覚的に伝わりやすい（理解・共感が深まる）
- ✓ プレゼン・提案・オンライン共有に最適
- ✓ 資料の再利用性・拡張性が高い
- ✓ 社内共有・企画稟議・補助金申請にも対応可能



3つのポイント

1

プロとしての 信頼性・説得力アップ

- 簡易資料やメモ状態では「準備不足」「印象が弱い」と判断される場合あり
- パワポ化することで
✦ “提案資料として正式”と捉えてもらえる
- 企業・行政・取引先への提出時はパワポ形式が標準

2

視覚的に伝わりやすい （理解・共感が深まる）

- 文字情報→図解・写真・アイコン→一目で理解できる構成へ
- 資料を見る相手がスムーズに理解できるため
✦ 説明時間の短縮・商談効率化

3

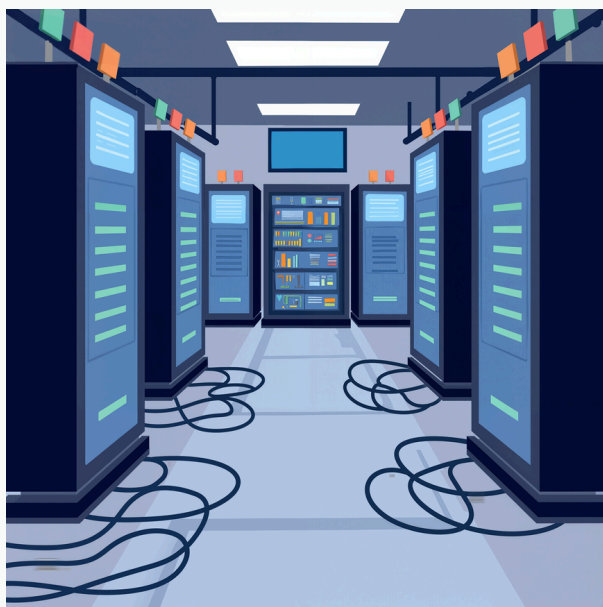
社内共有・企画稟議・ 補助金申請にも対応可能

- 役員説明・融資資料・補助金資料など
✦ パワポ形式のフォーマット要求が多い
- 内容を体系化することで
申請通過率UP・社内理解促進

市場調査・データ収集が必要な理由

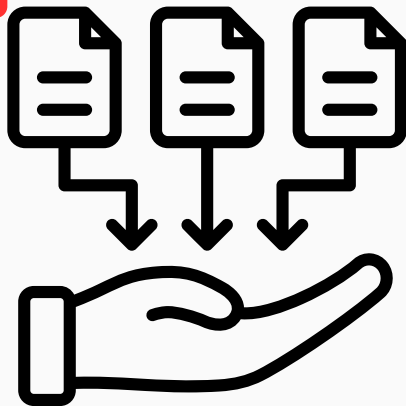
市場調査・データ収集 = 「当てるための準備」

- ❖ 勘や経験ではなく 根拠ある戦略づくり
- ❖ 競合との差別化
- ❖ 提案資料・申請資料の説得力強化
- ❖ リスク削減 & 成長加速



市場調査・データ収集の必要性

- ✓ 需要とターゲットを正しく把握できる
- ✓ 競合との違いが見える
- ✓ 企画・戦略の判断材料になる
- ✓ 説得力ある提案書・事業計画が作れる
- ✓ PDCA改善サイクルが回る



3つのポイント

1

需要とターゲットを正しく把握できる

- 「誰に」「何を」「いくらで」提供するかを明確化
- 感覚や経験だけで判断すると、
❖ 顧客ニーズとズレた商品・サービスになる可能性
- 市場規模や購買層を把握することで
❖ “売れる確率が高い企画”へと最適化可能

2

競合との違いが見える

- 他社の価格・強み・弱点・成功事例を調査→
❖ 自社の「差別化ポイント」を発見できる
- 「戦うのではなく、勝てる場所を見つける」ための重要作業

3

説得力ある提案書・事業計画が作れる

- 補助金申請・金融機関・投資家・企業への提案時に
❖ 「市場規模」「予測データ」があると採択率UP