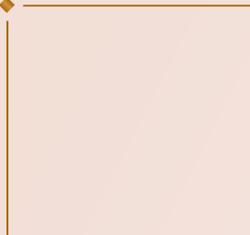


UI/Web Designer

YOSHIKO
FUJIMOTO

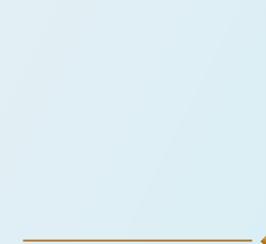
Portfolio

自己紹介	2	その他の制作物の制作物	62	
サービス内容・特徴	6	ご契約・制作について	66	
制作事例			FAQ	69	
	UI 物件情報アプリ改善案	15	お問合せ	70
	LP スキンケア商品のランディングページ	33			
	Webサイト 不動産企業のコーポレートサイト	49			
	バナー スイーツショップの広告	60			



PROFILE

自己紹介



藤本 佳子 (ふじもと よしこ)

出身地

大阪府

略歴

立命館大学・文学部 卒業

タカラスタANDARD株式会社 入社

(営業事務として取引先からのお問い合わせ対応・商品の発注や納期管理・製造担当部署や出荷担当部署との折衝をおこなう)

百貨店にて販売・接客業務

(洋菓子販売店舗にてお客様のご要望の聞き取りやご提案・進物などの手配をおこなう)

インスタグラムの運用・アフィリエイト

(投稿画像・ショート動画作成・アフィリエイト用のクリエイティブ作成・自治体のアカウントの運用代行などをおこなう)

趣味・好きなもの

- ・旅先で美味しいものを食べる・寺社仏閣をめぐること
- ・美術館・博物館へ行くこと
- ・猫の動画を見ること



デザインをはじめるまで

投稿を作成するため
独学でデザインの勉強
を開始

インスタグラム関連で知り
あった方から、デザイン関
係の依頼を頂くように

2023.01

2023.03

2023.06

2024.01

オンラインスクールにて
HTML & CSS、
Javascript等の基礎を
学ぶ



インスタグラムの運用・
アフィリエイト開始



自治体のアカウントなどの
インスタグラム運用代行を
行う

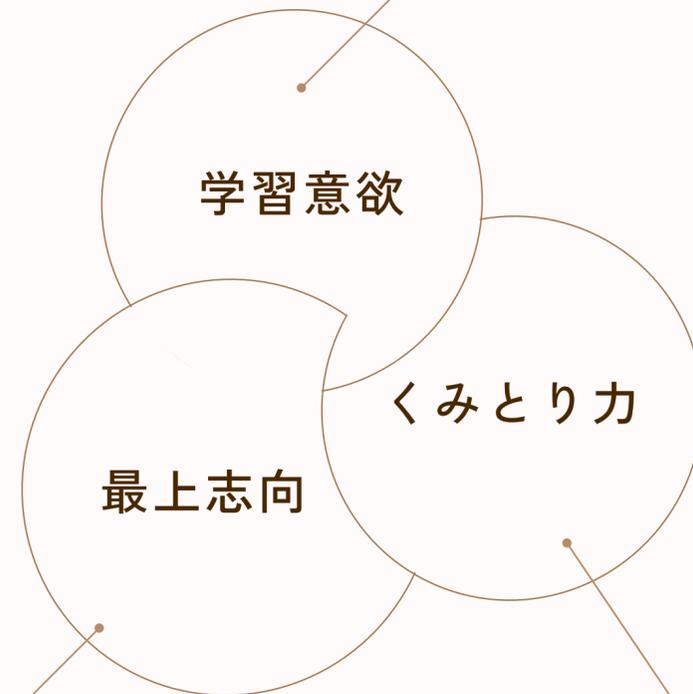
制作できるものの幅を
広げるため、オンライ
ンスクールに入学



クリフトンストrengths®からみる資質

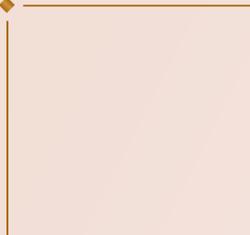
- 01/学習欲
 - 02/共感性
 - 03/最上志向
 - 04/調和性
 - 05/内省
- 戦略的思考力の資質
 - 人間関係構築力の資質
 - 影響力の資質

興味の幅が広く、積極的に新しい知識を取り入れています。デザインに関しても、スクールの課題をこなすだけでなく、セミナーへの参加、書籍での学びやプロからの添削を受けてさらに良質なアウトプットができるよう努めています。



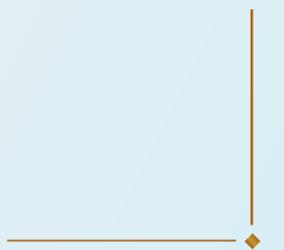
以前に発信していたインスタグラムでは、半年間毎日4~7時間かけて投稿等の作成を続け、約3,000人の方にフォローしていただきました。より分かりやすく情報を届けるための工夫が好きで、デザインや見せ方にもこだわりをもっていました。その投稿がきっかけで、デザインのお仕事の依頼にもつながりました。

約10年接客業をしていた経験から、お客様の気持ちに寄り添い、状況に合わせて対応する力がつきました。これまでのデザインの制作においてもその力を活かすことで、「イメージ通りで満足した」「先回りした提案がありがたかった」とのお声をいただきました。



SERVICE

サービスの特徴



制作を依頼する際に、こんなお悩みはありませんか？

- ☑ せっかくお金をかけてLPを制作したのに、成果が出なかった...
- ☑ 見た目のきれいさやかっこよさだけを考えたデザインを提案された
- ☑ コミュニケーションコストがかかり、やりとりがしんどい
- ☑ こちらの指示には従ってくれるが、提案してくれない
- ☑ レスポンスが遅く、不安になった

私が目指しているのは
ビジネスに貢献するためのデザインです

お客様が目指すゴールに向かうための手段としてのデザインを心がけています。
見た目のよさももちろんですが、何を伝えるかが重要です。

そのためには見せ方だけでなく、構成やキャッチコピー等もご提案し、
見た人がすぐに欲しい情報を受け取れるような制作をしています。

私にご依頼いただいた場合

- ✓ 成果につながるよう、要件定義をし、競合等の調査をおこないます



- ✓ よりよいものを一緒につくるパートナーとして、積極的に提案させていただきます



- ✓ 見た目のよさはもちろん、意図を伝えるためのデザインをします



- ✓ 稼働時間中は即レス、遅くとも12時間以内の返答を心がけています



- ✓ 約10年の接客業の経験を活かし円滑なコミュニケーションをします

なるべくお客様の手間が省けるような対応を心がけており、ありがたい口コミも頂いています

丁寧に対応していただき気持ちよくお取引させていただきました！
とても満足のいく仕上がりとなり、ご対応もとても早く安心して取引することができました。
こちらが抜けていた部分も先回りしてご提案していただいたり、スムーズに進められるようお気遣い頂き嬉しかったです
レスポンスがすごく早く、納期よりもかなり前倒しで納品して頂きました🥰
度重なる修正にも気持ち良く応じて下さり、大変満足しております👍
お値段以上のサムネイルありがとうございました💖

やり取りもスムーズで全くストレスなく最後までやり取りさせていただきました
よしさんの柔らかい雰囲気と丁寧なヒアリングで私のふわっとしたオーダーを汲み取ってもらい
その上さらに「こうしたらいのでは？」という複数パターン提案もしていただいたことで、すごくイメージが湧きやすく、思っていた以上のデザインにめちゃワクワクしてます🥰👍

丁寧かつ親切なやり取りで出来上がりまで早く納得のいくデザインにさせていただきました！
また、お願いしたいと思います！
イメージ通りに仕上げで頂き大満足です！
最初から最後までコミュニケーションもスムーズでとても安心してお取引させていただきました。

実際にこのように取り組んでいます

実際にお客様へご提案した例

ヒアリングをし、競合を調査したうえで、ご要望以外の部分もお役に立てそうなところがあれば提案いたします

その他・リード獲得の施策 (他社様事例)

資料ダウンロード

資料請求でリスト獲得(LINE?)

→すぐに購入しない方との接点をつくっておく

公式LINE

ボタン例

- ・ホームページ
- ・お申込み
- ・Q&A
- ・資料ダウンロード

など、スマホからもすぐに見られるように
リッチメニューを作成するのはいかがでしょうか

リッチメニュー制作事例
サービスに合わせて作成しています

LPの構成案

他社のLPを参考にした構成案です
(他社例は次のページにございます)

- ・最後まで読んでもらえない可能性を考え、価格の提示は上の方のセクションに追加したほうがいいかと思いました
- ・随時CTAエリアをはさむ
- ・口コミや実績が増えたらセクションを増やす

構成の参考にした他社LP

スムーズな進行のための取り組み

カテゴリ	大項目	小項目	回答
結論	キャッチコピー (USP、20~25文字程度) サブコピー (140文字以内) コンバージョンボタン (CTA) (ex.無料で相談する) マイクロコピー (ex.今だけ期間限定〇〇OFFなど)		
問題提起	- この失敗ストーリーを裏付けるデータ - 根本的な顧客の問題 - 顧客の中の間違った固定観念 - 顧客が本当に向き合おうべきこと - 同じような失敗を解決した事例 - 失敗を解決しうる理論・メソッド		
解決策	- 強力な解決のアイデア (商材・サービス概要) - 提示できるエビデンス・メリット		
信頼・安心	- 実績 - 取引先 - 担当者の経歴 (メンバー紹介) - メディア掲載 - 第三者評価、No.1訴求		
クロージング	- 返金/返品保証 - 期間限定オファー - 速さを訴求 - 特典など		
その他頂きたい資料・素材など (URL)	サービス概要や資料 (最新のものがあれば) 関連データや資料 サービスロゴデータ (Illustratorデータ) 使用可能な写真素材一式 (解像度の高いもの)		

《質問例》

5. プロジェクトの目的を教えてください (複数選択可) *

- 集客・売上向上
- 信頼性・品質向上
- 認知度向上・PR
- 事業成長に伴うリニューアルのため
- 採用のため

7. メインターゲットを教えてください (N1)

【意図】デザイン成果を最大化するため コンセプトや訴求・コピー、コンテンツ、与えたい印象の参考にできたら幸いです。

8. 競合・ベンチマークを教えてください (URL)

【意図】デザインの参考のため 競合やベンチマークを分析した上で、より効果的なデザインをご提案いたします。

【競合】：同じ業界でシェアNo.1企業のLPやサイトなど

【ベンチマーク】：他業界で売れてそうなLPや成果が出てそうなサイトなど

01/ 文章リライトシートの共有

文章は提供していただくか、別料金でこちらでの作成も可能です。リライトシートを共有し、初めての方でも迷わないように記載内容のアドバイスをさせていただきます。

02/ ヒアリングシートをもとに構成を作成

事前にヒアリングシートを送らせていただきます。いただいた内容をもとに導線を考慮した構成を作成します。

スムーズな進行のための取り組み

大項目	中項目	内容	詳細	レスポンス 売価単価	個数	単位	売価合計	
ディレクション	進行管理	プロジェクト全体の統括、制作進行管理	プロジェクト定義書の設計及び全体進行管理、全体の15%	0.0	式		¥0	
	簡易コンテンツ設計	ライティングシートの作成、コピー提案・リライト	全体ストーリーの構築及びテキストのリライト、FVコピー提案、デザイン全体の10%	0	式		¥0	
	情報設計	ワイヤーフレーム（画面設計書）作成	画面設計書（ワイヤーフレーム）の作成、デザイン全体の20%	0	式		¥0	
デザイン	LPファーストビュー	ファーストビューのみ作成・1パターン点納品	ファーストビュー2パターン作成→1点フラッシュアップしてデータ納品	0	式		¥0	
	LPファーストビュー	ファーストビューのみ作成・2パターン点納品	ファーストビュー2パターン作成→1点フラッシュアップしてデータ納品	0	P		¥0	
	TOPページ	デザイン（PC/SP）	TOPページデザイン	0	P		¥0	
	下層ページ	デザイン（PC/SP）	TOPページ配下の下層ページデザイン	0	P		¥0	
	LP	コンテンツ設計・デザイン	LPの各セクションの設計・デザイン	0	P		¥0	
	簡易ページ	デザイン（PC/SP）	テキストのみで構成されるページ例）フライバナーポリシー、利用規約など	0	P		¥0	
開発	フォーム	フォームデザイン（PC/SP）	お問い合わせや資料DLの入力・確認・完了ページ、バリデーション形式のデザイン	0	式		¥0	
	静的コーディング	HTML/CSS実装（PC/SP）	HTML/CSS一式、サーバーアップまで	0	P		¥0	
	ノーコード	STUDIO実装（PC/SP）	STUDIOによる実装、サイト公開まで	0	P		¥0	
オプション	CMSページ構築	WordPress実装（PC/SP）	WordPressによる実装、サイト公開まで	0	P		¥0	
	バナー	ベースデザイン サイズ展開	広告・記事アイキャッチ等に使用するバナーデザイン バナーデザインのサイズ展開1点あたり	0	点		¥0	
	その他デザイン	パンフレット		見開きA4サイズ（表紙・裏表紙・内装あわせて4面）	0	式		¥0
		提案資料・スライド		1ページあたりのデザイン	0	P		¥0
		公式LINEリッチメニュー		1枚あたり（タイプは1枚追加につき+¥8000）	0	P		¥0
	ライティング	新規制作（ベース文章作成）		新規原稿書き起こし	0	P		¥0
リライト			支給原稿の一部追加調整、既存サイト原稿の一部追加調整	0	P		¥0	
合計(税抜)				0			¥0	

カテゴリ	カテゴリ期限	タスク詳細	担当	期限	ステータス	1 月	2 火
		打ち合わせ	顧客担当	2024/03/31	対応中		
原稿作成	2024/03/04	原稿作成	〇〇		未対応		
情報設計		構成案作成	〇〇		未対応		
情報設計		フィードバック	〇〇		未対応		
情報設計	2024/03/10	fix	〇〇		未対応		
デザイン		キービジュアル	〇〇		未対応		
デザイン		フィードバック	〇〇		未対応		
デザイン		修正	〇〇		未対応		
デザイン	2024/03/19	fix	〇〇		未対応		

03 / 明快な価格設定

項目ごとに価格を設定し、何にいくらかかるのかがわかりやすいお見積りを提示します。ないようにご納得いただいた上で、制作に移ります。

04 / 工程管理シートの共有

どこまで進んでいるかひと目でわかる工程管理シートを共有します。都度お問い合わせいただかなくても、すぐに進捗をご確認いただけます。

デザイン



LP/コーポレートサイト
バナー/営業スライド等
デザイン作成



名刺の作成

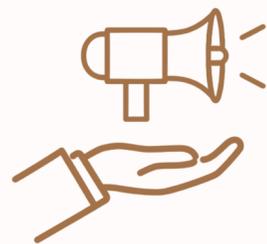


LP/コーポレートサ
イトの構築



ひとり通り基礎知識を学習

マーケティング等の知識



- ・コピーライティング
- ・マーケティング
- ・行動心理学

約1年間インスタグラム運用・アフィリエイトをする
なかで知識をインプットし実践してきました。
マーケティング視点での訴求や制作が可能です。

AI等の活用

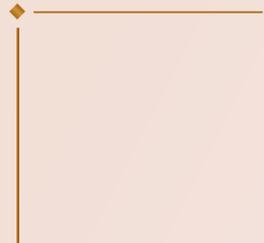


・LP等の文章のたたき台

あくまでも文章作成する際の参考用ですが、
AIを活用した文章例の提供も可能です。
正誤のチェック等はお願ひしております。

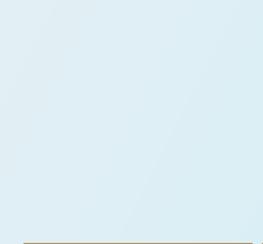
・キャッチコピーの作成

作成・ブラッシュアップにもAIを活用して
います。



WORKS

制作事例



自主制作

物件情報アプリのUI改善案

制作範囲

ワイヤーフレーム・デザイン
(既存アプリの改善提案画面の制作)

使用ツール

figma



※こちらは既存アプリを題材とさせていただいた自主制作です。

改善対象とさせていただいたアプリ



ハウス ドゥ様アプリ

事業内容

フランチャイズ店舗を通じた全国展開
売買に関連するサービスを提供
(仲介、買取、リースバックなど)

App storeに寄せられた口コミ例

情報量が少ない上に使い勝手も
良くない 1年前
★★★★☆ hirapee
物件数があきらかにスーモやヤフー不動産の
アプリに劣る。検索の絞り込み条件も貧弱。外
観含め写真を見るにはユーザー登録を強要され
るためすぐにアンインストールしました。

- App storeでの口コミ
- 決算資料
- ネットにおけるアンケート結果
- 実際に家を購入した知人の経験談

上記をもとに事業にプラスになるような
UIの改善等を考えました。

参考にした 同ジャンルのアプリ

athome SUUMO LIFULL HOME'S

物件情報の提供が主なサービス
広告掲載を主な収益源としている



アプリの目的・その先のゴール

※事業用の物件も掲載したアプリですが、
一般ユーザーが物件購入する際、という前提で
改善案を制作しております

最終ゴール

店舗来店・内見
物件ご購入の
先もサポート

アプリの役割(ゴール)

電話・
メールでの
お問い合わせ

ユーザーの離脱を防ぐ
ストレスなく検索から問い合わせに繋げる
スムーズに操作できるようUI変更

現状

※こちらは既存アプリを題材とさせていただいた自主制作です。
実案件ではございません。

物件の購入を考えるご夫婦

すでに存在するアプリですが、より行動を具体的に考えるため、ペルソナを設定しました。

メインターゲット



田中 美咲

31歳/フリーランスのライター
リモートワークが中心で、在宅時間が長い。
大阪市内で、現在の住まいは賃貸マンション。

サブターゲット

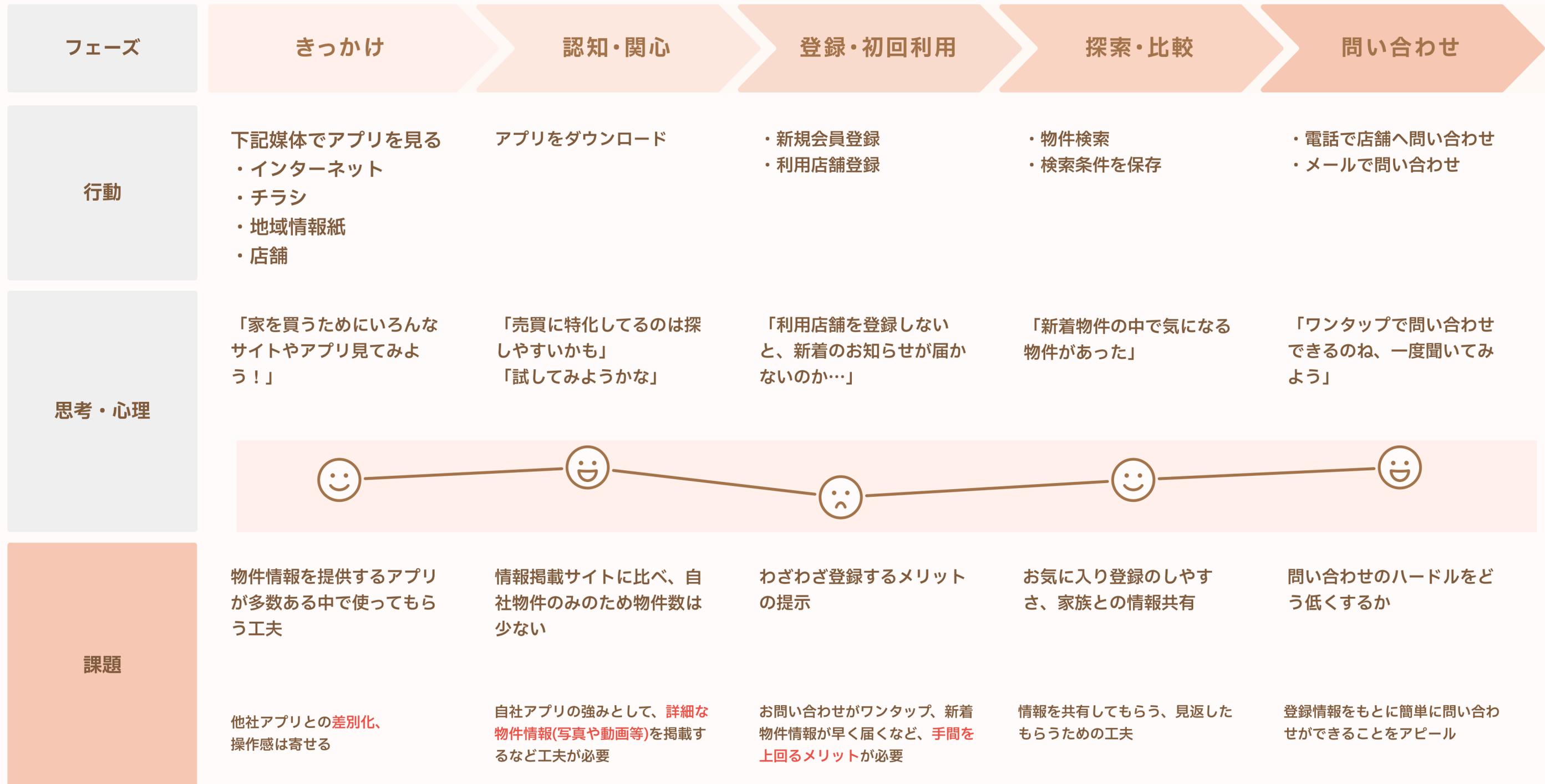


田中 健一

33歳/製造業の管理職
仕事はフルタイムで、通勤時間が短くしたい。

- ・ 大阪市内もしくは市内へのアクセスが良いエリア。
- ・ 一戸建てか広めのマンションを購入したいと考えている。
- ・ 子供ができたときのために、普及の2LDK~3LDKを検討。
- ・ 周辺に学校や病院、ショッピングモールなどの施設が一貫しているエリアを希望します。
- ・ 駅までのアクセスが良く、かつ静かな住宅街。
- ・ 住宅ローンを無理なく返済できるプランを探しています。

カスタマージャーニーマップ



改善のための情報収集：決算資料・インターネットにおける調査より

決算資料

- ・リースバック事業
 - ・中古住宅の販売
- 事業のなかで、今後特に力を入れていく分野を確認



2025年6月期計画：セグメント別売上高・営業利益 (HOUSEDO)

セグメント	2024/6期			2025/6期		
	実績	増減率	計画	増減率	計画	増減率
フランチャイズ事業	3,237	+6.6%	3,450	2,011	2,200	+9.4%
ハウス・リースバック事業	26,088	+1.7%	26,528	3,208	3,250	+1.3%
金融事業	491	+27.5%	627	105	240	+128.2%
不動産売買事業	34,444	+5.4%	36,300	2,386	2,850	+19.4%
不動産流通事業	1,655	▲6.7%	1,544	578	520	▲10.0%
リフォーム事業	2,440	▲6.5%	2,281	234	200	▲14.6%

11 今後の成長戦略 (HOUSEDO)

- 成長強化学業の拡大
- ハウス・リースバックの戦略的な活用
- 財務戦略
- 新たな5年計画イメージ



画像引用元：&DO HOLDINGS【書き起こし】2024年6月期通期決算説明会
https://www.housedo.co.jp/and-do/ir/fy-2024_4q.html

インターネットにおける調査

- ・中古住宅の購入検討率が2019年以降で最も高まっている
- ・将来的な売却を検討している層も増えている

■ 住宅検討状況 2. 検討住宅種別

- 検討している住宅の種別は「注文住宅」が最も高く56%。
- 2019年以降で、「中古一戸建て」「リフォーム」の検討率が最も高くなった。
- 全体と比べて、「中古一戸建て」「リフォーム」の検討率が高いのは、購入検討内容別では二次取得者である。

■ 検討住宅種別 (全体/複数回答)

検討種別	検討率 (%)						
	注文住宅	新築一戸建て	中古一戸建て	新築マンション	中古マンション	リフォーム	その他
2023年 全体	56	31	31	30	30	16	0
2022年 全体	56	32	29	32	26	15	0
2021年 全体	54	32	26	29	30	12	0
2020年 全体	50	30	27	33	28	14	0
2019年 全体	49	29	22	35	25	11	0

■ 住宅に関する意識 10. 検討物件の永住・売却・賃貸意向

- 検討している物件に「永住する」割合が44%、「将来的に売却を検討している」割合が31%。2022年と比べて、売却を検討している割合が増加した。
- 全体と比べて「永住する」割合が高いのは、メイン検討種別では注文住宅や新築一戸建て検討者。全体と比べて「将来的に売却を検討している」割合が高いのは、メイン検討種別では新築マンション検討者、購入検討内容別では二次取得者である。

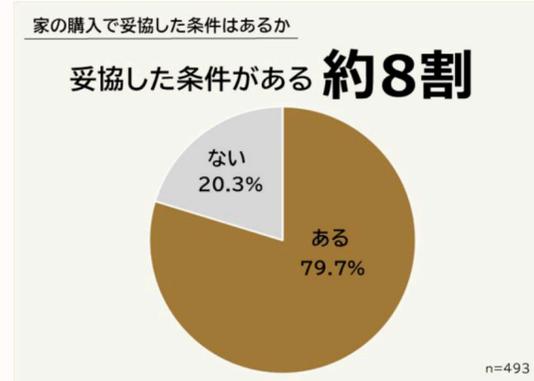
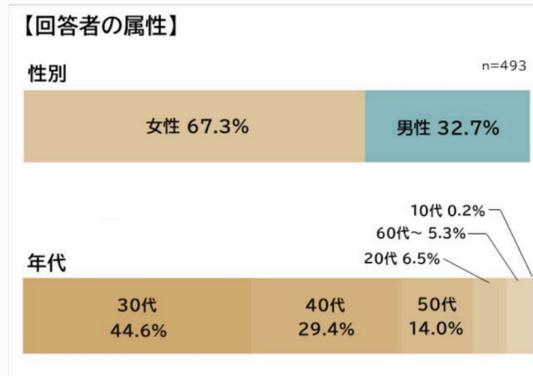
※ 検討種別と選択肢の対応表は右記の通り

検討種別	選択肢
注文住宅	土地を購入して注文住宅 所有している土地に注文住宅 現在の持ち家一戸建ての建て替え (注文住宅)
新築一戸建て	新築分譲一戸建ての購入
中古一戸建て	リフォームしていない中古一戸建ての購入 (購入後に大規模リフォームをする) リフォームしていない中古一戸建ての購入 (購入後に大規模リフォームをしない) リフォーム済み中古一戸建ての購入
新築マンション	新築分譲マンションの購入
中古マンション	リフォームしていない中古マンションの購入 (購入後に大規模リフォームをする) リフォームしていない中古マンションの購入 (購入後に大規模リフォームをしない) リフォーム済み中古マンションの購入
リフォーム	現在の持ち家住宅の大規模リフォーム

引用元：株式会社リクルート・『住宅購入・建築検討者』調査 (2023年)
https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/2024/0425_14268.html

改善のための情報収集：インターネットにおける調査より

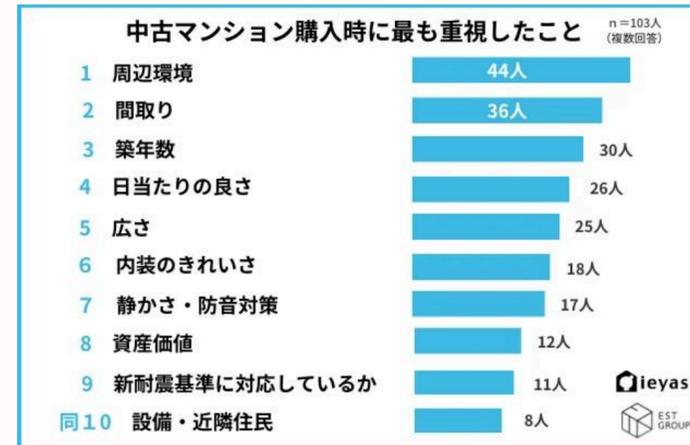
住宅購入経験者のアンケート回答結果



画像引用元：

PRtimes | 株式会社AlbaLink【家を購入する際に優先したことと妥協したこと】経験者493人アンケート調査
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000019.000055654.html>

住宅購入経験者のアンケート回答結果



画像引用元：

PRtimes | 株式会社ESTGROUP【後悔！中古マンション購入時の注意点10選！】男女103人アンケート調査
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000123169.html>

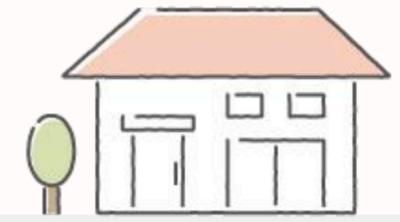


物件を選ぶ際に多くの方が見るポイントを調査結果から確認し、画面に記載する情報を選定する際の参考にした。

改善のための情報収集：実際の住宅購入者の体験談

実際に一戸建ての住宅を購入したご夫婦に
購入時のフローを聞いてみました

約1年間で、すでに7~8件内見済み
なんとなく理想のイメージがある状態



物件の種類検討

地域決定

エリアを絞り検索

探索・比較

内見

購入決定

・新築か中古
・戸建てかマンション
人生のお金プランが大きく
変わるので最初に決めてから
探した。

【希望】
・新幹線の停車駅
・停車駅付近の駅へ在来線
で1~2駅でたどり着ける駅

希望駅から徒歩20分以内が◎
付近の駅なら徒歩5-10分
学校については調べず
当時お子さんは1人(1歳)

夫が住宅情報アプリを毎日
チェック
よさそうな物件を見つけたの
で内見の予約電話

・更地の状態
・モデルハウスもなし
間取りやイメージ図などを見
たうえで、同じ建築会社が建
てた別地域の家を見学(間取
り等異なるので参考にはなっ
ていない)

条件に照らし合わせて
購入を決定
(内見から4日後)
人気の地域だったため、売り
出しからすぐに他の分譲地も
完売

はじめに物件の種別を決める
(横断して探す場合もある)と
仮定

すり合わせるために
物件情報の共有ボタンは必要

いくつか内見を済ませている
とほぼ理想が確定しており、
購入までの決断も早い

※ネット上で調査結果は見つけれず

調査結果をもとに
実際にアプリ画面を改善しました

改善案の画面

100%
〇〇マンション 10階 2LDK
6,000万円 / 管理費等10,000円

住宅ローンシュミレーター

階数/階 13階/10階
専有面積 45.42㎡ (壁芯)
所在地 大阪府大阪市中央区北浜
交通 京阪本線/北浜駅 徒歩10分
主要採光面 南

築年数 2022年10月(築2年)
間取り 2LDK

メールで問い合わせ 電話で問い合わせ(無料)

岩手県
秋田県
宮城県
山形県
福島県
関東
東京都
神奈川県
千葉県
埼玉県

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

9:41 AM 100%
物件検索

買いたい
新築戸建て 中古戸建て
新築マンション 中古マンション

まとめて探す

建てたい
注文住宅 土地

事業用・収益物件をお探しの方はこちら

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

プロフィール お問い合わせ履歴

中古マンションに関するお役立ち情報
どんな物件が人気? 買ってから後悔しないためのポイントは? など、今すぐ知りたい情報をピックアップ!

お役立ち情報を見る

リースバックって? 自宅を現金化したあとも住み続ける方法とは?
住宅ローンを一括返済したい、でも引っ越したくない、周囲にも家を持ったことを知られたくない場合の手段をご紹介します!

記事を読む

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

9:41 AM 100%
検索結果 602件

中古マンション
大阪府大阪市中央区北浜

間取り表示 並び順の変更 地図表示

9:41 AM 100%
検索

条件変更 リスト表示

物件を探してみる

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

9:41 AM 100%
お気に入り

お気に入りに追加した物件がありません

気になる物件は星マークをタップして追加!
この画面でまとめて見返したり比較したりできます!

物件を探してみる

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

9:41 AM 100%
履歴一覧

最近見た物件
すべて見る

保存した検索条件
すべて見る

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

9:41 AM 100%
検索

都道府県: 大阪府 変更する

キーワードから物件を探す

駅から 地域から
通勤・通学時間から 地図をなぞってさがす

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

9:41 AM 100%
〇〇マンション 10階 2LDK
6,000万円 / 管理費等10,000円

専有 45.42㎡ (壁芯) 間取り 2LDK
築年数 2022年10月(築2年)
交通 京阪本線/北浜駅 徒歩10分

条件保存 条件変更 No. チラシ番号

物件検索 履歴 お気に入り 新着 マイページ

9:41 AM 100%
履歴一覧

最近見た物件

直近の閲覧した物件を表示します。まずは下のボタンから条件を入力してください。

物件を探してみる

BEFORE

※Appstore/HOUSE DO!様アプリへの口コミ引用

※HOUSE DO!様アプリより画像引用

また、検索も操作しづらい。1画面で条件を選んで完結するような仕様でないため、閉じては検索閉じては検索と探すのに疲れる。

さらに、賃貸か新築か土地か種類を選択するのにトグルスイッチが全てオンになっている状態がデフォ。

探すときは1つの種類でいいので、トグルスイッチをほぼオフにしなければならない動作が発生する。

こういうのを検索するユーザはどれかを検索するものであって、多数のジャンルを検索する人というのは多くないように感じるが違うのだろうか



すべてが選択候補になってるからオフにするのが面倒だし、一般用物件と収益物件とではターゲットがちがうのでは？

地図/リストの切り替え表示に気付かない？



アイコンが何を示すのかわかりづらい

タブごとに決定を押して希望条件を入力する必要がある

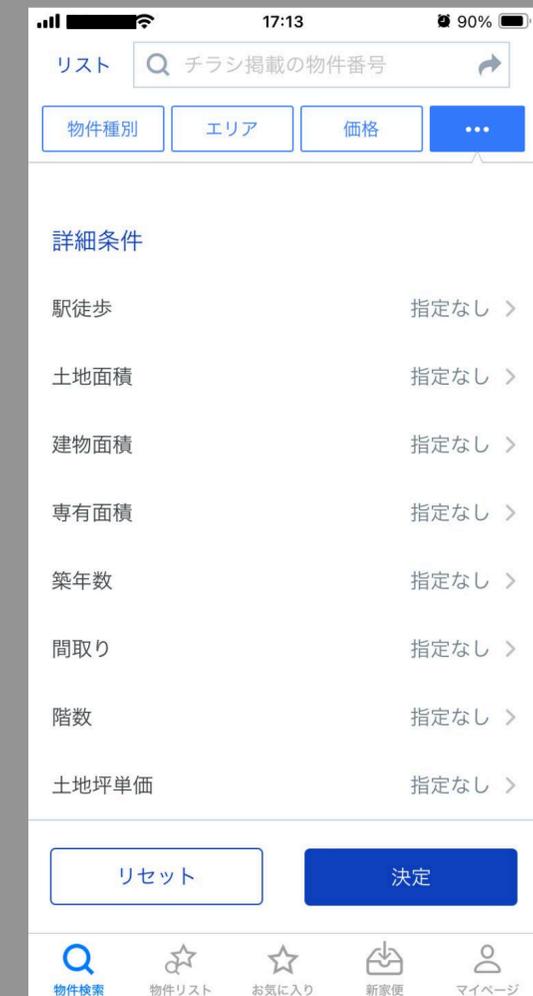
トグルボタンが分かりづらい？

選択させるのであれば、トグルボタンよりもチェック式のほうが分かりやすいのではと考えた

デフォルトですべてONになっている

種類を絞って探す方が一般的では？(他社アプリの検索画面や口コミより)

何のタブかわからない



AFTER

改善案のアプリ画面

決定ボタン→タブを開くという工程をなくし、スムーズに画面遷移して検索できるように。少ない操作で素早く物件一覧へたどり着けるようにした。



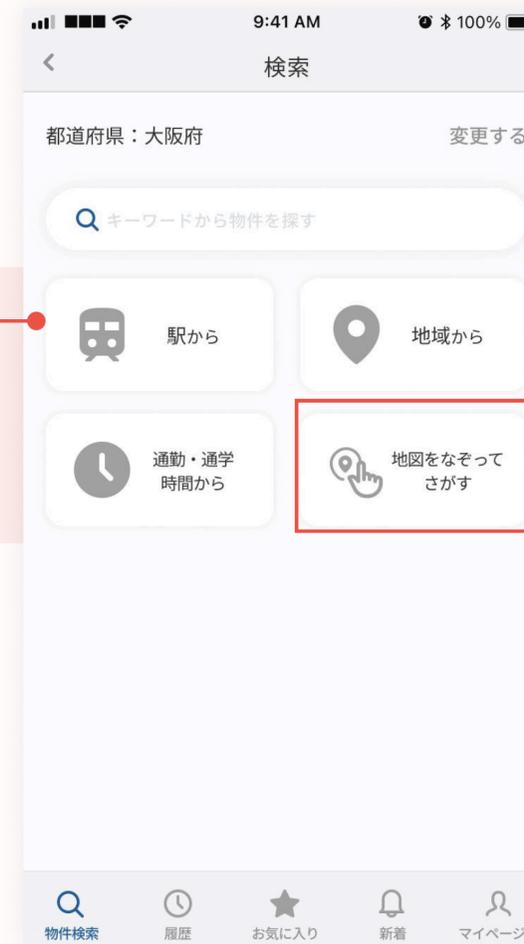
物件の種別選択



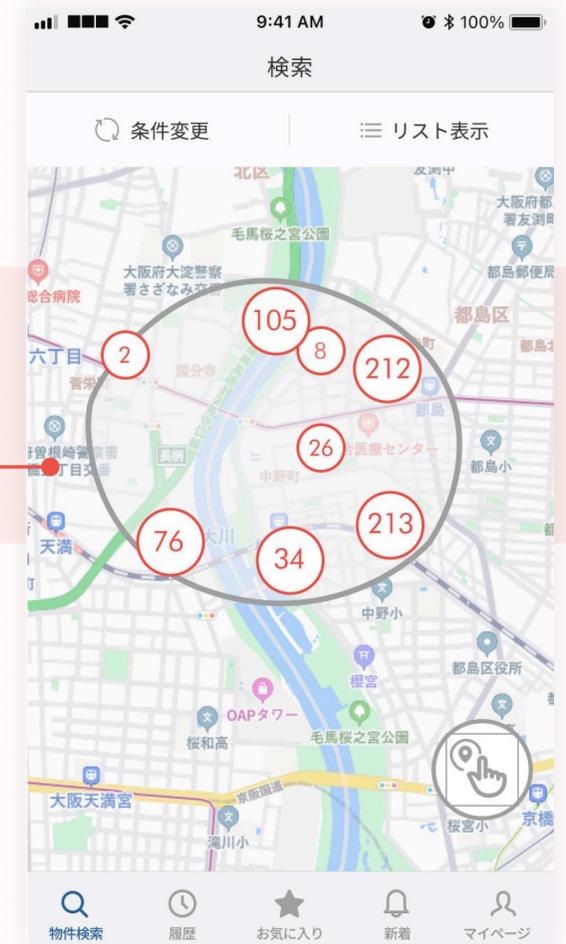
地域を選択



探し方を選択



地図をなぞって候補を探す



すべてデフォルトで検索候補だったものを、一種類選択、もしくは『まとめて探す』ボタンから必要な種類のみ選んで検索するよう変更。事業用・収益物件はボタンを分けた。

決定ボタンを押してタブ切り替えする仕様から項目選択後に次の画面へ遷移。

選び方は同業他社のアプリを参考に人気の条件をピックアップしてボタンを設置。

立地を気にするユーザーが多いので地域内でもより希望のエリアに絞って探せるよう、『なぞってさがす』を追加。

BEFORE

※HOUSE DO!様アプリより画像引用



検索結果の一覧から分かる情報が少ないので、いちいち開かないといけない...



AFTER

改善案のアプリ画面

一覧画面の時点である程度の情報を掴んで取捨選択できるように情報を記載、条件の変更等も迷わせないボタンで操作性の向上を狙った。



入力した検索条件を配置。

地図表示への切替え、並び順の変更は迷わず分かるよう配置。

マンションの場合は毎月かかる管理費も記載。

BEFORE

※HOUSE DO!様アプリより画像引用



間取りがどこから見れるのか不明、この画面だけで知れる情報が少ない、共有ボタンがない...



※Appstore/HOUSE DO!様アプリへの口コミ引用

悪い点：
物件情報の共有ボタンがなく、詳細ページをラインなどで家族と共有できないのはかなり不便。

AFTER

改善案のアプリ画面



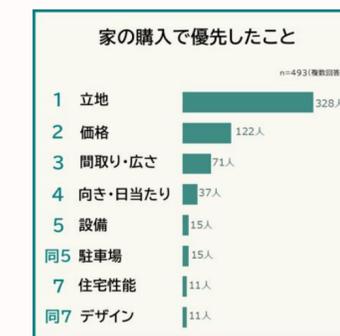
家族と情報共有する可能性が高いのでボタン設置。すぐに確認できる情報を増やし、判断の時間を短縮・多くの物件を見てもらえるように配慮した。



すぐにお気に入り登録・共有ができるようにボタン配置。

間取り表示への切り替えをスムーズに。

スクロールしなくても物件の概要が掴めるように。記載した項目は、物件選びの優先項目で上位のもの。(下記アンケートを参照)



画像引用元：
PRtimes | 株式会社AlbaLink【家を購入する際に優先したことと妥協したこと】経験者493人アンケート調査
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000019.000055654.html>

BEFORE

※HOUSE DO!様アプリより画像引用



ずらっと情報が並んでいて
選びづらい...



物件概要	
専有面積	壁芯 96.32㎡
所在階	12階建/3階部分
主要採光	南向
バルコニー	南向 22.12㎡
権利	所有権
保証・評価	—
リフォーム	—
築年月	1983年(昭和58年)06月築
建物構造	SRC
施工会社	—
管理会社	伊藤忠アーバンコミュニティ株式会社
管理方式	全部委託 日勤管理 管理組合あり
駐車場	空有 料金:12,000円/月 【駐輪場】あり
都市計画	—
用途地域	1種住居
建ぺい/容積率	—

ボタン部分



AFTER

改善案のアプリ画面

アイコンも使用し、パッと見て分かりやすく変更。ボタンは見た目に強弱をつけて電話を選ばれやすくし、よりスピーディーにご案内へとつながるように。



人気のこだわり条件

- 2階以上
- エレベーター2基以上
- ペット可
- 南向き
- 常時ゴミ出し可
- 24時間セキュリティ

設備・特徴

- バス・トイレ: 浴室乾燥機、追い炊き希望、シャワー付き独立洗面化粧台、温水洗浄便座
- キッチン: カウンターキッチン、食器洗浄乾燥機、浄水器、IHクッキングヒーター、コンロ3口以上、グリル機能

メールで問い合わせ

電話で問い合わせ(無料)

フランチャイズ店舗への電話に繋げるため、電話ボタンを塗りつぶしで目立たせ右に配置。

BEFORE

※HOUSE DO!様アプリより画像引用



この画面には何が表示されるのかわからない...



閲覧履歴・保存した条件を見る画面なのでボタン名は物件リスト、よりも「履歴」などのほうが分かりやすい？

AFTER

改善案のアプリ画面



ボタンの文言やアイコンを変更しユーザーがひと目でわかるように。履歴がない場合も利用に関する説明を加えてすぐ検索してもらえるようにした。



画面に何が表示されるのかをあらかじめ記載。

検索を促すための文言の記載・ボタンを設置。



『物件リスト』から『履歴』へ名称変更。アイコンは他社類似アプリを参考にした。

BEFORE

※HOUSE DO!様アプリより画像引用



検索履歴が写真か間取りのみの表示で、ひとつずつページを開かないと詳細が分からない...



AFTER

改善案のアプリ画面

この画面上で分かる情報を増やして一覧性をもたせた。各ページを開く労力を減らした。



ページを開かなくても一部情報は分かるよう、物件購入時の重視ポイント1・2位の、価格・立地を表記。(別ページアンケート結果より)

物件をお気に入りに登録しているか判断でき、していない場合もすぐ登録できるようにした。

条件は羅列せず、一行ずつ記載アイコンも使用し、パッと見て分かりやすく。新着物件のページにも遷移できるようにし、閲覧やお問い合わせにつながるようにした。

『物件リスト』から『履歴』へ名称とアイコンを変更。

BEFORE

※HOUSE DO!様アプリより画像引用



入力を終えて登録しようとしたらエラーがでてやり直し！
入力に関する説明がほしい...

登録ボタンを押したタイミングでエラー表記が出る

姓と名の間にスペースが必要だという説明がない

プレースホルダーがないので入りに迷う

パスワードに使用する文字数についての説明がなくエラーになって初めてわかる

AFTER

改善案のアプリ画面

いざ登録ボタンを押したあとでエラーが出たり、途中で迷う部分があるとユーザーのストレスになり離脱の可能性も。スムーズに入力できるように変更した。



入力した時点でエラーがあれば表示。

プレースホルダーで入力を迷わないよう補助。
名前の入力は姓名を分ける場合もプレースホルダーで入力例を提示

使用できる文字の種類や必要時数を表記し、パスワードの入力前に知れる状態に変更

利用店舗登録

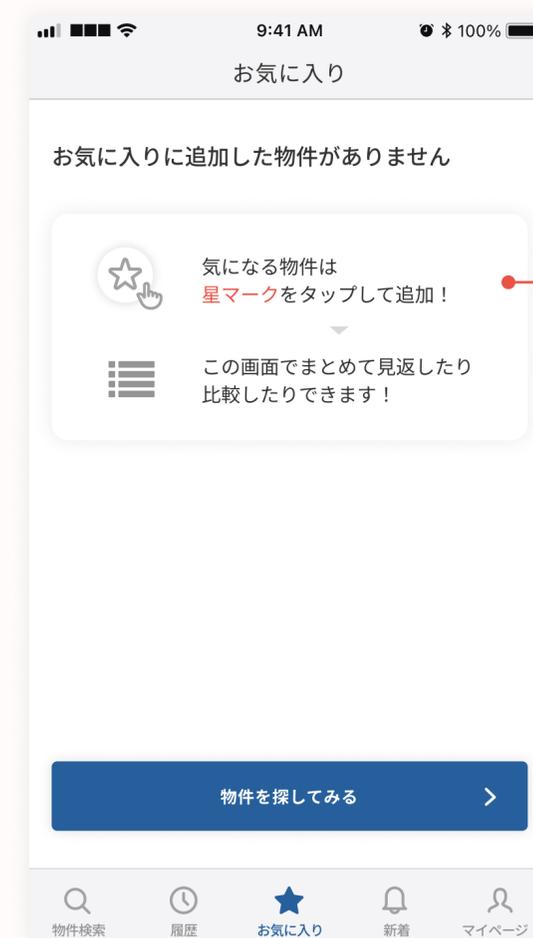


「わからない」「迷う」を要素を排除して、積極的に使ってもらえるよう、丁寧に説明を記載した。



登録すれば得られるメリットを記載。

接触回数を増やす・一件でも物件情報を多く見てもらう。



お気に入り画面

登録がない場合も、状況の説明と利用方法を記載しておく

提案として制作した画面



自社アプリとしての強みの強化

ユーザーにアプリを使用してもらうためにアピールできる部分を検討

☑ 中古物件に関する情報

中古物件市場にさらに注力するために、物件購入時の参考になる情報を発信、物件詳細ページにはリフォーム済か否か、中古マンションは修繕時期や積立金に関する情報等を把握できるようにする。

☑ 住宅購入後まで一貫したサポートが可能

将来的な売却も考えている層が増加中なので、ハウス・リースバック(自宅を売却後、賃貸契約して住み続ける)等のサービスについて説明したり、購入後までサポートできることをアピールする。

☑ 地域に根差した生活情報の発信

フランチャイズ店舗があるため近隣エリアの生きた情報を届けられる。

こちらは決算資料等をもとにあくまでも提案として考えた内容です。



自主制作

スキンケア商品の ランディングページ

製作期間

約2週間

制作範囲

ワイヤーフレーム・デザイン・
ライティング

使用ツール

figma

種類

スクール課題として制作したものを
ブラッシュアップ



制作事例01・スキンケア商品のランディングページ

To U 無料 かんたん3分! / パーソナライズ診断

理想の肌へ導くー
あなた専用
スキンケア

組み合わせは
10,000通り

初回 約50% OFF

3ステップで
トータルケア
肌にやさしい
8つの無添加

無料 スマホでかんたん3分! / パーソナライズ診断してみる

To U 無料 かんたん3分! / パーソナライズ診断

あなた専用スキンケアで
うるおう
つや肌へ

組み合わせは
10,000通り

初回 約50% OFF

3ステップで
トータルケア
肌にやさしい
8つの無添加

無料 スマホでかんたん3分! / パーソナライズ診断してみる

To U 無料 かんたん3分! / パーソナライズ診断

あなた専用スキンケアで
うるおう
つや肌へ

組み合わせは
10,000通り

初回 約50% OFF

3ステップで
トータルケア
肌にやさしい
8つの無添加

無料 スマホでかんたん3分! / パーソナライズ診断してみる

お肌のお手入れで
こんなお悩みは
ありませんか?

- 流行っている化粧品を試しても満足できない...
- 肌悩みを解決するためにいろいろ試すのに疲れた...
- どれが自分の肌に合うのかわからない

肌の力を呼び覚まし
健やかな状態
へ導きます

ずっと『スキンケア迷子』の状態...
そんなあなたへ!
スマホで15問答えるだけ! / パーソナライズ診断をもとにした
あなた専用
スキンケアセットで

『スキンケア迷子』を卒業しませんか?

卒業するための方法は...

「わたしに合う!」が見つかる
「パーソナライズ処方」

肌質 体質 お悩み 年代

ひとりひとり最適なスキンケアは違うので
自分で合うものを探すのは大変...
でも!*

パーソナライズ診断なら
10,000通りの組み合わせから
あなたにぴったりな処方が可能!

3ステップの
スキンケアで取り戻せる

うるおい
ツヤ
透明感

肌本来の力を呼び覚まし
健やかな状態
へ導きます

所要時間は約3分 / 「パーソナライズ診断」

- まずはこちらのボタンをタップ
- 15問の質問に回答し、画面の指示にしたがってお顔の写真を撮影してください
- 約3分であな肌の質やお肌の状態を判断し、あなたにピッタリのスキンケアセットを提案します

ご安心ください!
パーソナライズ診断は無料! 診断を受けても購入の義務はございません。
まずはお気軽に診断をお試しください!

この感動を体験してほしいから
スキンケア3点セット
初回限定 返金保証付 4,980円 (税込) でお試しください。*

パーソナライズ診断の結果をもとにした
あなた専用の処方をお届け!

To U スキンケアセット
①化粧水 (200ml)
②乳液 (90g)
③美容クリーム (60g)
いずれも約3ヶ月分

通常セット価格 9,800円 (税込) 初回特別価格 4,980円 (税込) 送料無料で 30日間の返金保証付

まずは無料の肌診断で、あなたのスキントイプをチェック!

無料 スマホでかんたん3分! / パーソナライズ診断してみる

到着の目安は約2週間 / スキンケアセットお届けまでの流れ

- 診断のうえセットのご提案
約3分のパーソナライズ診断で、あなたに最適なスキンケアセットをご提案します。
- ご購入後に製造
あなたに合わせたオリジナル処方のため、ご購入後に製造します。
- 2週間以内にお届け
玄関先または郵便ボックスにお届けしますので、到着を楽しみにお待ちください!

いっただって
できたが届いて
安心!

全国一律で送料無料
2週間後以降であれば
到着日時指定ができます

お届けするのはこちらの3点です

化粧水
内容量 200ml

乳液
内容量 90g

美容クリーム
内容量 90g

肌本来の美しさを取り戻す
根本ケア

うるおいとつやに
手ごたえ

だから

この感動を体験してほしいから
スキンケア3点セット
初回限定 返金保証付 4,980円 (税込) でお試しください。*

パーソナライズ診断の結果をもとにした
あなた専用の処方をお届け!

To U スキンケアセット
①化粧水 (200ml)
②乳液 (90g)
③美容クリーム (60g)
いずれも約3ヶ月分

通常セット価格 9,800円 (税込) 初回特別価格 4,980円 (税込) 送料無料で 30日間の返金保証付

まずは無料の肌診断で、あなたのスキントイプをチェック!

無料 スマホでかんたん3分! / パーソナライズ診断してみる

お知らせ

2023/04/01
連休中の配送について

2023/03/11
商品を追加しました

2023/03/11
サイトをオープンしました

お問い合わせ
会社概要

© 2023 To U Inc.

届けたい人

- ・ 20 - 30代の女性
- ・ いろいろな商品を試してみたがしっくりくる化粧品がまだ見つかっていない
- ・ オーダーメイドやカスタマイズが好き
- ・ 他の人と同じものは好まない

イメージ

高級感・上品

扱う商品

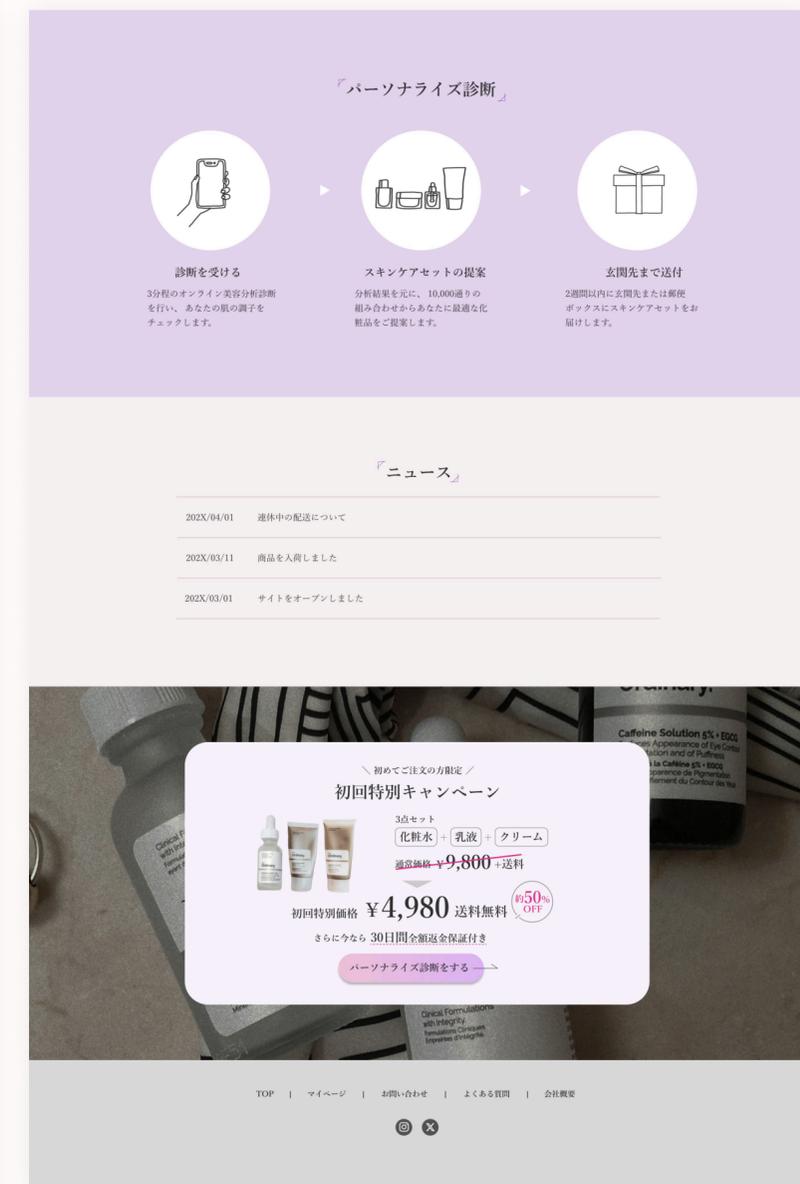
パーソナライズ診断＋スキンケア化粧品の販売

目的

パーソナライズ診断画面への遷移

2024年3月にスクール課題として
右のデザインを制作しました。
今回ポートフォリオ制作にあたり、
ブラッシュアップ版の制作に
取り組みました。

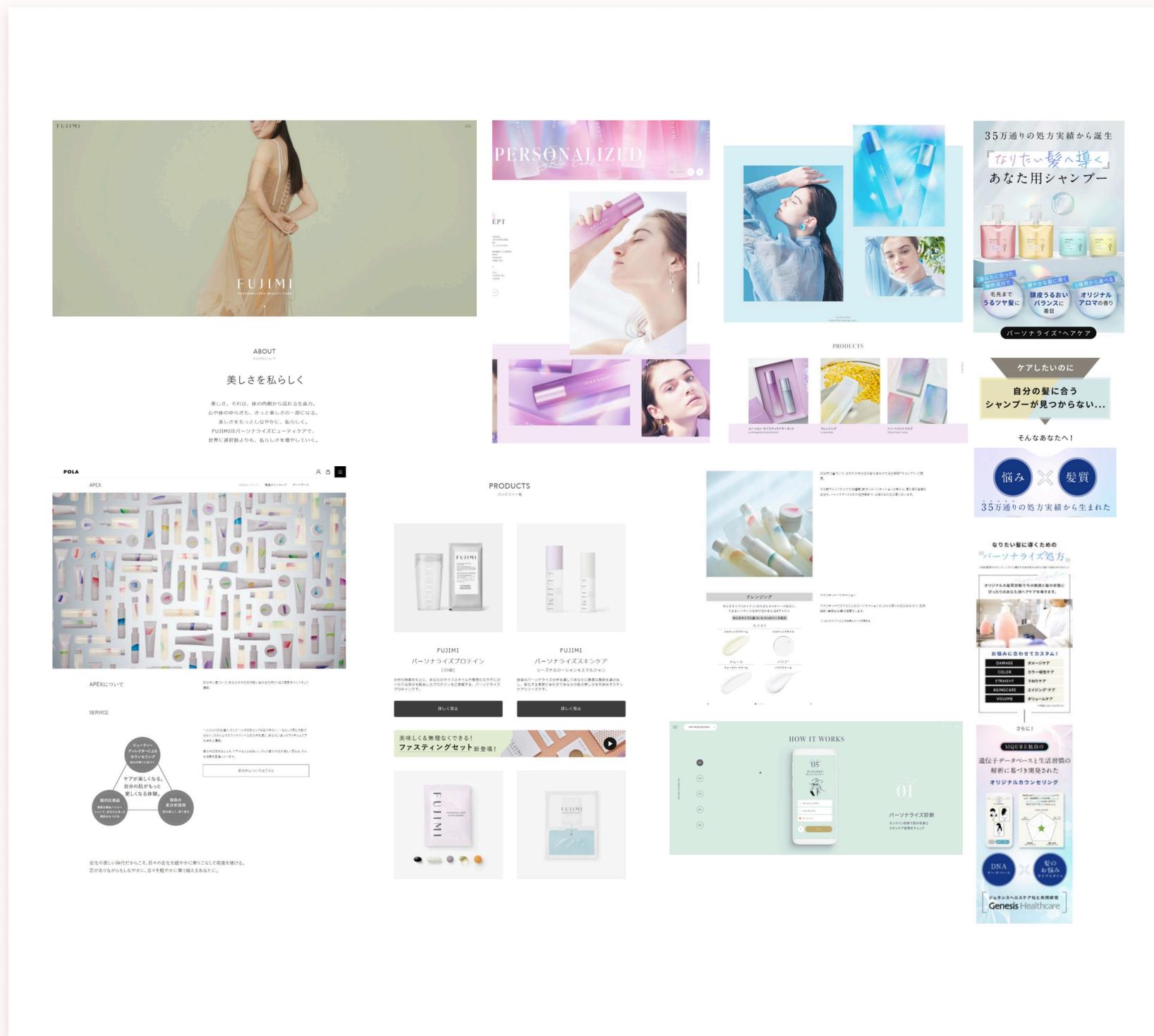
スクール課題として制作(2024年3月末)



課題として制作時

- ・ブランドの世界観を表現
- ・情報量はミニマム
セクション数や説明文なども少なかった

こちらをブラッシュアップ



肌診断などによってオリジナルのスキンケアを提供しているブランドサイトをリサーチ。

数は多くないが存在しており、

- ・写真で理想的な肌になれそうなイメージを伝えている
- ・肌診断についての説明をしっかりとすることで不安を解消していると感じた。



さまざまな化粧品のLP・ブランドサイトをリサーチ。特に対象となる年齢層に近いものを参考にした。

参考にした素材・イメージ

- ・うるおい感が伝わる素材(水滴・波紋など)
- ・肌に手を当てた女性の写真
- ・グラデーション・ホログラムなど、明るいイメージの背景

課題

- ・パーソナライズ診断のスキンケアはあまり一般的ではなく、手順や価格帯がイメージしづらいのでは？
- ・診断やお届けまでのステップが不明瞭で、クリックのハードルが高いのでは？

ブラッシュアップの方針

- ・あまりなじみがないパーソナライズ診断についての説明を増やし、**まずは気軽に診断に進んでもらえるように説明を厚くした**。また、診断は無料で、短時間で手軽にできることを強調し、**ボタンをクリックするハードルが低くなるようにした**。
- ・お届けまでのステップも詳細に示し、注文から到着までをイメージしてもらいやすく記載。**送料無料・作りたての新鮮な状態で届くというメリットも伝えた**。

フォント

・ 游明朝

丸みがあり柔らかな雰囲気ながら、上品さも伝わるため採用。スキンケアの品質の良さを伝えつつも、女性らしいイメージに合うと考えた。

・ しっぽり明朝

明朝体を使用しつつ目立たせたい部分は、ウェイトの選択肢の多いしっぽり明朝に。

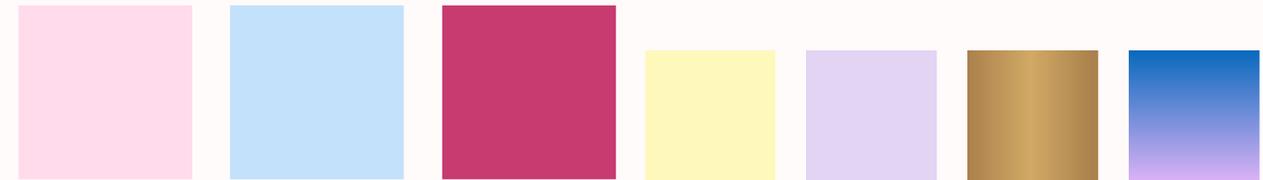
・ 游ゴシック

可読性を担保したい部分に使用。

・ Futura

価格部分などの数字を目立たせたい部分に使用。

カラー



キービジュアル

女性らしい雰囲気・みずみずしい潤い感が伝わるようなピンク・ライトブルーを中心に、強調したい文字やメリハリを付けたい部分には色味の濃いピンクを使用。

下層セクション

長いランディングページを飽きずに読み進めてもらいうために、イエローやパープル、グラデーションも使用。ほどよく色味を分けて使用することで、セクションの移動を伝わりやすくした。

BEFORE

PC・スマホサイズで制作



スクール課題として制作(2024年3月末)

AFTER

スマホサイズで2案制作



ブラッシュアップ後のデザイン(2024年8月)

AFTER

「あなた専用」で特別感をもたせた

ピンクの色味で、肌のやわらかい質感イメージさせた

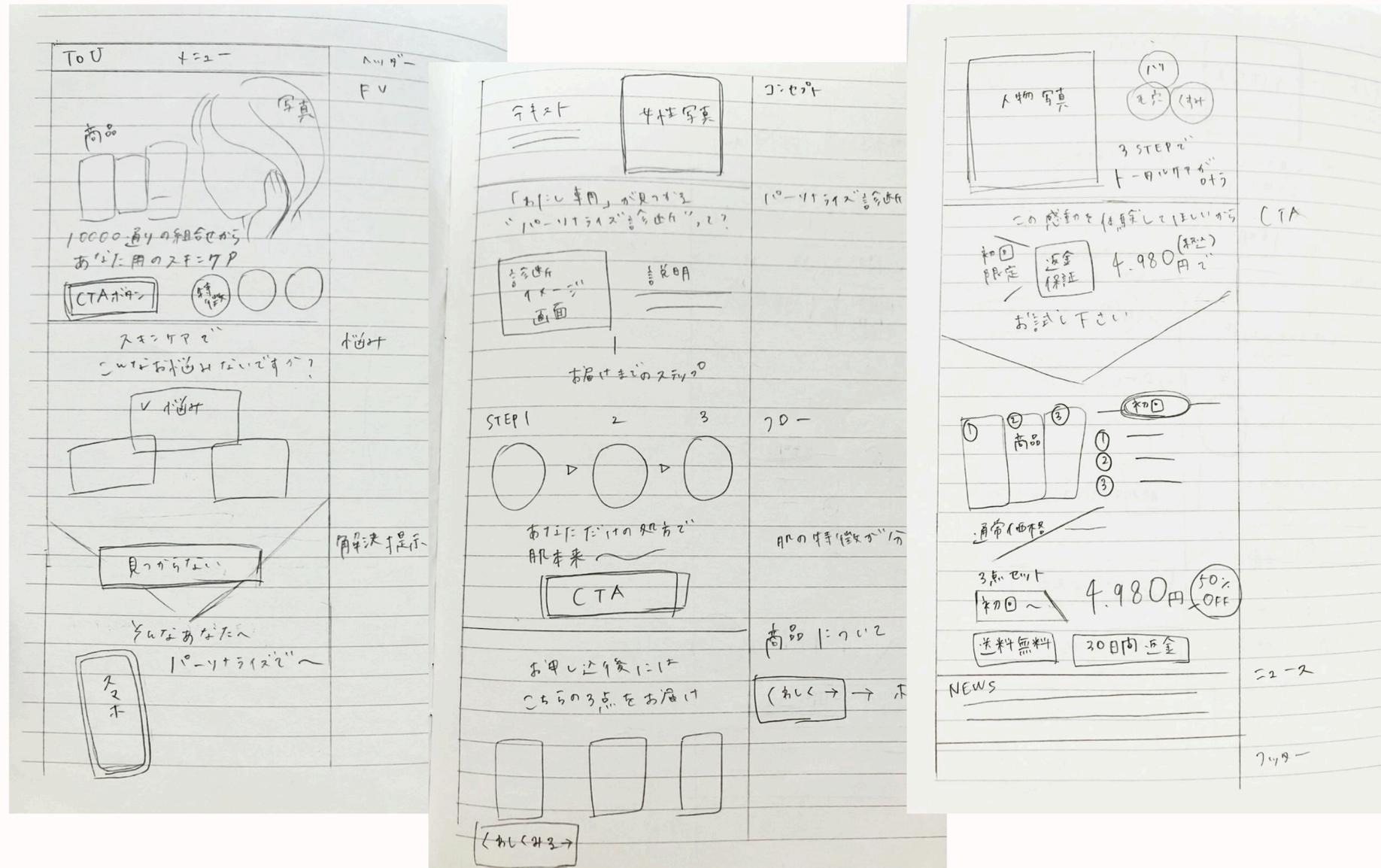
50%オフのキャンペーン内容を入れ、お試ししやすいことをアピール



キャッチコピーでベネフィットを訴求し、商品への期待感が高まるよう狙った

波紋や水滴のモチーフで、使用後の肌の状態のうるおい感をイメージさせた

多くのLPで使われており「前へ進む」「行動を促す」イメージがある緑色ボタンを配置
所要時間や無料ということをアピールして、クリックのハードルを下げている



構成案

LP専門の制作会社の制作実績などを観察し、作り直した。

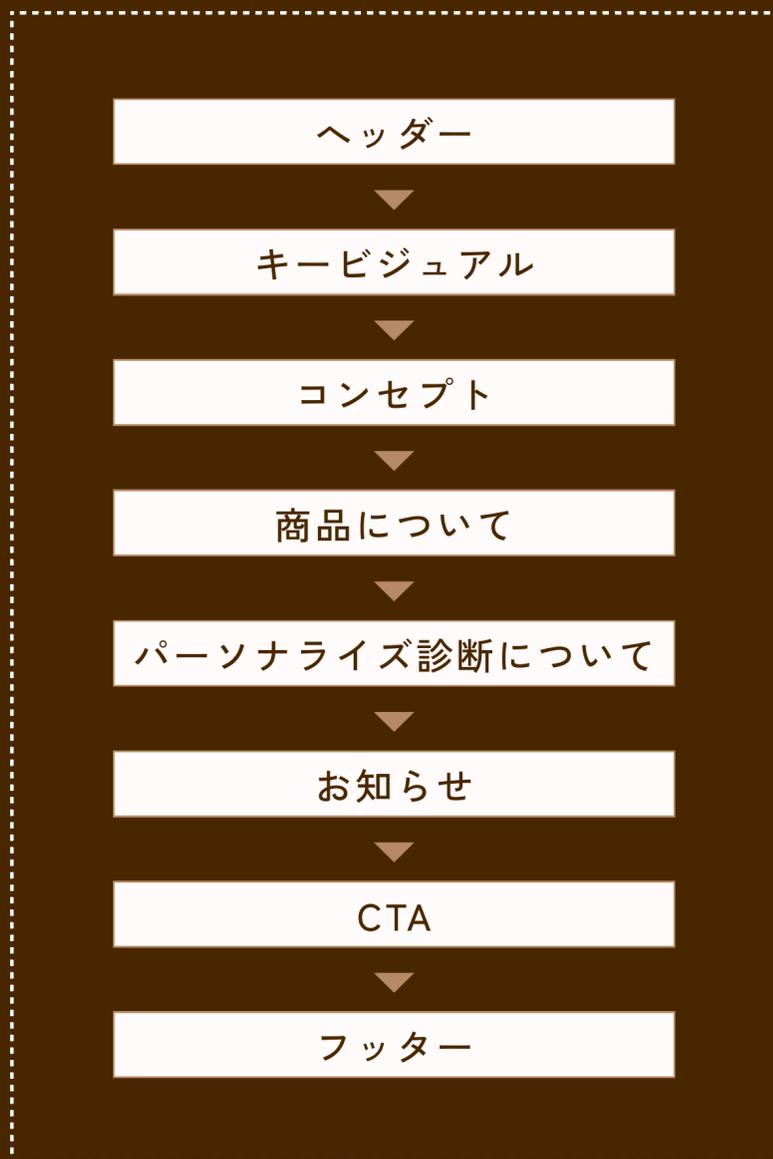
意識した点

- ・読みやすい話の流れ
- ・見やすいレイアウト
- ・ボタンのクリックのハードルを下げるために
どんなセクション・説明が必要か

一度手書きで構成案をアウトプットし、
それをもとにワイヤーフレームを制作

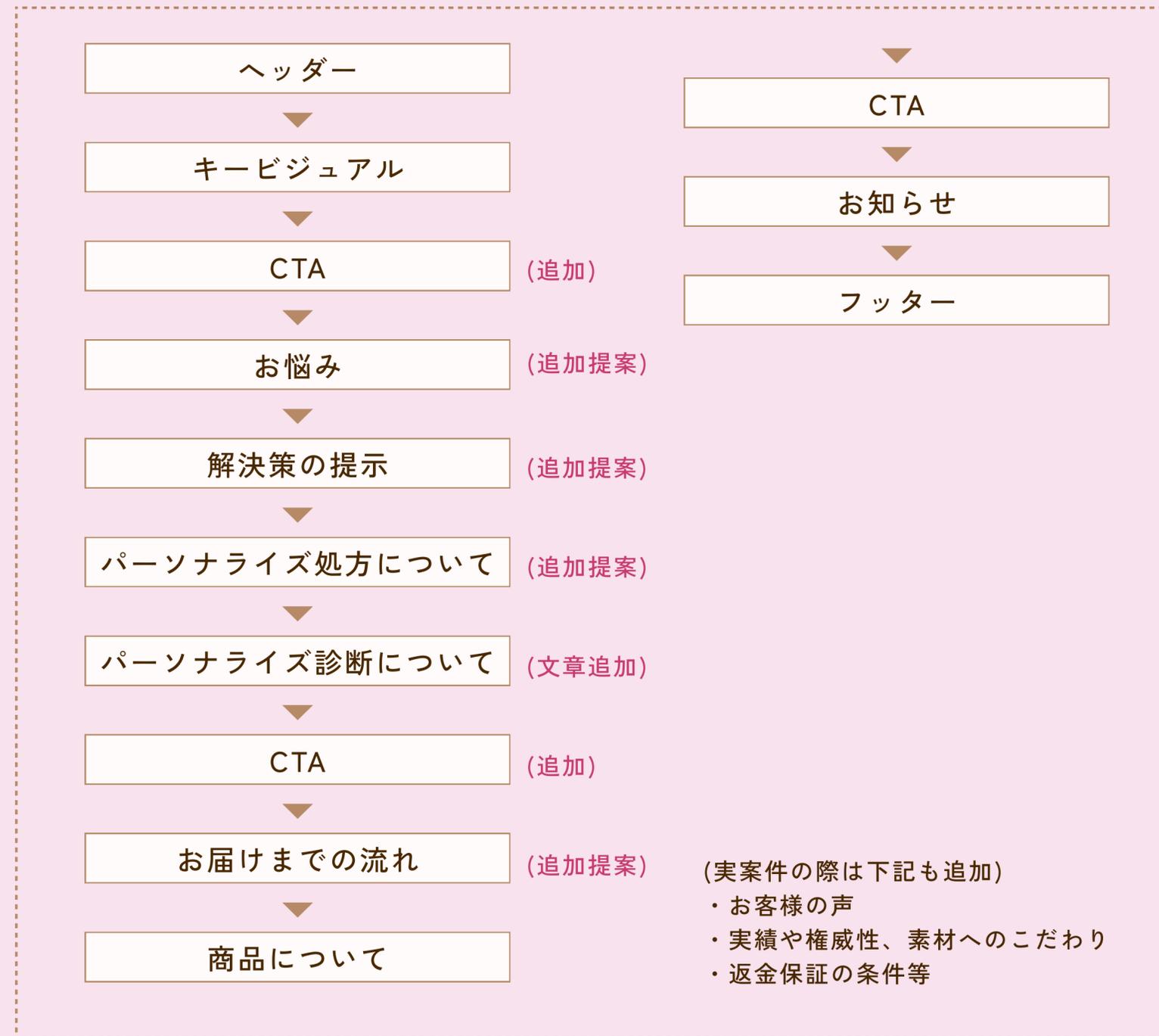
BEFORE

スクール課題として制作(2024年3月末)



AFTER

ブラッシュアップ後の構成(2024年8月)



(実案件の際は下記も追加)
・お客様の声
・実績や権威性、素材へのこだわり
・返金保証の条件等



ヘッダー

キービジュアル

2案制作したうちこちらを使用し、下部セクションも制作。
商品を使用したあとの肌の変化に期待感が持てるデザインにし、スマホの一画面内におさまる中で多数の情報を並べながらも理解しやすいよう、メリハリをつけて伝えている。
気軽に診断してもらえようハードルを下げる文言をボタン内に使用。

CTA

(追加)

お届け商品・キャンペーン内容についての情報をまとめている。
商品については最低限の情報と現品写真を掲載。
キャンペーンについては伝えたい内容をいかに見やすく、それぞれを目立たせつつ配置できるかを考慮した。
ブラッシュアップ前はページの下の方にしかキャンペーン内容を記載していなかったが、
キービジュアルで興味を持ったお客様にすぐに詳細を見てもらえるよう、上部にも配置。

お悩み

(追加セクション)

LPを見に来た方に自分事化してもらえるような文言・写真を追加。



解決策の提示

(追加セクション)

スマホで診断を受けているイメージの女性の写真を配置し、この商品を使うことで問題が解決できることをイメージさせた。また、具体的な質問数を追加した。

パーソナライズ処方について

(追加セクション)

手軽な診断で自分に合う商品にたどり着けるメリットを視覚的に伝えた。文章を読むのが億劫になって離脱されないよう、写真やイメージ素材を多く配置し、できる限り文字数は減らしている。



パーソナライズ診断について (文章追加)

より具体的に診断のステップについて記載し、ボタンを押した後に何をすればいいのか・何が分かるのかを明確にして、不安なく診断を受けてもらえるよう配慮。

また、診断を受けても購入は必須ではないとしっかり説明することも必要だと思い、説明を追加した。

CTA (追加)

気になったタイミングですぐに情報を再確認・診断に進んでもらえるよう、CTAエリアを定期的に挟んでいる。

お届けまでの流れ (追加セクション)

到着までの具体的な流れや期間の目安を記載して、手元に届く際のイメージを具体的にした。

また、パーソナライズのため作りたての新鮮な状態で届くことをアピール、手書き文字を使用しセリフ風にして目が留まるようにした。



商品について

もともとの制作分からより見やすくデザインを変更。
下の追加部分はキービジュアルとリンクするようなデザインにし、使用後の肌状態をイメージさせている。

追加



CTA

お知らせ

フッター

実案件

不動産会社の コーポレートサイト

製作期間

約5日間

制作範囲

ワイヤーフレーム・デザイン

使用ツール

figma

種類

既存HPのTOPページデザイン変更分としてご提案しました



届けたい人

- ・神戸で不動産を賃貸・売買したい方
- ・起業家

イメージ

信頼性・誠実さ

事業内容

不動産業・起業家の支援

目的

より事業内容や会社の理念が伝わるサイトにしたい

課題

- ・会社のサイトだということが伝わりづらい
- ・文章の羅列になっているため読みづらい
- ・会社の理念をもっと伝わりやすく

ブラッシュアップの方針

誠実さ・信頼感 + 地域密着・人とのつながり

- ・キービジュアルで**会社の理念**が伝わるように
- ・文章部分にアイコンを配置し、**読まなくても理解できる**ように
- ・まだ会社としては新しく、積極的に新しい取り組みをされている**先進性を伝えたい**

地域密着・人とのつながりを表現するための素材



水引き(あわじ結び)

ご縁が「末永く途切れないように」という願いを込め、モチーフとして使用



握手する人物の写真

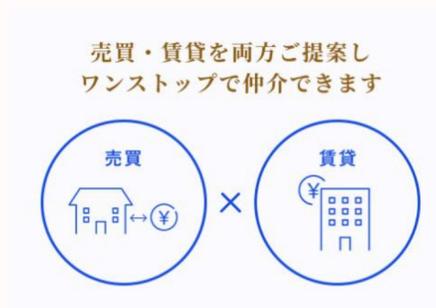
不動産事業でお客様と関わっている様子、交流会で起業家同士が挨拶している様子、どちらにも見えるような写真を使用



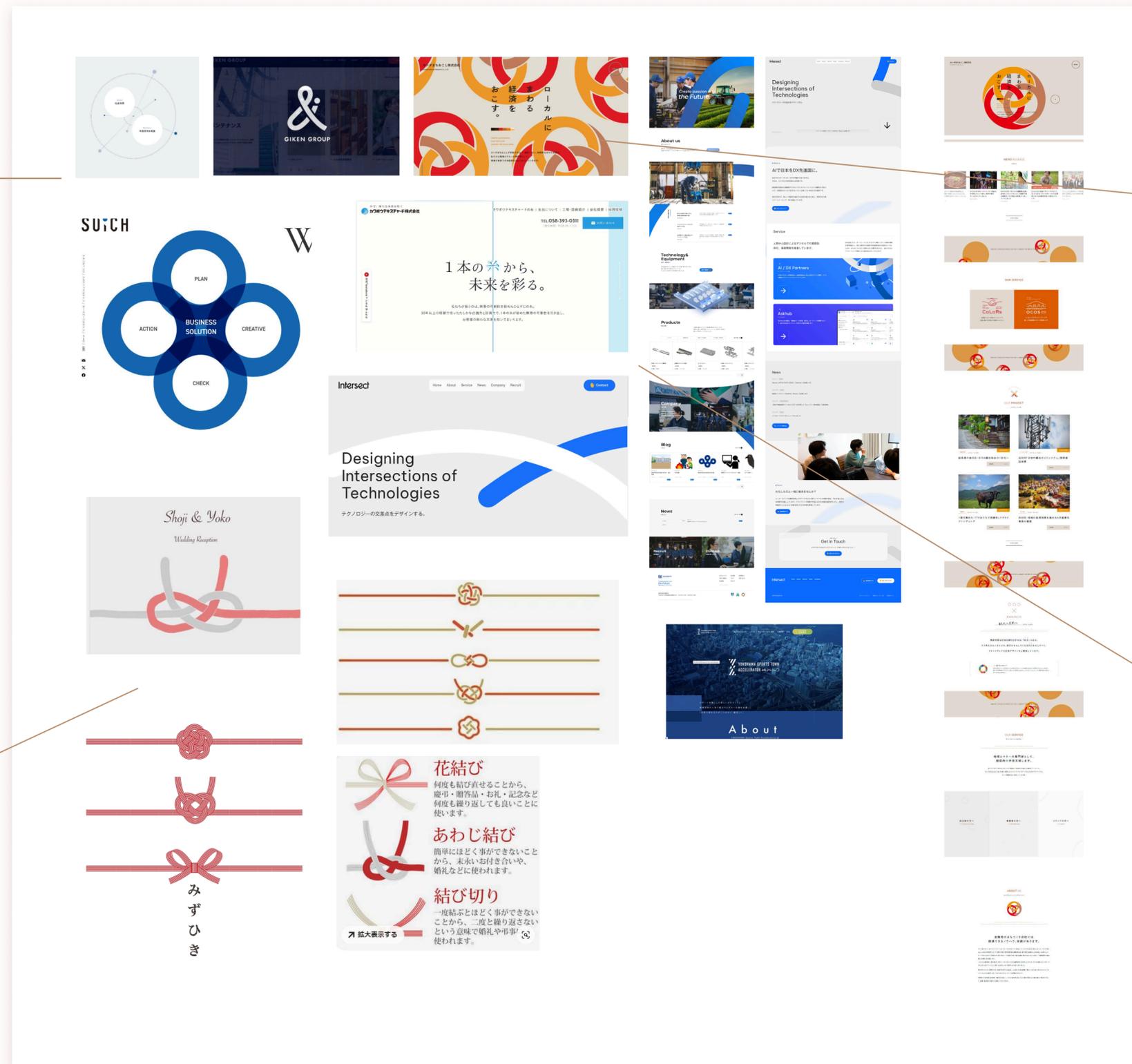
神戸の街並み/不動産

地域密着であることと、不動産業がイメージしやすい写真を使用

会社の特徴の見せ方のデザインを探す ↓



さまざまな水引の種類や表現方法を観察 ↓



水引モチーフの見せ方の参考になりそうなサイトを探す

背景に『縁』を表現する糸をどのように配置するか、アイデアを探した

フォント

・ 游明朝

誠実さが伝わりながらも柔らかさもあるため採用。

・ Noto Serif JP

タイトル等、太字にして見やすくしたい部分に使用。

・ 游ゴシック

小さい文字でも可読性を担保したい部分に使用。全てを明朝体にすると読みづらいので使い分けをしている。

カラー

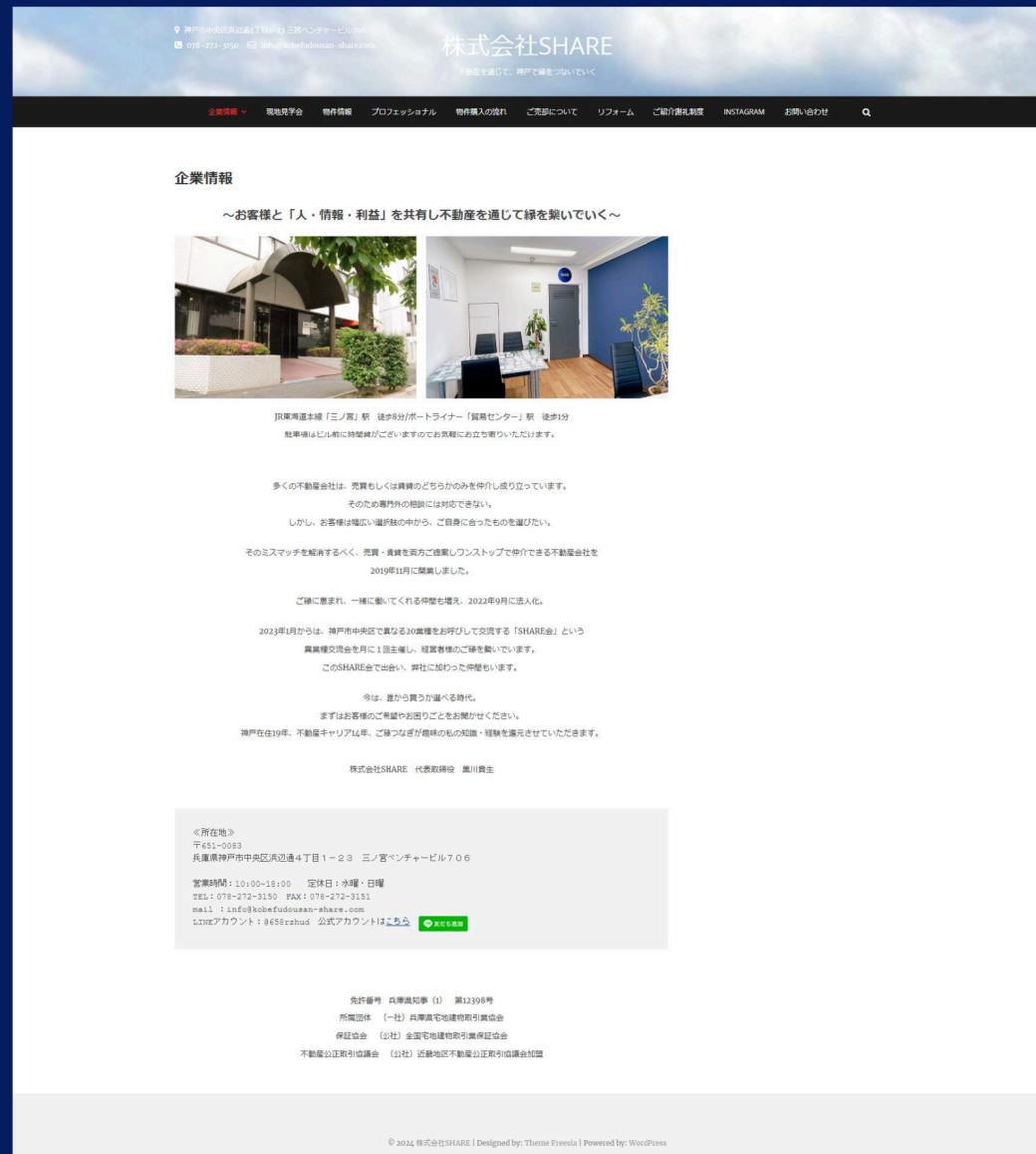


会社のイメージカラーであり、誠実さが伝わるような紺色をベースに、落ち付きながらも堅くなりすぎないような色味を選定。以前にご依頼いただいた公式LINEのリッチメニューとトンマナを合わせた。



以前制作した公式LINEリッチメニュー
ご要望は『シンプルで理念が伝わるデザイン』

BEFORE



※株式会社SHARE様コーポレートサイトTOPページ

AFTER



※デザイン変更ご提案分TOPページ

AFTER



ヘッダーは見やすさを第一に、お問い合わせの情報を優先してまとめた

2枚の写真に青い透過グラデーションを重ねて、トンマナを合わせた

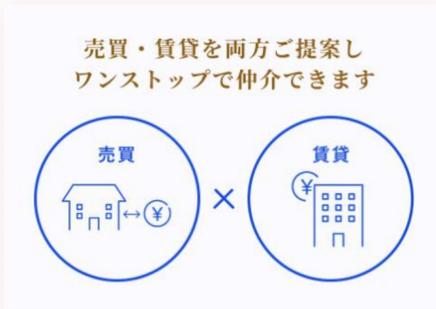
落ち着いたトーンで揃えながらも大きな水引モチーフを配置することで堅すぎないイメージにした



キービジュアル

私たちについて

アイコンを用いて簡潔に伝えることで、パッと見て内容を理解できるようにした。元のページでは全文がひとまとまりだったので、2分割してレイアウトを変更。



会社概要

セクションはずらして配置することで動きをつけた。また、サイドのあしらいがより目立つようになった。

背景に、キービジュアルと同じ水引と、糸をイメージさせる曲線を配置し、ご縁が永くつながる様子を表現した。

その他の提案デザイン



家型のボックスに写真を2分割で配置
円がつながったような水引を背景に置き
ご縁がどこまでもつながるイメージ



熨斗紙のような配置にしたデザイン

- ・背景を青のグラデーションにすると
全体的にうるさい感じがした
- ・セクションの配置が単調
- ・セクションのタイトル等を見やすく調整

以上を踏まえ、ブラッシュアップ版を製作



自主制作

スイーツショップの
バナー広告

製作期間

約5日間

制作範囲

業界リサーチ・デザイン

使用ツール

figma

種類

広告として出稿されていた
バナーの改善案を制作しました

RARE

CHEESE

BA



BEFORE



※Meta広告より引用

AFTER

視線がいくよう、文字に動きを付けて配置。
しずくの加工でとろける様子を表現。

グラデーションを
かけて濃厚さを表現



イラスト+手書き
フォントで目を
留めてもらえるように



※ケーキの写真は差し替えて使用

ゆるやかなカーブで食感のなめらかさと
とろける様子

応募作品

PR事業の 企業サイト

製作期間

約5日間

制作範囲

ワイヤーフレーム・デザイン
キャッチコピー提案

使用ツール

figma

種類

新規HPのTOPページデザイン案



PUBLIC
RELATION
COMPANY

写真の葉っぱをイメージした形で切り抜き
葉・植物→成長・生い茂る・育てるイメージ
『企業の成長に寄り添うパートナー』



風通しの良さそうな職場の写真を選定
伝えたいイメージ：柔軟性・信頼感・誠実さ

葉が伸びているイラストで、
クライアントとともに成長していくイメージ

葉を散らして配置し、立体感と動きを出した



 SNS運用も事業内容に含むので、SNSアイコンを想起させるような明るい色味のイラストを選定
 テック系のフラットなイラストで先進的なイメージ

大きな若葉をアクセントとして配置
青々とした明るい色を使用し
新しい会社としてのフレッシュ感も伝えた

実案件

雇用クリーンプランナー 認定講座LP

製作期間

約1.5ヶ月

制作範囲

ワイヤーフレーム・デザイン
キャッチコピー・テキスト

使用ツール

figma

種類

LPリニューアル(実案件)



対策をお考えの経営者様・ご担当者様へ

資料請求

雇用クリーンプランナー講座

安心して働ける環境づくりのプロになる

講義20時間分の圧倒的なボリューム!

- 国内初 パワハラ対策資格
- 受講後も最新情報を学べる
- 有資格者500名突破



職場のトラブル・人間関係の悩みから開放されたい...
そんなあなたに

雇用クリーンプランナー認定講座

ハラスメントと労働トラブルについての知識を身につけませんか?

雇用クリーンプランナーとは?

ハラスメントの未然予防、社内体制の整備・構築、問題解決支援など、ハラスメントリテラシーを身につけたプロフェッショナルとして社内体制の整備・構築、問題解決の支援業務などで活躍できます



他のハラスメント認定講座とはここが違う
一般社団法人クレア人財育英協会だからこそ提供できる質の高い講座内容!

クレアのミッション

一般社団法人クレア人財育英協会のミッションは【ハラスメントをゼロにする】
雇用クリーンプランナーで、あなたらしく働ける未来を応援します!
当講座で正しい知識を身につけ、人間関係のトラブルから解放されませんか?



個人のキャリアと会社の未来のための投資になる
1ヶ月で一生涯の知識を身につけませんか?

雇用クリーンプランナー認定講座



- 講座内容
- 約20時間のオンライン講座
 - 集中7日間特訓講座 (ハラスメント編4日間)
 - ハラスメント編講座 (労働トラブル編3日間)
 - 労働トラブル編講座
 - テキスト2冊 (ダウンロード)

24時間いつでも受講可能
スマホでも学習可能

動画20時間分の圧倒的なボリューム
労働トラブル対策まで学べる

最新情報を受講後も学べる
YouTubeにて解説

平均終了期間
1ヶ月
受講可能期間は6ヶ月

認定講座受講料

年々増える職場でのハラスメント問題 『個人のマナーの問題』で片づけられますか?



社会的な時流として対策が必須に
ハラスメント相談窓口の設置が全社で義務化され、設置義務を怠ると社会的制裁措置を受ける可能性があります。

誰もが被害者にも加害者にもなりうる、
個人・会社問わず向き合うべき問題です

どういった方法で向き合うべきか?



では法律に基づく正しい知識 (ハラスメントリテラシー) を身につけることで
と抑え、意識改革を行い、未然予防に繋げるという方法が最も効果的
であるというのが結論です。

02 20時間の圧倒的な講義ボリューム

他社より講義時間が長いのは、現場で活かせる知識をしっかりと身につけていただきたいから。オンラインで24時間いつでも学習できます。



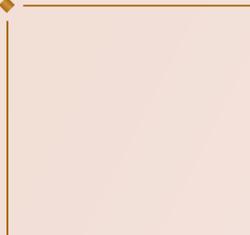
03 最新情報も継続して学べる

最新の法改正・ルール改正など最新のテーマをカバーした動画をYouTubeで発信しています。講座を提供して終わりではなく、最新情報を手軽にキャッチアップしていただけるような体制をとっています。



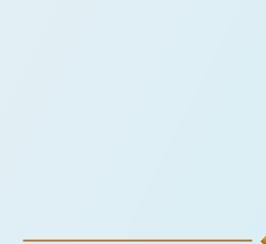
当講座の充実度は、比べれば一目瞭然です
圧倒的なボリュームと最新情報への対応には自信があります!
しっかりと学んで、現場で活かせる知識が身につきます。

	雇用クリーンプランナー	A社	B社	C社	D社
受講料	¥99,000	¥33,000	¥59,400	¥11,000	¥78,800
講義時間	約20時間	約3時間	約1.5時間	試験のみ	約6時間
講義内容	ハラスメント労働トラブル集中7日間特訓	ハラスメント	ハラスメント	ハラスメント	ハラスメント
認定制度	【雇用クリーン企業認定】雇用クリーンプランナー有資格者				



FLOW

ご提案の流れ



ヒアリング



ヒアリングシートを事前にお送りします。内容をご記入いただいたうえで、詳細のお聴き取りのために30分程度の打ち合わせをお願いいたします。

ご提案



伺った内容をもとに、元のご要望以外でもお役に立てそうな部分があれば、そちらもあわせて2~3パターンのお見積りを提示します。

ご契約



ご提案内容に価値を感じていただけましたら、ご契約ください。

ディレクション部分も巻き取って進行可能です。

チャットやZoomで適宜コミュニケーションを取りながら進めます。

キックオフミーティング



テキスト・素材を ご提供いただく

商用フリーの写真・イラストも
ご用意可能です

構成等の情報設計

競合サイト等を参照してご提案、
もしくはサービスに合わせて検討

デザイン作成

FVの作成・修正・確定
下層セクション、下層ページ
作成・修正・確定

開発

デザイン確定後に
実装・検収・納品・公開

Q コピーライティングや文章作成はお願いできますか？

A キャッチコピーのご提案は可能ですが、文章全体はご提供をお願いしております。必要な場合は、オプションとしてこちらでの制作・ライターへの依頼もできます。LPのライティングのたたき台としてAIで制作したものをお渡しも可能です。

Q 修正は何回できますか？

A 修正回数に制限はございません。クオリティにご納得いただけるまで対応させていただきます。デザイン完成後の大幅な修正、度を越した変更については別途料金が発生しますので、ご了承ください。

Q 画像は用意してもらえますか？

A ご希望の画像やイラスト以外に必要なものはこちらで選定しご用意いたします。追加費用は発生しませんのでご安心ください。

貴重なお時間をいただき
誠にありがとうございます。

お客様の課題解決のためのデザイン制作を心がけています。
ぜひ一緒に頭を悩ませて、お仕事ができればと思います。

＼ ご相談・お見積りは無料です。どうぞお気軽にご連絡くださいませ。 ／

chatwork



X



Facebook



藤本 佳子