企画・提案書

Webサイトリニューアルのご提案

株式会社サンプル製作所 御中（架空の会社）

株式会社ユルリカ

架空の会社を例にしたサンプルです。金額は公開している料金表の範囲の例で、実際のお見積もりではありません。

目次	内容
1 貴社の課題	ご相談の背景と、今の状況、目指す状態
2 選択肢	3つの案の範囲、料金、期間
3 推奨案と理由	推奨する案と、選ばなかった案の理由
4 総費用の考え方	初期費用と年間費用を合わせた比べ方
5 リスクと対応	起こりうることと、事前の対応
6 社内の作業	工程ごとの当社と貴社の作業
7 次に決めること	ご発注の判断までに決めること

1 貴社の課題

株式会社サンプル製作所（架空）は、金属部品を製造する会社です。取引先からの問い合わせと、製造職の採用に、今のWebサイトを活かしたいとのご相談を受けました。

課題	今の状況	目指す状態
取引先の比較	対応できる加工や設備の説明が少なく、電話で確認されることが多い。	比較に必要な情報を、サイトで確認できる。
採用	募集要項だけのページで、仕事内容や働き方が伝わりにくい。	求職者が、仕事内容と働き方を判断できる。
更新	更新のたびに外部へ依頼しており、お知らせが止まりがち。	総務の担当者が、お知らせと求人を更新できる。
スマートフォン	スマートフォンで読みにくいページが残っている。	スマートフォンでも読みやすく、問い合わせができる。

2 選択肢

課題の範囲と予算に合わせて、3つの案を比べました。料金と期間は、Webサイト・LP制作の公開の目安です。

項目	案A 採用LPの追加	案B サイトの作り直し（推奨）	案C ブランドから刷新
内容	今のサイトを残し、採用LPとフォームを追加する。	12ページ程度のコーポレートサイトを、CMS付きで作り直す。	ブランドの設計から行い、16ページ以上のサイトを作る。
該当するプラン	スモールプラン	スタンダードプラン	ラージプラン
料金の目安（税別）	25万〜60万円	80万〜120万円	120万〜200万円
期間の目安	3〜5週間	6〜12週間	12週間〜
解決する課題	採用	取引先の比較、採用、更新、スマートフォン	4つの課題に加え、会社の打ち出し方の見直し
留意点	取引先向けの情報、更新、スマートフォンの課題が残る。	ブランドの設計は行わない。	社内の検討の時間と費用が大きくなる。

3 推奨案と理由

案Bをおすすめします。理由は次の3つです。

理由	内容
4つの課題に届く	取引先の比較、採用、更新、スマートフォンの課題を、1つの案件で扱えます。
社内で更新できる	CMSを入れることで、お知らせと求人の更新を社内で進めやすくなります。
次に広げやすい	公開後の数字を見てから、採用の記事や取引先向けのページを追加できます。

選ばなかった案の理由

案	選ばなかった理由	選ぶとよい場合
案A	採用の課題には応えられますが、取引先向けの情報、更新、スマートフォンの課題が残ります。	採用を先に急ぐ場合や、予算を分けて進めたい場合。
案C	今回の課題に対して、ブランドの設計まで広げる必要は確認できていません。	社名や事業の打ち出しを見直す計画がある場合。

問い合わせ数や応募数の増加を保証するものではありません。公開後に数字を確かめ、次に直す箇所を決めます。

4 総費用の考え方

作る費用と使い続ける費用を合わせて比べます。次の金額は考え方を示すための例で、公開の料金表の範囲から置いたものです。

項目（税別・例）	案A	案B（推奨）	案C
初期費用の例	**40万円**	**100万円**	**160万円**
公開料金の範囲	**25万〜60万円**	**80万〜120万円**	**120万〜200万円**
保守の例（月2万円の場合）	**年24万円**	**年24万円**	**年24万円**
3年間の合計の例	**112万円**	**172万円**	**232万円**

保守は「月2万円〜」の料金の例です。実際の金額はページ数や範囲によって変わるため、比較しやすいよう同じ例を置いています。
合計にはCMS利用料、サーバー・ドメイン、外部連携、翻訳、追加修正を含みません。案Aでは、今のサイトを維持する費用も別にかかります。
料金に含まれる調査、原稿、計測、公開後の更新の範囲は、見積書で項目ごとに明記します。
お支払いは着手時50%・納品時50%の2回が基本です。

5 リスクと対応

リスク	起きた場合の影響	事前の対応
原稿や写真がそろわない	公開の時期が遅れる。	原稿と素材の担当と期限を、設計の段階で決める。
範囲が途中で増える	費用と期間が増える。	見積もりの範囲と追加になる作業を、発注の前に分けて確認する。
旧URLの転送漏れ	検索やブックマークからの訪問が、ページを見つけられなくなる。	転送の対応表の作成を見積もりの範囲で確認し、公開の前に転送を確かめる。
更新の担当者が変わる	更新が止まる。	手順書とレクチャーで、引き継げるようにする。
外部サービスの料金の変更	年間費用が変わる。	料金ページの確認日を記録し、契約の前に確認し直す。
AIの出力の誤り	事実と異なる内容が載る。	制作の工程でAIを使う場合も、表現と品質は人が確認する。

6 社内の作業

案Bの場合の工程と作業の分担です。工程の期間は進め方の一例で、規模や内容によって変わります。

工程	期間の目安	当社の作業	貴社の作業
戦略・設計	2〜4週間	顧客・競合・検索の需要の調査、サイトマップとワイヤーフレームの作成。	現状の資料の共有、取引先や求職者についてのヒアリングへの協力、構成の確認。
制作・実装	4〜8週間	コピー、デザイン、実装、CMSの設定。制作の工程でAIを使い、表現と品質は人が確認する。	事実の確認、写真や数字の提供、デザインと原稿の確認、社内の承認。
公開・運用と改善	継続	計測の設定と公開。公開後の改善の範囲は、保守の内容に合わせて決める。	公開の判断、お知らせと求人の更新。

7 次に決めること

決めること	決める方	そのために必要なもの
案の選択と予算の上限	経営者	この提案書と、比較先の見積もり
原稿と写真の担当	担当者	載せたい内容の一覧と、今ある素材
更新する人と頻度	担当者	更新する内容と、管理画面の試用
公開の希望時期	経営者、担当者	展示会や採用の時期など、社内の予定
年間費用の範囲	経営者	「初期費用と年間費用の確認シート」

実際の企画・提案書は、ヒアリングのうえで作成し、ミーティングでご説明します。内容は案件によって変わります。