



担当した事例をご紹介します

Webサイト支援事例

株式会社CharmCraft 久野 紘揮



Hiroki Kuno

久野 紘揮

株式会社CharmCraft 代表取締役

経歴

新卒で医療職を2年経験。その後ホームページ制作会社で5年勤務し、デザイナー/Webディレクター/運用支援に従事。現在、広告運用やSEO支援もするWebデザイナーとして活動中。

＼こんなことも引き受けてもらえるのか？などご相談お待ちしております！／

相談内容 1 枚だけあれば 社内で作っている

サイト制作を 全て巻き取ります

提供内容

企業・サービスサイトデザイン、LPデザイン、
制作ディレクション
SEO、広告運用
WordPressサイト構築（パートナーエンジニア）

支援実績

- ・100ページ規模の協会関連のサイト構築（ディレクション兼デザイン担当）
- ・toB向け 運用支援&サイト構築
- ・オンラインスクール、レンタル事業、店舗展開等のWeb広告運用支援
- ・新サービスのLP制作支援

提供業務

- Web制作支援
 - オンラインスクール（子供向け、大人向け）のサービスサイト＆LP制作
 - 上場企業グループ会社のサイト制作（前管理会社のリプレイスによる運用管理）
 - 3Dモデル制作等のエンタメ事業会社のコーポレートサイト制作（ディレクション、デザイン担当）
 - AI導入による業務改善システム会社のコーポレートサイト兼LP制作（ディレクション、デザイン担当）
 - インドアゴルフ事業のLP制作（ディレクション、デザイン担当）
- 運用支援（広告運用、サイト運用）
 - オンラインスクール事業
 - 自動車整備・販売関連事業
 - 法務、司法書士事業
 - レンタル事業

興味をお持ちいただけたら、まずはお話しできたら嬉しいです

<https://charmcraft.jp/contact>

案件概要

【toC向け 介護福祉事業】のWebサイト制作事例です。
担当業務：ディレクション（受注～納品）、デザイン、運用代行

ターゲット

親の介護が現実味を帯びてきたが、仕事や家事で忙しく、信頼できる預け先を慎重に探している40～60代の子世代。

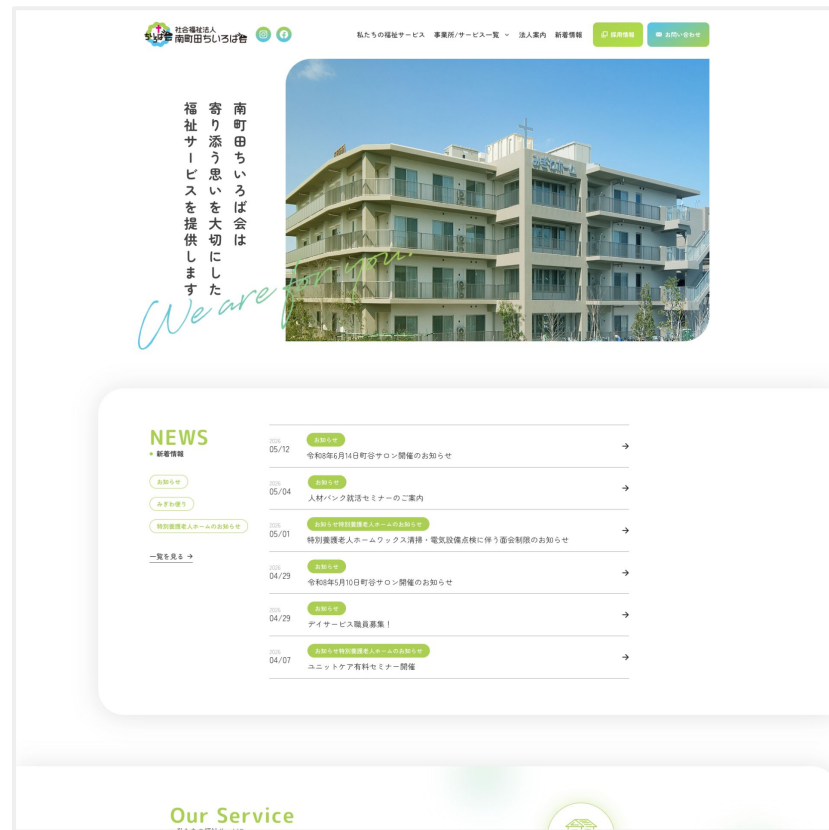
制作意図・設計

（利用相談の問い合わせ、採用募集の足がかり）

単なる施設情報の羅列ではなく、「ここでの日常」が手にとるように伝わる追体験型のコンテンツを軸に展開しました。

情報の信頼性を厳しく見極めるユーザーに対し、「施設の透明性」と「スタッフの想い」を丁寧に可視化。現場の空気感が伝わる写真や具体的なケアの指針を、人間味のある言葉で紡ぐことで、漠然と抱くユーザーの不安を「ここなら安心」という確信に変える構成としています。

また、検討層の心理に合わせ、情緒的なビジュアルで「理想の生活」を提示しつつ、ロジカルな情報設計（費用・設備・フローの明文化）で裏付けを行うことで、納得感のある問い合わせへと導く設計を意図しています。



[illegible][illegible][illegible]

案件概要

【toB向け 印刷業】のWebサイト制作事例です。
担当業務：ディレクション、デザイン、運用支援

ターゲット

販促物や資材の作成を検討しているが、専門知識がなく、小回りの利く相談相手を探している個人経営者や中小企業の担当者」を想定。

制作意図・設計

単なる会社紹介ではなく、初めての方でも「ここなら相談しやすい」と感じてもらえる『頼れるパートナー感』を重視して設計しました。

地域での集客を強化するため、トップページは悩みに直接応える「LP風の構成」を採用。

いきなり相談するのは気が引ける層に向け、まずは「資料請求」で接点を持てるよう導線を整えています。また、プロの視点でコツを発信する「記事コンテンツ」で、検索からの流入を増やししながら、信頼を積み重ねて自然と問い合わせに繋げる仕組みを意図しています。





案件概要

【toC向け エンタメ支援サービス】のLP制作事例です。
担当業務：ディレクション、デザイン

ターゲット

特定のクリエイターや作品を熱心に応援しており、「自分も活動を支えたい」「もっと近くで成長を見守りたい」という強い貢献意欲を持つ10～30代のコアファン層を想定。

制作意図・設計

単なる機能紹介にとどまらず、複雑になりがちな「サービスの仕組み（スキーム）」を直感的に理解してもらうことを最優先に設計しました。

具体的には、「価格メリット」「手間いらずの導入」「独自の体験価値」「認知拡大」の4点を訴求の柱に据え、支援者・被支援者それぞれが享受できるベネフィットを対比構造で展開。図解を用いてフローを可視化することで、検討のハードルを下げています。
最終的なゴールである「支援サイトへの遷移」に向け、ユーザーの熱量が高まるタイミングで適切なアクションを促すボタン配置と、納得感を生むリード文で構成しています。



案件概要

【toC向け 外壁塗装サービス】のLP制作事例です。
担当業務：ディレクション、デザイン

ターゲット

築10～15年を迎え、そろそろ塗装が必要だと感じつつも、業者の選び方や適正価格が分からず足踏みしている戸建てオーナー。
比較軸がまだ明確でない段階でも、無理なく読み進められる構成が求められる事案です。

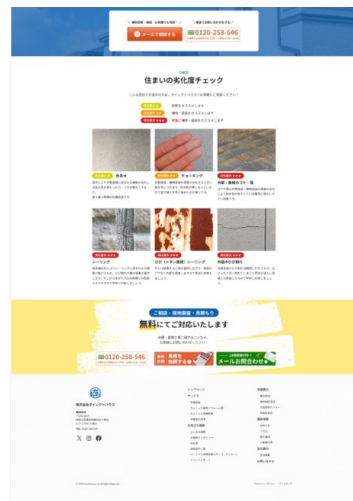
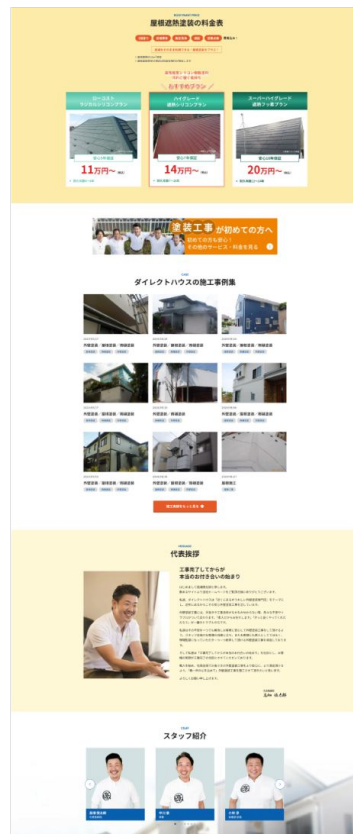
制作意図・設計

訴求を強く見せるだけでなく、「選ぶ理由」と「安心して検討できる材料」を同時に整理することを重視しました。

具体的には、「スタッフの顔が見える親近感」「圧倒的な施工実績」「リアルな口コミ」を情報の柱に据え、それらをコンテンツの軸として構造化。
比較軸が定まっていないユーザーに対し、専門用語に頼らず直感的に「ここなら任せられる」と感じてもらうためのストーリーを構築しています。興味喚起から不安の払拭、そして納得感を持った行動（問い合わせ）までを、1ページ内で自然につなぐ設計を意図しています。



LP事例：2 【toC向け 外壁塗装】



案件概要

【toB向け補助金申請支援サービス】のLP制作事例です。
 担当業務：ディレクション、デザイン

ターゲット

IT導入補助金の活用で販路拡大を狙う、中小ITベンダーやSaaS販売店の経営層・事業開発担当者。
 興味はあるものの、情報が複雑だと離脱しやすいユーザーに向けて、わかりやすさを重視した構成です。

制作意図・設計

まずは「自分に関係あるサービス」と感じてもらうため、誰向けであるかを重視。ファーストビューで「高採択率」と「第三者機関の認定」という客観的な信頼性を提示し、対象者と提供価値を明確にしています。

中盤では、複雑な制度やメリットを直感的に理解できる図解で整理し、後半にかけて「フルサポート体制」による不安払拭と、各セクションの訴求内容に最適化したCTAリード文を配置。ユーザーの検討熱量が高まった瞬間を逃さず問い合わせへつなげる導線を設計しています。



[illegible]

補償金・活用し、服従活動で2025年

お悩みを解決します！



このお悩みを解決するポイント

- ① さまざまな補償金についてお話をさせていただきます。
- ② 補償金の活用方法についてお話をさせていただきます。
- ③ 補償金活用資金の活用方法についてお話をさせていただきます。



すでに活用したいとお話された方へ

- ① 補償金活用資金の活用方法についてお話をさせていただきます。
- ② 申請書類の作成方法についてお話をさせていただきます。
- ③ 申請書類の提出方法についてお話をさせていただきます。
- ④ アドバイスとサポートの体制についてお話をさせていただきます。

[illegible]

補助金を活用したITツールやソフトウェア販売のメリット

補助金(10,000円)を活用した補助金

補助金 10,000円

通常営業収入 100,000円

売上金(10,000円)を補助金に振り替える

補助金 10,000円

活用するITベンダーのメリット

- ① 開発費を下げやすくなることで開発費が抑えられる
- ② 商品価格が安くなることでシェアアップできる
- ③ 売上、利益の増大を促して開発費を減らして売上アップが期待できる

活用するクラウドサービスのメリット

- ① 導入費用を抑えて開発が導入できる

ITベンダーのメリット

① 開発費を抑えて開発が導入できる

② 商品価格が安くなることでシェアアップできる

③ 売上、利益の増大を促して開発費を減らして売上アップが期待できる

[illegible][illegible][illegible]