

ご参加いただき、ありがとうございます

お時間まで、下記のferret Oneの動画をご覧くださいお待ちください

BtoBマーケするなら
ferret One

BtoBのリード獲得に特化した
CMS

BtoBマーケティングの
リード獲得の強化

CPAが10分の1に

ターゲット別LPの成果が変わる！

・・・
CSSなしでできる、印象と訴求の分け方

株式会社ベーシック
制作グループ
安座間 亜衣



ONLINE WEBINAR

5/27

火

14:00~15:00



ご参加いただき、ありがとうございます

BtoB マークをもっと簡単に
ferretOne
フェレットワン

CPAが10分の1に

ターゲット別LPの成果が変わる！

CSSなしでできる、印象と訴求の分け方

株式会社ベースニック
制作グループ
安座間 亜衣

簡単な質問
に答えてGET



ONLINE WEBINAR

5/27 火 14:00~15:00

【お願い】

ウェビナーの最後に、アンケートをお願いしております。

アンケート回答で

- 本日のウェビナー資料
をお送りします。

1分程度の簡単なアンケートになっておりますので
ぜひ、ご協力お願いいたします。

<https://form.run/@multiple-base-design>

本日のウェビナーアンケート回答で ご希望の方へ「LP見積もり相談会」 も実施いたします



ご相談内容 -

- ターゲット別のデザイン出し分けのご相談
- 貴社の課題に合わせたLPテンプレートのご提案
- LPの訴求設計メニューのご提案

LPデザイン改善やLP制作を
ご検討のお客様はぜひご活用ください！



安座間 亜衣 (あざま あい)

ferret One ディレクション部
制作グループマネージャー

経歴 Career

前職はWeb制作会社でディレクター職に8年間従事。

BtoCからBtoBまで幅広い業種のWeb制作を経験。2018年ベーシックに入社。ferret One制作グループの立ち上げメンバーとして制作体制の基盤を構築し、2020年ferret One事業部 カスタマーサクセス部 制作グループマネージャーに着任。

テーマ

LPの成果は“出し分け”で決まる！

「訴求」と「印象」を
ターゲットに合わせて

CSSなしで最適化する方法とは？

- ① 成果の出るLP運用のポイント
- ② LPのデザインを変えるべきパターンと事例
- ③ LPデザインの運用を便利にする機能アップデートのご紹介
- ④ 個別相談のご案内

- ① 成果の出るLP運用のポイント
- ② LPのデザインを変えるべきパターンと事例
- ③ LPデザインの運用を便利にする機能アップデートのご紹介
- ④ 個別相談のご案内

LPの運用で、こんなお悩みはありませんか？

クリックは多く集まるのに、**LPのCVRが低い**

骨子やパーツ選定など、**見た目で損をしていると感じる**

デザインがチグハグで統一感やまとまりがない



こういったお悩みを解消し、**成果につながるLPを
効率的に**作成するポイントについてお伝えします！

例えば、

こんな残念なケースがあります。

- 全ターゲットに同じ訴求で1本のLPにまとめられてる
→ 訴求がぼやける
- 広告運用として活用してるのに、広告内容と実際のLPの訴求がズレてる
→ クリックした時に離脱される

ビジネスチャットツールのLPの例

- LP全体を通して「誰に向けたメッセージなのか」が明確でない
- 画像やアイコンに具体性がなく
当たり障りのない≒響かないデザインにまともまっている



成果の出るLP運用のポイントは、
ターゲット別の出し分け です。

残念ケースから脱却するには、

「抱える課題や重視するポイントはターゲットによって違う」ことを意識し

「ターゲットごとに適したデザインで直感的に伝える」

この2つのポイントが非常に重要 なのです。

ターゲット別のLPの「出し分け」ポイント2つ



POINT 1

**ターゲットごとに
異なるメッセージで訴求す
る**

それぞれの関心や課題に
合わせたメッセージ訴求



ペルソナの役職や部署ごとに
課題感・重視ポイントが違うので
訴求すべきメッセージは最適化させ
る。



POINT 2

**ターゲットごとに適した
デザインで直感的に伝える**

色やレイアウト、写真など
ターゲットに響くビジュアル



訴求がより直感的に伝えられるよう
ターゲットや訴求に合わせて
「デザイン」も最適化させたい。

訴求は意識できても、デザインは見落とされがち…

POINT 1

ターゲットごとに異なるメッセージで訴求する

- ① 訴求の出し分け
 - ② デザインの出し分け
- の2つがあります。

ペルソナの役職や部署ごとに

課題感・「①訴求」は意識できても、「②デザイン」の出し分けは訴求すべきメッセージは最適化させる。

具体例がイメージできない方もいらっしゃるかと思います。

ここからは「ターゲット別に出し分ける」
デザインのポイントについて具体的に解説していきます！

POINT 2

ターゲットに適したデザインで直感的に伝える

色やレイアウト、写真など
ターゲットに響くビジュアル

訴求がより直感的に伝えられるよう

ターゲットや訴求に合わせて「デザイン」も最適化させたい。

- ① 成果の出るLP運用のポイント
- ② LPのデザインを変えるべきパターンと事例
- ③ LPデザインの運用を便利にする機能アップデートのご紹介
- ④ 個別相談のご案内

ページ全体の印象を決定づける「トンマナ」とは

トンマナとは…

「トーン&マナー」の略で、

- トーン (Tone) : 全体の雰囲気や印象を決める要素
 - 例：高級感 (シク)、親しみやすさ (カジュアル) など
- マナー (Manner) : その雰囲気を形作る表現やデザインのルール
 - 例：カラー、フォント、レイアウト

サイトデザインにトンマナが重要な理由

【対顧客】

- ターゲットに共感を生む
- ブランドの信頼性を高める
- メッセージに一貫性が成果に直結する

【対社内】

- デザインの調整コストが下がる
- 誰が作っても一定のクオリティを保てる
- サイト編集の属人化を軽減できる

ページ全体の印象を決定づける「トンマナ」とは



そもそもトンマナとは…

「トーン&マナー」の略で、

-
-
-
-

**「誰にでも合う1ページ」ではなく、
“誰に届けたいか” でLPのトンマナ（装い）
を変えるべき**



サイトラ

- ターゲットに共感を生む
- ブランドの信頼性を高める
- メッセージに一貫性が成果に直結する

LPのデザインを出し分けるシーン

例えば…

【活用シーン】

シーン01 複数ターゲットが存在するBtoBサービス

(例：中小企業向けとエンタープライズ向け)

シーン02 複数業界向けに提供している汎用型サービス

(例：製造業向けと医療業界向けで課題が異なる)

シーン03 複数部署で使われるBtoBツール

(例：マーケティング向けMA機能、営業向けSFA機能、情シス向けセキュリティシステム連携など)

デザインの使い分けを推奨するケース①

CASE 01

ターゲット別のデザイン・カラースキームまとめ

ターゲット	デザインの特徴	カラー
経営者 (CxOクラス) 向け	<p>経営者層はROIやビジョンへの貢献を重視するため、信頼感や成功をイメージさせるデザインが効果的。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高級感があり落ち着いたトーン ・余白を活かしたレイアウト ・実績や権威性の強調 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ ネイビー、ブラック、ダークグレーなど ● ポイントカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ ゴールド、ロイヤルブルー、ホワイトなど <p>例) 高級時計ブランドや外資系コンサルのサイトに見られる配色</p>
現場担当者向け	<p>実務担当者は「使いやすさ」や「具体的な機能・メリット」に関心があるため、視認性や情報整理を優先。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シンプルで直感的なUIデザイン ・図解やフロー図でわかりやすく ・CTAを強調 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ ホワイト、ライトグレー、明るめのブルー系 ● ポイントカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ ブルー、グリーン、オレンジなど <p>例) SaaS系のサイトに多く見られるクリーンで直感的な配色</p>
営業チーム向け	<p>短時間でメリットを理解し、すぐに活用できる情報を求めるため、視覚的にわかりやすいデザインが有効。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポップなカラーリングやキャッチーなコピー ・短時間でメリットが伝わるビジュアル (動画/アニメーションも活用) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ ホワイト、ライトブルー、クリーム系など ● ポイントカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ オレンジ、レッド、イエローなど <p>例) 成果・実績を強調するマーケティングツールのサイトに多い配色</p>
人事・総務向け	<p>人事・総務は「従業員の使いやすさ」や「社内の導入ハードル」を気にするため、親しみやすく信頼感のあるデザインが望ましい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・柔らかいカラーで安心感を演出 ・角丸など曲線を取り入れたデザイン 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ パステルブルー、ベージュ、ライトグリーンなど ● ポイントカラー <ul style="list-style-type: none"> ↳ グリーン、スカイブルー、パープルなど <p>例) 心理的安全性を高める人材系・福利厚生系サービスに多い配色</p>

デザインの使い分けを推奨するケース②

CASE 02

業種別のデザイン・カラースキームまとめ

ターゲット	デザインの特徴	カラー
IT・SaaS	<p>先進性・信頼感・スピード感を演出。技術力や最先端感を伝えることで、安心して導入検討してもらうため。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 先進的・シンプル・スタイリッシュ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー ↳ ネイビー+ホワイト+グレーなど ● ポイントカラー ↳ ライトグリーン or オレンジなど <p>例) Salesforce (ネイビー×グリーン) Slack (グレー×オレンジ)</p>
製造業	<p>堅牢性・実直さ・技術力を伝える。品質や安全性が重要視されるため、落ち着きと信頼感のあるトーンが最適。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 堅牢・メカニカル・実直 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー ↳ ダークブルー+グレー+ホワイトなど ● ポイントカラー ↳ オレンジ or レッドなど <p>例) ボッシュ (ダークブルー×オレンジ) 日立 (グレー×レッド)</p>
教育・人材	<p>親しみやすさ・成長感・未来志向を演出。学びや成長を支援するイメージを持たせ、親しみやすく明るいトーンが適している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 親しみやすさ・明るさ・未来志向 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー ↳ ホワイト+ライトブルー+オレンジなど ● ポイントカラー ↳ グリーン or イエローなど <p>例) リクルート (ホワイト×オレンジ)</p>
物流・運輸	<p>効率性・スピード感・信頼性を演出。迅速な対応力や信頼性を伝えるために、シンプルかつ動きを感じさせる配色が効果的。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 効率性・スピード感・信頼感 	<ul style="list-style-type: none"> ● ベースカラー ↳ ネイビー+ホワイト+グレーなど ● ポイントカラー ↳ レッド or オレンジなど <p>例) FedEx (ネイビー×オレンジ) DHL (グレー×レッド)</p>

デザインの使い分けを推奨するケース②

IT/SaaS

データマーケティングをもっと**スマート**に

業界シェア **No.1**

発表日	記事内容
2025.04.30	b-dashが、AIを活用した「超データヘルス検知」機能をリリースしました！
2025.03.24	b-dashが、AIを活用した「FABリスト自動検出」機能をリリースしました！
一賞はここ	IT-Industry of JAPAN AWARDS 2025 (6/30) セクション「B2B」で栄冠を手にしました！

幅広い業界の企業様のデータマーケティングを加速

1,000社

機能の詳細や具体的な活用事例が知りたい方はこちらから

- サービス紹介資料ダウンロードしたい
- 事例の詳細も知りたい
- b-dashのUI/UXを体験したい

製造業

世界 **NO.1** パレタイジングオペレーター

TMパレタイジングオペレーター

物流工程の自動化を叶えるパレタイジングソリューション

TMパレタイジングオペレーターは、製造現場の「パレタイジング」作業を自動化し生産性を向上させることで、お客様の生産性を向上させます。

こんなお悩みありませんか？

- 業務効率化
- 作業負担軽減
- 品質向上
- 作業員の安全確保
- 作業員の育成
- 作業員の負担軽減

TMパレタイジングオペレーターが様々な課題を解決します！

- ① 成果の出るLP運用のポイント
- ② LPのデザインを変えるべきパターンと事例
- ③ LPデザインの運用を便利にする機能アップデートのご紹介**
- ④ 個別相談のご案内

1

ベースデザイン設定の複数対応

2

デザイン・CVに貢献する、新しいCMSのパーツ

1

ベースデザイン設定の複数対応

2

デザイン・CVに貢献する、新しいCMSのパーツ

サイトの成果を伸ばしたいマーケターが直面する悩み



お悩み ① いちいちパーツのトンマナを合わせる作業が面倒…

パーツを追加するたびに、**毎回そのページのトンマナに合わせた色味に変えるの嫌…**
クリップボードは増えすぎて管理が煩雑

サイトの成果を伸ばしたいマーケターが直面する悩み



お悩み ① いちいちパーツのトンマナを合わせる作業が面倒…

パーツを追加するたびに、**毎回そのページのトンマナに合わせた色味に変えるの嫌…**
クリップボードは増えすぎて管理が煩雑

お悩み ② CSSが書けないとデザイン調整も難しい

自力でデザイン調整を試行錯誤すると見た目が変になってしまう。どんなデザインにすれば良いかもわからない。

サイトの成果を伸ばしたいマーケターが直面する悩み



お悩み ① いちいちパーツのトンマナを合わせる作業が面倒…

パーツを追加するたびに、**毎回そのページのトンマナに合わせた色味に変えるの嫌…**
クリップボードは増えすぎて管理が煩雑

お悩み ② CSSが書けないとデザイン調整も難しい

自力でデザイン調整を試行錯誤すると見た目が変になってしまう。どんなデザインにすれば良いかもわからない。

お悩み ③ デザイナー任せでCSSに頼ると、更新が煩雑に…

デザイナーに依頼し、CSSでの調整に依存すると、変更をかけようとした場合に編集が困難に。**運用が属人化してしまう**

「複数ベースデザイン設定」が可能に！！



お悩み ① いちいちパーツのトンマナを合わせる作業が面倒…

パーツを追加するたびに、毎回そのページのトンマナに合わせた色味に変えるの嫌…
フリップボードは増えすぎて管理が煩雑

1サイト内に**複数のトンマナを定義できる**
「複数ベースデザイン設定」で解決！

お悩み ③ デザイナー任せでCSSに頼ると、更新が煩雑に…

デザイナーに依頼し、CSSでの調整に依存すると、変更をかけようとした場合に編集が困難に。運用が属人化してしまう

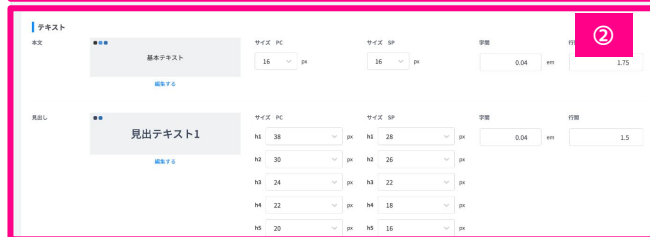
デザインの統一性を生み出す！ベースデザイン設定とは

サイト全体のデザインルールを規律できる機能です。色やフォントなど様々なルールを設定できるため、デザインに統一性が生まれ、CSSに詳しくないデザイン初心者の方でも、プロが作るLPにクオリティを近づけることができます。



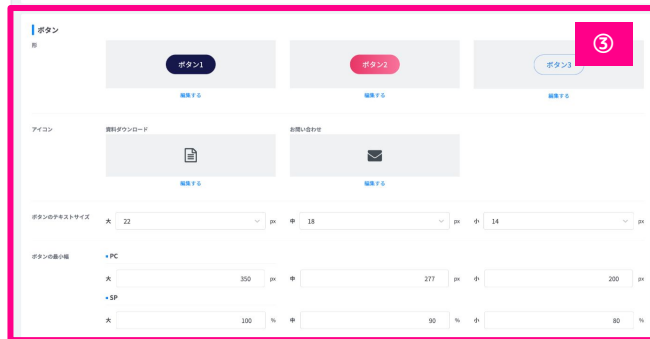
①配色

メインカラー、サブカラー、アクセントカラー、背景カラーなど、サイト全体に使用するカラーの設定を行います。



②テキスト

サイト全体のテキスト、テキスト・見出しパーツのサイズ、フォント、字間・行間、ホバー時の挙動の設定を行います。



③ボタン

ボタンパーツのデザイン、カラー、ホバー時の挙動、サイズやアイコンの設定を行います。



④その他

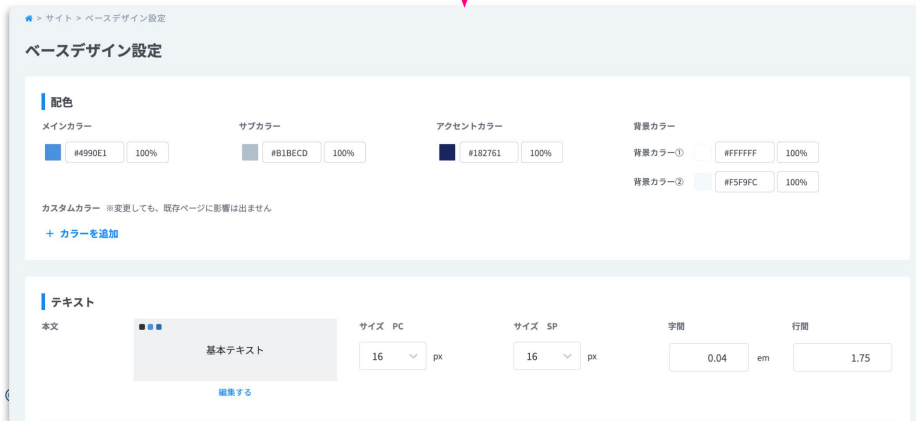
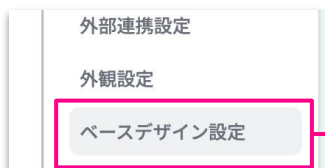
余白、タグのデザイン、シャドウの設定などのデザインあしらいの設定を行います。

複数のベースデザインが設定できるようになりました

ベースデザイン設定を複数種持てるようになりました！

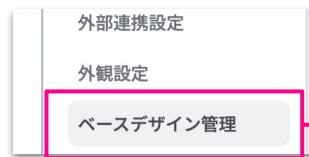
現状 (as-is)

ベースデザイン設定は1つだけ



今後 (to-be)

複数種類のベースデザイン設定ができるように



クリックすると「ベースデザイン管理」画面へ。🖌️から編集可



ページごとにどのベースデザイン設定を適用させるかを選べます

ページごとに、どのベースデザイン設定を適用させるかを選べます

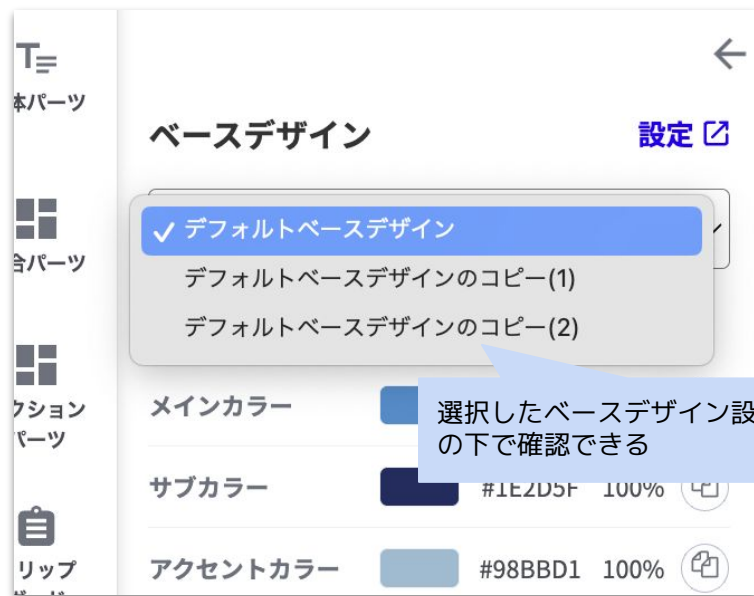
現状 (as-is)

唯一のベースデザイン設定が表示されるのみ



今後 (to-be)

どのベースデザイン設定を適用させるかが選べる



デモでご覧いただきます！

1

ベースデザイン設定の複数対応

2

LPデザイン改善・CV向上に貢献する、新しいCMSのパーツ

デザイン改善・CVR向上につながるパーツを拡張！

これまでの制作実績やトレンドから、40以上のパーツをリリース！

ページスペースの効率的利用

戦略・ノウハウ	サイト・ツール	コンテンツ	顧客育成
 戦略 マーケティングで重要なのは、集客・リード獲得から顧客育成・受注までの一連の流れで全体最適化をすることです。	 メソッド マーケティングのノウハウを体系化。STEPに沿って迷わずやるべきことを進行できます。	 具体的施策 成果の出る「サイトの型」や機能的なノウハウも充実。初期戦略から施策スケジュールなども作走支援します	

要望や実績が多い

Interview

 マーケティングの最初の一步を突きたい。 株式会社 コミュニケーションデザイン 代表取締役 見山 悠妃	 エンジニアは顧客のニーズと課題のつなぎ役 株式会社 開発部 部長 岩崎 貴大	 たった1割でも、誰かの役に立ちたい。 株式会社 カスタマーサクセス部 部長 2021年入社 藤田 てるみ
--	--	--

視覚的魅力的向上が期待できる

限りない
カタチを生み出す
人材づくり

組織力、キャリア開発が実現されるプロセスづくりを私たちは支援します。

詳しい資料はこちら

資料ダウンロード



- ・ アコーディオン
- ・ タブ切り替え
- ・ 画像+テキストカルーセル

- ・ アコーディオン
- ・ 画像+テキストカルーセル

- ・ フェードセクション (4種類)
- ・ ズーム+フェードスライドショーVer1
- ・ ズーム+フェードスライドショーVer2



アコーディオン

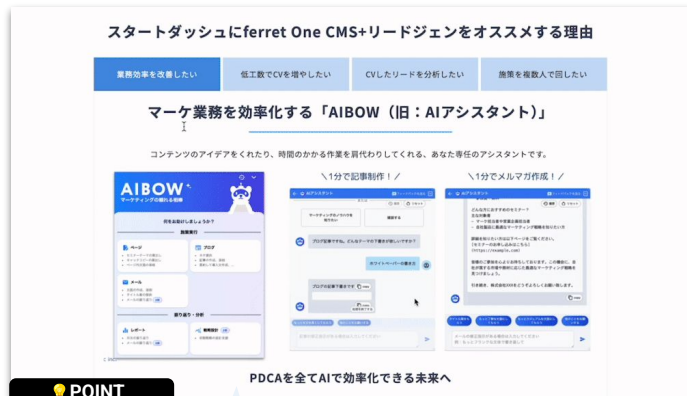


POINT

大量の情報を折りたたむことで、**ユーザーが必要な内容だけを選択的に表示でき、ページをすっきりとまとめられます。**



タブ切り替え



POINT

複数の情報を1画面にまとめ、**ページ遷移やスクロールなしで必要な情報に素早くアクセス可能になります。**



フォーム

フォームつきメインビジュアル

メインビジュアルに
フォーム表示

BtoBマーケにおける
リード獲得の
お困りごとをまるっと解決

詳しい資料はこちら

↓ 資料ダウンロード

お役立ち資料ダウンロード

会社名 必須

氏名 必須

メールアドレス 必須

電話番号 必須

プライバシーポリシー
(<https://subdomain20090122505.hmup.jp/privacy>)

上記に同意する 必須

送信する

LPに設置した結果、CVRが **3倍**
(1% **に** 3%)

コンテンツエリアの配置



右固定レイアウト

右固定で表示

FLUED
"ferretOne"

HOME ABOUT US SERVICE MEDIA ACCESS COMPANY NEWS CONTACT © JP/EN 資料ダウンロード

FLUEDは
BtoBマーケ・営業DXの
“専門家集団”です

サービス料金表(PDF)を
ダウンロード

サービス料金表(PDF)を
ダウンロード

こちらのフォームにご入力いただいたメールアドレス宛に
当社のサービス資料をお送りします。

会社名*

姓*

名*

Eメール*
※お届のメールアドレスをご入力ください

電話番号

お問い合わせ内容
400文字以内でご記入ください

2024.04.02 2024.02.15 2024.01.11

LPに設置した結果、CVRが **1.7倍**に!
(0.98% ⇒ 1.74%)

右側固定ボタン (6月リリース予定)



フッター固定バナー (6月リリース予定)



Coming Soon...

成果の出るLPの運用のポイントは、
ターゲット別の出し分け です。

「ターゲットによって 刺さるメッセージ訴求」と

「ターゲットごとに適したデザインで直感的に伝える」

この**2つのポイントが非常に重要** なのです。



成果の出るLPの運用のポイントは、
ターゲット別の出し分け です。

「ターゲットによって刺さるメッセージ訴求」と

「ターゲットごとに適したデザインで直感的に伝える」

この**2つのポイントが非常に重要** なのです。そして、

「手間なく、効率的にターゲット別のLP作成を実現できる」

“複数ベースデザイン設定機能” ぜひご活用ください！



- ① 成果の出るLP運用のポイント
- ② LPのデザインを変えるべきパターンと事例
- ③ LPデザインの運用を便利にする機能アップデートのご紹介
- ④ 個別相談のご案内**

選べる2つのサポートメニューが登場！

LPの成果を伸ばしたいけど、今のLPのままでいいだろうか…。そんな方へ、すぐに取り組める改善メニューを2種類ご用意！

① お得なLPテンプレートパック



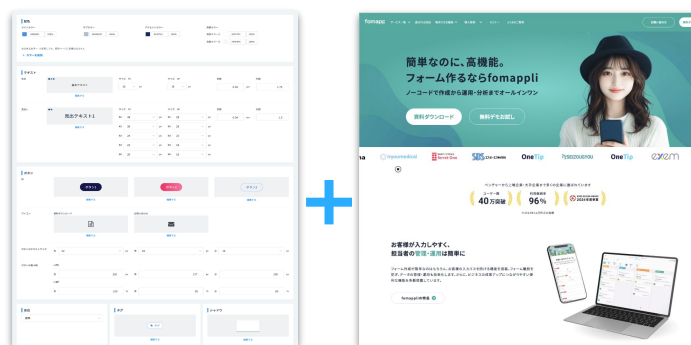
ベースデザイン
設定代行

LPテンプレート

セットで7万円

※片方単体での販売も可能です！

② この機会にLP制作代行プラン



ベースデザイン
設定代行

LP制作プラン

訴求設計&LP制作

※LP制作のみは40万～

**BtoBのLPにはサービス・商材に関わ
ず、
一定の“成功の型”が存在します。**

多くの支援実績で得たナレッジを盛り込んだ**LPの成功の型**を活用し
成果の出るLPをご提供します！



1 ファーストビュー

- ・キャッチコピー / CTA / 何であるかが伝わる画像

2 興味・関心

- ・得られる結果 / こんな方に / 気づき etc

3 説得・エビデンス

- ・結果の得られる根拠 / サービス詳細 / 活用例 etc

4 信頼

- ・顧客の声 / ○○さんもオススメ / 料金表 / よくある質問

5 クロージング

- ・アクションのオファー / フォーム

“これからLPを増やしたい方”におすすめ！

B1と簡単に

“これからのLPは”
テンプレで始めよう！

活用シーンに合わせ、制作実績×トレンド反映した 4種類の最新版テンプレートをご用意！

サービス訴求型1



サービス訴求型2



サービス訴求型3



課題解決型



「LP見積もり相談会」開催します！

LPのデザインを見直してみよう！と思ったものの

「複数デザイン設定 どんな設定すればいいか不安・・・」
「自社商材のLPに合ったテンプレで効率的 にスタートしたい」

とお考えの方へ、

**ferret Oneより、
貴社に合ったLPのデザイン改善 プランで土台作りを
ご提案いたします**

ご希望の方はアンケートで「LP見積もり相談を希望する」を
ご選択ください

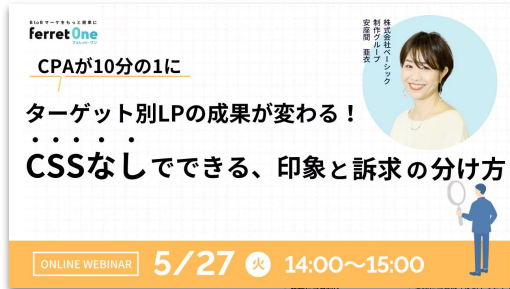


アンケート回答をお願いします！

本日のセミナー資料

簡単な質問
に答えてGET

LPデザインの
改善相談



ferretOne
CPAが10分の1に
ターゲット別LPの成果が変わる！
CSSなしでできる、印象と訴求の分け方

ONLINE WEBINAR 5/27 火 14:00~15:00

・カラースキームまとめ

	カラー
現状を改善するため、LPデザインが効果的。	<ul style="list-style-type: none">ベースカラー ・オリーブ、ラベンダー、ターコイズなどポイントカラー ・イエロー、赤、オレンジ、水色など例) 高級感やブランドや高級感を演出するサイトには青系が効果的
「具体的な情報」・メリットに重点があるため、信頼性や信頼感を優先。	<ul style="list-style-type: none">ベースカラー ・ホワイト、ライトグレー、明るめのブルー系ポイントカラー ・ブルー、グリーン、オレンジなど例) 信頼性の高いサイトや信頼性を演出するサイトには青系が効果的
営業チーム向け	<ul style="list-style-type: none">ベースカラー ・ホワイト、ライトブルー、クリーム系などポイントカラー ・オレンジ、レッド、イエローなど例) 親しみやすさを演出するサービスや親しみやすさを演出するサイトには赤系が効果的
人事・経理向け	<ul style="list-style-type: none">ベースカラー ・ベージュ、ライトグリーンなどポイントカラー ・グリーン、ネイビーブルー、パープルなど例) 信頼性の高い企業や信頼性を演出するサイトには青系が効果的



ベースデザイン 設定

デフォルトベースデザイン

配色

メインカラー #4990E1 100%

サブカラー #B1BECD 100%

アクセントカラー #182761 100%

背景カラー① #FFFFFF 100%

背景カラー② #F5F9FC 100%

セミナー終了時にアンケートをお願いしております。
簡単なアンケート回答で本日のセミナー資料をゲットできます！

ferret

BtoBマーケするなら

