

Shopify EC 構築公式ガイド



START!!

目次

• はじめに	————	P.3～5
• ECサイトはなぜ必要？	————	P.6～16
• ECサイトを作る目的を具体的に考える	————	P.17～22
• ECサイトの制作ってどれくらい期間がかかるの？	————	P.23～28
• ECサイトの制作会社の価格設定一体何が違うの？	————	P.29～36
• ECサイトの見積もりってどうやって決まるの？	————	P.37～45
• 「指名・相見積もり・コンペ」 どれがいいの？	————	P.46～52
• まとめ	————	P.53～55

INTRODUCTION

はじめに



ECサイトを構築する上での疑問・悩み

これからECサイトを作ろうとしている皆さまが感じるであろう
様々な**疑問や不安**を、今回は**全て解消**していきます。

- ☑ そもそもECサイトってどう発注すればいいの？
- ☑ 制作会社の人の話がわからない...
- ☑ 専門用語が多すぎてついていけない...
- ☑ 思ったより見積がとて高い！
- ☑ ECサイトリニューアルを絶対失敗したくない！

ECサイトを構築する上での疑問・悩み

売れるECサイトを発注できる

をゴールに最低限必要な知識だけでなく、
ここを押さえておくと失敗しない！というポイントまで網羅できるようにしました。

初めてECサイトを発注する方・今までリニューアルで苦い思いをした方も是非ご一読ください。

- ☑ ECサイトはなぜ必要？
- ☑ ECサイトを作る目的を具体的に考えるコツ
- ☑ EC制作ってどれくらい期間がかかるの？
- ☑ EC制作会社の価格設定って何が違うの？
- ☑ ECサイトの見積もりってどうやって決まるの？
- ☑ 「指名・相見積もり・コンペ」EC制作会社どう選ぶのが正解？

WHY DO WE NEED AN EC SITE?

ECサイトはなぜ必要？

はじめに

ECサイトを発注するにあたり
このような悩みを感じたことはないでしょうか？



ECサイトやっぱりうちも力を入れないとだめかな～
作る必要ある??

他社がきれいなECサイトだから焦るけど
ECサイトリニューアルは絶対必要???

ここでは「ECサイトはなぜ必要？」ということをテーマに
いまの時代にECサイトを制作するメリットをお伝えしていきます。

ECサイトはなぜ必要？

【結論】

ECサイトをつくる一番の目的は...

「商品 を 売る こと」

ECサイトは宣伝して商品 を 売る ために 作る ものです。

世の中に存在するECサイトのほとんどが、ただ商品が陳列されているだけのサイトです。

ECサイトは本当に必要？

「自社の商品を多くの人に買ってもらいたい」

という思いがあるあなたに、ECサイトが必ずしも必要だとは言いきれません。
手段は山ほどあります。

- | | |
|-----------|--------------|
| 1. ビラ配り | 4. 新聞／雑誌広告 |
| 2. ポスティング | 5. テレビ／ラジオ広告 |
| 3. テレアポ | 6. ポスター／交通広告 |

旧来からあるレガシーや宣伝方法、広告媒体は
業界・業種、ターゲットによっては、現在でも有効な手段となっています。

ECサイト以外の情報発信手段は？

そしてインターネットにも、SNS(Facebook、Twitter、Instagram)や口コミサイトなど
ECサイトをつくる以外の情報発信手段があります。

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. Twitter | 5. YouTube |
| 2. Facebook・Instagram | 6. Noteなどのブログプラットフォーム |
| 3. モール(Amazon・楽天) | 7. Googleマイビジネスなど |
| 4. TikTok | 8. BASEなどのECプラットフォーム |

こういったWebサービスやプラットフォームを上手に活用することが
Webマーケティングでは重要になってきています。

ECサイトのメリット

では、Webサービスやプラットフォームがあるのに、
なぜわざわざお金と時間をかけてECサイトをつくるのでしょうか？

1. 24時間・365日、いつでもどこでも見られる無人営業マン
2. 1度作ったページは残り続け「資産化」する
3. 独自の世界観を表現できる

ひとつずつ解説していきたいと思います。

24時間・365日どこでも見られる無人営業マン

ECサイトを制作する最大の強みは、24時間・365日企業やサービスの情報提供が可能になり、
コロナ禍で自粛制限や外出の割合が減ったユーザーがいつでもどこでも閲覧できるようになるということです。



店舗に行かないと
商品の良さがわからない



情報提供が
可能!!

24時間・365日
誰でも商品を見ることができる

ECサイトを作ることにより、ユーザーが知りたいと思ったときに情報提供をし商談化してくれます。

1度作ったページは残り続け「資産化」する

良質なページを新たに作り公開し続けていくことで、

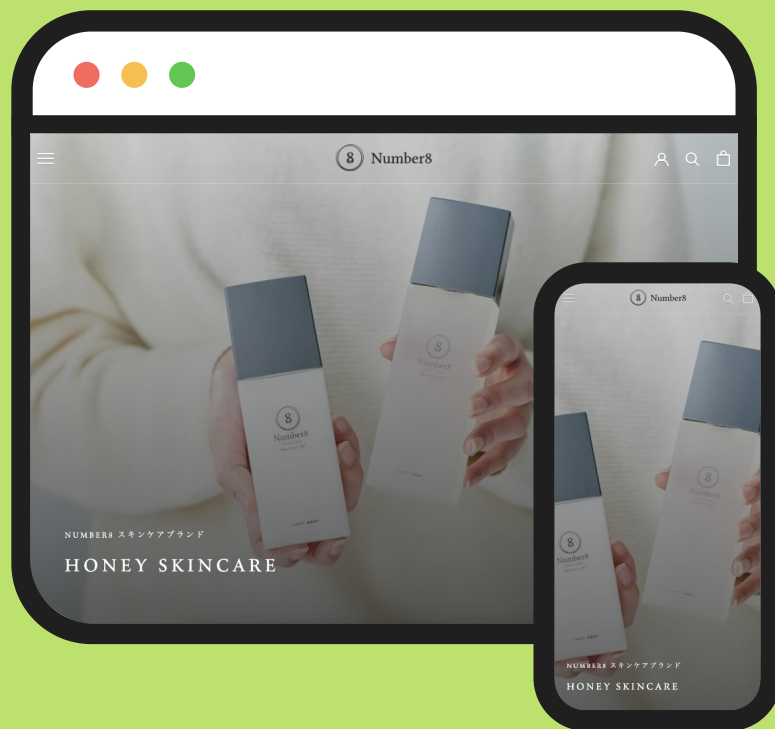
ユーザーと接触するための「資産」となり、それが増えていくことも大きな強みです。



※某ECサイトのアクセス数を支えているのは、
過去に公開した記事への検索エンジンからの自然流入です。
詳細はセミナーでお伝え致します。

独自の世界観を表現出来る

ECサイト上で豊かに表現することで、お客様独自の世界観を伝えています。



Number8様

商材：ハチミツ

※国内・国外に向けて自社製品を販売



SKELETON様

商材：美容・理容師グッズ

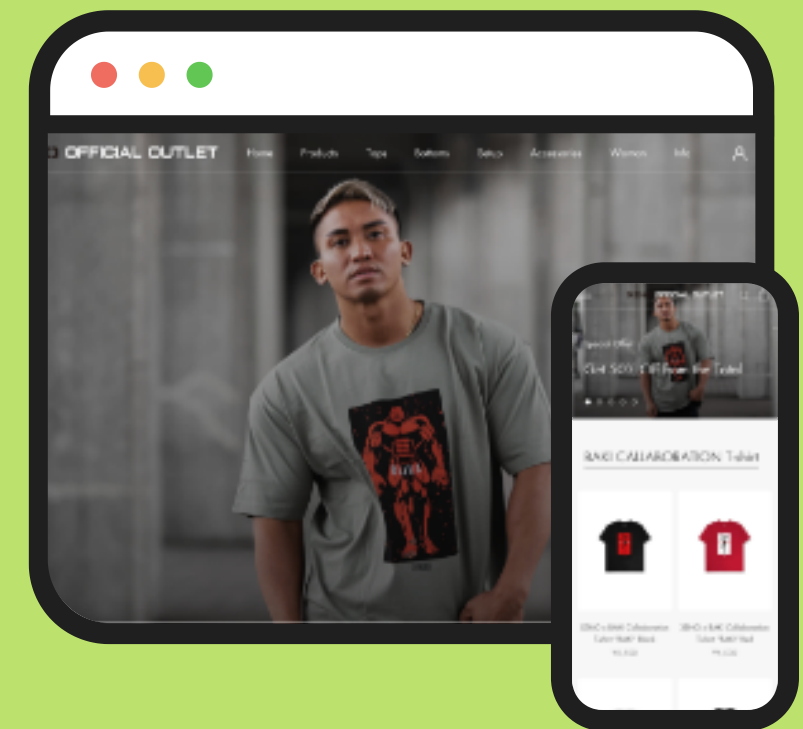
※国内に向けて自社製品を販売



a LITTLE a LOT様

商材：コスメ

※国内に向けて自社製品を販売



XENO様

商材：衣類

※国内に向けて自社製品を販売



ECサイトは本当に必要？

こういった利点を踏まえた上で、本当にそのECサイトが必要なのか？
1つ1つチェックしていきましょう。

1. 知ってもらいたい商品がある
2. 大勢のひとに自社製品を知ってもらいたい
3. 低コストな他手段はすでに試している
4. 知ってもらいたいことがSNSなどでは伝えきれない
5. 他手段では実現できない機能が必要
6. ビジネス戦略上、ECサイトの強化が避けられない



ECサイトをつくることは...

「売るための手段の1つ」

最初に「ECサイトはなぜ必要？」ということを切り口に、
いまの時代にECサイトを制作するメリットをお伝えしました。

安価な方法で様々なWebマーケティング手段がとれる現在だからこそ、
なぜ必要かどういう目的でつくるかをよく考えることがとても大切なのです。

PURPOSE OF CREATING AN EC SITE

ECサイトを作る目的を具体的に考える

はじめに

ECサイトを発注するにあたり、
このような悩みを感じたことはないでしょうか？



ECサイトの目的って、
商品 を 売 り たい ってだけじゃダメなの？

今回の制作目的はなんですか？
って言われてもよくわからない...

ここでは「**ECサイトを作る目的を具体的に考える**」をテーマに
ECサイトの目的をなぜ具体的にする必要があるのか、具体化していくためのコツをお伝えします。

ECサイトに求める期待値がわからない

例えばあなたが自社のECサイトをリニューアルすることになりました。

「サイトをリニューアルしたい！」といわれると発注者と制作会社はこのような考えるのです。

発注者

- ✓ サイトをリニューアルして綺麗なECサイトを作りたい！
- ✓ 売れるECサイトを作りたい！

制作会社

- ✓ サブスクリプションは必要だろうか
- ✓ 商品の撮影・動画も欲しそうだな
- ✓ 色々商品も増えていくし、ブログやコンテンツの機能もあった方が良さかな

制作会社の頭の中ではたくさんの 要件の忖度が始まっています。

目的が大きく定まっていないと、どうしても過剰に判断し**お見積もりが高くな**ってしまいます。

ゴールを達成するベストな手段がわからない

「自社製品を売りたい…」とても分かります。

「購入」が究極の目的ですが、そこからもう1歩踏み込みたいところです。

発注者

- ✓ 集客を強化したい。

制作会社

- ✓ リスティング広告等の現状の施策の状況は？
- ✓ LPサイトを季節ごとに制作して運用するのは？

制作会社の頭の中ではECサイト制作以外の別の手段の忖度も始まっています。

目的をより具体的に定めることで、ベストな手段をスピーディーに提案できるのです。

制作する目的を具体的に考えるコツ

ではECサイトリニューアルの目的 を具体的に考えるにはどうすればいいでしょうか。
ものごとを考える基本の「5W1H」に当てはめてみてください。

- ☑ なぜ今のECサイトでは不足があると思いますか？（Why）
- ☑ 誰のためにECサイトを作りたいですか？（Who）
- ☑ いつまでにECサイトをつくるべきだと思いますか？（When）
- ☑ どこから、どのタイミングで見られるECサイトですか？（Where）
- ☑ 月にどれくらいの売上・購入を想定されていますか？（What）
- ☑ どのようにすると伝わりそうだと思いますか？（How）
- ☑ 今回のECサイトにどれくらい予算をかけるべきだと思いますか？（How much）

もちろんヒアリングではこれらを深掘りして一緒に考えていくことができます。
しかしヒアリングの窓口＝決裁者ではない場合、社内でこれらを明らかにしておくと失敗しません。

ECサイト制作の目的をスムーズに伝えるには、

5W1Hで考える

「ECサイトをつくる」といっても、作れるものの形や方法・代替手段はたくさんあります。
その為発注するときは、与件をより明らかにしておくと話がスムーズにすすみやすいのです。

HOW LONG DOES IT TAKE

ECサイトの制作ってどれくらい期間がかかるの？

はじめに

ECサイトを発注するにあたり、
このような悩みを感じたことはないでしょうか？

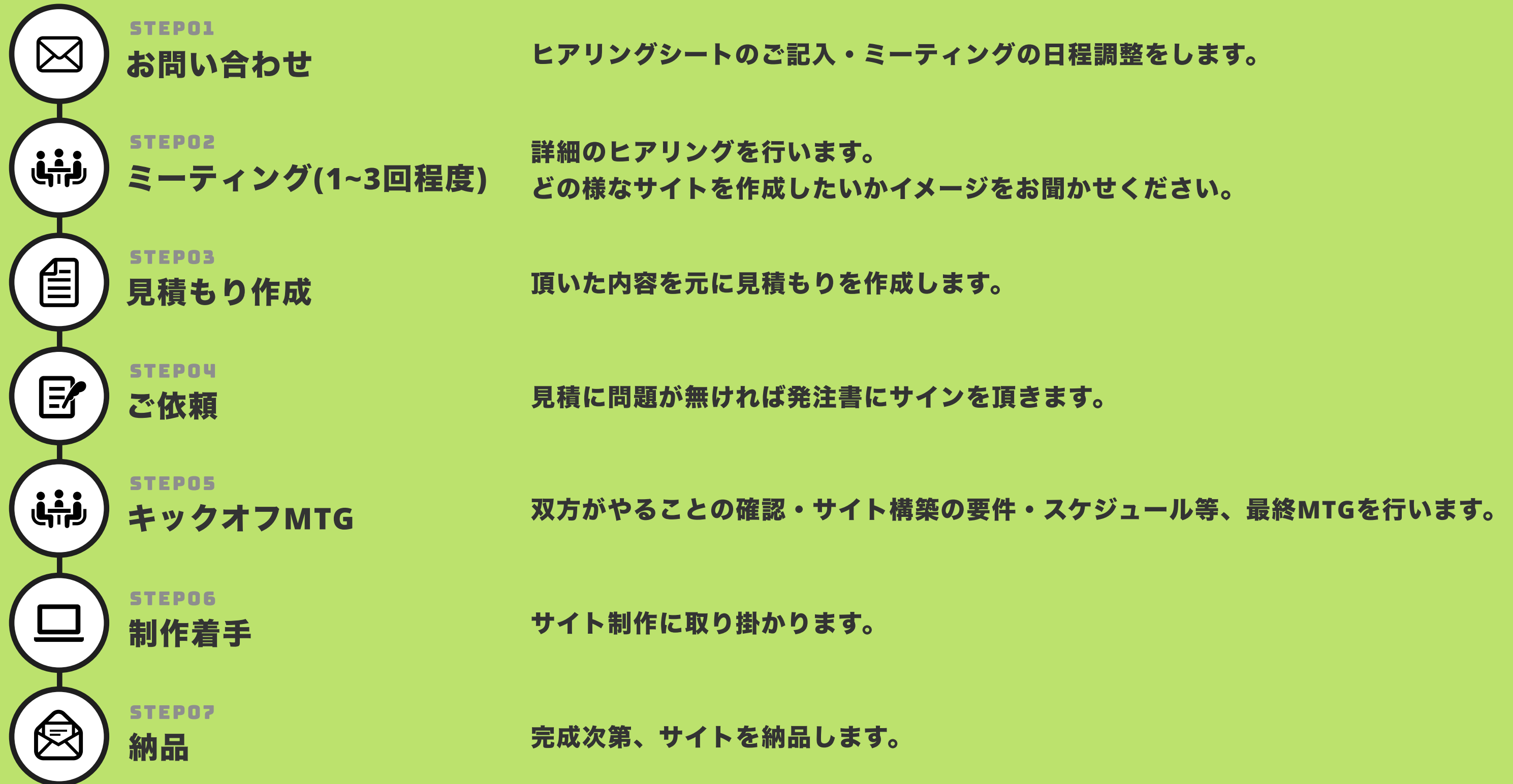


ECサイトって
作るのに時間掛かるの？

どこの制作会社にも6ヶ月とか言われたけど
なんでそんなに時間がかかるの...？

ここでは「ECサイト制作ってどれくらいの期間がかかるの？」をテーマに
ECサイト制作の基本的な工程とスケジュール感をお伝えしていきます。

結論：制作日数は要件により異なります(最短2週間～)



具体的な納期 (Shopi Labの場合)

Shopi labは他社と比べて納期が
2倍早い

プラン	ベーシックプラン	TOPカスタムプラン	越境ECプラン	B2B向けECプラン
プラン概要	これからECサイトを始めたいが 何からはじめていいのかわからない方向け	リニューアルする方向け	海外に向けて商品を 販売したい方向け	B2B向けに商品を 販売したい方向け
納品まで	2週間	2～4週間	4～6週間	4～6週間

プラン	サブスクプラン	プロフェッショナルプラン	EC FAN化プラン	越境EC FAN化プラン
プラン概要	定期購入のショップを 構築したい方向け	ブランド価値を高める デザインで更なる 売上げアップを狙う	ショップにファンが付くような ECサイトを構築したい人向け ※コンサル3回付	海外に向けてショップに ファンが付くようなECサイトを 構築したい人向け ※コンサル3回付
納品まで	4～6週間	6～9週間	12～15週間	12～15週間

思った以上に沢山ある発注者の作業



要件定義の打ち合わせ



ワイヤーフレームの確認



社内各所への
ヒアリングや調整



TOPページデザインの
確認や社内決裁



下層ページの確認



情報提供や原稿の支給



ECサイトの検収作業



リリース

お客様のチェックが終わらないと我々も次の工程に進めません。
ここの調整を怠るとスケジュールの長期化を招いてしまいます。

ShopifyでのEC制作は余裕を持って

3ヶ月以上前に

問い合わせしましょう！

ECサイトは作るだけではなく、発注者側の作業も発生します。

だからこそ発注するときは、よりよいものを作るために**時間的な余裕**を持ちましょう。

WHAT IS THE DIFFERENCE

ECサイトの制作会社の価格設定一体何が違うの？

はじめに

ECサイトを発注するにあたり、
このような悩みを感じたことはないでしょうか？



**50万円のEC制作会社と200万円のEC制作会社の
違いが謎...**

**見積金額に100万円以上差があるけど
デザインもたいして変わらないように思うけど...**

このセクションでは「**EC制作会社の価格設定何が違うの？**」というテーマを元に
Web制作会社ごとの特色とそれらがどのように価格に影響するかをお伝えしていきます。

基本的な考え方

EC制作の主な費用は人件費です。

ディレクター・デザイナー・エンジニアの1日あたりの人件費とそれぞれの職種の稼働する期間。
主にこの2つの掛け算で ECサイト制作の価格が決まります。

$$\text{ECサイト制作費} \\ \text{単価} \times \text{工数}$$

EC制作会社ごとの違いがわかるようにもう少し因数分解してみます。

基本的な考え方

単価はそのEC制作会社もしくはアサインされる人材の付加価値に左右される因数です。

工数は制作会社の制作方法や制作スタイルによって左右される因数です。

要するにこれらの違いによって価格設定が変わってくるのです。

単価

制作会社および 人材の付加価値

×

工数

制作スタイルや制作方法

更に詳しく説明していきます。

制作会社がどこに付加価値をおいているか

EC制作会社といっても、会社ごとに得意とする分野＝その会社の付加価値をどこに置いているかは会社によって様々です。

制作会社の付加価値の例

- 独自性の高い0→1のクリエイティブデザインに強い
- UX/UI、Webサービスの設計・デザインに強い
- BtoBのマーケティングに強い
- 化粧品・美容系商品のLPサイト制作につよい
- システムやアプリケーション開発に強い

その分野ごとに制作会社が持つ独自の**強みやノウハウが付加価値＝単価**に影響します。
また、よりスキルの高い人材を必要とするため、そういった意味でも より高い単価になります。

制作会社がどこに付加価値をおいているか

Shopi Labは...

Shopify構築
×
マーケティング(国内・国外)
×
様々な拡張機能(アプリ)の導入

通常のShopify構築以外にも、Google・SNS・インフルエンサーを起用したマーケティングや
アプリの導入まで**多岐にわたり対応できるのが強み**です。

どんな方法でECサイトを構築するか

どのような方法でECサイトを制作するかで工数は大きく変わります。
ゼロから制作する方法だけではなく、あらかじめテンプレートを持ち、
サイト構築にかかる工数を短くすることで、安価な価格で提供している制作会社もあります。

制作方法

1. 企画からスタートして、0から制作
2. テンプレートをカスタマイズして構築
3. アジアなどにオフショア開発の人材を持っており、人件費を安く構築

2と3は主にコストの「減」に影響する要因です。
それぞれ、ECサイトのデザインや設計の自由度/制約がこととなります。
予算やECサイトで実現したいことのバランスを考え、ベストな方法を選択しましょう。

制作会社の価格設定は、

得意分野・重視すること 制作方法で変わる

安ければいい、高ければ必ず良いものができるというわけではありません。

予算と実現したいこととのバランスと制作会社との相性が

発注を成功させるための要になります。

HOW IS IT DECIDED

ECサイトの見積もりってどうやって決まるの？

はじめに

ECサイトを発注するにあたり、
このような悩みを感じたことはないでしょうか？



概算見積もり**500**万円って
どうしてそんなにお金がかかるの？

いくらなんでも高すぎるんじゃ...
何にそんなにお金がかかっているんだろう？

ここでは「ECサイトの見積ってどうやって決まるの？」ということをテーマに
どのようにしてECサイトの見積りが作られているのかをお伝えしていきます。

ECサイトの工数 - 3つの要素 -

ECサイトの見積りをつくる上で重要になるのは、この3つの問いかけです。
これらをひとつひとつ仮に定義していくことで概算のお見積もりをつくることができます。

1. どんなページが必要か
2. どんな機能が必要か
3. どんなインフラ設計が必要か

上記、解説していこうと思います。

どんなページが必要か

まずはECサイトに必要なコンテンツを大きく考えて、
そこからどのページが本当に必要か落とし込んでいきます。

TOP

About

おすすめアイテム

BLOG

商品ページ

ニュース

お問い合わせ

プライバシーポリシー

作成が必要になるページ数が工数を決めるための大きな要素になりますが、
ページごとに必要になる機能でも見積もりは変わってきます。

実際のサイトマップ



基本的にこのようなサイト構成となります。
これ以外にページが必要な場合は別途追加、
もしくはオリジナルでのご提案になります。

その他：見積に関わる要件

EC制作するにあたって、想定もれをしていると、
制作会社も発注者も、どちらも痛い思いをする要件たちです。

- 写真や動画の撮影
- 写真/動画素材の購入
- 現行サイトの記事移行
- 古いブラウザや古いデバイスでの表示を保証する
- これまでのサイトと同じ古いサーバーを使用する
- 一部古いページを残しておく必要がある etc

これらに対応するのにも当然別途費用がかかってきます。

誰が行うのか曖昧な部分、リニューアル後の旧サイトの扱いについても予め考えておきましょう。

上司に...



見積もりが高すぎる!!

と言われてしまったときは...

見積もりが高いときに見直す項目

想定以上の見積りが出てきてしまったときは、
一度自分たちがサイトに求める要件を見直してみるとよいでしょう。

- サイトマップが過剰になっていませんか？
- その機能は本当に必要ですか？
- その機能は今必要ですか？
- 更新頻度が低いものは制作会社に更新依頼できませんか？
- 運用の仕方でカバーできることはありませんか？

「まずはミニマムに立ち上げて、運用しながら増やしていく」
という考え方を意識できると必要最小限のコストで発注することができます。

サイトマップ・開発する機能 インフラ設計で、見積もりは決まる！

見積もりが高いときは、ミニマムに要件を見直してみましょう。

要件の取捨選択がしっかり判断できると発注も制作もスピーディーになります。

発注の際には**見積もりに関わる要件**を一度よく検討してみてください。

WHICH ARE GOOD

「指名・相見積もり・コンペ」 どれがいいの？

はじめに

ECサイトを発注するにあたり、
このような悩みを感じたことはないでしょうか？



色んな会社を見れたほうがいいし
コンペ形式で集めるか...

見積もりだけじゃ正直わからないよな...
でもコンペってどうやるんだろう？

ここでは「指名・相見積もり・コンペ」どれがいいの？」ということをテーマに
ECサイトの発注形態とそれぞれのメリット・デメリットをお伝えしていきます。

ECサイト制作 3つの発注形態

ECサイト制作では3つの発注形態があります。
それぞれメリット・デメリットがあり、プロジェクトごとに適正があります。

1. 指名発注
2. 相見積もり
3. コンペティション

上記、解説していきたいと思います。

指名発注とは？

指名受注とは、発注するお客様が特定の制作会社を1社、指名する形態です。
見積やECサイトの要件がまとまって、双方の合意ができると正式受注となります。

▼メリット

- 制作以前の方向性を模索する段階から、二人三脚で考えることができる
- プロジェクトの動き出すスピードが早い

▼デメリット

- 複数社の比較ができない

▼適したプロジェクト

- 制作以前の段階から、方向性を含めたECサイト制作を相談したい
- プロジェクトの動き出すスピードを優先したい

信頼できる1社を見つけられれば、発注までのプロセスを短縮しつつ、
その分を制作会社と蜜なやりとりをしながら企画を考える時間にあてることで、いいECサイトが完成します。

相見積もりとは？

相見積もりとは、発注するお客様が要件を提示し、複数の制作会社に見積を提案してもらう形態です。
お客様は金額感の合う制作会社を選定することで、正式受注となります。

▼メリット

- 制作にかかる金額の比較がしやすい

▼適したプロジェクト

- 成果物の方向性が決まっている

▼デメリット

- 制作金額が偏重する可能性がある
- 発注側が要件を提示するため、成果物が画一的になってしまう可能性がある

依頼する際に作りたいものが決まっているときに、金額面で検討できるのが相見積です。
最も一般的な方法ですが、**要件・予算感・期待値**を事前にすり合わせることができていないと、
見積もり結果が比較にならないほどバラバラになり、成功させるのが難しい方法でもあります。

コンペティションとは？

コンペとは発注するお客様が目的を提示し、複数社に企画やデザイン案と見積を提案してもらう形態です。

発注側は、企画と金額感の合う制作会社を選定し、正式受注となります。

▼メリット

- さまざまな企画案やデザイン案を比較、検討できる安心感

▼デメリット

- 制作会社の選定までに時間がかかる
- 企画によっては、金額比較にならない場合がある（企画による）

▼適したプロジェクト

- 制作・サイトローンチまでの時間や、制作に対する予算にも余裕がある
- 成果物が未確定（ただし一定の条件/目的がある）

いろいろな会社のアイデアが見えて、発注するお客様の満足度が高いコンペですが、その裏側では、**コンペのデメリットがあること**も意識しておいてください。

また制作会社側からはデメリットも多い形態なので、一定の予算感以上は受け入れない場合もあります。

ECサイト制作の発注には1ヶ月以上時間がかかる。

プロジェクトに合った発注形態を。

特に、相見積もりやコンペには発注までに1ヶ月以上の期間がかかってしまうデメリットをお忘れなく！
プロジェクトに合わせて適切な発注形態を検討しましょう。

SUMMARY

まとめ



ECサイト制作は...

思ってる5倍大変です

我々が最後までサポート致しますので
売れるECサイトを作りましょう

Shopi Lab