

インターネットとビジネスの新しいカタチ

LandingSpace (1ページ制作)

インターネットとビジネスの進化から見る新しい集客戦略

インターネットとビジネスの進化の中で、なぜ"たった1ページ"が今求められるのか？

小さな事業者様に新しい価値を届けるLandingSpaceのご提案。

株式会社どどえん

□ PCが苦手でも大丈夫。想いを"1ページ"に。

インターネット商用化の歴史

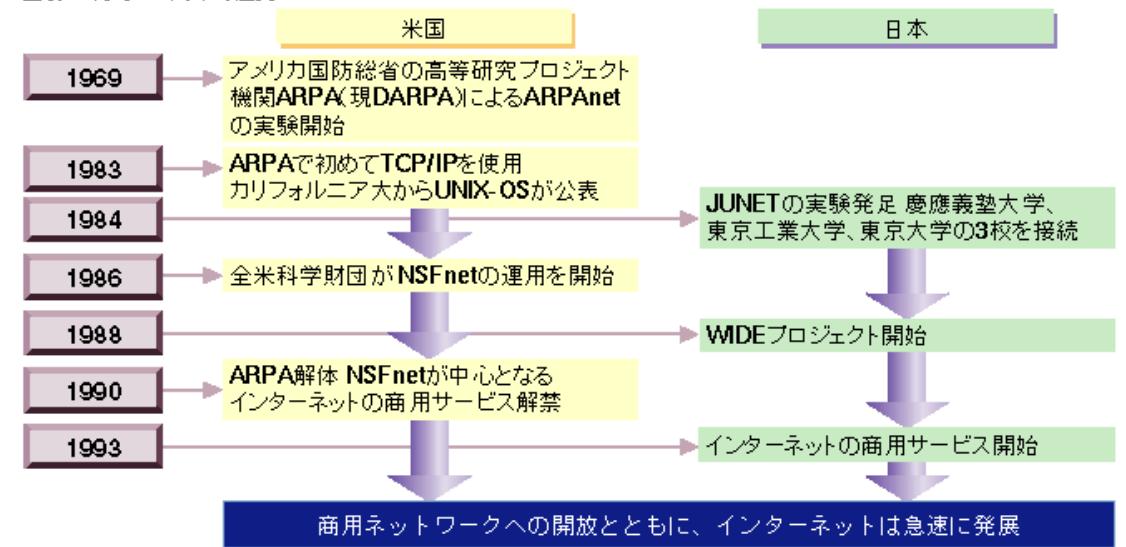
誰もが発信できる世界の誕生

1990年代、インターネットが商用化し、情報発信が一部の企業・研究機関から個人まで拡大。

時代ごとの主な変遷や転換点が、現代ビジネスの基盤を形作りました。

- 1993年：日本で初めてインターネットの商用利用が解禁
- 1995年：Windows 95発売、一般家庭へ普及開始
- 1996年：Yahoo! JAPANサービス開始
- 1998年：弊社代表が独自ドメイン登録後試験運用

図表 インターネットの歴史



出典：総務省 平成11年版 通信白書



WebページとE-mailの王道時代

インターネット初期から現代まで変わらず、情報発信とコミュニケーションの基盤となる二大ツール。この組み合わせは現代ビジネスにおいても不变の基本インフラです。



Webページ：情報発信の基盤

1989年のHTML誕生から発展。情報を広く公開する手段として定着。



E-mail：1対1のコミュニケーション

1971年に最初のメールが送信。ビジネスコミュニケーションの主役に。



今も変わらぬ基本構造

SNSやメッセージアプリが登場した今も、基本インフラとして不变。



Webページの進化

静的なHTMLから、Web2.0、レスポンシブデザイン^{※1}、そして目的特化型LPへ。

※1:各デバイス（PC、スマホ、タブレット）の画面サイズに応じて表示の最適化



Webページ

不特定多数への情報発信



時代に応じて進化するも
情報発信の基本構造は不变



E-mail

個別ターゲットへの直接訴求



メッセージアプリ普及の中でも
ビジネスコミュニケーションの要

「一度インターネットに載った情報は消えない」

Webページ進化の歴史 - 検索エンジンの覇権争い

検索エンジンの登場と進化は、Webページの設計思想や企業のオンライン戦略を根本から変えました。情報の海から「見つけてもらうこと」が、新たなビジネス価値を生み出しました。

Yahoo!の時代（1994年～）
 ディレクトリ型検索が主流。Webサイトはカテゴリ登録が重要視され、トップページ重視の設計が一般的でした。

Googleの台頭（1998年～）
 PageRankアルゴリズムで革命。外部リンクの質が重視され、コンテンツ中心のWebデザインへと進化しました。

SEO概念の誕生と普及
 検索結果で上位表示を目指す最適化技術が誕生。メタタグ、キーワード密度、サイト構造が重要ななりました。

モバイル検索と検索体験の変化
 2010年代以降、モバイルファーストインデックスやAI検索へ。Webデザインはレスポンシブ対応が必須となりました。

検索エンジン進化の軌跡

- 1994年
Yahoo!ディレクトリ
手動カテゴリ分類が主流
- 1998年
Google誕生
PageRankによるリンク評価
- 2000年代前半
SEO市場拡大
キーワード最適化時代
- 2009年
Bingの登場
マイクロソフトの新検索エンジン
- 2015年～現在
AI・意図理解型検索
ユーザー意図の理解と予測

検索エンジンがWebデザインに与えた影響



サイト構造の重視
クローラーバリティ
(効果的な巡回)



コンテンツ品質
E-A-T原則
(専門性-権威性-信頼性)



表示速度
コアウェブバイタル
(WebSiteのパフォーマンスを可視化)

「検索エンジンの進化に合わせて、Webサイトのデザイン思想も大きく変化してきた」

SEO概念とマーケティング戦略の誕生

検索エンジンの発展により、Webサイトは「作る」時代から「選ばれる」時代へと変化。SEO（検索エンジン最適化）はビジネス戦略の中核となり、新たなマーケティング手法を生み出しました。

1997年：SEO概念の誕生

検索結果で上位表示されるためのテクニックとして登場。初期はキーワード詰め込みが主流。

2000年代：Googleの台頭とアルゴリズム革命

PageRankの導入。リンクの質と量がランキングに直結する時代へ。

2010年代：コンテンツマーケティングの興隆

「質の高いコンテンツ」が評価される時代。SEOとコンテンツ戦略の融合。

2020年代：AIと意図理解の時代

検索意図の理解と最適なユーザー体験の提供が重視される現代のSEO。

SEOがもたらした変革



従来の広告
プッシュ型マーケティング



SEO
プル型マーケティング

「待ち構える」マーケティング戦略の誕生

企業のマーケティング戦略変化

- Webサイト構築 (情報発信)
- SEO対策 (検索上位化)
- コンテンツマーケティング (価値提供)
- ユーザー体験最適化 (体験設計)

「見つけてもらう」から
「選ばれ続ける」時代へ

「SEOは単なる技術ではなく、ビジネス戦略の中核となった」

ランディングページ（LP）概念の誕生と広告との融合

広告クリックからの「着地ページ」として誕生したLPは、コンバージョン最大化を目的とした特化型Webページとして進化。広告とWebページの距離が急速に縮まりました。

- LPの誕生と定着（2000年代初頭～）**
広告からの「着地点」として単一目的のページが設計され始める
- CVR（コンバージョン率）重視の設計**
複数ページよりも單一ページで完結するLP型が成約率向上に貢献
- Web広告との相乗効果**
リストティング広告、ソーシャル広告とLPの組み合わせで費用対効果が向上
- スマホ時代とLPの加速（2010年代～）**
モバイルファーストの時代で縦長スクロールLPが主流に

LPのマーケティング効果

コンバージョン率の向上

最大 300%

一般的なWebサイトと比較

効果的なLP例: 単一の訴求点

あなたのビジネスを加速する



わずか13,200円から最短1週間でオンライン集客を実現

広告とLPの連携進化

2014年

2018年

2024年

初期連携

動的LP

データ連携

AI最適化

広告とLPの連携がより緊密に

出典: MarketingTerms研究所 (2024)

従来のホームページ制作の課題

作業工程・内容・費用の壁

中小企業・個人事業主にとって、従来のホームページ制作は高額な初期投資や複雑な作業工程が大きな障壁となっています。
技術的な知識不足や維持管理の負担も、ビジネス拡大の足かせに。

- 制作費用：40万～150万円が相場
- 制作期間：1～3ヶ月の長期戦
- 維持管理：月額3～5万円の継続コスト

ホームページ制作の工程と負担

企画・要件定義



2～4週間

デザイン制作



2～6週間

コーディング・開発



3～8週間

テスト・修正



1～3週間

公開・運用



継続的コスト

「ホームページを作りたいけど、コストも時間も足りない…」
「専門用語が多くて何を頼めばいいのか分からぬ…」
中小企業・個人事業主の声



中小企業・個人事業主が直面する集客の現実

「時間がない」「予算がない」「知識がない」という三重の壁を抱える中小企業・個人事業主。効率的な集客方法が求められています。

広告費のねん出が難しい



月間5万円以上の広告費を確保できる事業者は全体の29%のみ。7割以上が予算不足の課題を抱えています。

集客の方法が分からぬ



WebマーケティングやSEOに関する知識不足。62%の事業者が「何から始めればいいか分からぬ」と回答。

HP制作の高額な初期費用



一般的なHP制作費は40～150万円。維持費も月3～5万円かかり、投資回収の見通しが立てづらい。

時間と手間の不足



サイト制作から公開まで平均2～3ヶ月。日々の業務に追われる中、コンテンツ作成の時間確保が困難。

事業主の生の声

「HPを作りたいけど、費用が高くて手が出ない。かといって自分で作る知識もない。」

「広告を出しても成果に繋がらない。何が原因か分からず費用だけがかさむ。」

「SEOって何から始めればいいの？専門用語が多くて理解できない。」

中小企業の抱える集客課題



「小規模ビジネスの集客課題調査2025年版」より

GPS・位置情報の進化

インターネットとGPS・地図・位置情報の融合により、店舗型ビジネスにおけるマーケティングと集客に革命がきました。GoogleビジネスプロフィールとローカルSEO（MEO）の登場により、実店舗への集客が大きく変化しています。

 **位置情報を活用した検索の急増**
「近くの〇〇」など位置情報を含む検索は年間47%増加。高い購買意欲を持つユーザーが多い。

 **Googleビジネスプロフィールの重要性**
無料で作成可能。店舗情報・写真・口コミが一目でわかり、地図と連動して顧客誘導を促進。

 **MEO対策（Maps Engine Optimization）**
Google マップでの検索上位表示を目指す施策。正確な情報登録と口コミ対応が重要。

 **位置情報活用の成功事例**
適切なGoogleビジネス運用で来店数30%増加、口コミ対応で売上20%向上など実績多数。



Googleビジネスプロフィール
検索結果での表示例

カフェ ABC 渋谷店

★★★★★ 4.5 (128件)

東京都渋谷区〇〇町1-2-3

道順 電話 ウェブサイト



ローカルSEO（MEO）

地図検索での上位表示の仕組み

適切な基本情報 + 質の高い口コミ + 定期的な投稿



ローカル検索での上位表示



集客力向上・来店数増加

出典: Google ビジネスプロフィールヘルプ (2025年)

Googleビジネス × LPの新戦略

HPの代わりにGoogleビジネスプロフィールにLPをリンクすることで、費用を抑えながら効率的な集客導線を構築できます。特に個人事業主や中小企業にとって理想的な戦略です。

ローカル検索の活用

Googleビジネスプロフィールが検索結果上位に表示され、地域顧客へ直接アプローチ

リンク戦略で費用削減

複数ページのHP制作より、1ページに特化したLPでコスト1/10以下に

スピーディな立ち上げ

従来のHP制作（1-3ヶ月）と比較し、最短1週間でオンライン展開可能

コンバージョン率向上

検索→Googleビジネス→LPという明確な導線で迷いなく顧客を獲得

検索から行動までの新しい導線



ローカル検索

"近くの〇〇"、"地域名+サービス名"



Googleビジネスプロフィール

基本情報、口コミ、位置情報の確認



ランディングページ

詳細情報、訴求内容、行動喚起



顧客行動（コンバージョン）

問い合わせ・来店・購入

従来比

制作費用

制作期間

約1/10

約1/6

LandingSpace

低コスト1ページ制作ソリューション

中小企業・個人事業主の"まずは一步"を後押しする、手軽で効果的なWebページ制作サービス。

専門知識不要、時間も費用も最小限で、あなたの想いを1ページに。

¥13,200～ 誰でも手の届く価格設定

 LINEでのやり取りだけで完結

 最短1週間でWeb公開



PCが苦手でも大丈夫。想いを"1ページ"に。

シンプル3ステップ

技術的な知識は一切不要です



STEP 1: LINEで登録・相談

想いをヒアリング、無料で構成案をご提案



STEP 2: デザイン制作

あなたの素材やイメージをもとに専門家が制作



STEP 3: 公開・集客開始

Googleビジネスと連携し、すぐに集客開始



Genspark で作成

成功への動線設計

中小企業・個人事業主様の効果的な集客のために、シンプルかつコスト効率の高い「検索→認知→行動」の新しい導線をLandingSpaceで実現します。今こそ、あなたのビジネスを発信するチャンスです。

Googleビジネスで地域検索に表示

地域や業種での検索結果に無料で表示される最初の導線を作ります。

LandingSpaceで認知と訴求

Googleビジネスからリンクした1ページで効果的に訴求します。

行動喚起と成約へ

明確なCTAで顧客を望む行動へ誘導します。

今すぐ始められます

LINE登録から相談、見積り、制作まで、すべて簡単に完結。

 LINEで相談する

 お電話でのお問い合わせ

新しい集客動線



Googleビジネス

ローカル検索での上位表示



LandingSpace 1ページ

訴求力の高いコンテンツ



お問い合わせ・成約

明確なCTAによる行動促進

LandingSpace導入メリット 13,200円~

✓ 低コスト導入

✓ 最短1週間で公開

✓ PCスキル不要

✓ LINEで簡単やり取り

想いを「1ページ」に。PCが苦手でも大丈夫。