



未経験からWEBデザイナーとして  
**月10万円**を得るための  
ロードマップ

副業 在宅 フリーランスも目指せる

好きを仕事にしたい、自分らしく自由に生きたい人向けに  
リアルな内容をお伝えしていきます。

 YUTAKA DESIGN



未経験からデザイナー社長へ。  
個人で**WEBサイト1,000件受注、制作**。  
上場企業、ベストセラー作家、インフルエンサーを  
クライアントにもち  
**年商8桁8年継続**しているデザイナーが



未経験からデザイナーとして  
活躍するためのロードマップを徹底解説。



 YUTAKA DESIGN

# はじめに

## 自己紹介



はじめまして、小山温（ゆたか）と申します。  
すでにご存知の方はお久しぶりです！



本書は、

- ✔ **WEBデザイナーとしてどうやって稼いでいくのか知りたい**
- ✔ **フリーランス、副業でWEBデザイナーを始めたけどなかなか稼げない**
- ✔ **数ヶ月頑張ったけどなかなか結果が出ない**
- ✔ **フリーランスWEBデザイナーとして自由に働くにはどうすれば？**

という悩みや考えをもつあなたに、ぴったりな一冊です。

では、はじめましての方もいると思いますので、  
自己紹介させていただきます。

私は2013年までサラリーマンをしており、デザインとは全く違う、  
家電の回路設計の仕事をしていました。

28歳の時、会社をやめ、そこからデザインを勉強し、  
**いきなり未経験から他業種のフリーランスのWEBデザイナーになりました。**

当時娘が2歳で、娘の世話をすることを条件に会社をやめたので、  
家事、育児をしながら、完全未経験からWEBデザイナーとしても  
活動していきました。

1日のスケジュールとしては、  
朝食作って娘食べさせ、保育園へ送る。  
→デザインの仕事。  
→夕方になったら、スーパーへ買い物、  
→保育園に迎えに行き、夕飯作って食べさせて、風呂いれて、寝かせる。  
→デザインの仕事再開。

という流れで行っていました。

ほぼ主夫です。笑

その中で時間を捻出しながら、デザイナーとして起業しました。

最初からうまくいけばそれに越したことはないのですが、**初年度、200万円の売掛金を回収できなかつたり**と、紆余曲折しながらも2年目で法人化し、年商8桁を8年間継続。

現在はデザインスクールの運営などもさせて頂いています。

娘は現在小学生ですが、**デザインは基本的に在宅でも出来るので、小学校から帰ってきたら、家にいることができるため、娘と仲が良いです。**

仕事で、デザイン案を複数作って、  
どれをクライアントに出そうか迷った時は  
娘に相談したりしています。子供なので直感で答えるのですが、  
結構高い確率で娘が選んだ方がクライアントにも選ばれます。（笑）

デザインのクライアントとしては、  
**上場企業、ベストセラー作家、士業（弁護士、税理士）、  
有名インフルエンサーの方の案件もやらせて頂けるようになりました。**

サイト数でいうと**1,000本以上**は制作させて頂いています。

スクールの受講生からも嬉しい報告をいただいております

- ・副業で本業を超えるデザイン収入を得ていたり
- ・認定ランサーズやプロクラウドワーカー  
（クラウドソーシング内で評価が高いと得られる認定制度）になったり
- ・3ヶ月目で上場企業の案件を獲得
- ・フリーランスとして活躍し、月50万、最高月100万以上の収入を獲得
- ・ココナラやCanvaについて教える先生として活躍

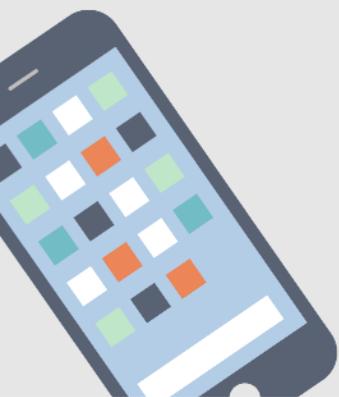
といった成果をあげている方もいらっしゃいます。

本書では、  
自分の経験や、生徒さんの事例をベースに  
未経験からWEBデザインで月10万円を目指すロードマップについて  
お伝えしていきます。



# 第1章

**10万円の売上を目指すために  
作れるようになると良い  
制作物とは？**



# そもそも、WEBデザイナーって？ WEBデザイナーが作るものとは？

WEBデザイナーは、WEB上の画像やホームページ等のデザインを作ることが主な仕事ですが、どんな制作物を作るのか？理解していくとわかりやすいので、

- ・WEBデザイナーが作る物
- ・その受注価格

等いくつか紹介していきます。

## バナー、サムネイル

バナーとは、クリック（タップ）できる画像のことを言います。

バナーにも色々あり

- ・SNS広告用バナー
- ・ディスプレイ広告用バナー
- ・SNS告知用バナー

などありますが

デザイナーがよく作るバナーの例として、  
例えば、「SNS広告バナー」というものがあります。

「SNS広告用バナー」とは何かというと、、

SNSを見ていると投稿の合間に出てくる広告を「インフィード広告」と言います。  
そのインフィード広告に設置されているのを「SNS広告用バナー」と言います。

Meta（旧Facebook）、LINE、YouTube、インスタグラム、X（旧Twitter）などを見ていると流れてきます。

これをSNS広告バナーと言います。

広告バナーの目的は「タップされる」ことです。  
そのため、広告バナーは「目立ち、押したくなる」ように作る必要があります。

なぜか？

企業は顧客を集め自社商品を販売するために広告を出すわけですが  
その入り口になるのが、広告用のバナーです。

広告用バナーがクリック、タップされなければ、  
サービス、商品販売ページにたどりつけません。

バナーと似たものでサムネイルというものがありますが、  
これはYoutubeの動画に設置されている画像のことを言います。

例えば、下記のようなものを言います。



サムネイルで動画の再生率は大きく変わってきます。

例えば、色合いなんかでも再生回数が変わってきます。  
青色のサムネイルの方が再生回数が伸びやすい、といったデータもあります。  
ただし、これは場合にもよります。

制作単価ですが、バナー、サムネイルの場合、  
1,000～7,000円ほどです。

## ホームページ

ホームページで代表的なのが  
会社のホームページです。

今はホームページくらいはないと、  
というレベルの時代なので  
どんな企業でも基本的にホームページは作ります。

求人（人を採用する）のにもホームページがないと  
なかなか企業の魅力が伝わらず人を集められません。

逆に「ホームページを作ったおかげで  
念願の採用ができた」という声を  
クライアントからいただくこともあります。

こういったホームページの全体のデザインを  
するのも、デザイナーの仕事です。

ホームページ制作費用はピンキリですが、

・ノーコード、ローコードで作る場合  
10～20万円

（ノーコードとは、コーディング、プログラミングなしでホームページやアプリを作ることを言います）

・オリジナルで組む場合  
30万円～

という金額でやっている人が多い印象です。

ページ数によっても  
変わってきます。

知り合いで一つのホームページを  
300万円を受けている人もいます。



ホームページを制作する上で、世界的に一番よく使われているツールは、WordPressというものになります。

下記特典動画でもホームページ制作に最適なツールについて話しているので見てみてください。

### 【デザイン超基礎】

ホームページに制作に最適なツール

[https://yutakadesign.co.jp/line\\_present07/](https://yutakadesign.co.jp/line_present07/)



## ■自社メディア、ブログ

ホームページとも似ていますが、お役立ち情報を発信するための記事がたくさんある形式のものをメディアやブログと言ったりします。

右のイメージのように、ヘッダー画像（一番上のタイトルが書かれている大きい画像）の下に記事がたくさん羅列されている形になっているタイプのもので多いです。

費用感としてはホームページと同じくらいです。



## ■ランディングページ

ランディングページというのは、下記イメージのように縦長の1枚もののページのことを言います。



ランディングページは直訳すると「着地ページ」と言いますが、実際のニュアンスとしては「広告用の縦長のページ」というニュアンスが強いです。

SNS（インスタグラム、Twitter、YouTubeなどの投稿の間に出てくる広告バナーを「インフィード広告」と言いますが、

インフィード広告をタップした先にあるページは、基本的にランディングページであることが多いです。

ランディングページの特徴の一つとして、ホームページのように遷移先（ページの飛び先）がたくさんあるわけではなく、遷移先が**基本的には一つ**という特徴があります。

例えば、お問い合わせボタン、購入ボタンなどですね。

ページ下部に

プライバシーポリシーのリンクや特商法のリンクをつけますが、こういったリンクは広告に出すためにつけなければいけないものなので除きます。

遷移先が一つだけしかない、どんなメリットがあるかというページを見た人がページの途中で離脱しづらくなります。

そうすると、ページをよく読んでもらえて、商品の魅力を伝えやすくなります。そして、問い合わせしてもらいやすくなったり、商品を買ってもらいやすくなるという効果があります。

なので、ランディングページは、**集客や売上アップに効果的な制作物**です。

企業は、商品を買ってもらうことはもちろん大事なので、ランディングページというものはたくさん作ります。

ランディングページの制作単価、こちらもピンキリではありますが、**5万円～30万円**、自分の周りで一番高く受けている人だと**150万円**の人もあります。

なぜ比較的高単価かというところ

**売上につなげるために大事な制作物**だからです。

例えば、ランディングページ1本で1,000万円売り上がる可能性がある場合に、ランディングページの制作費が20万円だったら十分安く感じますよね。

売上につながるランディングページを制作出来れば、それだけで、どこからも引っ張りだこになれます。

難しそうと感じたかもしれませんが、

自分も生徒さんも、**完全未経験から始めて、ランディングページを10万円どころか20万円とかで受注している人もいます**ので、チャレンジする価値は十分あります。

さきほど150万円で受注している人もいるとお伝えしましたが、150万円となると付加価値が必要であったり、実績が必要になってきます。

ただし、**実際に受注している人がいる、そして、150万円だとしてもそれを上回る十分な売上が出ると想定出来れば、企業はランディングページの制作を依頼する、**と考えると、ランディングページ制作スキルを身につける価値は大きいですよ。

少し上級編のやり方になりますが、私は、成果報酬でランディングページを制作し、500万円の売り上げを作ったこともあります。

## デザインの難易度

デザインの難易度でいうと、

**バナー、サムネイル < ホームページ、メディア < ランディングページ**

というイメージです。

簡単なバナーから作れるようになることを目指しても良いですが、ランディングページを作れるようになることを早い段階で目指した方が、売上は作りやすくなってきます。

## そもそも売上とは？

10万円稼ぐということは、10万円の売上を作ることになってきますが、そもそも売上とは何か？

**売上 = 単価 × 数量**です。

単価：1万円のを10本作っても10万円

単価：10万円のを1本作っても10万円  
です。

デザインの仕事を10本取るのと、  
1本取るのどちらがいけそうだと思いますか？

大企業やインフルエンサーのように、知名度、集客力があれば  
前者でも良いですが

個人でデザイナーとして活動していくには  
集客できる数が限られるので本数はなかなか取りづらいです。

なので個人で活動していく場合は、高単価の商品を売った方が良いです。

---

## 高単価な制作物は？

---

先ほど紹介したデザインの中で高単価なものは、

- ・ランディングページ
- ・ホームページ

ですね。

その中でもおすすめなのがランディングページです。

なぜかというと、需要が高いからです。

ホームページは、クライアントが法人の場合、  
1個作ったらその後、基本しばらくは作り直したりはしません。

しかし、ランディングページの場合は、1サービスにつき1本作ったり、  
1サービスの中でもターゲットを変えて複数作ることもよくあります。

さらに、既存のランディングページで反応が悪い、例えば、商品が売れづらい、  
問い合わせが来ない、といったことがあれば、作り直しの需要もあります。

つまり、作る本数が多い＝需要も高くなっていく、ということです。

実は私が受注した1,000本以上のサイトのうちの多くは、ランディングページです。

## ランディングページの料金の目安

デザインだけを行う場合のランディングページ制作費用の目安です。  
デザイナーのレベルによっても変わってきますが

**駆け出し：3～5万円**

**中堅：10～15万円**

のパターンが多いです。

もし、月10万円達成したければ

**5万円でも2本受注すれば月10万円達成**です。

**10万円であれば、1本受注すれば月10万円達成**です。

最初は簡単なバナーからやってみるのももちろん良いですが  
ランディングページを作れると収入が作りやすくなるので頭にいれておきましょう。

ちなみに、月100万円作りたい場合は

**10万円で受注し、月10本作れば100万円**です。

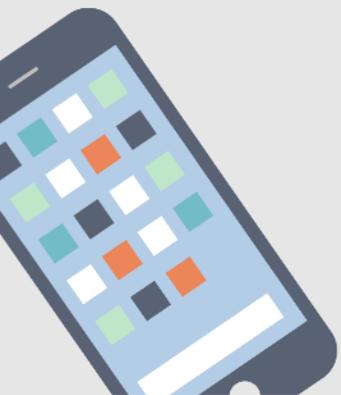
受講生の方の中には、1本20万円でLPを受注している方もいますが、  
20万円であれば、5本受注すれば月100万円になります。



 YUTAKA DESIGN

## 第2章

# WEBデザイナーとして 未経験から収入を得る ロードマップ



未経験からWEBデザイナーとして収入を作っていくにはどうすれば良いか？

まず全体の流れをお伝えすると

## STEP 1 : デザインできるようになる

デザインできるスキルはまだない、デザインに自信がない方はこちら

## STEP 2 : 実績を作る

デザインは出来るが、どう仕事を取っていけば良いかわからない方はまず実績作りをしていくことが大事です。

## STEP 3 : 実績を元にさらに拡大

仕事はポツポツ取れているが伸び悩んでいる方は、拡大方法を知ると伸ばすことが出来ます。

というステップになります。

---

# STEP 1 : デザインできるようになる

---

デザイナーになるためには、デザイン出来るようになる必要がありますが、何をすれば良いか？

## ツールの使い方とデザインの原理原則を学ぶ

---

まずデザインするためのツールの使い方を学びましょう。  
デザインツールは、CANVAやXDなど色々なツールがありますが、  
どれか一つオススメするとしたら、  
Adobe社が提供している**フォトショップ**です。



なぜかという、フォトショップが一番細かくデザインを調整できるためです。  
また高単価のデザインはフォトショップで作られることが多いです。

また、フォトショップが使えると、CANVA等の他のツールは  
フォトショップより簡単なので、すぐ使えるようになります。

そういった意味でフォトショップをオススメしています。

フォトショップ超基礎講座も  
特典でお渡ししているので、  
そちらもみてみてください。

### 【デザイン超基礎】

初心者向けPhotoshop超基礎講座

[https://yutakadesign.co.jp/line\\_present06/](https://yutakadesign.co.jp/line_present06/)



## デザインの原理原則とは何か？

デザインには、原理原則があります。

デザインの4原則というものであったり、他にもありますが  
私がお伝えしている原理原則は、

- ・コンセプト
- ・タイポグラフィ
- ・レイアウト
- ・カラーマネージメント
- ・ダイナミクス

です。

原理原則を身につければ、どんなデザインでもクオリティ高く  
作りやすくなります。

どんなデザインでもクオリティ高く作りやすくなる、ということはお客さんに喜んでもらえる確率も上がります。

## ◆ コンセプト

コンセプトとは、**誰向けにどんなイメージでデザインするか?**ということです。

例えば、女性向けのチラシなのに、ゴリゴリ男性向けのデザインにしたら、チラシを見た人は、私向けではなさそうだなと感じて、チラシを見るのをやめてしまいやすくなります。

## ◆ タイポグラフィ

文字をどんなフォントにするか?

フォントというのは「**文字の形**」のことを言います。

フォント次第で印象は大きく変わりますし、フォントの太さでも印象が変わります。

日本語でよく使われる2種類は、明朝体とゴシック体です。

# 明朝体

筆で書いたような文字  
読ませる書体

# ゴシック体

筆で書いたような文字  
読ませる書体

例えば、

高級感のあるデザインにしたい場合、細めの明朝体にしたり  
インパクトのあるデザインにしたい場合、太めのゴシック体にしたり  
子供向けのデザインの場合、ポップな印象のフォントにしたり  
ターゲットや与えたい印象に合わせてフォントを選びます。

下記特典動画でも、  
現場ではどのようにフォントを選んでいるか？  
等詳しく話しています。

### 【デザイン基礎】

ターゲット別フォントの使い分け  
フォント名も紹介

[https://yutakadesign.co.jp/line\\_present11/](https://yutakadesign.co.jp/line_present11/)



## ◆ レイアウト

文字や写真をどう配置するか？です。  
文字や写真の配置のさせ方によって、印象が大きく変わってきます。

レイアウトのコツとして、大小、大中小を組み合わせ配置していくと  
綺麗に収まりやすくなります。

### 大小、大中小をテトリスのように配置していく

文字群 **大**

被写体 **小**

文字群の中



小  
大  
中



文字群：被写体の割合→大、小  
目安は7:3、6:4

文字群の中→大、中、小  
目安は5:3:1、4:3:2

大中小、大小の比率を大きくすると  
インパクトが出て目に入りやすくなる。

ただし、「小」の部分の文字を小さくしすぎると  
文字が読みづらくなるのでそこは注意。

## ◆ カラーマネージメント

---

どんな色を使うか？です。  
色によって受ける印象は大きく変わります。

例えば、

**赤**：情熱的、インパクトがある、見やすい

**青**：誠実、落ち着いている、ビジネス感

**緑**：自然、安心感

**黄色**：投資系でよく使われる色合い

というように色によって受ける印象は変わります。

セオリーとしては、ターゲットとなる人がどんな色を好むのか？  
どんな印象を与えたいか？等を基準にして色を選んでいきます。

下記特典動画の中でも  
与えたい印象に応じて、どう色を使い分けていくか？  
等お伝えしているので見てみてください。

### 【デザイン基礎】

印象に直結するカラーの決め方、使い方

[https://yutakadesign.co.jp/line\\_present10/](https://yutakadesign.co.jp/line_present10/)



## ◆ ダイナミクス

---

ダイナミクスというのは、**強弱の付け方**のことを言います。

強弱がついていないデザインは、目に入りづらいですし  
どこから先に読んで良いかわかりません。

例えば、下記二つのデザインがあった場合に、どちらが「目にはいってきて、どこが重要かわかりやすい」ですか？  
文章は同じです。



### 文字に強弱がついている

- ✓目に入る
- ✓どこから読めば良いかわかりやすい
- ✓情報が伝わりやすくなる
- ✓結果商品も売れやすくなる
- ✓重要な情報から大きく書く



### 文字サイズが全て同じ

- ✓どこから読めば良いかわからない
- ✓興味が沸きづらい

間違いなく左かと思いますが、

このように強弱をつけることにより、  
どこが重要でどこから読めば良いかわかりやすくなります。  
その結果、伝えたいことが伝わりやすくなります。

## デザインスキルを上げる方法の一つ：模写してみる

模写というのは、すでにあるデザインと同じようにデザインしてみることです。

模写するデザインをどう探せば良いか？ですが

- ・ Pinterest
- ・ Banner Library

といったデザインまとめサイトがあるので、そこで好きなデザインを探してきてまったく同じデザインになるように模写してみましょう。

コツは、**線、色、装飾、サイズ感、余白等細かいところまで徹底的に真似してみる**ことです。

写真や素材は同じものは使えなかつたりするので、そういう場合は、素材サイトで探してきましょう。

いくつか無料、有料の素材サイトを紹介します。

### 素材サイト

#### 写真AC

無料で利用できる写真素材が置いてあるサイトです。  
ただ、広告が出てきたり、ダウンロード数に制限がありますが、それほど多くダウンロードしなければ良いでしょう。

#### イラストAC

無料で利用できるイラストが置いてあるサイトです。

#### icon mono (無料)

無料で利用できるアイコンが置いてあるサイトです。

#### Adobe stock (有料)

有料の素材サイトの方がやはりクオリティが高く、使い勝手の良い素材が多いです。

Photoshopを提供しているAdobe社が提供している素材サイトです。

月額:3,000円で10枚ダウンロードできるので1枚あたり300円相当で使うことができます。月内に使いきれなくても翌月に繰り越してくれます。

## オリジナルの文章でデザインしてみる

実際にデザイナーとして仕事を行う際は、**文章をクライアントから入手し、デザイン**します。

なので、**オリジナルの文章でデザインする**、ということもしてみた方が良いでしょう。

模写は綺麗に出来ても、オリジナルの文章だとバランスが取れずデザインが崩れる、ということも結構あります。

下記特典で

実際にオリジナルの文章から  
どうデザインを作るか？

実演、解説した動画をお渡ししているので、  
興味ある方は見てみてください。

### 【デザイン基礎】

**プロが実演、広告バナーと制作根拠**

[https://yutakadesign.co.jp/line\\_present12/](https://yutakadesign.co.jp/line_present12/)



## クラウドソーシングのコンペに参加してみるのも一つの手

オリジナルの文章でデザインする、という経験を積むために、他に有効な方法としては、クラウドワークス、ランサーズといったクラウドソーシングのコンペに参加する、

という方法もあります。

CrowdWorks



コンペというのは、デザインを依頼したいお客様がいた場合に、

- 1、そのお客様がコンペを開催
  - 2、デザイナーは自由に参加出来て、期日までにデザイン案を提出
  - 3、お客様が一番良いと思うデザイン案を選ぶ
  - 4、選ばれたデザインを作ったデザイナーに報酬が支払われる
- という流れで行う仕事の形式のことを言います。

基本的に誰でも参加でき、運良く採用されれば儲けもんです。  
採用されなくても、間違いなく成長は出来ます。

受講生の中にも **コンペに参加し、140案、70案の中から採用された、**  
**さらには、認定ランサーズやプロクラウドワーカーといった、**  
**ある程度の実績と高評価がないとなれない認定保持者になった**  
という方もいます。

たくさんのデザイン案の中から採用された、となれば、  
それだけ実力があると評価されやすくなり、仕事も取れやすくなります。

認定ランサーズ、プロクラウドワーカーなどに認定されれば、箔がつき、  
信頼されやすいので、仕事も取りやすくなります。

## 独学か？スクールか？

独学で学ぶのも良いですが、**時間を買う**という意味でスクールもおすすりめです。

人間には寿命があります。

例えば、1000万円を稼ぐのに、**1年だと年収1000万円**ですが、**3年かかれば年収330万円**です。2年分の時間を買うとも言えます。

お金は増えたり減ったりしますが、時間は減る一方です。

年齢が上がってくると体力的に出来ることも減ってくるため、お金はあっても出来ないことも増えてきます。一番若いのは、常に「今」です。

ある意味、**学ぶことは若返り**とも言えるので、時間を買うという発想も大事です。

**学べば自分の頭の中の資産となり人に奪われることはありません。**

例えば、FXなどの投資は、1年やって結果、一時期は稼げたけど結局マイナスということもあります。仮想通貨なども同様ですね。この時、資産としては減っています。

学びは、「自己投資」とも言えますが、**世界No.1の投資家であるウォーレン・バフェットも、最強の投資は「自己投資」**だとも言っています。

私自身、人から学びまくっています。稼いで自己投資を繰り返し替えています。これも続けられている理由のひとつです。

では、どんなスクールが良いか？

## スクールで学ぶ場合、スクール選びの基準

デザインスクールも今はたくさんありますが、成果を出しやすいスクールの基準をお伝えします。

- ✔ 生徒さんの成果が出ている事例がある
- ✔ 添削してくれる
- ✔ 講師が現役のデザイナー

✔ スクール内で実案件ができると尚良し

## 生徒さんの成果が出ている事例がある

---

既存の受講生の成果が出ていれば、入った時に成果が出やすいだろうと想像できます。

## 添削してくれる

---

添削というのは、作ったデザインに対して、より良いデザインになるようにアドバイスすることです。

勉強用の動画を見て、デザインをしてみた。しかし、出来上がったものを見てみると実際には抜けている部分がたくさんあったり、良いデザインにするための視点が抜けていたりします。

デザインの的に綺麗であっても、集客や売上につながるデザインになっていない場合もあります。

自分でビジネスをしている人がお客さまになるわけですが、お客さまが求めていることは、集客、売上につながるデザインです。

集客、売上につながるデザインになっていないとはどういうことかという、

例えば、

- ・イメージ画像が文章と合っていなかったり、
- ・強調すべき文章が強調されていない。
- ・強調はされているけどバランスが良くない。
- ・目にしっかり飛び込んでくるデザインになっていない
- ・読みづらい
- ・視認性が悪い

等です。

現場で採用される、集客、売上につながるデザインをしていくことが大事です。それには添削を受けるのが一番早いです。

どんな人に添削を依頼すれば良いかというと、オススメは、**現役のデザイナーで、デザイナーとして収益を立てている人**です。

なぜかというと、デザインに流行りがあったりもしますし、現役でないとやはり腕が鈍ったりします。

かつ、デザイナーとして収益を立てていない人の場合、**「お客さんに必要とされるデザイン」が出来ていない場合があります。**

「お客さんに必要としているデザイン」が出来ていれば、継続的に依頼もされやすいです。

また、デザインは理論だけではない部分も多いです。机上の空論のようなデザインしか出来きないデザイナーにならないよう、現役で収益をあげているデザイナーに学ぶのがオススメです。

## 講師が現役のデザイナーである

---

講師が収益をたてている現役のデザイナーであった方が良い理由ですが、

良いデザイナーになるには、デザインスキルにも

- ・コミュニケーションスキル
- ・マーケティングの知見（出来なくても良い）
- ・集客、営業スキル

も必要になってきます。

そこらへん、やはり収益をたてている現役のデザイナーであれば全て通ってきているはずなので、現役のデザイナーから学ぶことをオススメします。

## 実際の案件に携われる可能性がある

---

勉強段階だとしても、**実案件に関われるというのは、非常に大きなメリット**です。

私のスクールでもやっていますが、**スクール内で案件紹介やコンペ**など開催しているところもあります。

実案件であれば、

- ・ 依頼する側も中途半端なデザインを作って欲しくないのでデザイナー側も本気になる
- ・ 報酬があればやる気もでる
- ・ 実際の仕事の流れを体験することが出来る
- ・ コンペの場合は、競うことでモチベーションも上がりやすい
- ・ 実案件ベースで添削を受けられると、より力になりやすい

といったメリットがあります。

なので、実案件に携われる可能性があるスクールはかなりオススメです。

---

## STEP 2 : 実績を作る

---

デザインがある程度できるようになったら、実績を作っていきましょう。  
やはり大事なものは「実績」です。

ダイエットしたいのに、ダイエット成功したことない人からダイエット方法は学びませんよね？しっかり実績のある人から学びたいかと思えます。

そして、実績が実績を呼びます。とはいうものの、自分もそうでしたが、多くの人は実績ゼロです。

### 実績ゼロから、実績をどうやって作っていけば良いか？

---

実績をどう作れば良いかというと、一番早いのは、知り合い、友人、知人に声をかけてみることです。

そして、それほど工数（そんなに難しくないものであれば）がかからないものであれば、低額、もしくは、無料で作らせてもらっても良いでしょう。工数がかからないものというと、バナーやヘッダー画像です。

なぜ無料かということ、仕事として取りやすいからです。

大企業でもサービスリリース時は、無料やモニター価格のキャンペーンをします。なぜかということ、一気にサービスの認知を広げ、クライアントを増やしたり口コミを広げたりするためです。無料で入ったクライアントでも、その後、有料の別商品を紹介した場合に、買ってくれる可能性も十分あります。

個人でも同じです。無料、もしくは低額で受けてその実績をもとに次の仕事を撮っていきます。

例えば、

- ・フリーランスの人がいたら名刺を無料で作らせてもらう。
- ・YouTubeをやっている人がいたら、サムネイルを無料で作らせてもらう。
- ・SNSを使ってビジネスや副業をしている人がいたら、ヘッダー画像を作らせてもらう

といったことをしてみましょう。

SNSでDMする場合は

「はじめまして、〇〇と申します。ただいま無料キャンペーンにつきヘッダーを無料で制作させて頂いています。気に入ったら使って頂ければと思います」というイメージでDMをしても良いでしょう。

ただし、ここで大事なのが、「実績として使って問題ないか？」を基準にやることです。実績として使えなければ次の仕事を取るのに使えないためです。

あくまでモニターキャンペーンを行うのは、次の仕事を取るためです。

また、「デザインを気に入ってもらえたら、SNSなどで投稿をお願いしますか？」と依頼することも大事です。もちろん、強引にはダメです。

SNSで投稿いただくことで、その人の周りの人からデザインの仕事が取りやすくなります。

そして、可能であれば、**影響力のある人の案件をやるのはオススメです。**

なぜかという、影響力のある人の案件をやることで、**優秀なデザイナーなのかもしれない、**と思われやすいからです。これを**信頼性の移行**と言います。

また、その人がデザインに満足してくれて、もしSNSなどで発信してもらえたら、認知が強力に広がり、さらに仕事を取れる可能性があるからです。

## 小山が駆け出しの時にやったフリー戦略

---

私も駆け出しの頃、**少し影響力がある人のSNSのヘッダーを無料でデザインし、**その方に**SNSで「小山さんに制作頂きました！ヒアリングも丁寧にして頂き、クオリティの高いデザインでとても満足しています」と発信して頂くことで、**その人の周りから有料で受注しました。

影響力があるか？判断する方法は、フォロワー数もそうですが、**インプレッションの数が多い人**です。

インプレッションというのは、SNSにその人の投稿が表示された回数のことを言います。

X (Twitter) の場合、インプレッションはそのまま表示されますが、他のSNSだと表示されないSNSもあります。

その場合にどう判断するとイイかという、**イイねの数、リツイート数が多い人**です。

たまにフォロワー数が多いのにやけにイイねが少ない人がいますが、そういう場合は、フォロワーを買ったり、アカウントが壊れている場合が多いです。

そうすると紹介してもらっても、効果がうすくなります。

イイねの数が多い人は、インプレッション＝露出度が高いです。

そのため、「〇〇さんに制作して頂きました！」という投稿をしてもらった時に、広まりやすくなります。

私はデザイナーになる前は、回路設計のエンジニアで完全に別畑、デザインを受注するための人脈ゼロだったため、この作戦を使い、一気に認知してもらいました。

影響力のある人のSNSヘッダーデザインを無料でやらせて頂き、その周りから有料でSNSヘッダーデザインを3万～5万で受注しました。

これは、初心者だけでなく、**中級者、上級者も有効なやり方**なので覚えておきましょう。

中級者、上級者は無料でやる必要はないと思いますが、信頼性の移行というのは強力です。

## ポートフォリオを作る

ポートフォリオというのは、自分の制作（デザイン）実績をまとめたものです。例えば、下記ようようなものです。

お客さんは依頼する時、制作実績を見て

- ・ **どんなものを**
- ・ **どんなクオリティで作れるか？**

確認してデザインを依頼するか決めます。

なので、制作実績がまとまったものを、すぐ出せるようにポートフォリオにまとめておきましょう。

上の例は、ホームページにまとめたものですが

例えば、このように**Instagramにまとめておいても良い**です。

Instagramにまとめれば、同時に情報発信にもなるため、投稿を見た



- ALL
- LP (ランディングページ)
- YouTubeサムネイル
- YouTubeチャンネルアート
- ブログ (オウンドメディア)
- ホームページ
- リッチメニュー



フォロワーの人が投稿をきっかけに仕事を依頼してくれることもあります。  
 他のやり方としては。Folioといったポートフォリオ作成サービスもあるので、  
 そういったサービスを使ってポートフォリオを作る手もあります。

Instagramを  
 ポートフォリオとして使う

制作実績はSNSで発信しよう

制作実績はSNSで発信しましょう。  
 生徒さんの中には「インスタのストーリーにアップしただけ」で

yutaka\_desi



7 投稿  
55 フォロワー  
26 フォロー中

小山温 | デザイナー | 売れるLP制作

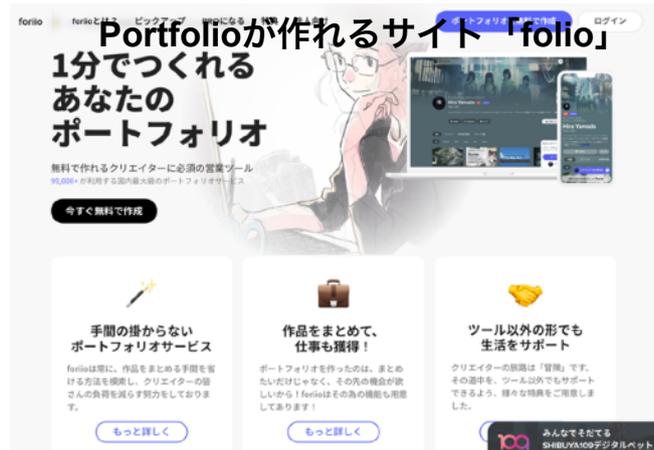
- ・3ヶ月で売上4億の健康系案件、その他億超え案件も担当
- ・費用対効果10倍の実績あり
- ・インフルエンサー、ベストセラー作家、上場企業にも人気
- ・最短3日で納品... 続きを読む

lin.ee/PCU11Nx

プロフェッショナルダッシュボード  
新しいツールが利用可能になりました。

プロフィールを編集

プロフィールをシェア



友達から依頼が来て

その結果、単価10万円のランディングページ制作が受注できたという人もいます。

デザインを依頼する側としては

- ・デザイナーとして活動をしているのか？
- ・どんなデザインをどんなクオリティで作れるのか？
- ・その人がどんな人なのか？

が分かると頼みやすくなります。

そういった意味で、SNSがあると、とても安心感があり、仕事も依頼しやすくなります。

発信する内容としては

- ・制作実績（自分がデザインしたもの）

- ・活動内容（お客さんと打ち合わせ、会食など）
- ・お役立ち情報

をSNSで発信していきましょう。

ただし、注意点として、SNSで発信する場合は、発信しても良いかクライアントに確認をとりましょう。確認を取らずに発信をすると問題になる場合もあります。

## どんな人をクライアントにすると良いか？

最初のうちにクライアントにすると良い人（会社）をいくつか記載します。

### 制作会社

WEB制作会社は、WEBデザイン関連の案件をたくさん抱えています。デザイナーが足りていないというWEB制作会社もあります。

X（Twitter）でもたまに制作会社の社長さんが、**デザイナーが足りない、良いデザイナーがいらない、**とつぶやいていたりしますね。そういう人にメッセージを送るのもアリです。

また、**WEB制作会社のホームページのお問い合わせページに営業メールを送る**のも良いです。弊社にも定期的に営業メールが入ってきます。

返事が返ってこなかったら嫌だな、と思うかもしれませんが、制作会社も暇じゃないので、必要だったら開くし、必要なかったら開かないだけです。気にしない方が良いです。

むしろ、**返ってこないのが普通**くらいのつもりでチャレンジしてみるのが良いでしょう。

ちょっとした営業のコツですが、10人中1人返事があったらラッキーくらいの考え方の方が、最終的にうまくいきやすいです。

その方がメンタルも保ちやすいですし、**ある程度は確率論**だからです。相手がデザインを必要としていなかったら、それは依頼しません。

話を戻しますが、私は2年目くらいの時、収入を安定させたかったので**月額30万円**で制作会社と契約して**在宅でデザインの仕事をしつつ、他からも単発で受注する**、ということをしていました。

収入を安定させたい場合、月額契約の案件も持っておく、というのは一つの手です。収入は伸びづらいですが、**デザインに集中できるので、デザインスキルも上がりやすい**、というメリットがあります。

## WEBマーケター、ライター

---

WEBマーケターというのは、ネット上で**商品が売れる仕組みを作る**、例えば、どう集客して、どう価値提供して、どう売るか？流れを考え作ることをメインに仕事をしている人のことを言います。

WEBライターとは、ネット上の制作物、例えば、ホームページやランディングページ、バナーなどの**文章を書く人**のことを言います。

WEBデザイナーとWEBマーケター、WEBライターは相性がいいです。

なぜかという、下記の流れで仕事をしていくからです。

- 1、WEBマーケターがネット上で商品が売れる流れを作る
- 2、WEBライターがその流れの中の制作物の文章を書く
- 3、その文章を下にWEBデザイナーがデザインを作る
- 4、そのデザインを下にコーダー、エンジニアがコーディングをする

そして、WEBライター、WEBマーケターは、複数の案件を抱えていることが多いです。そのため、1回デザインを気に入ってもらえれば、継続して他の案件も依頼してもらえる確率も高いです。

そうすると**デザイナーは集客しなくても効率的にデザインを受注**することができます。

受講生の中にも、副業でマーケティング会社1社から年間120万円受注した、という人もいました。

さらに言うと、WEBマーケターはWEBマーケターと、WEBライターはWEBライターと繋がっているのも、デザイナーを必要としてくれる人を紹介してくれる確率もかなり高いです。

## エンドクライアント

---

エンドクライアントとは何かというと、サービス、商品を保有している人、会社のことを言います。

例えば、ダイエットサプリ、プログラミングスクールなど挙げたらきりがありませんが、そういった、商品、サービスを保有している人、会社のことを言います。

商品やサービスを売るためには、基本的には下記の流れで行っていきます。

- 1、マーケティング（売れるための仕組みを作り
- 2、そのための制作物の文章を書き
- 3、その文章に基づいてデザインをする

そうするとデザイナーがエンドクライアントの仕事を直接しようとする、1と2のスキルも必要になってきます。

1のマーケティングはエンドクライアントが自社でやることも多いですが、2、のライティングは頼まれることも多いです。

そういう場合は自分で書いても良いですが、ライティングもスキルが必要です。

例えば、商品を守るために感情を動かすために、ベネフィット、限定性、社会的証明など感情を動かすトリガーをいれたり、、などスキルが必要です。

なので、WEBライターをクラウドソーシングやSNSで探して、タッグを組んでやる、という手もあります。

私も駆け出しの頃は、エンドクライアント案件は、ライティングを外注することで対応していました。

---

## STEP 3 : さらに仕事を獲得していく

---

仕事獲得方法としていくつかお伝えすると

- ・交流会に行く
- ・SNS
- ・オンラインサロンに入る
- ・クラウドワークス

といった方法があります。

個人的に**初心者におすすめ**なのが、交流会やオフ会、懇親会に参加する、つまり、対面で会いに行くことです。

なぜかというと、**信頼関係が作りやすく、仕事が一番取りやすい**からです。

かつ、SNSで活躍している人たちも結局対面でのコミュニケーション能力があります。

ビジネス系で日本で一番大きいオンラインサロン「人生逃げ切りサロン」の代表でTwitterフォロワー13万人のやまもとりゅうけんさんも、「SNS以前に対面力がないとSNSも伸びない」とおっしゃってました。

そういう意味でも**交流会やオフ会、懇親会**などに参加するのはオススメです。

さらにオススメなのは**有料、出来れば、参加費の高い懇親会**はです。

なぜかというと、**質がいい人が集まる**からです。

私も駆け出しの頃、参加費1万円の交流会に「高いなあ」と思いながらも参加し、5年ほど継続依頼してくれるお客さんに会うことが出来ました。

さらに、ありがたいことにそのお客さんが他のお客さんを紹介してくれたりもして、費用対効果でいうと非常に高いものになりました。

どんな商品、サービスでも  
仕事を取る流れをざっくり分解すると

- 1、接点を作る
- 2、信頼構築をする
- 3、商品売る

という流れです。

1、接点を作る。

これは交流会やオフ会、懇親会にいけばクリアです。

次の「**信頼構築をする**」ここが大事なのですが

信頼構築のしやすさは

対面 > zoomなどのビデオ通話 > 音声 > テキスト  
です。

**信頼構築をするには、対面が一番**です。

特に初期は、信頼構築するためにも

対面でお客さんになりそうな人とコミュニケーションを取ることを  
大事にしてください。

「どうコミュニケーションとれば良いかわからない」という人は、

コミュニケーションを取るコツは

**「相手に興味を持つ」**

## 「悩みを聞く」

これを常に意識すると良いです。

## なぜ「相手に興味を持つ」と良いのか？

興味を持ってくれている人に悪い気はしません。

そして、興味を持つことで話も広がりやすくなります。

## なぜ「悩みを聞く」と良いのか？

なぜかという、ビジネスは「悩みの解決」した対価として報酬をいただくことだからです。

これは私もデザイナーになりたての頃は意識がなかったのですが、常に頭にいれておいた方が良いです。

デザインを必要としているお客さまの悩みという、

例えば、YouTubeをやっている人であれば

- ・話したり書いたりするのは得意なんだけど、デザイン苦手
  - ・自分で作ってみたけど、なんかイマイチでかっこ悪い
  - ・あるデザイナーさんに依頼したけどクオリティがいまいちで新しいデザイナーを探している
  - ・もっとたくさん再生されるサムネイルが作りたい
- といった悩みがあります。

こういった悩みを聞いていくことが大事です。

上記は、デザインに直結した悩みですが、そうではない悩みも聞いておいた方が良いです。

そして、もし解決策があるなら、教えたり、他の人を紹介したりする。こうすることで、価値提供できます。

それで信頼してもらえて、その後、デザインを依頼したくなった時にデザインを依頼してもらえらる確率が上がります。

なので、現在直接的にデザインが欲しくない場合でも、常に、「悩みを聞き、価値提供する姿勢」でいると、後々大きな仕事として舞い込んでくることもあります。

周りの億越え経営者に会うと、息をするように（笑）「価値提供」されてます。

## 対面で会った人とはSNSでつながるようにする

交流会やオフ会など対面で会った人とはSNSでつながるようにしましょう。

インスタグラム、Facebook、Twitterでも良いですが、SNSでつながっておくことで、会わなくても、その人との**接触頻度を増やす**ことができます。

「単純接触効果」と言いますが、人は接触頻度が高い人に好意を持ちやすいです。

後日、あなたの投稿を見て、連絡したり、デザイン依頼していただけることもあります。

デザインは基本的にどんなビジネスをしていても必要になってくるものなので、将来のクライアントになる可能性が十分あります。

極力SNSで繋がっておきましょう。

## リピート、紹介を狙う

リピートというのは、継続依頼をしてもらうことです。個人の場合、**集客数が限られるので、リピートしてもらうことはとても大事**です。

また、リピートしてもらえるとすることは、満

足してもらえているということにもなるので、  
**紹介してもらいやすくなります。**

このリピートと紹介の連鎖が起きると、  
売上が階段上に積み上がっていき、売上を安定させやすくなります。

同時に、集客をたくさんしなくても  
仕事が入ってきて、**デザインだけ  
すれば良い状態**を作れます。

下記特典動画でも詳しくお伝えしているので  
興味ある方はみてみてください。



### 【ビジネス編】

**5年間新規集客ゼロで売上を安定させている秘訣**

[https://yutakadesign.co.jp/line\\_present04/](https://yutakadesign.co.jp/line_present04/)

リピート、紹介をしてもらいやすくなる方法を何個か紹介します。

ちなみにこれはデザイナーに限らず、他の職種でも全く同じことが言えます。

今現在の仕事でもこれをやると、サラリーマンだったら評価が上がりますし、  
副業、フリーランスだったら、リピート率アップ、紹介して  
もらいやすくなります。

## デザインクオリティを上げる

大工が変な家を作っても売れないように、デザインクオリティを上げるのは  
大事です。

もし自信がなければ、デザインがうまいデザイナーに添削してもらうのが  
良いでしょう。そして、ただデザインがうまいデザイナーではなく、  
**収益を作っているデザイナーの方が、お客さんに求められるデザインを  
出来る可能性が高いので、収益を作っているデザイナーに添削してもらうのが  
オススメです。**

## 即レス

---

出来るだけ早く返信するようにしましょう。

これだけでもかなり大きな差が付きます。

**優秀な人ほど返信が早いです。**

お客さんでも稼いでいる人ほど、時間を大事にしています。

もししばらく対応できない時間がある時は  
事前に伝えておくが良いです。

そうすれば依頼側は、返信がなかなか返ってこないと  
モヤモヤする必要がなくなります。

〇〇時くらいになったら返信がくるだろうなと思えるため、  
ストレスも減りますし、予定をたてやすくなります。

## 納期を守る

---

納期を平気でずらすデザイナーは意外と多かったりするのですが、  
依頼側の精神的負荷が大きいです。

自分はサラリーマンの頃、家電の回路設計をしていましたが、  
納期1日ずれると3億損失でるから、とおどされていました。笑

ビジネスの規模は違えど、納期のズレによるダメージは結構大きいです。

## 常に期待値を少して良いので超えるようにする。

---

ここでいう期待値というのは、  
お客さんが「このくらいのクオリティで上がってくるだろうな」と  
想定しているラインのことを言います。

この期待値は何で決まるかというと、デザインする前に、  
どんなイメージにしたいかヒアリングするのですが、  
その時に参考デザインを出してイメージ合わせをしたりします。

その参考デザインが、「期待値」となることが多いです。

なので、**その参考デザインに対して「同等以上」のクオリティ**を狙いましょう。

また、普段とは違う装飾を少しいれてみたりするのも良いです。  
そうすると、お客さんにとってはちょっとしたサプライズになり、  
ワクワクしてもらうことができます。

私も7年ほど継続依頼してくださっているお客さんがいますが、  
「いつもデザイン上がってくるの楽しみです！」  
「会社の売上作るのより楽しみです！」と言った声をいただいています。

そんな風にお客さんがあなたのファンになってくれることを目指すと  
良いですね。



# 第3章

## 好きを仕事にするために 重要な考え方



## 結果じゃなく、成長にフォーカス

結果というのは、月の売上目標10万円とか30万円とか物質的な目標のことです。

そういった目標を持つことも大事ですが、成長にフォーカスすることがもっと大事です。

なぜかという、その方が**モチベーションが保ちやすく、幸福度も上がり行動もしやすくなる**からです。

結果目標だけしか考えていないと、達成出来なかった時に、気分が落ちやすくなってしまいます。かつ、結果が出るかどうかは、その人が元々持っているスキルや状況によっても変わってきます。極端な話コントロール出来ません。

しかし、成長について言えば、自分次第で常に成長することが出来ます。

例えば、

- ・バナーを作れるようになった
- ・クラウドワークスやココナラのアカウントを作ってみた
- ・コンペにチャレンジしてみた

こういったことでも間違いなく成長はしています。

また、一見失敗に見える出来事があった時、例えば

- ・お客さんにデザイン満足してもらえなかった
- ・売掛金が回収できなかった

ということがあっても、行動の結果ですから、間違いなく成長しています。

- ・次お客さんにデザイン満足してもらうにはどうすれば良いか？
  - ・売掛金未回収を避けるにはどうすれば良いか？
- 考え、改善することで次に繋げることが出来ます。

結果目標はなかなか自分でコントロール出来ないことも多いですが、

成長は、自分次第でいつでもすることが出来ます。

そして、成長した自分を褒めることも大事です。

結果目標に向けて、どんな行動を取ってどう成長できたか？

成長できたことを自分で褒めて、喜ぶ。小さなことでも良いです。

そうすることで、モチベーションが保ちやすくなり、行動もしやすくなります。

---

## 最初から自己流でやると事故る

---

自己流でやるとなぜ微妙なのか？

とにかく時間がかかります。

お金は減ったり増えたりしますが、時間（寿命）だけは減る一方。

例えば、日本人の健康寿命（生活に不自由なく生きれる）は80年と  
言われています。

元気に生きられるのは70歳までと考えると、30代なら残り40年、40代なら  
残り30年。

意外と長くはありません。

もちろん、今が一番若いわけですが

歳を取ればやりたいことも、体力が制限してしまい、出来なくなります。

学べば、成果は早く出やすくなり、収入も早く得やすくなります。

体力のあるうちに色々なことを体験することが出来ます。

- ・好きなブランド、服、車を買う
- ・彼氏や彼女に好きなものを買ってあげる、良い旅行に連れて行って上げる
- ・親孝行でプレゼントしたり、旅行に連れて行ってあげる。

なんでも良いです。

学びに投資することは、ある意味、若返りとも言えます。

また、何か不明点があったり、壁に当たったりした時すでに**答えを知っている人なら5分で解決できることを2日間悩んだり**してしまいます。

私も普段、生徒さんから質問を受ける時に  
だいたいすぐ解決できることが多いですが、  
話を聞いていたら2日間悩んでました、という人もいました。

私も、一度きりの人生後悔のない人生にするために、時間を買うことは意識しています。

---

## 1 に行動、2 に行動、3 に改善

---

本当に行動が大事です。成果を出す人で行動が遅い人はいません。

あの楽天の社訓は、スピードスピードスピードです。

まず実践し、改善。

---

## うまくいくのは人のおかげ、 うまくいかないのは自分のせい

---

私も1年目この考え方に変えたら、かなり状況が好転しました。

「**自己責任マインド**」これはビジネスで成果を出す人が全員もっている考え方です。

なぜか？人のせいにしたら、改善しません。  
改善しなければ成長も止まりますし、成果は出ません。  
自分のせいと考えれば、次、どうすれば良いか？改善を繰り返すことができます。

「うまく行くのは人のおかげ」これは、感謝する。ということですね。感謝できないと慢心します。その結果、人が離れてしまいます。

あなたも「ありがとう」と言われると、嬉しいですね？

「ありがとう」と言ってくれる人にはまた何かしてあげたい、と思しやすいです。

実際のところ、うまくいっている時は誰かのおかげです。

例えば、仕事でうまくいったのはお客さんがなければ成立しませんし、誰かが紹介してくれたおかげかもしれません、副業などにチャレンジ出来るのは、家族のおかげかもしれません。

パナソニック創業者の松下幸之助さんは、採用面接の時、

「あなたはついていますか？」と質問し「ついてません」と答えた人は不採用にしていたそうです。

なぜかというところ、「ついています」と言える人は、人に感謝できる人だからです。

そして、感謝すると自分自身のメンタルにも良いことがわかっています。

うまくいくのは人のおかげ、と考えてみてください。少し気持ちがスッキリするのが分かると思います。

そういった意味でも、「感謝する」ことは大事です。

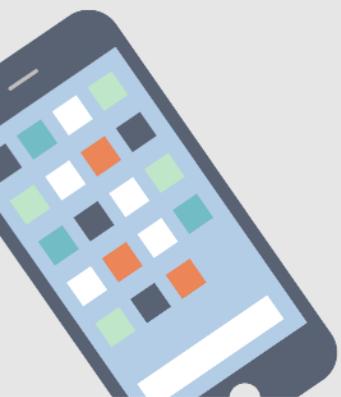
考え方＝マインドセットは、実は一番重要なので意識していきましょう。



 YUTAKA DESIGN

# 第4章

## 今後のアクション



## 最重要なのはマインドセット

今回お伝えした中で一番大事なものは、実は最後の考え方（マインドセット）です。

最初はどうやれば良いか？

ノウハウのところが気になると思いますが土台となるマインドセットが実は大事です。

マインドセットが変われば、行動が変わり、成果も変わるため、一番効果としても大きいです。

私自身、1年目も強くマインドセットを意識した結果、ちょうど1年で月100万円いくことが出来ました。

マインドセット変えると、

**現在されてる仕事の成果や人間関係も良くなっていきます。**

ぜひ落とし込んでいってください。

その上で、次の3ステップでデザイナーとして活躍していってください。

- ・ **デザイン未経験、まだデザインが出来ない場合**

>>STEP 1：デザイン未経験

- ・ **デザインが出来るけど仕事が取れていない場合**

>>STEP 2：実績を作る

- ・ **デザインが出来て仕事もちらほら取れている場合**

>>STEP 3：さらに仕事を拡大していく

成長にフォーカスして、行動ベースでやっていきましょう。

## 毎月10名限定、個別相談会開催中

デザイナーとして理想を実現するためのロードマップを、  
より深掘りして一緒に考える、個別相談も、毎月10名様限定で行っています。

繁忙期に入ってしまうとクローズする可能性もありますので、  
興味ある方はお気軽にご参加ください。

↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓

[https://yutakadesign.co.jp/smr\\_cta/](https://yutakadesign.co.jp/smr_cta/)

各月先着**10**名様限定

**無料個別相談**

**無料で今すぐ申し込む**

