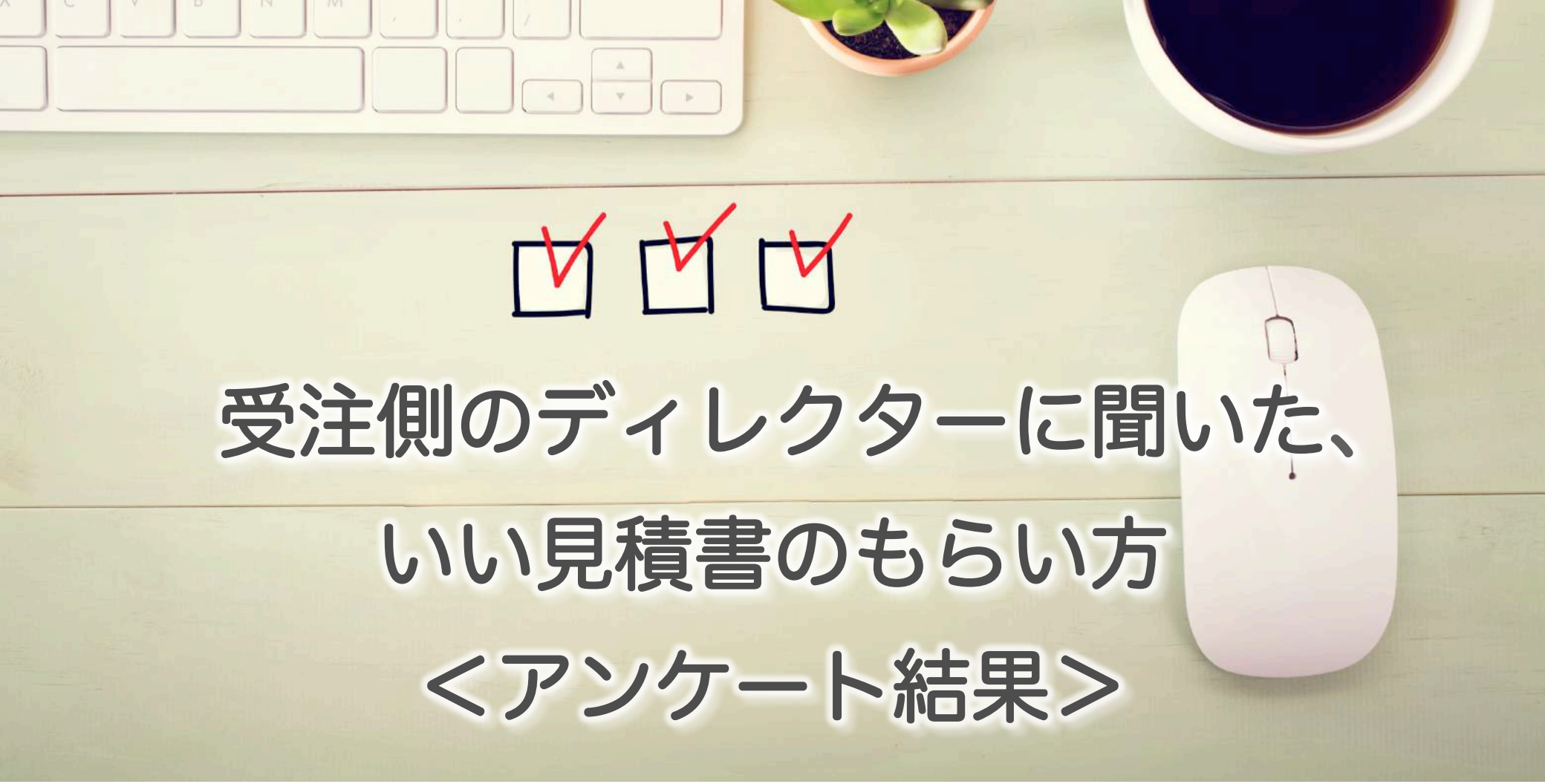


受注側のディレクターに聞いた、いい見積書のもらい方＜アンケート結果＞

Director Bank
make alternative.

ディレクターバンク株式会社

2018年8月30日
www.directorbank.co.jp

本日のAgenda

1. アンケート概要
2. 回答者属性
3. アンケート結果（全５問）
4. アンケート結果のまとめ

１．アンケート概要

アンケート概要

「受注側のディレクターに聞いた、いい見積書のもらい方」アンケート

日頃、クライアントから依頼されて見積書を作成しているWebディレクターの立場から、「発注側（Web担当者）はどのようなポイントに注意すれば、より適切な価格の見積書を取り寄せることができるか？」アンケートを実施してみました。

・調査期間：2018年7月23日～8月10日
・調査対象：Web制作や運営業務に１年以上携わっているディレクターが対象
・調査方法：オンラインアンケート調査
・設問数：５問

2．回答者属性

設問内容

質問１）
あなたが**新規のクライアントから仕事を受ける時、重視しているポイント**を教えてください。

質問２）
あなたが見積書を作成する時、**どのあたりの要素が見積もり金額に大きく影響**してきますか？

質問3）
見積もりのやりとりをした経験の中で、**いい発注者との思い出**があれば教えてください。

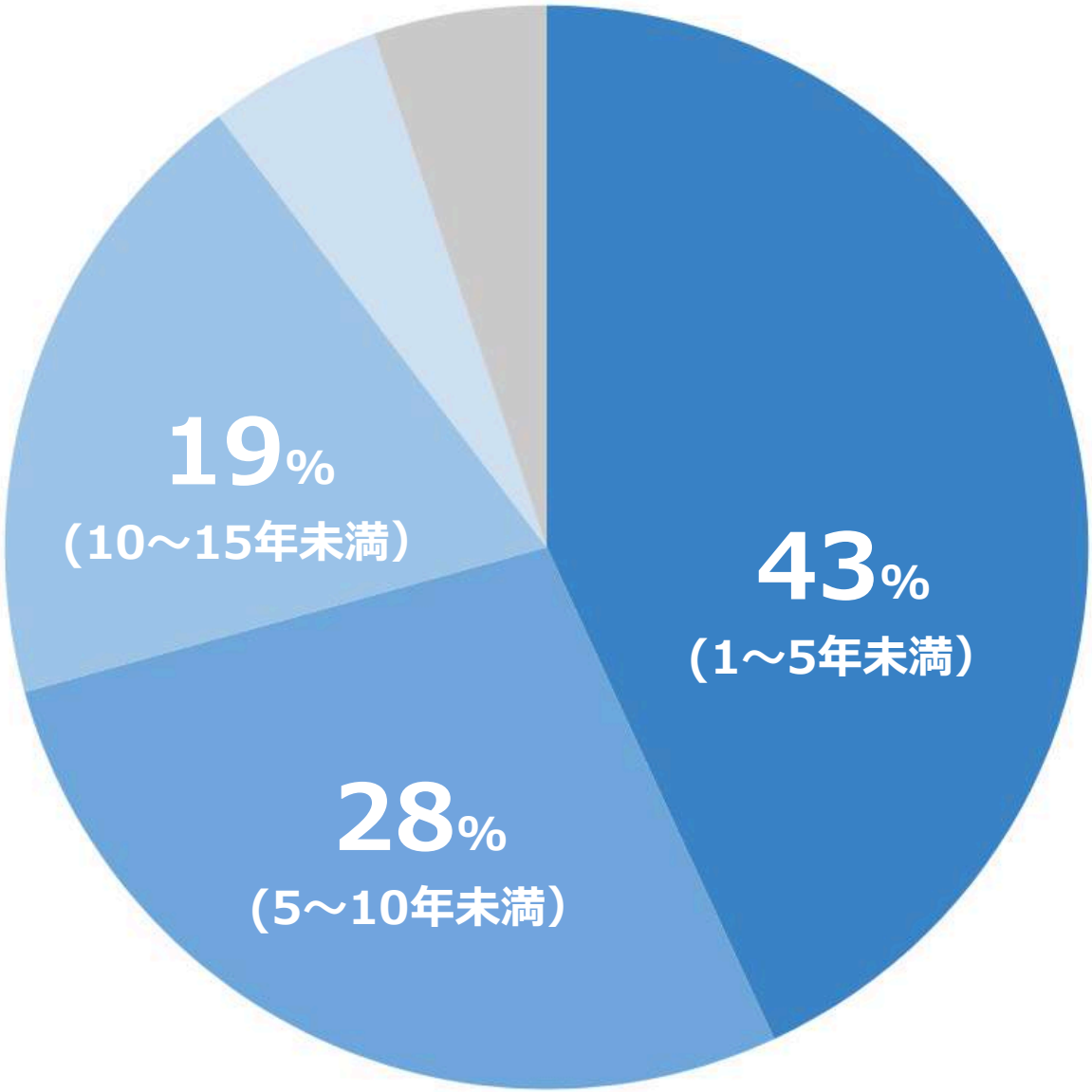
質問4）
見積もりのやりとりをした経験の中で、**嫌な発注者との思い出**があれば教えてください。

質問5）
発注者に対して、より**適切な価格の見積もり書を取り寄せるためのアドバイス**があれば教えてください。

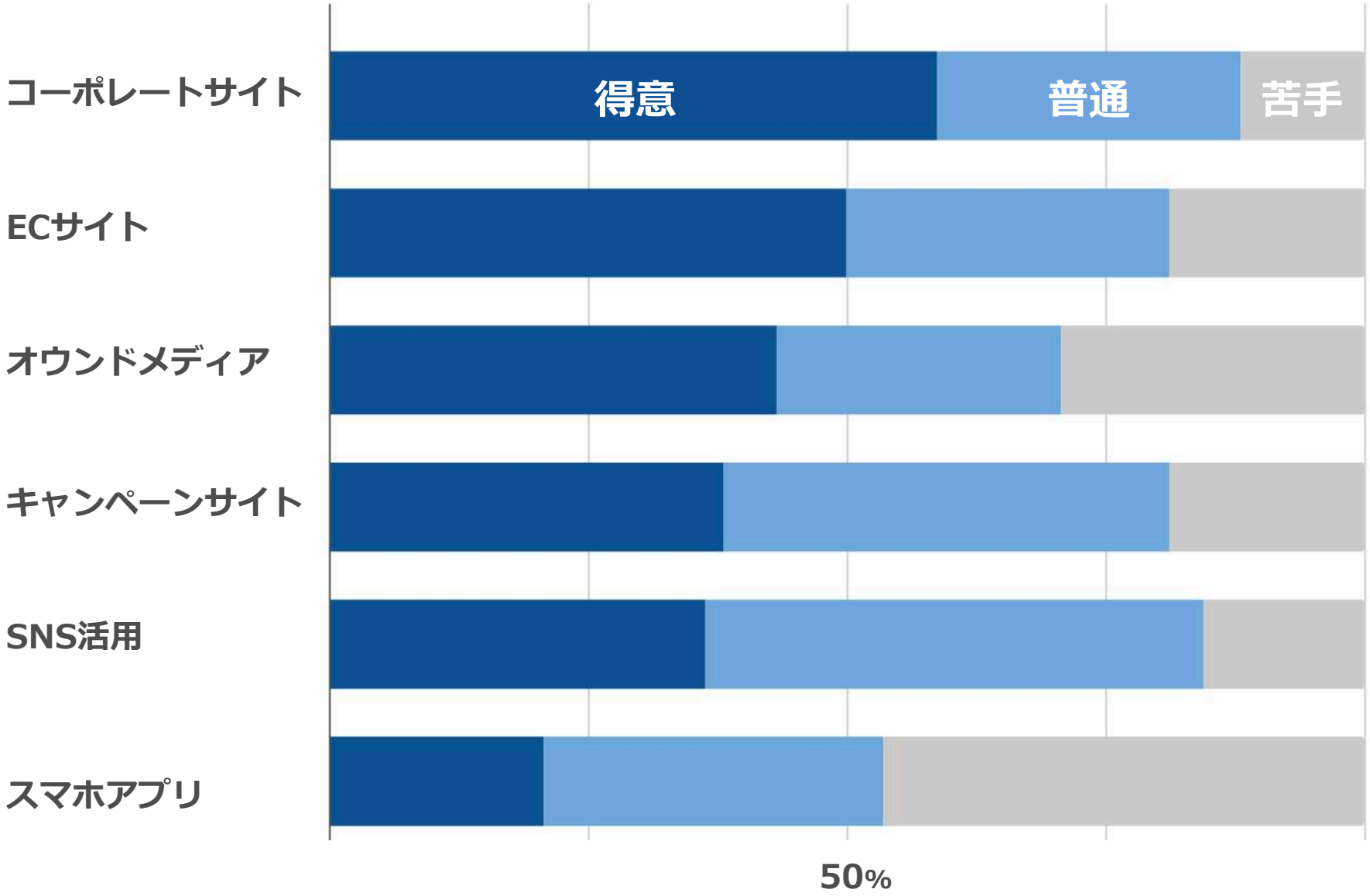
回答者数

58名

ディレクター歴



得意な業務領域


コーポレートサイト
ECサイト
オウンドメディア
キャンペーンサイト
SNS活用
スマホアプリ
得意
普通
苦手
50%

３．アンケート結果

質問１）
あなたが新規のクライアントから仕事を受ける時、
重視しているポイントを教えてください。

© Director Bank Corporation

あなたが新規のクライアントから仕事を受ける時、重視しているポイントを教えてください。

1位(98%) 納期（スケジュールのタイトさ）	2位(88%) クライアントの発注予算規模	3位(78%) 継続的な取引になりそうかどうか
3位(78%) 自分が得意なジャンルかどうか？	5位(76%) チーム編成をどう考えているか？	6位(74%) クライアント側の担当者との相性
7位(69%) クライアント側の担当者のやる気	8位(66%) 自分の興味関心	9位(60%) クライアントのブランド、評判

その他の回答（フリーアンサーから）

プロジェクトの準備状況と情報開示

- ✓ 労働時間、予算、時間、追加で発注をしたい場合の条件や金額、納品後のフォロー等、諸々の条件をきちんと提示してくれているかどうか。
- ✓ 文章や画像などのデータの準備状況
- ✓ 予算額の提示の有無
- ✓ 相見積・入札などクライアント側による事情なんかも知れたら良い

クライアントとのコミュニケーション

- ✓ 連絡のやりとりがスムーズかどうか
- ✓ 決裁者との関係性（距離感）
- ✓ クライアントの意思決定権者の傾向
- ✓ 自社オフィスとクライアントのオフィスとの距離（移動時間）

その他の回答（フリーアンサーから）

クライアントのITリテラシー

- ✓ クライアントのウェブに対する理解度
- ✓ 発注側の担当者のWEBに対する認識や感覚

クライアント属性

- ✓ クライアントの熱意を重視します
- ✓ 過去の取引実績。
- ✓ 顧客側がビジネスの芯を持っているか。目標設定やKPIなど、経営方針に沿って必要なときに必要な決断を下せなければプロジェクトが進まないため。
- ✓ 事業投資案件かコスト削減案件かどうか
- ✓ 相談相手、パートナーとして扱ってくれる企業文化かどうか
- ✓ 最低限のマナー。

質問２）
あなたが見積書を作成する時、どのあたりの
要素が見積もり金額に大きく影響してきますか？

© Director Bank Corporation

あなたが見積書を作成する時、どのあたりの要素が見積もり金額に大きく影響してきますか？

1位(98%) 全体の作業量	2位(95%) 取り組み内容の難易度	3位(91%) 作業内容の煮詰まり具合
4位(88%) クライアントとの想定コミュニケーションコスト	5位(86%) 要求されている納期	6位(71%) 過去の自分のスキルやノウハウが活かせる案件かどうか
7位(69%) クライアント側担当者の人間性、やる気	8位(64%) 継続的な取引にそうかどうか	

その他の回答（フリーアンサーから）

求められる品質・修正回数

- ✓ 事前にわかりにくいですが、修正回数ですね
- ✓ 発注者に品質に対するこだわりがあるかどうか(多少品質が悪くても納期を優先するか等)

素材の準備状況

- ✓ クライアントが要求を自分たちでまとめドキュメント化している（できる）か否か
- ✓ 素材の準備度合い（原稿があるか、写真はあるかなど）
- ✓ 前提条件（既存インフラを使う必要がある、デザインレギュレーションが決まっている、開発環境が決まっているなど）

クライアントの関わり方、ポジション

- ✓ クライアント側の決裁フロー。掲載内容やデザインの承認を取るフローがチーム外に必要かどうか。チーム内に決裁者がいればスムーズに進むが、そうでなければやり取りのコストが増加する。
- ✓ クライアント側がどの程度ディレクションしそうか。クライアントがディレクションしたがると、ややこしくなる可能性が高いため、多少予算にバッファを持つようにする。
- ✓ 社内のその人のポジション（決裁権までの距離）
- ✓ 一緒にやりましょうというスタンスがあると、こちらも頑張ろう（安く見積もろう）という気になります。

質問３）

見積もりのやりとりをした経験の中で、

いい発注者との思い出があれば教えてください。

© Director Bank Corporation

フリーアンサーから

- ✓ どういったことをやりたいのか、どのようなものにしたいのかが**明確に説明できる熱意のあるクライアント**は良かったです。
- ✓ 先方上層部の空気感や熱量をちゃんと伝えてくれた。案件に対する真剣度が伝わったし、**一緒に作り上げましょうという熱意**がすごく伝わった。
- ✓ 一緒になにかを創り上げたいという意識が明確にあり言葉の節々に見える人。そのための**（めんどうな社内調整的な）アクションを主体的にやろうとする**人。
- ✓ **決裁者の調整など各ステークホルダーの合意形成をうまくとってくれる**。また、役割分担を明示したうえでプロジェクトを進めてくれる。
- ✓ 初回の打ち合わせに社内で決裁を受けた企画書、メニュー構成、各ページのデータ（掲載文章・画像）をお持ち頂けた案件は、それらをご準備頂く間にクライアント側がコンセプトやイメージを研ぎ澄ませておられたので、こちらは制作に集中することが出来、打ち合わせから納品までとてもスムーズにお取引出来ました。

質問４）

見積もりのやりとりをした経験の中で、

嫌な発注者との思い出があれば教えてください。

© Director Bank Corporation

フリーアンサーから

- ✓ 「**いくら位で何が出来ますか？納期は？**」漠然とし過ぎて答えようが…
- ✓ 全部人に任せて得に自分はやりたいことが無い人。**特にイメージなく「できれば安く」しか言わない人**。
- ✓ 事前に確認したにも関わらず**後からの変更点が多い**クライアント様。
- ✓ 他社と比較し、提案関係なく**「金額」だけでの値下げ交渉**。
- ✓ **複数の見積もりパターンを要求**しておきながら、その発注者から音沙汰がなくなったこと。
- ✓ 見積もりを提示した後、**連絡がない**。（見送るにしても連絡してほしい）
- ✓ 見積書の前提となる提案書など、**こちらの資料を見てない人**／「ざっくりで良いから」とラフな仕様で急ぎの見積りを出させた上で、いろいろ質問してきて、結局、仕事にならないことが繰り返される
- ✓ **正直に話をしない、ヒアリングしても情報を出さない**。結果的に良い提案ができないためコストの無駄遣いとなる。

質問５）
発注者に対して、より適切な価格の見積もり書を
取り寄せるためのアドバイスがあれば
教えてください。

© Director Bank Corporation

1.できるだけ条件を明確に提示する。

- ✓ できるだけ仕様を明確にしておくことだと思います。仕様が曖昧だと、相見積もりをとっても、それぞれ仕様が違う状態で見積もりが出てくるので、比較になりません。
- ✓ インフラまわりが不透明(どのサーバを利用しているのか分からない、誰が管理しているか知らないなど)なことが多いので、その辺りを明確にして依頼頂けるとより精度の高いものになるかと思います。

2.サンプルを提示する。

- ✓ こんなサイトにしたいなど、参考にしたいサイトがあれば機能面も含めて、こんなことがしたいのねとわかります。
- ✓ 制作してほしいものの詳細やイメージを共有できるような素材を用意してほしい。（なんとなくで口頭やメールで伝えるなどは控えてほしい）
- ✓ 過去の同規模の案件での発注単価情報があれば参考になります。

3.優先順位をつけておく

- ✓ 何を最も重視するか、金額（安さ）なのか、納期（速さ）なのか、内容なのか、最も重視する点を明確にして欲しい。
- ✓ 何を重視するのかを明確にしていただけると、コスパが良くなると思います。
- ✓ 自分たちの要求をMUST、WANT、予算次第、みたいな優先度つきで文書化しており、やりたいことと外注したいこと、自分自身でやることをしっかりイメージしていると良いと思います

4.背景、目的も共有しておく。

- ✓ 案件の背景など、全体像を共有するとプラスαの提案などが引き出せると思います／どのレベルの見積書か（社内の予算取りレベル／発注段階／相見積など）を提示しておくとズレが少ないと思います
- ✓ その仕事を行う目的を明示することですね。取捨選択やプランBが出しやすいので
- ✓ 間違っていてもいいから、制作の目的・やりたいこと、その他要件をできるだけ明文化すること

5.フェーズを分ける

- ✓ 企画要件定義フェーズと制作開発フェーズを分ける。
- ✓ 仕様まわりはある程度詰めてから見積もりを依頼するといいと思います。「参考サイトのこの部分と似た仕様で」といった補足があると工数を出しやすいです。仕様があまり詰まっていないと高い金額で見積もりが出てきたり、安い金額で出てきた場合は制作の途中で仕様によって追加料金を提示されることがあります。

6.コミュニケーションをしっかりとる。

- ✓ 発注者が委託する業務の内容を理解すること。
- ✓ コミュニケーションをしっかりとることが最も重要
- ✓ 仕事を出しているという気持ちだとうまくいかない、発注側も受注側も対等と言う気持ちが大事

４．まとめ

アンケート結果のまとめ

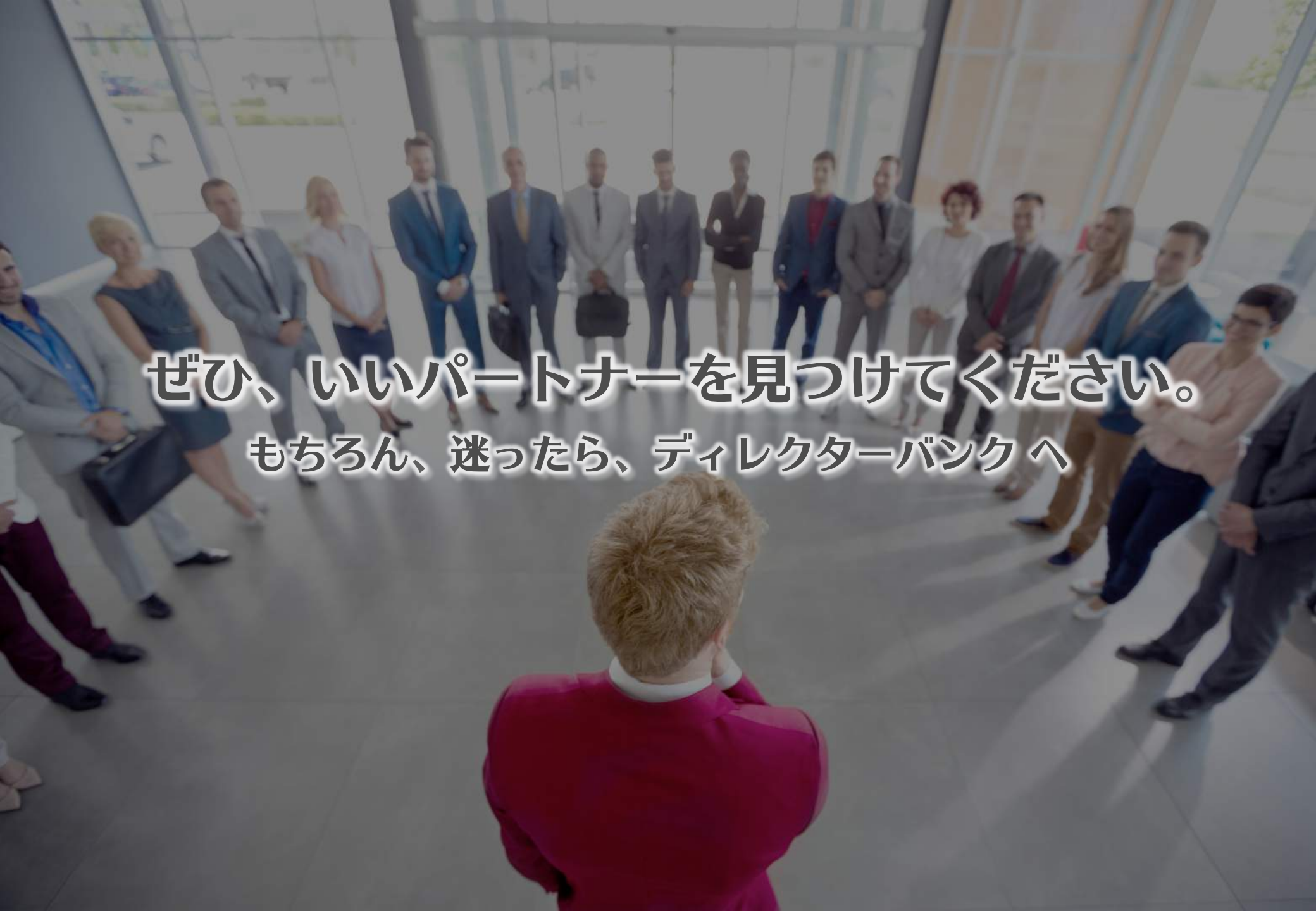
1.ディレクターが新規の仕事を受ける時、重視しているポイントTOP3は、
「１位：納期」「２位：予算」「３位：継続的に取引できるかどうか」

2.ディレクターが見積金額を作成する時、影響を受ける要素TOP３は、
「１位：作業量」「２位：取り組み内容の難易度」「３位：プロジェクトの煮詰まり具合」
（全体的に、案件の煮詰まり具合とクライアントとの想定コミュニケーションコストが
大きく影響していると思われる）

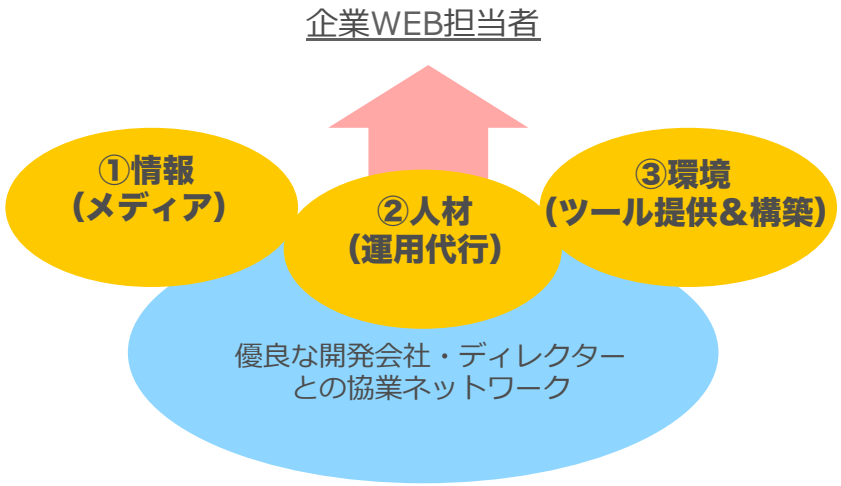
3.**「一緒にやろう」という姿勢、きちんと社内調整や決裁がとれる発注者**は好印象。

4.**リクエストが漠然としている、あとで条件を変更する、値段しか見ていない、
コミュニケーションが雑な発注者**は悪印象。

5.いい見積書をもらうコツは、
**「①できるだけ条件を明確に提示する」「②サンプルを提示する」「③優先順位をつけておく」
「④背景、目的も共有する」「⑤フェーズを分ける」「⑥コミュニケーションをしっかりとる」**


ぜひ、いいパートナーを見つけてください。
もちろん、迷ったら、ディレクターバンク へ

ディレクターバンク株式会社のご案内



社名：ディレクターバンク株式会社
https://www.directorbank.co.jp

事業内容：

1．WEB担当者向けメディアの運営
2．WEB担当者向け企画・運用業務の支援
3．デジタルマーケティングサービスの提供
4．その他、WEBサービス及びデジタルマーケティングに関する企画、運用

設立：2016年12月1日

代表：棟近　直広

所在地：東京都渋谷区広尾1-3-18 広尾オフィスビル11F

主要取引先：

・富士通クラウドテクノロジーズ株式会社
・富士通ネットワークソリューションズ株式会社
・横浜ケーブルビジョン株式会社
・昭和女子大学
・株式会社アウトプラッツ
・日本ウォーターズ株式会社
・株式会社夢グローバル
・りえぞん企画株式会社
・ココン株式会社　　など

デジタルマーケティングを

「Web担当者視点」で最適化する。

Director Bank

make alternative.