

[001 - ∞] 0.00 ————— 1.00

AI を、 業務に実装する。

Web制作 × 動画制作 × SEO/AIO × EC

各領域にAIを組み込む必要性、市場データ、そしてCoadexが提供できる価値。

本資料の構成

01	なぜ今、AIなのか	検索・消費・制作の前提が変わった
02	Coadexの強み	領域をまたいだ課題を、横断してAIで解く
03	4領域 × AI	Web / 動画 / SEO→AIO / EC：必要性和データ
04	Coadexの価値提供	診断 → 設計 → 実装 → 運用まで一気通貫
05	AI導入診断と支援の型	なぜ診断から始めるか／診断→実装→月額運用
06	領域別の業務・期間・ゴール	何をして、いつまでに、どうなったら完了か
07	体制と料金イメージ	設計はCoadex、実装は協力パートナーと分業／中小企業向け目安
08	費用対効果	どのくらいの期間でペイするか

検索も、消費も、制作も。 前提が変わった。

「AIを使う／使わない」の話ではなく、顧客がすでにAIの向こう側にいる、という話。

130～150%

AI検索流入の前年比成長

2026 Q1時点。参照トラフィック全体の12～18%を占める

−58%

AI Overview表示時のCTR

ゼロクリック検索はGoogle全クエリの65～70%に

最大23倍

AI検索経由のCVR

オーガニック比。量より質の流入へシフト

約7割

生成AI利用者の買い物活用率

うち約6割が実際に購入（国内調査・2026）

→ 「見つけてもらう」「買ってもらう」の入口が、検索結果ページからAIの回答文の中へ移動している。

会社の課題は、ひとつの領域では終わらない。 だから、横断してAIで解く。

サイトを直せば集客が動き、集客が動けば商品ページと動画が要る。課題はいつも領域をまたぐのに、発注先は領域ごとに分かれている。CoadexはHPデザイン・SEO/AIO・集客・動画制作・ECを切り離さず、ひとつの設計としてAIで解きます。

01 / 横断

領域をまたいだまま、 まとめて設計する

HPデザイン、SEO/AIO、集客、動画制作、EC。別々に頼めば別々の答えが返ってくる領域を、同じ担当がひとつの設計に通します。

02 / AI

各領域の作業を、 AIで内製化する

記事・構造化データ・商品説明・動画の構成。外注と人手に頼っていた工程をAIに寄せ、作業時間と外注費の両方を圧縮します。

03 / 窓口ひとつ

見積もり・打ち合わせ・ 進行管理が1本になる

発注先はCoadex1社。会社間の橋渡しを自社で抱える必要がなくなり、手戻りと待ち時間がそのまま消えます。

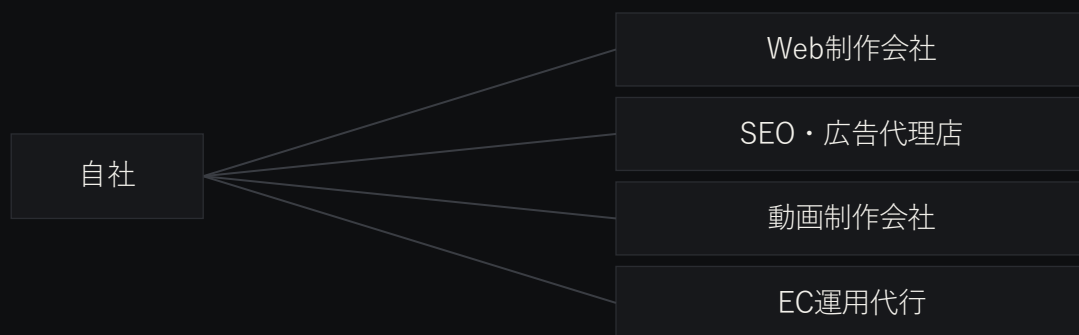
→ これまでより安く、速く、窓口ひとつで。領域をまたいだままの課題を、またいだまま解決する。

これまでと、Coadex。 同じ課題を、どう解くか。

同じ課題でも、誰に頼むかで工程の数が変わる。左は領域ごとに発注した場合、右はCoadexに任せた場合。

BEFORE / これまで

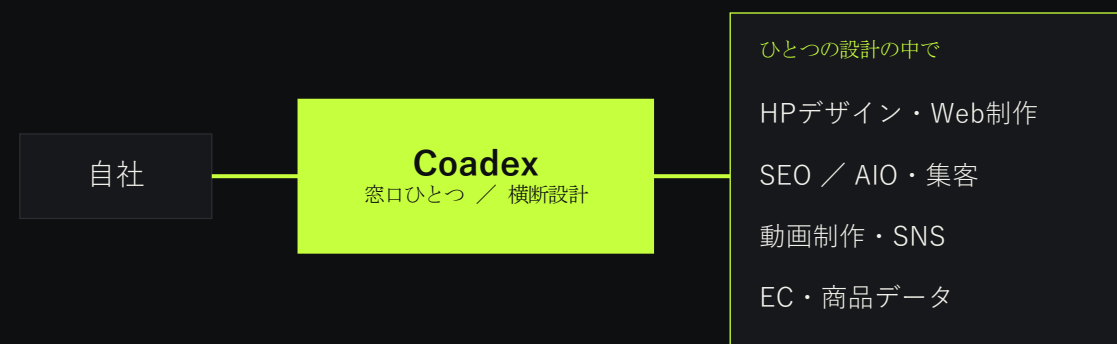
領域ごとに、別々の会社へ発注



- × 見積もり・契約・請求が、会社の数だけ発生する
- × 会社をまたぐ調整は、結局すべて自社が引き受ける
- × 設計がつながらず、手戻りと待ち時間が積み上がる

AFTER / Coadex

窓口ひとつで、横断して設計



- + 見積もりも請求も1本。管理コストがそのまま外れる
- + 領域をまたぐ判断を、同じ担当がその場で決められる
- + 効果の大きい順に、1領域からでも始められる

Web制作 × AI

「速く作る」から「AIに読まれる構造で作る」へ

WHY / 必要性

作だけのWebは値崩れする

ノーコードと生成AIでサイト制作の参入障壁は消えた。一方で、AI検索に引用され、指名される構造（構造化データ・回答設計・信頼性シグナル）を実装できる制作会社は少ない。ここが次の価値。

WHAT / 変わる工程

要件定義～運用までAIが入る

- ・ 要件整理・情報設計のドラフト生成
- ・ コーディングのAI支援（工数40～60%減が現実的）
- ・ Schema.org / llms.txt の標準実装
- ・ 公開後のAI引用モニタリング
- ・ 多言語展開の自動化

DATA / 根拠

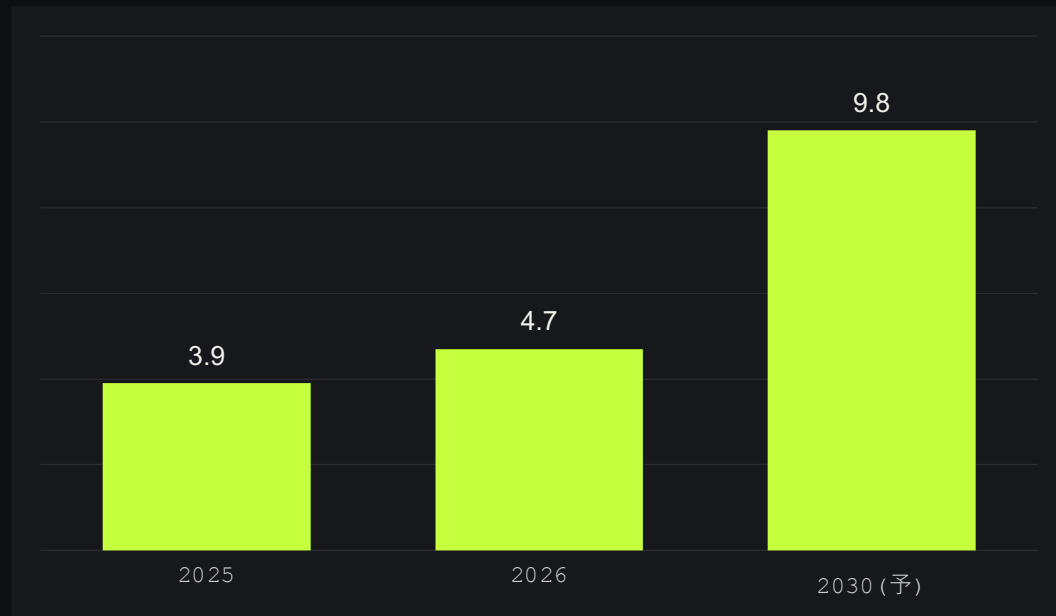
引用の76%は検索上位から

Google AI Overviewの引用は上位ページからが多いが、その重なりは急減中（次ページ）。つまり「従来SEOの土台 × AI向け構造」の両方を持つサイトだけが引用され続ける。

動画制作 × AI

「撮って編集」の外側に、新しい工程が生まれている

生成AI動画制作の世界市場規模（億USD）



CAGR 20%超。Netflix等のプライムタイム作品にも生成AIが投入され、2026年は「実験」から「制作フローの標準」へ。

Source: The Business Research Company 「Generative AI in Video Creation Global Market Report 2026」、Forbes JAPAN (2025.11)

企画・プリビズ

絵コンテ・動画ラフを数分で生成し、撮影前に合意形成。修正回数を減らす。

Bロール・素材生成

撮影困難なカットやアニメーションをAIで補完。制作単価を下げつつ本数を増やす。

多言語・多フォーマット展開

1本の長尺から短尺・字幕・吹替（AIアバター含む）を派生。海外向け展開と相性◎。

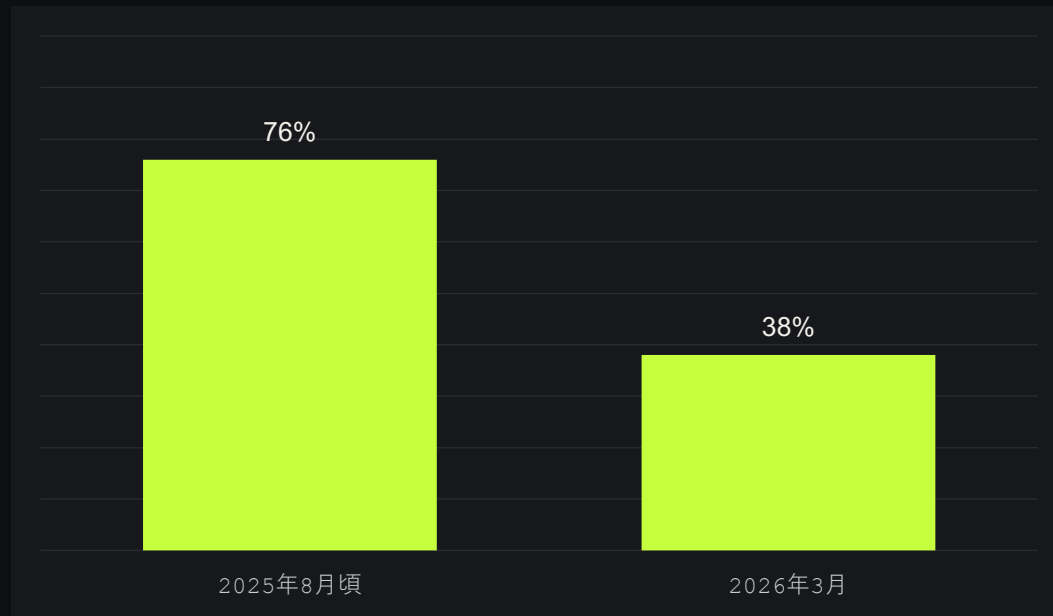
人がやるべき所に集中

演出・構成・ブランド判断は人。AIは「量」と「速度」を担当。

SEO → AIO

「順位＝引用」が崩れた

Google上位10位とAI Overview引用の重なり率



7ヶ月で半減。検索1位でもAIの回答に出ないケースが当たり前になった。

Source: OpenAds / wepick (2026.03)、alejandrorioja.com「What is GEO」、技術評論社『これからはじめるAIO』(2026.04)

なくなった仕事 / 残る仕事

× SEOライティング（記事の量産）→ 誰でもAIで書けるため値崩れ

○ AIに引用される「設計と実装」→ サイトに触れる人にしかできない

AIOの3つのレバー

引用しやすいコンテンツ：冒頭要約、問いの形のH2、一次情報・数字・日付

構造化データ：FAQPage / Article / HowTo などSchema.org実装

llms.txt / llms-full.txt：AIクローラーに読ませる範囲を明示

EC × AI

商品ページの内製化と、エージェントが買い物する時代

24.8兆円

国内BtoC-EC市場規模

前年比+9.2%、EC化率9.38%
(経産省・令和5年度調査)

7割→6割

生成AI利用者の買い物活用 → 購入

AIに相談して買う行動がすでに定着し始めている

Agentic

AIエージェント型ECが主流に

Shopify・楽天等が商品発見～決済のAI化を推進

PAIN

商品100～500点規模で人手が破綻する

モール（楽天・Amazon・Yahoo!）では情報量とキーワード密度が順位に直結。
ページ整備を人力で回し続けるのは非現実的。

SHIFT

「AIに選ばれる商品データ」が必要になる

商品説明・構造化データ・レビュー設計をAIが読める形に。エージェントイック
コマースへの入口。

Source: 経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」、エクスクリエ調査(2026)、Digital Commerce 360 / ネットショップ担当者フォーラム(2026.07)、stockcrew.co.jp

4領域に共通する現実： 「ツールは入った。業務は変わっていない。」

止まっている企業

ChatGPTで下書き程度、担当者の個人技に依存
AI検索での自社の見え方を誰も計測していない
制作会社に「AI対応して」と言えるが、何を頼めばいいか分からない
セキュリティやルールが不明で社内展開が止まる

進んでいる企業

AIを業務フローの「工程」として設計し、誰がやっても同じ品質
AI引用率・AI経由CVRをKPIとして追っている
サイト・動画・商品データを「AIに読まれる形」で統一
小さく試して数字で判断し、効いたものだけ広げる

Coadexが埋めるのは、この2つの間にあるギャップ。

Coadexの価値提供 診断から運用、実装まで伴走

03 / 診断

AI活用診断

現状のWeb・動画・SEO・ECの業務フローを棚卸し。AI検索での見え方、工数の溶けている場所、投資対効果の高い順に可視化する。

成果物：診断レポート／優先順位マップ

04 / 設計

AI業務フロー設計

「どの工程を、どのAIで、誰が、どう確認するか」を設計。ツール選定、プロンプト・テンプレ、ガイドラインまで。

成果物：フロー図／運用ガイド／プロンプト集

05 / 実装

サイト・データ実装

AIO対応の構造化データ、llms.txt、商品データ整備、動画パイプライン構築を、制作会社としてそのまま実装する。

成果物：実装済みサイト／データ／制作環境

06 / 運用

計測と改善

AI引用率・AI経由CVR・制作工数をダッシュボード化。月次で効いた施策を広げ、効かない施策を止める。

成果物：月次レポート／改善提案

ツール説明で終わらない。制作会社だから、設計したものを自分たちの手で実装できる。

なぜCoadexなのか

「AIに詳しい人」は増えた。「現場を知っていて、実装までできる会社」はまだ少ない。

* 現場を知っている

Web制作・動画制作・SEO・ECの実務経験がベース。工数がどこで溶けるか、何がボトルネックかを肌感で把握している。

* 実装まで自社でやれる

デザイン・コンテンツ制作を事業として持つため、設計したAIフローをそのまま制作物として納品できる。提案と実装の分断がない。

* 横断で価値を組み立てる

貿易 × 専門家マッチング × コンテンツ × デザイン。海外展開や専門領域の課題にも、必要な専門性をつないで答えを出す。

* 数字で判断する

「導入した」ではなく「何時間減ったか」「AI引用が何件増えたか」を残す。最初の案件から事例として使える形にする。

なぜ「AI導入診断」から始めるのか

AIは「入れれば効く」ものではない。効く場所と効かない場所を先に見極めるのが、一番安い投資。

01

ツールから入ると失敗する

「ChatGPT契約した」「動画AI入れた」で終わる会社が大半。工程に組み込まれていないAIは、担当者の個人技で止まり、数字にならない。

02

効く場所は会社ごとに違う

同じ制作会社でも、時間が溶けているのが企画なのか修正対応なのか納品後なのかで、入れるべきAIは変わる。診断なしの提案は「当てずっぽう」。

03

診断で「投資判断の材料」ができる

どの工程に何時間かかっていて、AIで何時間減る見込みか。AI検索での自社の見え方はどうか。数字で並べて優先順位をつける。

診断の流れ（約2週間）

1

ヒアリング
業務フロー棚卸し

2

現状計測
AI検索での見え方／工数

3

優先順位マップ
効果×難易度で整理

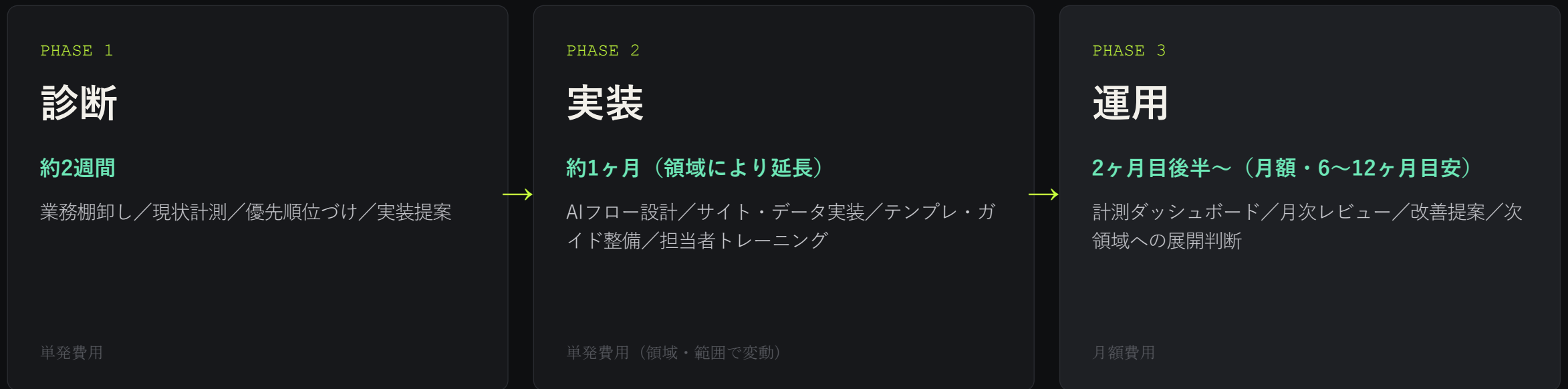
4

提案
実装プラン＋概算費用

成果物：診断レポート／優先順位マップ／実装提案書 → ここで「やる／やらない」を判断できる状態にする

支援の型：診断 → 実装 → 運用（スピードスタート）

標準はこの3フェーズ。着手から約1.5ヶ月で運用に入る。期間は業界・規模・対象領域で前後する（目安）。



スピードスタート：診断は2週間、実装は1ヶ月を基本とし、2ヶ月目後半には運用に入る。「効果が出るまで待つ」期間をつくらない

診断中からクイックウィンを納品し、実装は隔週で成果を出す。大きな改修は運用と並走して進める

各フェーズの終わりに「続ける／止める」を判断できる設計。最初から長期契約を求めない

運用フェーズのゴールは「Coadexがいなくても回る」状態。伴走を減らしていくのが正しい

業界例：動画・ECの内製化は最速で回り始める／AIOは施策後、数字に出るまで1～3ヶ月のラグがあるため運用しながら積み上げる

領域別の業務・期間・ゴール（1/2）

業務内容・目安期間・完了の定義（ゴール）。ゴールは「Coadexがいなくても回る」状態を基準にする。

WEB

Web制作 × AI

やること

- 既存サイトの構造診断（AIに読まれているか）
- Schema.org 構造化データ／llms.txt の実装
- FAQ・回答型コンテンツの設計と制作
- AI引用モニタリングの計測環境づくり
- 制作フローへのAI組み込み（要件整理・コーディング支援）

期間目安	診断2週 + 実装1ヶ月 + 運用（2ヶ月目後半～。AIO効果の計測は+1～3ヶ月）
ゴール	AI検索（AI Overview・ChatGPT等）で自社が引用され、AI経由の問い合わせが計測できている状態

VIDEO

動画制作 × AI

やること

- 企画～納品までの制作フロー棚卸し
- AIツール選定（プリビズ／字幕／翻訳／Bロール生成）
- テンプレート・プロンプト集の整備
- 多言語・短尺派生の制作パイプライン構築
- 制作チームへのトレーニングと運用移管

期間目安	診断2週 + 実装1ヶ月 + 運用（2ヶ月目後半～・月額）
ゴール	1本あたりの制作時間または単価が目標値まで下がり、その手順が社内で回っている状態

領域別の業務・期間・ゴール（2/2）

業務内容・目安期間・完了の定義（ゴール）。ゴールは「Coadexがいなくても回る」状態を基準にする。

SEO → AIO

SEO/AIO × AI

やること

- 現状のAI引用状況・AI経由流入の計測
- 既存記事の再設計（引用されやすい構造へ）
- E-E-A-T・一次情報・ブランド言及の強化設計
- コンテンツ制作のAI内製化フロー
- 月次レポートと改善サイクルの運用

期間目安	診断2週 + 実装1ヶ月 + 運用（2ヶ月目後半～・月額・6ヶ月～）
ゴール	主要テーマでのAI引用件数が増え、検索順位だけに依存しない流入構造ができている状態

EC

EC × AI

やること

- 商品説明・構造化データ・レビュー設計のAI内製化
- モール（楽天・Amazon・Yahoo!）向けページ整備の仕組み化
- 既存商品データの一括整備（初期）
- エージェント型コマースに備えた商品データ設計
- 社内担当者への運用移管・育成

期間目安	診断2週 + 実装1ヶ月 + 運用（2ヶ月目後半～。データ整備は運用と並走）
ゴール	担当者が自走で商品ページを量産・更新でき、ページ整備数と検索順位・CVRが上がっている状態

体制：設計はCoadex、実装は協力パートナーと分業

小さな会社だからこそ、抱え込まずに最適な手を組み合わせる。責任と窓口はCoadexが一本化する。

COADEX

設計・診断・プロジェクト管理・運用

業務診断・優先順位づけ・AIフロー設計
構造化データ／llms.txt／テンプレなど軽量な実装
AIツール選定・プロンプト設計・ガイドライン
協力パートナーのディレクションと品質管理
計測・月次レビュー・改善提案
お客様との窓口はCoadexが一本化

PARTNER / 開発

コーダー・エンジニア

大規模なサイト改修、API連携、自動化ツール開発など、専門性の高い実装が必要な場合

PARTNER / 制作

動画編集者・デザイナー

制作本数が多い案件、AIでは補えない演出・仕上げが必要な場合

PARTNER / 専門家

税理士・弁護士・業界専門家

Coadexの専門家マッチング事業を活かし、補助金・法務・業界固有の課題に対応

複雑な実装が必要な場合は、Coadexが設計・管理し、協力パートナーが実装します。費用は事前に見積提示し、Coadex経由で一括請求。

料金イメージ（目安） 1/2

範囲・規模で変動するため、診断後に確定見積を提示。初回案件は実績づくり価格での対応も相談可。金額は税別。

WEB

Web制作 × AI

単発 **AIO対応サイト改修** **30～80万円**
構造化データ／llms.txt／回答型コンテンツ設計

単発 **制作フローのAI化** **20～40万円**
要件整理～コーディング支援／テンプレ・ガイド

月額 **AI引用モニタリング＋改善** **5～15万円/月**
計測レポート／改善提案／月1回レビュー

OPTION **サイト新規制作（AIO標準対応）** **50万円～**
規模により見積

モデルケース：初期 50万円（改修）＋ 月額 10万円（運用）

VIDEO

動画制作 × AI

単発 **AI動画フロー設計＋環境構築** **30～60万円**
ツール選定／テンプレ・プロンプト集／トレーニング

月額 **運用サポート** **5～10万円/月**
テンプレ更新／伴走／月1回レビュー

OPTION **制作代行（AI活用）** **5～20万円/本**
尺・仕上げレベルにより変動

OPTION **多言語・短尺派生パッケージ** **2～5万円/本**
字幕・吹替・SNS用リサイズ

モデルケース：初期 40万円（構築）＋ 月額 8万円（運用）

共通：AI導入診断（単発）10～30万円 ／ 顧問・相談枠（月額）10～20万円 ／ 社内AI研修（半日～1日）10～30万円 ／ 協力パートナーによる開発は別途見積

料金イメージ（目安） 2/2

範囲・規模で変動するため、診断後に確定見積を提示。初回案件は実績づくり価格での対応も相談可。金額は税別。

SEO → AIO

SEO/AIO × AI

単発	AIO戦略設計＋既存記事再設計 AI引用計測／記事再構成／一次情報設計	20～50万円
----	--	---------

月額	月次計測レポート＋改善 AI引用件数／流入／改善サイクル運用	8～20万円/月
----	-----------------------------------	----------

OPTION	AI内製化コンテンツ支援 構成設計＋AI下書き＋人による仕上げ	3～8万円/本
--------	------------------------------------	---------

OPTION	社内ライターAIO研修 半日ワークショップ	10～20万円/回
--------	--------------------------	-----------

モデルケース：初期 30万円（設計）＋ 月額 12万円（運用）

EC

EC × AI

単発	商品データAI内製化の仕組み構築 内製化フロー／テンプレ／モール別ルール整備	30～80万円
----	---	---------

単発	既存商品データ一括整備 商品説明・構造化データ・画像altなど	3～8千円/商品
----	------------------------------------	----------

月額	運用伴走・担当者育成 月次レビュー／担当者トレーニング	10～20万円/月
----	--------------------------------	-----------

OPTION	エージェント対応データ設計 レビュー設計／AIに選ばれる商品データへ	10～30万円
--------	---------------------------------------	---------

モデルケース：初期 50万円（構築＋整備）＋ 月額 10万円（運用）

共通：AI導入診断（単発）10～30万円 / 顧問・相談枠（月額）10～20万円 / 社内AI研修（半日～1日）10～30万円 / 協力パートナーによる開発は別途見積

費用対効果：どのくらいでペイするか（4領域サマリー）

想定モデル（担当者人件費 3,000円/時換算）。数値は診断で実測し、御社の数字に置き換えて再提示します。

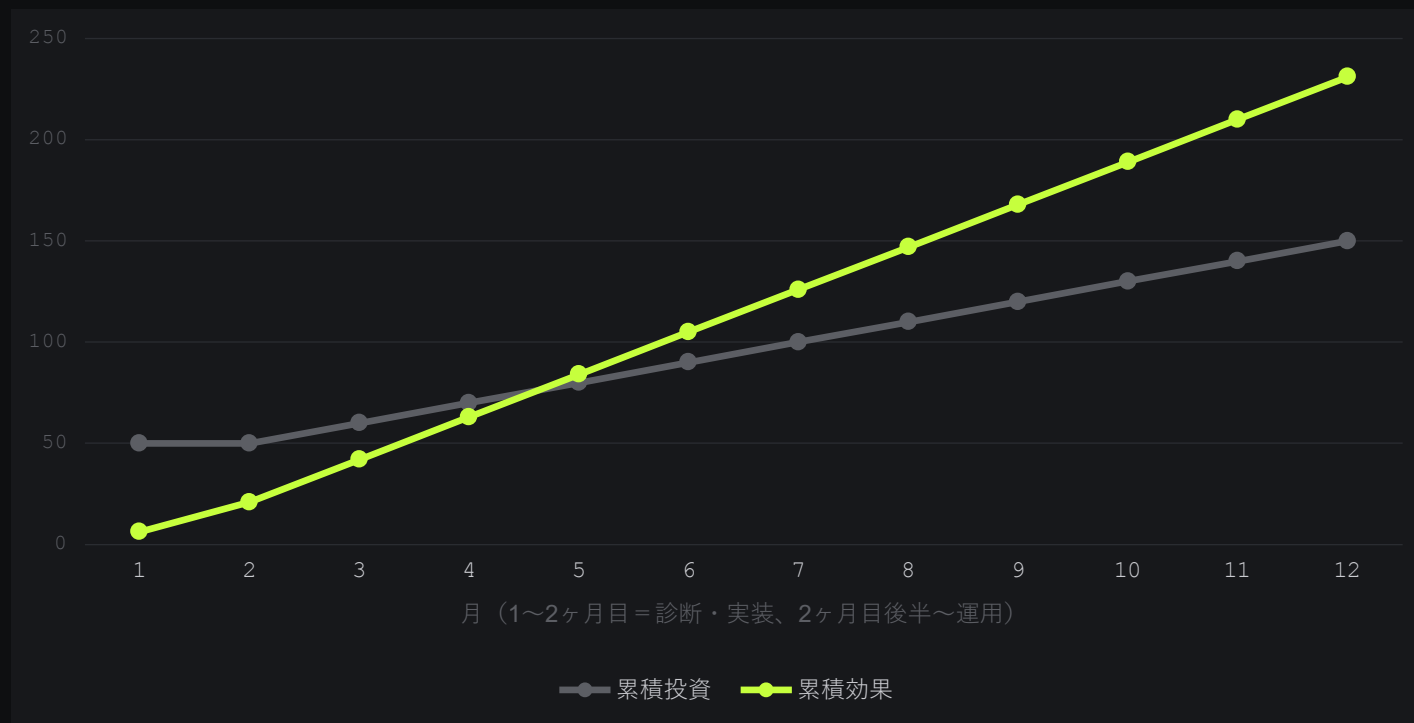
領域	投資	想定効果（月）	純効果/月	回収目安（着手から）
Web / AIO	初期50万＋月10万	AI経由問い合わせ ＋5件/月 × 成約20% × 粗利15万 ＝ ＋15万 コンテンツ制作工数 －20h/月 × 3,000円 ＝ ＋6万	＋11万	約5ヶ月 運用開始後 3ヶ月
動画	初期40万＋月8万	月8本 × 1本あたり －4h ＝ －32h × 3,000円 ＝ ＋9.6万 外注費 1本3万→1.5万 × 8本 ＝ ＋12万	＋13.6万	約4ヶ月 運用開始後 2ヶ月
SEO / AIO	初期30万＋月12万	記事外注 月30万 → AI内製 月15万 ＝ ＋15万 AI引用による指名流入・CVR改善 ＝ ＋4万（保守的）	＋7万	約5ヶ月 運用開始後 3ヶ月
EC	初期50万＋月10万	商品登録・更新工数（－50h/月） × 3,000円 ＝ ＋15万 外注ライティング削減 ＝ ＋5万 ページ品質改善で売上 ＋3%（月商500万・粗利40%） ＝ ＋6万	＋16万	約5ヶ月 運用開始後 3ヶ月

純効果 ＝ 想定効果 － 月額費用。回収目安 ＝ 累積効果が累積投資を上回る月（着手を1ヶ月目、運用は2ヶ月目後半～）。
診断中のクイックウィンから効果が立ち上がり、3～4ヶ月目にフル効果に到達する想定（各領域の詳細ページ参照）。

費用対効果：Web / AIO（想定例）

初期50万円＋月額10万円（運用は2ヶ月目後半～、月額は3ヶ月目から計上）。診断中のクイックウィンから効果が立ち上がり、3ヶ月目にフル効果へ。

12ヶ月の累積：投資 vs 効果（万円）



約5ヶ月

回収目安（着手から）

5ヶ月目に累積効果が累積投資を上回る（運用開始後3ヶ月）

想定効果の内訳（月）

AI経由問い合わせ +5件/月 × 成約20% × 粗利15万 = +15万

コンテンツ制作工数 -20h/月 × 3,000円 = +6万

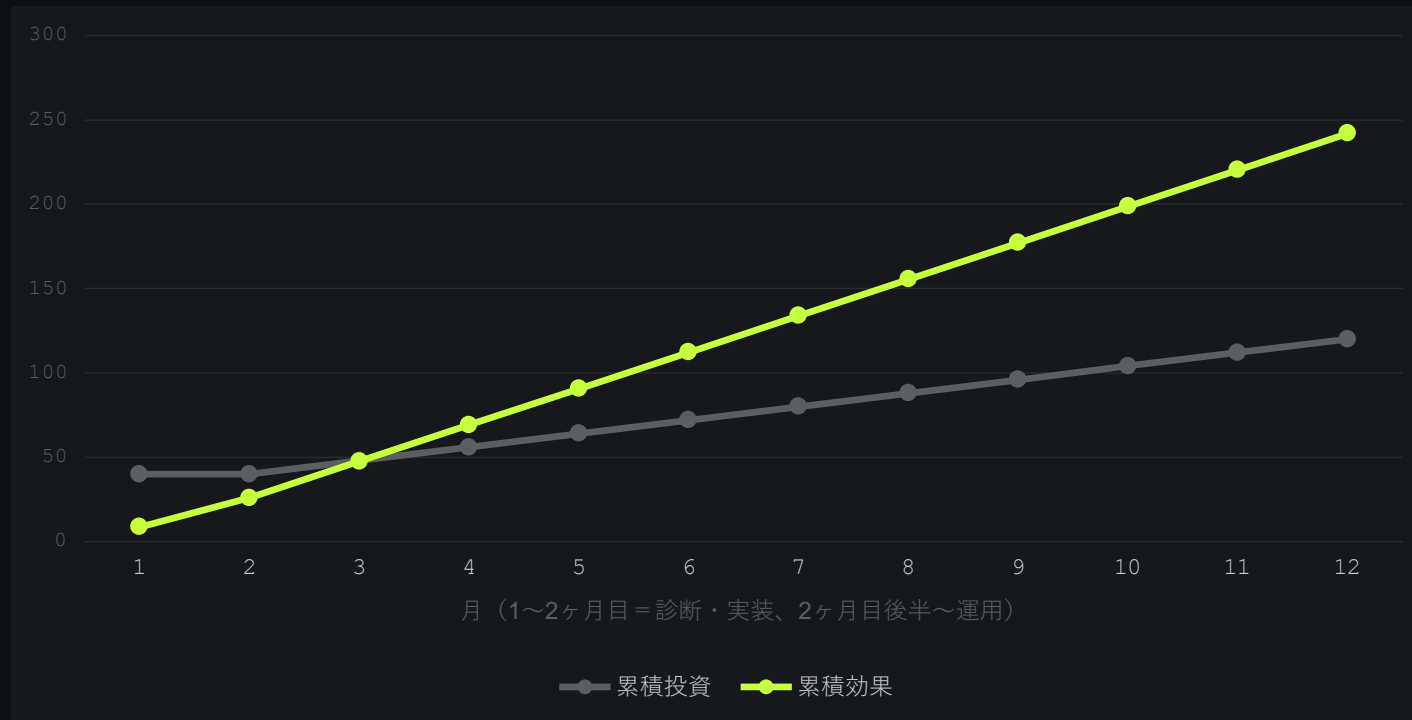
合計 +21万/月 - 月額10万 = 純効果 +11万/月

12ヶ月後：投資 150万円 → 効果 231万円。実装完了後にAI引用が立ち上がるため、効果は運用開始後に段階的に増加。

費用対効果：動画（想定例）

初期40万円＋月額8万円（運用は2ヶ月目後半～、月額は3ヶ月目から計上）。診断中のクイックウィンから効果が立ち上がり、3ヶ月目にフル効果へ。

12ヶ月の累積：投資 vs 効果（万円）



約4ヶ月

回収目安（着手から）

4ヶ月目に累積効果が累積投資を上回る（運用開始後2ヶ月）

想定効果の内訳（月）

月8本 × 1本あたり -4h = -32h × 3,000円 = +9.6万
外注費 1本3万 → 1.5万 × 8本 = +12万

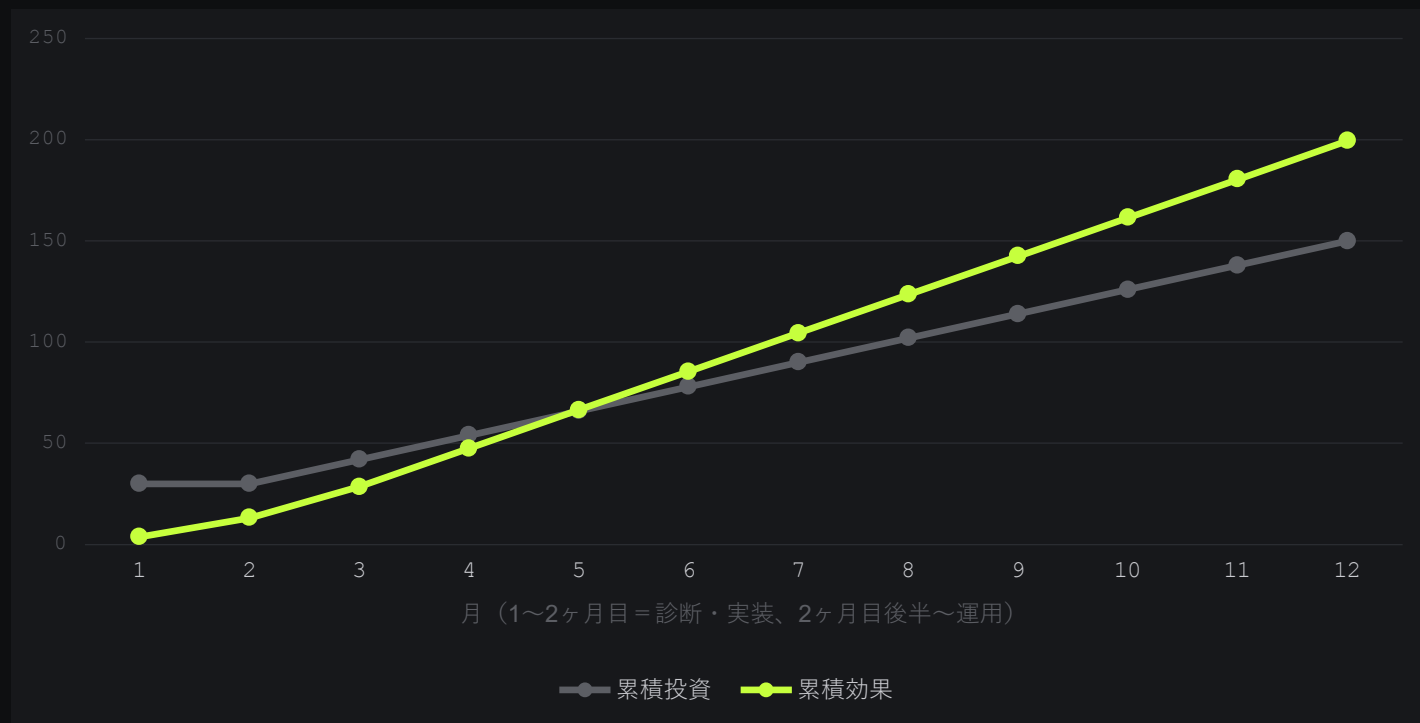
合計 +21.6万/月 - 月額8万 = 純効果 +13.6万/月

12ヶ月後：投資 120万円 → 効果 241.9万円。テンプレとフローが整った時点から即効きやすく、回収が最も早い領域。

費用対効果：SEO / AIO（想定例）

初期30万円＋月額12万円（運用は2ヶ月目後半～、月額は3ヶ月目から計上）。診断中のクイックウィンから効果が立ち上がり、4ヶ月目にフル効果へ。

12ヶ月の累積：投資 vs 効果（万円）



12ヶ月後：投資 150万円 → 効果 199.5万円。内製化の効果は早いですが、AI引用の増加は3～6ヶ月かけて積み上がる。

約5ヶ月

回収目安（着手から）

5ヶ月目に累積効果が累積投資を上回る（運用開始後 3ヶ月）

想定効果の内訳（月）

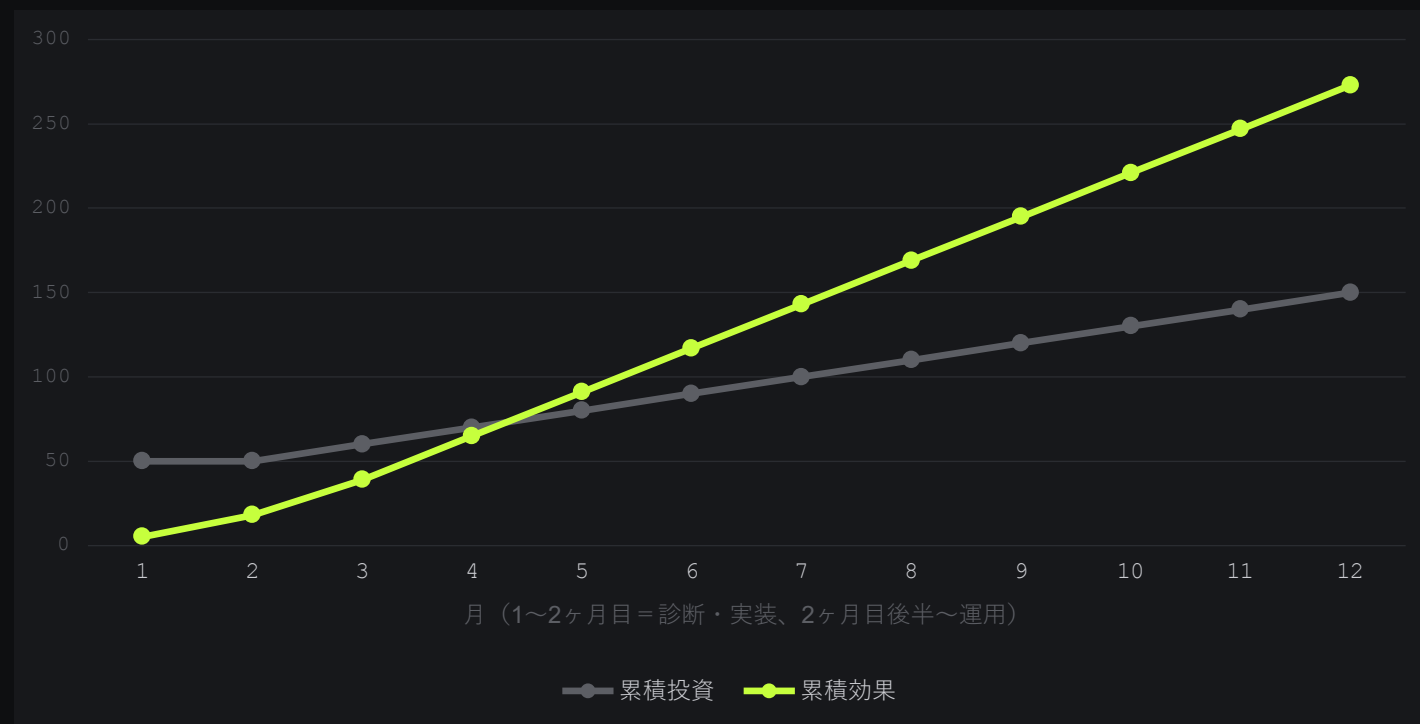
記事外注 月30万 → AI内製 月15万 = +15万
AI引用による指名流入・CVR改善 = +4万（保守的）

合計 +19万/月 - 月額12万 = 純効果 +7万/月

費用対効果：EC（想定例）

初期50万円＋月額10万円（運用は2ヶ月目後半～、月額は3ヶ月目から計上）。診断中のクイックウィンから効果が立ち上がり、4ヶ月目にフル効果へ。

12ヶ月の累積：投資 vs 効果（万円）



約5ヶ月

回収目安（着手から）

5ヶ月目に累積効果が累積投資を上回る（運用開始後 3ヶ月）

想定効果の内訳（月）

商品登録・更新工数（-50h/月）× 3,000円 = +15万
外注ライティング削減 = +5万
ページ品質改善で売上 +3%（月商500万・粗利40%） = +6万

合計 +26万/月 - 月額10万 = 純効果 +16万/月

12ヶ月後：投資 150万円 → 効果 273万円。初期のデータ一括整備で工数削減が一気に出るため、回収は比較的早い。

次の一步：まず診断から

小さく始めて、数字が出た施策だけを広げる。



追うKPI（例）

制作工数の削減時間 ／ AI検索での自社引用件数 ／ AI経由の流入・**CVR** ／ 商品ページ整備数 ／ 動画本数あたり単価

まだ輪郭のないアイデアも、 まずはここから。

次の一步を、一緒につくろう。

株式会社Coadex

東京都渋谷区道玄坂1丁目10番8号 渋谷道玄坂東急ビル2F-C

contact@coadex.online