

チラシ反響 **激減**・反響コスト **高騰**

～脱 チラシ戦略～

# デジタル集客大全

トップ企業が取り組む「デジタル網の目販促」のすべて

年間**1,150**件をデジタル集客する  
県下**No.1**リフォーム会社の

**最新デジタル  
集客戦略**



特別ゲスト講演

株式会社  
陽だまり工房(岩手県)  
代表取締役社長  
**菊池 大助氏**



- ▶ 来店予約とオンライン相談の2つを出口にするHP
- ▶ Webで“クチコミ商圏内一番化”を実現した方法
- ▶ リスティング広告はAI活用でターゲティングを最適化
- ▶ Webキャンペーン、成果が出たもの・出なかったもの

わずか**1万円**で見積創出

**最新 AI活用リスティング販促**

Google Ads

YAHOO!広告

Web反響**50%**増! 契約率**10%**アップ!  
なんと**500**件以上、★平均**4.9**以上事例も!!

**Googleクチコミフル活用術**

コストは**ほぼ0** 2日間**10**件以上の見積獲得!

**チラシ0のWebキャンペーン集客**

1年で**1,000**人の『友だち登録』で実現!

電話 メール に続く**第3**の集客ルート

**最新 LINE集客**

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

脱・チラシ戦略!リフォーム会社のデジタル集客大全セミナー お問い合わせNo.S090138

船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

※お問い合わせの際は[セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名]を明記の上、ご連絡ください。

株式会社船井総合研究所 〒541-0041大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル お申し込みに関するお問い合わせ:横田 内容に関するお問い合わせ:粕谷

Webからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → **090138**

# 年間1,150件のデジタル集客を達成する秘密を大公開！

デジタル集客にて驚異的な成長を誇る陽だまり工房の軌跡

5年で

デジタル集客数：**2.5倍**

見積提出数：**5.5倍**

年度	2016	2017	2018	2019	2020	2021
デジタル集客数	387	689	605	551	961	1,150
見積提出数	82	182	147	188	456	463



2年でリフォーム売上

16.7億円から**21.3億円**  
に成長！

(百万円)	2018年度	2019年度	2020年度
全体売上	¥1,677	¥1,961	¥2,134



陽だまり工房の“これが凄い！”特集 特別に**3つ**紹介します

コレ  
が凄い

年間**1,150件**のデジタル集客を創出！

コレ  
が凄い

年間見積総額**7億円**超えのデジタル集客！  
単価200万円前後の案件を安定獲得

コレ  
が凄い

とにかく“やり切る”組織を構築し、  
取り組みへの徹底度を圧倒的に向上！

読めば明日から使える！陽だまり工房の秘密を一部ご紹介！

# スペシャルコンテンツ

## 陽だまり工房の取り組みレポート



### 本セミナー限定

菊池社長の視点でWebの取り組み内容を解説していただきました！

株式会社陽だまり工房

代表取締役社長 菊池 大助 氏

今回のスペシャルレポートでは

**質問 01** デジタル集客に取り組み始めた経緯とは？

**質問 02** デジタル集客に取り組む中で苦労したこととは？

**質問 03** 成果を上げた背景とは？

**質問 04** デジタル集客を成功させるポイントとは？

上記4つの内容をご紹介します。

改めて陽だまり工房では、  
年間1,150件のデジタル集客を創出し、  
単価200万円前後の案件を安定獲得することで  
年間見積総額9.81億円超えのデジタル集客を実現しています。  
その素晴らしい実績がどのように実現されたのか？  
早速ではございますが、  
本レポートにて成功の秘訣を一部ご紹介いたしますので、  
ぜひ全てお読みいただけたら幸いです。

# デジタル集客のポイントがわかる “本セミナー限定”の特別レポート

## Q. デジタル集客に取り組み始めた経緯とは？



A. 主な経緯としては下記3点が挙げられます。

- ①チラシ販促に代わる好コスパ媒体の模索
- ②イベント集客の加速
- ③販促コストダウン

①の好コスパ媒体の模索については、チラシ販促もある程度成果が出ていましたが、**年々1件当りの獲得コストが上がっている状況**もありました。また、スマホの普及や様々な場面でデジタル関連の話題が多くなっていったこともあり、**デジタル集客の時代が来る**のではないかと感じ、注力し始めました。

②のイベント集客の加速について、弊社の場合は定期的に年4~5回程度各店イベントを行うのですが、1回当りの集客を最大化させたいという思いは常々持っていました。現在はイベントを行う際、**チラシ折込と並行して**、陽だまり工房のWebサイトへ訪問してくれた方に対して**画像広告で告知**をします。（画像①、画像②、画像③）

※画像①



※画像②



※画像③



③の販促コストダウンについては、事業規模を大きくしていく上で、**販促をしっかりと行なっていくことが重要**だと認識していました。と同時に販促コストを下げる、適正化していくことはできないかとも考えていました。そういった観点で言うと、ホームページのコンテンツは、さまざまな場面で活用できる**自社の資産**になっていき、**自然にお客様を集客できるようになる**ため、力を入れるべきだと考えました。

# デジタル集客のポイントがわかる “本セミナー限定”の特別レポート

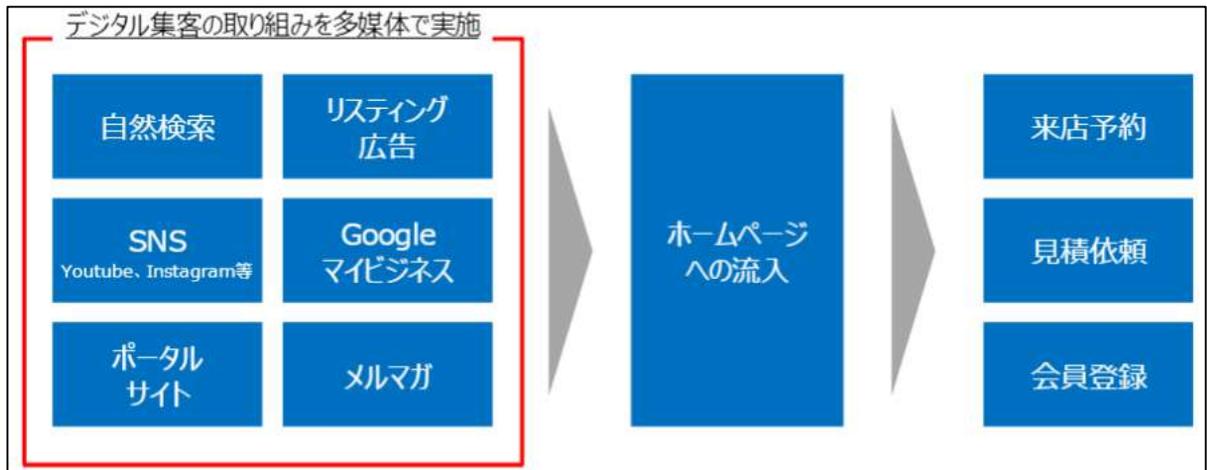
## Q. デジタル集客に取り組む中で苦労した事とは？



A. 主に下記2点が挙げられます。

- ①成果が出るまでに少し時間がかかったこと
- ②デジタル専任スタッフ中心の仕組みづくり

①については、デジタル集客について試行錯誤の連続でした。以前はLP中心の集客も実施してみましたが、制作業者が対応できないなどの問題がありました。さまざまな方法を試した結果、**自社のWebサイトを制作し、そこへ流入を集中させる**今の形にすることで成果に繋げることができました。



②のデジタル専任スタッフ中心の仕組みづくりについては、専任スタッフがすぐに見つからなかったこと、見つかったからも仕組みづくりには苦労しました。デジタルに関する知識の無いスタッフが頑張ってくれていたことや、営業スタッフとデジタル集客担当の間にも少し温度差があったため、外部の力も借りながら**デジタル集客に力を入れる意味を伝えていったり、仕組みづくりに注力**しました。ただ、先にも述べた通りデジタル集客の時代が来るというのは感じていたため、成果が出ない・大変だから止めるのではなく、**どうしたら成果が出るのかを考える**ようにしていました。今では**専任スタッフ1名で、8店舗分のデジタル集客施策が回る**仕組みにまでなりました。

# デジタル集客のポイントがわかる “本セミナー限定”の特別レポート

## Q. 成果を上げた背景とは？



A.  
正確に数字を把握した上で、やるべきことを決めたらとにかく**やり切る**ことかと思います。また、**試してみ**覚悟も必要だと思っています。一括りにデジタル集客と言っても、ホームページの立ち上げや施工事例の更新、イベントやキャンペーン情報の登録、Googleマイビジネスの口コミにコメントを書いた方への返信など、やるべきことが多いのではないかと思います。手数が多反面、どれが成功するのかなどはやってみないとわからないという側面もあります。ですので、まずは**やってみて数値で成果をしてみる**ことが重要ではないかと考えています。成果を測る上でも、そこから次の一手を考える上でも、**正確に数字を把握すること**は重要であると考えます。



また、取り組み内容が多く、現場スタッフへの負担が大きくなりそうな場合には、**既存施策の優先順位付け**や**スケジューリング**を行い、スタッフへの負担が大きくなりすぎないようにしています。ただ、現状は**成功事例に基づき**新しいアイデアが活発に出てきており、**自発的に取り組みを進めてくれている**ので、非常に良い状態がつくれていると思います。

# デジタル集客のポイントがわかる “本セミナー限定”の特別レポート

## Q. デジタル集客を成功させるポイントとは？



A.

これは**自社でやるべき内容**と**外部を頼る内容**に分けて、やるべきことをやり切ることにあると思います。自社でやるべき内容とは、**ホームページの更新**や**情報充実**がそれにあたります。2016年にホームページを立ち上げた時からお客様が興味のあるような内容を投稿したり、定期的に施工事例を上げ、累計の掲載件数は700件を超えるまでになりました。また、この1~2年でさらにお客様の多様化したニーズに対応するため、3つの専門ページを作成しました。



外部を頼るといえるのは、**リスティング広告**であったり、**成功事例の情報収集**などです。広告については専門的な内容も多く、外部を上手く活用することで効率的に回っていくと考えています。

また、成功事例などは自社で集められる範囲には限りがありますし、特に最近では新型コロナウイルスの感染拡大の影響で情報収集も難しくなっていると感じていますので、特に有効だと感じます。

また、デジタル集客を成功させられたポイントとしては、**早めに本格的にデジタル集客に取り組んだ**ことも大きかったと感じます。デジタル集客は今後まだまだ伸びると思いますので、**新たなノウハウを取り入れながら、より一層強化していきたい**と考えています。



株式会社船井総合研究所  
リフォーム支援部  
Reformビジネスチーム  
リーダー 矢川 魁人

本セミナーゲスト  
株式会社陽だまり工房

# ここがみどころ 徹底解説レポート

本セミナー限定の特別レポートをお読みいただきありがとうございます。  
最後に株式会社陽だまり工房の成長の軌跡を  
私（矢川）より解説いたしますので、お付き合いいただけたらと思います。

陽だまり工房のみどころとして

**01 年間1,150件のデジタル集客が獲得できている**

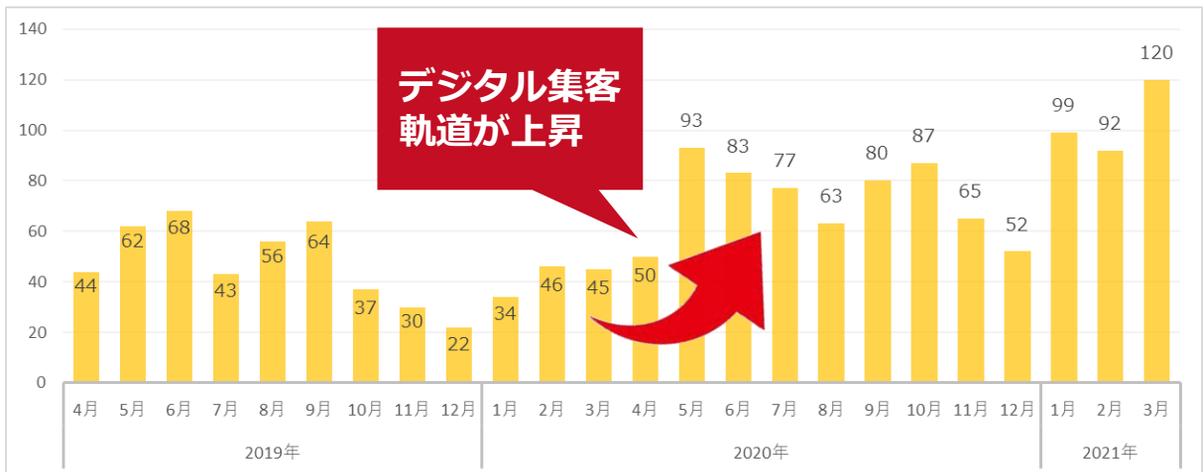
**02 見積総額9.81億円超え！単価200万円前後の集客を獲得**

**03 とにかく“やり切る”組織を構築できている**

の3つが挙げられます。  
なぜこの実績を出すことができているのか、  
その秘密を本レポートにて徹底解説いたします。

**01 年間1,150件のデジタル集客が獲得できている**

こちらが陽だまり工房のデジタル集客数の推移になります。



なぜ集客軌道が上昇したのか？次項よりポイントを解説します。



株式会社船井総合研究所  
リフォーム支援部  
Reformビジネスチーム  
リーダー 矢川魁人

本セミナーゲスト  
株式会社陽だまり工房

# ここがみどころ 徹底解説レポート

## 01 年間1,150件のデジタル集客が獲得できている

デジタル集客を伸ばすためのポイントは、

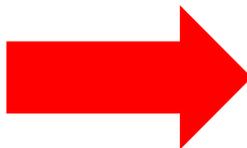
リスティング  
(広告)

MEO  
(Googleマイビジネス)

SEO  
(自然検索)

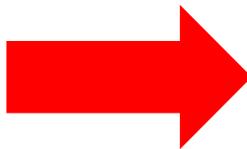
まずは、この3つで1位になることです。それぞれで1位になるためには、

リスティング  
(広告)



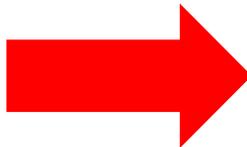
どんなキーワードに対してどの程度の広告費をかけて運用するか

MEO  
(Googleマイビジネス)



写真・口コミ・投稿をお客様に魅力的に感じてもらえるように掲載できるかどうか

SEO  
(自然検索)



サイトをお客様のニーズに合わせて品質を高めていけるかどうか

さまざまな手法がありますが、これらのやるべきことをやり切ってきちんと強化し、**自社の商圈地域内で1位を獲得**できたからこそ陽だまり工房様では、デジタル集客力が格段に上がりました。

1位を獲得するまでの工夫やポイントは、**成功しているノウハウを導入**することが有効です。船井総合研究所ではそういった各社の成功事例を数多く持っておりますので、本セミナーにて詳細な内容を大公開いたします。

# 本セミナーゲスト 株式会社陽だまり工房

## ここがみどころ 徹底解説レポート

株式会社船井総合研究所  
リフォーム支援部  
Reformビジネスチーム  
リーダー 矢川魁人

### 02 見積総額9.81億円超え！単価200万円前後の集客を獲得

陽だまり工房で見積ボリュームを増やすことができた要因の一つとしては、**水廻りの複合工事や増改築、塗装工事など単価の高い案件**をある程度**狙って集客できている**ことにあります。それを実現するためには、自社が集めたいお客様に向けて、**魅力的なコンテンツを発信**することが重要です。

例えば、キッチンに特化したキッチンマルシェページを作った時には、**そもそも自社が集めたいお客様とはどういったお客様なのか？ そのお客様はどういった内容を知りたいのか？**

といったことから深掘りを行うことで、魅力的なサイト作りをしていきました。そのため、通常のリフォームページ、塗装専門のページ、断熱専門のページがありますが、それぞれページのデザインや構成を上記のような観点から、それぞれの**お客様像に合った内容**につくり込んでいます。

結果として、デジタル集客関連のキッチンや水廻りの複合工事が、**2~3倍程度集客**できるようになりました。





# 最後に、特別なご案内がございます。 最後までお読みください。

株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部

Reformビジネスグループ Reformビジネスチーム リーダー 矢川 魁人



リフォーム支援部において、専門工事業からのリフォーム事業新規参入や活性化支援などに30社以上携わり、戦略立案から実務支援まで多面的にサポートしている。特に、1日で終わるリフォーム小工事専門店（1dayリフォーム）、水廻りリフォーム専門店（FAST-Reform）の立ち上げ支援を中心に日々コンサルティングを行なっている。最近では、Webサイトを活用したリフォーム集客のサポートまでコンサルティング領域を広げて、成功事例をプロデュースしている。

ここまで、本レポートをお読みいただきありがとうございます。

今回レポートを作成した株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部の矢川 魁人と申します。

**株式会社陽だまり工房**は**デジタル集客の強化**により、

デジタル関連のお問合せ数が、年間1,150件獲得といった驚異的な実績を残されています。さらにデジタル集客額7.5億円を達成し、

**圧倒的地域一番店**へと変貌を遂げられました。

- デジタル集客に力を入れているが成果に繋がっていない
- ホームページを作ったが、全く生かし切れていない
- チラシ反響が落ちているため、他社の販促戦略を知りたい

このように思われる経営者の不安をすべて解決したのが、

株式会社陽だまり工房なのです。**デジタル関連のお問合せ数を**

**増やし続け、かつ業績も伸ばし続けている。**これが今伸びている

**リフォーム会社**の形なのです。

菊池社長のお話をもっと詳しく知りたいと思われる経営者は

多くいらっしゃると思います。ですので、今回はここまでお読みの

経営者の皆様に特別なご案内があります。

チラシ反響 激減・反響コスト 高騰

～脱 チラシ戦略～

# デジタル集客大全

Web開催

2022年 8月15日(月)・8月16日(火)・8月17日(水)・8月18日(木) 13:00～16:30 (ログイン開始12:30より)

## 当日のスケジュール

講座	セミナー内容
第1講座 13:00 ～ 13:30	デジタル集客が伸びている会社の事例とその共通点とは
	成熟期マーケットであるリフォーム市場でデジタル集客が伸びている会社の共通点についてお伝えします。
	株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ Reformビジネスチーム リーダー 矢川 魁人 リフォーム支援部において、専門工事業からのリフォーム事業新規参入や活性化支援などに30社以上携わっている。特に最近では、Webサイトを活用したリフォーム集客のサポートまでコンサルティング領域を広げている。
第2講座 ゲスト講座 13:30 ～ 14:15	県下No.1リフォーム事業の成長を支えた最新デジタル集客戦略
	県下No.1リフォーム会社の最新デジタル集客戦略をお伝えします。
	株式会社陽だまり工房 代表取締役社長 菊池 大助氏 岩手県、宮城県を中心に住宅リフォーム事業を展開。岩手県No.1の売上実績を誇る。先進的なデジタル集客への取り組みを実施し、年間1,150件を超えるデジタル集客を実現している。
第3講座 14:30 ～ 15:30	デジタル網の目販促戦略と取り組みのポイント
	デジタル集客のポイントとなる「デジタル網の目販促戦略」や具体的ノウハウ&事例についてわかりやすく解説します。
	株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ マネージャー 齋藤 勇人 リフォーム支援部において住宅リフォーム事業の新規参入および活性化に携わり、現在は全国各地の地域一番店や有カリフォーム会社において、成熟マーケットで勝ち残るためのビジネスモデル転換を数多くプロデュースしている。
第4講座 15:30 ～ 16:30	まとめ
	リフォーム会社に取り組むべきデジタル集客について
	株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Renovationビジネスグループ マネージャー 井手 聡 1996年入社。以来、リフォーム会社のコンサルティングには一貫して従事し、累計支援先は250社、講演回数は600回を超える。毎月15社の経営支援に飛び回り、戦略立案から実務支援まで、社長を多面的にサポートしている。

当日お伝えする内容はこちら！

**当日のセミナーでは、陽だまり工房の成功事例の他にも明日から使える具体的な内容をお伝えします！**

- 01) リフォームホームページで成果を出すための工夫
- 02) 業態別ホームページの具体的な実践施策
- 03) 最新AI活用リスティング販促
- 04) 成果に繋がるWebキャンペーン集客
- 05) 店舗の魅力を上げるGoogleマイビジネス活用術
- 06) 平均★4.9以上のGoogleクチコミフル活用術
- 07) 広告収入を得ながら販促できるYouTube販促
- 08) 1年で1,000人の友達登録を実現するLINE活用
- 09) 自然検索順位1位を可能にするSEO対策のすすめ
- 10) 広告文作成の具体的実践内容
- 11) デジタル集客進捗状況を確認できる体制づくり
- 12) 現状を正しく把握するための会議資料
- 13) デジタル関連の案件成約率を高めるための営業フロー
- 14) 単価を200万円前後にコントロールする施工事例の見せ方
- 15) デジタルから10件以上集客するイベントバナーの作り方
- 16) リスティング広告におけるキーワード選定の基準
- 17) 1件当りいいねが100件を超えるFacebook投稿活用術
- 18) ユーザービリティを高めるホームページの導線づくり
- 19) お客様のクリックを促すページタイトル、説明文の見せ方
- 20) デジタル集客数値把握に必要な観点と使うべきツール
- 21) イベント集客を最大化させる画像広告の作り方
- 22) 成果の出るデジタル集客の全体設計
- 23) 問合せ完了率を上げる問合せフォームの作り方
- 24) デジタル集客施策の優先順位の付け方について
- 25) 投稿品質を向上させるための取り組み
- 26) 社内コミュニケーションのデジタル化推進
- 27) 会社の良さを発信し続け、自社ファンを増やす取り組み
- 28) 現場調査を無くすLINE活用術
- 29) お客様との関係性を強くする！メルマガ活用術
- 30) 自社サイトだけでない！ポータルサイト活用術

## 脱・チラシ戦略！リフォーム会社のデジタル集客大全セミナー

### 開催要項

※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

オンラインにてご参加

お申込期限：8月11日(木)

2022年8月15日(月) 【開始】13:00 ▶ 【終了】16:30 (ログイン開始12:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限：8月12日(金)

2022年8月16日(火) 【開始】13:00 ▶ 【終了】16:30 (ログイン開始12:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限：8月13日(土)

2022年8月17日(水) 【開始】13:00 ▶ 【終了】16:30 (ログイン開始12:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限：8月14日(日)

2022年8月18日(木) 【開始】13:00 ▶ 【終了】16:30 (ログイン開始12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。

諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索

日時  
会場

受講料

一般価格 税抜 15,000円 (税込16,500円) /一名様

会員価格 税抜 12,000円 (税込13,200円) /一名様

- お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
- 会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み  
方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWeb上でご確認いただけます。

または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.の数字6桁 090138 を入力、検索ください。

お問合わせ

明日のグレートカンパニーを創る  
**Funai Soken** 株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

【TEL】0120-964-000(平日9:30~17:30) ●申込みに関するお問合せ：横田 ●内容に関するお問合せ：矢川

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

8月15日(月) オンライン  
申込締切日 8月11日(木)

8月16日(火) オンライン  
申込締切日 8月12日(金)

8月17日(水) オンライン  
申込締切日 8月13日(土)

8月18日(木) オンライン  
申込締切日 8月14日(日)

