

データ×AI集客時代に取り組まなくてはならない  
最新マーケティング手法を徹底解説!

【自動車販売店向け】

# デジタルマーケティング トレンド2026

業績アップにつながる最新のWeb集客トレンドがわかる1日

## Web広告×AI

1. 集客を最大化させるためのデジタルマーケティング手法
2. 見込み客に対する集客の“自動化”
3. 集客つながる最新のAI活用事例
4. 1人1人に合わせた情報提供を行う最新の動的サイト

2026年の  
集客トレンドが  
一日でわかる

リスティング広告 (Google広告・Yahoo!広告・Microsoft広告)

SNS広告 (Instagram広告・Facebook広告・LINE広告)

動画広告 (YouTube広告・Tik Tok広告)

AI対応したHP・LP・クリエイティブ AIによるSEOへの影響 徹底解剖

主催



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号  
東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階

自動車業界向けWeb集客時流予測セミナー2026

お問い合わせNo. S139316

2026年

3月19日(木)・24日(火)・27日(金)

会場 | オンライン開催

開催時間 | 13:00~15:00 (ログイン開始:開始時間30分前~)

一般価格 税抜10,000円 (税込 11,000円) / 一名様

会員価格 税抜8,000円 (税込 8,800円) / 一名様

当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。)

139316

ズバリ!

# デジタルマーケティングトレンド2026

## 集客のお悩みを解決!

- ✓ WEB広告・SNS広告の費用対効果が年々悪くなっている
- ✓ AIを使った最新の集客手法ができていないかわからない
- ✓ 多拠点になるにつれて集客コストが上がってきている
- ✓ 業界全体が悪いから集客は上がらないという、空気感が社内にある
- ✓ 集客手法が数年前と変わっておらず、集客数も年々下がっている
- ✓ 広告代理店・担当者任せにしすぎて打ち手がわからなくなっている
- ✓ YouTube広告にチャレンジしたいがハードルが高い
- ✓ レポート上は良い報告が上がってくるが、実集客が増えていない
- ✓ リスティング広告・SNS広告・動画広告、自社の場合何が効果的か?
- ✓ WEB集客の全てを一日で理解したい、今集まる方法を実践したい
- ✓ 売上10億円→30億円→100億円と伸びている企業の裏側を知りたい

### 講座内容

**第1講座**  
2026年デジタルマーケティングトレンド大解剖 総論

- 集まる企業には集まっている!2026年集客最新トレンド
- 多拠点・中堅・大手企業が実践するWebマーケティングの裏側
- 絶対にやってはいけないWeb集客の落とし穴
- 広告代理店任せで集客が伸びない企業の共通点
- マーケティング組織で押さえるポイントはシンプルにこれだけ

株式会社船井総合研究所  
モビリティ支援部  
リーダー



**森田 光輝**

**第2講座**  
リスティング広告大解剖 (Google広告・Yahoo!広告・Microsoft 広告)

- まだまだ伸びるリスティング広告!知らないで損する革命的進化
- Google・Yahoo!・Microsoft広告の効果的な使い分け
- リスティング広告にAIは必須の時代!Web広告をAI集客に進化させる方法
- 競合増・クリック単価・CV単価が上がっている業界の必須対策
- 自社運用・代理店運用において、マーケティング部門が押さえるポイント

株式会社船井総合研究所  
モビリティ支援部  
リーダー



**佐野 敬哉**

**第3講座**  
SNS広告最新トレンド (YouTube広告・Instagram広告・Facebook広告・LINE広告・TikTok広告)

- 集客に直結するSNS広告の最新トレンド
- AI・SNS広告・当たるクリエイティブの絶対法則
- 反響の大きい最新SNS活用
- 普段使いのLINE広告で集まる方程式
- ターゲット別に使う!各媒体の使い分け

株式会社船井総合研究所  
モビリティ支援部  
リーダー

**佐野 敬哉**

**第4講座**  
今後のHPは必須対応! AI対応したHP・LP・クリエイティブ

- 集まるサイトと集まらないサイトの違い
- 知らないで損する、AIに対応したHP戦略
- 今、伸びているLP、AI広告事例
- 古いサイトでは通用しない!失敗しないHPリニューアル
- 集客とブランディングを両立するカスタマージャーニー

株式会社船井総合研究所  
モビリティ支援部  
マネージャー



**瀬尾 耕平**

開催日程・場所

2026年  
日程 **3月 19日 木** 13:00~15:00  
**24日 火** (ログイン開始:開始時間30分前~)  
**27日 金**

場所 **オンライン開催**

受講料

一般価格 税込 **11,000円** (税抜10,000円) / 一名様

会員価格 税込 **8,800円** (税抜8,000円) / 一名様

※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ご利用となります。

申込期限

- ・銀行振込……………開催日6日前まで
- ・クレジットカード……開催日4日前まで

お申込みはWebから

右のQRコードを読み取りいただきますとお申込みフォームに繋がります

※お申込みに際してのよくある質問は **船井総研FAQ** と **検索** しご確認ください。



【TEL】 0120-964-000 (平日9:30~17:30)  
【E-mail】 seminar271@funaisoken.co.jp

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

# 広告代理店・WEB広告運用代理店が教えてくれないデジタル集客の裏側 デジタルマーケティングトレンド2026

**最新AI環境**についていけているか？

**脱！指名ワード**  
実集客重視の  
キーワード設計

**CPA高騰**  
(一人当たり集客コスト)  
に負けない  
広告戦略

AI環境を活かして  
**実集客と繋げる**  
計測環境

多拠点で成果が出せる  
**マーケティング**  
組織づくり



2026の集客トレンドが1日でわかる

**WEB広告・SNS広告の  
費用対効果が年々悪くなっている**

年々、競合環境と集客環境は変化していきます。  
「取り組みが同じ＝退化している」と言い換えても良いです。  
費用対効果が悪くなったと感じた時こそ、  
あなたの業界・ライフサイクルに沿った「集客」トレンドに乗りましょう。

**レポート上の成果は良く見えるが  
実集客に繋がっていない**

例えば、CVしているキーワードが  
指名キーワード（屋号）中心のケースは要注意です。  
管理画面上のCV単価は良く見えても来店に繋がっていない  
（既存顧客やオフライン施策から集まっている）可能性があります。  
実集客に繋げるためのポイントをお伝えします。

**クリック単価・CV単価が  
上がってきた**

クリック単価、CV単価は競合環境の変化とともに上がっています。  
CV単価が高騰している業種・エリアは、商品・キーワード・媒体いずれかを  
勝てる市場に最適化する必要があります。

**自社運用しているが担当者が  
辞めてしまい成果が下がった**

集客をブラックボックスにしないことは重要です。  
経営陣・事業責任者・マーケ責任者が見るべき数値と施策が繋がっていれば  
担当者が変わっても成果は続きます。

**AI時代に対応した  
ホームページ・LPはどう作るか？**

実は、AIを上手に扱うには受け皿が重要です。  
データをAIに読み込ませて、AIが働きやすいHP構成、LPについては  
あまり世の中に情報が出回っていません。  
AIが最大限に働くWEB戦略をお伝えいたします。

**関係者が増えてきて言う事も違うし、  
正直何が正しいかわからなくなってきた**

業種・業態・立地・ライフサイクルによって優先順位は変わります。  
悪意があって提案する代理店さんはないと思うのですが、  
成果が出ないケースはポイントがずれているケースが多いです。  
企業のステージに合わせた集客策の見極め方をお伝えします。

# 1 自動車業界の集客トレンド大解剖

こんな会社におすすめです

- 激しく変化する自動車業界と進化するデジタル集客環境、時代に置いて行かれたくない
- 2026年の最新集客トレンドを押さえて集客を伸ばしたい
- 誰も教えてくれない、集客好調企業の裏側を知りたい
- そもそも自社の立ち位置がよく分からなくなってきた

知れること

- 集まる企業には集まっている**2026年集客最新トレンド**
- **多拠点・中堅・大手企業が実践するWEBマーケティングの裏側**
- 絶対にやってはいけない**WEB集客の落とし穴**
- **マーケティング組織**で押さえるポイントはシンプルにこれだけ
- 広告代理店任せで**集客が伸びない企業の共通点**

自動車業界の集客トレンド大解剖！



100年に一度の大変革期  
勝機が到来した企業様の多くが  
時流テーマに成長投資出来た  
企業様であり、デジタル・DX化で成長  
させている企業様でございます。  
環境が激変する今、集客ができて  
いる企業の事例と業界トレンドを基  
に本セミナーで“今”自動車業界が取り組む  
べきことを提言させていただきます。  
新たな成長軌道を走り出すためにも  
ご参加いただきたく思います。

リーダー  
**森田光輝**

# 2 リスティング広告大解剖

Google広告・Yahoo!広告・Microsoft広告

こんな会社におすすめです

- リスティング広告の**クリック単価が上がってきた**
- 競合が増えてきて**CPAが悪くなってきている**
- CVワードが**指名ワード中心で実集客が少ない**
- Yahoo!広告、Microsoft広告をやったことがない
- 知らないうちに**時代遅れ**になっていないか？心配

知れること

- **まだまだ伸びているリスティング広告！**知らない損する革命的進化
- Google・Yahoo!・Microsoft広告の効果的な使い分け
- 昔は大手しか出せなかった！？**Yahoo!の一番目立つ場所に出す方法**
- まだ知られていない**第三のリスティング広告Microsoft広告**
- リスティング広告にAIは必須の時代！**広告をAI集客に進化させる方法**
- **競合増・クリック単価・CV単価**が上がっている業界の必須対策
- 自社運用？代理店運用？**マーケティング部門が押さえるポイント**
- **指名ワードCVに頼らずに実新規数を増やす方法**

広告の見直しとHPの変更で成約数が2.3倍に！

1年間の販売台数100台から  
**年間230台販売までUP**



Before

- 指名ワード中心のCV
- 前年対比80%台の推移
- レポート上の指標

After

- 集まるワード中心のCV
- 代理店変更で140%UP
- 実集客が伸びる指標

# 3 SNS広告最新トレンド

Facebook広告・Instagram広告・LINE広告

こんな会社におすすめです

- Instagramを毎日投稿しているが集客が増えない
- フォロワーは増えたが集客に繋がっていない
- 投稿、コメント回りをしているがフォロワーも集客も増えない
- SNSはバズらないと集まらないと思っている
- LINE広告に興味はあるが手をつけていない

知れること

- 集客に直結するSNS広告の最新トレンド
- AI×SNS広告×当たるクリエイティブの絶対法則
- バズらなくても集まる最新SNS活用
- 普段使いのLINE広告で集まる方程式
- ターゲット別に使う！  
Instagram・Facebook・LINEの使い分け



事例続々！使わないと損する、集客に直結しているSNS広告

- 事例① Instagram広告経由でイベント150組来場
- 事例② バナーとLP連動広告で脅威のCPA12,000円
- 事例③ 広告無し投稿だけで見込み客1.7万人リーチ
- 事例④ フォロワーを増加させデジタル媒体経由の過去最高集客
- 事例⑤ 買取はSNSがアツい、CPA10,000で案件創出

# 4 今、伸びている動画広告

YouTube広告・TikTok広告

こんな会社におすすめです

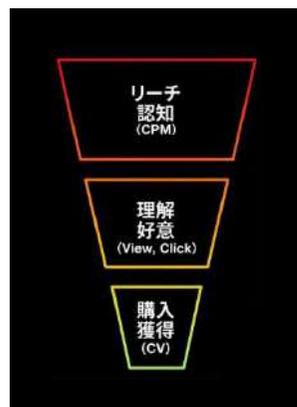
- YouTube広告はやってみたいが難しそう
- 動画制作体制がないためハードルが高いと思っている
- YouTube、TikTokはやっているが集客に繋がっていない
- 動画広告で閲覧数は増えたが集客が増えなかった
- まだ業界で普及していないから、先行者利益を得たい

知れること

- ショート動画全盛時代！集まる縦型動画の最新トレンド
- 顧客を惹きつける動画のABCD理論！集客に繋がるクリエイティブ
- 登録者数は少なくともOK！今すぐ集客できる動画活用法
- 簡単に効果を出せる！動画のポイントと簡単作成
- 集客に繋がる動画と集客に繋がらない動画の違い
- 全部見せます！  
YouTube・TikTok広告の集客成功事例



動画は認知だけじゃない！使い方次第で一気通貫した集客も可能



再生回数が伸びない…  
フォロワーが増えない…  
フォロワーは増えたが集まらない…  
再生回数は増えたが問い合わせがない

実は、  
認知から獲得まで使える！  
目的別の動画運用方法

# 5 今後のHPは対応必須！ AI対応したHP・LP・クリエイティブ

こんな会社におすすめです

- HPをしばらく変更しておらず反応が下がってきた
- 競合が増えてきてリニューアルしたいと思っている
- AI時代に反応が上がるHP・LPのポイントを知りたい
- 差別化したいが他社と同じような打ち出しになっている
- クリエイティブの事はよくわからないから丸投げしている

知れること

- 2026年の今、集まるサイトと集まらないサイトの違い
- 知らないと損する、AIに対応したHP戦略
- 今、伸びている「LP×AI広告」事例
- 古いサイトでは通用しない！？  
失敗しないHPリニューアル
- 集客とブランディングを両立する  
カスタマージャーニー



成熟業界の100店舗企業がGoogle広告変更で前年比140%UP!

AI対応の  
ページ構成

予約システムの  
有無で変わる対策

CRMとの  
連携

狭属性LP

目的は  
ブランディング？集客  
？

SEO対策は  
大前提

# 6 2025年最新トレンドを押さえた 上で集客を伸ばすポイント

こんな会社におすすめです

- 集客トレンドを自社に落とし込んで成果に繋げたい
- 業種・経営ステージに最適な集客法を実践したい
- AIファーストの集客体制にシフトチェンジしたい
- 船井総合研究所が推進した集客の裏側を知りたい
- 集客強者になるために、明日からすべきことを明確にしたい

知れること

- 最新のデジタルトレンドと業界動向を掛け合わせた  
"今日"から取り組むこと
- 業種や経営ステージ、立地によって異なる  
最適な集客方法を見極めるためのポイント



成果を出すためのポイントはたったこれだけ！  
明日から集客強者企業に

自動車業界のデジタル集客の立ち  
上げ期から最前線でマーケティング戦略を  
描き続けてきたからこそ、  
企業が選択しなければいけないポイントをお  
伝えします。  
時流を捉え集客強者企業となっただけ  
分岐点となれば幸いです。

マネージャー  
瀬尾耕平

