

＼ 売り上げを左右する！ /

集客方法 比較 & 選び方 ガイドブック



+ わかりやすい図解と比較表付



はじめに

多くの集客方法のなかで、自社に合う施策がわからない
どのような軸で施策を選ぶべきかわからない

このような悩みを抱えている方も多いのではないのでしょうか。

そこで本資料では、図解や比較表を用いて
集客方法やその選び方をシンプルに整理し、解説していきます。



目次

集客方法の選び方

なぜ集客がうまくいかないのか？	02
集客方法を選ぶシンプルな3つの判断軸	03
自社に合った集客方法の絞り込み方	04

集客方法の比較

集客方法の比較表①	05
集客方法の比較表②	06
集客の方法マトリクス①	07
集客の方法マトリクス②	08

おすすめの集客方法

ケース別: 次の一手におすすめの集客方法	09
Web広告が選ばれる理由	10

LINEヤフー広告がおすすめの理由

はじめてのWeb広告はLINEヤフー広告がおすすめ	11
LINEヤフー広告 広告配信までの流れ	12
お役立ちリンク集	13

なぜ集客がうまくいかないのか？

自社に合った集客方法を選ぶ判断軸を持つ

「集客が伸びない」と感じるとき、原因は集客方法そのものではなく、自社に合う方法を選べていないことや、選ぶための軸がないことであるケースが少なくありません。成果を伸ばすには、判断軸を持ち、自社状況に合った施策を選ぶことが大切です。



効果が出ると聞いた
施策をやってみる

無料でできる施策に
着手してみる

?

流行りの施策を
とりあえず始める

競合他社の施策を
真似する

簡単そうな施策を
試してみる



適切な判断軸をもって
自社に合った集客方法を選ぶ



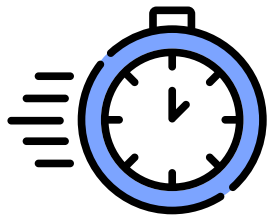
集客方法を選ぶシンプルな3つの判断軸

まずは早さ・手間・費用で整理する

集客方法は「早さ・手間・費用」の3軸で整理すると選びやすくなります。具体的には、それぞれの軸ごとに抱える自社の悩みを洗い出し、解決の優先順位をつけることで、数ある手法の中から「今やるべきこと」が明確になります。

判断軸 1

効果が出るまでの早さ
いつまでに成果が必要か？



解決したい悩みの例

- 目標達成に必要な売り上げを増やしたい
- 新商材の売り上げを短期間で拡大したい
- 季節需要や繁忙期に間に合わせたい

判断軸 2

実施にかかる手間
どれくらいリソースを割けるか？



解決したい悩みの例

- 新しい施策に時間を割けない
- クリエイティブ制作の負担が大きい
- 改善が回らずやりっぱなし

判断軸 3

実施にかかる費用
予算はどれくらいか？



解決したい悩みの例

- 大きな初期費用はかけられない
- 無駄なコストは避けたい
- 成果が見えない施策に投資できない

自社に合った集客方法の絞り込み方

「成果が必要な日」から逆算して候補を絞る

集客方法に迷ったら、まずは「効果が出るまでの時間」で整理しましょう。「成果が必要な日」から逆算して施策を絞り、次に「手間」や「費用」で選別します。この2ステップで検討すれば、自社に適した集客施策が見えてきます。



効果が出るまでに 時間がかかる方法



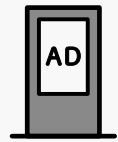
SEO
(オウンドメディア)



MEO
(地図サービス集客)



SNS運用



**看板・ポスター
のぼり**



**地域情報誌
フリーペーパー**



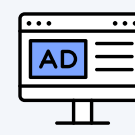
口コミ紹介



効果が出るまでに 時間がかかりにくい方法



検索広告



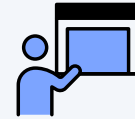
ディスプレイ広告



SNS広告



**ポータル/
比較サイト掲載**



展示会



チラシ
(ポスティング)



集客方法の比較表 ①

効果が出るまでに時間がかかる施策の比較

ここでは、**効果が出るまでに時間はかかるものの、続けるほど成果が積み上がりやすい施策**を主にまとめています。
早さ・手間・費用の目安と、メリット・デメリットを比較し、自社で継続できる手法を確認しましょう。

施策名	早さ	手間	費用	メリット	デメリット
SEO (オウンドメディア)	遅い	中~多い	安い~高い	<ul style="list-style-type: none"> ● 検索で見つけてもらえる ● コンテンツが資産として残る ● 広告への依存度を下げられる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 効果が出るまでに時間がかかる ● 継続的な制作が必要 ● 外的要因に影響されやすい
MEO (地図サービス集客)	中~遅い	少ない~中	安い~中	<ul style="list-style-type: none"> ● 近隣の来店ニーズに強い ● 無料で始めやすい ● 写真・口コミで選ばれやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 競合が近いと伸びにくい ● 口コミへの対応に手間がかかる ● 低評価が響きやすい
SNS運用	中~遅い	中~多い	安い~中	<ul style="list-style-type: none"> ● ファン化・関係構築に強い ● 拡散で認知が拡大する ● 低コストで続けられる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 継続負荷が大きい ● 炎上リスクがある ● 成果が安定しづらい
看板・ポスター・のぼり	中	少ない~中	安い~中	<ul style="list-style-type: none"> ● 近隣の認知が取れる ● 一度作れば継続して効果を発揮 ● 来店の手助けになる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 立地によって効果に差が出る ● 一度作ると変更がしづらい ● 効果測定が難しい
地域情報誌・フリーペーパー	中	少ない~中	中	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域にまとめて届く ● 紙で目に留まりやすい ● Webへの導線も作れる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 反応が読みにくい ● 原稿・素材準備が必要 ● 読者層がズレると効きにくい
口コミ・紹介	中~遅い	少ない~中	安い	<ul style="list-style-type: none"> ● 信頼が高く成約しやすい ● 低コストで増やせる ● 評判が資産になる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 自分で増やしにくい ● 悪評の影響が大きい ● 仕組み化しないと安定しない

※早さ・手間・費用は目安です(商材、目的、体制、運用設計により変動します)



集客方法の比較表 ②

効果が出るまでに時間がかかりにくい施策の比較

ここでは、**比較的早く成果につながりやすい施策**をまとめています。短期で集客したいときに有効ですが、費用や運用の工夫も重要です。早さ・手間・費用、そしてメリット・デメリットを見比べ、今の目的に合う手法を見つけましょう。

施策名	早さ	手間	費用	メリット	デメリット
検索広告	早い	少ない～多い	安い～高い	<ul style="list-style-type: none"> ● いますぐ客への訴求に効果的 ● 少額からはじめやすい ● 代理店連携で工数削減 	<ul style="list-style-type: none"> ● 出稿を止めると効果も止まる ● 人気キーワードは単価が上がる ● 設定を誤ると無駄な費用が発生
ディスプレイ広告	中～早い	中～多い	中～高い	<ul style="list-style-type: none"> ● 認知拡大に強い ● ビジュアルで訴求できる ● リターゲティングが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ● 興味の薄い層にも出ることがある ● 誤クリックが発生する可能性がある ● クリエイティブ制作が必要
SNS広告	中～早い	中～多い	中～高い	<ul style="list-style-type: none"> ● 興味関心で絞れる ● 短期で検証・改善を回せる ● キャンペーンと相性がいい 	<ul style="list-style-type: none"> ● クリエイティブの更新が必要 ● 炎上・ブランド管理が必要 ● 運用次第で無駄配信が発生する
ポータル/比較サイト	早い	少ない～中	中～高い	<ul style="list-style-type: none"> ● 比較検討中の人に訴求できる ● 自社を知らない層に接触可能 ● 自社で集客する手間を省ける 	<ul style="list-style-type: none"> ● 掲載費・手数料がかかる ● 競合と並ぶため価格勝負に ● 掲載内容の更新が手間になる
展示会	中～早い	多い	高い	<ul style="list-style-type: none"> ● 直接話せて信頼を築きやすい ● その場で商談できる ● 決裁者に会える 	<ul style="list-style-type: none"> ● 準備（物・人・資料）が多い ● 出展やブース作成コストが高い ● 会期外は効果が止まりやすい
チラシ (ポスティング)	中～早い	少ない～中	安い～中	<ul style="list-style-type: none"> ● 近隣へまとめて配布できる ● 店舗・地域と相性が良い ● Webが苦手な層にも届く 	<ul style="list-style-type: none"> ● 反応がプレやすい ● 配布品質やエリアで差が出る ● デザイン次第で見られない

※早さ・手間・費用は目安です(商材、目的、体制、運用設計により変動します)

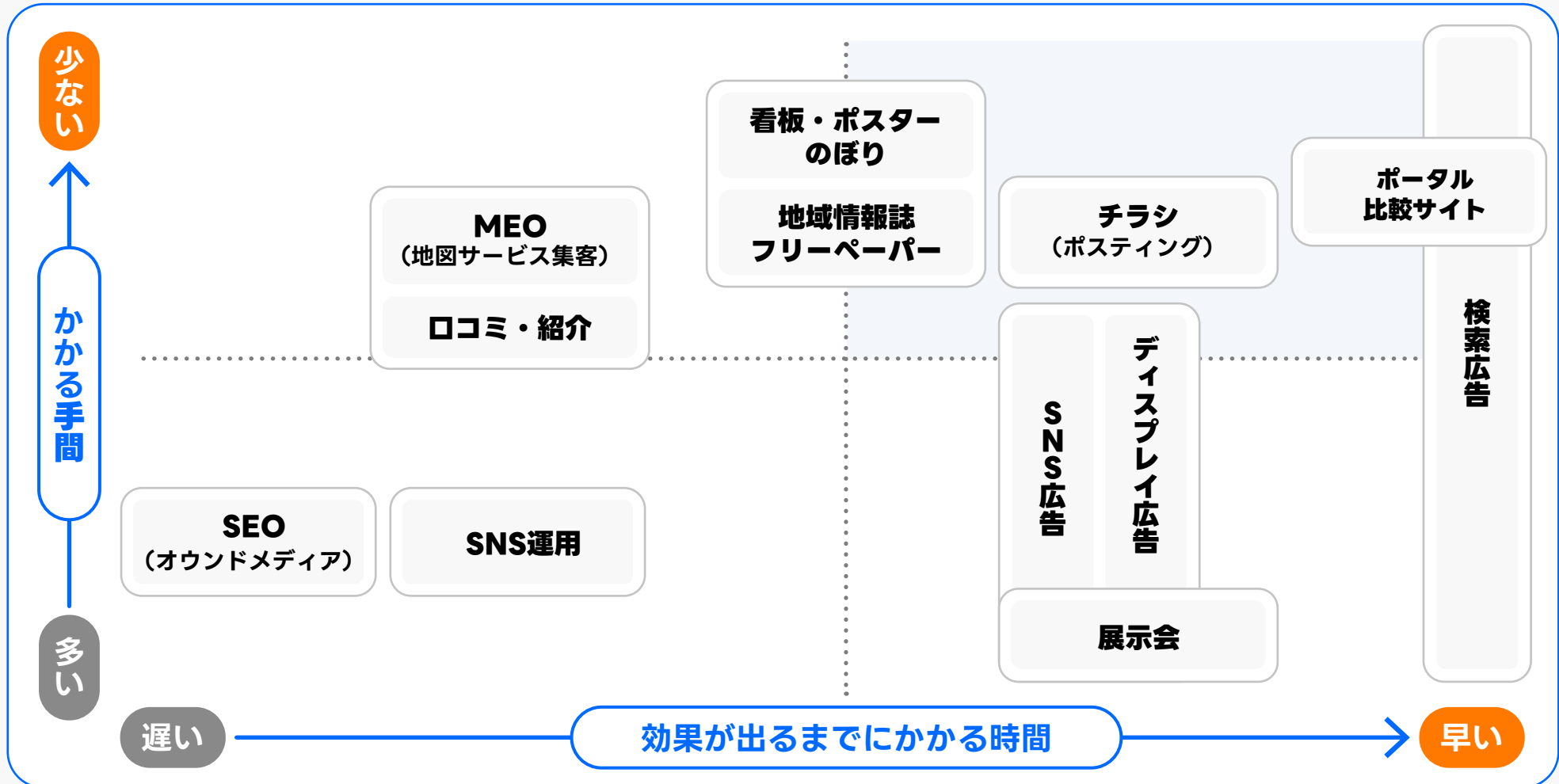


集客の方法マトリクス ①

「早さ×手間」の掛け合わせで施策の立ち位置を把握する

集客方法は「早く成果が出るか」だけでなく、「手間が少なく続けやすいか」でも向き不向きが決まります。

そこで本ページでは、早さ×手間のマトリクスで各施策を整理しています。自社が求める条件に合う集客手段を確認してみましょう。



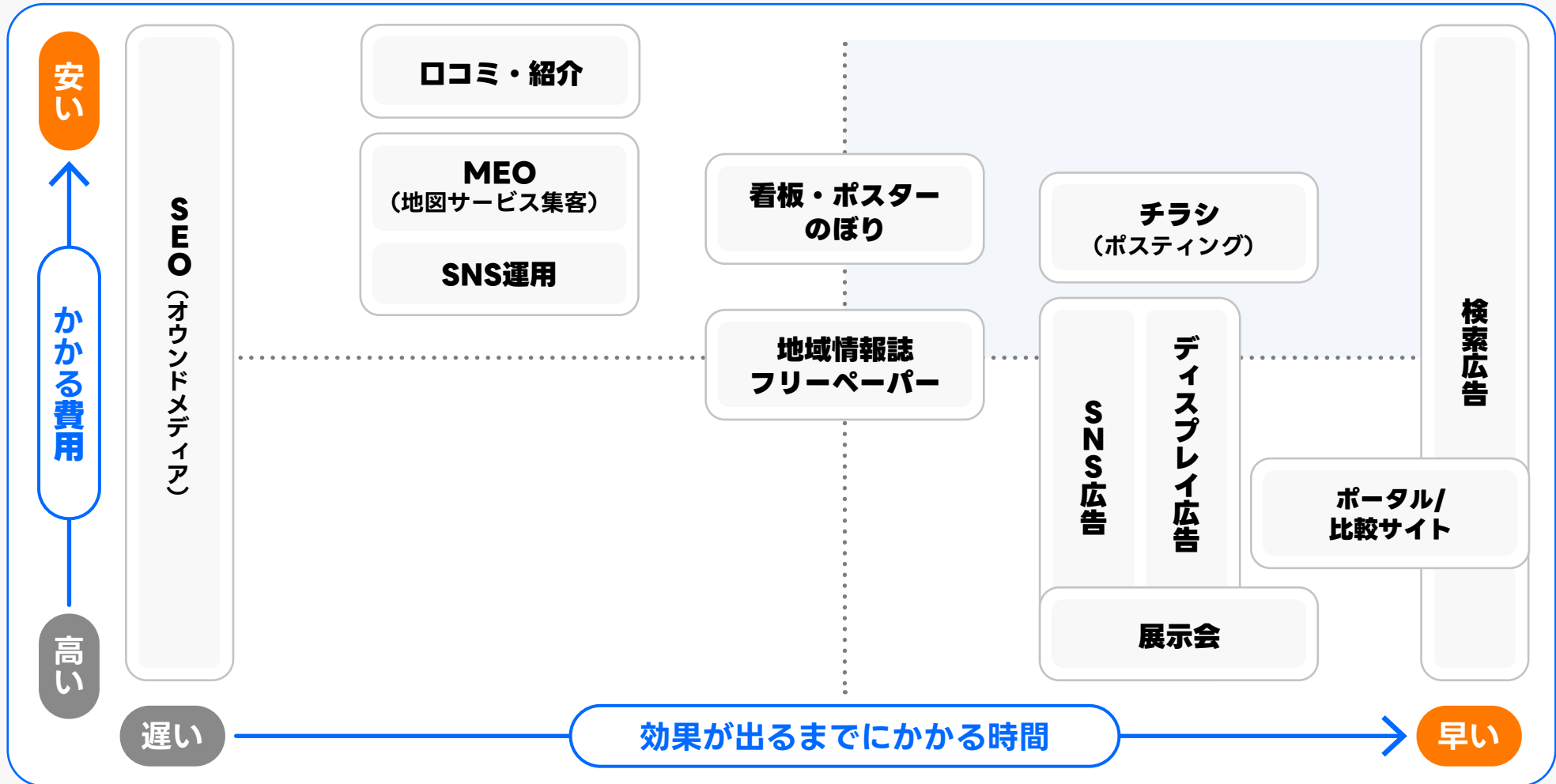
※早さ・手間は目安です(商材、目的、体制、運用設計により変動します)



集客の方法マトリクス ②

「早さ×費用」の掛け合わせで施策の立ち位置を把握する

前ページでは、早さ×手間の視点で施策を整理しました。本ページでは、早さ×費用のマトリクスで、投資できる予算と成果が出るまでの早さの関係を見える化しています。自社の条件に合う選択肢を見つけましょう。



※早さ・費用は目安です(商材、目的、体制、運用設計により変動します)

ケース別: 次の一手におすすめの集客方法

重視したい条件の具体例から考えてみる

各手法の特徴や選び方のポイントを押さえたところで、ここではケース別に「次の一手」を紹介します。
自社で優先したい条件が「早さ・手間・費用」のどれかを整理し、状況に合う施策を具体例から見つけていきましょう。

効果が出るまでの早さを重視する場合



POINT

興味・関心を持っているターゲットに
すぐアプローチできる施策がおすすめ

- Web広告（検索・ディスプレイ広告）
- SNS広告
- ポータル/比較サイト
- 展示会
- チラシ

かかる手間の少なさを重視する場合



POINT

一度実施すれば効果が続くものや
運用を外注できる施策がおすすめ

- Web広告（検索広告）
- ポータル / 比較サイト
- MEO 口コミ チラシ
- 看板・ポスター・のぼり
- 地域情報誌・フリーペーパー

かかる費用の少なさを重視する場合



POINT

内製で実施できる施策や
少額から実施可能な施策がおすすめ

- Web広告（検索広告）
- SEO（オウンドメディア）
- SNS運用 MEO
- 口コミ チラシ
- 看板・ポスター・のぼり

どのケースでもWeb広告が効果的！



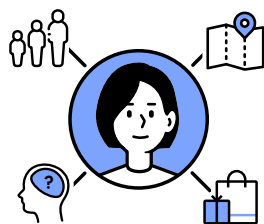
Web広告が選ばれる理由

実は中小・大企業に限らず、多くの個人事業主にも選ばれる手法

Web広告は日常でよく目にする一方、「自分で運用するのは難しそう」と感じがちです。しかし、少額から始められ、意図するユーザー層に届けて改善もしやすいことから、実は多くの個人事業主にも活用されています。

ターゲティング機能で届けたい人に訴求できる

年齢・地域・興味関心などで広告の配信先を絞り、見込みの高い層にだけ広告を届けられます。無駄な露出やコストを減らし、効率よく成果につなげられます。



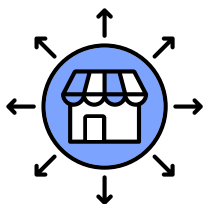
少額からスタート可能でリスクを抑えられる

少ない予算でテスト配信できるため、いきなり大きく投資せずに始められます。反応を見ながら調整・拡大でき、失敗のリスクを抑えられます。



投資額に応じて成果を拡大できる

効果の高い広告に予算を寄せれば、露出や獲得数を伸ばしやすいのが特徴です。勝ちパターンが見えたら、投資額に応じて成果を拡大できます。



結果が数値化されるため改善しやすい

表示・クリック・購入などが数値で把握でき、効果の良し悪しが判断しやすいです。訴求や配信先を変えながら検証でき、改善サイクルを効率的に回せます。



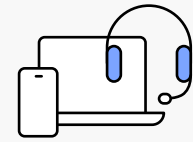
はじめてのWeb広告はLINEヤフー広告がおすすめ

「検索広告」と「ディスプレイ広告」のどちらも選べます

はじめてのWeb広告には、初心者でもスムーズに利用できるサポートが充実したLINEヤフー広告がおすすめです。
検索広告とディスプレイの両方を選べるだけでなく、費用も自由に設定できるため、少額から安心してスタートできます。

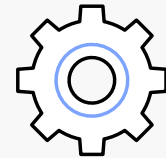
POINT 1 丁寧なサポートで初心者でも安心

利用開始前からお申し込み後・運用開始に至るまで、弊社スタッフが丁寧にサポートします。



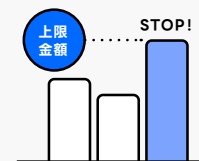
POINT 2 無料設定代行でかんたん広告配信

無料で利用できる初期設定サポートで、どなたでも簡単に最短即日から広告配信をすることが可能です。



POINT 3 低予算から開始できる柔軟な料金体系

お申し込みだけなら無料。予算は自由に調整できるので、予算オーバーの心配はありません。



公式サイトをしてみる

LINEヤフー広告 広告配信までの流れ

かんたん 3 STEPで掲載を始められます

最初にLINEヤフー広告のアカウントを作成します。アカウント作成後、広告管理ツールで各種設定を行い、審査完了後に広告が配信されます。アカウント作成は無料、広告の停止・再開も自由に設定できるため、気軽にはじめることができます。

STEP 1

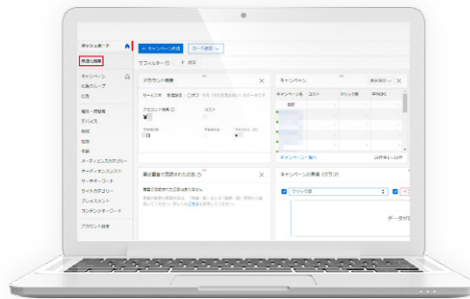


アカウント作成

「LINEヤフー広告をはじめる」ボタンから、アカウントを作成してください。

[LINEヤフー広告をはじめる](#)

STEP 2



広告管理ツールで設定

広告の作成、予算の上限などを設定し、最後にお支払い情報を入力してください。

[初期設定代行サービス](#)

STEP 3



広告の掲載開始

審査完了後、広告が掲載されます。掲載後は、いつでも広告の停止、再開が可能です。

“電話・メール・チャットによる
充実のサポート体制”

お役立ちリンク集

LINEヤフー広告に関する情報は、以下のページで紹介しています

まずはここから！

公式サイトをしてみる

LINEヤフー広告のサービス概要や
料金システム、アカウント作成方法を
知りたい方はこちら



LINEヤフー広告
サービスページ

もっと詳しい資料がほしい

LINEヤフー広告を
資料でもっと詳しく確認するなら
公式ガイドブックがおすすめです



公式ガイドブック
ダウンロード

担当者に相談したい

はじめ方がわからない、料金について
詳しく知りたいなど、お気軽に
お問い合わせください



LINEヤフー広告
お問い合わせ

自社に合う広告が知りたい

検索広告・ディスプレイ広告
自社に合う広告を知るなら
LINEヤフーサービス診断がおすすめです



LINEヤフー
サービス診断