

WEB集客の種類一覧表								
集客経路	手法	概要	メリット	デメリット	具体的な運用例	外注時の費用相場（月額）		
検索エンジン	SEO	検索エンジンの検索結果画面上位に自社のホームページが表示されるようにするための施策の総称	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告費がかからない</li> <li>長期的に安定した売上につながる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>手間と時間がかかる</li> <li>成果までに一定の期間が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社サイト・オウンドメディアでのブログ記事の作成</li> <li>比較サイトの制作から各コンテンツの作成</li> </ul>	10～50万円程度		
	MEO	Googleマップに自社を表示されやすくするための施策の総称	<ul style="list-style-type: none"> <li>来店型のビジネスに強い</li> <li>地域顧客の獲得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の人口に比例する</li> <li>飲食などはSNS中心になってきている</li> </ul>	Googleビジネスプロフィールでの投稿作成	1万～3万円程度		
	リスティング広告	検索結果画面上に表示させる広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>すぐに成果につながる</li> <li>効果検証しやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業界によっては一定以上の広告費が必要</li> <li>最適化には地道な設定調整が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goole広告の運用</li> <li>Yahoo!広告の運用</li> <li>Bing広告の運用</li> </ul>	広告費：3万～30万円程度 初期費用：10万～30万円程度 手数料：広告費の15～25%程度		
	ショッピング広告	Googleの「ショッピング」という枠に自社の商品を表示させる広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>購買意欲の高いユーザーへ訴求できる</li> <li>ビジュアルで訴求できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用できる業種は限られる</li> <li>余分に広告費がかかる可能性がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goole広告の運用</li> <li>Yahoo!広告の運用</li> </ul>	広告費：3～30万円程度 初期費用：10万～30万円程度 手数料：広告費の15～25%程度		
SNS	X	X運用	140文字の文章と画像、動画が投稿できるSNSプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>リアルタイム性が高い</li> <li>幅広い年齢層にリーチできる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報量が少ない</li> <li>ビジュアルでの訴求に弱い</li> </ul>	キャンペーン情報の更新、ノウハウの発信	アカウント運用	10～50万円程度
		X広告	Xのタイムライン上に表示させる広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>二次拡散性が高い</li> <li>幅広い年齢層にリーチできる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲティング精度が低い</li> <li>炎上リスクが高い</li> </ul>	X広告の運用		
	Instagram	Instagram運用	写真や動画をメインとしたSNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランディング戦略に強い</li> <li>ECとの相性に優れている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若い世代中心のユーザー</li> <li>業種を選ぶ</li> </ul>	自社ブランディングのための写真投稿		
		Instagram広告	フィードで他の投稿の間に入り込むように自社の投稿を表示させることができる広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>低予算で配信可能</li> <li>若い世代に効果的に訴求できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>拡散性が低い</li> <li>効果まで時間がかかりがち</li> </ul>	Instagram広告の運用		
	Tiktok	Tiktok運用	スマホで撮った短い動画を投稿できるSNSプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブが少くない</li> <li>バズ（一気に拡散）の可能性が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業種を選ぶ</li> <li>動画制作の努力</li> </ul>	自社ブランディングのための動画作成・投稿		
		Tiktok広告	TikTok上で動画広告を出稿できるサービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>動画でのアプローチ</li> <li>広告メニューが豊富</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若い世代中心のユーザー</li> <li>動画制作の努力</li> </ul>	Tiktok広告の運用		
	facebook	facebook運用	WEB上で人と人が交流できるSNSプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>投稿の自由度が高い</li> <li>決定権を持ったユーザーが多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーの減少</li> <li>サービス終了の可能性</li> </ul>	キャンペーン情報の更新、ノウハウの発信		
		facebook広告	世界最大級のSNSであるFacebook上に広告を出稿できるサービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>低予算で配信可能</li> <li>精度の高いターゲティング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーが限定的</li> <li>仕様変更が多い</li> </ul>	facebook広告の運用		
	LINE	LINE運用	チャット形式で特定の人や集団に情報を発信することができるSNSプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>圧倒的なユーザー数</li> <li>情報を受け取ってもらいやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公式アカウントが突然バンされることも</li> <li>長期的な運用が必須</li> </ul>	お友達追加を促す・クーポンの配信		
		LINE広告	公式アカウントへの友だち追加やトークへの誘導	<ul style="list-style-type: none"> <li>圧倒的なユーザー数</li> <li>配信先が豊富</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>拡散力が強い</li> <li>掲載不可商材が多い</li> </ul>	LINE広告の運用		
Youtube	Youtube運用	世界最大級の動画共有サイト	<ul style="list-style-type: none"> <li>資産性が非常に高い</li> <li>コンテンツとしてのわかりやすさ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企画などのアイデアが枯渇する</li> <li>撮影などに時間がかかる</li> </ul>	自社ブランディングのための動画作成・投稿、ノウハウの発信			
	Youtube広告	YouTube上で動画広告やバナー広告が表示できる広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>アクティブユーザーが多い</li> <li>スキップされるまで見てもらえる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>場合によってはイメージダウン</li> <li>認知のみで購買につながらない場合も</li> </ul>	Youtube広告の運用			
外部サイト	ディスプレイ広告		ニュースサイトやWEBメディア、個人のホームページやブログなどのWEBサイト上に表示される広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>拡散型の広告</li> <li>準備が非常に安い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲティングが難しい</li> <li>認知のみで購買につながらない場合も</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goole広告の運用</li> <li>Yahoo!広告の運用</li> <li>Bing広告の運用</li> </ul>	広告費：2万～20万円 初期費用：10万～30万円 手数料：広告費の15～25%	
	リマーケティング広告		一度サイトを訪れた人に対して広告を配信する手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>確度が高いユーザーに訴求できる</li> <li>リピーター獲得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ネガティブな印象を与える場合も</li> <li>効果測定が難しい</li> </ul>	同上	同上	
	アフィリエイト広告		WEBメディアやWEBサイト、ブログなどを運営している法人や個人に商品やサービスを紹介してもらうという手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>手間がかからない</li> <li>第三者視点のコンテンツ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社でコントロールできない箇所が多い</li> <li>マイナスブランディングになる場合も</li> </ul>	ASPに登録し、承認申請を精査、許諾する	数千円～数十万円（アフィリエイト報酬）	
	純広告	テキスト広告				ローカルメディア媒体に出稿する	30万～100万円（広告費）	
		バナー広告				LINEのトークリスト上部に出稿する「Talk Head View」の出稿		
		リッチ広告				Yahoo!ブランドパネルの出稿		
動画広告					Youtube広告の純広告キャンペーンを使用する			
記事広告	特定のサイトの広告枠を買い取って自社の広告を専属的に掲載してもらう手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>安定的なアクセスの獲得</li> <li>ブランディング戦略に強い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告費が高額になりがち</li> <li>掲載先のサイトへ依存してしまう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日刊新聞のオンライン版に出稿する</li> </ul>				
メディアサイト	ポータルサイト				ものづくり向けデータベースサイト「イブプロス」に登録する	50万円～300万円		
	比較サイト				比較サイトに登録する			
	オウンドメディア	WEBメディアやWEBサイトに自社の情報を掲載してもらって認知度を高める、または自社でメディアサイト自体を作成し運用して顧客を獲得する手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>長期的に安定した売上につながる</li> <li>認知度を上げやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>費用対効果の測定が難しい</li> <li>自社で作成する場合、手間と時間がかかる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社メディアを作成し、各コンテンツの作成</li> <li>自社メディアを作成し、各コンテンツの作成</li> </ul>			
直接	メルマガ	自社の顧客や見込み客に対して定期的にメールで情報を発信する手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>確度が高い見込み客に対して情報を発信</li> <li>安価で集客できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>結局読まずに放置</li> <li>日常的なメールの使用が減っている</li> </ul>	既存顧客にキャンペーンなどの定期的なメール配信	5万円～10万円		
	ウェビナー	WEB上で開催するセミナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>コスト不要</li> <li>確度が高いユーザーにアプローチできる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>手間がかかる</li> <li>参加者自体の募集が難しい</li> </ul>	サービス理解を深めてもらうためのウェビナー開催を案内	10～30万円（外部講師を依頼する場合）		
	オンラインイベント	企業と顧客あるいは顧客同士がオンライン通話システムなどを使って交流を深めるイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーのファン化</li> <li>ユーザーからの直接の声の獲得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企画が難しい</li> <li>参加者自体の募集が難しい</li> </ul>	既存顧客に紹介を連れてきてもらう交流するイベントを開催	5万～20万円		