

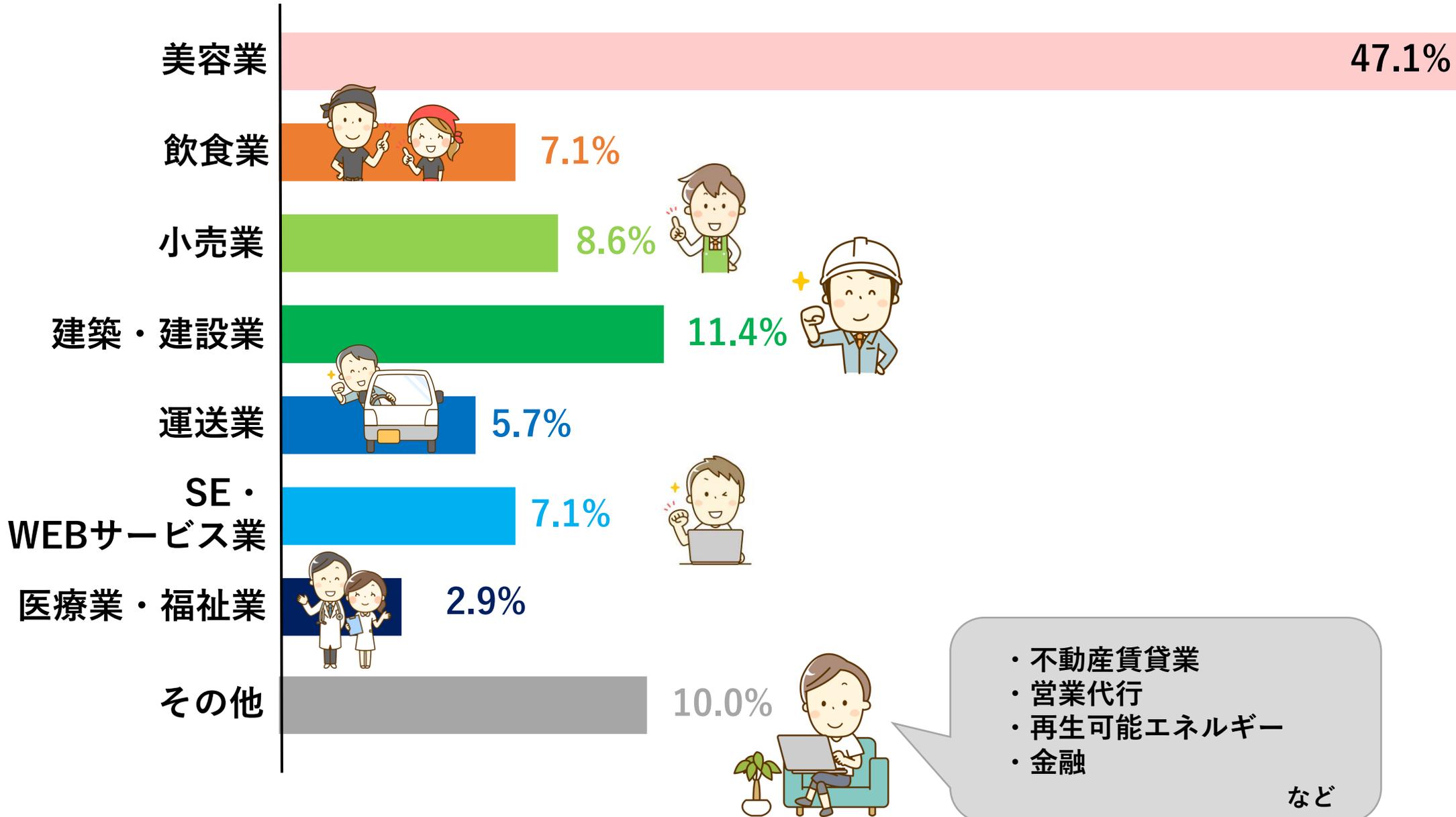
集客媒体に関する調査結果

～集客方法編～

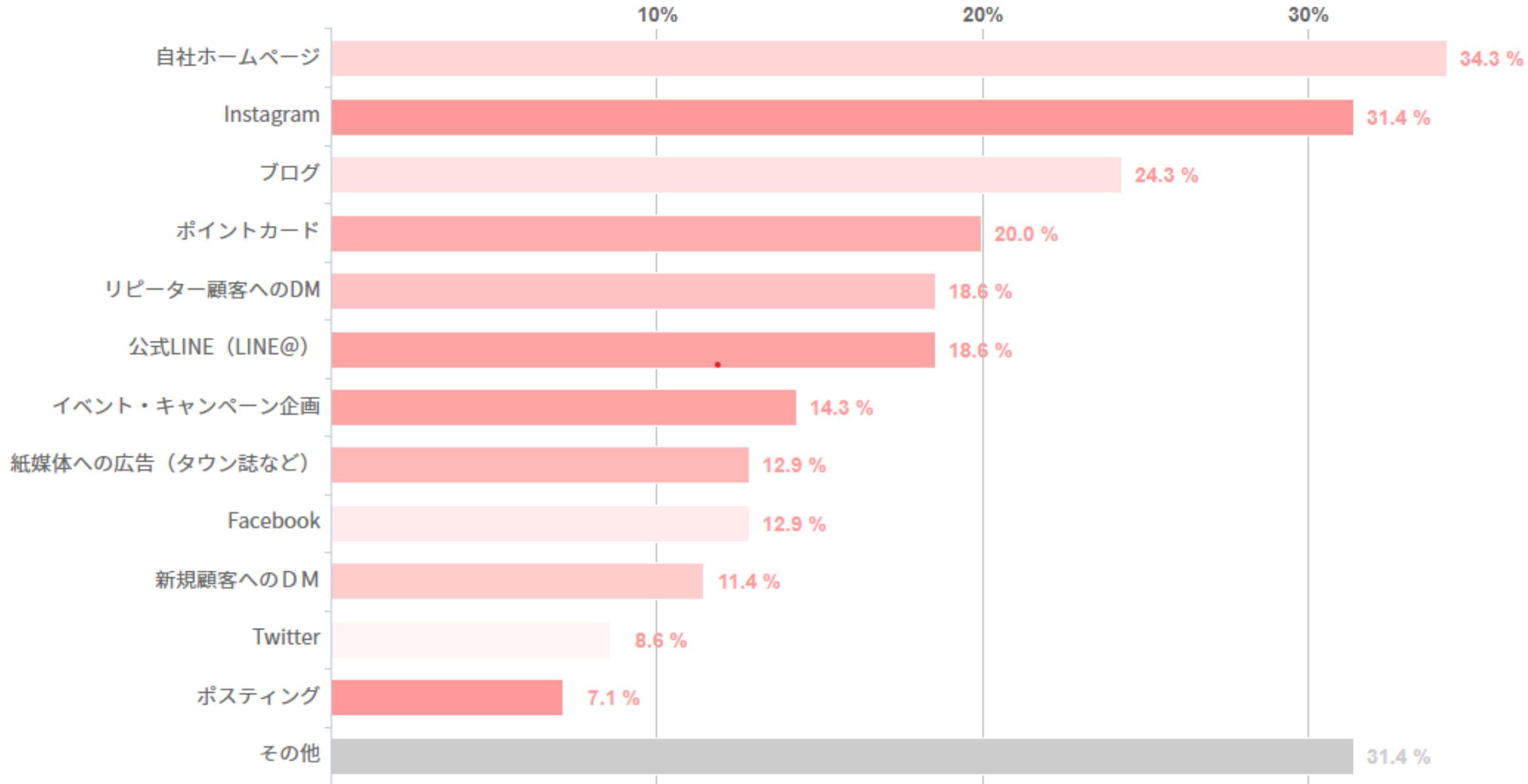
【回答期間】 2021年7月12日～8月24日

MARKETING
MARKETING

業種の割合



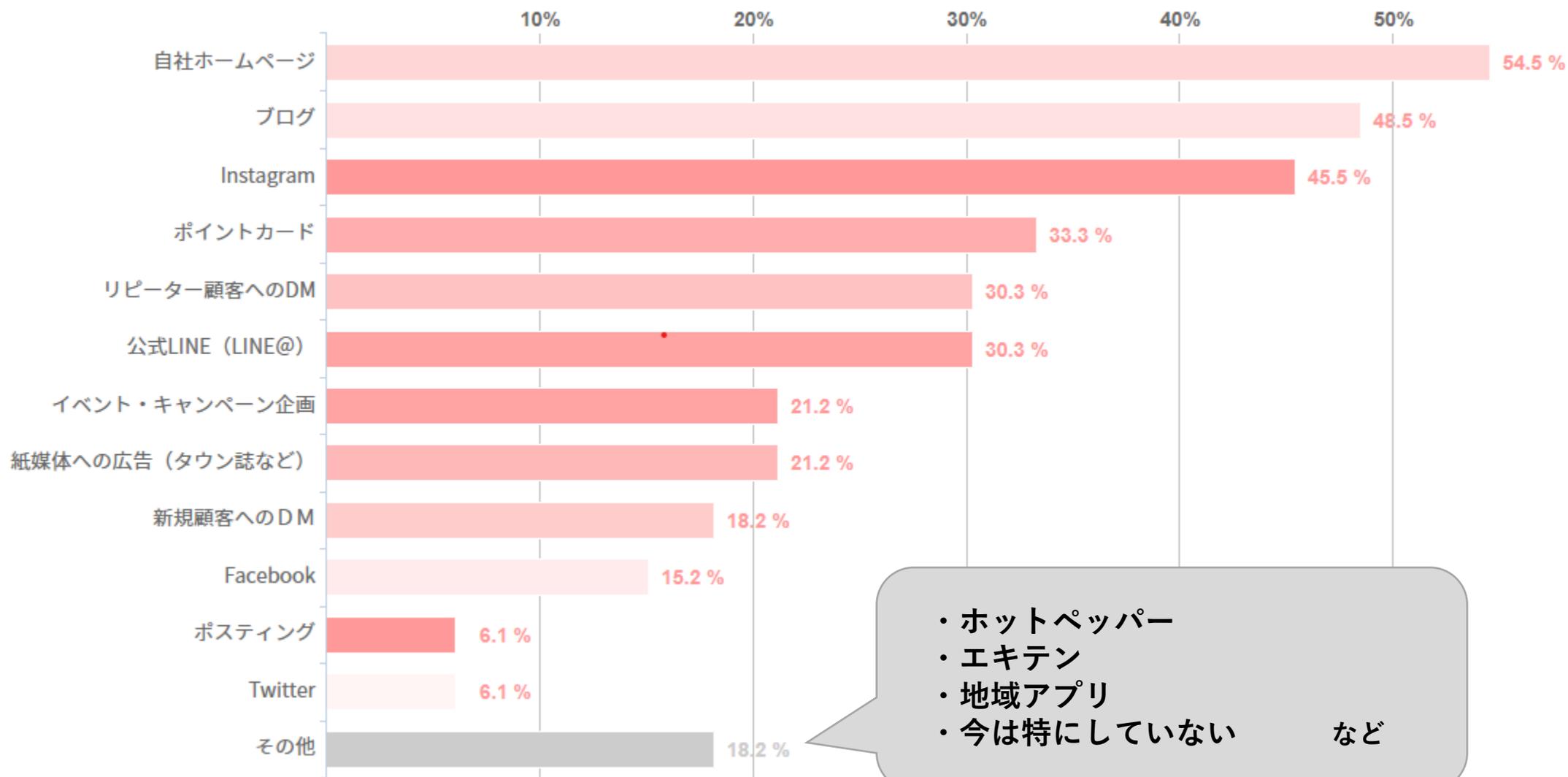
【全体】 利用している集客媒体





美容業

利用している集客媒体





美容業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ ネット媒体

ホットペッパー

理由

- ▶ 楽！
- ▶ 新規集客がしやすい
- ▶ 効果が出やすい
- ▶ 安定して新規集客ができる

SNS集客

理由

効率が良い

リクルート・楽天

理由

1番集客ができる



美容業

▶具体的な集客方法

▶その方法でしている理由

▼ネット媒体

HP・facebook・公式LINEを
ブログと連携させて更新

理由
認知度アップ

既存のお客様に紹介していただけるような技術提供をし、
紹介された方にお店の様子をわかってもらえる情報開示

理由
リピートしていただきやすいから

キャンペーン・新商品・スタイルを掲載

理由
写真や動画を使うことで、
イメージが付きやすく拡散しやすい

悩みに特化したページで集客

理由
悩んでいる人を救いたいから



美容業

- ▶具体的な集客方法
- ▶その方法でしている理由

▼ネット媒体

Instagramで新規に向けての発信 +
固定客へのお知らせ

理由

今はSNSを見る人が多いから

ブログでの発信

理由

最も費用対効果が高いため

絞ったターゲットに向けての内容を
ブログに書く

理由

ターゲットを絞ったほうが
お店の強みを伝えやすいから



美容業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ ネット媒体

SNSで若年層に向けた集客

理由 年代によって利用する媒体が
違うため

割引クーポン

理由 実績があるため



美容業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ポスティング

時間があるときにポスティング

理由

コロナ騒動になってから近隣の新規顧客が増えてきたので、チラシだと直接アプローチができる

高齢の客層に向けてチラシ集客

理由

年代に合わせた媒体を利用するため



美容業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ キャンペーン・イベント

季節に合わせたメニューなどの打ち出し

理由 季節感メニューにして
四季でのメニュー展開に

今月ならではのお得クーポン配信

理由 他店舗のクーポンと比較し少しでも
来店客を増やし、知ってもらうため



美容業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ 紙媒体での広告(フリーペーパー)

新規顧客獲得の広告

理由

動員を増やすため

新規オフ

理由

恒例のため

割引

理由

新規集客、野立て看板代わり



美容業

- ▶具体的な集客方法
- ▶その方法でしている理由

▼ポイントカード

1,000円につき、1ポイント
50ポイントで500円割引！

理由

リピート率UP

ポイント満で、2,000円分の金券

理由

再来店の理由づけ



美容業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼リピーター顧客へのDM

ニュースレター

理由

接触頻度UPのため

DMを送る

理由

喜ばれるから



美容業

- ▶具体的な集客方法
- ▶その方法でしている理由

▼新規顧客へのDM

ステップDM

理由 接触頻度UPのため

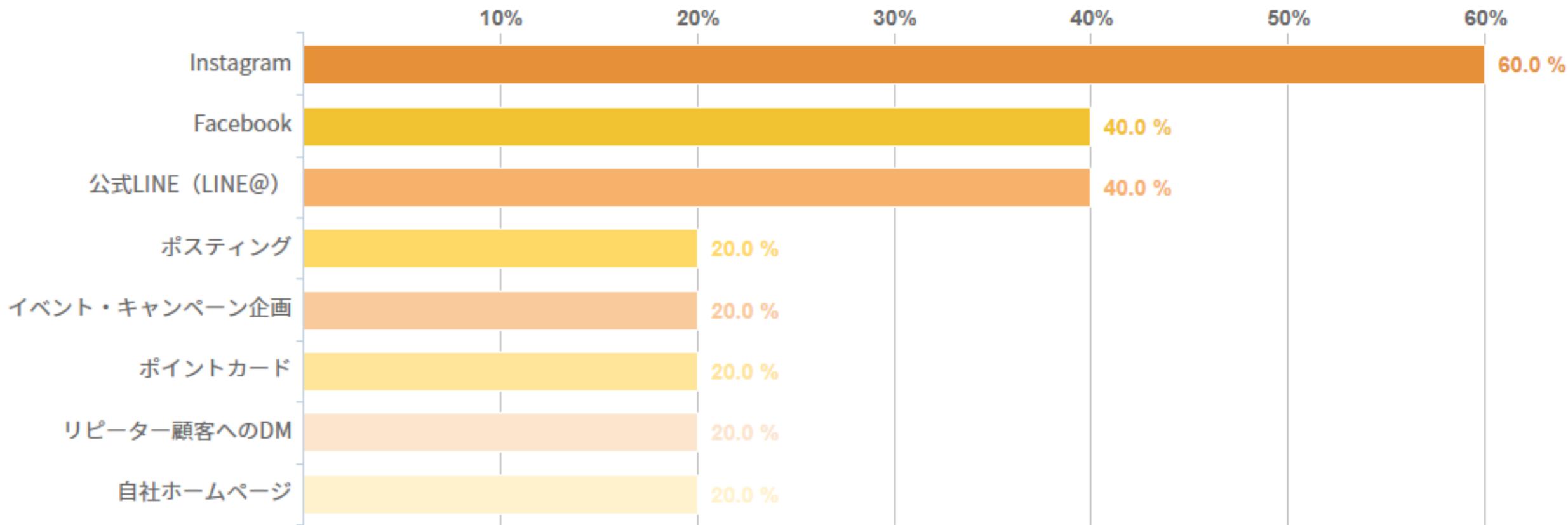
時間のかからないプチヘッドスパをプレゼント！

理由 見てもらうため、忘れられないため
手に取ってもらうため



飲食業

利用している集客媒体





飲食業

▶具体的な集客方法

▶その方法でしている理由

▼ネット媒体

LINEでこまめに連絡

理由

今の時代、SNSでのやり取りが良い
ただ来店に繋がるのは、電話が一番

Instagramに動画や写真で
イベントやスタッフをアップする

理由

お客様に関心をもってもらうため

Facebookで
週1回にサービス品を発信

理由

定期的に投稿するので、
好みの商品時に来店がある

FacebookとInstagramを連動させて
主にその日の商品や新商品の案内を配信

理由

利用者が多いため、主にこの
2種類のSNSを利用している



飲食業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ポスティング

テイクアウト記載 &
サービス券付きのチラシ

理由

当店を知らない人にも認知がいく

▼ポイントカード

アプリ導入して来店ごとに1ポイント加算

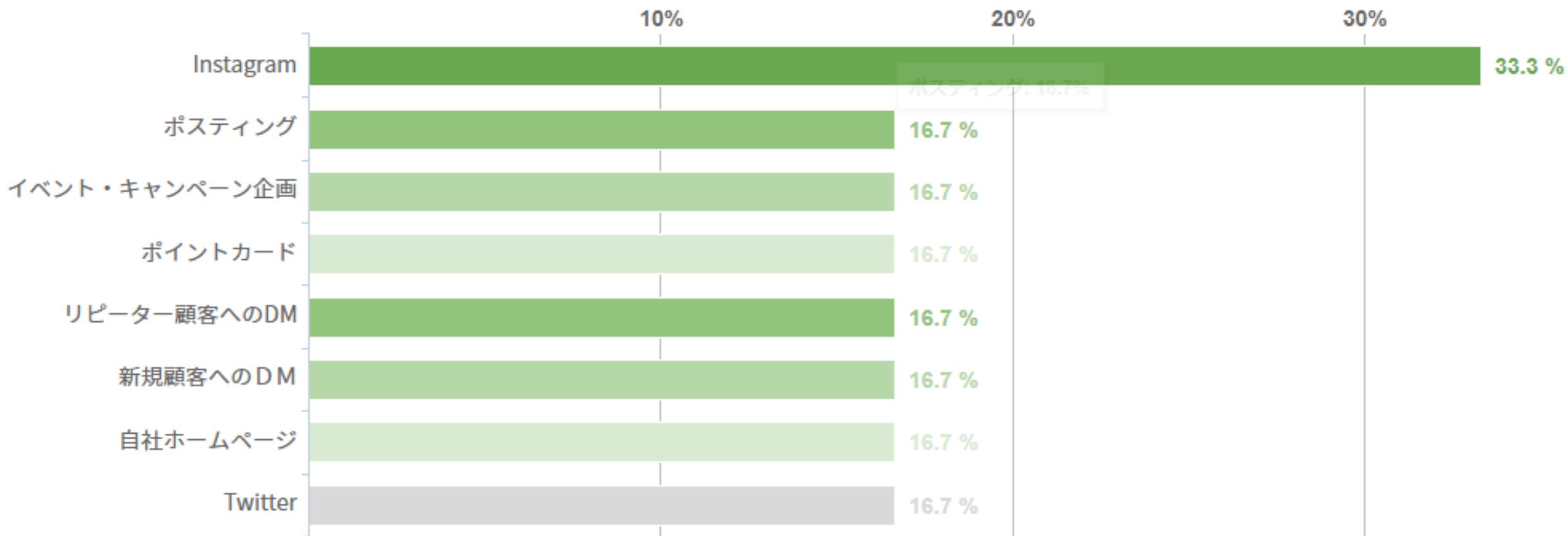
理由

継続して来店してもらうため



小売業

利用している集客媒体





小売業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ ネット媒体

Instagramに投稿し、広告をかける

理由 プロフィールと商品ページのアクセスを増やすため

Instagramへの投稿

理由 フォロワーが定着しているため

▼ ポスティング

本部から支給されたチラシを同ビル内事業所さんへ配布
&
展開で本部指定の販促物を使用して告知

理由 人手をかけずに対面でもないため、気軽にできる。時間と労力がかかるが、お客様の反応が見やすい！



小売業

- ▶ 具体的な集客方法
- ▶ その方法でしている理由

▼ポイントカード

特定の物を買うとクーポンがもらえて
後日そのクーポンと新商品が交換できる

理由 再来店のきっかけに

ポイント満で、2,000円分の金券

理由 再来店の理由づけ

▼新規顧客へのDM

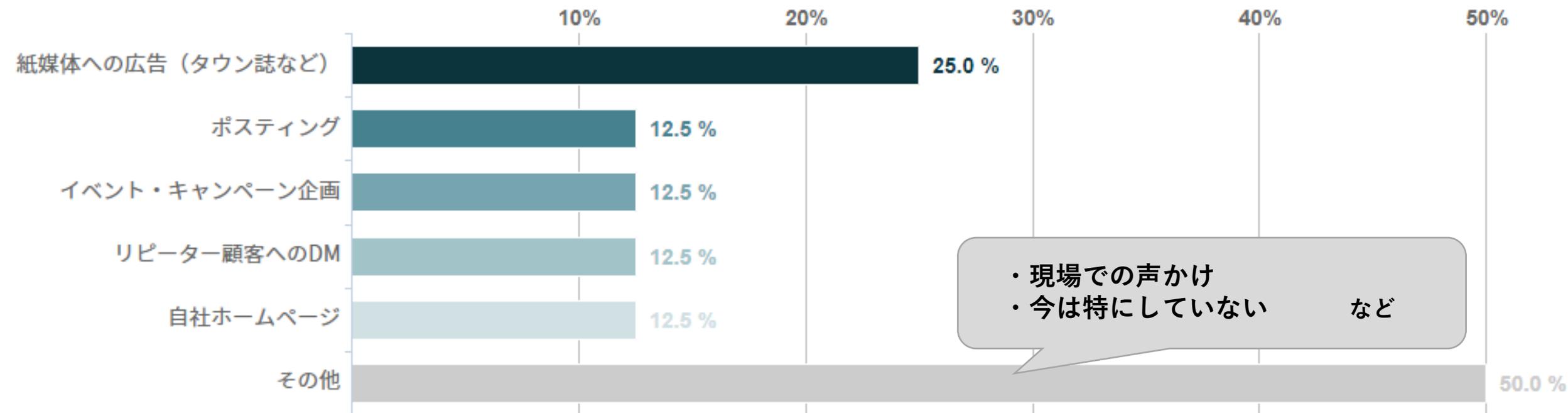
割引クーポンの発行

理由 リピーターに繋げるため



建設業

利用している集客媒体





建設業

- ▶具体的な集客方法
- ▶その方法でしている理由

▼キャンペーン・イベント

シャッターの部分をアルミに変える

理由

他のシャッターと差をつけるため

▼DM

DMを送る

理由

早いため



建設業

▶具体的な集客方法

▶その方法でしている理由

▼そのほか

CMなど

理由

効果が高いため

どんな現場にも対応して現場終了しても
2年間はアフターにも対応する

理由

お客様との信用が大切なため

リフォームしたお客様から
紹介してもらうようにしている

理由

リフォームでサービスした
お客様にも喜ばれるため

いろいろな人と喋る

理由

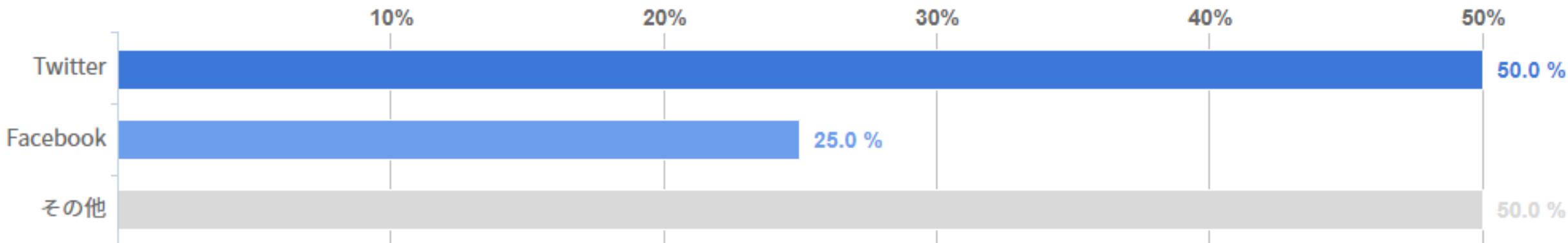
HP等をつくるほど大きくないため



運送業

利用している集客媒体

▶ 具体的な集客方法 ▶ その方法でしている理由



DMやアンケート機能を使用したり
オフ会などを行っている

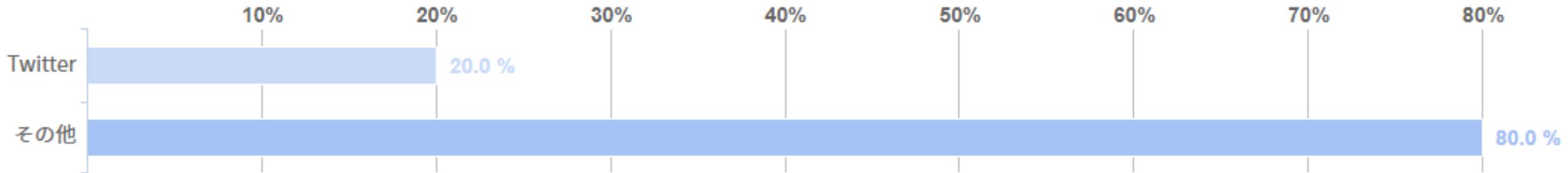
理由 最新の情報を得るため
今後のビジネスに生かすため



WEB・IT関連

利用している集客媒体

▶ 具体的な集客方法 ▶ その方法でしている理由



会員のアンケート回答状況や
会員属性に合わせてメールを送る

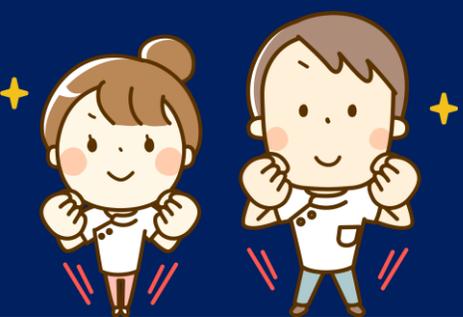
理由 新しいアンケートやキャンペーン
への誘導のため

Twitterフォロワーへの情報配信

理由 相性が良いため

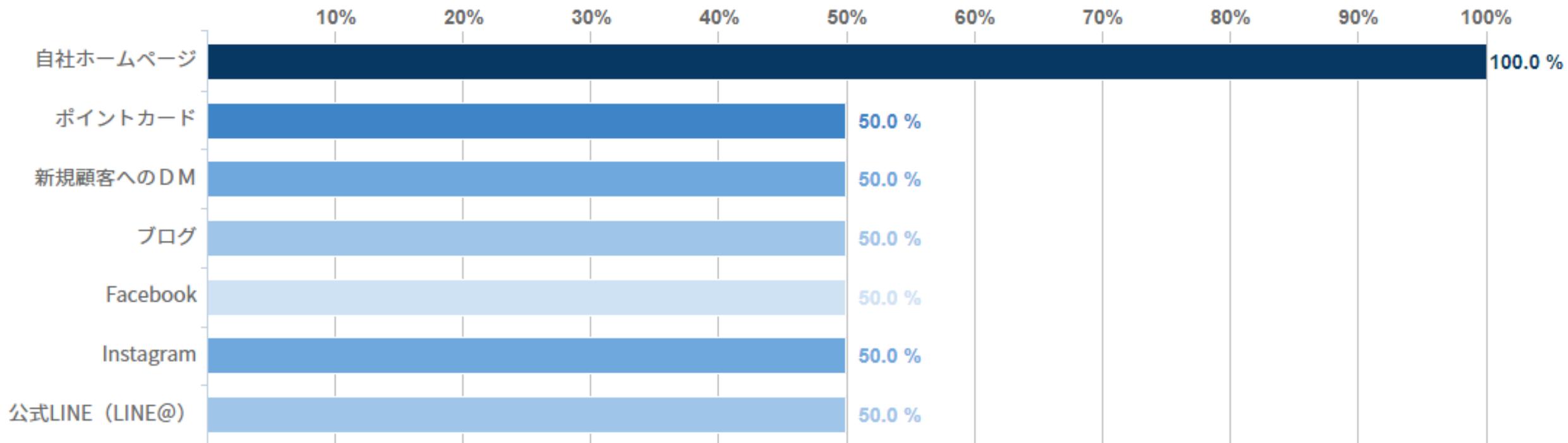
エージェントが代理で営業して
企業から案件をとってきてくれる

理由 営業の労力をトレードオフ



医療・福祉業

利用している集客媒体





医療・福祉業

- ▶具体的な集客方法
- ▶その方法でしている理由

ホームページ

理由

内容を伝えられる

ホームページをGoogleとYahoo!に検索登録

理由

ポスティングに比べて楽だから

Instagramによる投稿

理由

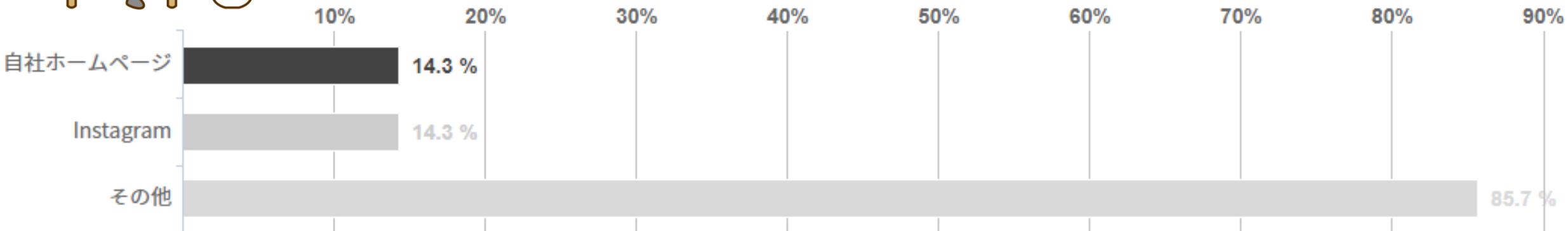
院内の柔らかい雰囲気伝えるのに有効だから



その他

利用している集客媒体

▶ 具体的な集客方法 ▶ その方法でしている理由



複数の不動産屋に頼む

理由 1番楽なので

訪問販売

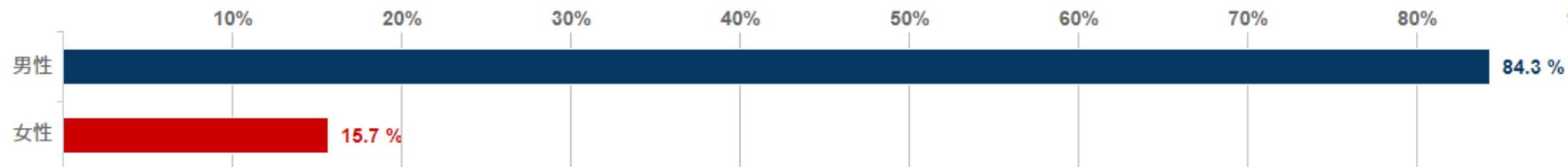
理由 スピードアップ・
明確なターゲットの選別

顧客に紹介してもらい
少人数でのセミナー

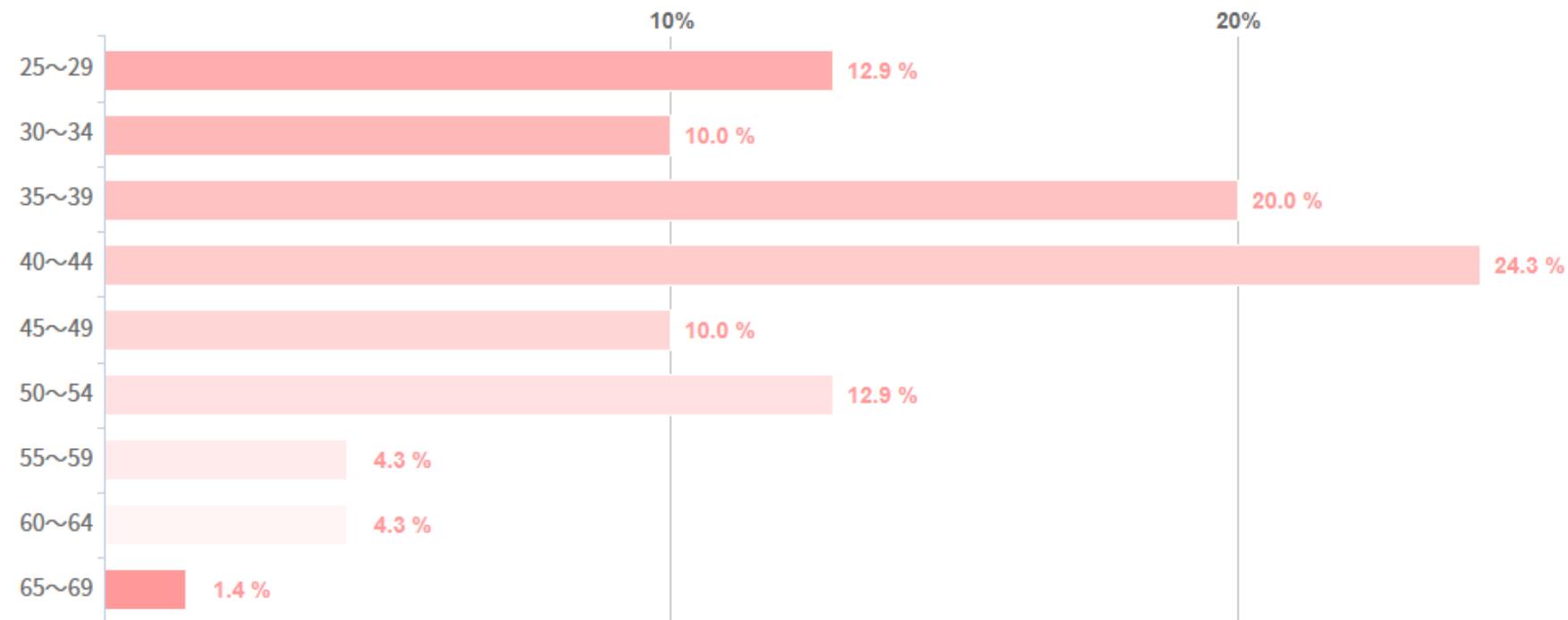
理由 わからないことだらけなので
質問形式にしているため

本調査の回答者属性

性別



年齢





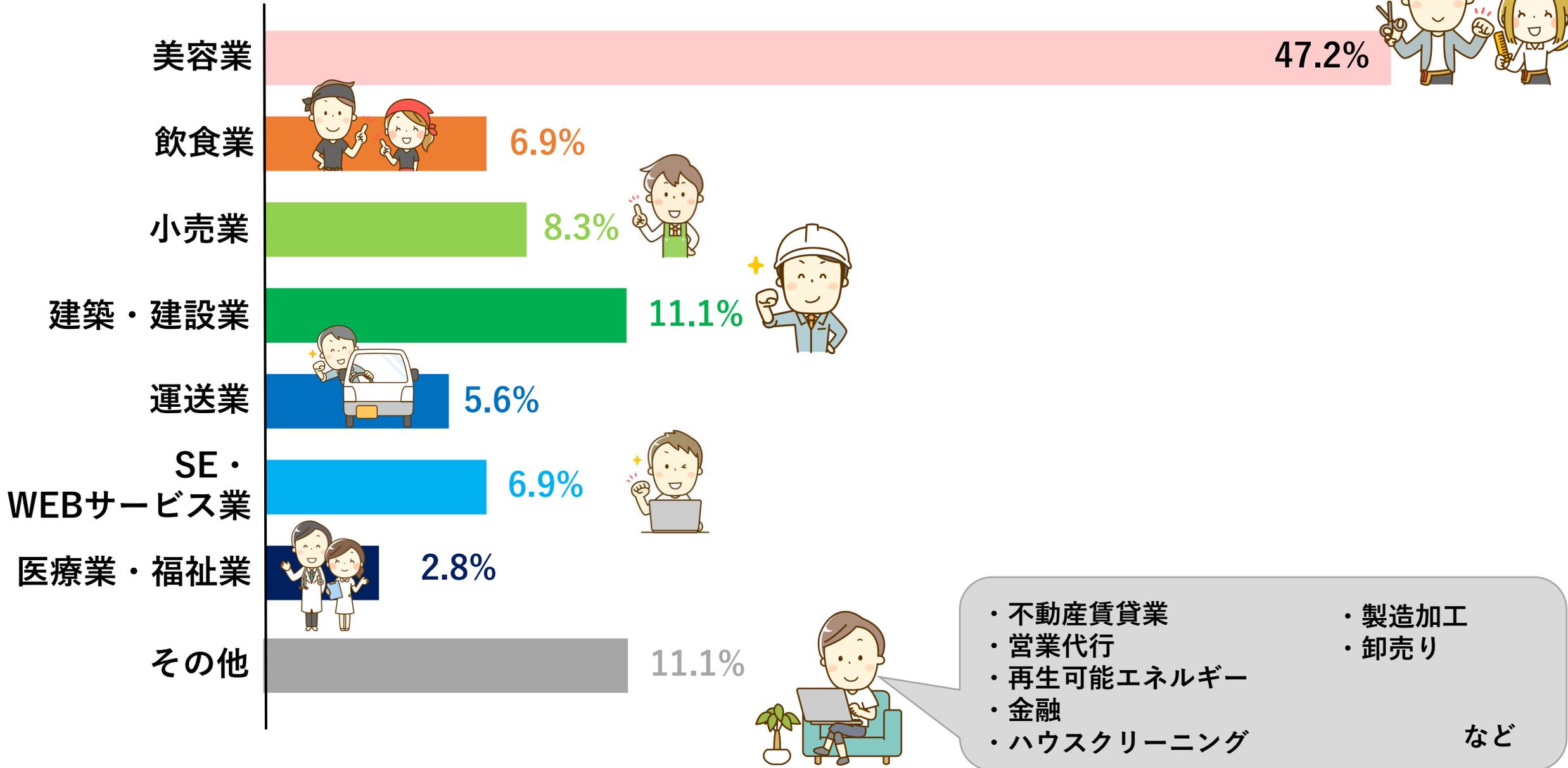
¥

集客媒体に関する調査結果

～費用対効果編～

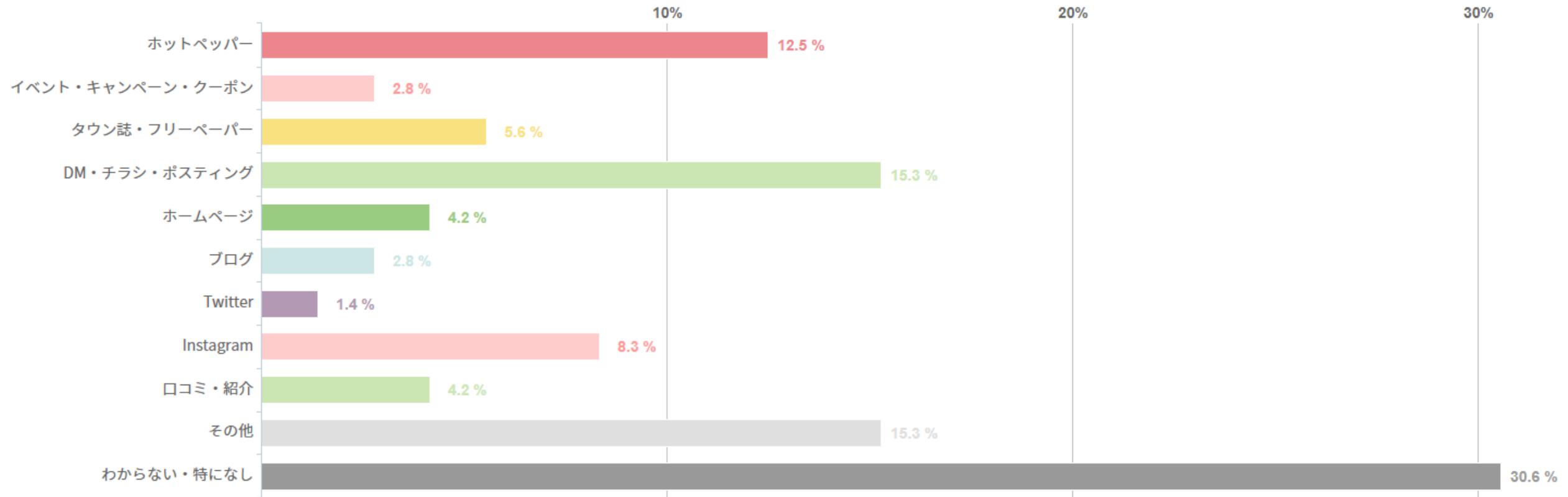
【回答期間】 2021年7月12日～8月31日

業種の割合



全業種

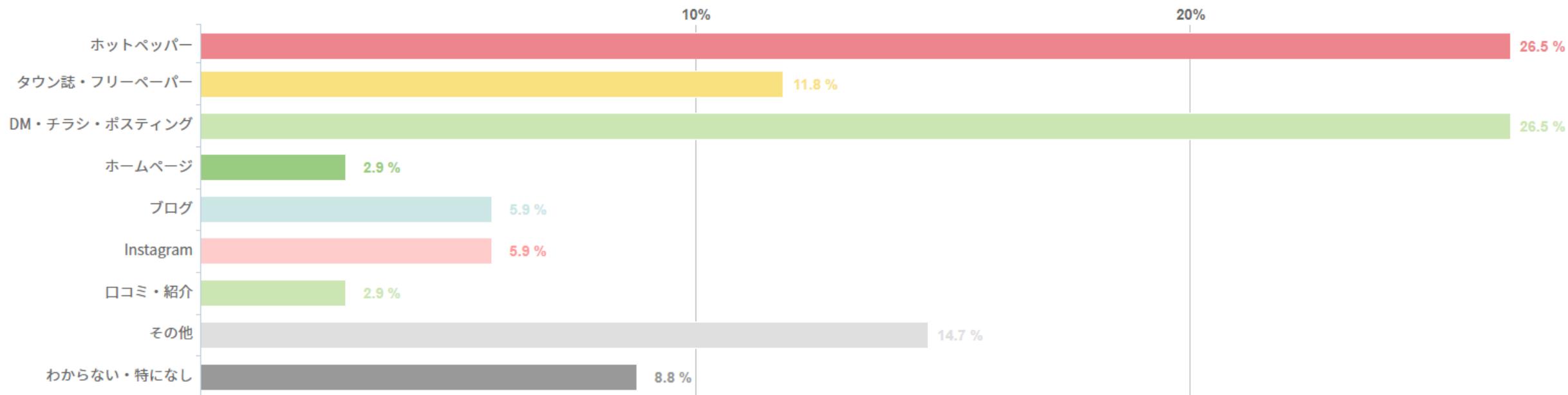
費用対効果の高かった集客





美容業

費用対効果の高かった集客





美容業

費用対効果

ホットペッパー

かかった費用

● 15,000円で



150,000円UP!!

● 35,000円で



1,200,000円UP!!

● 38,500円で



80,000円UP!!

● 38,900円で



100,000円UP!!

● 45,000円で

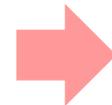


150,000円UP!!

そのおかげで
あがった売上

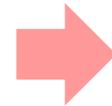
かかった費用

● 80,000円で



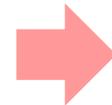
400,000円UP!!

● 300,000円で



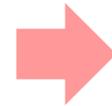
1,00,000円UP!!

● 300,000円で



500,000円UP!!

● 300,000円で



3,000,000円UP!!

そのおかげで
あがった売上



美容業

費用対効果

DM・チラシ・ポスティング

かかった費用

- 2,000円で → 50,000円UP!!
- 5,000円で → 160,000円UP!!
- 15,000円で → 100,000円UP!!
- 15,000円で → 100,000円UP!!
- 30,000円で → 150,000円UP!!

そのおかげで あがった売上

かかった費用

- 40,000円で → 150,000円UP!!
- 50,000円で → 100,000円UP!!
- 50,000円で → 150,000円UP!!
- 60,000円で → 600,000円UP!!

そのおかげで あがった売上



美容業

費用対効果

タウン誌・フリーペーパー・新聞記事

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

- 10,000円で → 50,000円UP!!
- 60,000円で → 90,000円UP!!
- 60,000円で → 600,000円UP!!
- 0円で → 80,000円UP!!

ホームページ

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

- 60,000円で → 200,000円UP!!

ブログ

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

- 0円で → 100,000円UP!!
- 0円で → 600,000円UP!!



美容業

費用対効果の高かった集客

Instagram

かかった費用

0円で

そのおかげで
あがった売上

100,000円UP!!

口コミ・紹介

かかった費用

0円で

そのおかげで
あがった売上

100,000円UP!!

その他

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

【置き看板】

• 1,200円で

100,000円UP!!

【パンフレット作成】

• 10,000円で

100,000円UP!!

【楽天】

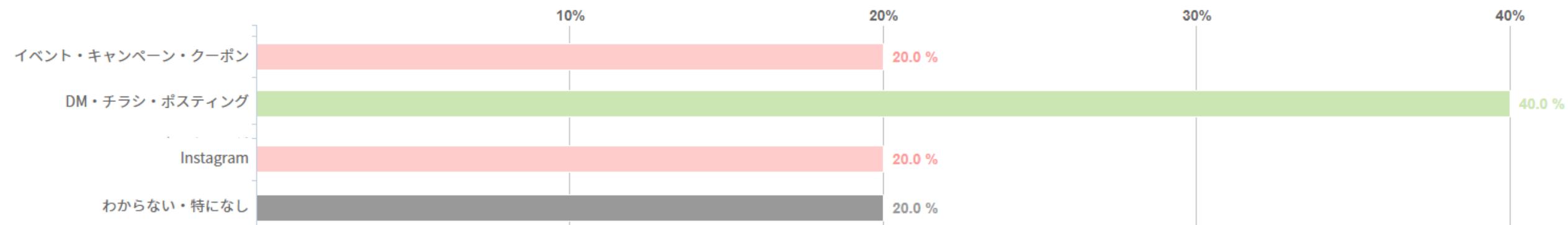
• 5,000円で

50,000円UP!!



飲食業

費用対効果の高かった集客





飲食業

費用対効果

イベント・キャンペーン

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

【夏と冬に常連様向けのおかき詰め合わせ】

● 50,000円で → 500,000円UP!!

Instagram

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

● 0円で → 500,000円UP!!

ポスティング

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

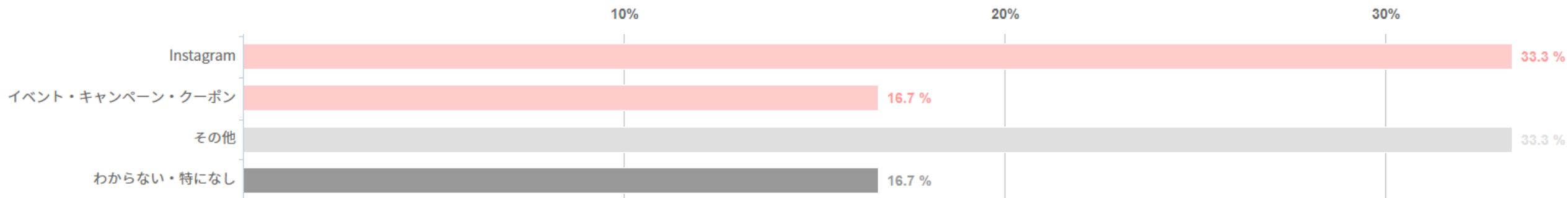
● 5,000円で → 600,000円UP!!

● 20,000円で → 80,000円UP!!



小売業

費用対効果の高かった集客





小売業

費用対効果

Instagram(投稿・広告)

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

- 1,500円で → 45,000円UP!!
- 0円で → 0円

クーポン

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

- 0円で → 0円

その他

かかった費用

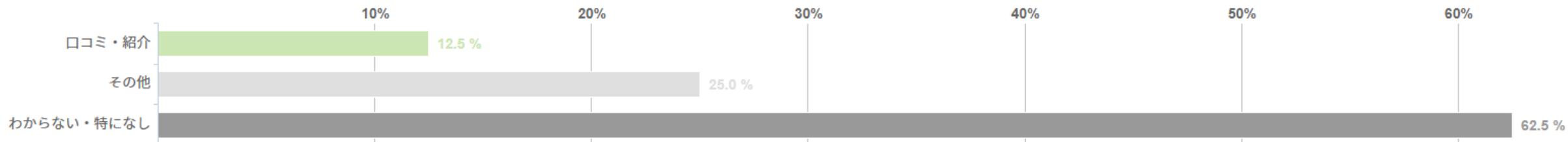
そのおかげで
あがった売上

- 【広告】
 - 100,000円で → 3,000,000円UP!!
- 【天井からの大量吊り下げPOP】
 - 10,000円で → 50,000円UP!!



建設業

費用対効果の高かった集客・費用対効果



口コミ・紹介

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

● 0円で → 1,600,000円UP!!

その他

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

【隣県までの現地調査】
● 3,000円で → 60,000円UP!!



運送業

費用対効果の高かった集客・費用対効果



口コミ・紹介

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

● 10,000円で

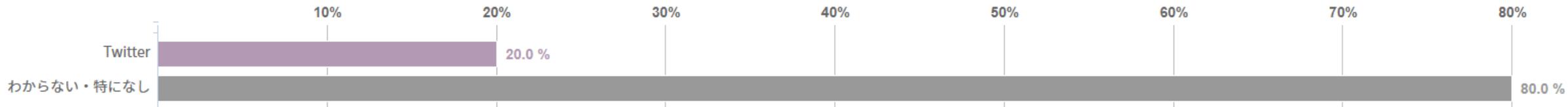


50,000円UP!!



WEB・IT関連

費用対効果の高かった集客・費用対効果



Twitter

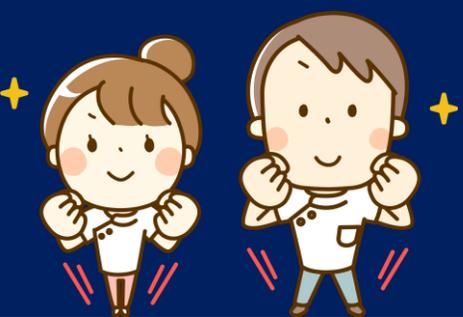
かかった費用

● 0円で



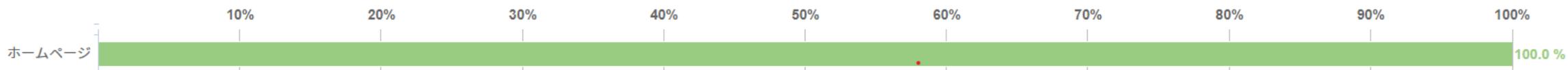
そのおかげで
あがった売上

200,000円UP!!



医療・福祉業

費用対効果の高かった集客・費用対効果



ホームページ

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

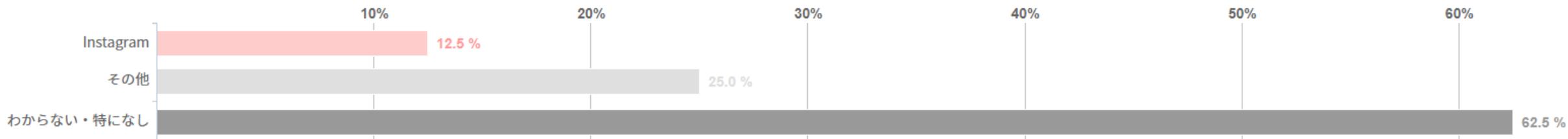
● 2,000,000円で → 5,000,000円UP!!

● 25,000円で → 35,000円UP!!



その他

費用対効果の高かった集客・費用対効果



Instagram(投稿・広告)

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

● 0円で



100,000円UP!!

その他

かかった費用

そのおかげで
あがった売上

【再生可能エネルギー：直接手渡し】

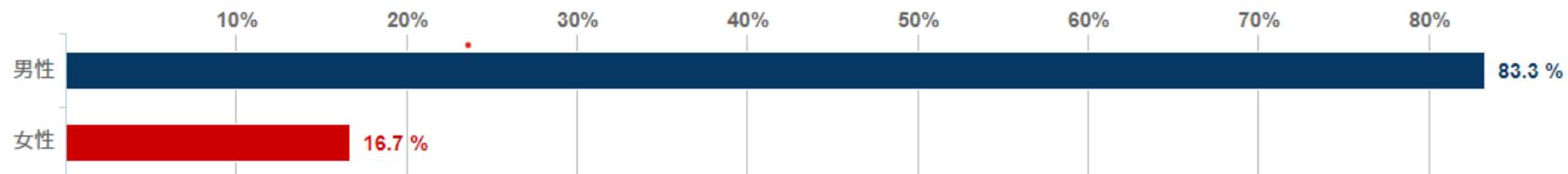
● 10,000円で



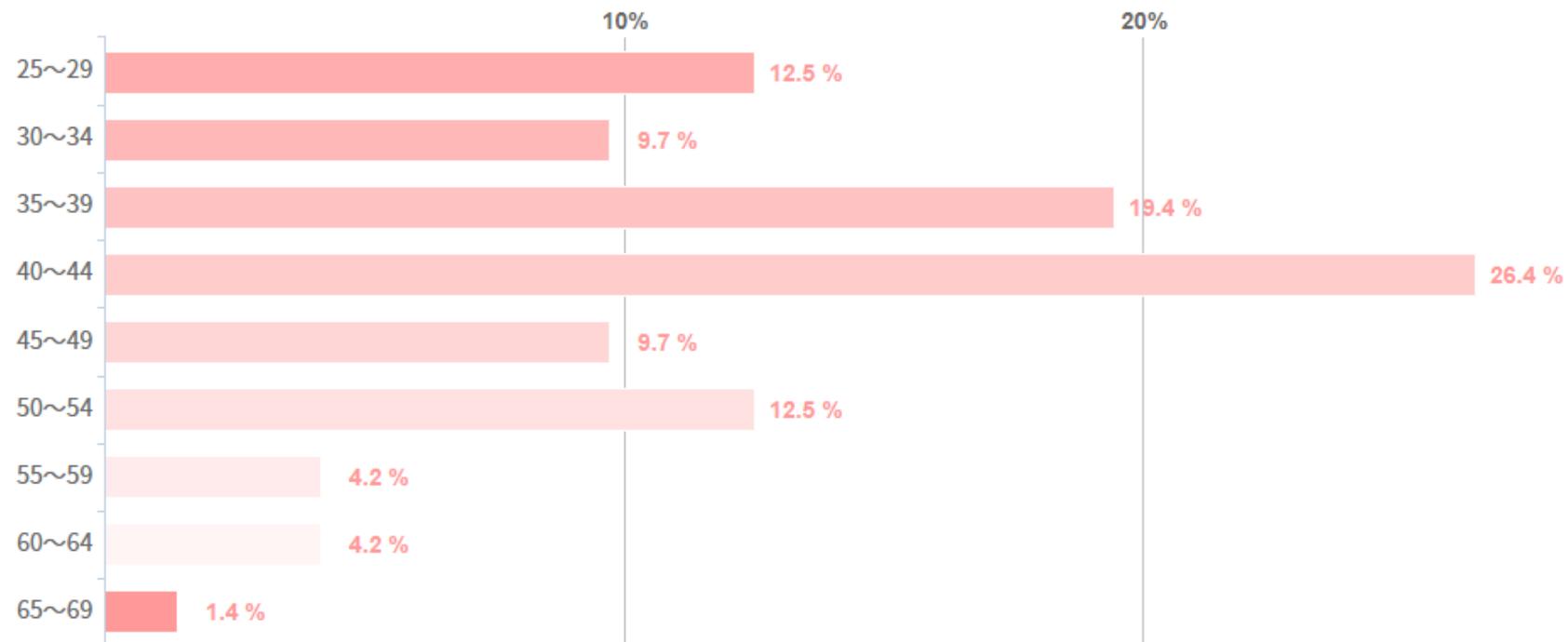
5,000,000円UP!!

本調査の回答者属性

性別



年齢



集客媒体に関する調査結果

～集客にかける費用・媒体の数編～



【回答期間】 2021年7月12日～9月4日



美容業

1ヶ月にかかる集客費用／ 費用の決め方

1ヶ月にかかる費用

最小

0円

平均

63,793円

最大

800,000円

集客費用の決め方

- 必要に応じて。特に決め事はない
- コストパフォーマンス
- なるべくお金をかけない
- 売上と経費のバランス
- 売上の3%未満
- 対象顧客数×切手代



美容業

1ヶ月にかける集客費用／ 費用の決め方

集客費用の決め方

- 事前に決めた販管費のなかで
- 見合った集客が見込めるか
- 黒字であればOK
- 既存客と新規客のバランス
- オープン後5年間で費用をかけ、その後は費用をかけない
- 集客や知名度
- ホットペッパービューティーは年間契約しているため、プラスでチラシやDM費を考える
- 10万円以内で予算を組み、1年間の反応を見て翌年の方法を変えていく
- オープニングの今は決めていない
- チラシの枚数と相談しながら決める



飲食業

1ヶ月にかける集客費用／ 費用の決め方

1ヶ月にかける費用

最小

0円

平均

9,000円

最大

30,000円

集客費用の決め方

- お客様に合わせた予算2,000円程の手土産
- 毎月定額ではないが、年間費用を決めている
- 必要であれば、費用の上限は特になし
- 口コミが1番の集客になっているため、集客にお金はかけていない



小売業

1ヶ月にかける集客費用／
費用の決め方

1ヶ月にかける費用

最小

0円

平均

5,500円

最大

10,000円

集客費用の決め方

- 売上の約1割を目安にしている
- 本部からの販促で金額が決まる
- 無料でできることをやる



建設業

1ヶ月にかける集客費用／
費用の決め方

1ヶ月にかける費用

最小

0円

平均

7,222円

最大

30,000円

集客費用の決め方

- 材料費のみ
- 紹介してもらうお客様の住宅の大きさによってサービス内容を変え、なるべくお金をかけないようにしている
- なるべく安くできるようにしている



運送業

1ヶ月にかける集客費用／
費用の決め方

1ヶ月にかける費用

最小
0円

平均
0円

最大
0円

集客費用の決め方

- 月の売上によって決めている
- 実施していない



WEB・ IT関連

1ヶ月にかかる集客費用／
費用の決め方

1ヶ月にかかる費用

最小

0円

平均

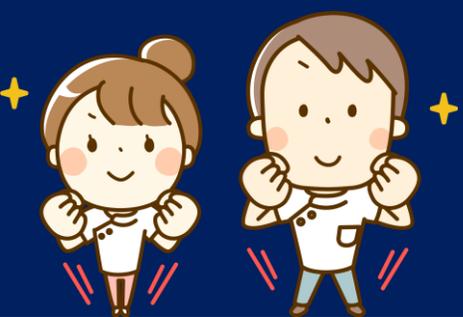
33,333円

最大

200,000円

集客費用の決め方

- 基本無料で費用がかからないようにしている
- エージェントとの交渉



医療・福祉業

1ヶ月にかける集客費用／
費用の決め方

1ヶ月にかける費用

最小

25,000円

平均

77,500円

最大

130,000円

集客費用の決め方

- 一人当たりのコストをもとに
- 欲しい新規数を集めるための計算による



その他

1ヶ月にかける集客費用／
費用の決め方

1ヶ月にかける費用

最小
0円

平均
4,375円

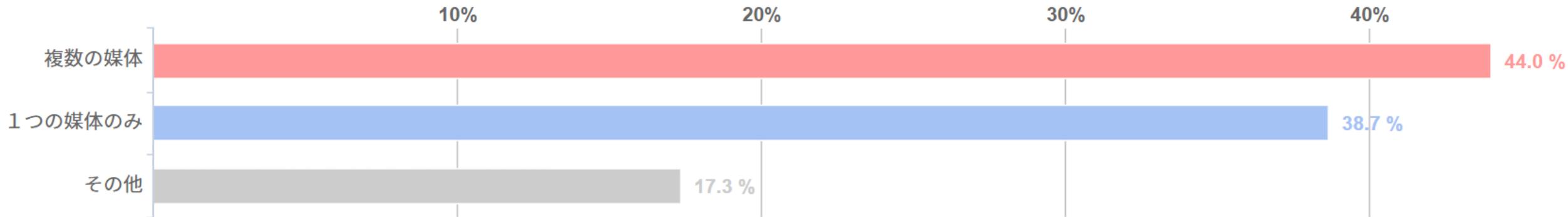
最大
25,000円

集客費用の決め方

- 必要に応じたチラシ作成分
- お茶代や場所代
- 2年に1度、家賃1ヶ月分の計算

全業種

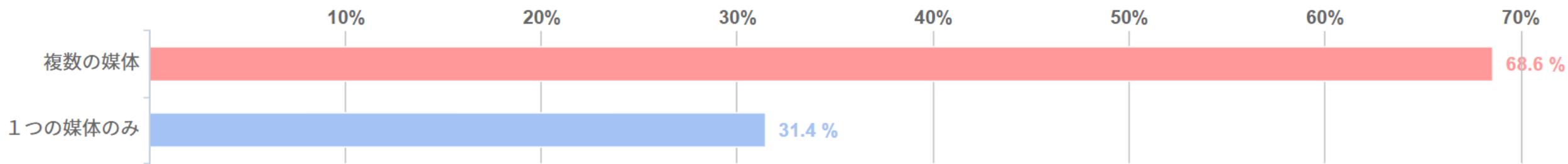
使用するのは 複数の媒体？1つの媒体のみ？





美容業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？





美容業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



理由は？

- それぞれの年齢層に合わせて
(どの媒体も30代以上で設定)
- 顧客の年齢別で効果のある媒体が違うため
- 世の中に複数の方法があるため
- 無料でできることを色々している
- 年配層にも様々なSNSが浸透してきたため
- お客様によってお店を探す方法が違うため
- 網目を広げるため
- オペレーション
- 知りたい情報を伝えるため
- たくさんの人に見てもらうため
- リスクヘッジ



美容業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



- 色々やってみないと分からないため
- ターゲットが色々なものから見えるように
- 媒体が多いほうが知ってもらえるため
- まずは知ってもらうため
- ホットペッパーを使用していない人にも知ってもらうため
- 視認性
- 年齢や性別で違うため
- 選択肢が増えるため
- 最終的にはHPを見にきてもらうために、入口は無料・有料に関わらずたくさんあったほうが良いと思うため
- とりあえず目に触れるのは多いほうがいい
- 様々な媒体のアカウントを持っている人が増えたため



美容業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？

1つの媒体のみ

31.4%

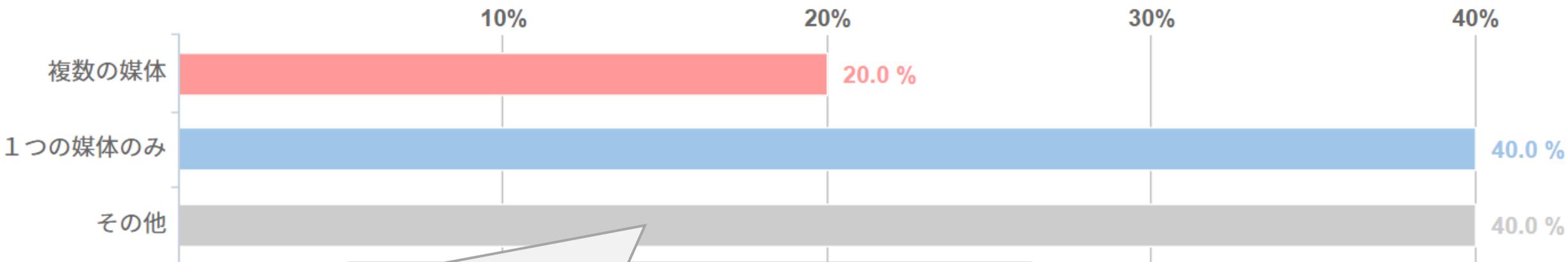
理由は？

- 今は地域性・ターゲットに合っているのがフリーペーパーだから
- 1つに絞ったほうが分かりやすい
- 複数の媒体で出してもホットペッパーから予約があるため
- 1つの媒体を自分流にアレンジできたから
- 地域的に強い媒体のみ
- 集中型
- ホットペッパーを年間契約しているため
- ターゲットの年齢層を狙った媒体
- ほかの媒体は結果が悪かったため



飲食業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



- ・年に数回、TVや雑誌の取材があるため、取材があった媒体のみ使用する
- ・今は掲載していない

複数の媒体でしている理由

- 顧客の年齢別で効果のある媒体が違うため

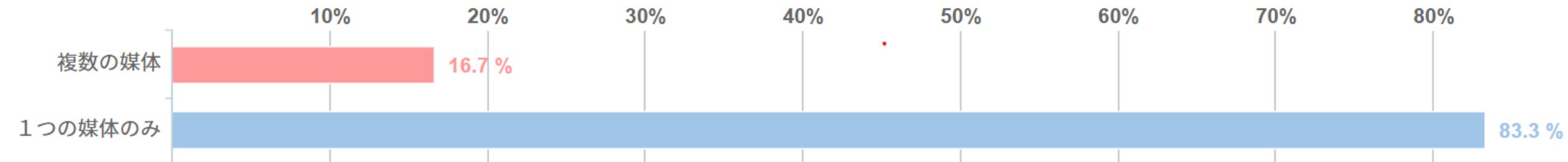
1つの媒体でしている理由

- 店舗も小さいため
- まだ複数の媒体でしたことがない



小売業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



複数の媒体でしている理由

- たくさんの方に知ってもらうため

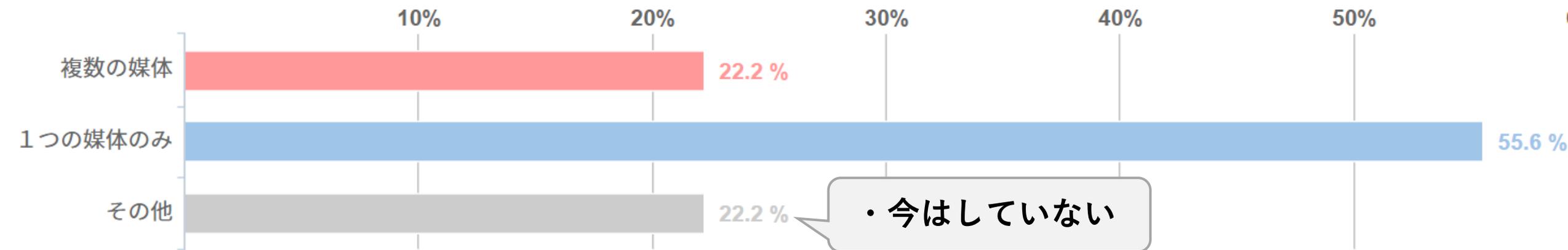
1つの媒体でしている理由

- 他の広告媒体の知識が乏しいため
- 今はインスタ以外は必要がないため
- 求人媒体としてつかう、1つに絞らないと多額の費用がかかるため
- 他の媒体は意味がないため



建設業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



複数の媒体でしている理由

- 目につく頻度が高くなるため
- 全体的に宣伝したいから

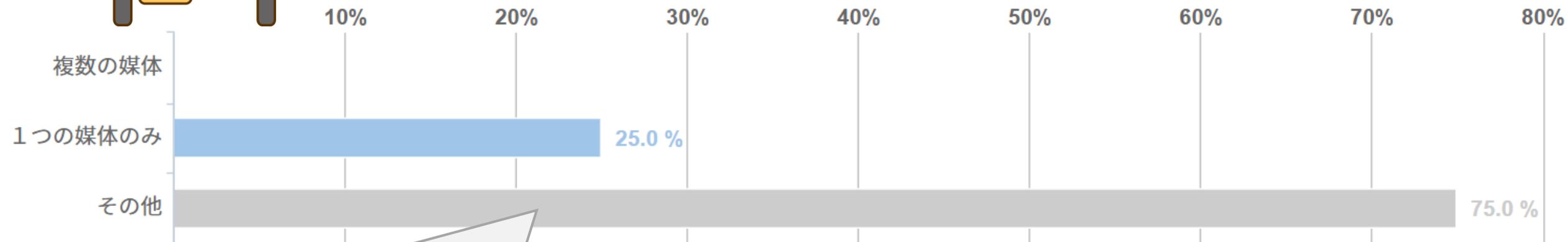
1つの媒体でしている理由

- CMはどの年代も見するため
- あまりわからないため
- 仕事内容を実際に見て、納得した上で紹介してもらうため
- 電話営業だけのため



運送業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？

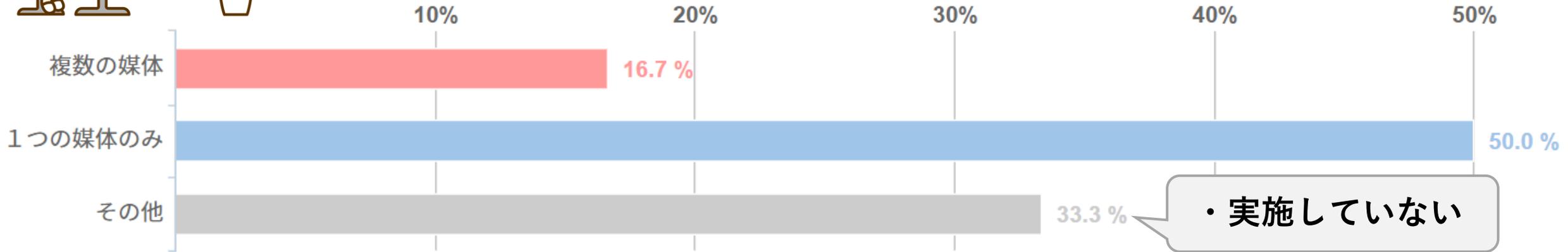


- ・性別や年齢層、職種によって効果が違うため、媒体の特性によって決めている
- ・実施していない



WEB・IT関連

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



複数の媒体でしている理由

- 営業委託先によって、得意な企業ネットワークが異なるため

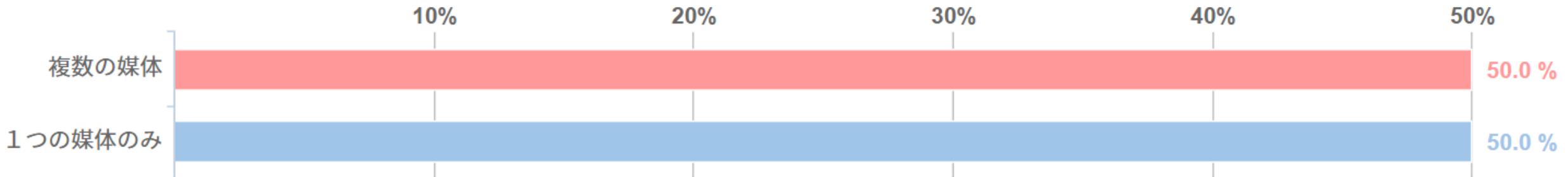
1つの媒体でしている理由

- 業務委託先が自社媒体を利用しているため
- その媒体自体の効果がわかりやすいため
- ネット以外のものは費用がかかるし、効果があまりないため



医療・福祉業

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



複数の媒体でしている理由

- より多くの集客をするため

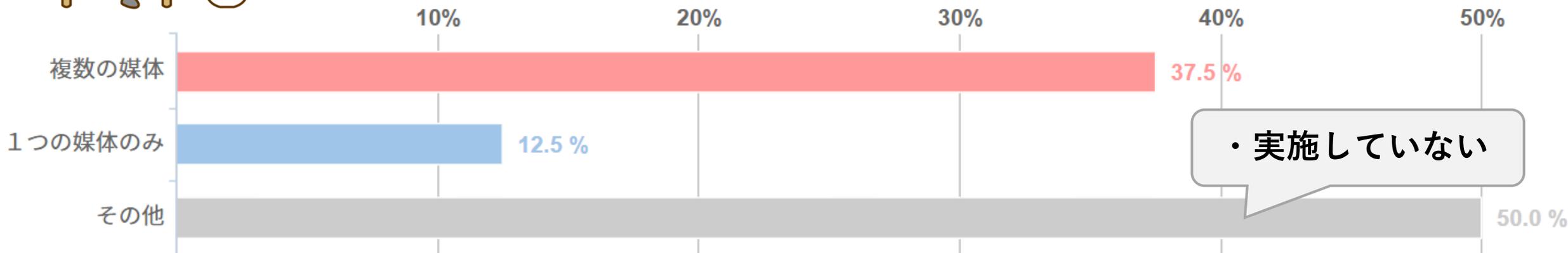
1つの媒体でしている理由

- 現在のところ、あまり新規集客を必要としていないため



その他

使用するのは
複数の媒体？1つの媒体のみ？



複数の媒体でしている理由

歯科医師

- 集客と採用もかねて

営業代行

- より幅広い客層にアプローチできそうなので

ハウスクリーニング

- 複数のほうが効果がありそう

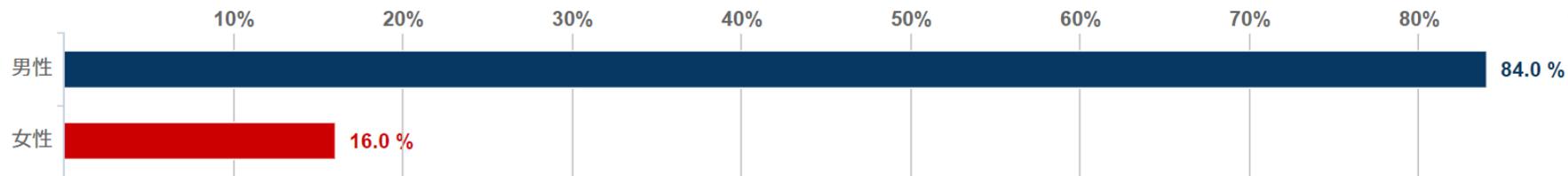
1つの媒体でしている理由

不動産賃貸業

- 1番楽だったため

本調査の回答者属性

性別



年齢

