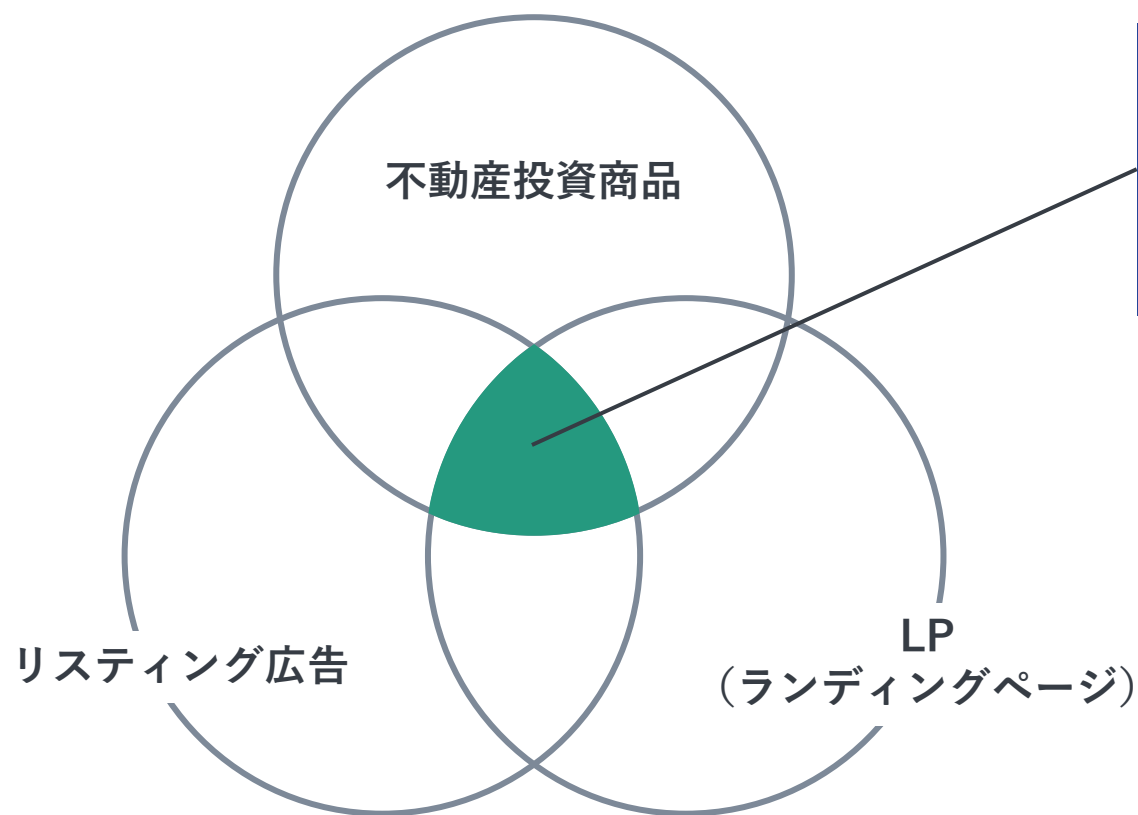




不動産事業の集客に貢献する リスティング広告LP 5つの成功法則

アイオイクス株式会社

「不動産投資商品 × リスティング広告 × LP」の成功法則を知る



不動産投資商品における
リスティング広告LPの成功法則を分析

「不動産投資」関連キーワードで
出稿されている11ページを調査

不動産投資商品を提供している企業のランディングページを分析

- 当資料では、不動産投資商品を提供している企業がWebマーケティングに活用しているリスティング広告用のランディングページ（LP・販促ページ）を分析し、それらに共通する要素や顧客に対して訴求している要素を抽象化、成功法則としてまとめている。
- 調査の対象となったのは、「不動産投資」関連のキーワードで広告出稿を行っている企業のランディングページであり、全11ページの分析を行った。

※ページの抽出にあたっては、リスティング広告をクリックせず、直接URLを取得して確認しています。

ランディングページを用いてリスティング広告を出稿するメリット

- GoogleやYahoo!のリスティング広告は検索連動型広告と呼ばれ、メジャーなデジタルマーケティングの手法となっている。
- 見込み顧客（ユーザー）が自ら情報を収集していることから、ユーザー自身のモチベーションが高く、広告効果は良い傾向にある。
- 今回の調査対象となったページでは、**モチベーションの高い見込み顧客に向けて「不動産投資の個別相談」や「自社のサービス資料の請求」を訴求し、近い場所で接点を持とうとしている**様子が伺えた。



01 リスティング広告LPの成功法則 p.6

02 成功法則のさらなる活用 p.17

※構成案・ワイヤーフレームのダウンロード



01

リステイング広告LPの成功法則

リスティング広告×ランディングページ 5つの成功法則

- 11ページを分析したところ、以下の5つの成功法則が見受けられた。詳細は次頁以降で解説している。

1.ユーザーに魅力あるメッセージを提供する

2.ユーザーが取るべきアクションを明確に提示する

3.不動産投資を始めるべき理由を明確にする

4.自社が選ばれる理由を過不足なく訴求する

5.口コミ・事例を用いて、第三者の視点で訴求する

1.ユーザーに魅力あるメッセージを提供する

- 情報を収集しているユーザーに対し、不動産投資や投資商品を提供している自社の魅力を伝えることは重要である。
- 「月〇〇万で始められる堅実な投資」「入居率〇%」など、ターゲットとするユーザーに合わせたメッセージをファーストビューで訴求しているケースが多く見られた。



明確なメッセージを
ファーストビューに記載する

1.ユーザーに魅力あるメッセージを提供する

- ファーストビューでは、「不動産投資の魅力」「自社の実績」をしっかり提示しているケースが多く見られた。
- 一方、メッセージの提示が弱いページは読み進めるモチベーションが沸きにくい印象も感じられた。

No.	訴求内容	具体例
1	不動産投資の魅力	■ 少ない自己資金でも始められる ■ 初月から黒字が見込める ■ 投資初心者のための不動産投資
2	自社の実績	■ 入居率XX%以上を維持 ■ 3年連続〇〇でNo.1 ■ 創業からXX年
3	すぐに行動すべき理由	■ 面談された方にAmazonギフト券X万円分を贈呈 ※条件付き

2.ユーザーが起こすべきアクションを明確に提示する

- ランディングページ内で、ユーザーに起こしてほしいアクションを提示することも重要である。
- 「個別相談の申し込み」「サービス資料の請求」「セミナーへの応募」などを明確に提示することで、ユーザーが行動を起こす確率（コンバージョン率）が向上する。

低い

ユーザーが行動を起こすハードル

高い

お役立ち資料の
ダウンロード

サービス資料の
請求

セミナーへの
参加申し込み

個別相談の
申し込み

低い

アプローチ後の営業効率

高い

2.ユーザーが起こすべきアクションを明確に提示する

- ユーザーに行動を起こしてもらうための動機付けとして、「Amazonギフト券のプレゼント」を訴求しているケースが意外にも多く見られた。
- 条件付きではあるものの、金額は2～5万円と比較的高額の提示がされていた。

資料請求→初回面談でAmazonギフト券プレゼント

まずは資料請求 →

 Amazonギフト券 **30,000** 円分プレゼント！

無料相談会に申し込む →

3. 「不動産投資を始めるべき理由」を明確にする

- ファーストビューの直下に「不動産投資を始めるべき理由」を明確にし、ユーザーの不動産投資へのモチベーションを高めておくことは有効と思われる。
- 株式やFXなどの他の選択肢と比較しているケースもあることから、ページを読み進めてもらうためにも、**先んじて「不動産投資を選ぶべき理由」**を提示し、ユーザーの選択肢を狭めておくことが必要となる。

なぜ今不動産投資なのか？



老後資金の2,000万円問題の解決策として、

現代の日本では、老後の生活に必要な資金が1人あたり2,000万円は必要と言われています。

一方で、純粋な貯金のみで2,000万円を達成するのは難しいため、**計画的な資産運用**によって資産を増やしていかなければなりません。

不動産は資産としての価値が目減りしにくく、家賃収入を継続的に得ることで大きな利回りを得られる可能性があるため、老後資金の解決策として今まさに注目を集めているのです。

3. 「不動産投資を始めるべき理由」を明確にする

- 訴求内容としては、「不動産投資のメリット」「他の投資商品のデメリット」の2パターンが考えられるが、両方を適度なバランスで訴求することが重要となる。

訴求内容の具体例

株やFXなどの金融関連商品と比べて堅実な資産になりうる

自己資金が少なくともローンを活用することで大きな資産が得られる

団体信用生命保険のおかげで、自分の身に何かあったとしても家族が困らない

4. 「自社が選ばれる理由」を過不足なく訴求する

- ユーザーに明確なメッセージを提供し、不動産投資へのモチベーションを高めたところで、ようやく自社のプロモーションを始めることができる。
- 「自社の実績からなる明確な強み」「競合と比較した際の差別化ポイント」などの訴求を十分な根拠を交えて行う。

XXが選ばれる理由

オーナー様の利益に貢献する 不動産経営サポート

弊社では、不動産オーナーの皆様が投資によって利益を出し続け、継続的な投資を行っていただきたいと考えております。

そのために弊社では不動産の購入のみならず、購入後の入居者募集（客付け）や建物の管理維持など、オーナー様の不動産投資に関するありとあらゆるサポート体制を整えております。

実際に弊社を通じて不動産をご購入いただいたお客様からは、「不動産経営の悩みを何でも相談できるから助かっている」「利益を出すために十分なサポートが整っている」と評価をいただきました。

今後もオーナー様に継続的な投資を行っていただくべく、利益に貢献するサポートを提供して参ります。

不動産投資を検討されているお客様は、ぜひ一度弊社までご相談ください。



4. 「自社が選ばれる理由」を過不足なく訴求する

- 当調査では、「自社の強み・実績」「競合他社との差別化ポイント」で訴求されている要素は主に以下が見受けられた。
- 特に実績に関しては、可能な限り数字などの目を引く表現で訴求を行いたい。

自社の強み・実績

1. 供給戸数・物件在庫数
2. 入居率・空室率
3. 創業年数
4. 上場企業
5. 想定利回り
6. ランキング（〇〇でXX年連続No.1）
7. グッドデザイン賞

※訴求できない要素も含まれる可能性がある

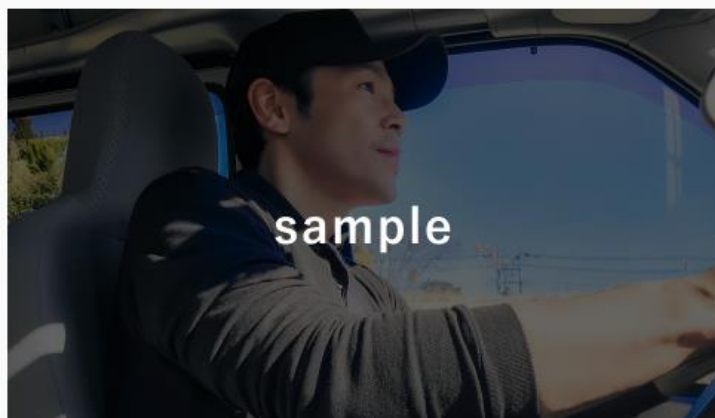
競合他社との差別化ポイント

1. 充実のアフターサポート
2. 取扱商品
（例：20代に人気のデザイナーズマンション投資）
3. データを活用した商品提案
4. 自社の独自アプリ
5. 確定申告サポート

5. 口コミ・事例を用いて、第三者の視点で訴求する

- 自社のWebサイトでは、自社視点での訴求が多くなりがちで、客観性が欠けているように受け取られることがある。
- お客様の 口コミ や実際の事例を用いることで、第三者の視点で自社の強みをサポートする必要がある。

お客様の声



堅実な投資を始めることができました

A.A様（45歳・公務員）

比較的安定した職業についてはいたものの、老後のことを考えたときに、今の収入を貯めておくだけでは足りないだろうと思っていました。XXXさんの不動産投資セミナーに参加して話を聞いたところ、「不動産なら老後に備えてしっかり資産形成できそうだ」と感じたので、不動産投資を始めることにしました。XXXさんは不動産経営の悩みをしっかりと聞いてくれて、購入した後のアフターサポートも充実しているので安心して投資ができています。



02

成功法則のさらなる活用

ランディングページ制作にそのまま使えるワイヤーフレームをダウンロード

- 当資料を実務で活用していただくために、成功法則をもとにしたランディングページの構成案（ワイヤーフレーム）を作成いたしました。
- 初めてランディングページを作る場合でも、新しいページを作る場合でも、そのまま使えるワイヤーフレームをダウンロードいただけます。
- ワイヤーフレームはPDF形式で作成しています。以下のURLよりご覧ください。
https://act.seojapan.com/dt/wireframe_realestateLP_2022.pdf

施策に関するご相談をされたい方へ

当資料をご覧ください、誠にありがとうございます。

アイオイクス株式会社では、デジタルマーケティングに関するご相談を承っております。
これからデジタルマーケティングを強化されたいお客様は、ぜひお気軽にお問い合わせください。

お問い合わせは以下のメールアドレスまでお願いいたします。

info.act@ioix.com

担当：石戸・池田



03

会社概要

会社名	アイオイクス株式会社
設立日	2002年2月22日
サイトURL	https://www.ioix.com （コーポレートサイト） https://www.seojapan.com （サービスサイト）
資本金	1,000万円
代表取締役	滝日 伴則
所在地	〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿3-46-3
社員数	約50名
事業内容	Webコンサルティング / メディア運営 / 飲食



実際の業務経験に基づく、お客様とユーザーに寄り添ったご支援

弊社コンサルタント



- 税務・会計、不動産業界出身
- 貴社と同業界での業務経験
- Web施策の実務経験多数



実際の業務経験に
基づくご支援

お客様の業界理解

- お客様と同じ視点でのプロジェクト推進
- 業界特性・社内体制への理解

顧客のニーズ理解

- ターゲットユーザーのニーズ分析・理解
- 質の高いユーザーへのアプローチ

Webマーケティング戦略の設計から、施策実行まで対応可

事業方針・戦略設計

Webマーケティング
戦略設計

Webマーケティング
施策実行

施策の前提として
お客様よりヒアリング

- マーケティング指標（KPI）の設計
- レポート要件定義
- Web市場調査
- 競合調査
- 社内マニュアルの作成・勉強会

- Google広告
- Facebook広告
- オウンドメディア運用（SEO）
- コンテンツ制作
- サイト改善 / アクセス解析
- Webサイト制作 / LP制作
- 資料作成
- レポートニング

BtoC企業を中心に幅広くWeb集客の立案・実行を支援

B to C

L'ORÉAL
PARIS

MAYBELLINE
NEW YORK

hoyu
COLOR YOUR HEART

株式会社五十君商店
IGIMI Co.,Ltd

TOMORROWS
株式会社未来テクノロジーズ

杳目金屋
MOKUMEGANEYA

STORYweb

CAREER
CARVER
キャリアカーバー

B to B

SHANON
Marketing is Science

FUNDBOOK

sansan

サンカク

dlpo



TOMORROWS

税理士法人トゥモローズ

<https://tomorrowstax.com/>

コンテンツSEO

Webサイト制作

広告運用支援

相続税領域での検索流入数が半年で260%増加
競争の激しい市場でもお問い合わせを継続獲得



施策前ニーズ

自社ブログの運用を強化し、税務相談のお問い合わせを継続的に獲得できる状態を作りたい

支援内容/成果

難易度の高い税務領域において、「どのようにコラムを作成すべきか」をまとめた構成案の作成からWebサイトリニューアル等多岐に渡って支援し、安定的にお問い合わせを獲得できる状態に。



<https://www.igimi.co.jp/>

コンテンツ制作

広告運用

サイトリニューアル

時計修理店のWeb集客の立上げを支援

開始から1年後にお問い合わせ0件→330件を達成

施策前ニーズ

Web集客の体制を0から立上げ、安定的にお問い合わせを獲得できる状態にしたい

支援内容/成果

Webサイトのリニューアルを始めとして、SEOやWeb広告などをトータルでサポートすることで、0件だったWeb経由のお問い合わせが330件以上に増加。2年以上に渡り過去最高売上を更新。





innovation with optimization 💡