



# Webサイト企画提案

---

WEBマーケティング演習



はじめに

---

## この題材にしたキツカケ

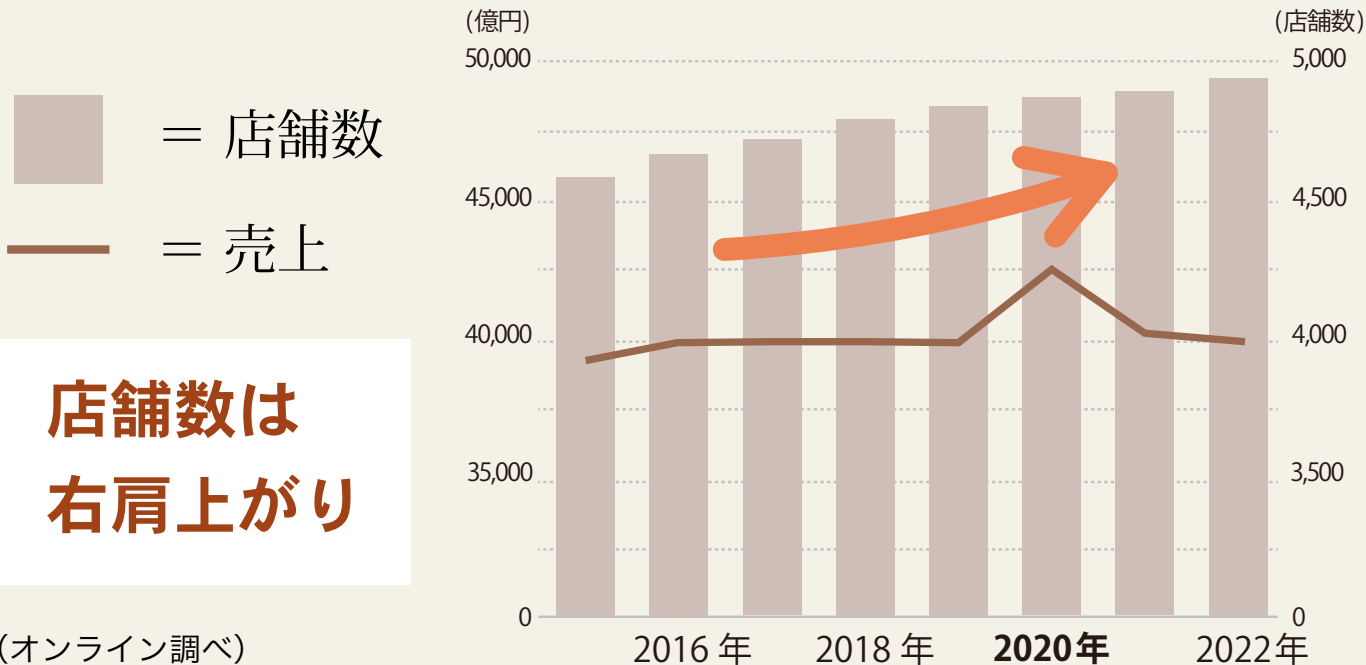
- DIY が好き
- 集合住宅だから騒音が ...
- 1 人で作業するのも大変

本当に  
悩みました。

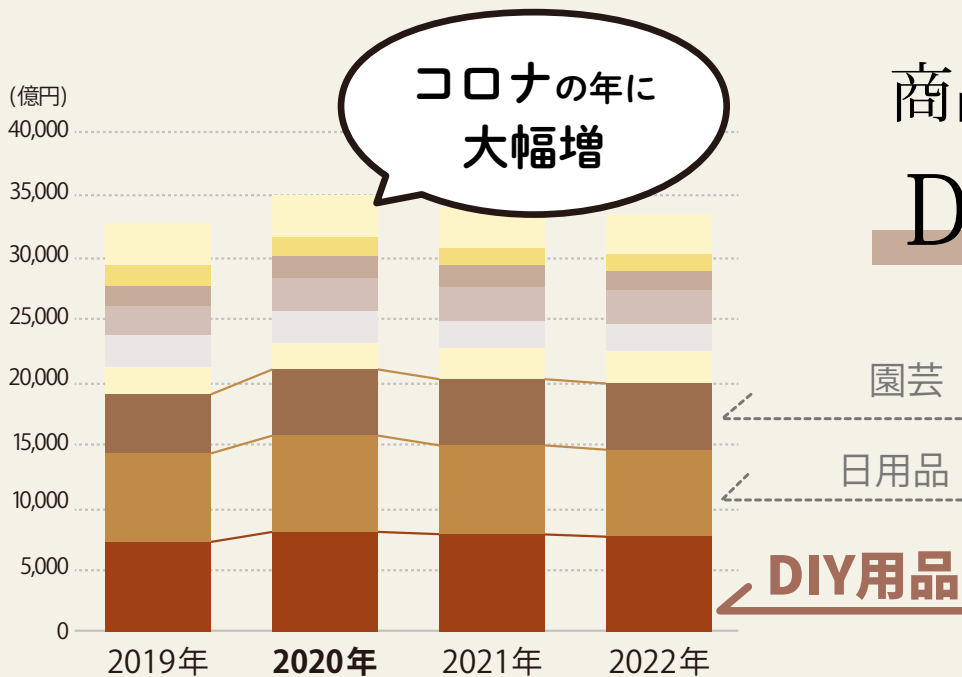


# 市場調査

## ホームセンターの売上と店舗数



# ホームセンターの商品別販売額の推移



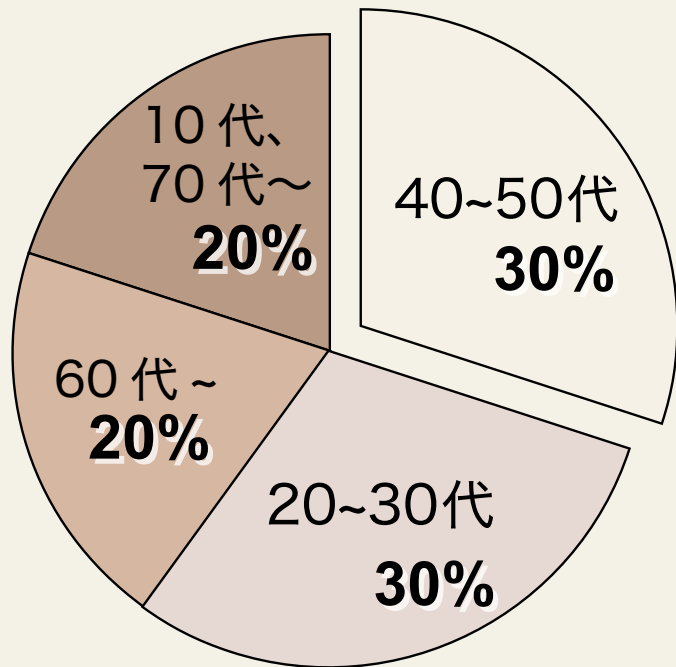
商品別で見ても

**DIYの需要**が

あると言える

# DIY を趣味とする人の年齢層

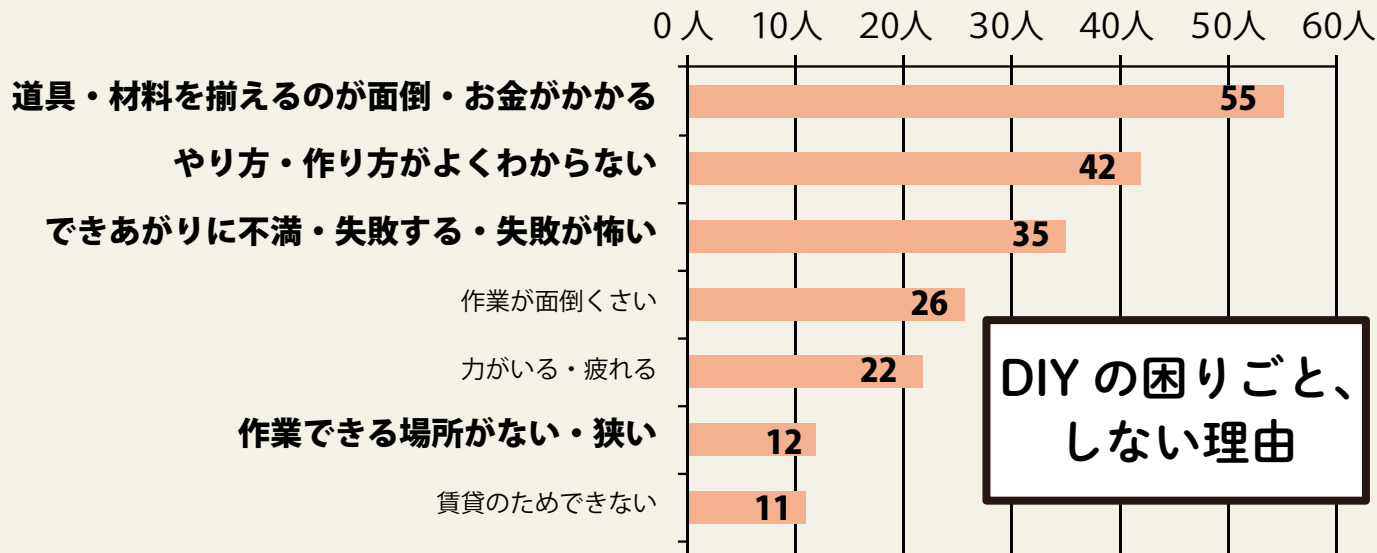
---



幅広い世代から  
興味を持たれている

ですが

興味はあるけど、手をつけられていない人もいます。





ホームセンター × 地域工務店 コラボ

地域活性化のための新企画

# まちの工房屋さん

---

コンセプト

手ぶらで楽しくDIY

地域活性化



# ☆サービス内容

---

## 作業場所の確保と 道具の貸し出し

工務店の休日に合わせて作業場所を提供。  
道具も揃っているので自由に使える。  
希望者にはオプションで作業を教えてもらうサービスも。

## 配送サービス

ホームセンターで購入した商品はお客様の  
最寄の工務店まで配送。事前の申し込みで、作業当日の  
完成品をご自宅までの配送も可能。  
自家用車を持ってない方や大きな材料の運搬に困らない。

## 公式オンラインサイト

ホームセンターにわざわざ足を運ばなくても  
材料をホームセンター公式のサイトから注文すれば  
最小限の手間でDIYを始めることも可能。



# SWOT分析

- 道具を揃えなくて良い
- 作業場所に困らない
- やり方を教えてもらえる
- DIY仲間と繋がれる

S

W

- 工務店の営業日に左右される
- DIYを教える人材の確保
- 作業場所に問題のない人は利用に至りづらい

- コロナ禍を機に  
DIYの需要が伸びている
- SNSの影響でDIYに  
興味を持つ人が増えた

O

T

- 既存サイズ商品の安価化
- 商品の低価格化
- 仕入れ値の価格アップ

# STEP ターゲット

---



- DIY始めたいけど、道具を揃えることに煩わしさを感じている
- 集合住宅住まいで作業場所と作業音への気遣いに困っている
- DIYのやり方を教えて欲しい
- DIY友達が欲しい
- 自家用車を持っていなくて、手軽にホームセンターへ行けない

# ポジショニングマップ



# ペルソナ



名前：小野真子

年齢：35歳

職業：パート主婦

趣味：ハンドメイド、

YouTubeでDIY動画を見ること

家族構成：旦那、息子(5歳)

- 最近DIYに興味を持ち始めた。
- でも道具って何を揃えたらいいのかわからない。
- 和気あいあいとDIYを楽しみたい。

# サイトの種類

- 大手ホームセンターが街の工務店とのコラボ企画「まちの工房」を開始。
- 認知度を上げるためにプロモーションサイトの制作をする。

---

# サイトの目的

- 認知度を上げてサイトの**会員登録者数を増やすこと**
- コミュニティーを広げて、地域活性化
- 最終的には全国展開**



# ペイドメディア

---

ディスプレイ広告



# 理由とタイミング

---

立ち上げ時に低関心層と潜在層に  
認知してもらい関心を引くことでアクセスに  
つながると考えたため





# KPI・KGI コンバージョン

目標：会員登録 4,800 件

KGI：会員登録：月400 件

