株式会社ウィズモー

工務店のための YouTube集客戦略

5ステップで『見られる』から『選ばれる』へ

なぜ今、住宅業界はYouTubeを活用すべきか

住宅購入者の行動は、この数年で大きく変化しています。
以前は住宅展示場やチラシが主な情報源でしたが、現在では、まずスマホやPCで情報を集め、比較検討することが当たり前になりました。
特に忙しい共働き世帯や子育て世代は、夜間やスキマ時間を利用して動画で情報収集を行う傾向が高まっています。

写真や文章だけでは伝わらない「空気感」「人柄」「信頼感」を届けられる

施工事例だけでなく、スタッフの想いや仕事ぶりまで見せられる

24時間365日、自社の営業マンとして働いてくれる「資産」になる

再生され続ける動画の3つの鍵

YouTubeで動画が広がるかどうかは、以下の3つの要素でほぼ決まります。

クリック率（CTR）

- ☑ 視聴者がタイトルとサムネイルを見て「見たい」と思う確率
- ☑ サムネイルは明るく、文字は大きく短く、色のコントラストを強く
- ☑ タイトルは「悩み＋解決策」や「数字」を入れると反応率UP
  例：「30坪でも広く見える間取り3選」

平均視聴時間

- ☑ 最初の10秒で「この動画で何がわかるか」を明確に伝える
- ☑ 途中に変化や見せ場を入れて飽きさせない（事例・お客様の声）
- ☑ 視聴維持率が高い動画ほどYouTubeのおすすめに載りやすい

エンゲージメント

- ☑ コメント、高評価、共有、チャンネル登録など視聴者の行動を促す
- ☑ 動画内で「参考になったらコメントください」と一言入れるだけで反応率が変わる

初動ブーストとSNS連携の実践法

YouTubeにおいて、動画の伸びを大きく左右するのが「投稿直後の反応」です。
投稿後の数時間で視聴回数や反応が多い動画は、YouTubeのおすすめ欄に表示されやすくなります。
反対に、どれだけ内容が良くても初動が弱ければ多くの人に届かずに終わってしまうこともあります。
この初動を高めるために有効なのが、**SNSでの告知**と**YouTube Shorts**の活用です。

SNSでの告知

- ☑ Instagramストーリーズでリンク＋キャプションを添える
- ☑ LINE公式アカウントで動画サムネ画像＋一言コメントを送信

↓

既存顧客・見込み顧客に直接届けることで確実に再生数を確保

YouTube Shorts

- ☑ 本編の1分以内のハイライトを切り出し、Shortsとして投稿
- ☑ 「続きは本編で！」と概要欄から誘導

↓

スマホユーザーへのリーチが格段に増える

チャンネルは「資産」として育てる

YouTubeは、短期間で成果を狙うよりも「継続」することで力を発揮するメディアです。
月に1本の投稿でも、毎月同じタイミングで配信することで視聴者からの信頼感が高まります。
さらに、一時的な話題に左右されず、長期間にわたって再生され続ける「ストック型コンテンツ」を意識して作ることが重要です。

コンテンツのバリエーション例

- ☑ 施工事例紹介（Before/Afterや施主インタビュー）
- ☑ Q&A（「地震に強い家って？」「断熱材は何を選べばいい？」など）
- ☑ 現場の裏側紹介（職人の作業・工夫ポイント）
- ☑ スタッフ紹介や企業ストーリー

ストック型テーマ例

- ☑ 「初めての家づくりで注意すべき5つのこと」
- ☑ 「土地選びで失敗しないためのポイント」
- ☑ 「家づくりのスケジュールと流れ」

分析改善のポイント

継続して成果を伸ばすためには、YouTubeアナリティクスを活用した分析が欠かせません。**再生回数、クリック率（CTR）、視聴維持率を定期的にチェックし、どの動画が伸びたのか、その理由を探ります。**伸びた動画のタイトルやサムネイル、構成、テーマを分析し、次回の企画や制作に反映させることで、チャンネル全体の質と再生数を高めていくことができます。

YouTubeを集客・売上につなげる導線設計

動画を見てもらうだけで終わらせないために、必ず「次の一歩」を用意します。

導線設計のポイント

動画内のCTA（行動喚起）

動画内で「概要欄から予約」「LINE登録で資料プレゼント」など、行動を明確に促す。

概要欄の最適化

内容説明にキーワードを入れ、ウェブサイトやイベントページへのリンクを設置する。

終了画面・カード機能

関連動画や登録ボタンを表示し、次の視聴や登録へつなげる。

イベント誘導

見学会やセミナーの告知を動画に入れ、概要欄やカードから申し込み可能にしていく。

配信前 完全チェックリスト

タイトル

- ☐ 検索されやすいキーワードを入れているか
- ☐ タイトルは全角30文字以内で、内容が一目でわかるか
- ☐ 数字や具体的なフレーズを入れて興味を引いているか

サムネイル

- ☐ 明るい背景で文字ははっきり読める色になっているか
- ☐ 文字サイズはスマホでも読める大きさか
- ☐ 写真は高画質で、ブレや暗さがないか
- ☐ 顔や表情がはっきり見える写真を使っているか
- ☐ タイトルとサムネイルのメッセージが一致しているか

冒頭（0〜10秒）

- ☐ 見どころやメリットをすぐに伝えているか
- ☐ 長い自己紹介や説明を入れすぎていないか
- ☐ 音声がクリアでBGMがうるさすぎないか
- ☐ 不要な間や空白時間がないか

本編構成

- ☐ 話の流れがわかりやすく整理されているか（導入→本題→まとめ）
- ☐ 視覚的な補足（テロップ・写真・図）を入れているか
- ☐ 冗長な部分はカットされているか
- ☐ 音量やBGMのバランスが適切か

概要欄

- ☐ 動画内容を簡潔に説明しているか（100文字程度）
- ☐ メインキーワードを入れているか
- ☐ 誘導リンク（公式サイト・LINE登録・イベントページ）を入れているか
- ☐ SNSや他動画へのリンクを入れているか

CTA（行動喚起）

- ☐ 動画内で「登録」「いいね」「概要欄チェック」などを促しているか
- ☐ 動画の最後に、次の行動を明確に伝えているか（例：「この動画の続きは概要欄から」）

終了画面

- ☐ 登録ボタンを表示しているか
- ☐ 関連動画や再生リストを設定しているか
- ☐ 表示時間は5〜20秒程度になっているか

最終確認

- ☐ 音ズレや編集ミスがないか
- ☐ 著作権のある素材を無断使用していないか
- ☐ 公開設定が「公開」になっているか
- ☐ 公開日時をスケジュール設定したか

工務店様限定・特別コミュニティのご案内

ウィズモーラウンジ｜工務店のための情報共有と学びの場

- ☑ SNSでは話せない「裏話」や「限定ノウハウ動画」
- ☑ 工務店経営に役立つ勉強会情報を定期発信
- ☑ 他社の成功事例や外注先情報のシェア
- ☑ 東京開催の勉強会では、住宅系インフルエンサー・経営者と直接交流も！

直近のイベントご案内

価値あるつながりと情報をあなたに! 詳しくは担当までお気軽にお声がけください。

01

02

会社概要

株式会社ウィズモーは、住宅会社向けに経営支援や営業コンサルティング、各種セミナー企画・運営などを行う、住宅業界に特化した支援サービス企業です。

代表	小倉 和
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-19-15 宮益坂ビルディング609
電話番号	03-6362-0875
利用開始日	• 各種コンサルティング事業 • 住宅会社向けの経営支援、営業コンサルティング業務 • 各種セミナー、研修、イベントなどの企画、開催、運営及び管理 • フランチャイズチェーンシステムによる加盟店募集及び加盟店の指導業務 • 各種商品の企画、製造、販売及び輸出入 • インターネットによる広告業務及び番組配信
URL	https://withmo.co.jp

\ 無 料 /

ウィズモーラウンジに参加する