



# 曽根田通信

第57号  
令和2年8月

株式会社追客力 電話：03-4455-9265 F A X：03-5539-4783

■■■この曽根田通信は、私達がこれまでご縁のあった方にだけ差し上げている個人通信です■■■  
今年の夏、小学2年生になった息子連れでいろいろと泊まりに行きたいと思っていましたが、あいにくのコロナ。息子はゲームで釣りが好きに。私も学生時代は好きで友達とよく行っていました。密にならないレジャー。これを機に釣り道具をそろえて、出かけていこうと思います！

## ◆2時間かけて行ったのに…◆

釣り堀ではない釣りに行きたい！と息子にせがまれました。しかし釣り道具がない。そして私自身も釣りに詳しくない。まずは竿をレンタルしてくれるところだと、若洲海浜公園へ行ってきました。

自宅から自転車で1時間ほどでいけそうな距離だったので、運動がてらと思っていたのですが、現実には甘くはなかった。最短距離で行ける道は車でしかいけない道。それを事前に調べてなかったため、片道2時間もかかってしまいました。

息子はへ口へ口になりながらも、到着すると元気に。意気揚々と釣り竿のレンタル小屋に向かった



せめて写真だけでも…

ら、なんとコロナの影響で土日祝日はレンタルを休止中。あれだけ長い距離を走らせたにもかかわらず、釣りができない。息子はもうグツタリ。

写真だけ撮影して、売店で

かき氷を食べて、自転車で2時間かけて帰宅。息子は身も心も疲れ切っていました。

本当に申し訳ない。翌週、確実に釣りができるところを、探すことにしました。

## ◆リベンジのハゼ釣り！◆

その1週間後、さっそく、息子と一緒に江戸川の河口のハゼ釣りへ。

ハゼ釣りはボートを使いました。まだ梅雨が明けていなかったため、雨が降る中、レインコートを着たままボートに乗船。

雨にめげず、延べ竿片手に、餌はイソメ。さっそく糸を垂らしてみると、すぐにチョンとしたアタリがきます。スッと竿を上げてみると、ビクビクとした反応。竿を上げるとハゼを釣ることに成功。とても簡単です。私も久々の釣りでちょっと楽しい。

次の餌を準備している間に、息子もハゼを釣り上げました。初めての野生の魚を釣り上げて興奮気味の息子。よかったよかった。



可愛いサイズのハゼ

ハゼ釣りは、釣り場さえ間違えなければ、糸を垂らすとすぐにアタリが来ます。息子は次々とハゼを釣っていました。

初めはハゼが怖くて、針を外せなかった息子。私が真剣になってハゼと対峙しているのを邪魔しちゃいけないと感じたのか、後半はハゼを掴んで針を外せるようになりました。

ただイソメはまだ怖い様子で、動かないものしか針につけられない。刺そうとする直前にもがくので、それが怖いそう。初めての釣りなので仕方ないですね。ビビリーな息というエンターテイメントを通じて、少しずつ克服させていきたいと思います！



ビビリーながらも掴む

## ◆NOTE 始めました◆

採用のコンサルをお願いしている金子さんの勧めで、noteの利用を開始しました。

初めての記事は創業の経緯。

久しぶりに思い出しましたが、たくさんの方の縁に恵まれていたなと感じています。

「note 曽根田」で検索してみてください。



第2回目の記事はダイエットの経緯とチャリ通について初めてまとめてみた。こちらもお覧になっていたけると嬉しいです！



まさかこんな経緯で創業するとは...

追客力 株式会社  
企業向けIT導入支援サービス、BtoB向け印刷事業、個人向けITサービス

## ◆ 集客・追客サプリ ◆ コンテンツを最適化する SEO 対策

SEO について紹介を続けています。今回はコンテンツを最適化することについてご紹介します。

**「人を引きつける有益なコンテンツを作成すれば、このガイドで取り上げている他のどの要因よりもウェブサイトに影響を与える可能性があります。」**

有益なコンテンツを作成することは、他のどんな SEO 対策よりも有効と Google 自身が記載しています。SEO が外部リンクからコンテンツ主義になったのはこの文章を読んででもわかりますね。それではどんなコンテンツが有益なコンテンツと言えるのでしょうか？

### 興味深く有益なサイトにする

Google は「読者が求めているものを把握して提供する」ことが大事と伝えています。読者が求めているものはどうすれば把握できるのでしょうか？大きく 3 の方法があります。

#### 1 Google 広告のキーワードプランナーで、検索キーワードのバリエーションを把握する

キーワードプランナーとは Google 広告で利用できる、キーワードの候補を探すためのツールです。本来はリスティング広告で活用するものですが、検索ボリュームなどを見ることによって、ユーザーの関心度や、求めている度合いまでわかります。

例えば「秋葉原 マンション」というキーワードでホームページを上位表示させたい場合、Google 広告のキーワードプランナー機能で「秋葉原 マンション」に類似したキーワードを一覧で確認することができます。

一覧に「秋葉原 マンション 騒音」というものがあつた場合には、マンションの騒音対策のコンテンツを作成すれば、ユーザーが求めるコンテンツを提供できることとなります。

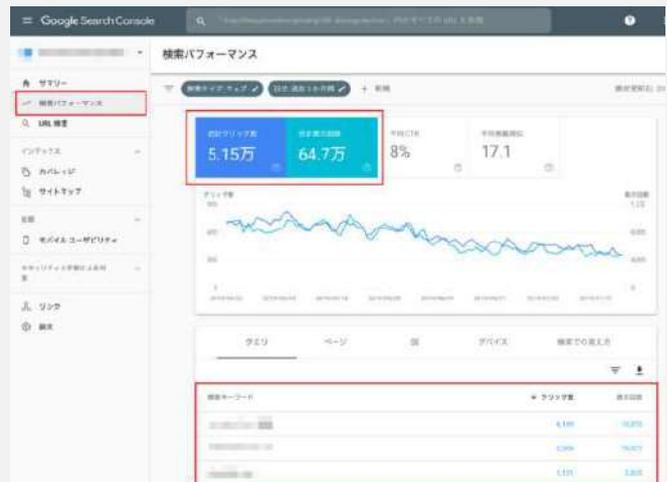
リスティング広告を広告代理店に依頼している場合には、依頼すればキーワードの一覧を提出してくれるでしょう。リスティング広告を運用していない場合は、アカウントを作るだけであれば無料でできますので、「Google 広告」と検索してアカウント開通して、自分で調べてみることも可能です。

キーワード (関連性)	月間平均検索ボリューム	競合性	広告インプレ	ページ上部に	ページ上部に
マンション	310,000	低	-	¥48	¥183
中央マンシ	74,000	中	-	¥53	¥210
物件探し	27,100	中	-	¥32	¥128
物件	22,200	中	-	¥24	¥108
お部屋探し	18,100	中	-	¥25	¥105
分譲マンシ	18,100	中	-	¥78	¥246
新築マンシ	14,800	高	-	¥123	¥423

キーワードプランナーで「マンション」と検索した例

#### 2 Google 検索コンソールで、HP を訪問したユーザーの検索ワードを把握する

Google 検索コンソールとは、自社のホームページが Google にどのように認識されているのか、改善点はどこなのか、把握できるツールです。

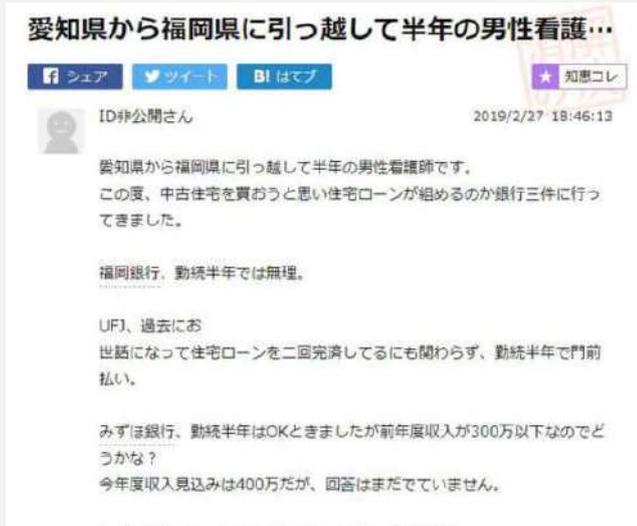


Google 検索コンソール検索パフォーマンスの画面  
(モザイク部分に検索ワードが表示されています)

その中に、検索パフォーマンスという項目があり、実際に自社のサイトを訪れた人がどんな検索ワードで流入したのか、数や検索結果の順位も数字で把握することができます。

たとえば、検索ワード一覧で「秋葉原 建築 店舗」が多ければ、店舗建設のコンテンツを探していることがわかるので、これがコンテンツ作成の候補となります。

### 3 質問掲示板で、どのような質問が投げかけられているのかを把握する



Yahoo!知恵袋の質問例

Yahoo!掲示板やその他の掲示板を見ると、ユーザーが投げかけた質問内容を把握することができます。つまり、ユーザーが求めている情報です。

その答えをコンテンツとして用意しておけば、同じような質問を持っているユーザーにとって、有益なコンテンツとなります。

#### 作るべきコンテンツは自社のビジネスにつながるかどうか

なお、いずれの方法でも注意しておきたいのはユーザーが知りたい情報と自社のビジネスとの関連性。例えば、工務店がHPで「土地 固定資産税」というようなキーワードでユーザーを呼び込むコンテンツを作っても、新築住宅の受注につながる可能性は低いでしょう。一方、アパート建築の会社が「土地 固定資産税」と検索するユーザーを呼び込めれば、不動産投資の費用のコンテンツとして見込み客が集まる可能性があります。

キーワードの意図を汲み取って、どのキーワードで検索するユーザーあればビジネスにつながる可能性があるのか、吟味したうえでコンテンツを作るようにしてください。

### ◆メールマガジン配信のコツ3◆

#### メールマガジン配信の2つの成功事例

メールマガジンは成果が見えにくいという声を聞きます。そこで今回は過去に経験したメールマガジンの成功事例についてご紹介させていただきます。

1つ目の成功事例は、関東の工務店様の事例です。その工務店様ではインターネットでの集客に力を入れ、月に2桁以上の問い合わせを獲得することに成功。しかし、実際に商談にお客様は1~2件。資料送付してもその後は連絡が取れない、状況でした。インターネットで資料請求する方はまだ情報収集中の方が多だろうと推測した広告担当。真剣に検討するタイミングで自社が選択肢に残るために、まずは覚えてもらう必要があるだろうと、施工事例を中心にメールマガジンの配信を開始。初回の送付で反応はあったものの、その後は反応なし。しかし、メール配信ツールで、見込み客がメールを開封していたことは把握できていたので、送付を継続。すると6ヶ月ほど経ったところで、半年前に資料請求してくれた反響客から電話がくるように。そうしたお客様は資料請求のタイミングからずっと検討を重ねて、いよいよ本格的に家づくりをするタイミングで、ずっとメールマガジンを送っていた自社に相談してくれたということでした。それからも継続的に長期検討客から問い合わせが来るようになり、毎月商談につながるようになったのです。

2つ目の成功事例は、東海地区のハウスメーカー様の事例です。資料請求したお客様に事例やキャンペーンを中心にメールマガジンを送付継続。すると4か月後、一度競合に流れてしまったお客様が、戻ってくるということが起こりました。理由を聞いてみると、お客様が他社の担当と商談をして、プランが思っていたものと違う、他社の担当者がミスをするという局面が起こった時、メールマガジンを送付し続けていたハウスメーカー様のことを信頼して、再び相談に来た、ということでした。この戻ってくるという現象が継続的に発生。営業担当としてはお客様に他社の提案、対応も体感した上で判断してください、と伝えられるようになり、商談からの受注率も高まったということでした。

いずれの成功事例に共通することは、すぐに成功しないということです。短期的な呼び込みとして効果はないと考えたほうが良いでしょう。ぜひ6か月後の成果のために、という中期的な視点を持つようにしてください。

## ～ 発行者コラム ～

### ◆カビが生えてしまった革靴◆

今年の梅雨は長かったですね。靴箱に保管していた革靴に白カビがたくさん付着してしまいました。

しばらく手入れを怠っていたのが原因でしょう。

梅雨明けと同時に久しぶりに革靴を丸洗いすることに。専用の石鹼を使ってスポンジで外はもちろん中も。汚れがどんどん出てきます。



記憶では、丸洗いはのは2年ぶり位。たくさんの汗や汚れを吸っている状態に変申しあげことをしました。最低でも年に1回丸洗いをして靴を健やかに保つ

ていきたいと戒めた夏でした。(曾根田)

### ◆カモかな～？ カモかも？◆

息子の教室の帰り道、親水公園を歩いているとカモが目の前に。お母さんカモ？と周囲を見渡しますが、他にカモはいない様子で一人旅をしているよう。都内にカモがいる風景にほっこりしました。(曾根田)



### ◆パワースポットヘリベンジを誓う◆

先日、友人と4人で旅行に行ってきました。それぞれ、一緒に食事をする時間はとるようにしていたものの「旅行は学生の時依頼一緒に行っていないね」と熱海へ一泊。採れたての魚介を頂き、おいしい日本酒とおしゃべり。至福の時。

また近くの『来宮神社』は良縁の神様とのこと。



日本屈指のパワースポットとも言われていて、樹齢2000年を超えるご神木は、一周回ると願いが叶うとか、寿命が1年延びるとか。

私以外は独身女性3人。各人が願いを秘めてご神木を目指しましたが、残念ながら修復中!( ; ∇ ; ) 帰りの車中、リベンジを約束して解散。

リベンジ成功後の友人たちが楽しみです。(安藤)

### 【プロフィール】

【氏名】曾根田 太郎

【会社】株式会社追客力

【出身地】東京都江戸川区

【趣味】読書(特に歴史小説)、自転車通勤

【モットー】七転び八起き

【その他】梅雨が明けて、ようやく自転車通勤を再開。いきなり猛暑・酷暑で汗だくになりながら走っています。でも毎朝運動するのはいいですね。

### ◆今月のダジャレ◆

曾根田の息子(2年生)は学校でダジャレ係を作ってしまった。皆様にこのシュールな笑いを共有すべく、ここでご紹介していきます!(曾根田)

「シャケが食べたーい!としゃけんだ」

思いつきそうで思いつかない?

「キムチを食べたらきむちー!」

ちょっと変態かも!?

「深海魚は美味しーんかい?」

家族ではまだ誰も食べたことがありません

### ◆ 夏だけどタコパ! ◆

コロナの影響とこの暑さでなかなか外出できない日が続いていますね。今年は帰省も諦め、ほぼ家にいる夏休みとなってしまいました。そこでもう何か月連続かわからないのですが、今月も食べ物の話。唐突にたこ焼きが食べたいと思い、

その日の夜にタコパをやることに。ちなみにこの右側は旦那がひっくり返した方。我が家では私は



師匠と呼ばれております。やっぱり美味しい。そして少し置いたほうがより美味しい!これに気付いたのは半分ほど食べた時だったのが悔やまれます。アヒージョなどもできるようなので、次回は他の料理にも挑戦できたらと思っています。それにしてもこの時期の鉄板料理は暑さとの戦いですね。皆様も良い夏休みを。(鈴木)

### ◆ ありがとうのコーナー ◆

ここでは弊社の社員が最近お世話になった方に改めてお礼をお伝えさせていただきます。

- ・川村さん ご紹介、ありがとうございます!
- ・青野さん ご協力、ありがとうございます!
- ・松丘さん アドバイス、ありがとうございます!
- ・金子さん アドバイス、ありがとうございます!
- ・大野さん ご紹介、ありがとうございます!
- ・与那覇さん ご協力、ありがとうございます!
- ・高田さん 対応、ありがとうございます!
- ・内田さん お祝い、ありがとうございます!
- ・吉田さん 2度目のお祝い、ありがとうございます!

他にもここには書ききれない皆様へ。いつもありがとうございます!

【経歴】大学卒業後、会計系コンサルティング会社を経て、大手不動産ポータルサイト運営会社に営業として転職。ITと不動産について学ぶ。その後、WEBマーケティング会社を経て、(株)追客力を設立。営業マンが尊敬される社会を実現すべく、現在は営業支援システムを開発・提供中。

