

あざみ野ハウジング株式会社 御中

不動産サイト構築提案書

あざみ野市場における収益最大化に向けたデジタルプラットフォーム構築

作成日：2025年10月26日

作成者：Genspark AI Slides

エグゼクティブサマリー（ハイライト）

■ ねらい

ウェブサイトを主要なセールスエンジンへ転換

■ 提供価値

地域特化の専門性 × デジタル卓越性

■ 主要成果

①質の高いリード増 ②「あざみ野No.1」ブランド資産 ③成約・収益の測定可能な増加

■ 戦略骨子

コンテンツ主導、MVP→迅速ローンチ、継続運用で質を磨く

目次

1. エグゼクティブサマリー

2. 現状分析

3. 競合/ベンチマーク

4. サイト戦略

5. 要件定義

6. WBS/スケジュール

7. サイトマップ

8. デザイン方針

9. まとめ・次のステップ

ねらい：サイトを収益エンジンへ

- 会社案内から「能動的に獲得・育成・成約」へ
- オンライン上の意思決定プロセスを掌握
- 賃貸/売買の両部門でウェブ経由成約を主要柱に
- 安定的に高品質リードを創出する仕組み化

提供価値：地域特化 × デジタル卓越

課題/情報ギャップ

- 大手ポータルは地域の"生きた情報"が乏しい
- 学区・コミュニティ・生活実感が伝わりにくい
- 価格/物件量の同質化で差別化が困難

本提案の解決

- 地域知見を深掘る独自コンテンツ設計
- 使いやすさ/検索性はゴールドスタンダード準拠
- 「あざみ野の第一想起」へブランディング

主要成果(KPIイメージ)

■ 高品質リード増

資料ダウンロード・査定依頼・内見予約など質の高いリードの増加。購買意欲の高いユーザーを惹きつけ、営業効率を改善します。

■ ブランド資産向上

「あざみ野エリアの不動産といえば」という第一想起獲得。指名検索増加、直帰率低下、再訪問率向上などの長期的価値を測定。

■ 収益拡大

信頼構築による来店率・内見率・成約率の向上。デジタル投資の収益貢献を可視化し、継続的な改善サイクルを確立。

■ KPI例

自然検索流入 **+30%** / CVR（問い合わせ率） **2.0～3.0%** / 月間問い合わせ **+25%** / 顧客獲得コスト **-20%**

■ 可視化・継続改善

GA4とSearch Consoleを活用したパフォーマンス分析。データに基づく意思決定で投資対効果を最大化します。

現状分析：あざみ野市場の特性

■ 富裕/ファミリー中心の安定市場

教育熱心な家族層と高所得専門職層が多く居住する閑静な住宅地。一度住み始めると長期間定住する傾向が強い。

■ 地価は堅調に推移

投機的需要ではなく実需に支えられた安定した市場形成。特段の変動要因がなく、継続的な上昇傾向。

■ 再開発による魅力強化

「あざみ野ガーデンズ」の存在や駅前広場整備など、継続的な再開発で地域の魅力が向上。不動産価値の持続的な上昇を後押し。

■ 住民の選定軸

治安の良さ、教育環境（学区）、緑の豊かさ、資産価値の安定性、質の高いコミュニティが主な選択理由。

■ 訴求すべき価値軸

「安心・信頼・永続性」を重視したメッセージ設計。短期的な価格訴求よりも長期的な価値提案で差別化を図る。

ターゲットペルソナ（要約）

佐藤家（教育熱心ファミリー）

目的

- 学区/環境重視で長く安心して暮らせる住まいを見つける
- 子供の教育環境を最優先に考慮した物件選び

悩み

- 学区/塾/地域の肌感覚がWebで不足している
- 大手ポータルでは地域コミュニティの実際の雰囲気が伝わらない

行動

- PCをメインに、時間をかけて徹底的に情報収集する
- 口コミや専門家のレビューを信頼する
- 写真/間取りの品質を重視する

期待

- 学区別の物件検索機能
- 周辺施設（学校/公園/医療）の詳細情報
- 住民の声を反映したリアルな地域ガイド

田中さん（通勤する専門職/単身）

目的

- 治安が良く、静かな環境で質の高い生活を送る
- 都心と横浜へのアクセスが良い、モダンな設備の賃貸物件

悩み

- 家賃と生活の質のバランス
- 朝の田園都市線混雑や夜道の安全性について不安
- 深夜営業店舗の有無（帰りが遅いため）

行動

- スマートフォンを主に使用し、移動時間に効率的に物件を探す
- 地図ベースの検索を多用する
- 問い合わせには迅速なレスポンスを期待する

期待

- 駅徒歩分だけでなく、実際の通勤時間（ラッシュ時）の目安
- セキュリティ設備（オートロック、TVモニター付インターホン等）の明示
- オンライン内見対応

デジタルの必要性/機会損失

■ ポータル依存の構造的課題

大手ポータルサイトへの掲載料支払いが増加し、差別化が困難になる一方で、自社の関係構築力は弱体化

■ ロイヤリティの流出

顧客のロイヤリティはプラットフォーム（SUUMO等）に生まれ、貴社には生まれない構図が定着

■ 自社デジタル資産の構築

初回接点から育成、成約までを一貫して自社でコントロールし、顧客関係を主体的に管理

■ 長期的コスト効率の向上

独自プラットフォームにより顧客獲得コストを大幅に低減、市場での交渉力を向上

■ 戦術から戦略へ

個別リードの追求から、顧客から選ばれる「あざみ野の第一想起」ブランドの構築へと転換

地域競合一覧（サマリー）

競合名	強み	弱み・機会
エイブル あざみ野店	物件量・信頼	地域深掘り不足＝没個性
メープル不動産	顔が見える信頼	UI非最適＝若年層取りこぼし
アルス	地域特化/管理も充実	情報の深さ不足
嶮山開発	「ゼロチンタイ」独自性	洗練さと情報見せ方に課題
あざみ野不動産	取扱種別幅広	ナビ複雑＝探索性改善余地

競合深掘り:エイブル あざみ野店

強み

- 大手ならではの豊富な物件情報量
- 全国展開によるブランド認知と信頼性
- 標準的で使いやすい検索機能
- 豊富なリソースによる安定した運営基盤
- エリア網羅性の高い情報提供

弱み/機会

- 地域らしさや「あざみ野」の特徴的な情報が欠如
- 画一的なUIで店舗独自の個性が表現されていない
- テンプレート的なコンテンツで深い地域知識が伝わりにくい
- 地域密着の温かみと専門性で差別化できる余地がある
- ユーザー視点の「生の地域情報」提供で対抗可能

競合深掘り：メープル不動産 / アルス

企業	強み	弱み・機会
メープル不動産	代表者の顔が見え、36年以上の経験に基づく個人的な信頼感を強く打ち出している リフォーム相談など付加価値サービスも訴求	ウェブサイトのデザインが古く、スマートフォンでの閲覧に最適化されていない 検索機能も大手ポータルに劣る 機会：同等の地域専門性を、現代的で洗練されたデジタル体験を通じて提供する
株式会社アルス	地域特化を明確に打ち出し、賃貸管理や空き家管理などオーナー向けサービスも充実 スタッフ紹介で親しみやすさを演出	デザインは清潔感があるが、コンテンツが不足しており、地域の魅力を深く伝えるまでには至っていない 機会：より質の高い、ユーザー視点のコンテンツ（地域ガイド、学校情報など）を充実させ、「情報の深さ」で優位に立つ

競合深掘り：嶮山開発 / あざみ野不動産

	強み	弱み	機会
嶮山開発株式会社	「ゼロチンタイ」という初期費用を抑える独自のサービス 創立60年の実績による信頼性	ウェブサイトのデザインがシンプル過ぎる 情報の見せ方に改善の余地あり	独自の強みを物語化し、ブランド価値を高める 優れたデザインとストーリーテリングでサービスを魅力的に伝える
あざみ野不動産株式会社	駅前徒歩1分という立地の良さ 売買、賃貸、事業用など幅広い物件種別を取り扱い	ウェブサイトの構造がやや複雑 情報が探しにくい設計 魅力的なデザインとは言い難い	ユーザーが求める情報に直感的にたどり着ける情報アーキテクチャの設計 ナビゲーションの最適化でユーザー体験を改善

ベンチマーク：SUUMOからの示唆

成功要因

- 圧倒的物件量：全国各地の膨大な情報を網羅
- 直感的検索：ユーザーが求める条件を迅速に絞り込める機能性
- 情報の質：正確な物件情報、見やすい写真、詳細な間取り図
- 関連コンテンツの充実：街の紹介や住宅ローン情報なども提供
- 中立的相談：「スーモカウンター」による専門的アドバイス

地域サイトへの転用示唆

- "量"ではなく"質と深さ"で勝つ：あざみ野エリアに特化し、大手が提供できない専門的情報を網羅
- 検索/表示体験はゴールドスタンダード準拠：現代ユーザーが期待する使い勝手を実現
- 地域専門コンテンツで唯一無二のポジションを確立：住民視点の情報を独占提供
- あざみ野エリアでSUUMOを凌駕する情報源を目指す

戦略的ギャップ：「あざみ野のSUUMO」

■ ポータルのUX × 地域知見の融合

SUUMOの優れたプラットフォーム機能（検索性、デザイン、モバイル対応）と地域専門家の独自コンテンツを組み合わせた新しい価値提案

■ 地域特化の独自コンテンツ例

- ・「あざみ野エリア学区別評判比較と物件ガイド」
- ・「住民が選ぶ、週末おすすめカフェ＆ベーカリーMAP」
- ・「リノベ済み・未実施物件の資産価値比較分析」

■ 模倣困難な独自ポジション

- ・全国チェーン：地域知見の欠如で模倣不可
- ・小規模競合：デジタル投資力の不足で実現困難
- ・この二つの強みを活かした唯一無二の市場ポジション

■ デジタル優位性の確立

「あざみ野のSUUMO」として市場での第一想起を獲得し、あざみ野物件検討者が必ず訪問するデジタル拠点を構築

サイト戦略:基本方針(コンテンツ主導)

■ 知識と専門性による差別化

物件情報そのもので競争するのではなく、あざみ野エリアに関する専門的な知見と深い洞察を提供することで価値を創出します。

■ ペルソナ課題を解決する体系的コンテンツ

教育熱心なファミリー向け学区情報や、通勤する専門職向けライフスタイル情報など、定義したペルソナの具体的な悩みに応える体系的なコンテンツを構築します。

■ 検索流入→信頼醸成→問い合わせの最適導線

検索エンジンからの自然流入を起点に、質の高いコンテンツで信頼関係を構築し、最終的に問い合わせへと導く一貫したユーザージャーニーを設計します。

■ マルチチャネルの統合運用

SEO、MEO（地域検索最適化）、メールマーケティング、SNS発信を統合的に運用し、相互に強化し合う効果的なデジタル・エコシステムを構築します。

フェーズ1（最初の90日）：MVPで参入

1 MVP公開

- 主要機能に絞った初期リリース
- 物件検索、問い合わせ機能を優先実装
- レスポンシブ対応で各デバイスに最適化

2 基幹コンテンツ整備

- 「あざみ野移住ガイド」公開
- 「不動産市場動向レポート」作成
- エリアごとの特徴を視覚的に訴求

3 デジタル基盤整備

- Google ビジネスプロフィール最適化
- MEO対策で地域検索上位表示
- Instagram開設・運用開始

4 ターゲットSEO開始

- 「あざみ野 不動産」検索対策
- 「あざみ野 賃貸 ファミリー」対策
- 「あざみ野 中古マンション」対策

フェーズ2：継続運用と成長

1

コンテンツ拡充

- 月4～8本の記事・特集を計画的に制作
- エリア特集、物件比較、成功事例を追加
- ユーザー調査に基づく優先テーマ設定

2

SEO強化

- 内部リンク最適化と構造データ実装
- 被リンク獲得のための外部連携強化
- コンテンツ品質スコア向上と細分化対策

3

CRM導入

- メールマーケティングで見込み客育成
- LINE公式アカウントで即時対応強化
- 顧客セグメントごとの最適コミュニケーション

4

継続的改善

- A/Bテストによるコンバージョン最適化
- ヒートマップ分析でUX改善ポイント特定
- FAQ拡充とナレッジベース構築

成功測定（KPI設定と可視化）

指標	目標例	計測
自然検索流入	+30%	GA4 + GSC (検索クエリレポート、流入分析)
CVR（問合せ）	2.0～3.0%	GA4イベント (目標コンバージョン設定)
再訪率	+20%	GA4コホート分析 (期間別ユーザー維持率)
指名検索比率	+15%	GSCブランドクエリ (ブランド名を含む検索の割合)
成約率	+10%	営業管理 × BI連携 (リード～成約のコンバージョン)

要件定義:コア機能

■ 物件検索

▼ 条件検索（価格・広さ・駅距離等）  地図ベース検索  検索条件保存  物件比較機能

■ 物件詳細

 高画質写真ギャラリー  間取り図表示  設備・仕様一覧  周辺施設マップ

■ 問い合わせ

 内見予約フォーム  資料請求機能  即時返信チャット連携

■ お気に入り/履歴

♥ お気に入り物件保存  閲覧履歴の自動記録  新着・価格変更通知機能

■ CMS

 迅速な更新システム  権限設定・管理  承認フロー制御  公開スケジュールリング

要件定義:差別化機能

地域知見強化

- 学区別検索/学校ページ
- 通勤"実測"時間/混雑目安
- 住民の声/ローカルガイド

体験/安心強化

- セキュリティ設備の見える化
- オンライン内見/動画あり
- 査定/相談のスマートフロー

情報アーキテクチャ(IA)

■ コンテンツの柱

物件検索 / あざみ野ガイド / 売却 / 会社案内 / ブログ / FAQ

■ ナビゲーション設計

目的別に直感的遷移を可能にする設計、ヘッダーCTAの固定配置による常時アクセス性の確保

■ ユーザー導線

一覧 → 詳細 → CVへの一貫した導線設計、関連内部リンクによる回遊性最適化

■ SEO最適化

タグ体系と構造化データ（Schema.org）の実装による検索エンジンでの視認性と理解度向上

推奨技術スタック

プラットフォーム

- **CMS**：WordPress等（ヘッドレス可）
- **フロント**：高速表示/アクセシビリティ遵守
- **ホスティング/CDN**：安定/SSL/WAF

連携/計測

- **物件連携**：CSV/REINS API等
- **計測**：GA4/GSC/タグ管理/ヒートマップ
- **品質**：自動テスト/バックアップ/監視

WBS:5営業日でのMVPローンチ

1

Day1

- 要件確定・優先順位付け
- 情報アーキテクチャ設計
- ワイヤーフレーム作成
- 計測設計・KPI定義

2

Day2

- デザイン初稿作成
- スタイルガイド定義
- テンプレート実装
- ベースコード構築

3

Day3

- 物件検索・詳細MVP実装
- 問い合わせ導線構築
- CTA設計・最適化
- レスポンシブ対応

4

Day4

- 基幹コンテンツ3本投入
- SEO初期設定
- メタデータ最適化
- 構造化データマークアップ

5

Day5

- 総合テスト実施
- パフォーマンス最適化
- 本番環境へ公開
- 運用マニュアル引継ぎ

ロードマップ:公開後1～12ヶ月

1

1-3ヶ月

- UX改善・ユーザーフィードバック反映
- FAQ充実によるサポート強化
- ブログ運用開始（週1更新）
- 被リンク獲得施策の実施

2

4-6ヶ月

- 学区別物件検索機能の実装
- 物件比較機能のリリース
- オンライン内見システム導入
- コンテンツの質・量の拡充

3

7-12ヶ月

- CRM連携によるパーソナライズ
- 構造化データ（スキーマ）強化
- ABテストによる継続的最適化
- 新規コンテンツ・機能の拡張

🔄 四半期レビュー

- KPI達成状況の評価・調整
- 投資対効果（ROI）の検証
- ユーザーデータに基づく改善

サイトマップ（上位構造）

🏠 ホーム

🏠 賃貸／売買

- 📄 検索条件
- 🗺️ 地図検索
- ☰ 検索結果
- ⓘ 物件詳細

📖 あざみ野ガイド

- 🏠 エリア情報
- 🏫 学区情報
- 🏢 生活施設

- 🚗 交通情報
- 🛡️ 治安情報

🏠 売却

- 📋 査定依頼
- 📄 売却の流れ
- ★ 成功事例
- ❓ よくある質問

✍️ ブログ（ジャーナル）

🏢 会社案内

- 🏆 当社の強み
- 👥 スタッフ紹介
- 💬 お客様の声
- 📍 アクセス

✉️ お問い合わせ

- 🏠 内見予約
- 💬 相談・お問い合わせ
- 📄 資料請求

デザイン方針:哲学・トーン&マナー

■ ブランドコア

信頼性・洗練さ・地域らしさ・永続性を核とし、あざみ野という地域に根差した確かな価値を表現するデザイン。高級感を保ちながらも親しみやすさを感じられる調和を重視します。

■ トーン&マナー

落ち着きのある誠実な表現を基本とし、正確で安心感を与えるコミュニケーションを提供。華美な表現や過剰な装飾を避け、情報の正確さと信頼性を最優先します。

■ レイアウト原則

余白を十分に確保し、視覚的な呼吸感を重視。情報の階層を明確にし、ユーザーが直感的に重要度を理解できるよう設計。スクロールの深さよりも全体把握を優先したデザインとします。

■ インタラクション

控えめながらも即時性のあるフィードバックを提供し、ユーザーの操作に対して適切な応答を返します。派手なアニメーションは避け、機能性と使いやすさを重視した設計です。

配色案（カラーパレット）

サイトカラーパレット



Primary: Navy #0B1F3B

信頼性と高級感を演出する基調色。ヘッダー、見出しに使用。



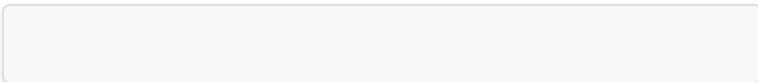
Secondary: Gray #57606A

本文テキストと補助的な要素に使用。読みやすさを確保。



Accent: Teal #1FA29A

アクションボタン、リンク、強調要素に使用。行動喚起に。



Background: Off-White #F7F8FA

ページ背景やコンテナ背景に使用。柔らかな印象を与える。

配色の運用指針

■ ボタン/リンクのカラー適用

すべてのCTAボタンとリンクにはAccentカラー（Teal #1FA29A）を一貫して使用。主要なCTAはソリッドボタン、副次的なアクションは枠線のみのアウトラインスタイルに。

■ 見出し/本文の階層設計

見出し（h1～h3）にはPrimaryカラー（Navy #0B1F3B）を適用し、本文はSecondaryカラー（Gray #57606A）を使用。情報の階層を視覚的に明確にする。

■ アクセシビリティの確保

WCAG AAレベル以上のコントラスト比（4.5:1）を全ての文字で確保。特に小さなテキスト、背景色上のテキストは視認性を最優先する。

■ ブランド一貫性の維持

定義された4色のカラーパレットを厳守し、サイト全体で一貫したビジュアルアイデンティティを構築。カラーバリエーションは透明度調整のみ許容。

タイポ/コンポーネント/アクセシビリティ

タイポグラフィ

- 見出し：Noto Sans/Source Sans等のサンセリフ

見出し：清潔感と読みやすさ

- 本文：可読性重視（14～16px/1.6行間）

本文テキストは14～16pxサイズ、行間1.6で最適な読みやすさを確保。長文でも視認性を維持し、ユーザーの読解負担を軽減します。

- 一部強調にセリフ体併用可

伝統と信頼感を表現する場面で、Noto Serif JPなどのセリフフォントを効果的に活用します。

UIコンポーネント/アクセシビリティ

- CTA/フォーム/カード/バッジ/トグルの一貫設計

C ボタン、入力欄、カードなど全要素の視覚言語統一

- フォーカス可視化/キーボード操作/代替テキスト

キーボード操作を想定した明確な **フォーカス状態** の視覚化と適切なタブ順序の設計

- フォームエラーの明示と支援テキスト

エラー：問題箇所を明確に示し、修正方法を具体的に案内する支援テキストを提供

- WCAG AAレベル準拠の色コントラスト

  テキスト可読性と色覚多様性に配慮したカラー設計

まとめ・次のステップ

■ 要点

地域専門性×卓越UXで「あざみ野の第一想起」を獲得

■ 短期計画

5営業日でMVP公開 → 基幹コンテンツ投入 → 計測開始

■ 中期計画

コンテンツ/SEO/CRMで質と量を段階的に拡大

■ ご承認後の進め方

キックオフ → 詳細要件策定 → 制作/実装 → 公開/運用

■ 意思決定事項

MVP範囲/配色最終決定/CMS方式/KPI初期値の確定