

広告費を増やしても 売上が伸びない中小企業が 見落としている『勝ち筋』のを見つけ方

～ デジタルマーケティングのROIを3倍にする実践フレームワーク ～

対象読者

中小企業の経営者・マーケティング担当者

発行

Creative Quest Lab

目次

01	あなたの会社に当てはまる課題はありますか？	P.3
02	売上が伸びない企業の3つの共通パターン	P.4
03	成功企業が実践する「勝ち筋」特定の5ステップ	P.4
04	活用事例：B社（地方小売・EC事業）	P.5
05	Growth Catalystプログラムのご紹介・無料診断のご案内	P.6

本ホワイトペーパーについて

本資料は、Creative Quest Labが中小企業経営者・マーケティング担当者の皆様に向けて作成した実践ガイドです。掲載の統計データは公開情報をもとにした参考値です。事例の固有名詞は仮称を使用しています。

あなたの会社に当てはまる課題はありますか？

▶ 広告費を増やしたが、売上は横ばいか減少している

▶ 施策は多いが、どれが効いているか分からない

▶ データはあるが、分析・活用できていない

▶ 競合に価格で負けて利益率が下がっている

▶ 何から手をつければいいのか分からない

1つでも当てはまる方は、「勝ち筋」が特定できていない状態です。市場データが示す中小企業の現状を確認しましょう。

70%

広告ROIを正確に把握できていない中
小企業
中小企業庁調査参考値

3倍

勝ち筋特定企業の売上成長率
(未特定企業との比較)
各種調査参考値

65%

競合調査を定期的には実施していない
企業
本調査推計

「やっているつもり」のデジタルマーケティングが最大のリスク

SNS・SEO・広告を「とりあえず始める」のではなく、誰に・何を・なぜ届けるかの勝ち筋を先に特定することが、ROI改善の出発点です。

失敗パターンと「勝ち筋」特定の5ステップ

■ 売上が伸びない企業の3つの共通パターン

01 戦術先行型

SNS・SEO・広告を「とりあえず始める」ことで予算を消化しているが、ターゲットが不明確なため成果につながらない。

目的なく施策開始 → ターゲット不明確 → 予算消化のみ

02 データ未活用型

GA・広告データが蓄積されているにもかかわらず放置。感覚だけで施策を判断するため、改善サイクルが回らない。

データ蓄積・放置 → 感覚で施策判断 → 改善なし・消耗

03 競合無視型

自社の強みを競合比較なしに設定するため、差別化が図れず価格競争に陥り、利益率が低下し続ける。

競合比較なし → 差別化できず → 価格競争・利益率低下

■ 成功企業が実践する「勝ち筋」特定の5ステップ

01

優良顧客データ分析で
ペルソナを数値定義

02

競合ポジショニングマ
ップで差別化ポイント
を可視化

03

ROIの高いチャンネルに
予算を集中投下

04

売上直結KPIを3ヶ月ス
パンで逆算設計

05

週次データ確認で施策
を即時改善

活用事例

B社（美容・健康系EC事業）

スキンケア商品のEC売上が2期連続前年割れ。広告費月30万円を投入するも効果測定なし、SNS・リスティング・SEOを「とりあえず全部やる」状態だった。ペルソナ設計・競合分析・広告最適化の3ステップで立て直しを支援（3ヶ月プログラム）。

課題の核心：「都市部の30～50代で健康意識の高い富裕層」という明確なターゲットがいるにもかかわらず、広告配信先が一般層向けに設定されていた。3C分析で自社の差別化ポイントを言語化し、チャネルを絞り込んだことで広告効率が大幅改善。

項目	Before（支援前）	After（支援後4ヶ月）	改善率
EC月間売上	前年比 -10%	前年比 +75%	2期分の損失を3ヶ月で挽回
広告ROAS	1.3倍	3.6倍	+2.3倍
広告費	月30万円	月20万円	-33%（成果は向上）
新規顧客獲得	月8～12人	月38人	約3倍
顧客平均単価	4,500円	6,800円	+51%

「ターゲットを絞ったら、広告費を減らして成果が上がりました。ペルソナ設計がここまで大事だとは思いませんでした。」

— B社 代表

■ 当社の4軸フレームワーク

01 勝ち筋診断

ファンダメンタル+テクニカル分析で自社の強みを数値化し、注力すべき市場・顧客を特定する。

02 競合マッピング

価格・品質・ブランドの3軸で競合をマッピングし、自社の差別化ポイントを明確に言語化する。

03 広告最適化

GA・Meta・Google広告のROIデータを分析し、成果の出るチャネルに予算を集中投下する。

04 成長KPI設計

3ヶ月・6ヶ月の売上KPIを目標から逆算設計し、週次で進捗をモニタリングする仕組みを構築する。

Growth Catalystプログラムのご紹介

フェーズ	内容	期間	主な提供物
Phase 1：勝ち筋診断	優良顧客分析・競合マッピング・勝ち筋仮説立案	1ヶ月目	勝ち筋診断シート・競合ポジショニングマップ
Phase 2：戦略設計	KPI設計・チャネル戦略・予算配分最適化	2～3ヶ月目	6ヶ月KPI設計シート・成長戦略サマリーレポート
Phase 3：実行支援	広告運用改善・週次KPIレビュー・施策修正	4～6ヶ月目	広告分析レポート・週次KPIレビューシート

■ セルフチェックリスト

以下の5項目で「はい」が3つ以下なら、無料診断セッションをご活用ください。

- 自社の最優良顧客層を年齢・行動・購買単価で定義できている
- 主要競合3社との差別化ポイントを言語化できている
- 広告チャネルごとのROIとCPAを毎月把握している
- 3ヶ月後の売上目標と必要な新規顧客数を計算できている
- 週次でデータを確認し、施策を修正する体制がある

無料・初回診断セッションに申し込む

60分のオンラインセッションで、貴社の「勝ち筋仮説レポート」をその場でお渡しします。
ヒアリングシート（10分記入）を事前にご提出いただくだけで準備完了です。
しつこい営業は一切ありません。

プログラム料金：50～100万円（税別） / 3ヶ月集中プログラム

業種・規模・支援範囲により変動 / 詳細はLPページで確認 / まずは無料診断で概算をご確認ください

今すぐ無料診断を申し込む

担当：久田裕基（中小企業診断士 / 支援実績30社超）
お問い合わせ：info@creativequestlab.com | 受付：平日 9:00～18:00