

とやまDXパートナー登録情報

事業者名 株式会社クレス cunt

代表者	代表取締役 三戸部裕司	問合せ先	代表取締役 三戸部裕司
所在地	東京都新宿区西新宿3丁目3番13号 西新宿水間ビル2階	電話番号	08025273143
会社設立日	令和6年1月19日	Webサイト (問合せフォーム)	https://crescunt.co.jp/
従業員数(人)	0		https://crescunt.co.jp/contact/

営業エリア

☒ 県内全域

☐ その他

富山市

砺波市

立山町

高岡市

小矢部市

入善町

魚津市

南砺市

朝日町

氷見市

射水市

滑川市

舟橋村

黒部市

上市町

得意業種(上位5項目)

☒ 製造業

☒ 卸売・小売業

☐ 建設業

☐ 医療、福祉

運輸業、郵便業

金融業、保険業

☐ 宿泊業、飲食サービス業

不動産業、物品賃貸業

☐ 教育、学習支援業

その他サービス業

その他

支援可能分野

別紙のとおり

使用可能ツール・システム

【使用可能ツール・システム】

■生成AI・AI活用

- ・ChatGPT
- ・Microsoft Copilot
- ・Google Gemini
- ・Claude
- ・Perplexity
- ・NotebookLM
- ・Dify
- ・OpenAI API
- ・Anthropic API

■業務改善・ノーコード／ローコード

- ・kintone
- ・Microsoft Power Platform(Power Automate、Power Apps、Power BI)
- ・Google AppSheet
- ・Zapier
- ・Make
- ・Airtable
- ・Notion
- ・ClickUp
- ・Trello
- ・Asana

■グループウェア・コミュニケーション

- ・Microsoft 365
- ・Google Workspace
- ・Microsoft Teams
- ・Slack
- ・Zoom
- ・Google Meet
- ・Chatwork

■会計・バックオフィス

- ・freee会計
- ・freee人事労務
- ・マネーフォワードクラウド
- ・弥生会計
- ・弥生給与
- ・奉行シリーズ

■営業管理(CRM・SFA)

- ・Salesforce
- ・HubSpot
- ・Zoho CRM
- ・Mazrica(旧Senses)
- ・GENIEE SFA／CRM

■EC・Web構築

- ・Shopify
- ・BASE
- ・STORES
- ・WordPress
- ・Wix
- ・EC-CUBE

■マーケティング

- ・Google Analytics
- ・Google Search Console
- ・Google Tag Manager
- ・Looker Studio
- ・Meta広告
- ・Google広告
- ・LINE公式アカウント
- ・Lステップ

■クラウド・インフラ

- ・Microsoft Azure
- ・AWS
- ・Google Cloud
- ・Dropbox Business
- ・Google Drive
- ・OneDrive

■文書管理・電子契約

- ・DocuSign
- ・クラウドサイン
- ・GMOサイン
- ・Box

■RPA・自動化

- ・Power Automate Desktop
- ・UiPath
- ・WinActor

■製造業・生産管理関連

- ・スマートファクトリー関連IoTシステム
- ・在庫管理システム
- ・販売管理システム
- ・生産管理システム各種
- ・BIツールを活用した経営分析環境構築

■その他

- ・補助金申請支援システム
- ・事業計画策定支援ツール
- ・AEO(AI検索最適化)分析ツール
- ・SEO分析ツール
- ・各種SaaS導入支援ツール

支援実績

【支援実績：小売業（EC事業者）】

課題：
自社ECサイトを運営していたが、検索エンジン経由の流入が少なく、新規顧客獲得が伸び悩んでいた。また、広告運用の効果測定が十分に行われておらず、マーケティング施策の改善が課題となっていた。

支援内容：
Google Analytics、Google Search Console等を活用したアクセス解析環境を整備し、SEO対策およびコンテンツマーケティング施策を実施した。あわせて、SNS運用やWeb広告の分析体制を構築し、データに基づくマーケティング改善を支援した。さらに、顧客管理ツールの導入により、見込み顧客への継続的なアプローチ体制を整備した。

成果：
検索エンジン経由のアクセス数が前年比約180%に増加し、問い合わせ件数も大幅に向上した。広告効果の可視化により費用対効果が改善し、新規顧客獲得数の増加につながった。また、データ活用に基づく継続的なマーケティング改善サイクルを構築した。

【支援実績：保険代理店（従業員約15名）】

課題：
顧客情報や契約情報を含む機密データを取り扱う一方で、情報セキュリティ対策が十分ではなく、フィッシングメールやランサムウェア等のサイバー攻撃への対応強化が課題となっていた。また、従業員ごとにセキュリティ意識にばらつきがあり、組織的な対策体制の構築が求められていた。

支援内容：
情報セキュリティ診断を実施し、リスクの洗い出しを行ったうえで、セキュリティ管理体制の整備を支援した。具体的には、多要素認証（MFA）の導入、端末管理体制の強化、メールセキュリティ対策、クラウド環境のアクセス権限管理の見直しを実施した。また、従業員向けのセキュリティ教育および標的型攻撃メール訓練を実施し、組織全体のセキュリティリテラシー向上を支援した。

成果：
セキュリティ対策状況を可視化し、情報漏えいリスクの低減を実現した。全従業員へのセキュリティ教育を通じて組織的な運用体制を構築し、安全な顧客情報管理環境を整備した。また、各種セキュリティツールの導入により、サイバー攻撃への対応力向上と業務継続性の強化を実現した。

価格体系の公開状況

基本的な料金を公開している

【別紙】支援可能分野(複数選択)

①業務のデジタル化に向けた環境整備

- パーパーレス化の推進支援(紙書類の電子化・ワークフロー化・文書共有システム導入支援等)
- オンライン会議システムの導入・活用支援
- コミュニケーションツール(チャット・共有・タスク管理等)の導入支援
- 生成AIの業務活用環境の導入支援(プロンプト設計、社内利用ルール整備、活用トレーニング)
- クラウドサービス利用環境の構築(メール、ストレージ等の基本的SaaS設定・移行)
- 勤怠・人事評価などバックオフィスのクラウド化支援
- オンライン研修・eラーニング環境の導入支援
- 社内情報共有ポータル構築支援(規程・マニュアルの電子化／ナレッジ共有基盤構築)

②業務プロセスのデジタル化・自動化

- 電子契約システム導入支援
- オンライン決済システム導入支援
- RPA導入支援(業務分析、ロボット作成・定着支援)
- SFA／CRM導入支援(顧客情報管理、営業支援システムの導入・活用)
- Webサイト・ECサイトの構築・改善支援
- データ分析基盤の構築支援(販売・顧客・業務データの可視化、簡易BI導入 等)
- IoTデバイス導入の初期支援(設備データの可視化、センサー導入、モニタリング)
- AIチャットボット導入支援

③デジタル技術を活用した業務最適化

- デジタルマーケティング戦略支援(SNS・SEO・広告・MA活用 等)
- 予知保全システム導入支援(設備データ分析等)
- 物流・在庫の最適化支援(IoT・AIを活用した在庫管理・配送最適化)
- スマートファクトリー化支援(設備連携、品質データの自動収集、工程データの最適化)
- パーソナライズ顧客体験の提供支援(レコメンド、顧客行動分析 等)
- デジタルツイン構築支援
- VR／ARを活用したシミュレーション・トレーニング支援
- データドリブン経営の導入支援(KPI設計・経営ダッシュボード作成)
- AI／機械学習の導入支援(モデル作成、画像認識、不良検知、需要予測 等)
- サイバーセキュリティ高度化支援(ゼロトラスト導入、継続的な脆弱性診断 等)

④デジタル技術を活用したビジネス変革・価値創造支援

- ビッグデータ分析・可視化支援
- 経営レベルでの生成AI活用支援(戦略策定、仮説設計、マネジメント活用)
- ブロックチェーン活用支援
- CO2可視化・削減システム導入支援
- 企業間データ連携・エコシステム構築支援
- 新たなデジタルビジネスモデル創出支援(サブスク、プラットフォーム、デジタルサービス)
- DX文化醸成・組織変革支援(意識改革、アジャイル体制整備、DX推進体制構築)

〇〇御中

提案資料

企業経営において重要なこと

企業経営において
最も重要なものはどれですか？

抽象的



具体的

経営哲学

経営ビジョン

経営戦略

経営戦術

企業経営において重要なこと

企業経営において
最も重要なものはどれですか？

抽象的



具体的

経営哲学

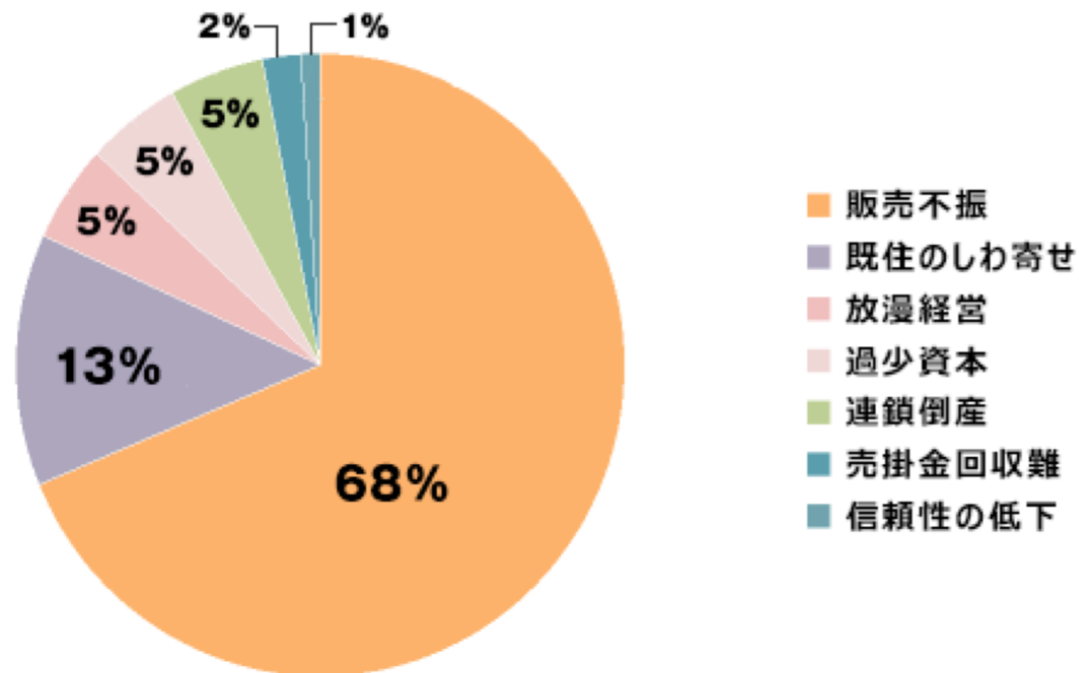
経営ビジョン

経営戦略

経営戦術

ここだけが抜けている
企業が非常に多い！

中小企業の倒産理由ランキング



倒産の状況(平成28年10月分) (データ元：中小企業庁)

※既往のしわ寄せとは、経営状態が悪化しているにもかかわらず、具体的な対策を講じないまま過去の資産を食い潰してくことで倒産に至ることを言います。

中小企業にとって
最も重要な経営課題は
「マーケティング＝集客」です！！

集客施策の一覧

全ての施策を試している時間はありません。

Youtube動画広告
アメブロ
リスティング広告
ディスプレイ広告
Twitter
Google+
Googleマイプレイス
アフィリエイト広告
テレマーケティング
メルマガ
クチコミ
ダイレクトメール
FAXDM
Facebook
MEO
SEO
出版
メルマガ広告
プレスリリース
リマーケティング広告
新聞雑誌
テレビCM

LPO
WEB接客ツール
営業研修
展示会出展
飛び込み営業
LINE@
フラッシュマーケティング
バーター営業
サンプリング
代理店制度
フランチャイズ制度
POP
催事イベント
フリーペーパー
ポスティング
ブックマークサイト
ブログランキング
ポータルサイト掲載
キュレーションサイト
出版
折り込みチラシ

紹介
サンキューレター
セミナー集客
無料レポートスタンド
名刺交換
異業種交流会
経営者交流会
朝活
JV(ジョイントベンチャー)
タクシー社内広告
スマホアプリ
ティッシュ配り
電車中吊り広告
タウン誌
ラジオCM
サジェスト対策
オークションサイト
ECモール出店
せどり
コピーライティング
ネットワークビジネス
コンテンツマーケティング

WEB集客の公式

売上アップの公式はとてもシンプル

$$\text{アクセス人数} \times \text{転換率} \times \text{客単価} = \text{売上}$$

WEB集客の公式

売上アップの公式はとてもシンプル

$$\begin{array}{ccc} \text{実際にHPにアクセスした人数} & & \text{購入された方の平均単価} \\ \swarrow & & \downarrow \\ \text{アクセス人数} \times \text{転換率} \times \text{客単価} = \text{売上} \\ \uparrow & & \\ & \text{実際に購入した割合} & \end{array}$$

【WEBで売上アップの公式】 BtoBビジネス

売上アップの公式はとてもシンプル

アクセス人数 × アポイント率 = 商談数

商談数 × 成約率 × 客単価 = 売上

転換率 (CVR)

転換率を改善する方法

$$\text{アクセス人数} \times \text{転換率} \times \text{客単価} = \text{売上}$$



セールスライティング
内部リンクの改善
サイト改善、スマホ対応
ユーザービリティ改善
画像修正
コピーライティング

客単価

客単価を改善する方法

セット販売
まとめ買い
定期購入



$$\text{アクセス人数} \times \text{転換率} \times \text{客単価} = \text{売上}$$



セールスライティング
内部リンクの改善
サイト改善、スマホ対応
ユーザービリティ改善
画像修正
コピーライティング

アクセス数を増やす方法

アクセス数を改善する方法

WEBサイトを見に来る人を
増やす方法とは？

$$\text{アクセス人数} \times \text{転換率} \times \text{客単価} = \text{売上}$$

セット販売
まとめ買い
定期購入



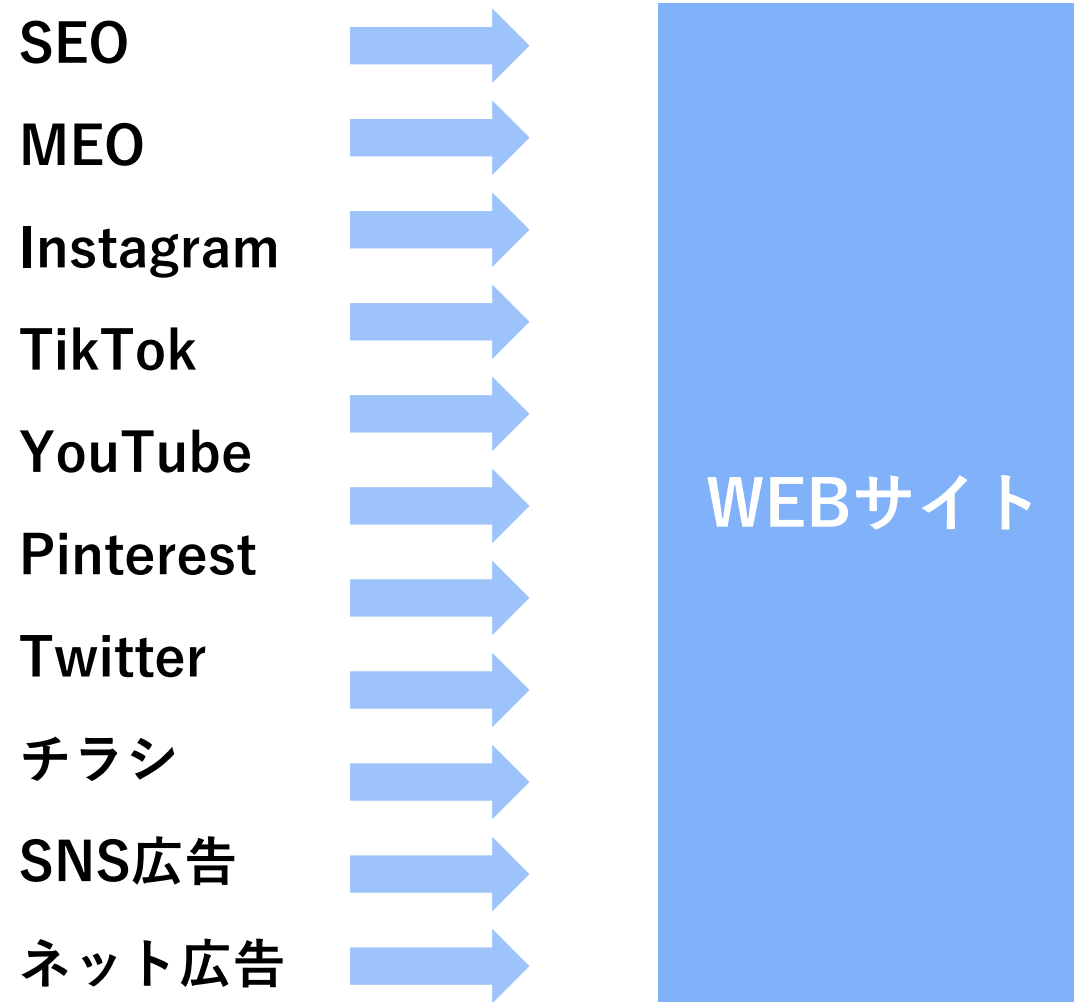
セールスライティング
内部リンクの改善
サイト改善、スマホ対応
ユーザービリティ改善
画像修正
コピーライティング



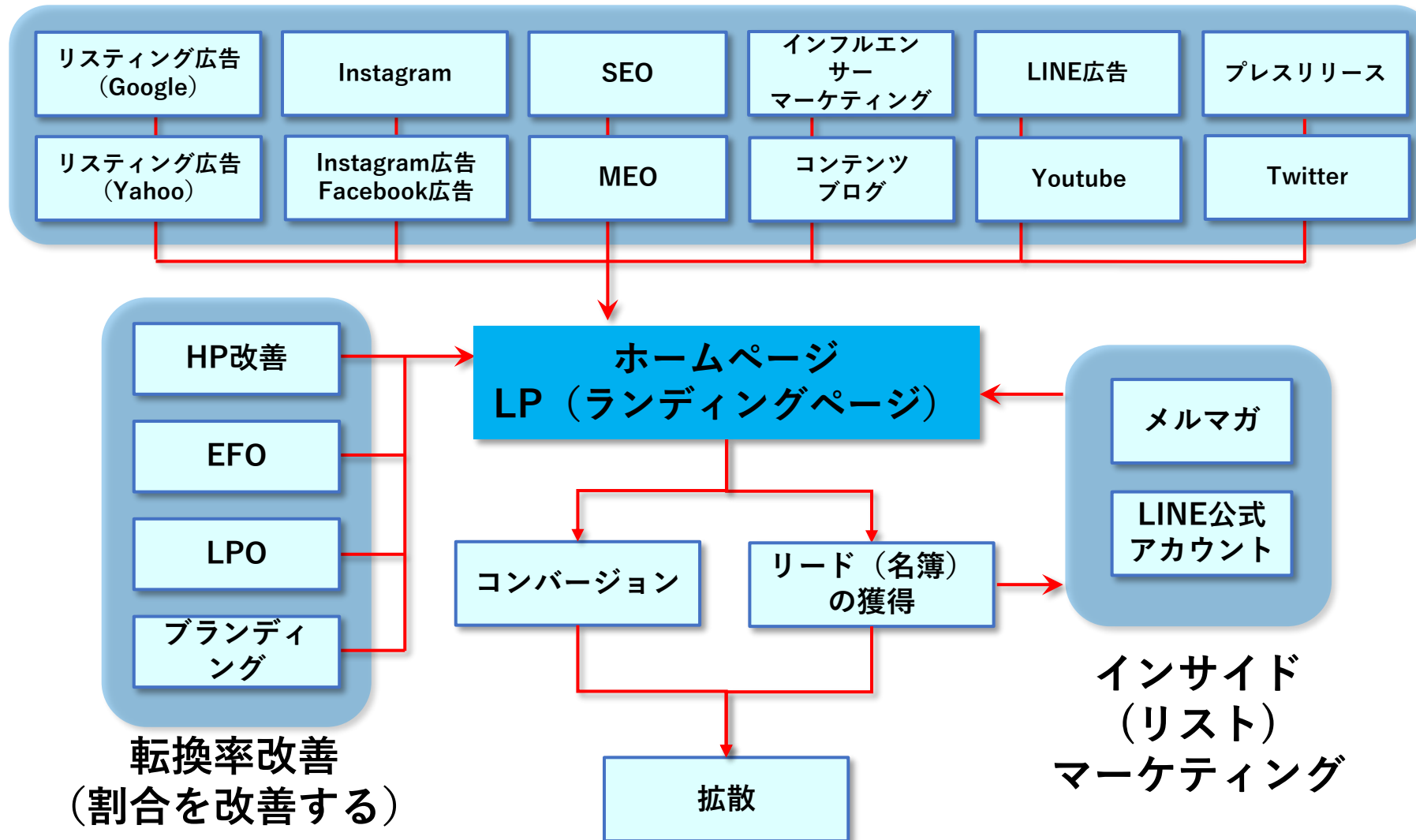
ホームページ制作をリニューアル（制作）すれば
アクセス数が増えるという勘違い。
ただ制作するだけでは、アクセス人数は増えない。

アクセス数を増やす方法

オンライン・オフラインのあらゆる手法でアクセス数を集めることが可能。
ただし、転換率(CVR) が最も高い手法はSEOになることが多い。



Webマーケティングの全体像



アクセスアップ
(人数を増やす)

転換率改善
(割合を改善する)

インサイド
(リスト)
マーケティング

自社に合うマーケティング戦略を立案し、実行する必要があります。

WEB検索が最も購入に近い

SNSはプッシュ型の情報提供。

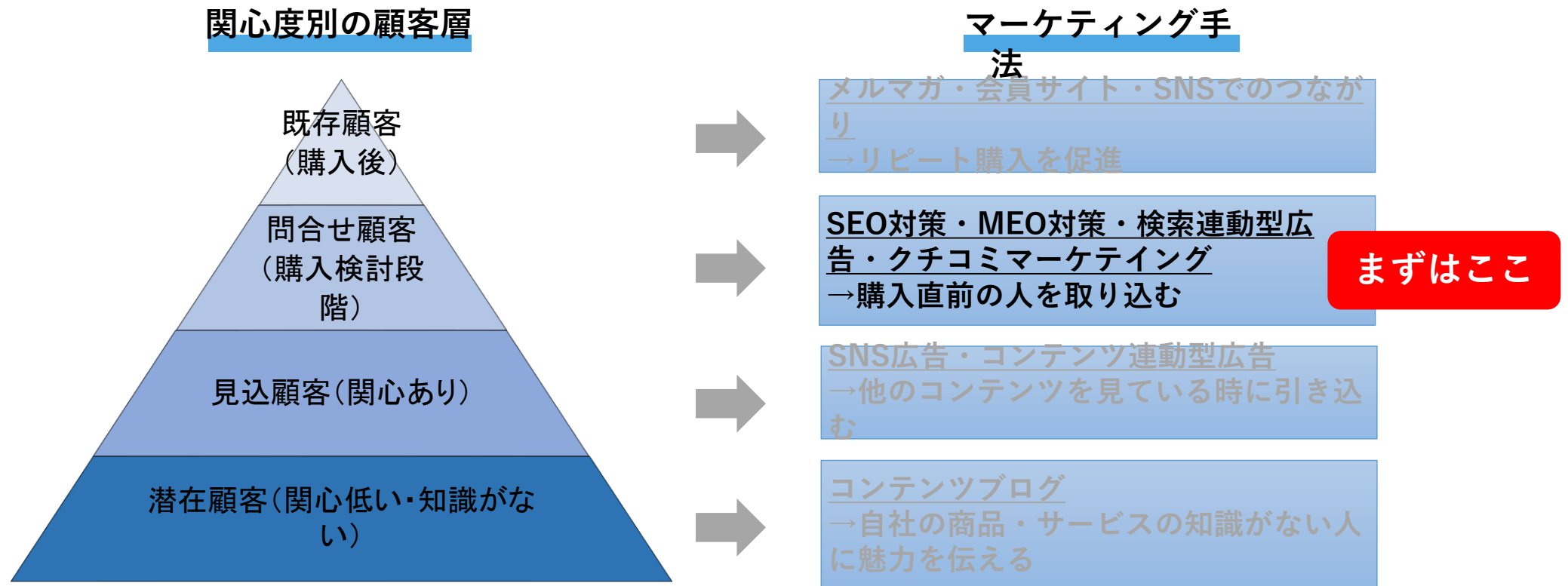
SEOはプル型の情報提供。

顧客が自ら情報収集をしている段階であるため、SEO（自然検索）経由での購入率が最も高い。

**自らWEB検索をしている
見込み客が最も購入への熱量が高い**

顧客層別のアプローチ

- ◆WEBマーケティングはターゲット層の関心度に応じて手法が異なります。
まずは「購入検討段階」にある「予約希望」を取り込むことが最優先の施策です。



中小企業の最重要項目はSEO対策

予算が限られている中小企業に取り組むべき施策はSEO対策。

検索対策のことをSEOと呼ぶ

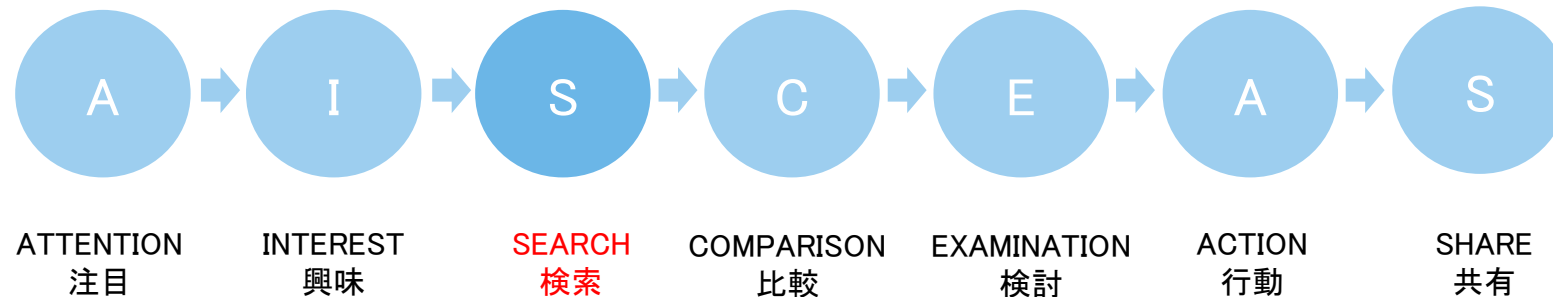
**SEO対策(Search Engine Optimization)とは
Google,Yahoo!などの検索順位を上げて
WEBサイトをお客様に見てもらう
機会を増やす施策のこと**

「消費者」の購買行動プロセスの変化

消費行動のプロセスにおいて『検索』は最重要。

インターネット検索型モデル（直近の消費行動モデル）

◆AISCEAS（アイシーズの法則）



SEOとMEO



検索結果に表示されるには、
3位以内に入る必要があります。

ここに表示されないと
ほとんど見られません

検索結果の1ページ目に表示され
るには、10位以内に入る必要が
あります。

検索順位別のクリック率

2020年の検索順位別クリック率

SISTRIX社が公開した2020年7月の検索順位別クリック率データは以下です。

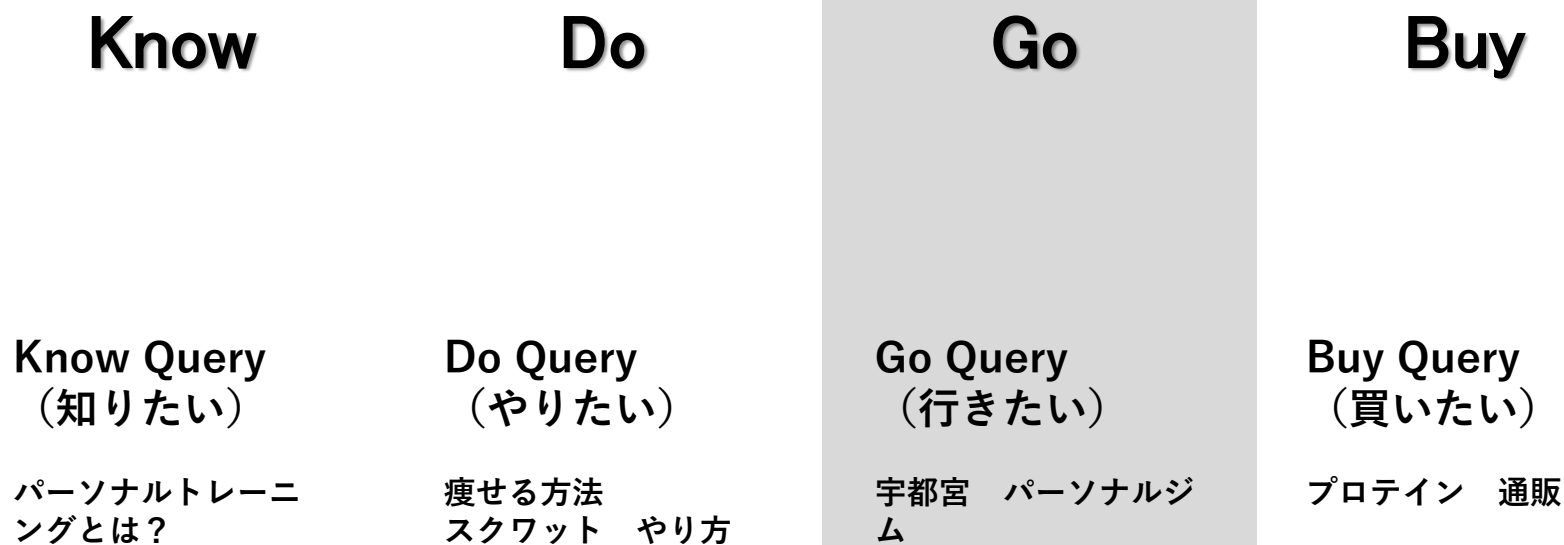
検索順位	クリック率
1位	28.5%
2位	15.7%
3位	11.0%
4位	8.0%
5位	7.2%
6位	5.1%
7位	4.0%
8位	3.2%
9位	2.8%
10位	2.5%

※引用元：[Why \(almost\) everything you knew about Google CTR is no longer valid – SISTRIX](#)

検索結果の1ページ目に表示されてもその中で、1位と10位では10倍以上のクリック率の差があります。
meo対策と合わせて、seo対策も行う必要があります。

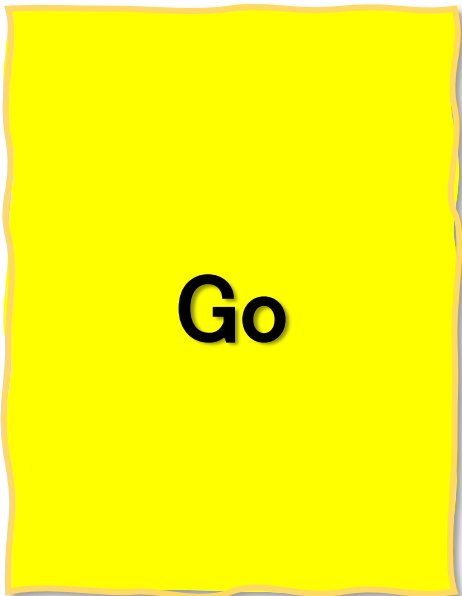
検索クエリの考え方

検索クエリ毎に満遍なく対策を実施することが必要となります。
※検索クエリとは、ユーザーが実際に検索すること。



優先順位が最も高い
SEO・MEOの両方で実施

店舗集客を行う場合は特にGoクエリへの対策を必要。



Go

Go Query
(行きたい)

【特徴】

- ・ Google検索では地図が出る

【対策】

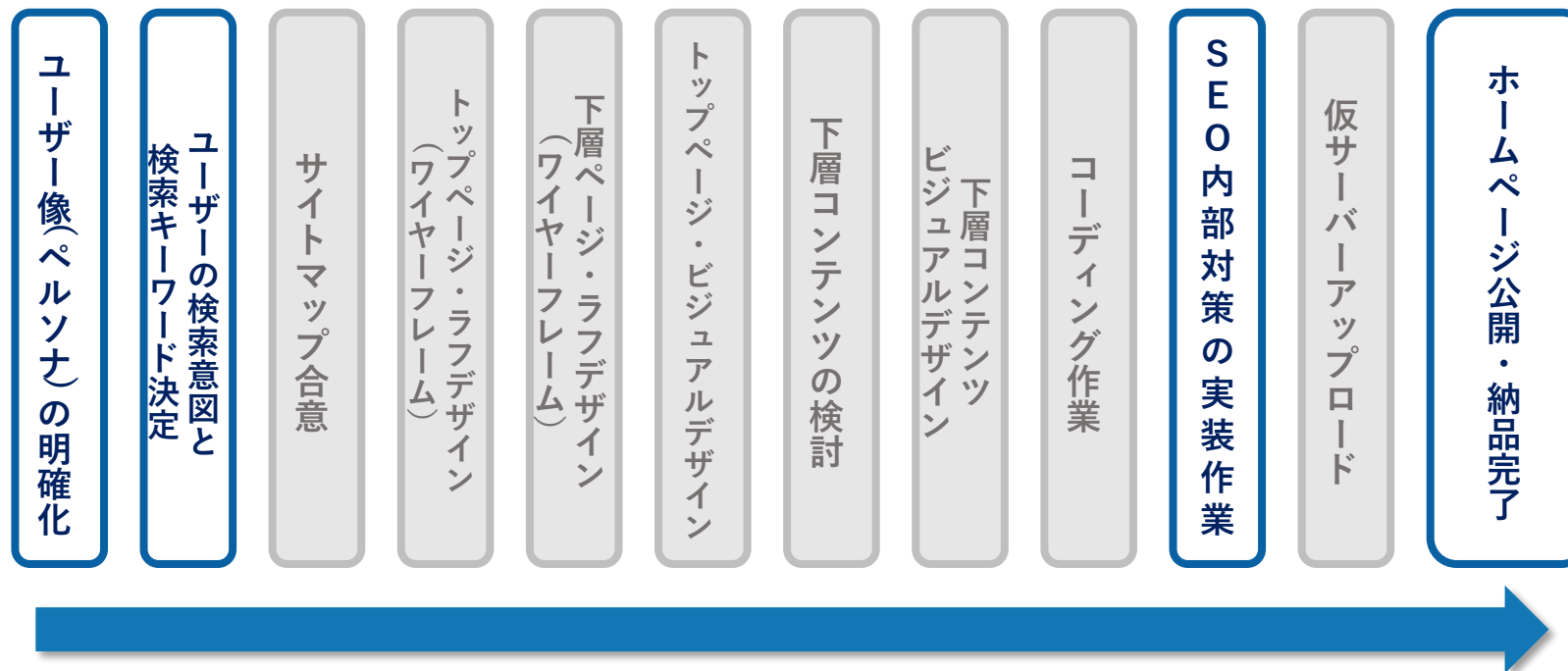
- ・ 「基本的SEO対策」の徹底
- ・ MEO対策を行う
- ・ オーソリティを高める
- ・ SEO対策で狙い+リスティング広告
- ・ ランディングページでコンバージョン率を高める

一般的なWEBサイト制作の例



デザイン重視のサイト制作スケジュールにはSEO対策（検索順位を引き上げる施策については一切考慮されていないケースがほとんどです。

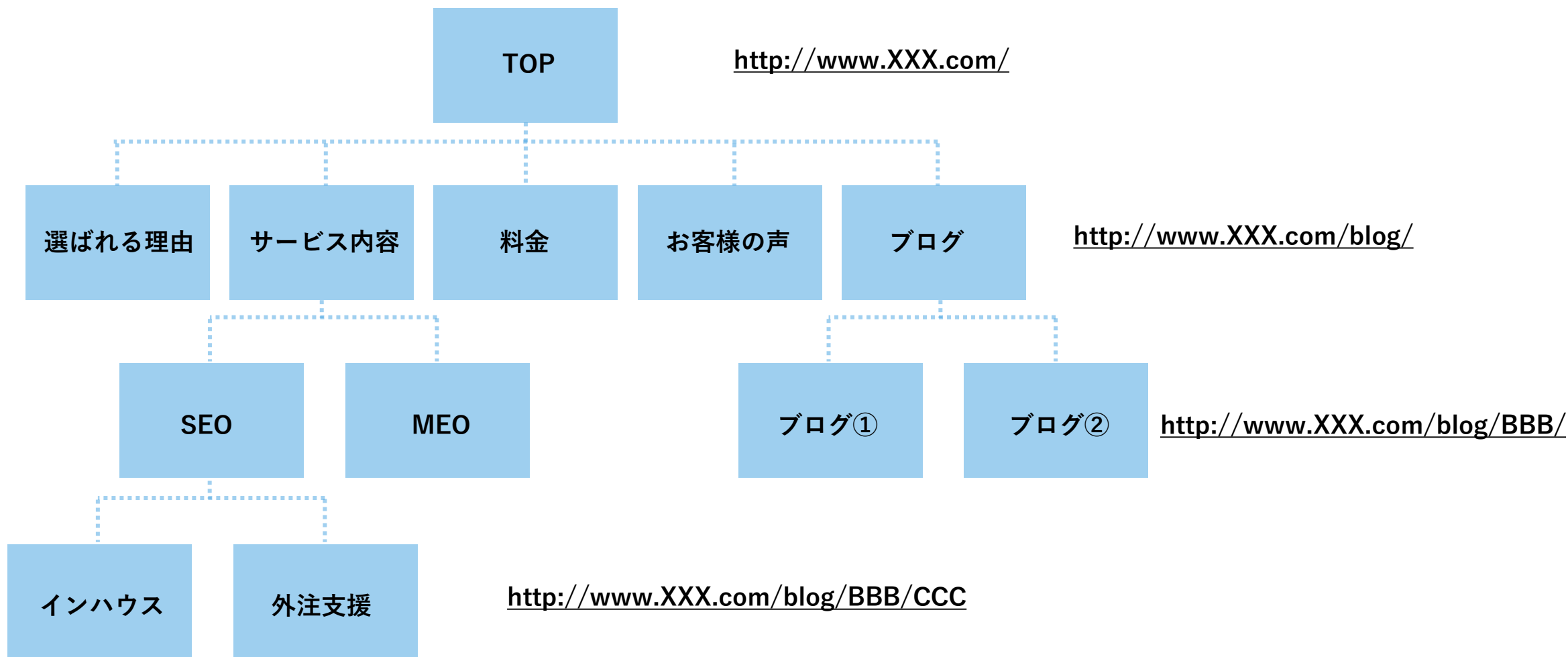
集客特化のWEBサイト制作



ユーザー像を明確にし、検索意図および検索されるキーワードをもとにサイトマップ・コンテンツを検討していきます。さらにコーディング作業時にSEO対策を実装します。

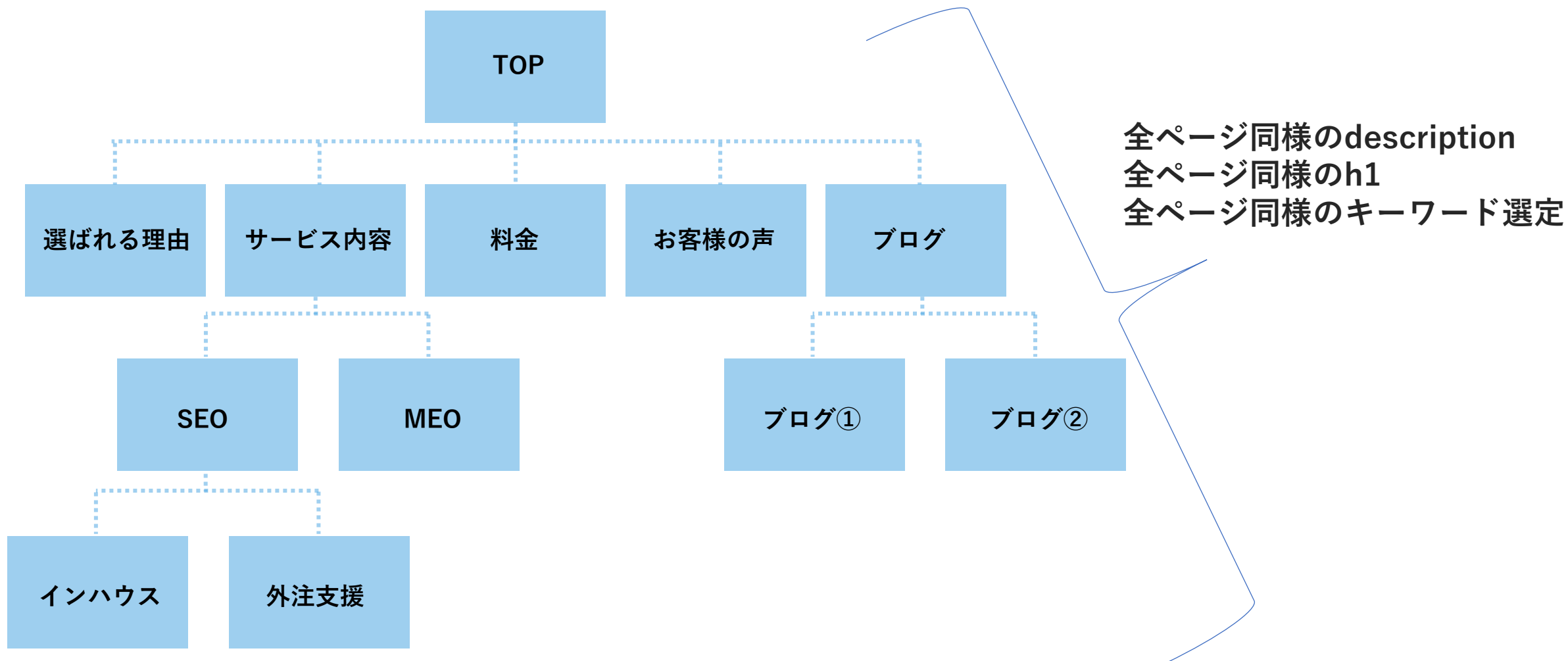
WEBサイトの構造

上に行けば行くほどSEOの力は強くなる



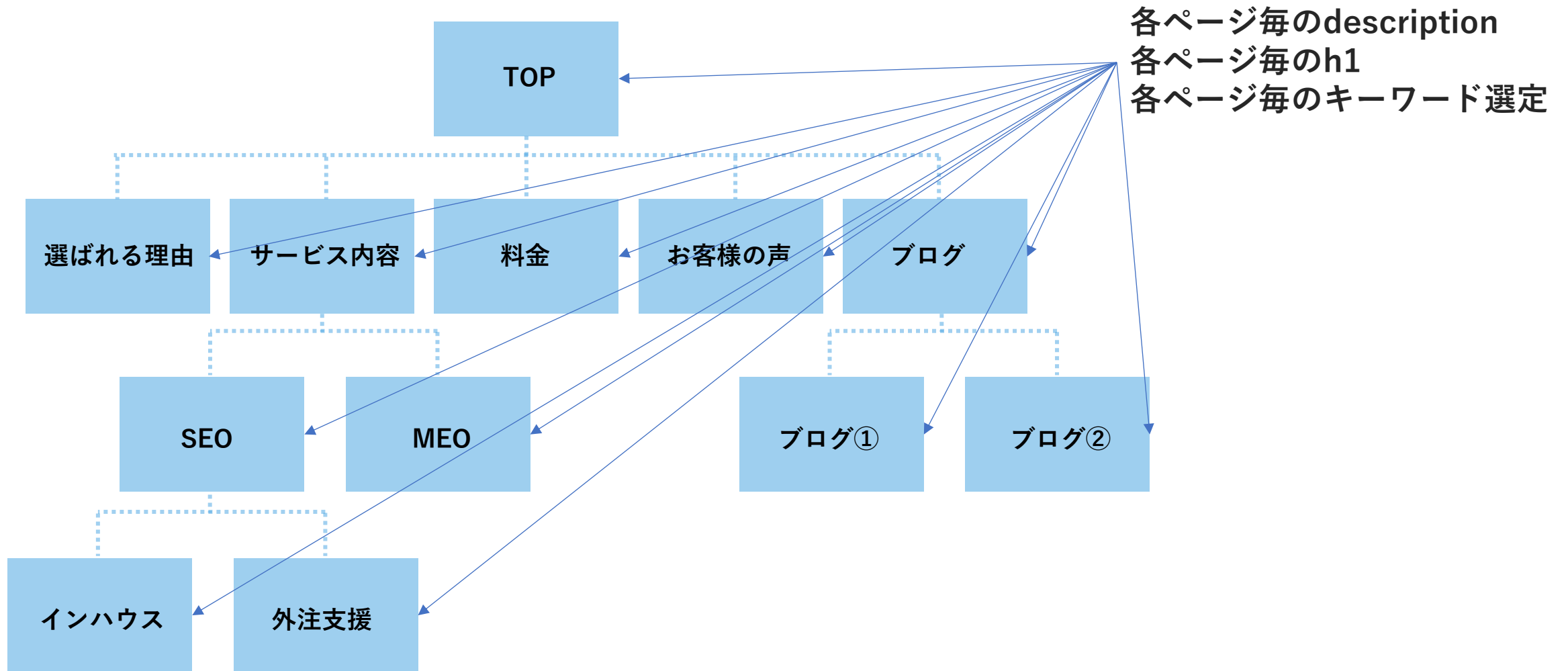
全ページユニークなSEO対策

ほとんどのWEBサイト制作会社は、全ページに統一したSEO対策をしてしまっている。



全ページユニークなSEO対策

1ページ毎に検索順位を上げるキーワードを選定し、内部対策を実施する。



1ページ1キーワードで対策を行う



(住宅メーカーの例)

SEO対策を行ってから案件が増加しました。

裏を返せば、SEOの知識がないWEB会社を頼ったせいで、

年間数億円の売上を取りこぼしていたことになります。

機会損失をしないように、SEO対策を実施していきましょう。

貴社のサービスに関連する重要キーワード

(エステサロンの例)

キーワード	月間平均検索ボリューム
筋 膜 リリース	90,500
エステ	74,000
ハイフ	60,500
ハイフ とは	33,100
キャビテーション	27,100
エステ サロン	18,100
フェイシャル エステ	14,800
きん まく はがし	14,800
痩身 エステ	14,800
ブライダル エステ	12,100
筋 膜	9,900
痩身	8,100
筋 膜 リリース とは	8,100
医療 ハイフ	8,100
エンダモロジー	5,400
ハイフ 美容	4,400
ハイフ 医療	3,600
筋 膜 はがし	3,600
小 顔 エステ	2,400
ハイフ とは	2,400
ダイエット エステ	1,600

検索順位の調査結果

(エステサロンの例) すべてのキーワードで検索順位が圏外となっています。

軸キーワード	月間平均検索ボリューム	六本木	検索順位	麻布	検索順位
筋 膜 リリース	90,500	六本木 筋 膜 リリース	100以下	麻布 筋 膜 リリース	100以下
エステ	74,000	六本木 エステ	100以下	麻布 エステ	100以下
ハイフ	60,500	六本木 ハイフ	100以下	麻布 ハイフ	100以下
キャビテーション	27,100	六本木 キャビテーション	100以下	麻布 キャビテーション	100以下
エステ サロン	18,100	六本木 エステ サロン	100以下	麻布 エステ サロン	100以下
フェイシャル エステ	14,800	六本木 フェイシャル エステ	100以下	麻布 フェイシャル エステ	100以下
きん まく はがし	14,800	六本木 きん まく はがし	100以下	麻布 きん まく はがし	100以下
痩身 エステ	14,800	六本木 痩身 エステ	100以下	麻布 痩身 エステ	100以下
ブライダル エステ	12,100	六本木 ブライダル エステ	100以下	麻布 ブライダル エステ	100以下
筋 膜	9,900	六本木 筋 膜	100以下	麻布 筋 膜	100以下
痩身	8,100	六本木 痩身	100以下	麻布 痩身	100以下
医療 ハイフ	8,100	六本木 医療 ハイフ	100以下	麻布 医療 ハイフ	100以下
エンダモロジー	5,400	六本木 エンダモロジー	100以下	麻布 エンダモロジー	100以下
ハイフ 美容	4,400	六本木 ハイフ 美容	100以下	麻布 ハイフ 美容	100以下
ハイフ 医療	3,600	六本木 ハイフ 医療	100以下	麻布 ハイフ 医療	100以下
筋 膜 はがし	3,600	六本木 筋 膜 はがし	100以下	麻布 筋 膜 はがし	100以下
小 顔 エステ	2,400	六本木 小 顔 エステ	100以下	麻布 小 顔 エステ	100以下
ダイエット エステ	1,600	六本木 ダイエット エステ	100以下	麻布 ダイエット エステ	100以下

【業務内容】 SEO支援【Zoom面談あり】
【対象サイト】 1サイト対象
【契約期間】 12ヶ月間 ※以後、6ヶ月ごとの更新

【費用御見積もり】

■コンサルティング費用一式

<以下の業務を含む>

- ・ 調査分析・市場調査・競合分析
- ・ SEO対策
- ・ MEO対策
- ・ ホームページ改善提案
- ・ ブログ集客

費用： 月額 ¥110,000 /月（税込）

<備考>

- ・ ホームページ制作・修正作業は含まれておりません。



株式
会社

クレスクント