

事例紹介

株式会社アイドマ

長岡 千絵

カッティングシートなどを用いた看板製作・設置を、顧客が厚い信頼を寄せる代表のお父様、ご主人と共に行いながら、思い切って始めたブックカフェを一人で運営する長岡さん。ハンズオン支援(アドバイザーが専属で継続的に支援)にてデジタルマーケティングに取り組み、Webを起点に両事業の新規顧客獲得を図る。

業種・フェーズ別戦略で築くデジタル集客基盤 実装前に固めた「事業構想」「発信軸」が鍵

看板製作・施工を手がける株式会社アイドマは、1階の工場をブックカフェに改装。既存の看板事業と新規カフェ事業の双方でオンライン集客の必要性を感じ、ハンズオン支援を申請。FABE分析、ターゲティング、ブランディングなどを通じて事業とWebの戦略を明確化した後、JimdoでWebサイトを構築し、MEO対策、カフェ予約システムの導入を実施。両事業の集客基盤を段階的に整備した。

本事業に申し込んだ背景

コア事業と新業態の双方でWeb集客に悩み

当社は、貼り替えやすさが特長のカッティングシートを用いた看板の製作・取り付けを長年主業務としてきましたが、コロナ禍に受注が減少し、経営の見直しを迫られました。看板と親和性のある新規事業も検討しましたが、「どうせなら自分が本当にやりたいことを」と、思い切ってブックカフェを開店。しかし、効果的な周知方法が分からず、看板事業も紹介や継続取引が中心で、オンラインでの販路開拓の必要性を感じていました。既存サイトは長期間更新できておらず、SNSの重要性は分かりつつも、一人では前に進めない状況の中、本支援を申請しました。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

デジタルマーケティングの根本は実装ではなく戦略

「Webサイトを何とかしたい」という目の前の課題解決を目的に申請しましたが、支援開始直後に認識が大きく変わりました。デジタルマーケティングとは単にWebサイトを作るのではなく、マーケティングの根幹である「誰に、何を、どう伝えるか」を整理したうえで進めるものであり、「会社として今後どうなりたいのか」が重要なのだと気づきました。アドバイザーと事業やWebの現状を検証し、FABE分析やロードマップを整理する中で、「なぜブックカフェを始めたのか」を最も深掘りしたことが印象に残っています。発信の軸は経営者の価値観と直結しており、Web戦略の根底には事業構想が不可欠なのだと理解しました。

ターゲットと訴求点を再設計し、戦術に落とし込む

アドバイザーから、看板事業は長年事業継続できた「信頼と実績」そのものが強みだと示され、そこをWebサイトで訴求する方針としました。内装業者や発注担当者を想定ターゲットとし、競合サイトも参考にしつつ差別化ポイントと打ち出し方を検討して、実装する計画を立てました。

一方カフェ事業は想定と実際の来客層が異なっていたため、ブランディングとターゲティングを再構築したのち、Web・SNSでの発信基盤と来店予約の仕組みを整備する流れとしました。

具体的な販路開拓への取り組み

看板事業：ノーコードCMSで自走型のWebサイト構築

Webサイトは、無料かつ直感的に操作できるCMS「Jimdo」を選定し、新たに構築しました。アドバイザーと一緒に画面操作しながらサイト全体の構成やページの骨組みを作成し、テキストや写真の準備、実装作業も進めていきました。ある程度整った段階で公開。現在は情報を順次追加しつつ、効果測定を行っています。今後は制作事例の充実や広告施策も検討し、集客基盤を強化していきます。

カフェ事業：コンセプトの言語化と予約導線の整理

ブックカフェは、専門家派遣を活用してブランディングから着手しました。プロの手を借りたことで、「本だけではなく“ものづくり”の要素も含んだカフェ」という以前から漠然と考えていた構想が明文化され、「自分がやりたかったのはこれだ」と腑に落ちました。Webサイトの掲載文も作成し、ワイヤーフレームはアドバイザーとCanvaで設計して、現在Jimdoへの反映を進めています。

来店予約は、日々の管理負担を考慮してスペース貸しのみをオンライン予約とし、通常の席予約はLINEや電話で対応する方向です。予約システムはレジとの連携など今後を見据えて選定しました。



「aidmaブックカフェ」はコーヒーを片手に、近所の出版社・金の星社の絵本と詩人作家・星野富弘氏のグッズをゆっくり選べる。本支援でビジョンが言語化され、今後はハンドクラフトのワークショップも開催予定。

業態に適したWeb集客施策の積み上げ

併せてMEO（マップエンジン最適化）も教わり、Googleビジネスプロフィールを整備しました。特にカフェはGoogleマップで見つけて来店される方もおり、写真や口コミの充実を継続していきます。看板事業についても今後レビューが蓄積されることで、SEO全体の底上げにつながることを期待しています。このように、アドバイザーからは2つの事業それぞれの



「アドバイザーには戦略・戦術面のサポートに加え、サイト構築の際にはショートカットキーの使い方、またSNS投稿を継続する方法についても教えていただきました」と長岡さん。

特性やフェーズに合ったオンライン集客を提案いただき、それらを順序立てて一つひとつ積み上げていきました。

支援の感想と今後の展望

事業で「やりたいこと」、Webで「やるべきこと」が鮮明に

本支援では、Web施策の手法を学べただけではなく、「なぜオンライン集客をするのか」「その先に何を實現したいのか」を言語化できたことが最大の収穫でした。実装作業よりも、カスタマージャーニーやユーザー導線の設計、コンセプトの明確化など、自分一人では深掘りできない「戦略」の部分が非常に有意義でした。

支援を重ねて「事業構想」「発信の軸」が明確になったことで見えてきた「やりたいこと」「やるべきこと」を、今後は看板製作とカフェの両軸で推進していきます。

※本記事は、2025年12月時点の情報です。

■事業内容：看板製作・施工、ブックカフェ運営 ■設立：1988年1月 ■資本金：1,000万円 ■住所：東京都台東区小島1-4-11

HP①：<https://aidma.jimdofree.com/>



HP②：<https://aidmabookcafe.jimdofree.com/>



目標が一貫していたからこそ 構想の言語化でWeb戦略が描けました

長岡さんは「WebサイトとSNSを整備し、集客したい」という目標が当初から一貫していたので、そこに至るまでの道筋を一緒に考え、前向きに行動を重ねられました。異業種ながらカフェ事業を立ち上げられた行動力は素晴らしく、その情熱を言語化することが、Web集客成功への第一歩だと考えました。専門家のブランディング支援を経たからは、発言もより具体的になり、事業の軸が定まった印象です。その結果、こちらもWeb戦略を立てやすくなりました。支援終了まで、効果検証と無理なく継続できる運用体制の構築を目指して伴走していきます。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム
アドバイザー **福岡 由佳**

