

新日本補聴器株式会社 御中

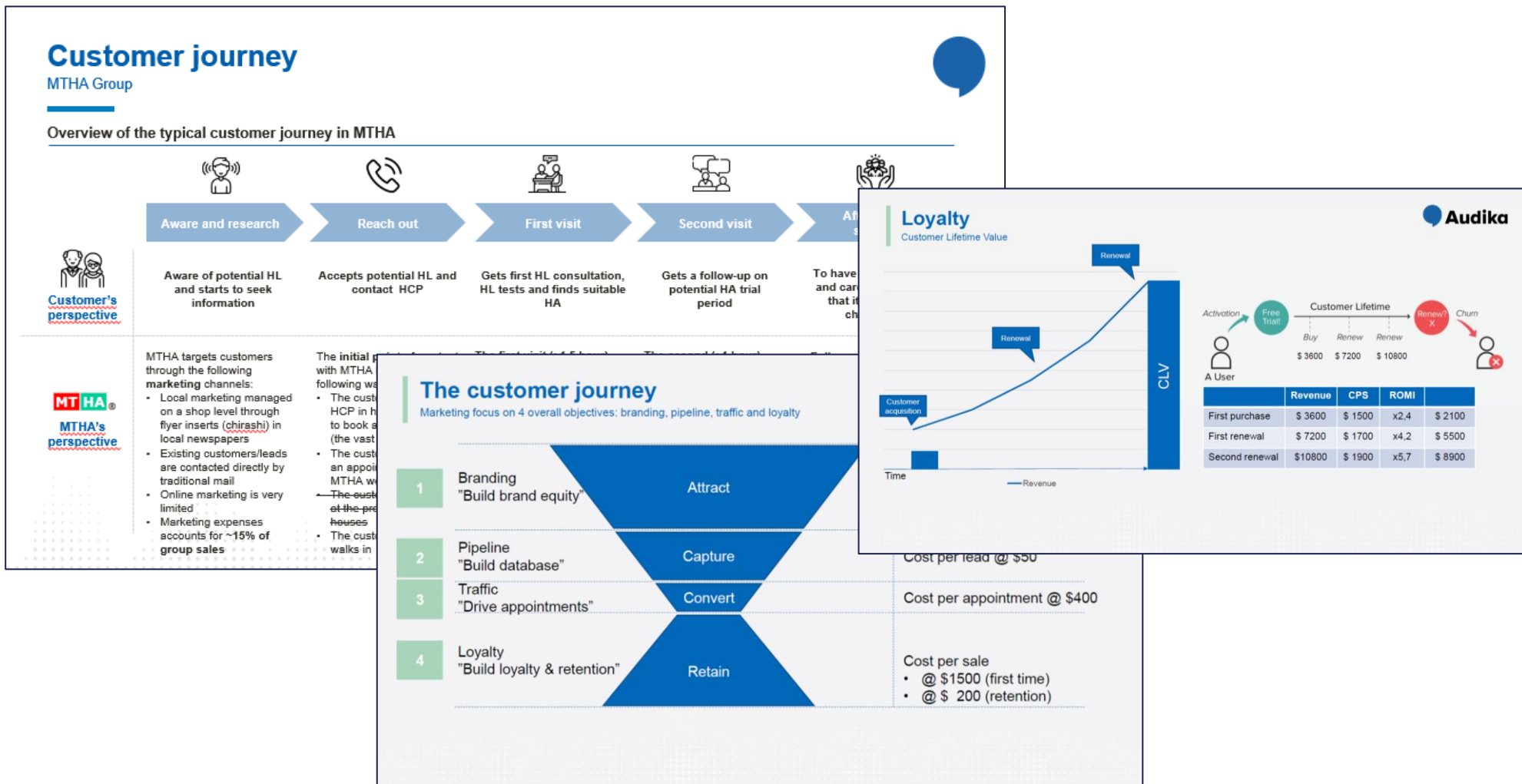
サイト制作にあたってのまとめ

2023/5/30

タクトシステム株式会社

 TACT SYSTEM

カスタマージャーニー（ご提供資料より）



カスタマージャーニー等のお話しを受けてのまとめ

●カスタマージャーニーのご説明

- ・「聴こえ」に課題を感じた際の行動として、補聴器専門店で相談する以外に、耳鼻科に行く、集音器を購入、眼鏡店等、複数手段を検討されることがほとんど。
- ・初回訪問で購入する場合、2週間～3か月の試用期間を経て購入など様々なケースがある。
- ・購入後の付き合いが長い。補聴器は最初はあまり大きな音を入れず、耳（脳）を慣らす必要がある。その後も「聴こえ」の状況に合わせた補聴器のメンテナンスが必要となる。
- ・長い付き合いの中で、5年くらいで買いなおしてもらいたい。

●購入ポイント

新日本補聴器がどういう店（企業・サービス）なのかを、きちんと理解してもらうこと

- ・ どのような**企業**なのか？
- ・ **何を**するのか？
- ・ 「聴こえ」の課題を**どうやって解決**するのか？
- ・ 課題解決のために**どういう人**がいるのか？

●強み

- ・ 40年以上の歴史
- ・ アフターフォローに力を注いできた、という実績と信頼感
- ・ 地域特性に沿った店舗展開

※それ以外はこれから積み上げて作っていく

●課題

アフターサービスへ注力していた分、**新規顧客獲得の活動**が停滞してしまっていた



目標（仮）：

新規顧客と買い替えのお客様の比率を4：6にする

●リニューアルに向けて

オーディカグループのビジョン、キーメッセージ、サイト構成、イメージ、建付けを分析→共通事項を掲載

「聴こえ」に対する理解促進（初期は軽く見ている人が多い）

関心が離れてしまった人への定期的な情報発信

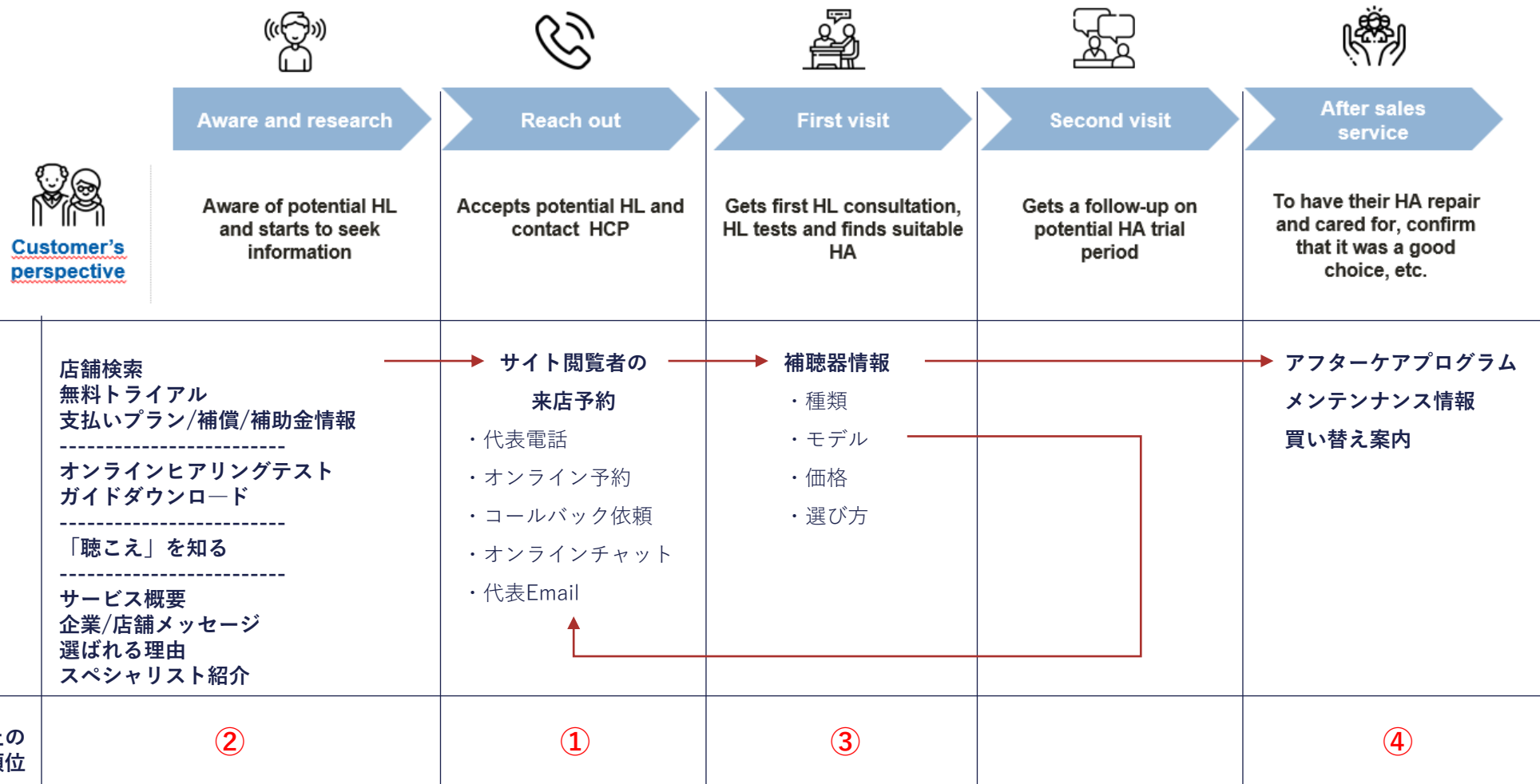
情報整理 (5W2H)

When (いつ)	購入検討場面	<ul style="list-style-type: none"> ・「聴こえ」に不安を感じたとき ・耳鼻科で補聴器の利用を勧められたとき ・家族から補聴器の利用を進められたとき
What (何を)	どんなサービス	「聴こえ」を改善するための商品提供及び改善に向けた長期間のアフターサポート
	顧客はどんな価値を得るか	違和感なく、音が聴こえること。 <ul style="list-style-type: none"> ・家族とのスムーズな会話 ・聴こえないことへの不安なく、新しい自分へのチャレンジを実現 ・危険なシグナルの見落としを未然に防ぐ安全確保
Why (なぜ)	何に惹かれて購入するか	単に音量を上げる集音器ではなく、 自分のライフスタイルに合わせることができる 補聴器の魅力
	競合よりも自社を選ぶ理由	補聴器との付き合いが長くなることを理解し、今後付き合い合っていくことができる 企業・店舗・接客への信頼性 <ul style="list-style-type: none"> ・地域特性を理解し、アフターフォローに注力してきた信頼と実績 ・世界展開するオーディカグループへの安心感
Who (誰に)	狙うべき顧客層	後述します。
Where (どこで)	販売ルート	検索⇒ コーポレートサイト(電話/オンライン予約) →来店→比較・検討→購入 ※2週間～3か月の試用期間を経る場合など、詳細は様々
How (どのように)	顧客接点	販促施策 による接点 <ul style="list-style-type: none"> ・オフライン：TV CM、折込チラシ、DM など ・オンライン：アフェリエイター、YouTube、メールマガジン など
How Much/How Many (いくら、いくつ)	商品単価	<ul style="list-style-type: none"> ・初回購入：\$3,600 (40～50万円程度) ・約5年おきに買い替え：\$3,600 (40～50万円程度)
	個数	片耳と両耳の場合がある (両耳成約率80%)

サイトリニューアルの目的とターゲット

カスタマージャーニーと構成要素

Overview of the typical customer journey in MTHA



サイトリニューアル目的の整理

課題：アフターサービスへ注力していた分、**新規顧客獲得**の活動が停滞してしまっていた
リニューアルに向けて：**オーディカグループ**のビジョン、キーメッセージ、サイト構成、イメージ、建付けを分析→共通事項を掲載



サイト掲載上の
優先順位

1. サイト閲覧者の**来店予約**
2. **来店を促す**情報提供
3. **来店前**の**見込み顧客情報**の取得
4. 「聴こえ」の情報提供と**理解促進**
5. 既存顧客への**アフターフォロー**情報提供

全体：企業（店舗）メッセージによる**信頼獲得**

ターゲット

セグメンテーションとターゲット

メインターゲット
サブターゲット

商圏	日本全国	首都圏	政令指定都市		
年齢	40代	50代	60代	70代	80代
性別	男性	女性			
所属	会社員	主婦	年金生活者		
世帯年収	300万円台	400万円台	500万円台	600万円台	700万円台以上
興味関心	セカンドキャリア	健康不安解消	地域貢献	趣味娯楽	投資・金融商品
情報収集方法	TV	ラジオ	新聞	雑誌	交通広告
	検索	SNS	口コミ	ニュースアプリ	
移動手段	自家用車	電車・バス	自転車	徒歩（家族の車）	
補聴器利用	していない	している			
聴こえ	全く問題ない	聞きにくい感じがする	耳鼻科に相談したい	補聴器が欲しい	



●メインターゲット

セカンドキャリアやリタイア後の趣味娯楽を検討しているが、「聴こえ」に不安を感じる**アクティブシニア**

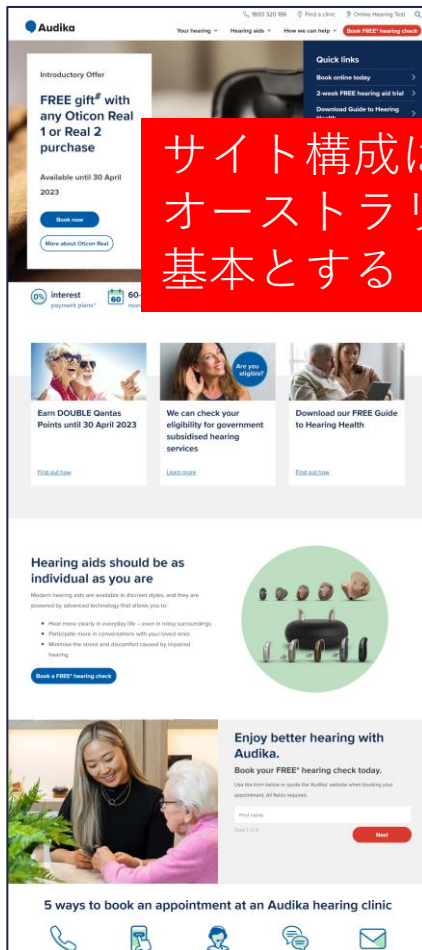
●サブターゲット

父母との円滑なコミュニケーションを維持したい**家族**

※販促施策では、ターゲットを絞るが、コーポレートサイトは広く様々な方への情報提供を行うため、詳細な絞り込み設定は行わない。

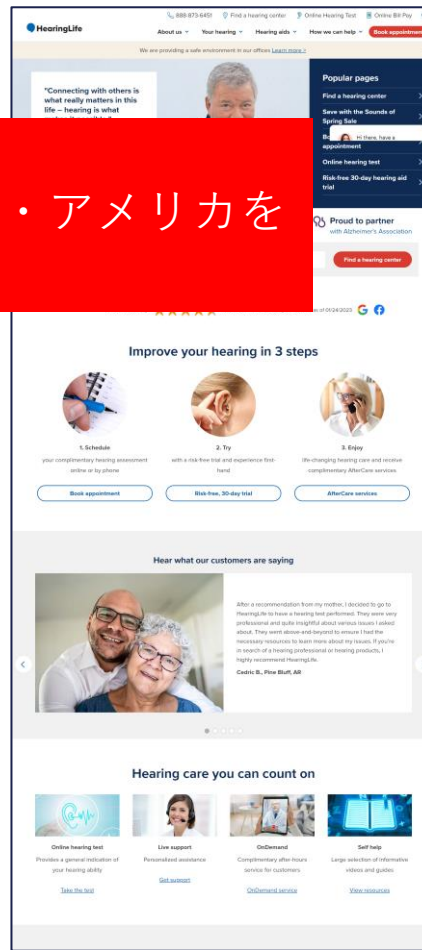
サイト比較

オーストラリア



サイト構成は
オーストラリア・アメリカを
基本とする

アメリカ



ギリシャ



サイトカラーは
ギリシャを正とする

中国



ローカライズするが、
中国ほど構成を
変えるのはNG

メインメッセージ（コンセプト）

ニーズとベネフィットのまとめ

商品

「補聴器」の提供
「聴こえ」の改善に向けた長期間のアフターサポート

ニーズ

家族・友人とのスムーズな会話を楽しみたい
「聴こえ」を不安に思うことなく、これまで通りの日常/新しい自分へのチャレンジを実現したい

ベネフィット

会話・コミュニケーションの円滑化。セカンドキャリア（職場）でのパフォーマンス向上、地域参加意欲の向上。

「聴こえ」の**不安、ストレス**の軽減

安心して長く付き合っていける**店**を選びたい

「聴こえ」に対する**家族の理解**促進

利用者との**コミュニケーション**改善

サポート戦略

お客様それぞれの**聴力・ライフスタイル**に合わせた補聴器の提供・アフターサポートプログラム

補聴器提供前の丁寧な**情報提供**と補聴器の見た目や使い勝手にもこだわった**商品提供**。

40年以上のサポート**実績**。全国**80店舗**展開の安心感。顔の見える**接客**姿勢。

家族自身が補聴器の特性や価値を感じられるよう、利用者の**気持ち**に沿った情報提供。

利用者と家族双方へ、補聴器専門店としての**丁寧な説明**と理解促進。

利用者

家族

メインメッセージ（コンセプト）

利用者向けメッセージ

新日本補聴器は、「聴こえ」のコミュニケーションを支える**パートナー**。

聴力の不安を解消し豊かな生活が送れるよう、利用者ご自身・ご家族との**長いお付き合い**を大切にしています。

ご家族向けメッセージ

新日本補聴器は、**ご家族の心配やストレス**とも向き合う補聴器販売店です。

補聴器利用者の方でなくても、わからないことや不安に思うことなどがあれば、いつでもご相談ください。

サービスメッセージ

生活を変える・心を支える
「聴こえ」のケアを提供。

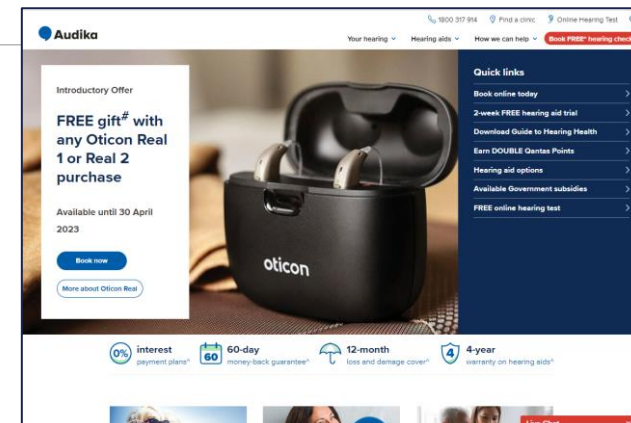
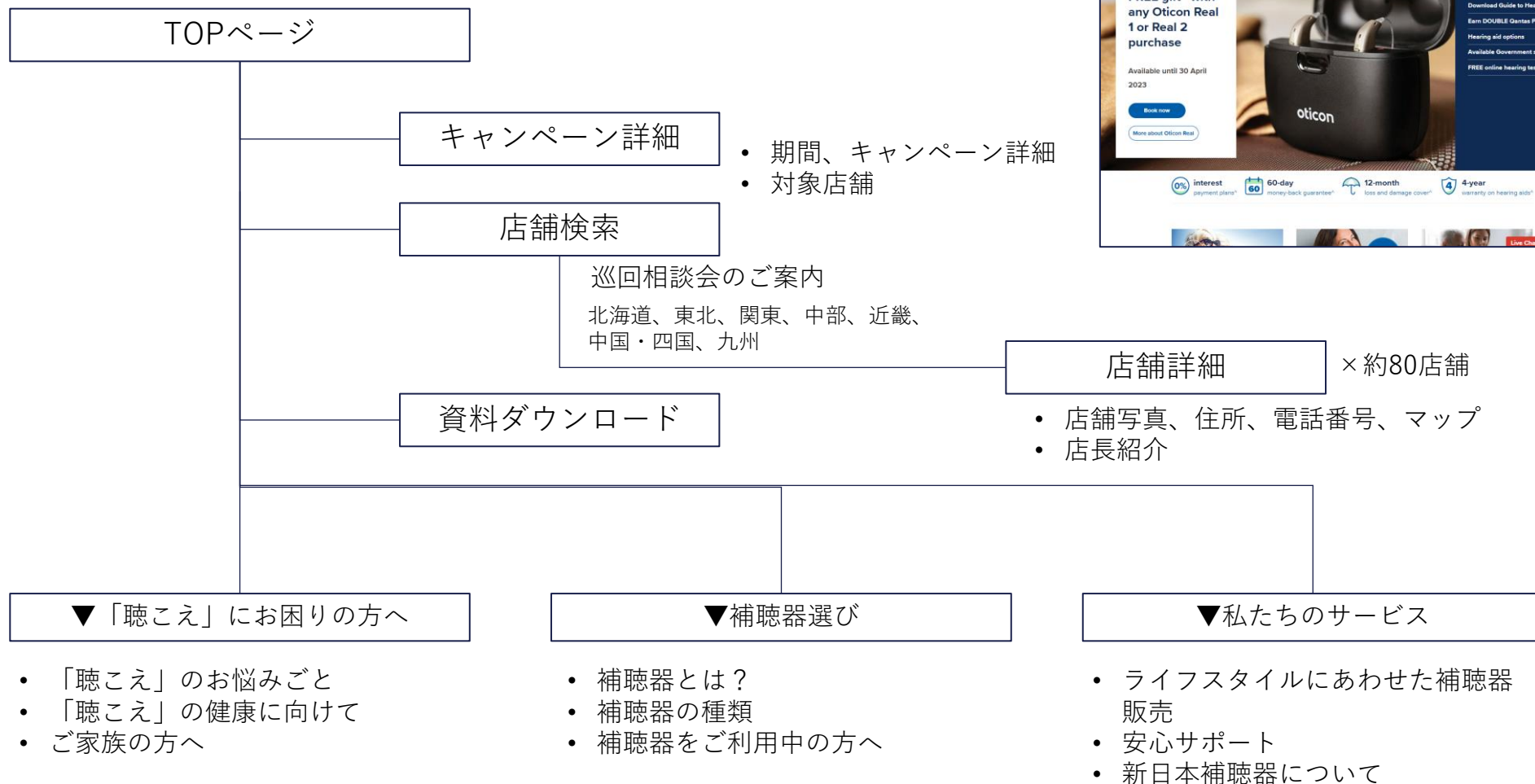
- 「聴こえ」の改善には、個々人の**ライフスタイル**に沿ったきめ細かな音合わせ、耳（脳）を慣らしていくトレーニングが大事。
- だから新日本補聴器は、お客様が持つ大きい不安にも小さな不安にも「**おもてなし**」の心で対応。
- 見た目や使い勝手にもこだわった商品提供はもちろんのこと、お客様の気持ちに寄り添い、「**聴こえ**」を**サポート**します。

サイト構成とコンテンツ

変更点 (5/12)

- ・「聴力検査」→「聴力測定」
- ・「聞こえ」→「聴こえ」
- ・キャンペーンは、「紹介」を強めに推す
- ・資料ダウンロードとして、下記2本を入れる
 - 「はじめての聞こえ読本」
 - 「ご相談前のお役立ち読本」
- ・店舗詳細にブログを入れる

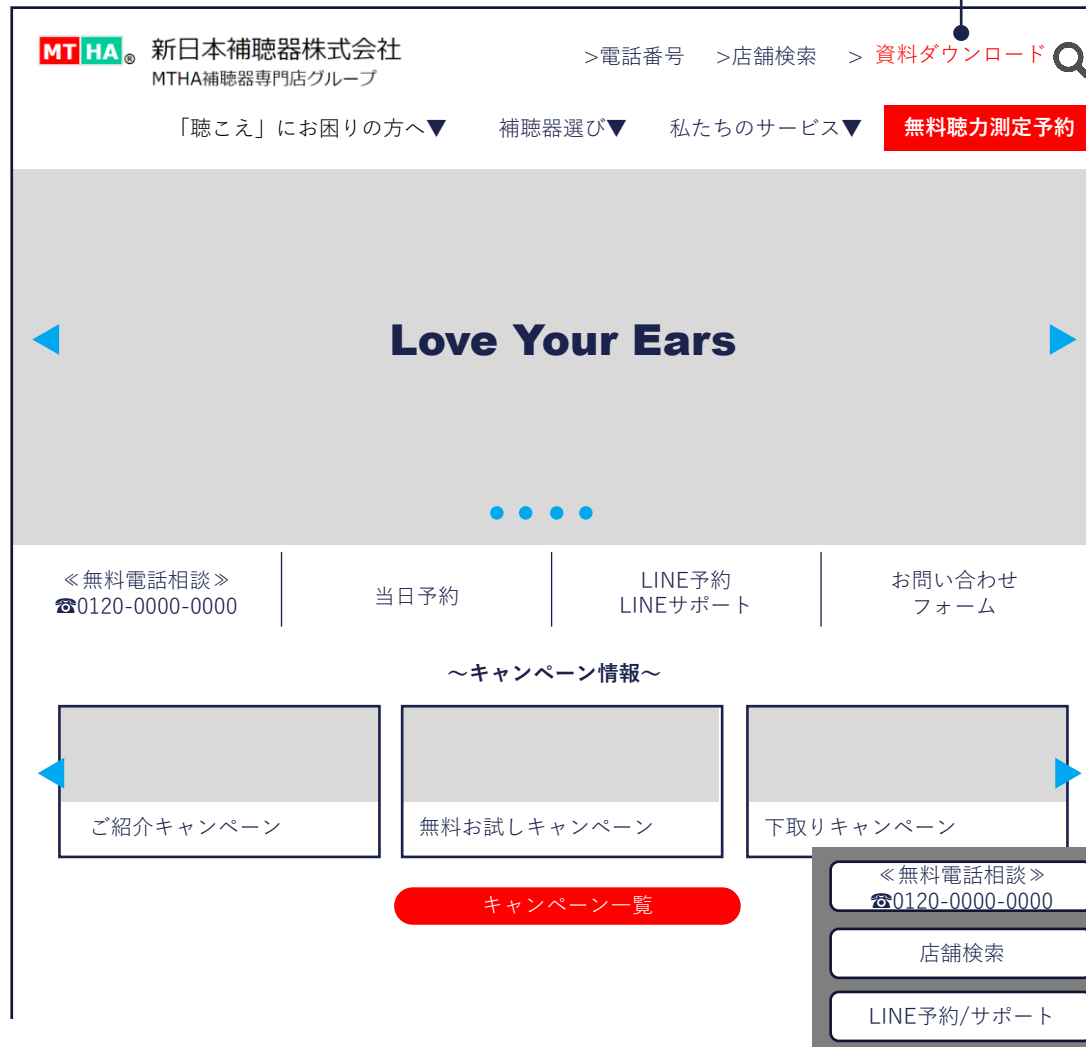
サイト構成（全体像）



TOPページ・キャンペーン詳細

～メッセージを伝えるサイト構成～

TOPページ①



MT

HA

新日本補聴器株式会社

MTHA補聴器専門店グループ

>電話番号

>店舗検索

>資料ダウンロード

「聴こえ」にお困りの方へ▼

補聴器選び▼

私たちのサービス▼

無料聴力測定予約

【無料】資料ダウンロード

～ご来店に不安があるときは、ぜひご覧ください～

はじめての聞こえ読本

はじめての聞こえ読本

「聴こえ」を学ぶための読本

資料ダウンロード

ご相談前のお役立ち読本

ご相談前のお役立ち読本

「聴こえ」について知ってほしいこと

資料ダウンロード

5つのご予約方法

電話

≪無料電話相談≫

☎0120-0000-0000

資料ダウンロード

オンライン予約

資料ダウンロード

資料ダウンロード

コールバック

資料ダウンロード

資料ダウンロード

LINE予約・サポート

資料ダウンロード

資料ダウンロード

お問い合わせフォーム

資料ダウンロード

資料ダウンロード

オーディコン補聴器モデル

オーディコン リアル

資料ダウンロード

固定メニュー

リード獲得

予約誘導

補聴器紹介

TACT SYSTEM <https://www.tactsystem.co.jp/>

18

TACT SYSTEM <https://www.tactsystem.co.jp/>

資料ダウンロード

MT

HA

新日本補聴器株式会社

MTHA補聴器専門店グループ

>電話番号

>店舗検索

>資料ダウンロード

「聴こえ」にお困りの方へ▼

補聴器選び▼

私たちのサービス▼

無料聴力測定予約

資料請求

はじめての聞こえ読本

はじめての聞こえ読本

「本当は聞き取れなかった声んな事こんな事」

資料ダウンロード

ご相談前のお役立ち読本

ご相談前のお役立ち読本

聞こえについて知っておきたいこと

資料ダウンロード

TACT SYSTEM <https://www.tactsystem.co.jp/>

21

店舗検索・オンライン予約・店舗詳細

～クリック（タップ）数が少なく予約ができる機能～

店舗検索

店舗検索案① ※現在地情報の取得ができる場合は、近隣地域表示

MT HA

新日本補聴器株式会社

MTHA補聴器専門店グループ

>電話番号

>店舗検索

>資料ダウンロード

「聴こえ」にお困りの方へ▼

補聴器選び▼

私たちのサービス▼

無料聴力測定予約

▼北海道

▼東北

青森県 >

岩手県 >

宮城県 >

秋田県 >

山形県 >

福島県 >

▼関東

▼中部

▼近畿

▼中国・四国

▼九州

○店舗 ○巡回相談会

店舗

新日本補聴器センター
青森店

青森市長島2-10-4
青い森公園向い（国道沿い）

017-774-0933

店舗詳細

オンライン予約

新日本補聴器センター
八戸店

八戸市城下4-7-29
J R本八戸駅より徒歩5分

0178-45-1338

店舗詳細

オンライン予約

巡回相談会

2023年04月24日（月）
10:00～14:00

三沢市総合社会福祉セ
ンター

三沢市幸町3丁目11-5

0178-45-1338

オンライン予約

2023年04月26日（水）
10:00～14:00

平川市文化センター

GoogleMap

参考：[メガネスーパー](#)、[りそな銀行](#)

オンライン予約

オンライン予約①

ご来店予約

メガネスーパー EYE CARE STATION

メガネスーパー 浜田山店

☎ 0353077155

予約開始日時を選択してください。 3/6

当日のご予約締切は午前6時までとなっております。お急ぎの場合は店舗までお電話でご連絡ください。
ショッピングモールに入っている店舗につきましてはご予約時間はショッピングモールの営業時間に準じます。

サービス 補聴器試聴相談

○：予約可 △：ご予約が承れない可能性があります(その場合、スタッフよりご連絡いたします)
TEL：お電話で予約可否確認 ×：予約不可

< 前の選

	4/23(日)	4/24(月)	4/25(火)	4/26(水)	4/27(木)	4/28(金)	4/29(土)
10:00	—	×	×	×	×	×	×
10:30	—	○	×	×	○	×	○
11:00	TEL	○	×	○	○	×	○
11:30	TEL	○	×	○	○	×	○
12:00	TEL	○	×	○	○	×	○
12:30	TEL	○	×	○	○	×	○
13:00	—	○	×	○	○	×	○
13:30	—	○	×	○	○	×	○
14:00	—	○	×	○	○	×	○
14:30	—	○	×	○	○	×	○
15:00	—	○	×	○	○	×	○
15:30	TEL	○	×	○	○	×	○
16:00	TEL	○	×	○	○	×	○
16:30	TEL	○	×	○	○	×	○
17:00	TEL	△	△	△	△	△	△

< 前の画面に戻る



メガネスーパーでは下記のサービスを利用されています。
Visionary CRM： <https://www.is-visionary.com/index.html>

その他、店舗予約機能提供サービス
Stores： <https://stores.jp/reserve>



店舗予約機能提供サービス

Stores： <https://stores.jp/reserve>

導入を前提に進める



Storesの金額を確認したところマッチしないように思いましたので、
ChoiceRESERVEをお勧めします。
<https://yoyaku-package.com/>

参考：
[メガネスーパー](#)

店舗詳細



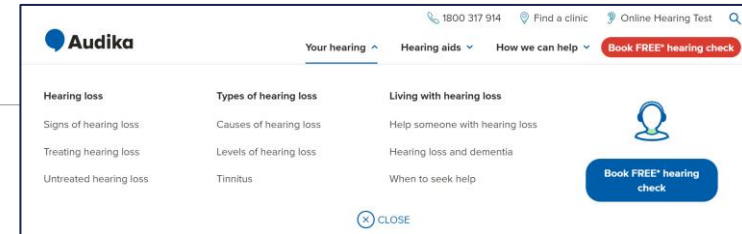
参考：
[SONPOケア](#)

下層コンテンツ

～グループサイトの動線に従って掲載内容精査～

▼「聴こえ」にお困りの方へ

お悩みごとに掲載内容をまとめ、ご家族の方へコンテンツを追加

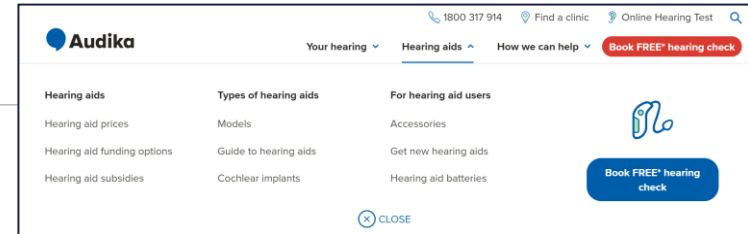


「聴こえ」のお悩みごと	<table> <tr> <td data-bbox="474 435 1046 495">「聴こえ」のケアとリスク</td><td data-bbox="1046 375 1960 435">「聴こえ」に困るサイン、原因、対応など</td></tr> <tr> <td data-bbox="474 495 1046 555">ご家族・ご友人とのコミュニケーション</td><td data-bbox="1046 435 1960 495">「聴こえ」のケア方法とケアしない場合の7つのリスク</td></tr> <tr> <td data-bbox="474 555 1046 614">耳鳴り：耳鳴りの治療ガイド</td><td data-bbox="1046 495 1960 614">「聴こえ」に困ったときの対処法 耳鳴りの治療と予防など</td></tr> </table>	「聴こえ」のケアとリスク	「聴こえ」に困るサイン、原因、対応など	ご家族・ご友人とのコミュニケーション	「聴こえ」のケア方法とケアしない場合の7つのリスク	耳鳴り：耳鳴りの治療ガイド	「聴こえ」に困ったときの対処法 耳鳴りの治療と予防など
「聴こえ」のケアとリスク	「聴こえ」に困るサイン、原因、対応など						
ご家族・ご友人とのコミュニケーション	「聴こえ」のケア方法とケアしない場合の7つのリスク						
耳鳴り：耳鳴りの治療ガイド	「聴こえ」に困ったときの対処法 耳鳴りの治療と予防など						
「聴こえ」の健康に向けて	<table> <tr> <td data-bbox="474 731 1046 791">アクティブな暮らしのために</td><td data-bbox="1046 671 1960 731">よりよいコミュニケーションのための7つの習慣など</td></tr> <tr> <td data-bbox="474 791 1046 851">認知症と「聴こえ」の関係性</td><td data-bbox="1046 731 1960 791">セカンドキャリアや地域活動などへのスムーズな参加に向けて</td></tr> <tr> <td data-bbox="474 851 1046 909">補聴器を考えるタイミング</td><td data-bbox="1046 791 1960 909">認知症のリスクを軽減する方法など 検討タイミングの案内</td></tr> </table>	アクティブな暮らしのために	よりよいコミュニケーションのための7つの習慣など	認知症と「聴こえ」の関係性	セカンドキャリアや地域活動などへのスムーズな参加に向けて	補聴器を考えるタイミング	認知症のリスクを軽減する方法など 検討タイミングの案内
アクティブな暮らしのために	よりよいコミュニケーションのための7つの習慣など						
認知症と「聴こえ」の関係性	セカンドキャリアや地域活動などへのスムーズな参加に向けて						
補聴器を考えるタイミング	認知症のリスクを軽減する方法など 検討タイミングの案内						
ご家族の方へ	<table> <tr> <td data-bbox="474 1026 1046 1086">ご家族の「聴こえ」に不安を感じたら</td><td data-bbox="1046 1026 1960 1086">父母に補聴器をお勧めする前に知ってほしいこと</td></tr> <tr> <td data-bbox="474 1086 1046 1146">ご来店前に知っていただきたいこと</td><td data-bbox="1046 1086 1960 1146">補聴器販売店の来店の際は、一緒に来店することのメリットを紹介</td></tr> <tr> <td data-bbox="474 1146 1046 1205">補聴器利用者とのコミュニケーション</td><td data-bbox="1046 1146 1960 1205">補聴器を利用しているご家族に向けての理解促進</td></tr> </table>	ご家族の「聴こえ」に不安を感じたら	父母に補聴器をお勧めする前に知ってほしいこと	ご来店前に知っていただきたいこと	補聴器販売店の来店の際は、一緒に来店することのメリットを紹介	補聴器利用者とのコミュニケーション	補聴器を利用しているご家族に向けての理解促進
ご家族の「聴こえ」に不安を感じたら	父母に補聴器をお勧めする前に知ってほしいこと						
ご来店前に知っていただきたいこと	補聴器販売店の来店の際は、一緒に来店することのメリットを紹介						
補聴器利用者とのコミュニケーション	補聴器を利用しているご家族に向けての理解促進						

下記、難聴の詳細ページは除いています。
高周波難聴、低周波難聴、両側性難聴、片側性難聴、感音難聴、伝音難聴

▼補聴器選び

見出しはグループサイトに準じつつ、掲載内容でサポートの重要性を訴求



補聴器とは？

補聴器の価格

お支払いプラン

補助金

補聴器とはどのようなもので、どのような種類があるのか

お支払いプランへの誘導

新日本補聴器の支払いプラン

補助金の基本情報のみ記載。詳細は各自治体に問合せしてもらうように誘導

補聴器の種類

補聴器モデルの比較

オーティコン補聴器

オーティコンオウン

オーティコン リアル

オーティコン オープン S

オーティコン ジルコン

オーティコン エクシード

オーティコン ダイナモ

オーティコン ジェット

耳かけ型補聴器、目に見えない補聴器、充電式補聴器、Bluetooth® 補聴器を紹介

オーティコン補聴器のモデル比較一覧

モデル詳細

モデル詳細

モデル詳細

モデル詳細

モデル詳細

モデル詳細

モデル詳細

モデル詳細

補聴器の選び方

補聴器選びはお店選び

選び方ガイド、家族連れ来店メリットの訴求

長期間のお付き合いになることからお店選びの重要性を訴求

補聴器をご利用中の方へ

アクセサリ

新しい補聴器購入をご検討の方へ

補聴器用電池

トラブルシューティングとメンテナンス方法、LINEサポートについて、友人紹介について

アクセサリ紹介

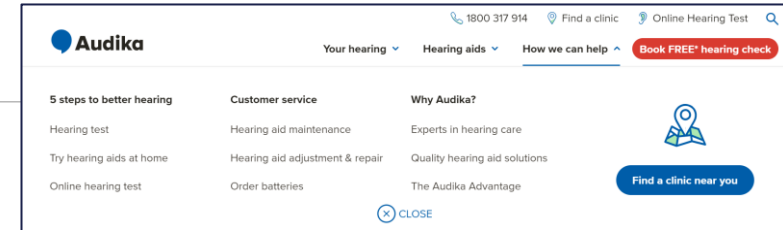
買い替え促進

電池交換について

補聴器の詳細ページ（耳かけ型補聴器、目に見えない補聴器、充電式補聴器、Bluetooth®補聴器）、メンテナンス動画ページは除いています。

▼私たちのサービス

新日本補聴器様のサービス概要を掲載



ライフスタイルにあわせた補聴器販売

補聴器相談から購入の流れ

ライフスタイル及び利用者の気持ちに寄り添うきめ細やかなサポートをご紹介します。

ご家族連れ来店への勧め

来店後の流れを紹介

よくあるご質問

家族連れ来店メリットの訴求

FAQ（記事がそろった場合、ご利用者の声に変更）

安心サポート

補聴器のメンテナンスと修理

おもてなしの心で対応します。

選ばれえる理由

アフターフォローメニュー掲載、電池交換について

LINEサポート

アフターケアに注力してきた40年以上の実績など

お友達登録誘導

新日本補聴器について

グループ会社

会社概要・沿革など

専門スタッフ紹介

デマントグループ、オーディカグループについて

採用案内

専門職の方のご紹介

採用案内