

Safe Life to You!!



あなたに安心安全な暮らしを

セーフリー

サービス概要書



Index

目次

1. 会社概要
2. サービスへの思い
3. Web集客の変遷
4. サービス概要
5. サービスの特徴
6. 活用企業の事例
7. 導入までの流れ
8. 料金プラン
9. よくある質問
10. お問い合わせ先

会社概要

社名 株式会社 SAFELY

設立 2019年4月3日

代表者 岡野 健二

住所 〒151-0063 東京都渋谷区富ヶ谷 2-43-15 山崎ビル 4F

事業内容 Webシステム開発 / Webサイト制作事業 / インターネット広告代行 /
メディア運用事業 / 事業戦略コンサルティング / DX戦略策定支援

沿革

2019.04

株式会社ネット KEN 設立創業、本社を東京都富ヶ谷に置く

2021.04

WEB サービスの制作から運用までトータルでサポートする成果報酬型運用代行サービス「Integration Service」をリリース

2023.02

本社を東京都富ヶ谷にてスタッフ増員を目的に移転

2020.01

優良水道修理事業者とユーザーをマッチングするメディア「トイレつまり修理受付センター」をリリース

2022.01

優良水道修理事業者とユーザーのマッチングメディア「トイレつまり修理受付センター」を「水道修理のセーフリー」にサービス名変更

2024.04

社名を "株式会社 SAFELY" に変更

サービスへの想い

株式会社 SAFELY

代表取締役 岡野 健二

Safe Life to You ～安心安全なくらしをあなたに～

セーフリーのサービス名は上記の頭文字を取った造語になります。誰しものが安全に、暮らしにかかせないサービスを利用できる世界を創りたい。というメッセージが込められています。

中小企業が Web マーケティングを行う上で直面する課題は多岐に渡るのではないのでしょうか。

素晴らしい製品やサービスを生み出すことができるのに、マーケティングの知識が不足しているために、その価値が適切に伝わらず、また、販売も上手く行っていないという状況を多く目にしてきました。

セーフリーではそんな企業の皆様にスポットライトを当てたいと思っています。

一緒に“セーフリー”な世界を創りましょう。



Web集客の変遷 .1

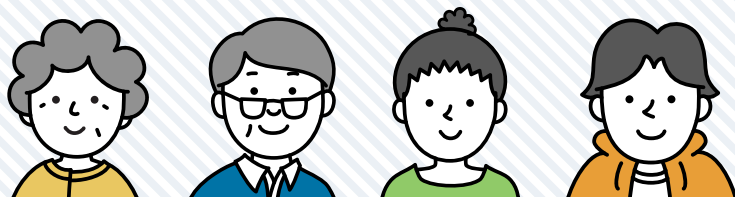
購買行動の変化

購入前の情報収集は当たり前の所作に、すべての年代で9割以上が事前に情報収集してからサービスを利用する。

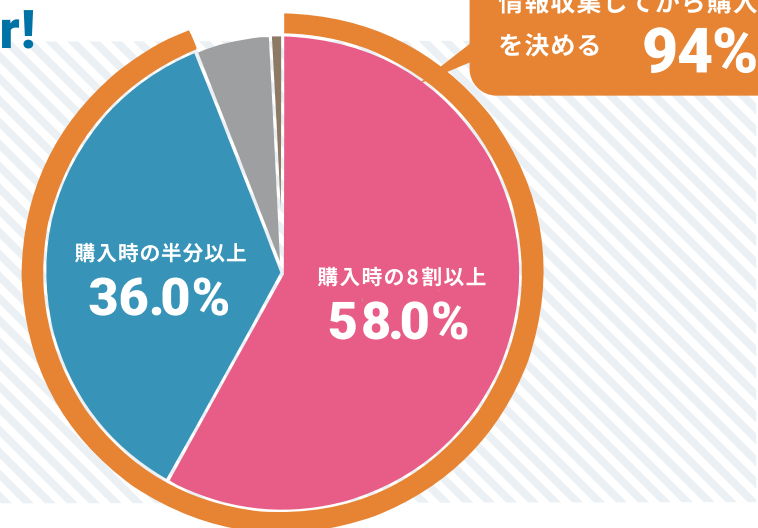
Question!

購入前の情報収集はする？

新たに商品を購入する際に、商品について調べたり、類似商品の比較検討など、情報収集してから購入しますか？



Answer!



Point!

情報収集して購入を決める (半分以上) と回答した人が94%と、ほとんどの人が購入前に情報収集をしていることがわかった。

特に30代女性、40代男性は情報収集せずに購入する人の割合の割合は3%未満と顕著。

Web集客の変遷 .2

口コミの重要性

全体における半数が「口コミ」をサービス決定時の重要な要因として挙げている。特に若年層においては顕著な結果となっている。

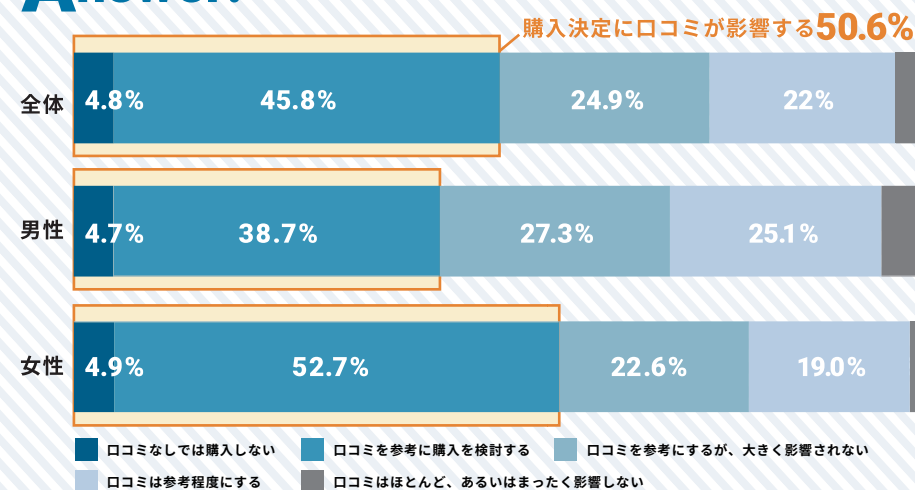
Question!

購入決定に対する口コミの影響度は？（性別傾向）

商品・サービスに対する口コミは、購入決定にどの程度影響しますか？あてはまる項目をご回答ください。



Answer!



Point!

購入決定に口コミが影響すると答えた人は全体の**50.6%**

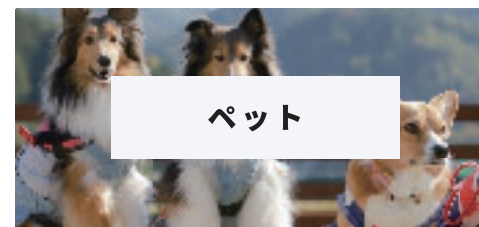
女性では57%が影響すると回答した一方、男性は43.4%と、女性の方が口コミを重視する傾向。ただし、口コミの影響度合いは年代で大きく傾向が異なる。

サービス概要

セーフリーは、知名度・実績に関わらず、
Web集客の成功を実現する集客支援プラットフォームです。



カテゴリ分類



サービス概要

基本機能

PC・スマホどちらも対応しております。

基本的にはアプリを利用させていただくことで、多くの機能が利用でき、ポイントも獲得可能です。

Web

- ・オリジナルページ取得
- ・電話問い合わせ受付
- ・メール問い合わせ受付



App

- ・お客様とのチャット
- ・口コミ返信
- ・ブログ投稿
- ・みんなの相談機能利用
- ・カレンダー機能
- ・予約管理機能
- ・学習コンテンツの閲覧
- ・実績レポートの閲覧
- ・SNS連携
- ・ポイント獲得 & 活用



サービス概要

お問い合わせ獲得後の流れ

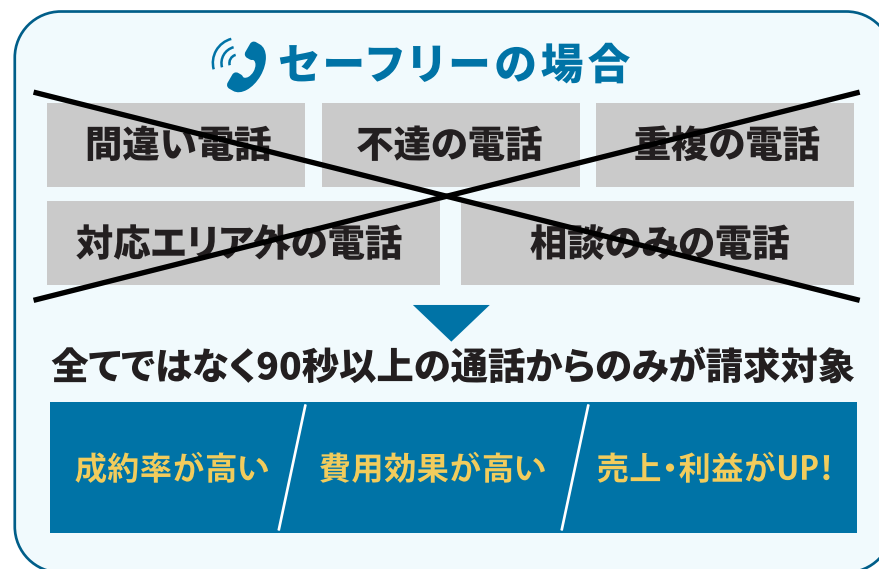
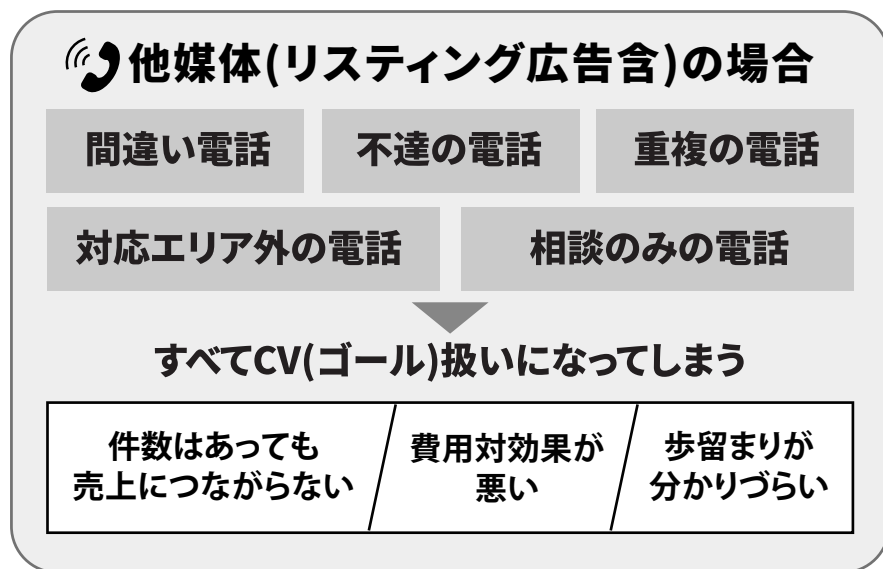
お問い合わせの管理はすべてアプリで完結させることができます。成約可否、金額をご入力いただくことでポイントも獲得可能です。



サービスの特徴 .1

売上UPにコミット

独自のコールトラッキングシステムを採用し、重複のお問い合わせや間違い電話、対応エリア外等の**お客様になりにくい問い合わせを除外**することができます。



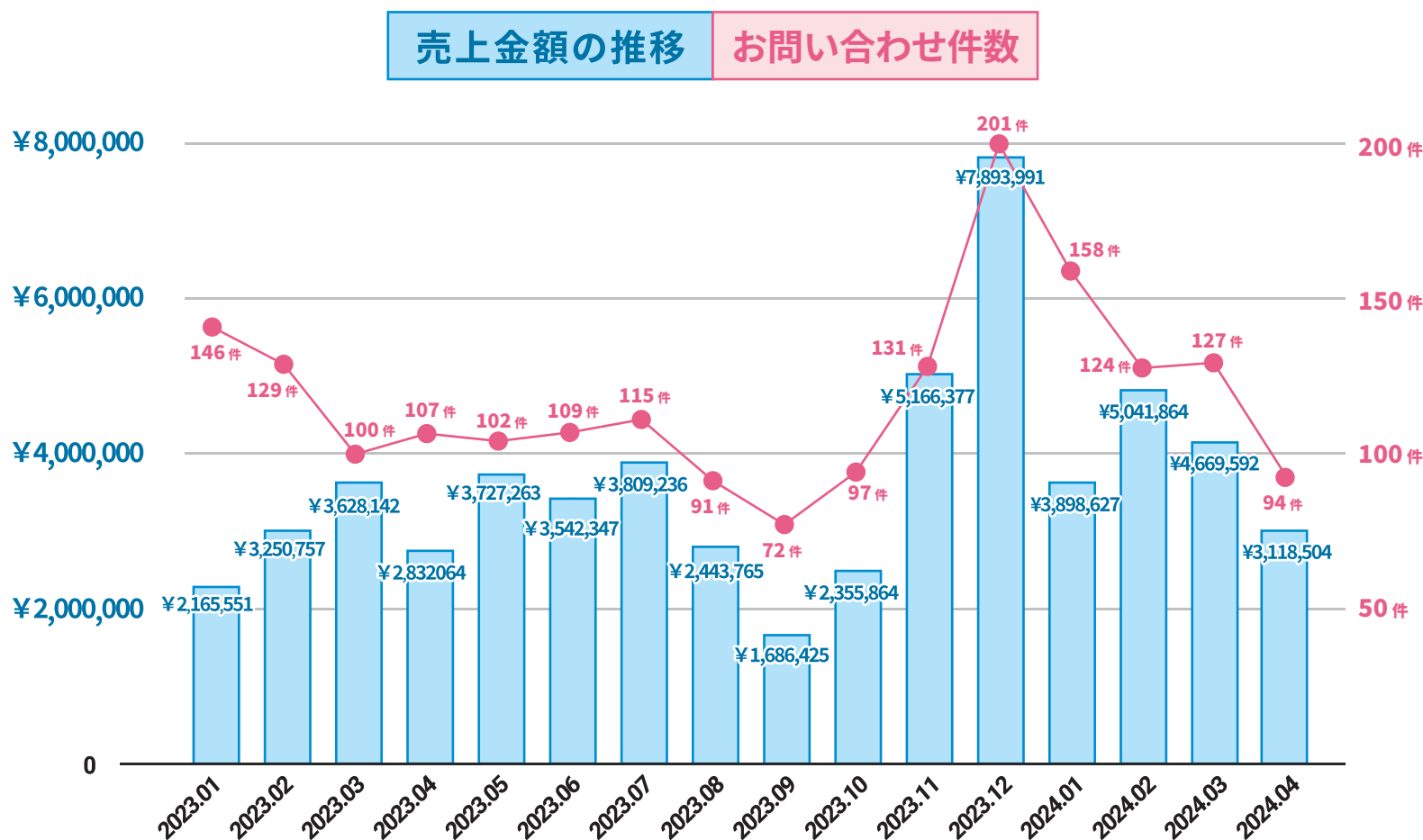
事業者様の全平均で、**成約率は78.2%**、**成約顧客単価は6,410円**、エリアによって平均顧客単価にばらつきはありますが、手数料計算で考慮すれば**15%~18%**を推移しています。

リスティング広告や、他媒体に比べて費用対効果が高いため、売上・利益が向上します！

※数値は2024年4月現在(全体母数=36,000)

サービスの特徴 .1

水道修理カテゴリの実例 直近1年間での大手水道事業者のお問い合わせ獲得件数と実例



月間、新規お問い合わせ：100件獲得、売上300万円超えも可能です。

サービスの特徴 .2

ポイントの活用

獲得したポイントは3つの方法でご活用いただくことができ、アプリから申請いただくことができます。



※今後も順次、連携サービスを展開予定です。

サービスの特徴 .2

ポイントの獲得方法

「ユーザーのためになる行動」を行うことで、ポイントを獲得することができ、1件あたりのユーザー獲得単価を下げるすることができます。

アクション	獲得ポイント	反映タイミング
口コミ獲得（テキストのみ）	100pt	サイト反映時
口コミ獲得（画像・動画付き）	300pt	サイト反映時
口コミ返信	100pt	返信時
ブログ投稿	100pt	投稿時
みんなの相談への回答	300pt	回答時
対応件数（成約件数）	500pt	成約金額入力後
リピート件数	1,000pt	成約金額入力後 1 営業日後 ※アプリ利用ユーザー限定
被リンクへのご協力	4,000pt	被リンク連携後

※2024年7月現在の設定であり、今後変更される可能性があります。

サービスの特徴 .2

ポイントの獲得シュミレーション

例①の場合、**216,000pt**、例②の場合 **396,000pt**、年間で獲得が可能です。

※月間お問い合わせ件数 50 件、成約率 50%は同条件

例1 ロコミ獲得率 30% | リピート率 5%

	件数(月間)	ポイント(月間)
お問い合わせ件数	50	0
成約件数	25	12,500
画像付きロコミ獲得数	7.5	12,500
ロコミ返信数	7.5	750
リピート件数	2.5	2,500

月間獲得ポイント | **18,000pt**

年間獲得ポイント | **216,000pt**

例2 ロコミ獲得率 80% | リピート率 25%

	件数(月間)	ポイント(月間)
お問い合わせ件数	50	0
成約件数	25	12,500
画像付きロコミ獲得数	20	6,000
ロコミ返信数	20	2,000
リピート件数	12.5	12,500

月間獲得ポイント | **33,000pt**

年間獲得ポイント | **396,000pt**

サービスの特徴 .3

学習コンテンツの提供

セーフリーラボでは、集客に役立つ記事や資料を定期的に配信しています。管理画面上で学習を進めることができ、サービスのクオリティ向上につながります。

The screenshot shows the SAFELY LAB website interface. At the top, there is a navigation bar with 'ホーム', '記事一覧', and '運営会社' links, along with search and mail icons. The main content area is divided into two sections: 'WEBマーケティング' and 'その他カテゴリ'.

- WEBマーケティング:**
 - Red card: '口コミは重要 / 集客に繋がる口コミの集め方と注意点' (Reviews are important / How to collect and pay attention to reviews that lead to acquisition).
 - Yellow card: '今話題! ぼったくり検査客発ポスターと体験談まとめ' (Today's topic! Summary of scam inspection customer posters and testimonials). It includes a '最高被害額 150万円' (Maximum damage amount 150,000 yen) badge.
 - Green card: '顧客満足度を上げるには? 具体的な施策も合わせてご紹介!' (How to increase customer satisfaction? We also introduce specific measures!).
- その他カテゴリ:**
 - Blue card: 'マグネット広告を運用するメリットと活用法 注意点もご紹介!' (Benefits and usage of magnet ads, we also introduce precautions!).
 - Teal card: 'ぼったくりと疑われないためには? ぼったくり客発防止の具体的な対策' (How to avoid being suspected of scamming? Specific measures to prevent scamming).
 - Light blue card: 'リピーター・ファンを獲得するための秘訣3選' (3 secrets for acquiring repeat customers and fans).

This graphic is titled '【水道修理業者向け】 成約率UP! サイト内改善集 ①' (Water repairer target: Conversion rate UP! Site improvement collection ①). Below the title, it says '～信頼度を高め、離脱率を下げましょう～' (Let's increase trust and reduce the drop-off rate). The illustration shows two people interacting with a large screen displaying a website interface. At the bottom, there are three smaller panels:

- 2-1 施工事例ページとは** (What is a construction example page)
- 3-2 お問い合わせフォーム改善に必要なこと②** (What is needed for contact form improvement ②)
- 4 フォーム改善チェックリスト30選** (30 form improvement checklists)

活用企業の事例 .1

株式会社クリーンライフ

Q. セーフリーを知ったきっかけと掲載を決めたポイントを教えてください。

競合他社のリスティング広告を調査している際に ToC 向けに出向されているセーフリーを見つけました。

サイトを見ると、水道業界の最新情報が網羅されており、記事の投稿数や質の高さも確認できました。

当時はまだ他社があまり掲載されていなかったこともあり、すぐに営業担当に電話を入れ、掲載をお願いしました。

Q. セーフリーに掲載いただいたことで、どのような成果を実感できましたか？

Google や Yahoo! のリスティング広告と比べて非常に費用対効果が高いことは、掲載したてのころから変わっていません。

ユーザーの質も高く、修理の依頼度合いが高まったお客様から多くお問い合わせをいただいています。

セーフリーの効果的な集客力に感謝しています。



株式会社クリーンライフ
関西本社所属 / 給水装置主任技術責任者

浜木 一樹

活用企業の事例 .2

マルキンクリーン株式会社

Q. セーフリーを知ったきっかけと掲載を決めたポイントを教えてください。

宮城に根差して4年が経ったころ、新たなビジネスチャンスとして様々なメディアを探していた際にGoogle検索にて「仙台 トイレつまり」と検索しセーフリーを見つけました。

当時から変わらず上位に表示される記事が多くあり、勢いを感じていました。

少しお客様が対応が落ち着いた時期に掲載に向け営業担当の方とお話を進めていくと、費用対効果が高いことをシュミレーションで出していただき、信頼できたので、掲載をすることに決めました。

Q. セーフリーに掲載いただいたことで、どのような成果を実感できましたか？

セーフリーに掲載したことで、安定して新規顧客を獲得することができています。

特に、掲載直後から問い合わせ数が安定して獲れていて、売上の底上げにもつながっています。

さらに、ありがたいことにお客様からいい口コミもいただけ、信頼性の向上、既存顧客からのリピート注文も増加しました。

SEO対策に強いということが、掲載してからもずっと実感できています。



マルキンクリーン株式会社

代表取締役社長

金井 永治

導入までの流れ



貴社



セーフリー



掲載開始

料金プラン

プラン機能	ライト ¥0	おすすめ! スタンダード ¥33,000	プレミアム ¥77,000
専用ページの掲載	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
管理画面の発行	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ページのリッチ化		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ポイントステージ登録		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
PR枠への掲載		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
キャンペーンページへの掲載		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
動画撮影&サイト掲載			<input checked="" type="checkbox"/>
取材記事の作成			<input checked="" type="checkbox"/>

Point!

従量課金 システム

ご契約いただいた事業者様には、コールトラッキング（電話効果測定）対応の受信専用電話番号を発番いたします。

90秒以上の顧客となりうる通話のみ課金が発生いたします。

料金：総客1件（電話・メール問合せ）につき 5,500円（税込） ※上記全プラン共通

よくある質問

Q なぜ新規集客ができるのですか？

A これまでの弊社のSEOの知見を活かし、大半の流入を自然検索から獲得しています。

「ユーザーの課題を解決する」記事を多く執筆しているため、ユーザーからの信頼を得られ、お問い合わせにつながることができています。

Q 成約につながるお問い合わせが多いですか？

A 上述した内容にもある通り、他の媒体(広告、アフィリエイト等)と比較しても非常に成約率が高いお問い合わせを多く獲得できています。

それが低い解約率につながっています。

Q 月何件お問い合わせがはまりますか？

A ○○件お問い合わせを獲得できる、といった保障はできかねますが、営業担当よりシュミレーションの数字をお伝えすることは可能ですので、別途ご相談ください。

Q 口コミは削除できますか？

A 水道修理のセーフリーでは依頼者の口コミ投稿後、事業者様の都合でそれを削除することは一切できません。ただし、事実と異なるものや、個人情報の侵害が懸念されるものについては投稿者に確認後、対応が可能です。

Q サイト内で上位に表示されるにはどうすればいいですか？

A ポイント付与が行われる行動が基本的な評価軸になります。利用者からの口コミやそれに対する口コミ返信、リピーター獲得等、お客様の満足度が高まるほど、上位表示される可能性は高まります。

Q 成約情報の入力は必須ですか？

A 必須になります。入力いただくことでポイントがもらえるだけでなく、よりお問い合わせを獲得できるようにシステム内で設計がされています。

お問い合わせ先

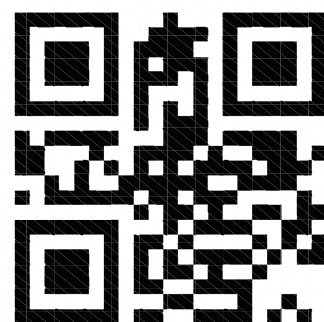
掲載に関してご不明な点などございましたら下記お問い合わせ先よりお気軽にご連絡ください

メールでお問合せ



info@safely.co.jp

電話でお問合せ



03-6777-3315

担当：高橋
(平日 10:00-19:00)