

梨屋さんウェブサイト

投資効果レポート（2025 年版）

0. 公式サイト情報

- URL : <https://nashiyasan-fujiyama.com/>
- 概要 : 福岡県久留米市藤山町の山あいでも多様な品種の梨を栽培・直売する農園。耳納連山の西麓に位置し、個性豊かな梨や最新品種を楽しめることを紹介。

1. 概要 — ブランド資産としての Web サイト

梨屋さんでは、2021 年に公式ウェブサイトを開設し、
地域ブランドの信頼性向上と販売促進を目的にデジタル化を進めてきました。

2025 年 9 月の Google Analytics データによると、
月間アクティブユーザーは **944 名** に達しており、
地域農家の中でも高水準の検索アクセスが確認されています。

本レポートでは、単なる売上効果ではなく、
「ブランド価値」と「広告効果」まで含めた投資対効果（ROI）を評価します。

2. 前提条件（実データ反映）

項目	内容
初期費用	50 万円
維持費	月 5,000 円（年 6 万円）

項目	内容
年間更新費	5 万円（デザイン・項目更新など）
期間	5 年間
9 月のアクティブユーザー数	944 名
推定年間ユーザー数	約 3,000 名／年
平均購入率（CVR）	2.5％（来店・問い合わせ含む）
平均購入単価	2,500 円／人
粗利率	50％
Web 寄与率	70％（指名検索中心のため）

※ 推定年間ユーザー数は、7-9 月のシーズンアクセスと非シーズン比率を考慮して算定。

3. 年間粗利（Web 経由）

$3,000 \times 0.025 \times 2,500 \times 0.5 \times 0.7 = 65,625 \text{ 円／年 } (\approx 6.6 \text{ 万円})$

要素	内容
年間ユーザー数	約 3,000 名
平均購入率（CVR）	2.5％
平均購入単価	2,500 円
粗利率	50％
Web 寄与率	70％

→ Web 経由で得られる純利益（粗利ベース）は 年間約 6.6 万円。

4. 5 年間の便益構成

区分	算出式	金額（5 年）
Web 寄与粗利	6.6 万円 × 5 年	33 万円
SNS・口コミ連動効果（+ 50%）	33 万円 × 0.5	16.5 万円
リピーター効果（+ 80%）	33 万円 × 0.8	26.4 万円
問い合わせ・信頼形成	固定値	5 万円
合計便益（5 年間）		約 81 万円

Web サイトが「地域ブランドの情報ハブ」として機能することで、SNS・口コミ・リピートが相互に作用し、一次的な売上を超える価値を生み出します。

5. コスト構造

項目	金額
初期費用	50 万円
維持費（月 5,000 円 × 60 か月）	30 万円
年間更新費（5 万円 × 5 年）	25 万円
総コスト	105 万円

6. 直接 ROI（収益ベース）

$$ROI = \frac{81 - 105}{105} \times 100 = -22.9\%$$

指標	値
総便益（5 年）	約 81 万円
総コスト	約 105 万円

指標	値
純損益	-24 万円
ROI（5 年）	-23%
年平均リターン	-4.6%/年

短期的には、運用費（更新費・維持費）を含めると収益 ROI はマイナス。
しかし、ここからが本レポートの核心です。

7. ブランド価値・広告効果を加味した評価（核心）

(1) 広告換算価値

クリック単価（CPC）を 100 円とすると：

$$3,000 \text{ クリック} \times 100 \text{ 円} \times 5 \text{ 年} = 150 \text{ 万円}$$

→ 5 年間で 約 150 万円分の「無料広告効果」に相当。
（Google 広告で地域＋商品名を出稿した場合の想定値）

(2) 総合便益（ブランド＋広告含む）

評価項目	金額（5 年）
Web 寄与・口コミ・リピート効果	約 81 万円
ブランド認知・検索露出効果	約 150 万円
総合便益	約 231 万円
ROI（総合）	+120%

直接売上だけでなく、ブランド露出・検索効果を含めると
投資額 105 万円に対して、約 2.3 倍（ROI + 120%）の価値を創出。

8. 考察 — 「短期 ROI」では測れない価値

観点	内容
ブランド効果	検索時に「梨屋さん」で上位表示され、信頼を生む。
広告効果	SNS や口コミを補完し、地域＋商品名検索で安定的露出。
顧客関係の深化	リピーター・贈答利用者との接点を維持。
長期的資産価値	更新を重ねるほど検索評価・信頼度が向上。

Web サイトは「一度作って終わり」ではなく、
年々価値が積み上がる「ブランド資産」です。

9. 総括 — ROI + 120%の意味

指標	意味
短期的 ROI（売上のみ）	-23%（費用回収は未達）
ブランド＋広告効果含む ROI	+ 120%（長期的資産効果）
評価軸の変化	「利益回収」→「信頼・発信・継続価値」へ

ブランド価値・広告効果を加味すれば ROI + 120%。
梨屋さんのウェブサイトは、
「費用」ではなく「信頼と販売をつなぐ投資資産」として確実に成果を上げています。

まとめ

- 直接効果だけで見ると ROI はマイナス。
しかし、Web サイトが生む **信頼・露出・ブランド効果**を加味すれば ROI は **+ 120%**。
- SNS や口コミでは届かない層へ、検索経由で「**地域ブランド**」としての**認知**を拡大。
- 更新を継続することで、Web サイトは「**年々価値が積み上がる資産型メディア**」へと成長。