

Case Details

中古物件リフォーム

実践戦術事例

株式会社リフレ

導入事例

中古物件リフォーム ブランド

株式会社リフレ | 横浜市神奈川区

ブランド名「リフレネクスト横浜」

戦略エクイティと戦略ターゲット（ST）

家族のカタチやライフスタイルに合わせた、

思い通りの新居と柔軟なリフォーム

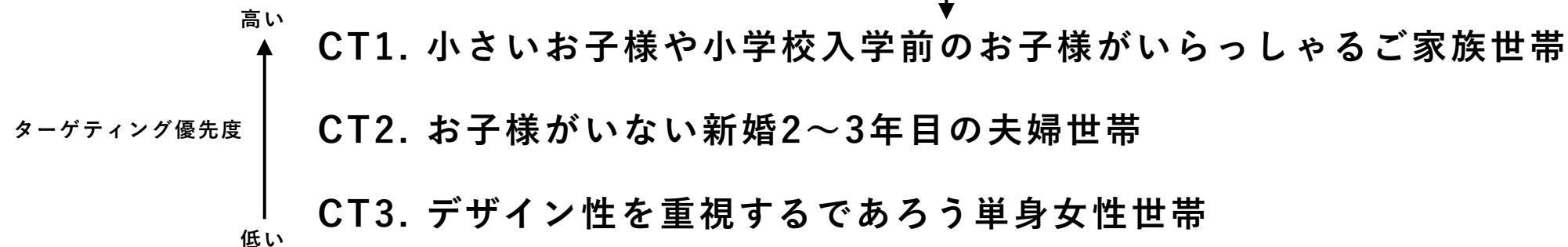


ST.（新築が高いと感じ）新築ではなく、でも新居を探す世帯

戦略エクイティと戦略ターゲット（ST）とコアターゲット（CT）

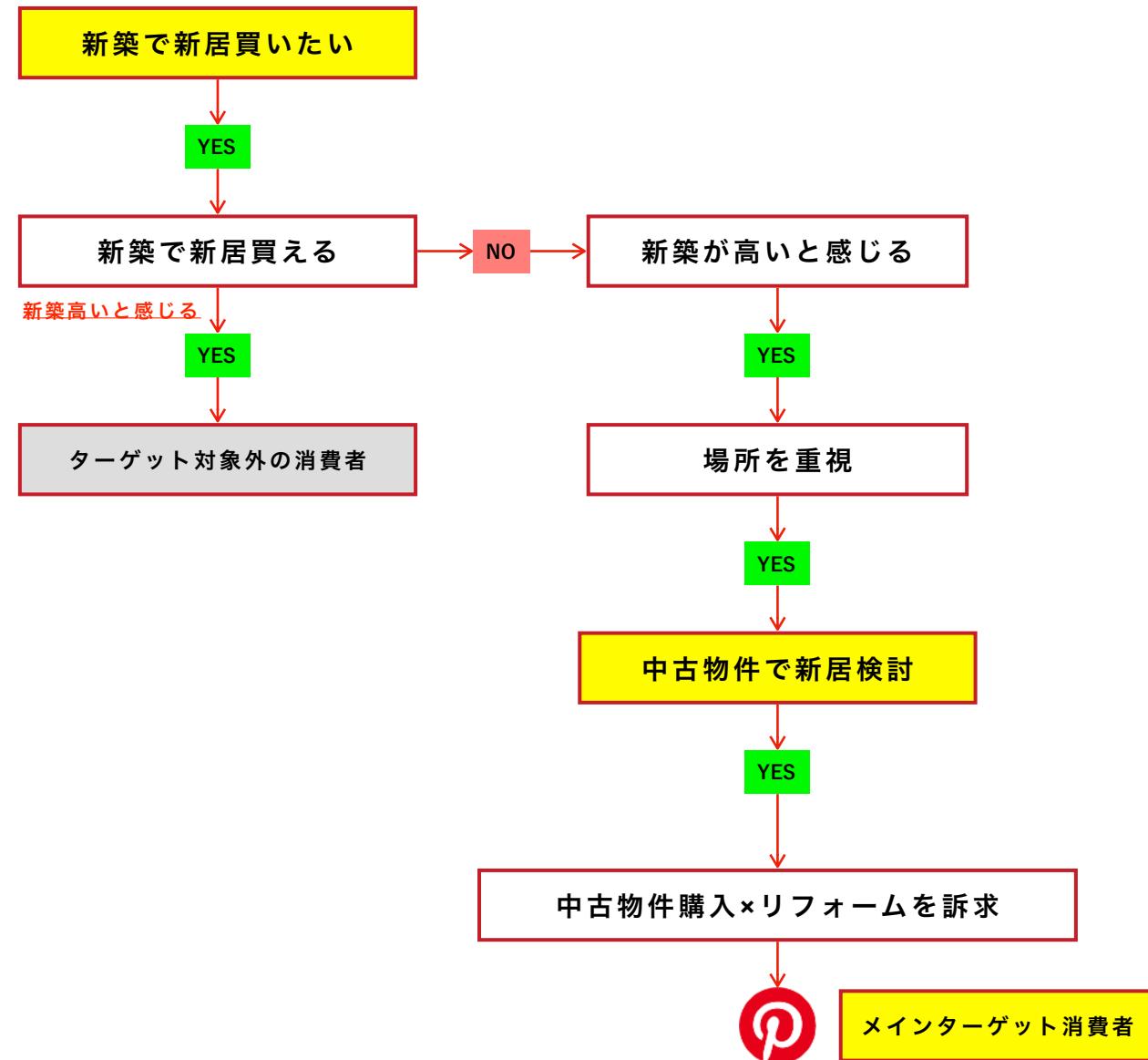
家族のカタチやライフスタイルに合わせた、
思い通りの新居と柔軟なリフォーム

ST. （新築が高いと感じ） 新築ではなく、でも新居を探す世帯

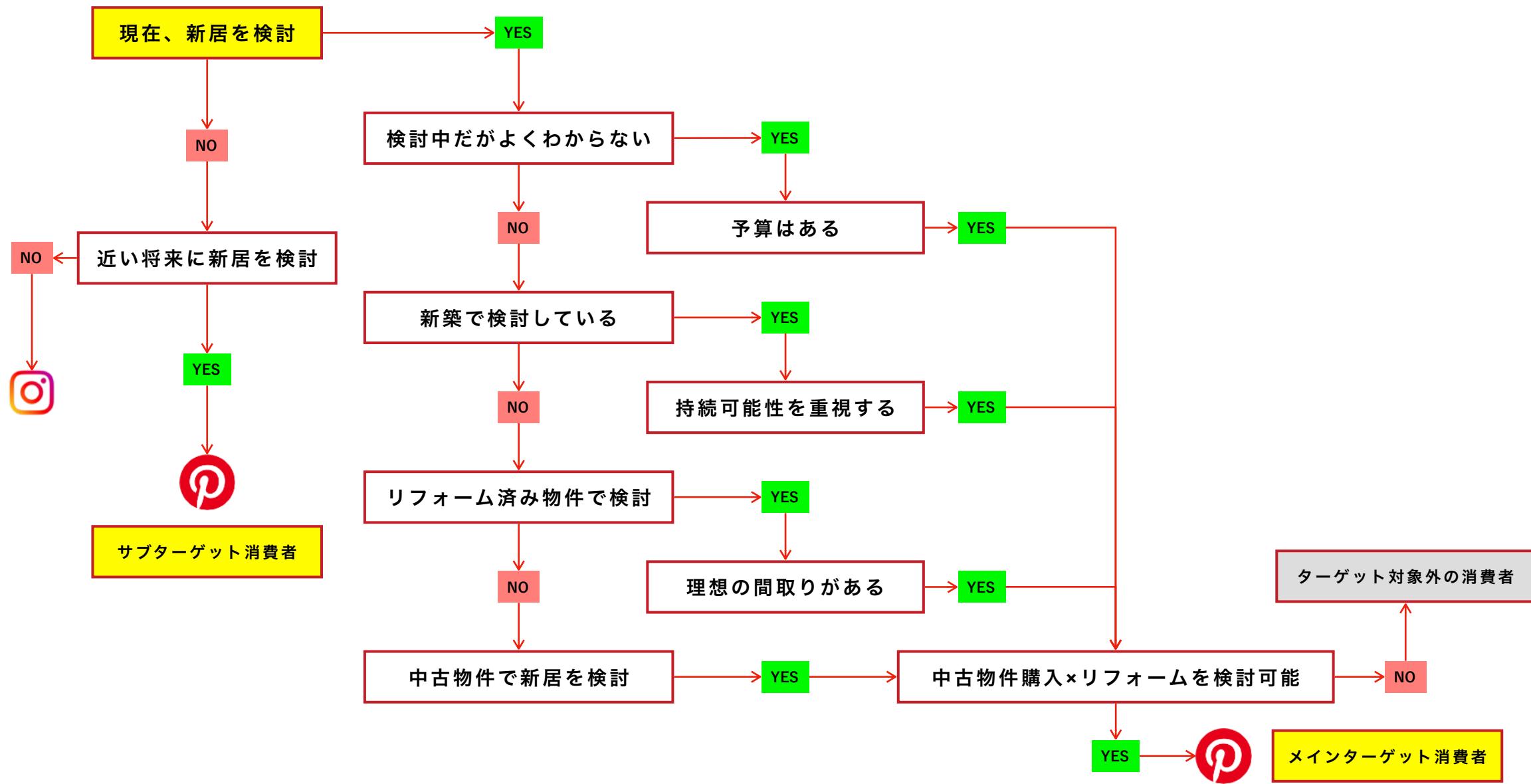


企業である不動産側も儲かるので新築で買わせたい訴求する

中古物件×リフォームの選択肢を提供する



中古物件×リフォームの選択肢を提供する



ログライン案

- ① 「中古物件を選んで、自分らしくリフォーム。リフレネクスト横浜は、理想的な新居を賢く手に入れるサービス」
- ② 「中古+リフォームで『買う』から『つくる』へ。リフレネクスト横浜は、あなたらしい暮らしを実現するサービス」
- ③ 「住みたい街で、欲しい家を。リフレネクスト横浜は、中古物件選定とリフォームをワンストップで叶えるサービス」
- ④ 「家屋の歴史に新しい命を吹き込み、あなただけの新居へ。リフレネクスト横浜は、横浜の歴史を大切に、理想の住まいを実現するサービス」

コピー案

機能・価値訴求型

- ① 「新築より賢く、自分らしく。」
- ② 「物件探しからリフォームまで、全部まとめてワンストップ。」
- ③ 「中古なのに、新築以上に。理想の暮らしを叶えるリフォーム。」

感情・ライフスタイル訴求型

- ④ 「家を買うのではなく、暮らしをデザインする。」
- ⑤ 「既存の空間に、あなたの未来を描く。」
- ⑥ 「思い出のある場所に、新しい物語を。」

情緒

- ⑦ 「中古を超える、新しい家のカタチ。」
- ⑧ 「中古物件買う × リフォーム = あなたの理想。」
- ⑨ 「新築だけが『新しい家』じゃない。」

高級志向（洗練・プレミアム）

ログライン

「中古物件に、洗練されたリフォームを。唯一無二の上質な新居を手に入れる。」

コピーイメージ

「住まいを“資産”に変える、プレミアムリフォーム。」

→ 「家族の今と未来と暮らしのための中古物件リフォーム。」

メッセージ

「新築にこだわらなくても、本物の上質さは手に入れられます。選び抜いた中古物件に、デザイン性と機能美を兼ね備えたリフォームを施すことで、唯一無二の新居が完成します。高級感を纏った空間は、住もう人の価値観そのものを映し出す舞台に。」

実用志向（コスパ・安心感）

ログライン

「中古を賢く買って、必要な分だけリフォーム。無駄なく安心な新居プラン。」

コピーイメージ

「ムダを省いて、理想を残す。賢い住まい選び。」

メッセージ

「新築よりも手が届きやすく、自由度の高いのが中古リフォームの魅力。希望に合った物件を選び、必要なところだけをリフォームすることで、コストを抑えながら理想の暮らしを実現できます。資金計画も安心、家族の将来を考えた堅実な住まいづくりをサポートします。」

情緒志向（夢・家族・ストーリー）

ログライン

「思い出のある街で、中古物件を自分らしくリフォーム。家族の物語が始まる新居へ。」

コピーイメージ

「暮らしは、つくるもの。物件から、家族の物語まで。」

メッセージ

「新しい家は、新しい暮らしのはじまり。中古物件にリフォームを加えることで、住む人のライフスタイルや家族の夢に寄り添った“世界に一つだけの住まい”が生まれます。大切な街に根を下ろし、家族の歴史が紡がれていく——そんな未来を、リフレネクストは形にします。」

高級志向（洗練・プレミアム）



新築より賢く、
自分らしく。

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



新築より賢く、
自分らしく。
中古物件購入 × リフォームの選択

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



物件探しからリフォームまで
全部まとめてワンストップ。

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



物件探しからリフォームまで
全部まとめてワンストップ

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム



中古なのに、新築以上に。
理想の暮らしを叶える
リフォーム。

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



中古なのに、新築以上。
理想の暮らしを叶えるリフォーム

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶

共通のコピー

「家族の今と未来と暮らしのための中古物件リフォーム。」

「新築にこだわらなくても、本物の上質さは手に入れられます。選び抜いた中古物件に、デザイン性と機能美を兼ね備えたリフォームを施すことで、唯一無二の新居が完成します。高級感を纏った空間は、住もう人の価値観そのものを映し出す舞台に。」

実用志向（コスパ・安心感）



ムダを省いて、理想を残す
中古で賢い住まい選び。

詳しくはWEBサイトへ ▶



家を買うのではなく、
暮らしを「デザインする。」

中古物件購入 × リフォームの選択



ムダを省いて、理想を残す
中古で賢い住まい選び。

詳しくはWEBサイトへ ▶



既存の空間に、
あなたの未来を描く。
既存の空間に、
あなたの未来を描く。

中古物件購入 × リフォームの選択



ムダを省いて、理想を残す
中古で賢い住まい選び。

詳しくはWEBサイトへ ▶



思い出のある場所に、
新しい物語りを。
思い出のある場所に、
新しい物語りを。

中古物件購入 × リフォームの選択

共通のコピー

「ムダを省いて、理想を残す。賢い住まい選び。」

「新築よりも手が届きやすく、自由度の高いのが中古リフォームの魅力。希望に合った物件を選び、必要なところだけをリフォームすることで、コストを抑えながら理想の暮らしを実現できます。資金計画も安心、家族の将来を考えた堅実な住まいづくりをサポートします。」

情緒志向（夢・家族・ストーリー）



暮らしさは、つくるもの。
物件から、家族の物語まで。

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)



暮らしさは、つくるもの。
物件から、家族の物語まで。

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)



暮らしさは、つくるもの。
物件から、家族の物語まで。

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)



共通のコピー

「暮らしさは、つくるもの。物件から、家族の物語まで。」

「新しい家は、新しい暮らしのはじまり。中古物件にリノベーションを加えることで、住む人のライフスタイルや家族の夢に寄り添った“世界に一つだけの住まい”が生まれます。大切な街に根を下ろし、家族の歴史が紡がれていく——そんな未来を、リフレネクストは形にします。」

Pinterest Canva
作成したクリエイティブはCanvaで納品

まだ知らないCanvaを体験

Zola Bekker

Creative Portfolio

DESIGN THE FUTURE

OUR SERVICES

WEB DESIGN

Homebody Diaries

COMING SOON

Build A Brand In Just 5 Days

Presented By: Hannah Morales

Corporate Earnings Report 2024

Analyzing Key Trends and Insights Across Industries

Presented By: Hannah Morales

www.reallygreatsite.com

地域のトレンド

9月9日 最大 70%オフ!

Thank you

4K 散歩LIVE配信 東京駅周辺

スタッフのこっそり教えラジオ

決まりない時 どうしてる?

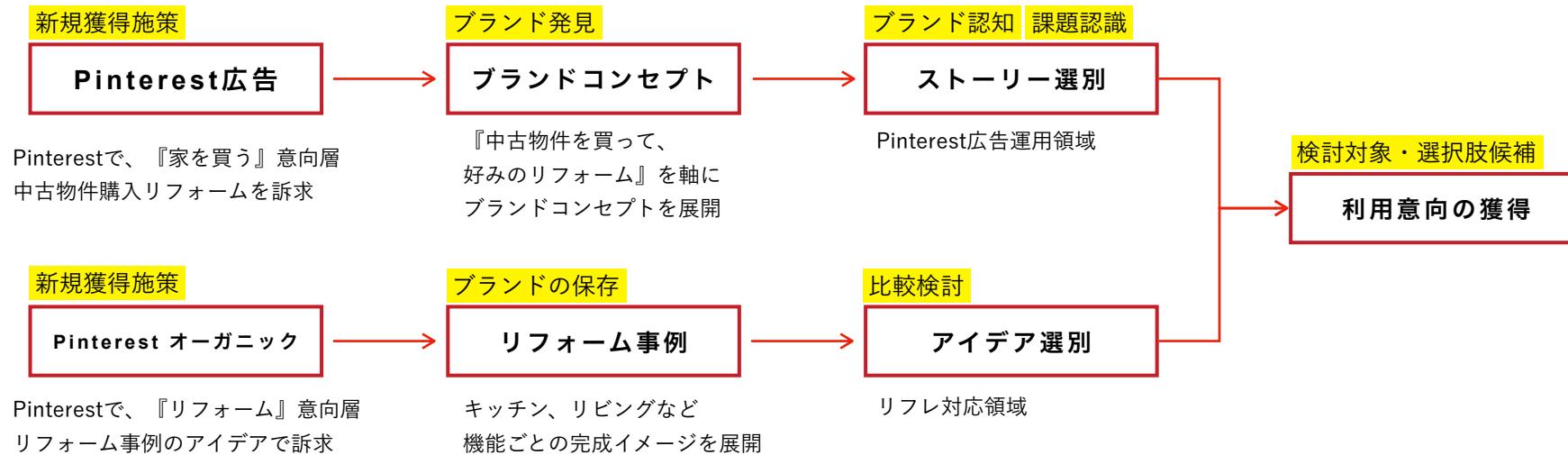
コーディネートが

西

Pinterest公式資料を分析し、 株式会社リフレの事業に最適化したPinterest活用戦略

- ・無料屋根ドローン点検
- ・塗装（外壁・屋根）
- ・中古物件リフォーム・リノベーション）

Pinterestの設計図



プロジェクトステップ

決定

- ・『家を買う』意向の属性に、Pinterest広告を運用
　　『中古物件を買って、好みのリフォーム、好きなように』がコピーのヒント
- ・『リフォームアイデア』探索の属性に、Pinterestオーガニックを運用

対応中

- ・Pinterest広告の画像・動画の選定（リフレ）
- ・Pinterest広告のクリエイティブ作成（Pinterest）

準備中

- ・Pinterest広告の予算対認知率の算出
- ・KPI項目定義->データ分析->運用改善などのロードマップ

広告予算の算定ステップ

選択パターン 広告予算・円/月 目標インプレッション・数/月 目標クリック・数/月 ランディングページ

梅	30,000			https://refre-yokohama.com/
竹	50,000			https://refre-yokohama.com/
松	100,000			https://refre-yokohama.com/

スタート時点の選定基準はクリック数の目標値

- Pinterest広告からリフレネクスト横浜への流入数：目標は？

運用上の論点

- LINE登録や電話件数などリード獲得ベースで月間5件取れるまで予算精査する？
- 受注数の実績ベースで月間1件取れるまで予算精査する？

ドローン点検事業での活用

コンテンツ戦略

- ・ドローン点検映像の「安全性・正確性」を視覚的に訴求
- ・点検で発見された損傷事例のビフォー・アフター
- ・従来の点検方法との比較画像

Pinterest広告 フォーマット活用

- ・スタンダード動画：ドローン飛行映像で技術力アピール
- ・コレクション：点検箇所別の事例集

塗装事業での差別化

ビジュアルコンテンツ

- ・カラーシミュレーション事例
- ・塗装前後の劇的な変化
- ・季節・トレンドに合わせた色彩提案

Pinterest特有の
機能活用

- ・カルーセル：複数の色彩パターンを一度に表示
- ・アイデアアド：塗装工程を詳細に紹介

中古物件リフォーム・リノベーション事業

戦略的コンテンツ

- ・中古物件の劇的な変身事例
- ・間取り変更のアイデア提案
- ・横浜市のファン向け地域特化のデザイン事例

Pinterest活用の
エンゲージメント向上

- ・クイズアド：「あなたに最適なリフォームスタイルは？」
- ・ショーケース：複数の施工事例をインタラクティブに表示

計画案

基盤構築

- ・【済】
Pinterest Business
アカウント開設
既存施工事例の最適化投稿

目標

月間300-500セッション増加

コンテンツ拡充

- ・定期投稿体制の確立
- ・Pinterest Ads運用開始

目標

月間1,000-1,500セッション到達

最適化・拡大

- ・Performance+ 機能活用
- ・Pinterestトレンドバッジ活用

目標

月間15-25件のリード獲得

投資対効果の参考データ

Pinterest公式データによる実績

- Performance+ ROAS入札で15%以上のROAS向上
- コンバージョンAPI活用で平均CPA 14%改善
- アトリビューションコンバージョン36%増加

リフレ想定ROI

- 初期投資
月額8-12万円（運用・制作費）
- 6ヶ月後予想ROI
400%以上
- 年間予想効果
新規契約30-50件増加

競合他社との決定的差別化

現在、神奈川県内のリフォーム業界でPinterestを本格活用している企業は皆無に等しい状況。リフレは先行投資することで、

1. 地域でのPinterest認知度独占
2. Pinterest内でのSEO優位性確保
3. ブランドイメージの高級化
4. 女性層への効果的アプローチ

これらの戦略的優位性を確立できます。



Pinterest

株式会社リフレ | 横浜市神奈川区

リフレネクスト横浜

1

戦略エクイティ

家族のカタチやライフスタイルに合わせた、
思い通りの新居と柔軟なリフォーム

2

戦略ターゲット

※コミュニケーション全体市場

(新築が高いと感じ) 新築ではなく、でも新居を探す世帯

3

コアターゲット

※個別のセグメント

高い

ターゲティング優先度 低い

CT1. 小さいお子様や小学校入学前のお子様がいらっしゃるご家族世帯

CT2. お子様がいない新婚2~3年目の夫婦世帯

CT3. デザイン性を重視するであろう単身女性世帯

3

コアターゲット
※個別のセグメント

高い
↑
ターゲティング優先度 低い

- CT1. 小さいお子様や小学校入学前のお子様がいらっしゃるご家族世帯
- CT2. お子様がない新婚2~3年目の夫婦世帯
- CT3. デザイン性を重視するであろう単身女性世帯

4

初回の広告では、CTをより深く理解するために行動と価値観に即してコピーを検討

高級志向

(洗練・プレミアム)

機能・価値訴求

実用志向

(コスパ・安心感)

感情・ライフスタイル訴求

情緒志向

(夢・家族・ストーリー)

情緒・ストーリー

コピー案

機能・価値訴求型

- ① 「新築より賢く、自分らしく。」
- ② 「物件探しからリフォームまで、全部まとめてワンストップ。」
- ③ 「中古なのに、新築以上に。理想の暮らしを叶えるリフォーム。」

感情・ライフスタイル訴求型

- ④ 「家を買うのではなく、暮らしをデザインする。」
- ⑤ 「既存の空間に、あなたの未来を描く。」
- ⑥ 「思い出のある場所に、新しい物語を。」

情緒・ストーリー

- ⑦ 「中古を超える、新しい家のカタチ。」
 - ⑧ 「中古物件買う × リフォーム = あなたの理想。」
 - ⑨ 「新築だけが『新しい家』じゃない。」
-

高級志向（洗練・プレミアム）



新築より賢く、
自分らしく。

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



新築より賢く、
自分らしく。
中古物件購入 × リフォームの選択

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



物件探しからリフォームまで
全部まとめてワンストップ。

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



物件探しからリフォームまで
全部まとめてワンストップ

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム



中古なのに、新築以上に。
理想の暮らしを叶える
リフォーム。

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



中古なのに、新築以上。
理想の暮らしを叶えるリフォーム

家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶

共通のコピー

「家族の今と未来と暮らしのための中古物件リフォーム。」

「新築にこだわらなくても、本物の上質さは手に入れられます。選び抜いた中古物件に、デザイン性と機能美を兼ね備えたリフォームを施すことで、唯一無二の新居が完成します。高級感を纏った空間は、住もう人の価値観そのものを映し出す舞台に。」

実用志向（コスパ・安心感）



ムダを省いて、理想を残す
中古で賢い住まい選び。

詳しくはWEBサイトへ ▶



家を買うのではなく、
暮らしを「デザインする。」

中古物件購入 × リフォームの選択

詳しくはWEBサイトへ ▶



既存の空間に、
あなたの未来を描く。

ムダを省いて、理想を残す
中古で賢い住まい選び。

詳しくはWEBサイトへ ▶



既存の空間に、
あなたの未来を描く

詳しくはWEBサイトへ ▶



ムダを省いて、理想を残す
中古で賢い住まい選び。

詳しくはWEBサイトへ ▶



思い出のある場所に、
新しい物語りを。

中古物件購入 × リフォームの選択

詳しくはWEBサイトへ ▶

共通のコピー

「ムダを省いて、理想を残す。賢い住まい選び。」

「新築よりも手が届きやすく、自由度の高いのが中古リフォームの魅力。希望に合った物件を選び、必要なところだけをリフォームすることで、コストを抑えながら理想の暮らしを実現できます。資金計画も安心、家族の将来を考えた堅実な住まいづくりをサポートします。」

情緒志向（夢・家族・ストーリー）



暮らしさは、つくるもの。
物件から、家族の物語まで。

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)



暮らしさは、つくるもの。
物件から、家族の物語まで。

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)



暮らしさは、つくるもの。
物件から、家族の物語まで。

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)



共通のコピー

「暮らしさは、つくるもの。物件から、家族の物語まで。」

「新しい家は、新しい暮らしのはじまり。中古物件にリノベーションを加えることで、住む人のライフスタイルや家族の夢に寄り添った“世界に一つだけの住まい”が生まれます。大切な街に根を下ろし、家族の歴史が紡がれていく——そんな未来を、リフレネクストは形にします。」

リフレネクスト横浜

Pinterest認知度キャンペーンレポート

2025年10月25日 - 11月23日 (29日間)

キャンペーン概要

¥ 45,776

総支出

395,293

インプレッション数/表示回数

認知キャンペーンはCPMで評価
全国配信の場合は平均¥50前後

¥ 115.8

CPM

比較検討キャンペーンはCPM¥150前後など3倍程度

335

ピンクリック数

95

アウトバウンドクリック

18

広告クリエイティブ数

※承認されていない1件の確認

29日間で約40万インプレッションを達成し、95件のサイト訪問を獲得。
 「新築より賢く、自分らしく。」を中心としたメッセージングが特に高い反応を示し、ブランド認知度向上の基盤を構築。

主要パフォーマンス指標

認知キャンペーンでは0.01%くらいが標準的

クリック率

CTR

0.0847%

Pinterestブランド認知キャンペーンとして適正範囲か？

クリック単価

CPC

比較検討キャンペーンの場合はクリック単価で評価する

¥136.64

効率的なクリック獲得を実現しているか？

アウトバウンドクリック単価

CPOC

¥481.85

サイト訪問につながる質の高いクリックの判定基準は？

アウトバウンド

転換率

28.36%

クリック数の20%くらいがアウトバウンドクリック

約3クリック中1回がサイト訪問に転換

日次平均パフォーマンス

投資効率

1日平均支出

¥ 1,578

投資効率

1日予算

¥ 1,650

投資効率

予算消化率

95.7%

日次成果

IMP/広告表示回数

13,631回/日

日次成果

クリック数

11.6回/日

日次成果

サイト訪問数

3.3回/日

エンゲージメント力のあるコンテンツは？ | CTR上位5広告

	CTR	CPC
家を買うのではなく、暮らしをデザインする。 (全画面)	0.141%	¥83.52
新築より賢く、自分らしく。 (クリックエリアあり)	0.134%	¥87.80
物件探しからリフォームまでワンストップ (全画面)	0.112%	¥111.54
新築より賢く、自分らしく。 (全画面)	0.101%	¥115.38
新築だけが『新しい家』じゃない。 (全画面)	0.097%	¥121.08

エンゲージメント力のあるコンテンツは？ | CTR上位5広告

CTR

1



全画面

CTR

2



クリックエリアあり

CTR

3



全画面

CTR

4



全画面

CTR

5



全画面

アウトバウンドクリック上位5広告

	OBCT数	CPOC
既存の空間に、あなたの未来を描く。 (全画面)	23回	¥396.20
中古物件買う × リフォーム = あなたの理想。 (全画面)	11回	¥398.46
新築より賢く、自分らしく。 (全画面)	9回	¥397.44
既存の空間に、あなたの未来を描く。 (クリックエリアあり)	8回	¥334.00
新築より賢く、自分らしく。 (クリックエリアあり)	5回	¥526.77

アウトバウンドクリック上位5広告

1



全画面

2



全画面

3



全画面

4



ムダを省いて、理想を残す
中古で賢い住まい選び。

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)

5



家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

[詳しくはWEBサイトへ ▶](#)

素材選びの段階で色味を意識してみる

アクセントクロスも青やグレーが多い

保存されたピン



家族の今と未来と暮らしの
ための中古物件リフォーム

詳しくはWEBサイトへ ▶



誰がなぜ保存したか？

メッセージング別パフォーマンス

			支出額	表示回数	CTR	OBCT数
既存の空間に、あなたの未来を描く。	実用志向（コスパ・安心感）	¥11,785	100,750	0.090%	31	
中古物件買う × リフォーム = あなたの理想。	情緒志向（夢・家族・ストーリー）	¥6,233	53,579	0.058%	12	
新築より賢く、自分らしく。	高級志向（洗練・プレミアム）	¥6,211	53,094	0.115%	14	
思い出のある場所に、新しい物語を。	実用志向（コスパ・安心感）	¥5,899	51,550	0.076%	7	
新築だけが『新しい家』じゃない。	情緒志向（夢・家族・ストーリー）	¥4,418	38,057	0.092%	7	
中古を超える、新しい家のカタチ。	情緒志向（夢・家族・ストーリー）	¥3,256	29,180	0.055%	7	
家を買うのではなく、暮らしをデザインする。	実用志向（コスパ・安心感）	¥3,091	26,453	0.106%	7	
中古なのに、新築以上に。	高級志向（洗練・プレミアム）	¥3,020	26,659	0.079%	7	

主要インサイト（メッセージング）

「新築より賢く、自分らしく。」が最も高いCTR
(0.115%)とバランスの取れたパフォーマンスを実現

「既存の空間に、あなたの未来を描く。」が最大の投資
とアウトバウンドクリック(31回)を獲得

「家を買うのではなく、暮らしをデザインする。」が最高
CTR(0.141%)を記録

コスト効率性 (CPOC) トップ⁵

	CPOC	OBCT数
中古なのに、新築以上に。理想の暮らしを叶えるリフォーム	¥258.86	5回
物件探しからリフォームまでワンストップ	¥260.25	3回
家を買うのではなく、暮らしをデザインする。	¥317.37	5回
既存の空間に、あなたの未来を描く。	¥334.00	8回
中古を超える、新しい家のカタチ。	¥394.54	3回

次回広告出稿のアクション

※参考：認知キャンペーンを次回やるならば、良いものを残し、よくないものを

予算配分最適化

比較検討キャンペーンを次回やるならば、全てのクリエイティブで再度検証する

高CTR広告（「新築より賢く」「暮らしをデザイン」）への予算シフト

メッセージング強化

認知/比較検討キャンペーン共通で、結果の良いピンでタイトルを変えてA/Bテストしてバリエーションを増やす

「価値提案型」（賢く、デザイン）が「情緒型」より高パフォーマンス

クリエイティブ改善

色味と素材をアップデートする

低パフォーマンス広告($CTR < 0.06\%$)のビジュアル・コピー見直し

ターゲティング精緻化

アウトバウンド転換率28%をさらに向上させる施策

遷移先を変更

リフレネクスト横浜公式のLPからLINE公式アカウントへ遷移先を変更し友達追加数を計測する

LINE公式アカウント連携の場合は比較検討キャンペーンを実施する

オーディエンスプロファイル

58,000

総オーディエンス

55.3%

女性比率

69.7%

25-44歳

58.3%

iPhone利用率

90.7%

Art興味

86.8%

Home Decor興味

デモグラフィック詳細

年齢分布

25-34歳

37.6%

35-44歳

32.1%

45-49歳

14.4%

50-54歳

13.4%

性別・デバイス

女性

55.3%

男性

36.6%

iPhone

58.3%

Web

31.8%

ユーザーの傾向把握にとどめるデータ

トップインタレストカテゴリー

オーディエンス率 アフィニティ / 好意度

Art (アート)	90.7%	1.17
Entertainment (エンタメ)	88.8%	1.18
Home Decor (住宅装飾)	86.8%	1.15
Education (教育)	85.7%	1.24
Design (デザイン)	83.7%	1.26
Women's Fashion (女性ファッション)	80.3%	1.23

ユーザーの傾向把握にとどめるデータ

高アフィニティインタレスト（特に強い関心）

	オーディエンス率	アフィニティ / 好意度
Book and Magazine Design	16.9%	3.69
Aircraft (航空機)	21.7%	3.42
Cycling (サイクリング)	13.8%	3.17
Restaurant (レストラン)	3.3%	2.94
DIY Bag and Purse	18.5%	2.67

オーディエンス特性とインサイト

クリエイティブ志向

Art (90.7%)、Design (83.7%)への高い関心 - 美的センスを重視

住空間への意識

Home Decor (86.8%)が上位 - リフォーム提案との親和性高

若年層中心

25-44歳が69.7% - 初めての住宅購入層とマッチ

女性主導

女性55.3% - 住宅購入の意思決定に影響力



Pinterest比較検討 キャンペーン

株式会社リフレ | 横浜市神奈川区

リフレネクスト横浜 キーワード選定

概要

- ・3つのコアターゲットセグメント別に150個のキーワード（各50個×3群）を作成
- ・戦略ターゲットは「新築が高いと感じ、新築ではなく、でも新居を探す世帯」
- ・戦略エクイティは「家族のカタチやライフスタイルに合わせた、思い通りの新居と柔軟なリフォーム」

ログライン

新居を探す消費者が、
新築費用のハードルを乗り越えて
中古物件の購入×リフォームで理想の新居を実現する話

コアターゲットCT1

小さいお子様や小学校入学前のお子様がいるご家族世帯

特性

- ・子どもの安全・成長を最優先
- ・広い間取り・収納・家事動線を重視
- ・中古物件×リフォーム・リノベーションでコストパフォーマンスを求める
- ・ライフステージの変化に対応できる柔軟性を望む



キーワード戦略

- ・子ども関連の安全・教育・成長キーワード
- ・ファミリー向け間取り・LDK・収納
- ・予算効率性（新築vs中古+リノベ）
- ・機能性と快適さのバランス



コアターゲットCT1

小さいお子様や小学校入学前のお子様がいるご家族世帯

子ども部屋 リフォーム	リフォーム予算	川崎 リノベーション	コスト削減 リフォーム	リフォーム実績 多数
安全性 リノベーション	中古物件 相談	施工 依頼	質の良い物件 中古	リフォーム信頼できる会社
広い間取り 中古	床材 安全	自社施工 信頼	物件選定 サポート	安心リフォーム サービス
キッズスペース 新築	クロス 張替	アフターサービス 充実	横浜 リノベーション	イメージパース デザイン
子どもの安全 家	キッチン 新しく	ショールーム 見学	川崎 リフォーム	物件調査 丁寧
新居 ファミリー	浴室 リフォーム	見積もり 無料	リノベーション 専門	ライフスタイル 提案
家族向け リフォーム	トイレ リノベーション	住宅ローン 相談	子育て空間 新居	心地よい 家
部屋数 中古	照明 交換	金利 低め	一貫施工 安心	理想の家 実現
広いリビング 子育て	収納 増設	低金利 ローン	横浜 リフォーム	新居探し サポート
子ども対応 リノベーション	間取り変更 可能	お手頃価格 新居	新居相談無料 初回	ファミリー向け 専門業者

コアターゲットCT2

お子様がない新婚2～3年目の夫婦世帯

特性

- ・デザイン・美しさ・高級感を重視する想定
- ・2人の生活スタイル・趣味を反映した自由度の高い空間を理想とする？
- ・資産価値・将来の家族計画も視野に入れている
- ・SNS映え・ホスピタリティ（来客対応）を意識する人もいるはず



キーワード戦略

- ・デザインスタイル（北欧・モダン・ヴィンテージなど）
- ・インテリア・建材のこだわり
- ・高級感・洗練・エレガンス
- ・夫婦ライフスタイル（カフェ風・ホテルライク等）



コアターゲットCT2

お子様がいない新婚2～3年目の夫婦世帯

横浜駅 中古マンション	2LDK 間取り	アイランドキッチン	ブルックリンスタイル	ルーフバルコニー 活用
みなとみらい 中古マンション	横浜 マンション 相場	ペニンシュラキッチン	ホテルライク インテリア	ウォークインクローゼット 収納
武蔵小杉 中古マンション	タワーマンション 横浜	オープンキッチン	モダン インテリア	シューズクローケ
川崎 中古マンション	低層マンション メリット	書斎 間取り	造作家具	洗面所 おしゃれ
元町・中華街 マンション	ペット可 マンション 横浜	ワークスペース 自宅	間接照明 リビング	トイレ リフォーム おしゃれ
東横線 中古マンション	リノベーション おしゃれ	リビング 広い	共働き 家事動線	プロジェクト 部屋
駅近 マンション	リノベーション 事例	土間 リノベーション	ペアローン 住宅ローン	コーヒーメーカー おすすめ
資産価値 落ちない マンション	中古マンション リノベーション 費用	モルタル 玄関	住宅ローン 夫婦 連帯債務	観葉植物 インテリア
マンション 売却 相場	リノベ 会社 おすすめ	無垢材 フローリング	マンション 買い時	宅配ボックス 後付け
中古マンション 選び方	スケルトン リフォーム	インダストリアル インテリア	賃貸 vs 購入	最新ユニットバス

コアターゲットCT3

デザイン性を重視する単身女性世帯

特 性

- ・個性・センス・自分らしさを最優先する想定
- ・コンパクト空間を効率的に美しく活用するのではないか？
- ・美的価値、日常の充足感を重視しそう
- ・自己投資や自分へのご褒美という心理が一定数あると思われる



キーワード戦略

- ・個性的・独自性・オリジナルキーワード
- ・デザイナーズ・アート・美的価値
- ・一人暮らし特有の工夫（狭さを活かす等）
- ・ライフスタイル（読書・瞑想・リラックス等）



コアターゲットCT3

デザイン性を重視する単身女性世帯

マンション 購入 独身	資産価値 マンション 独身	ヴィンテージ マンション	キャットウォーク DIY	一人暮らし 必要なもの
マンション 購入 女性	住宅ローン 独身 女性	レトロ インテリア	室内窓 リノベーション	断捨離 ミニマリスト
女性 一人暮らし マンション 購入	住宅ローン 審査	韓国 インテリア	ヘリンボーン 床	収納術 一人暮らし
中古マンション 独身 後悔	年収 マンション 購入 額	ホワイト インテリア	ガラスブロック	ウォークインクローゼット 1畳
1LDK 中古マンション 横浜	頭金 なし マンション	グレー インテリア	ドライフラワー インテリア	ドレッサー 収納
ワンルーム リノベーション	一人暮らし インテリア	壁紙 おしゃれ	横浜 おしゃれ 賃貸	寝室 照明
横浜 治安	1LDK レイアウト	アクセントクロス	東白楽 マンション	ベランダ ガーデニング
オートロック マンション	リノベーション 一人暮らし	キッチン タイル	石川町 マンション	防犯カメラ ダミー
2階以上 防犯	狭小住宅 リノベーション	洗面台 造作	日吉 マンション	家賃 補助
管理人 常駐	団地 リノベーション	猫と暮らす マンション	桜木町 マンション	老後 資金 独身

Pinterest

キャンペーン構成

株式会社リフレ | 横浜市神奈川区

ブランド名「リフレネクスト横浜」