ゲームチェンジ株式会社

～ 2026 年最新版～　脱ポータルセミナー

脱・ポータル依存。
利益が残る
自社集客体制へ

集客の「仕入構造」を変え、
利益が次の利益を生む
自社集客経営へ

ダウンロードレポート

無料レポート｜一部を試し読み

©2026 Game change Co., Ltd.

このようなお悩みはありませんか？

- ✓ 反響や売上は増えているのに、利益が残らない
- ✓ ポータルの手数料が重い。でも、やめるのは不安
- ✓ 値引きや相見積もりが増え、現調・追客に追われる
- ✓ HP・Web広告・チラシを使っても自社集客が安定しない
- ✓ CPAは見ているが、どの媒体が利益を生むのか分からない

ひとつでも当てはまるなら、「反響の数」ではなく「利益が残る仕組み」を見直すタイミングです。

WHAT YOU WILL LEARN

本レポートでわかること

01 儲かる媒体を見極める

CPAだけでなく、CPO・成約率・粗利までつなげて考える

02 ポータルの本当の獲得コスト

手数料や営業工数も含めた「仕入れ値」の捉え方

03 販促費を利益基準で組み換える

残す・増やす・減らす媒体を、数字から判断する

04 自社集客への移行手順

急にポータルを切らず、90日を起点に段階的に進める

「ポータルを全部やめる」ではなく、利益を残す判断ができる会社へ。

なぜ反響があるのに儲からないのか

ゲームチェンジ株式会社

計算例　CPA だけでは、儲かる媒体は分からない

	媒体 A	媒体 B
反響単価（ CPA ）	1 万円	
反響数	10 件	
広告費	10 万円	
契約数	1 件	
1 契約あたり（ CPO ）	10 万円	

反響単価では A が安い。
契約単価では B が安い。

き

がる。

続きはレポートで

見るべきは「反響 1 件をいくらで取ったか」だ

反響 → 現調 → 契約 → 平均単価 → 粗利 → 営業利益

※説明用の計算例であり、実在企業の実績ではありません。

©2026 Game change Co., Ltd. ダウンロードレポート資料はデータ共有、二次利用は固く禁止しております

安いCPAなのに、契約コストは高い？ ｜ 続きは無料ダウンロードで

事例と成果

具体的な KPI 改善結果例｜ビフォーアフター

01 最終的な利益成果

営業利益
−600 万円 → +1,200 万円

営業利益率
−5 % → +10 %

02 コスト構造の改善

2 人 → 2 人

03 集客構造の改善

自社反響数
230 件 → 260 件

ポータル反響数
130 件 → 0 件

CPA
70,000 円 → 60,000 円

CPO
23 万円 → 10 万円

続きはレポートで

※支援先における改善事例。成果は各社の現状・商圏・体制等により異なります。

©2026 Game change Co., Ltd. ダウンロードレポート資料はデータ共有、二次利用は固く禁止しております

営業利益が変わった、改善の中身 ｜ 続きは無料ダウンロードで

3. 自社集客へ移行する

ゲームチェンジ株式会社

STEP02 ｜自社反響が増えた分だけポータルを減らす

分析 → 設計 → 実行 → 確認、その後に削減。この順番が安全

最初の 30 日	次の 30 日	次の 30 日	
数字を集める	**媒体を評価する**	**改善施策を実行する**	
・直近一年の売上・粗利・営業利益・販促費 ・媒体別の費用・反響・現調・契約 ・取れていなければ今月から計測	・ 単 ・ の ・		後に 減を 討

続きはレポートで

一番避けたいのは
一気に切って売上が落ちる
→ 怖くなってまた戻す
→ 社内に「やっぱり自社集客は無理だった」という認識が残る

20 件

90 日は「完成期間」ではなく、**「構造転換を始める期間」**と考える。

©2026 Game change Co., Ltd. ダウンロードレポート資料はデータ共有、二次利用は固く禁止しております

ポータルを減らす前の90日間 ｜ 続きは無料ダウンロードで