

FREE MANUAL 2026

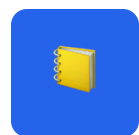
# "いい仕事"が伝わる 施工事例ページの作り方マニュアル

「写真を載せただけ」で終わっていませんか？  
反響が出る事例ページの構成と見せ方を解説

T

Trimora株式会社

2026年4月版



CONTENTS

# もくじ

01

## 施工事例が集客に直結する3つの理由

なぜ施工事例ページが工務店の最重要コンテンツなのか

P.3

02

## 事例ページの構成要素比較

最低限・標準・反響が出る——3段階の構成を比較

P.4

03

## 反響が出る事例ページの構成チェックリスト

問い合わせにつながる事例ページの必須要素

P.5

04

## 残念な事例ページ vs 反響が出る事例ページ

よくある失敗パターンと改善後の違いを対比

P.6

05

## 無料相談のご案内

施工事例が活きるHP制作のご相談はこちら

P.7

# 施工事例が集客に直結する3つの理由

工務店のHPで施主が最も時間をかけて見るのが施工事例。ここが弱いと問い合わせにつながりません。

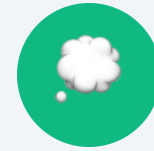


信頼の証明

## "実績"が信頼を最も早く伝える

工務店選びで施主が知りたいのは「この会社はどんな家を建てるのか」。施工事例は、言葉よりも雄弁に技術力と提案力を証明します。

事例の質と量が信頼度に直結



イメージ具体化

## 施主が"自分の家"をイメージできる

「こんな家に住みたい」と思わせる事例ページは、施主の夢を具体化します。要望・課題・解決策をストーリーで伝えることで、共感と問い合わせが生まれます。

ストーリー性のある事例が反響を呼ぶ



SEO効果

## 事例ページがSEOの主戦場

「〇〇市 注文住宅 事例」「平屋 施工事例」などの検索で流入を獲得できるのが事例ページ。適切な構成にすれば、長期的に集客し続ける資産になります。

事例1ページがSEOの1記事分の価値

# 事例ページの構成要素比較

同じ施工事例でも、どこまで情報を載せるかで反響は大きく変わります。

構成要素	最低限	標準	反響が出る
写真	外観+内観 数枚	各部屋+外観 10枚程度	ビフォーアフター含む20枚以上+動画
施主情報	エリアのみ	家族構成・延床面積	要望・課題・決め手まで記載
施工の特徴	記載なし	箇条書きで特徴を列挙	写真+解説で「なぜそうしたか」を説明
施主の声	なし	一言コメント	インタビュー形式で具体的なエピソード
問い合わせ導線	なし	ページ下部にリンク	事例ごとにCTAボタン+関連事例リンク
SEO対策	意識なし	タイトルにエリア名	地域名+建物種別+特徴をH1・metaに反映

※ 反響が出る構成にするほど、1事例あたりの制作工数は増えてますが、集客効果は長期的に持続します

# 反響が出る施工事例ページの構成チェックリスト

問い合わせにつながる事例ページに必要な要素を、コンテンツと構成の両面からチェック。

## コンテンツ要素

- 施主の要望・課題が明記されている
- ビフォーアフター写真がある
- こだわりポイントを写真+文章で解説
- 施主の声（具体的なエピソード）がある
- 間取り・延床面積・工期・構造が明記
- 使用した素材・設備の情報がある

## ページ構成・導線

- タイトルに地域名・建物種別を含む
- 写真が高画質で統一感がある
- スマホで見やすいレイアウト
- 事例ページから問い合わせへのCTA
- 関連する施工事例へのリンクがある
- 事例一覧からの絞り込み（種別・エリア）可能

## 事例制作のコツ

### 引き渡し時に取材

施主の感想は引き渡し直後が最も鮮度が高い。写真撮影と合わせてインタビューを行うのが効率的です

### テンプレートを用意

事例ページの構成テンプレートを決めておけば、毎回ゼロから作る手間がなくなり、品質も安定します

# よくある残念な事例ページ vs 反響が出る事例ページ

BEFORE

## よくある残念な事例ページ

 **写真を数枚並べただけ**  
何がこだわりなのか、どんな施主の要望だったのかが全く伝わらない

 **情報は面積と所在地だけ**  
施主像がわからず、見ている人が自分に置き換えて考えられない

 **施主の声がない**  
第三者の評価がないため、工務店の自己アピールにしか見えない

 **問い合わせ導線がない**  
事例を見て興味を持って、次のアクションがわからず離脱




VS



AFTER

## 反響が出る事例ページ

 **ストーリーで施工を紹介**  
施主の要望→プラン提案→完成まで、家づくりの過程が伝わる構成

 **施主像が具体的にわかる**  
家族構成・ライフスタイル・こだわりが見え、共感が生まれる

 **施主の声が具体的**  
「断熱性能のおかげで冬でも快適」など、具体的なエピソードが信頼感を醸成

 **自然な問い合わせ導線**  
「この事例について相談する」ボタンや関連事例リンクで次のアクションを促す

# 施工事例を 集客の武器に変える

せっかくの"いい仕事"が、ホームページで伝わっていなければもったいない。施工事例が活きるHP制作、まずは無料相談からお気軽にどうぞ。


- 1 お問い合わせ**  
フォームまたはメールで（約1分）
- 2 現状ヒアリング**  
現在の事例ページ・HPの状況をお伺い
- 3 改善ご提案**  
反響が出る事例ページの具体プランをご提示

## お問い合わせ

工務店向けHP制作のご相談はお気軽に

 trimora.co.jp

 info@trimora.co.jp

 tappuri.ai（HP制作サービス）

**無料相談を申し込む**

※ 相談は無料です。強引な営業は一切いたしません。