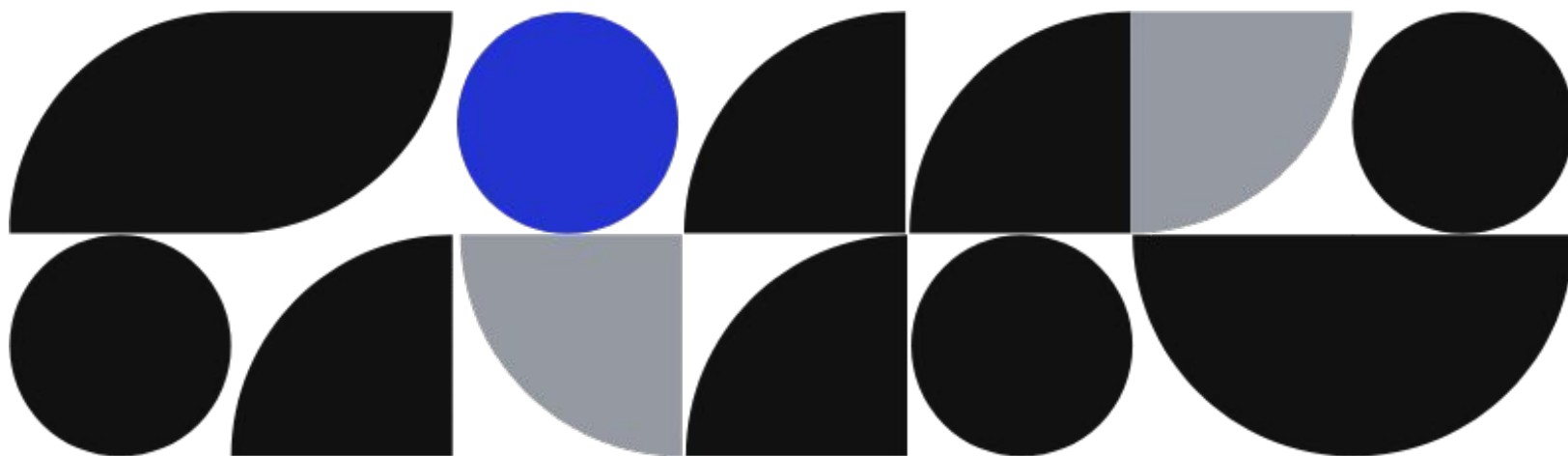


その作業、本当に必要？

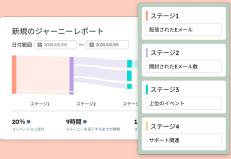
# 毎日を楽しむHubSpotの フォーム&CTA改善セミナー






はじめに

# HubSpotとは



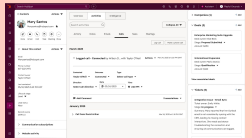
**Marketing Hub<sup>®</sup>**

- マーケティングオートメーション
- 広告最適化
- リードナーチャリング
- スコアリング
- SEO分析・AEO
- SNS投稿・分析 etc.



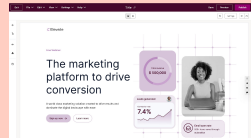
**Sales Hub<sup>®</sup>**

- パイプライン管理
- 予算/目標管理
- 見積り
- アクション通知
- 日報、ヒアリングシート
- ミーティング調整 etc.



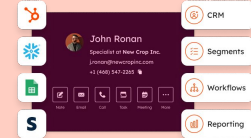
**Service Hub<sup>®</sup>**

- 問合せ管理
- FAQ、ナレッジ管理
- アンケート配信、計測
- カスタマーポータル
- チャットボット
- ヘルスコア etc.



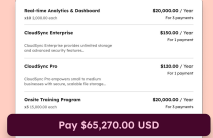
**Content Hub<sup>™</sup>**

- ウェブサイト作成
- ブログ作成、LP作成
- SNS投稿作成
- 広告クリエイティブ作成
- 音声、ポッドキャスト作成
- コンテンツ制御、ログイン etc.



**Data Hub<sup>™</sup>**

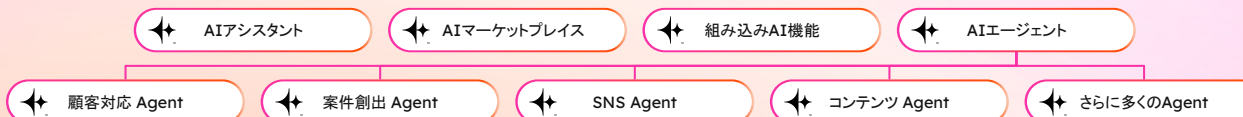
- 他システムとの高度な連携
- カスタムコード
- ワークフローの強化
- データ品質の管理
- 高度な計算レポート
- アプリ間双方向同期 etc.



**Commerce Hub<sup>™</sup>**

- 支払い管理
- 請求書発行
- 支払いリンク生成
- 見積テンプレート
- Stripe連携
- サブスクリプション etc.

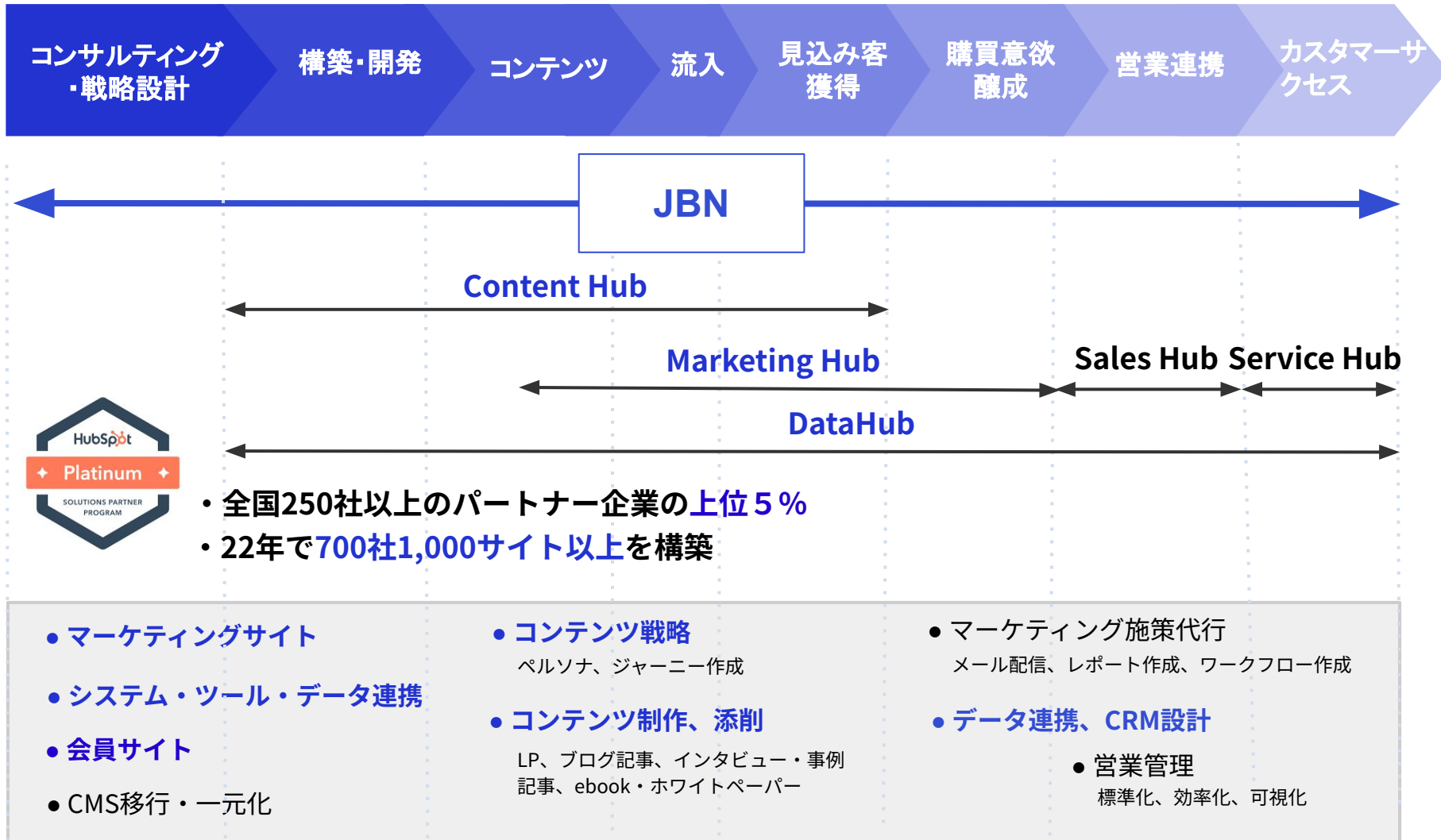
## Breeze<sup>™</sup>



## Smart CRM<sup>™</sup>

コンタクト管理	案件管理	レポート	ミーティング調整	チーム・権限	ファイル・ドキュメント
会社管理	タスク管理	ダッシュボード	メールテンプレート	カスタマーチケット	カスタムUI
リード管理	カスタムオブジェクト	ワークフロー	アクセスログ・監査履歴	動的・静的リスト	etc.

# HubSpotの導入・MA・SFA活用支援を中心に、 サイト制作、CRM設計、データ連携まで一貫して支援





株式会社JBN

阿部 寛樹

取締役 / ディレクター / 制作ユニットリーダー



株式会社JBN

稲田 英資

マーケティング・営業

## 現場の悩み & 実現したいこと。紹介と解決策

- **フォームの悩み**
  - 問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない
  - 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい
  - フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄
  - カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合
  - コンタクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています
- **CTAの悩み**
  - 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい
  - まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webにポップアップバナーを出したい



# 本日出てくるワード (HubSpotの基礎知識)

# オブジェクトとは

## オブジェクト=データを格納する「箱」

オブジェクトとは、顧客情報や商談情報など、ビジネスに関するデータを格納する「箱」です。

HubSpotの主要オブジェクトには、次のようなものがあります。

HubSpotの画面では [CRM (顧客管理)] から各オブジェクトを確認できます。



# プロパティとは

## オブジェクト内で管理される「情報の項目」

プロパティとは**オブジェクト内で管理される「情報の項目」**です。Excelでいう「列」や「見出し」にあたります。例えば、コンタクトオブジェクトには下記のプロパティがあります。

姓・名	顧客のフルネーム
会社名	顧客が所属している会社の名前
メールアドレス	顧客の連絡先のメールアドレス
住所	顧客の郵便番号、都道府県などの住所情報
コンバージョン日	ウェブサイトに訪れ、 フォーム送信などでコンバージョンした日付

### コンタクト

プロパティ

姓、名	山田 太郎
会社名	株式会社JBN
メールアドレス	yama@jbnet.jp
住所	長野県 長野市…
コンバージョン日	2025/8/10

各オブジェクトごとにプロパティが存在します。  
上図は [コンタクト] オブジェクト用のプロパティです。

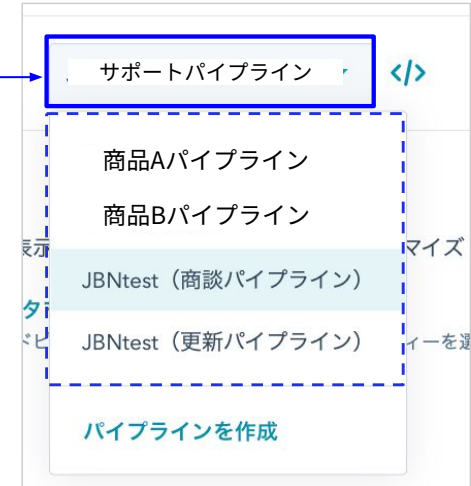
# パイプラインとは

## お客様の問い合わせ内容や案件を可視化したもの

顧客対応の場合はServiceHubの「チケット」、営業活動の場合はSalesHubの「取引」を活用します。

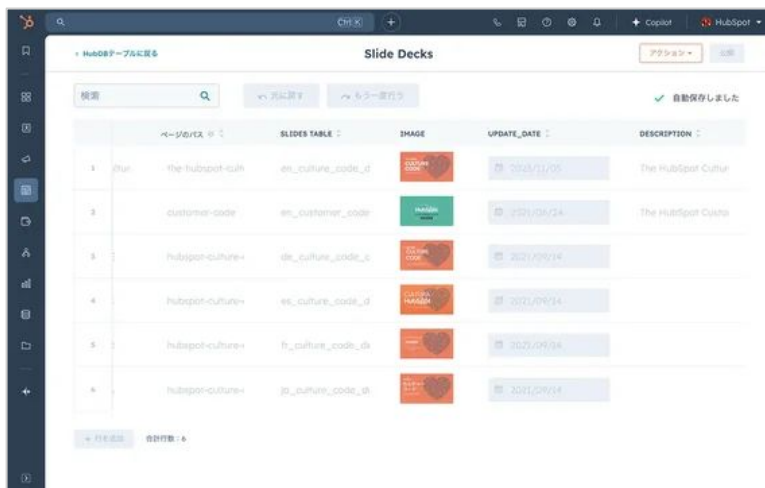
「ボード形式」で進捗状況を直感的に把握したり、「リスト形式」一覧で細かく管理したりできます。

問い合わせ内容や案件の種類によって、パイプラインを複数設定することも可能です。



## コンテンツを一括管理するデータベース機能 (Content Hub professional以上で活用可能)

HubSpot内でスプレッドシートのようにデータを管理し、動的なウェブページ生成やコンテンツの一括更新を実現するデータベース機能です。



ページID	SLIDES TABLE	IMAGE	UPDATE DATE	DESCRIPTION
1	the-hubspot-cult	en_culture_code_id	2021/11/20	The HubSpot Cultur
2	customer-code	en_customer_code	2021/01/24	The HubSpot Coun
3	hubspot-culture+	en_culture_code_s	2021/09/14	
4	hubspot-culture+	en_culture_code_id	2021/09/14	
5	hubspot-culture+	fr_culture_code_id	2021/09/14	
6	hubspot-culture+	jp_culture_code_id	2021/09/14	

HubDBでタイトルや画像、PDFファイルなどを一括管理  
画像引用 <https://www.hubspot.jp/products/cms/hubdb>

### 主な機能

#### データの構造化によるページの自動生成

- 1つのテンプレートとデータテーブルを連携させ、数千ページ規模のウェブページ (商品詳細ページなど) を自動で作成します

#### 一括更新

- テーブル内のデータを修正するだけで、そのデータを参照している全てのページに即座に反映されます

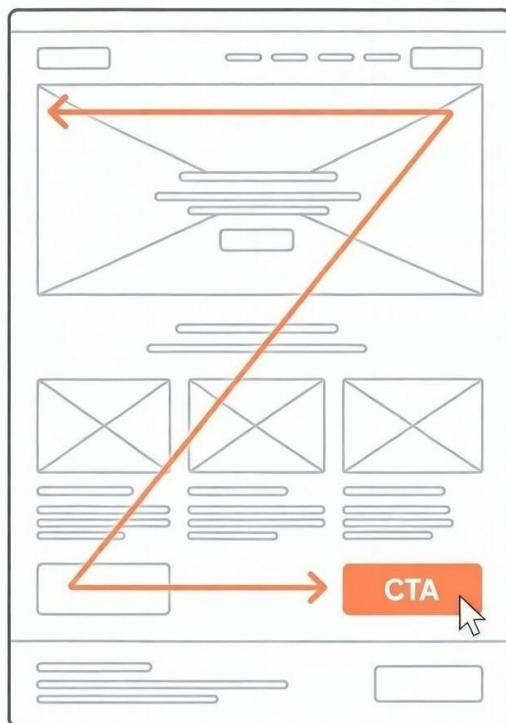
#### API連携

- 外部システムからデータを取り込んだり、高度なカスタマイズを行うためのAPIが提供されています。

# CTA作成ツールとは

## コンバージョンを最大化する「行動喚起」ツール

Web訪問者を「メルマガ申し込み」「資料請求」「見積依頼」「問い合わせ」などの具体的なアクションへ誘導し、リード（見込み客）への転換を促すための機能です。



### 主な機能

#### 多様なフォーマット

- 埋込ボタンだけでなく、ポップアップ、固定バナー、スライドインなど、目的に応じた形式をノーコードで作成可能

#### 高度なターゲティング

- 訪問者の属性（顧客ステージ、デバイスなど）や行動（ページスクロール率、離脱意図など）に合わせて、表示するCTAを出し分け可能（パーソナライズ）

#### A/Bテストと効果測定

- デザインや文言の異なるパターンをテストし、クリック数やコンバージョン率などのデータに基づいて最適化

- **フォームの悩み**
  - **問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない**
  - 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい
  - フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄
  - カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合
  - コントクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています
- **CTAの悩み**
  - 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい
  - まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webにポップアップバナーを出したい



**問い合わせフォームの履歴が上書き  
されて困っている。履歴が追えない。**

問い合わせの履歴が上書きされて困っている。  
ユーザー履歴が追えない。

## よくあるケース

1

### 最新の問い合わせで過去の履歴が消える問題

「課題A」の問い合わせをしたユーザーが数ヶ月後に「課題B」を問い合わせした場合、営業担当者は「過去の問い合わせ」を確認できないため（※）、顧客の解像度が下がった状態での対応となってしまう。

（※コンタクトのアクティビティでは確認できます）

2

### 複数イベントのアンケート回答が残らない

セミナーでのアンケート回答が次のセミナーの回答で上書きされるケース。「どのイベントで、何を、どのように回答したか」の履歴が残らず、イベントごとの満足度や要望が特定できなくなる。

問い合わせの履歴が上書きされて困っている。  
ユーザー履歴が追えない。

## チケットオブジェクトを活用しましょう

上書きされてしまうのは「問い合わせ内容（自動入力欄）」をコンタクトのプロパティで設定しているからことが原因（messageなど）

コンタクトのプロパティ（例：お問い合わせ内容）は常に最新の情報で上書きされる仕様になっています



履歴を残したい情報はコンタクトプロパティではなく、「チケットオブジェクト」のプロパティをフォームに使うことを推奨します（1年前の図面相談が重要な製造業など）

新規リード獲得特化型のビジネスであればその限りではありません

問い合わせの履歴が上書きされて困っている。  
ユーザー履歴が追えない。

HubSpot ナレッジベース『[チケットを作成する](#)』より引用

チケットを使用すると、1か所で顧客からの全ての問い合わせを整理し、時間を追ってトレンドを追跡することができます。チケットのインデックスページ、レコード、またはヘルプデスクから個別のチケットを作成できます。それ以外の場合は、ワークフローやサポートフォームを使って、チケットを一括作成できます。

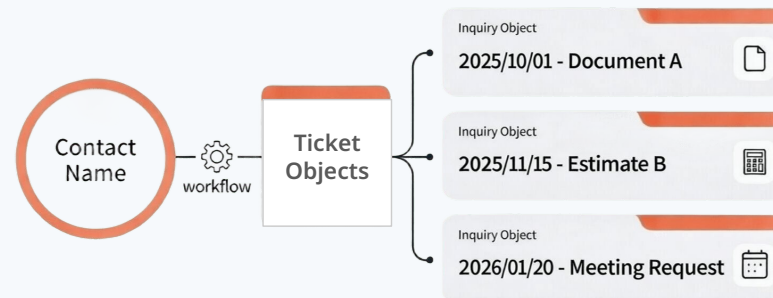
問い合わせの履歴が上書きされて困っている。  
ユーザー履歴が追えない。

## 今のフォームのまま解決したい場合は ワークフローでチケットを自動作成しましょう

### 仕組み

ワークフローを用意し、フォーム送信時に  
チケットオブジェクトへ格納する

想定：フォームの問い合わせ内容フィールドがコンタクト  
プロパティの「message」を使用しているケース



### 注意点

- チケットオブジェクトは無料版CRMから使用できますが、自動化機能（ワークフロー連携）を使用するには、Service HubのProfessional以上のプランが必要になります
- Marketing HubのProfessional以上でも自動化（ワークフロー連携）は使用できます。ただ、「複数のチケットパイプライン」が必要な際はService HubのProfessional以上が必要です

問い合わせの履歴が上書きされて困っている。  
ユーザー履歴が追えない。

1

チケットオブジェクトを活用する

2

Marketing HubのProfessional以上でもワークフローは使えるが、「複数のチケットパイプライン」が必要な場合はService HubのProfessional以上が必要

- **フォームの悩み**

- 問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない
- **製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい**
- フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄
- カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合
- コンタクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています

- **CTAの悩み**

- 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい
- まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webにポップアップバナーを出したい



**製品カタログまたはホワイトペーパーを  
一括でダウンロードさせたい**

## 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい

### よくあるケース

1

#### 「フォーム入力の離脱」による機会損失

3つの製品カタログをダウンロードしたいユーザーに、3回も同じフォームを入力させる苦行を強いており、途中で離脱されてしまうリスクが高い。

2

#### 使いづらさによる他社サイトへの流出リスク

建材・設備メーカーの設計士の場合、一度に10種類以上のカタログを必要とすることも珍しくない。こういった業種の場合、一括ダウンロードできないと「使いにくいサイト」という企業イメージを持たれてしまい、他社サイトを利用させてしまう。

## 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい

# カート機能を開発しましょう

カート機能の実装自体は制作会社に相談すれば問題ありません。

むしろ考えるべきは「**多種のドキュメントをどのように管理するか?**」です。

管理方法によってHubDBなのかブログに紐づけるのか等の仕様を考えることが重要です。

### 使用する機能

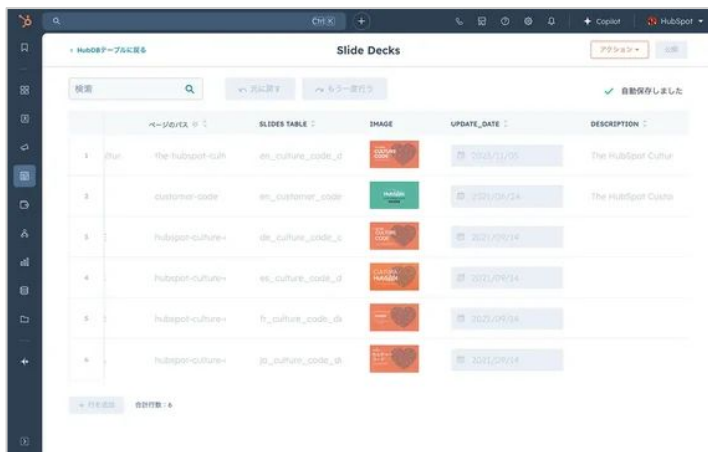
- Content Hub (Professional以上)
- HubDB (データベース機能) または ブログ機能の応用

# 製品カタログを一括でダウンロードさせたい (JBNの支援事例: HubDBで管理しているケース)

HubDB

カタログ一覧

カート追加



HubDBでタイトルや画像、PDFファイルなどを一括管理  
 画像引用 <https://www.hubspot.jp/products/cms/hubdb>



## HubDBを推奨するケース

- 対象ドキュメントが多い(100種類以上)
- ドキュメント別に個別ページをもつ必要がない(または大きく変化させる必要がない)
- CSVでの情報管理および登録、更新をやりたい

# JBN支援事例 株式会社クロス・マーケティング様

## Partnering for your best decisions.

全てはおお客様の最良の決断のために。

クロス・マーケティングは業界屈指の広範な調査リソースと洞察力で  
お客様と共に最適解を見つけ、課題を共に乗り越えます。


資料請求

ご相談・お見積

### クロス・マーケティングが 選ばれる理由

- 年間調査実績**12,000**件以上
- 日本全国対応  
世界10か国20拠点以上でリサーチ事業を展開
- 東証上場グループ  
グループ連携によるマーケティング一気通貫支援
- 国内最大規模  
1,446万人のアンケートパネル

詳しく見る

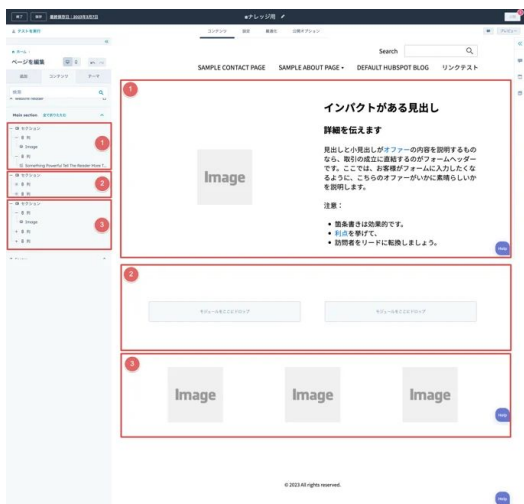
✦ 何でもご依頼ください... 

# ホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい (JBNの支援事例:ブログで管理しているケース)

Content Hub (ブログ)

ブローガー一覧ページ

フォーム



ブログでページを作成し、記事に PDFを紐づける

画像引用  
株式会社クロス・マーケティング様

JBNの実績ページ  
<https://www.jbnet.jp/portfolio/cross-marketing>

## —— ブログを推奨するケース

- ホワイトペーパー別に内容の異なる個別ページを持ちたい
- 絞り込み検索でホワイトペーパーを見つけさせたい
- ホワイトペーパーのための個別ページを集客にも使いたい

## 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい

1

HubDBで管理し、カート機能を開発することを推奨

2

資料ごとに詳細ページがある場合は、ブログ記事でも対応可能

3

目的によって実装方法が異なるので要検討

- **フォームの悩み**

- 問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない
- 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい
- **フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄**
- カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合
- コンタクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています

- **CTAの悩み**

- 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい
- まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webにポップアップバナーを出したい



**フォームが300個以上あって、  
たまにある更新や修正が地獄**

# フォームが300個以上あってたまにある更新や修正が地獄 (ひとつの修正で1週間分の業務時間が消失する)

## よくあるケース

1

### 「全フォーム一括修正」の絶望

「プライバシーポリシーの改定」や「サービス名の変更」が発生した際、300個のフォームを1つずつ手作業で開き、文言やリンク先を修正して保存・公開する作業に数日間拘束される

2

### 外部連携（API）の複雑化

Salesforceや基幹システムと連携している場合、300個のフォームそれぞれの「hiddenフィールド」や「タグ付け」の挙動を検証し続けるのが非効率

フォームが300個以上あってたまにある更新や修正が地獄  
(ひとつの修正で1週間分の業務時間が消失する)

## HubDBを活用しましょう

数百個のフォームをひとつずつ管理するのはナンセンスです。

1つの修正時間が10分として300個だと3000分（50時間）です。

約1週間分の業務時間が消失します

フォーム情報をデータベース（HubDB）で管理することで修正は「1行」の修正で完結します。また「行」を追加することで詳細ページとフォームがセットで自動生成されます。

### 使用する機能

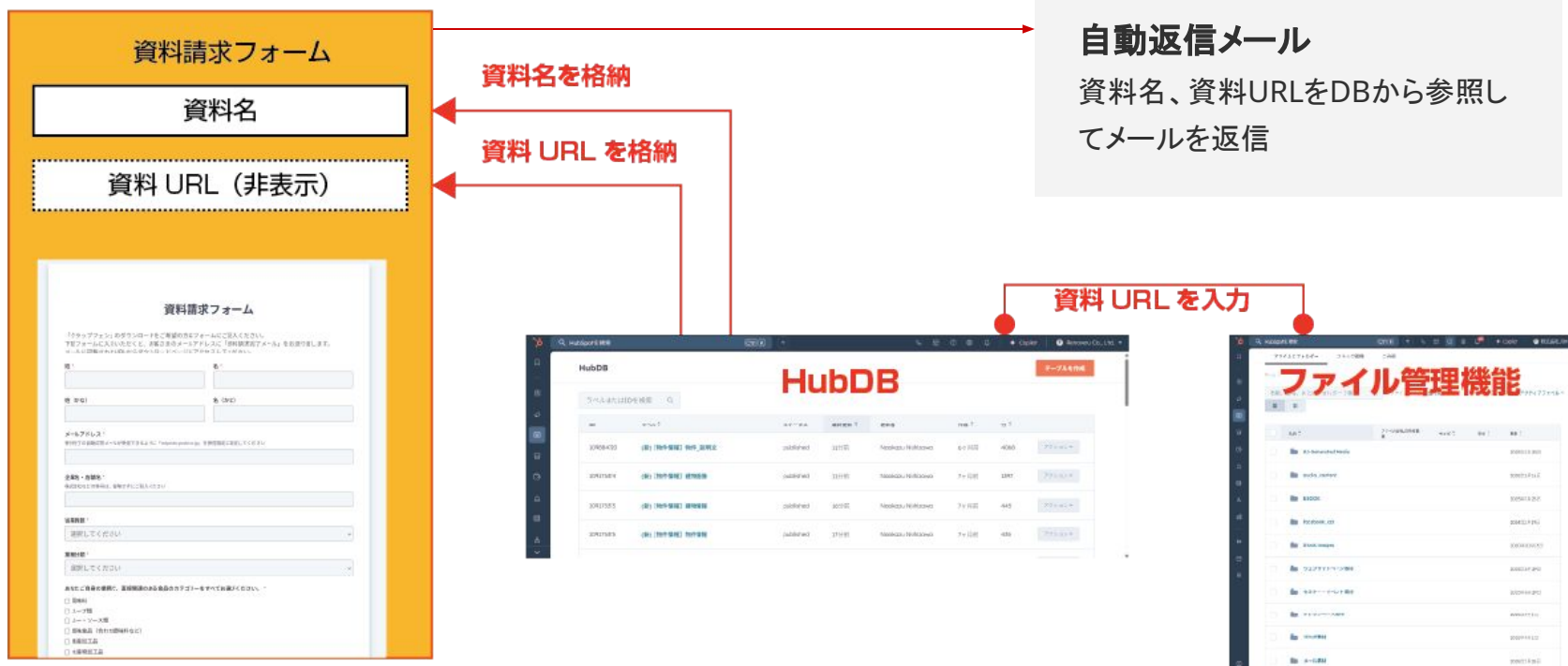
- HubDB（データベース機能）
- Content Hub（Professional以上）



# JBNの支援事例①

## 資料請求フォームが 300個以上あったケース

1. 資料のファイルをHubSpotにアップロードする
2. HubDBに「資料名」「資料URL」「ページURL」を入力
3. ひとつの資料請求フォームで完結。300個のフォーム修正地獄から解放



## フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄 ～注意点～

# フォーム集約にともなうトレードオフの関係とその対策

フォームを単独または少数にすると「フォームごとの送信数」だけでは個別の成果が見えにくくなるので対策が必要です。

## ページURLや製品IDでレポートをフィルタリングする

過去データを含めてページ別（製品別）に集計できるようになります。

※ 製品IDを利用する場合はHubDBにID項目を用意してください



例えば.....

「製品A」と「製品B」の紹介ページに同じ問い合わせフォームを置いている場合、URLのフィルタリング（または製品ID）でページ別の貢献度がわかるようになります。

## 事例②

# 法人向けオフィスの仲介を行う不動産会社の場合



画像はイメージ

## 事例② 不動産業のA社様 イベントフォームが1万種以上あったケース

サービスの選択  
(6種類)



エリアの選択  
(6種類)



店舗の選択  
(36種類)



希望日の選択  
(3種類)

**1万1664通りのフォームが必要だった**



- HubDBとJavaScriptの組み合わせで条件フィルタ機能を開発
- 1万個以上のフォームを1つに集約し、圧倒的な利便性を実現

### お客様の声

- 各地のショールームや説明会（イベント）の申し込みシステムの改修は最重要課題でした
- 旧イベントページでは、都道府県ごと、ショールームごと、日程ごとに分けられて、1万ページくらいあったので、ここは変えないといけないなど課題を感じていました

# 事例② 不動産業のA社様 フィルター条件機能開発の補足説明

イベント参加お申し込み

1. ご興味のあるサービスをお選びください 必須

駅近の新築マンション

郊外の一戸建て

駅近の中古マンション

中古の一戸建て

2. 参加希望エリアをお選びください 必須

東京都

3. ご希望のショールームをお選びください 必須

表参道店 渋谷店 銀座・有楽町店 新宿店

神楽坂店 お茶ノ水店 門前仲町店 目黒店

麹町店 吉祥寺店 オンライン（東京）

4. 日程をお選びください 必須

○ リクエスト可 △ 残りわずか × 受付終了

2026/02/17~2026/02/23

	2/17 火	2/18 水	2/19 木	2/20 金	2/21 土	2/22 日	2/23 月
10:00~	-	-	-	-	○	○	○
			×	○	-	-	-
14:00~	-	-	×	○	○	○	○
16:00~	-	-	-	○	○	○	○
18:00~	-	-	-	○	○	○	○
19:00~	-	-	×	○	-	-	-

進む →

お選びいただいたショールーム情報

1

HubDBに情報を登録  
(サービス、エリア、店舗、希望日)

2

DB情報を元にJavaScriptでフィルター条件を決定

3

条件にもとづいてHubDBから表示可能日を取得

4

取得した日時をカレンダーに表示

5

ユーザーが選んだ日時のデータをフォームにパス

## フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄

1

HubDBで管理をすることで共通のフォームで対応可能

2

可変部分だけ表示が切り替わるようにしましょう

- **フォームの悩み**

- 問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない
- 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい
- フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄
- **カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合**
- コンタクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています

- **CTAの悩み**

- 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい
- まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webにポップアップバナーを出したい



**カレンダー形式でイベント申し込み  
フォームは可能？**

**HubSpotのMTGリンクだと不都合**

# カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合

## よくあるケース

1

### 「定員管理」ができない

HubSpotのMTGリンクは担当者の空き時間を出すだけなので、「13時の枠に5組まで」といった定員設定ができず困っている。

2

### データが履歴として残りにくい

MTGリンク経由だと「アクティビティ」には残るが、プロパティとしての「次回訪問予定日」に自動で格納されにくいいため、来店直前の「リマインドメール」をワークフローで柔軟に組むのが難しい。

## カレンダー形式でイベント申し込みは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合

# イベントカレンダーフォームを開発しましょう

HubSpot標準のミーティングリンクは「営業担当者の個人ツール」として割り切るべきです。  
複雑なイベント予約や組織的な管理を行いたい場合、  
標準機能での無理なカスタマイズはやめ、「別の仕組み」を構築する必要があります。

### 使用する機能

- Content Hub (Professional以上)
- HubDB (データベース機能)
- カレンダー機能 (JBNの独自開発)



画像はイメージ

# JBN事例: イベントカレンダーフォーム (不動産業のA社様)

日時選択のカレンダーを表示

選択した日時データを保持

フォームに自動反映して送信

※画像はイメージです

## イベント参加お申込みフォーム

### お選びいただいたイベント情報

イベント	【住まいをお探しの方向け】無料個別相談会
開催ショールーム	表参道本社
選択いただいた日時	第1希望: 2026年02月21日 (土) 10時00分～ 第2希望: 2026年02月22日 (日) 14時00分～ 第3希望: 2026年02月23日 (月) 16時00分～

### お客様の情報をご入力ください

ご入力後、内容を確認の上「送信」をお願いいたします。内容を確認後、担当者よりご連絡差し上げます。

# HubDBで日時情報を一括管理。 情報更新の圧倒的な利便性を実現しました

## カレンダー形式でイベント申し込みは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合

1

カレンダー形式のフォームを開発することで、  
自社に合った予約方法が実現できます

2

必要な機能は開発することを検討しましょう

- **フォームの悩み**

- 問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない
- 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい
- フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄
- カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合
- **コンタクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています**

- **CTAの悩み**

- 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい
- まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webにポップアップバナーを出したい



**コンタクトの会社情報が  
正しく紐付かなくて困っています**

## よくあるケース

1

### 誤った営業担当への通知

本来「不動産」のリードなのに、ドメイン判定で「鉄道」の会社レコードに紐付いてしまう。その結果、鉄道担当の営業に通知が飛び、的外れなフォローが発生して顧客に不信感を与えてしまう。

2

### 見当違いな自動返信

セミナー参加後のフォローメールで、会社名のトークンを使用している場合、「〇〇（子会社名）様」と呼びたいのに、親会社の名称が挿入されてしまい、プロフェッショナルな印象を損なう。

## メールアドレスではなく法人番号で紐付けよう

### 正しく紐づかない理由

HubSpotの標準機能である「ドメインによる会社との自動紐付け」が、グループ企業やホールディングス体制という組織構造においては「データの混線」を引き起こしてしまう

### 解決策

- メールアドレスではなく法人番号での紐付けに変更しましょう
- 法人番号をもつ外部DBとフォームを連携させる（JBNのフォームは対応済みです）

比較項目	ドメインによる自動紐づけ(標準)	法人番号による紐づけ( JBN方式)
精度	グループ会社やフリーアドレスで誤認発生	13桁のIDで100%正確に特定
表記ゆれ	会社名がバラバラに登録されるリスクあり	登記上の正式名称で統一される
会社情報	ユーザーの入力に依存(ミスが多い)	APIから取得するため正確
ABMへの活用	データの信頼性が低く、手動修正が必要	即座に企業単位での集計が可能



[サービス](#)

[実績紹介](#)

[ナレッジ](#)

[ノウハウ資料](#)

[セミナー](#)

[会社情報](#)

[採用情報](#)

[コラム](#)

[お問い合わせ先一覧](#)

[会社案内ダウンロード](#)

# 対話から、導く。

あなたの会社の置かれた状況や体制を理解し、  
ビジネス成果を追求するパートナーになる。

会社名 \*必須

JBN

候補から選択してください ×

16件

株式会社JBN  
本社・長野オフィス  
長野県長野市南長野西後町1550

株式会社JBN  
東京オフィス  
東京都新宿区矢来町50-2

JBNインターナショナル株式会社  
本社  
東京都三鷹市下連雀3丁目35番1号ネオシティ三鷹ビル

選択してください

選択してください

対話の進め方 \*必須

選択してください

ご相談内容 \*必須

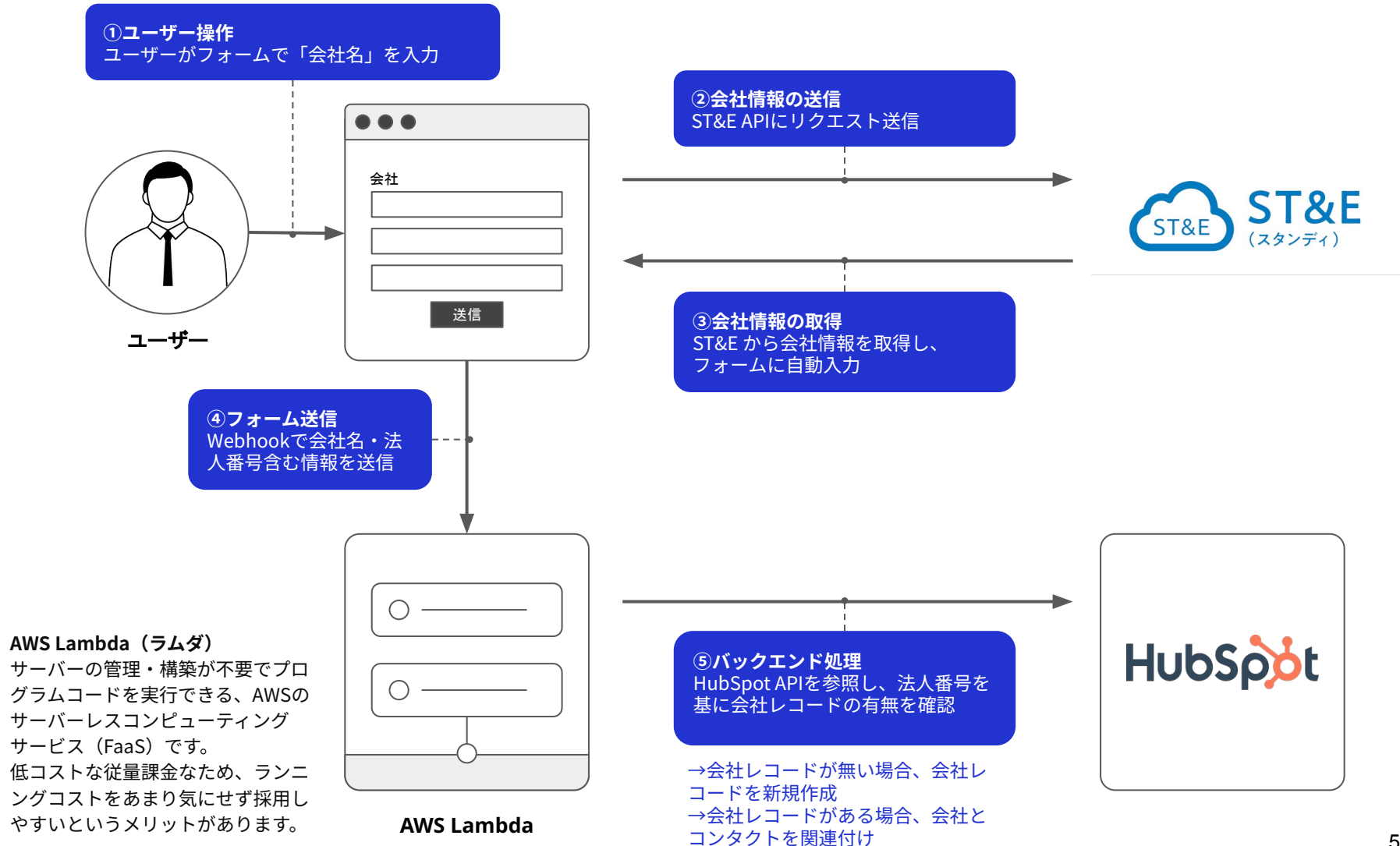
お問い合わせ・ご相談についてご自由にご記入ください



- 法人番号をもつ外部DBとフォームを連携させる
  - JBNは[入力フォーム支援ツール『ST&E\(スタンディ\)』](#)と連携しています
- フォーム内の会社名を「選択式」に変更する
- ユーザーが自社を選択した時点で、外部DBから法人番号を付与
- コンタクトのプロパティに法人番号を持たせる
- 既存企業の場合：法人番号が一致する既存の会社レコードにコンタクトを紐づける
- 新規企業の場合：法人番号を持った会社レコードを新規作成して紐づける

[実際のJBNフォームでお試してください](#)

# システム構成図の全体像



# ST&E(スタンディ)から取得できる項目

最大37項目取得 (2025/5/1時点)

法人名	法人名カナ	代表電話番号	郵便番号
都道府県コード	都道府県	市区町村コード	市区町村
番地	市区町村番地	法人番号	業種コード
業種区分	上場コード	上場区分	資本コード
資本区分	資本金	売上コード	売上区分
売上	従業員コード	従業員区分	従業員数
本市区分	HP_URL	代表FAX番号	登記情報フラグ
登記郵便番号	登記都道府県コード	登記都道府県	登記市区町村コード
登記市区町村	登記番地	登記市区町村番地	適格請求書発行事業者登録番号
学校コード			

[自動取得できる情報](#)

# コンタクトの会社情報が正しく紐付かなくて困っています

1

メールアドレスではなく法人番号で紐付けましょう

- **フォームの悩み**
  - 問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない
  - 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい
  - フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄
  - カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合
  - コンタクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています
- **CTAの悩み**
  - 数百種類ある製品カタログのDL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい(フォームを介さない場合)
  - まだHubSpotが入っていないグループ企業のWebにポップアップバナーを出したい



**数百種類ある製品カタログのDL数を把握したいがCTAだと管理が大変。  
通常ボタンにしたい  
(フォームを介さない場合)**

## 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいが CTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい

### よくあるケース

1

#### 単純作業によるパンク

新製品が10件出るたびに、HubSpotで10個のCTAを作成し、埋め込みコードを各ページに貼り付ける作業だけで数時間を費やす。「ただのリンクボタンなら1分で済むのに」という徒労感。

2

#### ネーミングルールの崩壊

数百個のCTAがあるため、「カタログDL\_最新」「カタログDL\_2024\_修正」といった命名が乱立。どのCTAがどの製品に対応しているのか集計時に判別不能になり、レポートの精度が著しく低下する。

数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいが CTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい

## HubDBでボタンを自動生成。 カスタムイベントを使えば通常ボタンもカウント可。

1. カタログ情報（PDFリンク、画像、資料名）をHubDBに登録
2. DBから情報を読み込み、Webページ側にボタンを自動生成させる
3. 計測用のカスタムイベントを作り、HubDBの「自動生成」に計測を組み込む
4. カスタムイベントでボタンクリック数をカウント
5. 必要があればワークフローでコンタクトプロパティに値を持たせる
  - a. 複雑な内容はData Hub Professional が必要になるケースも

### 使用する機能

- [Professionalプラン（Hubは問いません）](#)
- HubDB（データベース機能）

数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいが CTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい

## 製品オブジェクトを同時に作りたい場合、別の手段があります

- 製品が数百種類ある場合、コンタクトプロパティで製品情報を持たせることは現実的ではありません（数百種類のコンタクトプロパティが必要になるため）
- 製品オブジェクトを用意し、ボタンのクリックと起点としてコンタクトを自動で関連付ける必要があります

ボタンのカウントだけでなく、  
製品情報とコンタクトを関連付けたい

**HubDBとサーバレス関数の組み合わせで可能です。  
製品軸でのユーザー履歴が把握できます。**

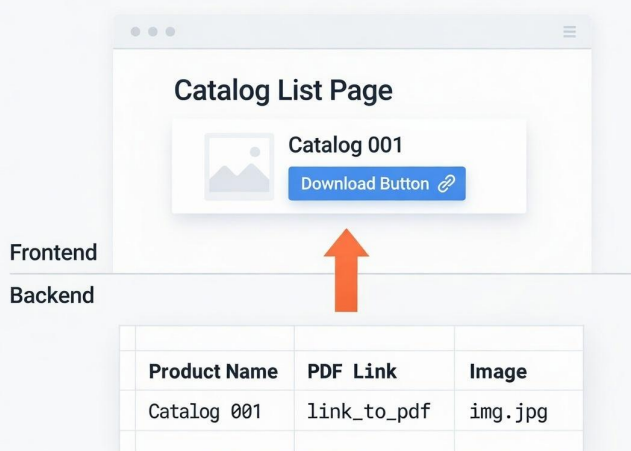
1. カタログ情報（PDFリンク、画像、タイトル）をHubDBに登録
2. DBから情報を読み込み、Webページ側にボタンを自動生成させる
3. DBを起点としてカスタムオブジェクトに製品情報を自動生成させる
4. サーバレス関数の機能で下記を開発
  - a. ボタンクリックを検知
  - b. 製品情報とコンタクトの関連付けを実行
5. 「関連付け数」をDL数とみなしたレポートが可能

#### 使用する機能

- Enterpriseプラン（Hubは問いません）のサーバレス関数機能
- HubDB（データベース機能）

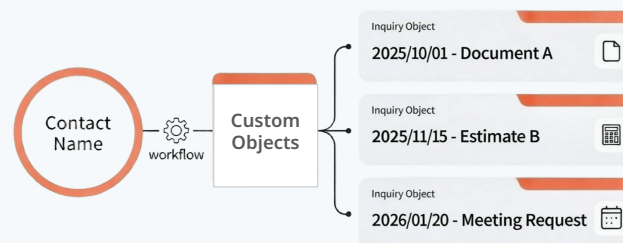
## ボタンのカウントだけでなく、 製品情報とコンタクトを関連付けたい

### HubDBでDLボタンを 自動生成するようにコーディング



- カタログ名、カタログPDF、画像を登録
- それらに紐づいたボタンを自動生成

### 製品とコンタクトの関連付けは サーバーレス関数を使って実行



### HubSpotのサーバーレス関数とは

HubSpotのインフラ上で実行されるサーバーサイド（バックエンド）のコードを記述・運用できる機能です。開発者は複雑な動的処理を実装できます。使用するにはEnterpriseのHubSpotプランが必須なのでご注意ください。詳細はHubSpotのパートナー企業に相談されることをお勧めします。

# JBN事例

## 株式会社高見澤(インフラセグメント)様



つくろう、今日を。  
TAKAMISAWA

プレキャスト  
コンクリート製品

インフラサイト

お問い合わせ

製品紹介 ▾ カタログ一覧 施工事例 CADダウンロード 比較表の依頼

ようこそ、さん 

### L型擁壁



**ハイパーロードL型擁壁**  
プレキャストL型擁壁

CADデータ [PDF](#) [DXF](#) [SFC](#) [P21](#) [DWG](#) [JWW](#)

PDFデータ [カタログ\(PDF\) !\[\]\(3d9fcf44dd0e1ecafdb084d82fe295fb\_img.jpg\)](#) [施工要領書\(PDF\) !\[\]\(e611c566b5cbd6afbf76ebcd5c002696\_img.jpg\)](#)



**ガードクリフ**  
車両用防護柵基礎一体型プレキャストL型擁壁

CADデータ [PDF](#) [DXF](#) [SFC](#) [P21](#) [DWG](#) [JWW](#)

PDFデータ [カタログ\(PDF\) !\[\]\(4278a610736a9f584395b91fc18223ac\_img.jpg\)](#) [施工要領書\(PDF\) !\[\]\(0a9e7bae50e0ccd424339d06ace6af66\_img.jpg\)](#)

#### 製品

- ▼ [L型擁壁](#)
- ▼ [擁壁-補強土壁](#)
- ▼ [側溝](#)
- ▼ [柵](#)
- ▼ [縁石-L型側溝](#)
- ▼ [河川](#)
- ▼ [カルバート](#)
- ▼ [貯留](#)
- ▼ [農業用水路](#)
- ▼ [CCBOX-景観製品](#)
- ▼ [その他工法](#)

CADダウンロードページ(会員ページのため通常は閲覧できません)

[非会員向け一般サイトはこちら](#)

# HubDBで管理した事例 (株式会社高見澤様: CADデータのダウンロードページ)



つくろう、今日を。  
TAKAMISAWA

プレキャスト  
コンクリート製品

インフラサイト

お問い合わせ

製品紹介 ▾ カタログ一覧 施工事例 CADダウンロード 比較表の依頼

ようこそ、さん

## L型擁壁

### ハイパーロードL型擁壁

プレキャストL型擁壁

CADデータ PDF DXF SFC P21 DWG JWW

PDFデータ カタログ(PDF) 施工要領書(PDF)

### ガードクリフ

車両用防護柵基礎一体型プレキャストL型擁壁

CADデータ PDF DXF SFC P21 DWG JWW

### 製品

- ▼ L型擁壁
- ▼ 擁壁-補強土壁
- ▼ 側溝
- ▼ 柵
- ▼ 緑石-L型側溝
- ▼ 河川
- ▼ カルバート
- ▼ 貯留
- ▼ 農業用水路
- ▼ CCBOX-景観製品
- ▼ その他工法

- 製品名、付随するCADデータ（6種類）、製品カタログ、施工容量書PDFを1行で管理
- 各ボタンが自動生成される
- サーバレス関数で製品とコンタクトを関連付け
- 製品を軸とした詳細なレポートングを実現

数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいが CTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい

1

カスタムイベントを使えば通常ボタンもカウント可

2

サーバレス関数で製品とコンタクトの関連付けも可能

2

Enterpriseプランを検討

- **フォームの悩み**

- 問い合わせフォームの履歴が上書きされて困っている。履歴が追えない
- 製品カタログまたはホワイトペーパーを一括でダウンロードさせたい
- フォームが300個以上あって、たまにある更新や修正が地獄
- カレンダー形式でイベント申し込みフォームは可能？ HubSpotのMTGリンクだと不都合
- コンタクトの会社情報が正しく紐づかなくて困っています

- **CTAの悩み**

- 数百種類ある製品カタログの DL数を把握したいがCTAだと管理が大変。通常ボタンにしたい(フォームを介さない場合)
- **まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webにポップアップバナーを出したい**



**まだHubSpotが入っていないグループ  
企業のWebにポップアップバナーを出  
したい**

# まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webに ポップアップバナーを出したい

## よくあるケース

1

### 「宝の持ち腐れ」状態

子会社サイトには月間で数十万単位のアクセスがあるのに問い合わせフォームしかなくリード化できていない。HubSpotのポップアップでホワイトペーパーを訴求すれば、グループ全体の共通リード（資産）にできるのに、と歯痒い思いをしている。

2

### クロスセルを狙いたい

ユーザーが子会社の「格安SIMサイト」を見ている時に、親会社の「クレジットカード」のキャンペーンを出せれば、親和性が高く、新規リード獲得が見込めるため。

3

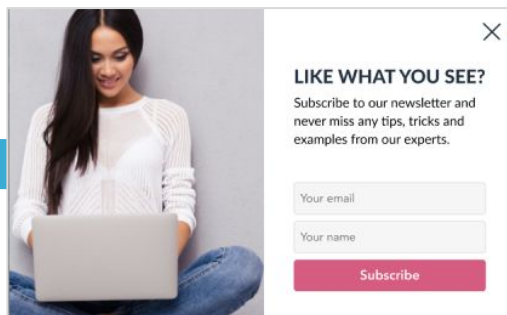
### ブランドの信頼性をしたい

立ち上げたばかりの自社サイト（子会社）にはトラフィックがないが、親会社の巨大なコーポレートサイトには毎日大量のユーザーが訪れるため、そこからの導線を作りたい

# グループ企業の Webサイトもプロモーションに活用できる

Marketing Hub 導入済み  
またはContent Hub 導入済み

グループ企業のサイト



HubSpot

1. CTA機能でバナーを作る
2. トラッキングコードを該当サイトに埋め込む
3. グループ企業のサイトに表示される
4. クリック数やフォーム送信はHubSpot側のCTAページで把握できる

## まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webに ポップアップバナーを出したい

# CTAのポップアップ機能で解決できます

「トラッキングコード」をグループ企業のWebサイトに埋め込むだけで、  
HubSpotのポップアップやCTAを表示させることが可能です。

- グループ企業のWebサイトをHubSpot（Content Hub）に移行する必要はありません
- グループ企業のWebサイトを移行せずとも、HubSpotの「機能」だけを使用可能です
- ポップアップバナーだけでなく、ポップアップフォームでもOK

### 使用する機能

- Marketing Hub（Starterプラン以上）
- または Content Hub（Starterプラン以上）

# まだHubSpotが入っていないグループ企業の Webに ポップアップバナーを出したい

1

CTAのポップアップ機能で実現可能

1

**実装前の設計が重要**  
最初に仕組みさえ作ってしまえば、毎日の運用が楽になる

2

**Marketing Hub 以外も活用**  
特に、Content HubのHubDBはフォームのお悩み解決に役立つ

**煩雑な手作業に追われる状態から抜け出し  
本当に取り組みたいマーケティング活動に  
時間を割けるように**

96,000 / 月～



新規のジャーニーレポート

日付範囲 2025/02/05 ~ 2025/02/05

20% ●  
コンバージョン合計

9時間 ●  
ジャーニーを完了するまでの時間

- ステージ1  
配信されたEメール
- ステージ2  
開封されたEメール数
- ステージ3  
上位のイベント
- ステージ4  
サポート関連

**Marketing Hub®**

- マーケティングオートメーション
- 広告最適化
- リードナーチャリング
- スコアリング
- SEO分析・AEO
- SNS投稿・分析 etc.

+

54,000 / 月～



Elevato

The marketing platform to drive conversion

A world class marketing solution created to drive results and dominate the digital landscape with ease

Level generated  
\$500,000

Conversion  
7.4%

Small open rate  
100% Open Rate Energy

**Content Hub™**

- ウェブサイト作成
- ブログ作成、LP作成
- SNS投稿作成
- 広告クリエイティブ作成
- データベース管理 (HubDB)
- コンテンツ制御、ログインetc.

**HubSpot for Marketers 108,000 / 月～**

すでにMarketing Hubをご利用の方は  
月額12,000円プラスすればContent Hubも利用可能なのでおすすめ



# JBNからのご案内



**本日は当セミナーにご参加くださり、  
誠にありがとうございました！**



**株式会社JBN**  
© 株式会社JBN

東京オフィス  
〒162-0805 東京都新宿区矢来町 50-2

長野オフィス  
〒380-0845 長野県長野市西後町 1550