

株式会社澤村商店  
代表取締役社長 澤村幸夫  
企画担当 澤村のぞみ



事例紹介

## 株式会社澤村商店

「娘の方がターゲットの年代に近いので、Webサイトのフルリニューアルは任せています」と話す澤村幸夫社長。自社内でサイト運用を行っていくことが当面の目標。

# ターゲットに合わせたコンテンツマーケティングで「封筒のことなら何でも分かる」Webサイトを目指す

各種封筒の製造を手がける企業。主要取引先からの受注量が漸減しているため、デジタルマーケティングで新たな販路の開拓を目指す。既存のWebサイトを反響の大きいターゲットに合わせて改修し、ブログ記事も作成。サイト運用を自社内で行う体制づくりに取り組む。

### 本事業に申し込んだ背景

#### 主要取引先からの受注減に対応し販路を開拓

当社は1974年の創業から、窓付き封筒を中心とした各種封筒の製造を手がけております。メインの取引先は業界大手の紙製品メーカーです。長いお付き合いを続けていますが、ここ10年ほどは受注量が毎年1~2%ずつ減少しています。このままでは事業規模の縮小が予想されるため、新たな販路の開拓が当面の課題になります。

以前から、営業先で「Webサイトはないの?」と聞かれることが多く、サイトの必要性は感じていました。実はこれまで、自社サイトを持っていなかったのです。

#### Webサイトを制作したものの、効果は振るわず

中小企業庁の事業再構築補助金が採択され、2022年秋に、

販路を開拓することを目的とした自社サイトとECサイトを制作しました。サイトを作る際に想定したターゲットは私と同じ60代の経営者です。ITが苦手な方々を想定していました。そのため、サイトのトップページから封筒を注文できるようにレイアウトし、欲しい封筒が決まっていれば、すぐに見積り・発注ができる構造にしました。

自分なりに熟考した仕組みにしたのですが、効果は思わしくありません。PVは月100~200ほど、リスティング広告を利用しても最大300程度でした。新たに取引が始まった企業が2社、単発の発注が10件ほどありましたが、売上の減少をカバーできるほどではありません。まずは多くの方にサイトを見てもらいたい、そのための知恵を借りたいと考え、公社のハンズオン支援(アドバイザーが専属で継続的に支援)に申し込みました。

