



事例紹介

## 株式会社澤村商店

自社ブランド『東京封筒』の顧客対応をはじめ、製品の企画やデザインを担当している澤村のぞみさん。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）を利用し、初めてデジタルマーケティングに取り組んでいる。

# Webサイトの改修が最優先 次のステップではWeb広告運用とSNSに挑戦

各種封筒の製造を手がける株式会社澤村商店。主要取引先からの受注減少をカバーするため、Webサイトからの受注を増やす施策に取り組んでいる。効果分析やWeb広告運用なども自社内で行う体制の構築を目指す。

### 取り組みの進行状況

#### 思いのほか難航した制作会社の選定

2023年中にWebサイトの改修を終え、翌年1月からはWeb広告やSNSの運用などを行う予定でしたが、進行が1か月ほど遅れそうです。リスケジュールの主な理由は、制作会社の選定に時間をかけたことにあります。アドバイザーに制作会社の選び方を教えていただき、社内で協議を重ね、法人2社と個人にオファーしました。提案された内容と見積りをアドバイザーと精査し、社内で協議・決定するまで1か月ほどを要したのです。不慣れなこともあったのですが、実作業を行う制作会社の選定は重要なポイントと考えていましたので、時間をかけて検討しました。結果、良い制作会社に出会えたと思っています。

#### さらに大がかりなサイト改修を決断

当初は既存サイトの内容を活かした小規模な改修を考えていましたが、制作会社からの提案内容が充実していたので大がかりな改修に踏み切りました。トップページの機能面を強化し、分かりにくかった商品や見積りへのアクセスを改善。スクロールを抑えて階層を増やしました。結果、新規で制作するページが大幅に増えましたが、アドバイザーも賛成してくれています。制作担当者は女性で、年代や嗜好がペルソナに近いので、彼女のアイデアは的を射ておりとても新鮮です。

#### 公社支援のもとで取り組んだ感想

#### ブログ作成や広告運用、SNSにも取り組む

Webサイトの改修と並行して、ブログ記事の作成も進めてい

ます。ブログを書くのは初めてなのでこちらも時間がかかっていますが、アドバイザーにサポートしていただき、最初のテーマは「紙や封筒の基礎知識」とすることに決めました。改修したサイトには、同じテーマで3本の記事を掲載する予定です。

また、解析ツールの使い方やWeb広告の運用方法も教えていただいております。特に検索広告は、キーワードの選び方でサイトへのアクセス数が大きく異なってくるようですから、トライ・アンド・エラーを繰り返していくしかないと思っています。さらに、専門家派遣ではSNSの運用についても学ぶ予定です。アドバイザーは、サイト改修の予定変更に合わせてフレキシブルにスケジュールを調整してくれていますので非常に助かっています。

## プロのノウハウとユーザー目線を活かす

Webデザインの専門家派遣も利用しました。デザインフォーマットの資料などを用意していただき、実践的なスキームをしっかり習得しました。今でもその資料を参考にしながらサイトデザインを進めています。私はデジタルマーケティングの初心者ですが、「サイトづくりで重要なのはユーザー目線。初心者の感覚はメリットと考えてください」というアドバイザーの助言がモチベーションの支えになりました。



現行Webサイトのお問い合わせは月に数件ほど。ほとんどが今回想定しているターゲットの20~40代女性で、仮説の正しさが裏付けられている。

## これまでの成果と今後の展開 意識変革が一番の成果

ハンズオン支援を受けるまでは、デジタルマーケティングは専門性が強く難解な分野で、自社内で取り組むなど夢物語だと考えていました。しかしアドバイザーから、会社の規模やリソースに合わせた多くの施策の提案があり「私たちにもできる」ことを教えていただきました。この意識変革こそが一番の成果だと思っています。

また、Webサイトの情報提供におけるユーザー目線の大切さも実感しています。それまでは企業目線でのカタログ的な製品説明に終始していました。アドバイザーの「ユーザーは何



Webサイトの改修、分析ツールの使い方、更新の仕組み、広告運用、SNSなど、アドバイザーとのミーティングで方向性を決めていく。「初心者にもしっかり伴走してくれるアドバイザーの存在はとてもありがたい」と話す澤村幸夫社長と澤村のぞみさん。

らかの『悩み』を持ってサイトを訪れていることを忘れないでください」という言葉は、私たちの指針になっています。ユーザーの『悩み』に答えるサイトに仕上げていきます。

## 制作会社との連携で運用体制を確立

近々、制作会社よりサイト改修後のデザイン図が提案されるとワイヤーフレームが完成する予定です。その後、アドバイザーとWebデザインの専門家に確認していただき、手を加えながら他のページも進めていきます。ブログ記事の作成、広告の運用も準備段階に入っており、さらに忙しくなりそうです。支援が終了する2024年2月までアドバイザーから多くの知識と実践法を習得し、その後は制作会社と二人三脚で運用体制を確立していきます。(2023年12月時点の情報です)

■事業内容：各種封筒の製造販売 ■設立：1974年 ■住所：東京都台東区今戸2-27-4

HP：<https://tokyofuto.com/>



ECサイト：<https://tokyofuto.shopselect.net/>



## 前向きな姿勢と判断力で デジタルマーケティングを推進

ハンズオン支援で印象的なのは、澤村社長の「即断即決」のスピード感です。Webサイトは当初の想定よりも規模の大きい改修となりましたが、決裁に迷いはありませんでした。デジタルマーケティング施策に大きな期待を持っていることが感じられます。また、澤村めぐみさんの企画力とコンテンツ制作力もこれから存分に発揮していただく予定です。ブログ記事は効果を検証しながら修正することができますので、まずは3本のアップを目指します。

デジタルマーケティング・営業DXサポートプログラム  
アドバイザー 石井 里幸

