

## Diana Trading TOKYO

2018年にコルク製品の輸入・販売事業を立ち上げた高谷さん。2023年6月からハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）を活用し、ブログコンテンツの更新、SNSの活用、動画制作などに取り組んだ。

# Webサイトの改修とSEO対策などにより お問い合わせと受注を獲得

Diana Trading TOKYOはコルク製品や素材の輸入・商品企画・販売を主力事業としている。新規顧客の獲得は、展示会やイベントが中心になっており、今回の支援も展示会展に向けて、Webサイトの内容を充実させることが主な目的だった。ハンズオン支援で予想を超えるお問い合わせや受注を獲得している。

### 本事業に申し込んだ背景

#### サステナブルなコルク製品を卸販売

Diana Trading TOKYOは、ポルトガルからコルク製品や素材を輸入し、メーカーや小売店、雑貨店などに卸販売しています。ポルトガルは世界有数のコルク輸出国で、原料となる「コルク櫨」の管理が徹底されており、またコルクは木を伐採することなく採取できることから環境負荷が少なく、SDGsにも貢献できる素材として注目されています。新規顧客の獲得は展示会やイベントなどが中心で、対面での営業活動からお取引が始まる場合が多いです。

#### Webサイトの方向性に悩み支援を申請

従前の自社サイトは、起業した2018年に知り合いに制作してもらいました。しかし、自分では思うように更新ができず、

掲載されている情報が古いままでした。そこで思い切ってリニューアルすることを決意しました。2022年から改修の準備に着手したものの、どのようなサイトにすべきか方向性に悩んでいました。そんな時に会社のハンズオン支援を知ったのですが、最初は「小規模事業者が申請して良いのか？」と不安で、窓口に電話で相談したほどです。「事業規模の大小は問いませんよ」と丁寧にご対応いただき、すぐに申請しました。

### アドバイザーによるハンズオン支援の内容

#### 改修後のWebサイト運用と展示会への助言

ハンズオン支援の開始は2023年6月下旬です。実はその時すでにサイトの改修を外部の制作者に依頼した後で、完成予定は出展を予定している展示会直前の7月中旬でした。アドバ

イザーには初回のミーティングで「納品時のチェック事項」「サイト改修後に更新すべき項目」「更新作業をする際の注意点」、さらに「SEO対策」などの助言をいただきました。展示会のブースにも足を運んでいただき、ブース内の目立つところにサイトのQRコードを掲示するよう助言をいただきすぐに対応しました。

## 知識を習得しながら施策を実施

展示会の終了後、サイトのブログ記事更新とSNSでの発信を中心にロードマップの作成に取り組みました。通常はハンズオン支援の開始時にロードマップを作成するようですが、アドバイザーにはすでに進行していたサイト改修と展示会のスケジュールに合わせ、柔軟に対応していただきとても感謝しています。並行してデジタルマーケティング導入スクールや動画制作の専門家派遣も利用し、習得した知識を実際の施策に取り入れています。



コルクレザーを使ったブックカバーと小物入れトレー。コルクは原料がコルク樅の樹皮であるため伐採せずに済むだけでなく、皮を剥いた木は二酸化炭素を通常の3~5倍吸収するため、地球環境への貢献度が高い素材。

## 具体的な販路開拓への取り組み

### 専門家派遣を活用して新たな施策に挑戦

ブログ記事やSNSの投稿は、アドバイザーからの「普段から情報のネタを見つけ記録しておく」という助言を実践して、SEOを考えながら数本を作成して情報発信を行ってみました。また展示会の際、外注して作成したプロモーション動画が効果的だったので、今後のことも考えて内製に挑戦してみました。アドバイザーから「動画は、まずは品質よりも本数を重視しましょう」との助言を受け、地道に取り組んでいます。

専門家派遣は、プレスリリース、ブランディング、オンライン営業を利用しました。こちらは各分野の専門家から実践的なことを習得できるマンツーマンのプログラムですが、たとえばプレスリリースの専門家からは、メディアが取り上げたいテーマなどたくさんの知識と気づきを得ることができました。取り組む施策に合わせアドバイザーと相談しながら内容を決めることができるので非常に助かっています。

## デジタルマーケティングの効果

### お問い合わせと受注を獲得



高谷さんは「新規顧客の獲得とともに、既存のお客様に最新情報を発信し続けるためにもデジタルの力は必要」と語る。

ハンズオン支援で動画の内製にも取り組めたことは大きな収穫でした。当初は、動画内に自分が登場するのを躊躇していたのですが、アドバイザーから「代表者が顔を出すことで事業の信頼感が向上する」との助言をいただき、思い切って顔を出してMCを行い、数本の動画を作成してみました。すると再生回数が100回を超える動画も出始め、サイト経由のお問い合わせや受注も順調に増えていきました。また、お客様から動画の感想をいただく機会もあり、代表者が顔を出すことの重要性を実感しています。

## Webサイトは24時間働く営業社員

アドバイザーから「Webサイトは24時間働く営業社員」と言われたことが今でも印象に残っています。実際、改修後のサイトは「営業社員」の役を担っており、問い合わせフォーム経由での顧客獲得が順調に増えています。ハンズオン支援が終了する2月までにはSNS運用にも取り組んでいく予定です。(2023年12月時点の情報です)

■事業内容：コルク製品や素材の輸入・商品企画・販売 ■創業：2018年3月 ■住所：東京都中央区銀座1-22-11 銀座大竹ビジデンス2階

HP：<https://dianatrading.tokyo>



### 危機感とスピード感、 制度を使い切る気概が成果に つながりました

支援開始から1か月弱でWebサイト改修というタイトなスケジュールでしたが、高谷さんは危機感とスピード感を持って計画を実行していきました。ハンズオン支援15回、専門家派遣5回の枠をきっちり使い、支援を受けたからには必ず成果を出すという気概を感じます。効果が出るまで早かったのは、商材の魅力や時代性、そしてデジタルマーケティングに取り組む高谷さんの積極的な姿勢と実行力が要因だと思います

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

