



「複数の解析ツールにより『訪問者の姿』が明らかになることで、自社の予測とのギャップに気づき、真の課題や取り組みの方向性が『可視化』されたことは大きな発見でした」と吉村代表。

解析ツールを駆使して顧客需要を分析 優れた技術力と実績を背景に Web上に「新たな市場」を創り出す挑戦

ニッチ市場ながら、あらゆる産業に欠かせない光学部品や光学機器の開発・製造・販売を手がける株式会社ルケオ。国内のみならず、海外にも販路を拡大するなか、さらなる市場開拓を目指して企業サイトをベースとしたデジタルマーケティングに取り組む。

本事業に申し込んだ背景

あらゆる産業を支える光学製品専門メーカー

当社は光学製品の専門メーカーとして、顕微鏡や産業機器に使われる偏光板や波長板をはじめ、主力商品である歪検査器や光学センサーなどの光学検査機器までさまざまな光学製品を提供しています。我々の強みは、顧客のニーズに合わせて個別に開発・カスタマイズした製品を一貫体制で提供できることです。医療や企業の研究・製造部門をはじめ、国内外を問わず、あらゆる産業分野でお使いいただいています。

企業サイトのブラッシュアップが課題

長年の顧客が多い一方、当社や製品の認知を高めてさらに世の中に貢献したい想いもあり、以前からデジタルマーケティング強化の必要性を感じていました。Webは24時間365日営

業してくれる非常に魅力的なツールです。しかし、当社製品を利用する業界は多岐にわたるため、ターゲットの絞り込みが難しく、またWeb上で当社の技術力や製品の魅力をどう伝えるかという課題もありました。すでに企業サイトの改修に着手はしていましたが、アクセス解析やさらなるサイト改善のPDCAを回していくノウハウが不足していたため、ハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）に申請しました。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

複数の解析ツールから課題と方向性を明確化

アドバイザーと協議を重ね、企業サイトの制作運用を内製化することにし、営業、技術、管理などの従業員から成るプロジェクトチームを立ち上げました。まずは、Googleアナリ

ティクスなど複数の解析ツールの使用方法を教えていただきながら、ユーザーの属性や行動、離脱率、検索キーワードなどを分析し、課題の特定とコンテンツの整理に取り組みました。憶測や議論ではなく、解析により「訪問者の姿」が明らかになることで、自社の予測とのギャップに気づき、真の課題や取り組みの方向性が「可視化」されたことは大きな発見でした。



偏光板、波長板といった光学製品、歪検査器に代表される光学検査器。株式会社ルケオは「機械の目」とも呼ばれる産業機器のレンズやセンサーなどを提供する光学製品のスペシャリスト。

具体的な販路開拓への取り組み

コンテンツマーケティングで新市場の創出を

今回、アドバイザーと共に取り組んだのは、「Webを通じて新たな市場を創出する挑戦」です。

一般的にWebサイトへの集客において、その目的はお問い合わせや資料請求といったWeb上の成果（CV:コンバージョン）の向上にあります。しかし当社の目的は「潜在顧客に広く訴求する」ことであり、その施策の一つがブログによるコンテンツマーケティングになります。アドバイザーの「デジタルマーケティングはマッチングの世界」という助言は特に印象に残っています。

たとえば<歪検査器>と検索すると、当社製品や他社製品、さらには歪みや検査器にまつわる関連ワードの検索結果が表示されます。そこで「この製品はこのような使い方もできます」という新たな顧客需要をブログで発信することで、当社を知らない潜在顧客層をサイトに誘導するのが狙いです。その準備として、競合企業の既存コンテンツを調査して自社製品の立ち位置を見極め、当社を知らない人にも伝わるキーワード選びや需要にマッチする内容などを協議しています。

デジタルマーケティングの効果

伴走型のサポートが原動力に



デジタルマーケティングを推進するプロジェクトチーム。(写真左から：管理部 飯塚さん、吉野アドバイザー、営業部 藤原さん、吉村代表、営業部 高橋さん、営業部 真野さん、技術開発部 児玉さん)

ハンズオン支援により、当社はデジタルマーケティングへの取り組みに大きく踏み出しました。「Googleアナリティクスとは？」からスタートした我々が、アドバイザーのサポートのもと、現在では複数の解析ツールを扱い、施策の基礎となるアクセス解析を行えるようになりました。取得したデータを分析して、抽出した課題を可視化し、注力していくタスクを整理できたことが最も大きな成果です。

技術力を基盤に当社が築いてきた実績やブランドをデジタル施策でどのように発信していくか。短期的な売上だけでなく、より深い価値を提供するための挑戦への第一歩に大きな手助けを感じています。

今後はCRM（顧客関係管理）にも取り組む予定です。（2024年1月時点の情報です）

■事業内容：光学部品及び機器の設計、製造、開発、販売 ■設立：1966年9月 ■資本金：4,000万円 ■住所：東京都板橋区大井町30-9

HP : <https://www.luceo.co.jp/>



全社員が心をひとつに それがデジタルマーケティングに挑む 重要なポイントです

「デジタルマーケティングは全社員で取り組みたい」とおっしゃる社長の言葉通り、プロジェクトチームを中心に社員が一致団結して取り組む企業姿勢は素晴らしいと思います。社内の協力を得るのが難しいという企業が多いなか、内製による企業サイトのブラッシュアップやブログコンテンツの充実化も着々と進んでおり、アドバイザーとしてやりがいのある企業です。

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 **吉野 太佳子**

