

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

株式会社 澤村商店

事例紹介

株式会社澤村商店

Webサイトの改修では、アドバイザーや専門家派遣での助言を取り入れ、「自社の技術的な強み」や、「お客様から選ばれる理由」に関するページも新設し、さらなる充実化を図ることになった。

Webサイト改修と並行してWeb広告運用にも挑戦 自走体制の整備に動き出す

Webサイトからの受注を増やすため、ターゲットの悩みに寄り添うコンテンツの充実など「封筒のことなら何でも分かるサイト」を目標とし、サイトのリニューアルを進めている。並行してWeb広告の取り組みもスタート。早期の社内運用を目指して体制を整えている。

取り組みの進行状況

サイトのリニューアルは大詰めの段階

Webサイトのリニューアルは、大詰めの段階に入っています。アドバイザーと、さらに専門家派遣を活用してWebデザインの専門家にも助言をいただきながら、大枠のデザインは完成しました。現在は社内にてコンテンツの原稿作成を進めているところです。書いた原稿を制作会社にチェックしてもらったり、インタビューを書き起こしてもらったりなど、プロの力を借りながら進めています。サイトのリニューアル時期は2024年2月を予定していましたが、3月下旬まで延びそうです。せっかくリニューアルするのでですから、完成を急ぐよりもコンテンツの内容を充実させることにしました。

ユーザーの不安に寄り添うコンテンツ

Webデザインの専門家派遣でアドバイスをいただいたのは、「ユーザーが参加できる要素を増やす」ことです。たとえばページ内にクリックできる箇所を増やすほか、お問い合わせボタンを常に表示させるなどの進言をいただきました。また、アドバイザーからはユーザーの不安に寄り添う「よくある質問と回答」があるページの追加も提案されました。このようにユーザーの不安を解消するためのページを増やすとともに、使用シーンをイメージしやすいイラストや漫画も使用する方向で制作しています。封筒のようなありふれた商材こそ、より便利な使い方や、私たちのこだわりをしっかりと伝えるべきだと考えます。たとえば、A4の用紙を20枚入れる封筒においては、普通の封筒より幅を5mm広くカスタマイズすると封入作業の負担を軽減できます。これを文章だけで説明しても分かりにくいですが、イラストなら明快です。当社の強みであるカスタマイズ性と技術力をアピールするこ

とは、ユーザーから信頼を得ることにつながると考えました。

具体的な取り組み内容と成果

封筒に関するブログ記事も作成中

引き続き、ブログ記事の作成にも取り組んでいます。1本目の記事は「封筒の使い方について」と題して正しい宛名の書き方や便箋の折り方といった封書のマナーを説明しています。2本目は「封筒の素材や色について」としてビジネスにおける使い分けを紹介するなど、ユーザー目線の情報を中心に展開していきます。また、文章が中心のブログと併せて、オフィスで働く女性が封筒を選ぶストーリーでの漫画掲載も考えています。

Web広告の運用に挑戦

サイトのリニューアル後は、本格的にGoogle広告に取り組む予定です。まずは、管理画面の操作に慣れていくよう教わりました。広告を社内でも運用するには、実践しながら学習することがベストとのこと、アドバイザーにサポートしていただきながら、リスティング広告の運用をスタートしています。試しに「封筒」や封筒のサイズ「角2」「長3」などのキーワードで広告出稿したところ、実際に広告経由での流入が増えていることが分かりました。サイトのリニューアル後は、アクセス解析を行いながら自社で広告運用を進めていくことができそうです。



「アドバイザーには、デジタルマーケティングにおける初歩的な質問にも丁寧に答えていただき、さまざまな知識を得ることができました。アドバイザーの伴走により、課題解決に向けて動き出せています」と澤村幸夫代表。

支援の感想と今後の展望

デジタル施策は中小企業も取り組める

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)に取り組む前は、デジタルマーケティングは大企業が行うものだと思っていました。当社の規模で支援の利用が可能なの不安だったほどです。アドバイザーの「デジタル施策に企



ブログコンテンツの漫画は企画担当の澤村のぞみさんが自らの手で描く。アドバイザーの「実務を担う担当者が漫画を描けることは御社の強みです。ぜひコンテンツに漫画を取り入れましょう」という助言から実現した。

業の規模は関係ありません」という言葉は印象的に憶えています。また、コンテンツマーケティングの知識を得て、ブログに取り組んでいることも大きな成果です。それまでは『ただ見やすいサイトを作ればいい』と思い込んでいました。ユーザーが見たいものを見せる、ユーザーの悩みに対して、解決策を提示するという考え方に触れ、格段に視野が広がりました。

自走体制の整備が課題

今後は、サイトやWeb広告を社内でも運用する体制を整えたいと考えています。アクセス数やお問い合わせ数の変化など、効果検証も必要ですし、Web広告ではキーワードなどの調整も行っていきます。タスクが山積みですので、来年度の支援申請も検討中です。(2024年2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/>



サイトのリニューアル後が 本当のスタート エンタメとしての封筒の 追求と発信に期待

澤村商店さんは、新規顧客の獲得を目標に、主にWebサイトのリニューアルに取り組んできました。サイト完成までを伴走してきましたが、ここからがデジタルマーケティングの真のスタートです。企画担当の澤村のぞみさんは漫画やイラストを描けるという強みがあります。今後はその強みを活かし、動画制作にも挑戦してほしいと思っています。ぜひエンターテインメントとしての「封筒」を追求して、デジタルで広く発信してほしいです。

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 石井 里幸

