



事例紹介
【第1回】

有限会社さかつう

代表取締役 坂本 直樹

ブログ記事の作成は主に坂本社長が担当し、流入の多い検索キーワードをもとに記事のテーマを決め、文面のベースには生成AIも活用。「生成AIは限られたリソースの中で作業時間を短縮できるので便利です」と話す。

ジオラマづくりの初心者を引きつけるブログ記事を作成 ユーザー層の裾野を広げ ECサイトへの流入数倍増を目指す

鉄道模型などの背景となるジオラマの専門店として全国のファンから支持される有限会社さかつう。10年以上前からECサイトを開設し、SNSや動画での情報発信にもいち早く取り組んできた。ハンズオン支援により、マニア層だけではなくジオラマ製作初心者をターゲットにしたWebサイトのコンテンツで販路開拓を目指す。

■本事業に申し込んだ背景

15年以上前にECサイトを開設

当社は1977年に鉄道模型店として先代の父が創業しました。2008年にはジオラマ専門店へリニューアルし、現在はジオラマ、ミニチュア、情景模型のパーツを中心に扱っています。創業当初から積極的に通信販売を行っており、「さかつう」という社名は“坂本通販”を略したものです。ECサイトは、2009年頃から私が運営を担当しています。いっぽうWebサイトは、イベントなどの情報発信やファンとの交流の場という位置付けでした。

市場やユーザーの変化に対応する必要性

コロナ禍にはインドア趣味へのニーズが高まり、模型やジオラマに興味を持つ方が増えたことによって売上も順調でし

た。しかし、2022年頃からECサイトの売上が低下していきます。当初はコロナ禍が一段落したことが原因かと考えていましたが、調べてみると理由は別なところがありました。ニッチ商材ゆえに、それまで<ジオラマ>での検索順位は常に上位でしたが、競合の模型メーカーがジオラマの扱いを拡大したことで順位が低下していたのです。売上向上のために、ECサイトの訪問者が欲しい商品を見つけやすいようAIチャットボットも導入しましたが、状況は改善しないままひとりで悩んでいました。

■アドバイザーへの相談内容

ECサイトの集客増加を目的に支援を申請

SEO対策の必要性は感じつつも、自社で行うにはリソースに限界があり、だからといって外注するのは委託先の信頼性や

予算面が不安でした。「SEO対策は専門企業に委託するもので大きなコストが必要」と思い込み、二の足を踏んでいたのです。そこで公社なら基本的にコストの心配がなく、何より信頼できると考えてハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）を申請しました。そして、2024年5月にハンズオン支援がスタートします。アドバイザーには最初のミーティングの席で「ジオラマ製作初心者を取り込み、ECサイトへの流入数を倍増させたい」と相談しました。

まずはWebサイトの改修から

アドバイザーからの提案は、Webサイトのコンテンツを充実させる取り組みでした。「初心者をいきなりECサイトに誘導しても、1万点もの商品を前に戸惑うだけです」という指摘を聞いて、頭の中の霧が一気に晴れた感覚になりました。これまでECサイトでの売上のことばかりを考えており、初心者にジオラマの世界を知ってもらうための施策が抜けていたのです。確かに初心者には、ジオラマ作品における構図決定や商品選択などの自由度の高さが逆にハードルになるのかもしれない。アドバイザーと協議を重ね、Webサイト内にブログコンテンツを追加し、潜在層の掘り起こしを目的に、ジオラマの作り方や基礎知識を説明する記事を掲載することにしました。記事内にておすすめ商品を紹介してECサイトに誘導するプランです。記事制作におけるSEO対策にも自分で取り組みました。



「思い出の家ジオラマ」はオーダーメイドゆえにやや高価格帯だが、コストに依頼がある。お客様の思い出を入念にヒアリングしてジオラマに反映するので満足度が高い。

■取り組みの方向性

SEOを学びブログ発信の準備を進める

専門家派遣でGA4（Googleアナリティクス4）とGoogleサーチコンソールの使い方を学び、Webサイトの現状を分析してみました。すると主な検索ワードは<ジオラマ>のほか<山><街><作り方><ワークショップ>などで、流入先のコンテンツは「ジオラマとは」の解説ページやワークショップの案内ページであることが分かりました。やはり、ジオラマに興味を持った方は解説や教室の情報を求めているのです。また、オーダーメイドの「思い出の家ジオラマ」の閲覧数が多



取り組む施策をアドバイザーと決め、ロードマップに沿って実行していく。ゴールはECサイトへの流入数倍増。「忙しい業務の合間を縫って作業していますが、必ず目標を達成します」と語る坂本代表。

いのは意外な発見でした。アドバイザーから、コスト削減と効率化のためにWordPressのテンプレート編集はできるようになったほうが良いとの助言をいただき、すぐに専門家派遣をアサインしてレクチャーを受けました。SEO対策として、Webサイト内の「ワークショップ」ページのタイトルを「ジオラマ体験教室 初心者におすすめのワークショップ一覧」に変更するなどして、検索での上位表示を狙っていきます。

トライ・アンド・エラーは財産になる

現在は流入の多い検索ワードをベースにブログ記事を制作しています。並行して閲覧数の多かった「思い出の家ジオラマ」のプレスリリースを出す予定です。アドバイザーの「まずはやってみること。検証し改善していけば糸口が見えてきます。トライ・アンド・エラーは財産です」の言葉を糧にして、ゴールに向かい地道に施策を実行していきます。

■事業内容：ジオラマ、ミニチュア、情景模型の販売 ■設立：1977年 ■資本金：1,000万円 ■住所：東京都豊島区巣鴨3-25-13 クラブリーシェ1階

HP : <https://sakatsu.jp/>



ECサイト : <https://www.shopsakatsu.com/>



ニッチ商材の持つポテンシャルとSEOへの積極的な姿勢で商機を伸ばす

ジオラマの専門店というビジネスモデル自体に力があり、潜在層がブログへ流入することでさらに商機を広げられると期待しています。「思い出の家ジオラマ」も強みを活かしたサービスで、SNSやメディアを活用して売上を伸ばして行けそうです。代表の坂本さんは非常に積極的で、デジタルマーケティングの戦略もよく考えられていましたが、支援当初は「忙しいからSEOには手間をかけたくない」と仰っていました。しかしSEOの重要性を再認識し、戦略が決まると熱心に取り組まれています。今後の施策で出た結果をもとに改善し、着実に成果を出していきます。

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 **新井 庸**

