



## 事例紹介

### 有限会社さかつう

代表取締役 坂本 直樹

2009年から自社ECサイトを運営し、全国のジオラマ・情景模型ファンにパーツや完成模型を提供してきた「さかつう」。  
坂本社長は生成AIをフル活用して忙しいなか施策を進めている。

## 新規開拓から高額商材における顧客訴求まで BtoCニッチ市場におけるブログSEO戦略を実施

鉄道模型などの背景に使用されるジオラマの素材をはじめ、キットや完成品、オリジナル商品も展開する有限会社さかつう。ハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）1年目はジオラマ初心者層、2年目は高額オーダーメイド商品に焦点を当て、コンテンツSEOを推進した。BtoC向けのニッチ商材、加えて認知されていないサービスをどうWeb上で訴求するか。試行錯誤を重ねた2年間のプロセスを紹介する。

### 本事業に申し込んだ背景

#### EC売上の伸び悩みを受け、コンテンツSEOで販路開拓

当社は1975年に鉄道模型店として創業し、2009年頃からジオラマ専門の実店舗とECサイトを運営しています。コロナ禍を機に大手通販サイトがジオラマの取り扱いを拡大したことにより、EC売上が徐々に減少していきました。その状況に危機感を覚え、2024年にコスト面の心配がなく信頼性の高い公社のハンズオン支援に申請しました。1年目はWebサイトにブログコンテンツを追加し、潜在層の掘り起こしを目指してジオラマ初心者向けの記事を拡充しました。その結果、検索経由での流入が増加し、サイトを回遊する流れも生まれ、ブログがランディングページとして機能するようになりました。

### アドバイザーによるハンズオン支援の内容

#### 2年目は高単価商品の認知度向上に注力

1年目の取り組みで一定の新規顧客獲得にはつながりましたが、年間の売上目標達成には至らなかったため、継続支援の必要性を感じていました。将来を見据えた顧客育成は重要ですが、初心者向けの商品やワークショップの他にも新たな収益の柱を育てる必要があります。アドバイザーとの壁打ちを重ね、2年目は高単価のオーダーメイドジオラマ「思い出の家」に注力することにしました。これは解体予定の実家や廃業する店舗を再現する当社ならではのサービスです。受注数は少ないものの、Webサイト内では比較的閲覧数が多く、認知拡大の余地があると考えました。



## 潜在ニーズにリーチするキーワード選定と導線設計

アドバイザーとペルソナを設計し、親の逝去や施設入居を機に実家を手放す層を想定しました。しかし、その方々がいきなり「実家 ジオラマ」と検索するはずはありません。実家がなくなる寂しさや思い出への愛着を感じる場面で検索するキーワードを思案し、着目したのが「実家じまい」でした。この切り口でブログ記事を作成し、「思い出の家」Webページへの導線とします。記事は「実家じまい」に関する実務情報を提供しつつ、単に家を処分するだけでなく、思い出を形に残す選択肢としてジオラマを提示する構成としました。

## 具体的な販路開拓への取り組み

### コンテンツSEOはトライアンドエラーが不可欠

ブログ記事は「実家じまい」の手順解説と、「思い出の家」のFAQをまとめた2本を作成しました。ChatGPTとGeminiを活用して効率的に執筆し、掲載画像も生成AIで制作しています。現時点の閲覧数に大きな変化はありませんが、「新しい概念のサービスを、いかにして潜在ニーズに届けるか」という、より難度の高い挑戦をしている証だと捉えています。支援1年目にアドバイザーには「コンテンツSEOは掲載後の効果検証が大事」と教えてもらいましたので、次はロングテールキーワードで探る、別の切り口の記事を増やすといった試行錯誤を重ね、流入の量と経路を広げていきます。

## 顧客事例は価値訴求と意思決定への促進剤

またアドバイザーからは「お客様事例」の重要性についても助言を受けました。ブログ記事で実家のジオラマ化の情報発信をしても、「依頼したい」と思えるかは別の話です。文章だけでは伝えきれない価値や想いを補い、問い合わせへの一歩を後押しするのが顧客事例です。直近の受注案件にて制作過程や完成品のお渡し時の様子を動画撮影したほか、ご感想のインタビューも実施しましたので、年度内にWebサイトへ掲載する予定です。今後はお客様の声をアーカイブ化していきたいと考えています。



生まれ育った実家などを見事に再現する『オーダーメイド・ジオラマ』。坂本社長は「どこか懐かしくて、あの日の思い出をよみがえらせるためにレトロな雰囲気 모델을作り、夢の世界に浸ってほしい」と話す。

## 支援の感想と今後の展望

### 「続けられる仕組みづくり」が個別支援の真価



今年度はこれまで積極的に情報発信していなかったサービスによる新規客開拓に取り組んでいる。ペルソナ設計からブログ制作、事例紹介、口コミ対策などを地道に進めてきた。アドバイザーは坂本社長のPDCAを回す能力を高く評価している。

本支援の最大の価値は「続けられる仕組みづくり」にあります。支援前は自己流の施策を少し試しては別のことに手を出す、を繰り返していましたが、アドバイザーとの定期的な対話や年間ロードマップがあることで、難易度の高いSEO施策に腰を据えて取り組みました。地道にやるべきことを実行し、結果を見て次の道筋を模索する。その積み重ねが大切だと痛感しました。

秋以降はお問い合わせが増加しており、11月には5件のご相談をいただきました。目標の月1件ペースでの受注が見込めています。

公社のハンズオン支援はトライした経験が必ず資産となって残ります。2年にわたり、共にPDCAを回していただいたアドバイザーには本当に感謝しています。

※本記事は、2025年12月時点の情報です。

■事業内容：ジオラマ、ミニチュア、情景模型の販売 ■創業：1975年 ■設立：1988年 ■資本金：1,000万円 ■住所：東京都豊島区巣鴨3-25-13 クラブリーシュ1階

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



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



### 対話を重ねてアイデアを整理 自走能力を高める伴走型支援

本支援の特徴は、アドバイザーが一方向的に支援・助言するのではなく、事業者様の自走力を高める点にあります。坂本社長は積極的にデジタルツールを活用し、経営の指針も明確にお持ちです。支援では壁打ち形式の対話を通じてアイデアを整理し、ご納得された施策を進めました。2年目はよりニッチで斬新な商材のコンテンツSEOに取り組まれ、今後は効果検証のフェーズに入ります。母数が少ない分、仮説を立てて実行、見直し、また実行という地道な取り組みにはなりますが、すでに自走できるスキルをお持ちになっていると感じています。

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 **新井 庸**

