

事例紹介

株式会社テコデコドリーム研究所

代表取締役 池尾 里香

デジタルに苦手意識があったという池尾社長と綿井副社長は、「最初はアドバイザーとのオンラインミーティングに入室するだけでも一苦労、Instagramも1件の投稿に3日かかるほどでした」と振り返る。アドバイザー伴走のもと、WordPressやCanva、生成AIなどのツール操作をはじめデジタル施策を一つずつ実装。姉妹二人体制で継続的な発信ができるまでになった。

苦手を超えてWeb・EC刷新、SNS連携を結実 体験型商品の価値と想いを自ら届ける喜びへ

心理療法「回想法」を取り入れたアルバム制作キット『テコレ』を企画・販売する株式会社テコデコドリーム研究所。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ECサイトのリプレイス・運用内製化を実現。2年目は商品の「体験価値」を訴求すべく、Webサイト刷新や動画制作、Instagram活用に挑戦。デジタルが「苦手」から「想いを届ける喜び」へ。2年にわたる取り組みの軌跡を追った。

本事業に申し込んだ背景

デジタル発信なしでは届かない時代を痛感

当社はキャラクターライセンスや音楽事業を展開してきましたが、両親の介護を機に休業。再出発にあたり公社の「事業化チャレンジ道場」に参加し、認知症ケアのひとつで、懐かしい思い出を振り返り心と脳を元気にする心理療法「回想法」の知見を活かした『人生まごど回想アルバム TEKODEKO RECOLLECTION』を開発しました。しかし、自分たちの手の届く範囲だけの営業には、限界を感じておりました。WebサイトやECサイトも自分たちでは更新できず「苦手なデジタルを避けては、事業成長はない」と覚悟を決めて本支援を申請し、IT用語やマーケティングの基礎から学べるデジタルマーケティング導入スクールも並行して受講しました。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

1年目：EC移管・CMS習得で「運用インフラ」整備

まずはECサイトのプラットフォームをBASEへ移管し、固定費削減と運用の内製化を実現。併せてWordPress操作を習得し、お知らせやブログなど自社でタイムリーに発信できる環境を整えました。基盤整備の後は「どう商品認知を広げ、信頼を獲得するか」に重きを置き、長い商品名に対して覚えやすさと検索性を重視して愛称『テコレ』を命名するなど、徹底した顧客視点での訴求・ブランド再構築を進めていきました。

2年目：Web刷新で「モノ」ではなく「コト」を訴求

2年目はWebの全面改修を軸に据え、まずはアドバイザーとカスタマージャーニーマップを作成。ターゲットの「40～60代・子世代」の悩み・商品認知から購入までのプロセス

を可視化したことで、訴求や施策で迷った際の確固たる判断軸ができました。

特にWebデザインの専門家からの『『モノ』ではなく、『体験』の商材だと一目で分かるように』との助言は、最大の転換点となりました。単なる写真整理用のアルバムではなく、『テコレ』の本質である「制作過程で生まれる会話や絆、認知症ケアといった『体験価値』」を訴求する設計へと進化させました。

具体的な販路開拓への取り組み

UI/UXの抜本改善と法人ページ新設で販路開拓を加速

サイトリニューアルでは「ユーザーはせっかち」との助言を踏まえてUI/UXを全面的に見直しました。ファーストビューの訴求を磨き、グローバルメニュー設置など導線を最適化して離脱防止を図ったほか、お客様の声も感想文からインタビュー形式へ刷新して「自分ごと化」を促進。PR動画や制作手順動画も新たに制作し、商品への理解を深める構成としました。アドバイザーと専門家の力添えがなければ、これほど大規模な改修を予算内で完遂することは不可能でした。

公社主催の展示商談会への出展を機に法人ニーズを確信したことから、新たに法人向けページを設け、高齢者施設や自治体など業界別の悩みと活用事例を提示しました。商談でも法人ページが「信頼の裏付け」として機能しており、BtoB展開への道筋が見えてきました。



『『テコレ』は単なるアルバム制作キットではなく、昔の写真をきっかけに溢れ出す思い出と対話が、家族に温かいひと時をもたらす『体験型商品』です』と副社長の綿井さん。本支援では、商品の本質を再定義し、顧客の心に深く響く発信を目指した。

SNS連携と生成AI導入で広がる可能性

Instagramは専門家派遣にて、投稿のテーマ設計からハッシュタグ戦略、リールやストーリーズ活用まで体系的に学びました。Canva操作の指導も受け、画像テロップ編集やショート動画制作も内製化。現在は『テコレ』の制作風景やワークショップの様子に加え、私たちの起業・デジタルへの挑戦ストーリーも発信し、フォロワーとの絆を深めています。

Instagramで「出会い・商品認知」のきっかけを作り、Webで「理解と信頼」を深める集客導線を設計したことで、発信を「点」の情報提供から、購買行動につながる「線」のコミュニケーションへと転換することができました。

さらに、アドバイザーの勧めで導入した生成AIは、発信の継



アドバイザーの伴走はデジタルツールの導入指導にとどまらず、経営戦略やBtoB営業資料のブラッシュアップまで、多角的な支援を展開。二人の事業やデジタル習得への情熱と、プロの力が融合し、プロジェクト型の支援となった。(写真左：池尾社長、中央：アドバイザー、右：綿井副社長)

続性を支える大きな転機となりました。コンテンツのアイデア出しや原稿作成のスピードが飛躍的に向上し、限られたリソースでも無理なく質の高い発信を継続できる土壤もたらしました。営業資料作成等にも活用し、今では事業推進を支える欠かせないパートナーとなっています。

支援の感想と今後の展望

自ら想いを発信できる喜び、笑顔と絆を届ける企業へ

支援を通じて、デジタルへの苦手意識が薄れ、「私たちにもできる」と自信がついたことが最大の成果です。アドバイザーは常に私たちのペースに寄り添い、一歩ずつできることを増やし、自走まで導いてくださいました。外部任せでは届かない「真の想い」を、自らの言葉で発信できる喜びを噛み締めています。『テコレ』を通じて、一人でも多くの高齢者、ご家族に笑顔と絆を届けられるよう、これからも成長し続けてまいります。

※本記事は、2026年1月時点の情報です。

■事業内容：高齢者・介護予防に関する商品の企画・開発・販売
■設立：2004年4月 ■資本金：100万円 ■住所：東京都大田区蒲田4-37-10

HP：<https://tekodekorecollection.com/>



体験価値を一貫して訴求し BtoB展開でさらなる成長を

お二人のデジタルに食らいつく姿勢は素晴らしい、その奮闘する姿自体がファンの心をつかむ強力なコンテンツとなっています。今後の鍵は、『テコレ』の「体験型商品」としての魅力、いかにブレずに分かりやすく訴求し続けられるかです。BtoBの活路が開けた今、可能性は無限に広がっています。本支援にて「自走」体制を整えることが私の役目でしたが、今やWordPressを操り生成AIを使いこなすまでに成長しました。その姿は、デジタルに一步踏み出そうとする方にとって、勇気を与える事例と言えるでしょう。

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**

