

平成 29 年度 伴走型小規模事業者支援推進事業
滝沢 WEB 商店街「ちゃぐ〜る」アクセス解析による新たな需要開拓

報告書

平成 30 年 2 月

滝沢市商工会

目次

1. 目的	2
2. 概要	2
3. プロジェクト実施内容	2
3-1. WEB 解析企画について	2
3-2. ペルソナ・CV 設定について	3
3-3. 解析フィードバック個別指導について	4
4. 事業のまとめ	5

【資料】

- ・【プロジェクト企画・提案】ちやぐーる WEB プ解析プロジェクトのご説明 (3-1 説明資料)
- ・ペルソナ設定シート (BTOC) 5 事業者分 (3-2 説明資料)
- ・記事投稿支援活動 (5 事業者分) (3-3 説明資料)

1. 目的

滝沢 WEB 商店街「ちやぐ〜る」に掲載している事業者の内、特産品事業者及び経営革新認定事業者から 5 社を選定し、同サイトに発信した情報のアクセス解析による結果をフィードバックするとともに、より効果的な情報発信のためのスキル向上の指導を行う。

2. 概要

(1) Web 解析企画

- ① 選定事業者の個別目標設定からアクセス解析、フィードバック、指導までの一連の企画作成

(2) ペルソナ・CV 設定

- ① 選定事業者が、どのようなユーザーに投稿記事を見て欲しいのかを考え、どのような状況になった時に目標立っていると設定作業

(3) 解析フィードバック個別指導（各事業所毎記事投稿支援活動）

- ① 閲覧者の検索キーワードやターゲット層、滞在時間等を解析、フィードバックし、効果的な情報発信へと切り替えていく個別指導を 1 ヶ月スパンにて 5 ヶ月間 PDCA で回す

(4) 事業のまとめ

上記各業務実施後の結果・今後の課題について報告致します。

3. プロジェクト実施内容

3-1. Web 解析企画について

(1) 業務実施後の結果

・本業務実施前の「ちやぐ〜る」のウェブ解析を実施。その結果、下記の課題が見つかった。

- ① 1 記事あたりの閲覧数が少ない。
- ② 1 記事あたりの閲覧時間が少ない。
- ③ 一度の訪問で、複数の記事が見られていない。1 つの記事を閲覧後に、そのままサイトから離脱している。

上記のことから、「ちやぐ〜る」に投稿された記事の内容に対して、サイト訪問者が興味を持っていただけていないことが考えられる。

・投稿記事の内容をユーザーが期待している内容へと改善して行く為に、ウェブ解析結果をもとにした記事投稿支援活動を行うこととした。

プロジェクト項目	内容説明	2017年7月	2017年8月	2017年9月	2017年10月	2017年11月	2017年12月	2018年1月
プロジェクト企画・提案作業	過去のウェブ解析データから改善点を抽出し、本プロジェクトの骨子を企画・提案する。	→						
ウェブ解析・サイト改善主旨説明 対象企業選定	ウェブ解析からどのようなことが分かり、その結果からどのように行動するべきか、ウェブ解析の重要性についての説明を行い、対応企業5社を選定。	→						
ペルソナ・CV設定作業	各企業毎に、どのようなユーザーに投稿記事を見て欲しいのか考え、どのような状況になった時に目標達成とするか基準値を設定する。		→ 訪問1回					
記事投稿支援活動	1回/月、ウェブ解析結果をもとに、投稿記事の内容についてのアドバイスや作成支援を行う。			→ 訪問1回目	→ 訪問2回目	→ 訪問3回目	→ 訪問4回目	
プロジェクト実施結果報告	今回のプロジェクトで得られた成果や見えてきた問題点等を対象企業毎に報告し、今後の改善活動へのアドバイスを行う。							→ 訪問1回

【参考資料別途掲載】

・【プロジェクト企画・提案】ちやぐ〜る Web 解析プロジェクトのご説明

(2) 今後の課題

・今回は「ちやぐ〜る」への投稿支援活動ではあるが、SNS や自社ホームページへの情報のアップについても、連動して行っていった方が効果が高い。記事を見て欲しいターゲットによって、どのチャネルに情報を発信していくのが最も効果が高いか、常に考えて記事の投稿を行っていく必要がある。

3-2. ペルソナ・CV設定について

(1) 業務実施後の結果

・効果の高い記事の投稿を行う為に、“ペルソナ”という概念を導入し、各事業所様の方で設定していただいた。ペルソナとは、サービスを提供する側にとって、一番都合の良いお客様像のことである。この架空の人物像に「いいね！」と感てもらえるような記事を作成していただいた。

【参考資料別途掲載】

・ペルソナ設定シート (BtoC) 5 事業者分

・投稿された記事の内容が良かったかどうかを判断する為に、CV（コンバージョン）を設定した。ウェブ解析を行った際に、どの数字を基準として評価するか、その数値の事を CV という。

今回は、どのくらいページが見られたかが分かる“PV（ページビュー）”をコンバージョンとし、投稿記事の内容を改善する前と後で、PVが増加したかどうかを評価の基準とした。

事業所名	コンバージョン（CV）設定	備考欄
松森木工所	投稿記事毎に1ヶ月間のPV（ページビュー）数を計測し、前回の投稿記事と比較して、PV数が増加していることをCV（コンバージョン）とする。	問い合わせ数をCVとするのではなく、まずはアクセス数を増やすことに傾注する。
チャーリーオージ		
東北巧芸舎		
伊藤牧場		
渡辺製作所		

（2）今後の課題

・“ペルソナ”を各事業所様に考えていただいたが、考え方自体に慣れが必要だった為、うまく設定できないという事態が発生した。ウェブを活用した販売戦略を立てていく上で、“ペルソナ”は必要不可欠な要素であり、次年度以降も継続的なご支援によって定着を図る取り組みが必要と思われる。

3-3. 解析フィードバック個別指導（各事業所毎記事投稿支援活動）について

（1）業務実施後の結果

・5ヶ月にわたる各事業所様へのご指導をさせていただいたことで、投稿記事の「閲覧数」「閲覧時間」「離脱率」を改善させることができた。

【参考資料別途掲載】

・記事投稿支援活動（5事業者分）

（2）今後の課題

・継続的なウェブ解析と、その結果に伴った“ペルソナ”の改善については、今後も長期的に行っていく必要がある。

・投稿記事の要素の中で、使用する画像の質が、閲覧数に大きく影響を与える。「SNS 映え」する写真の撮り方についても習得する必要がある。

・事業所様によっては、SNS や自社ホームページでの情報発信を以前から行ってはいたが、なかなかアクセス数の増加につながらないという課題を抱えていらっしゃる場所もあった。今回ご指導させていただいた内容を水平展開することで、課題の解決につながる事が予想される。

・「ちゃぐ〜る」について、機能強化を図りたい。

- ① 写真エリアを拡大。現在の仕様だと、表示エリアが狭い為、写真をみただけで記事の内容を把握しづらい。
- ② 記事を投稿する前に、プレビュー機能で確認したい。

4. 事業のまとめ

(1) 成果

・より効果的な情報発信の為のスキルを向上させるために、投稿された記事1つ1つに対してアドバイスを行った。各事業所様の投稿スキル向上は勿論のこと、アクセス数を増やして行く為には、情報発信をし続けることが非常に重要となってくるということをご理解いただけた。

・“ペルソナ”を意識した投稿記事の内容に改善されたことによって、コンバージョン（CV）として設定したページビュー（PV）の増加、閲覧時間の増加、サイト離脱率の向上へつなげることができた。

・自社ホームページや SNS を運用中の事業所様に関しては、「ちゃぐ〜る」の投稿記事内に URL リンクを設置することにより、自社サイト環境への誘導をすることができるようになった。「ちゃぐ〜る」で見込み客の集客を行い、自社サイト内でより多くの情報に触れていただくことでファンになっていただく、という流れを構築することができた。

(2) 今後の課題

・個々の投稿記事の内容は改善されたものの、「ちゃぐ〜る」全体としてアクセス数（セッション数）は減少傾向となっている。





※他の「ちゃぐ〜」登録事業所様からの投稿回数が減っている。定期的に投稿を行っている事業所様とほとんど投稿をしない事業所様との2つに分かれてしまっている。

次年度以降については、「ちゃぐ〜」へ投稿するメリットを各登録事業者様へご説明し、より多くの記事を投稿をしていただく為の活動をする必要がある。

以上