

平成 30 年度 経営発達支援計画策定推進事業
**滝沢 WEB 商店街「ちゃぐ〜る」アクセス解析による個社情報発信力
向上とサイト魅力化の相乗効果**
報告書

平成 31 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. YouTube アカウント開設・ページ設定について | 4 |
| 3-3. ペルソナ・CV 設定について | 5 |
| 3-4. 解析フィードバック個別指導について | 6 |
| 4. 事業のまとめ | 7 |

1. 目的

滝沢WEB商店街「ちゃぐ〜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等から選定された10社に対し、同サイトとYouTube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業務を行う。

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) YouTube アカウント開設・ページ設定

- ① 滝沢WEB商店街「ちゃぐ〜る」YouTube アカウントの開設、動画をアップロードし配信する為の初期設定作業

(3) 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

(4) 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4ヶ月間PDCAで回す

(5) 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「ちゃぐ〜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 サイトへの訪問者数がまだまだ少ない。

- ② 1回の訪問あたりの閲覧時間（滞在時間）が少ない。
- ③ 1回の訪問で、複数の記事が見られていない。1つの記事を読んだ後に、そのままサイトから離脱されている。
- ④ 同一ユーザーのリピート訪問の獲得ができていない。
- ⑤ サイト訪問者の半分以上が、スマートフォンからの閲覧となっており、上記問題点が顕著に表われている。



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、まだまだ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。また、「ちやぐ〜る」YouTube アカウントを開設することにより、動画のリンクから「ちやぐ〜る」へのアクセス数増加を目指す。

『ちやぐ〜る』ウェブ解析・サイト改善プロジェクト ガントチャート

| プロジェクト項目 | 内容説明 | 2018年7月 | 2018年8月 | 2018年9月 | 2018年10月 | 2018年11月 | 2018年12月 | 2019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。 | → | | | | | | |
| YouTubeアカウント設定作業 | 動画配信を行うことで、動画からちやぐ〜るへの誘導を行い、アクセス数の増加へつなげる。 | | → | | | | | |
| アクセス解析業務 (ちやぐ〜る・YouTube) | ちやぐ〜る、YouTubeのアクセス解析を行うことで、毎月PDCAサイクルを回していく。 | | | → | | | | |
| アクセス解析フィードバック個別指導 (指導レポート作成) | ウェブ解析結果をもとに、投稿記事 (画像編集) の内容や動画制作についてのアドバイスをを行う。 | | | 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】

・『ちやぐ〜る』ウェブ解析・サイト改善プロジェクト ガントチャート

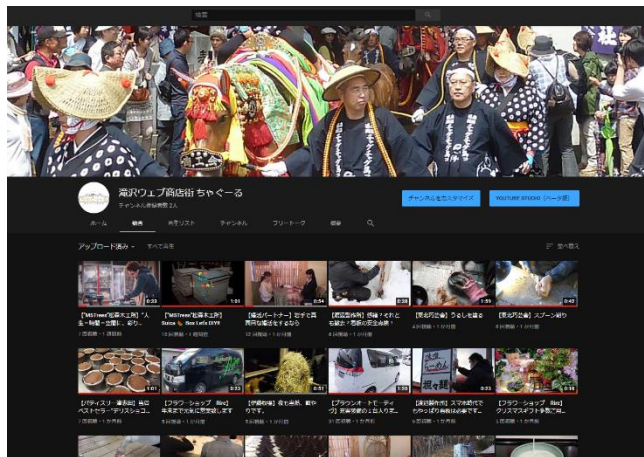
(2) 今後の課題

・今回は「ちやぐ〜る」への投稿支援活動、YouTube アカウントの開設による情報発信活動ではあるが、Facebook や自社ホームページへの情報発信についても行っていった方が効果が高い。ターゲットにするユーザーによって、一番効果の高い「ツール」を使い分けていくことが、より多くのユーザーの獲得につながる。

・年々、スマートフォンからのアクセス数が増加してきている。スマホユーザーを獲得する為の特化した戦略を立てていく必要がある。

3-2. YouTube アカウント開設・ページ設定について

(1) 業務実施後の結果



・トップページに滝沢市を象徴する「チャグチャグ馬コ」のカバー写真を設置し、YouTube アカウントの開設を行った。

・今回の事業対象の事業所様全てに動画をアップロードしていただき、タイトルや動画の説明、「ちやぐ〜る」へのリンクを設定していただいた。

・【結果】

1/31 時点で、延べ「389 回」の動画視聴回数を得ることができた。「ちやぐ〜る」へのアクセス数獲得へ向けて、新たなツールを立ち上げることができた。

【参考資料別途掲載】

・YouTube アカウント開設と設定業務

(2) 今後の課題

・まだまだ視聴回数としては少ないが、継続的に動画のアップロードを行っていくことで視聴回数の増加へとつなげていきたい。

・個々の視聴回数が増加してくると、「ちやぐ〜る」同一グループ内の動画も「関連動画」として表示されるようになり、相乗的に視聴回数が伸びるようになる。

3-3. 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や動画の制作を行う為に、“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！」と感じてもらえるような記事や動画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）10 事業者分

・投稿された記事や動画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、投稿記事や動画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 | 補足説明 |
|--------------|--|---|
| 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数が増加しているかどうかをCV（コンバージョン）とする。 | 売上に直接影響する「問い合わせ数」をCVとするのではなく、まずは認知していただく為の「アクセス数」を増やすことに注力する。 |
| チャーリーオージ | | |
| 東北巧芸舎 | | |
| 伊藤牧場 | | |
| 渡辺製作所 | | |
| 婚活パートナー | | |
| 田楽茶屋 | | |
| パティスリー津志田 | | |
| ブラウンオートモーティヴ | | |
| リール | | |

【参考資料別途掲載】

・CV 設定資料

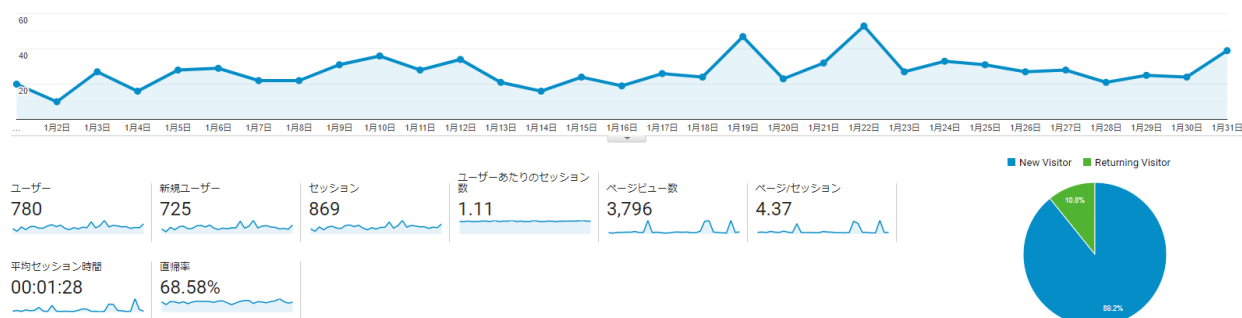
(2) 今後の課題

・“ペルソナ”という考え方自体に慣れが必要な為、ペルソナを意識した記事の内容にすることがなかなかできなかった。継続して訓練が必要となってくる。「検索キーワード」＝「ユーザーの興味」というウェブマーケティングの特性をうまく利用するには、“ペルソナ”を理解することが必要不可欠である。

3-4. 解析フィードバック個別指導について

(1) 業務実施後の結果

■平成 31 年 1 月時点 アクセス解析データ



・4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、「ちやぐ〜」サイト内の

※「閲覧数」や「滞在時間」を改善させることができた。

※「1ユーザーあたりのセッション数」については、改善させることができなかった。目の肥えた「リピーター」の安定的な獲得までには至らなかった。

【参考資料別途掲載】

・記事、動画作成支援活動（10事業者分）

(2) 今後の課題

・今後もウェブ解析から得られた情報によって、投稿記事や動画の内容を見直し、ユーザーに満足感を与えられるように継続的な情報発信を行っていく必要がある。

・スマートフォンからのアクセスが増加の一途をたどっている。スマートフォンユーザーは、タイトルや画像、動画で言えばサムネイルを確認することで、一瞬でそのコンテンツを「見る」か「見ないか」を判断している。今まで以上に“ビジュアル”を訓練する必要がある。

・情報公開する頻度を増やしたい。月1回のペースでは、情報を発信しても、他のサイトの情報へ埋もれてしまい、なかなか検索エンジンに捕まえてもらえない。検索エンジンに対して、有効な情報を発信するサイトだと認識してもらおう為にも、週1回の情報発信ペースへと改善していき、リピーターユーザーの獲得を目指したい。

4. 事業のまとめ

(1) 成果

■平成 30 年 6 月時点 アクセス解析データ



■平成 31 年 1 月時点 アクセス解析データ



【改善されたところ】

・「ユーザー数」「ページビュー数」「ページ/セッション数」「平均セッション時間」「直帰率」:

訪問ユーザーが増加し、1回の訪問で複数の投稿記事を見てくれるようになったことが分かった。サイトへの滞在時間も伸びている。

【改善できなかったところ】

・「ユーザーあたりのセッション数」

新規の訪問者は増加したものの、再訪問の数が少なかったことが分かった。2度、3度と訪問していただく為には、より満足度の高い投稿内容にする必要がある。また、スマホユーザーの増加にともない、1記事あたりの確認に費やす時間が短くなっている。より、ビジュアル重視の投稿内容が重要になってくる。

※投稿記事や動画の内容の質は上がってきたものの、ただ単に質を上げるというよりは、「スマホを意識した内容で“質”を上げていかなければならない」ということが分かった。

(2) 今後の課題

- ・投稿や動画については、“ペルソナ”を意識しながら、今後も継続的に情報発信を行っていく必要がある。
- ・情報発信の頻度においても、できれば「週に1回」のペースまで上げていきたい。同一ユーザーがレポート訪問した際に飽きさせないようにするために、新鮮な情報を用意しておきたい。
- ・スマートフォンからのアクセス数が増加してきている。「ちゃぐ〜る」へアクセスしに来てくれているユーザーの50%以上がスマホからのアクセスとなっている。タイトル、画像、要約された説明文によって、「見てみようかな」と思わせるようなコンテンツを制作できるかが、アクセス数を増やせるかどうかの鍵となってくる。
- ・滝沢 Web 商店街「ちゃぐ〜る」の存在自体を、メディアを通じて宣伝していく必要がある。一般的な検索キーワードだけだと、なかなかアクセスしてもらえない。特定キーワードの「ちゃぐ〜る」をもっと地域に浸透させる必要がある。「ちゃぐ〜る」で検索されるようになれば、アクセス数は急激に増加していくことが予想される。

次年度以降については、よりスマートフォンを意識したコンテンツの作り方、情報の発信の仕方を検討し、活動を行っていく必要があると考えられる。

以上