

株式会社ナスカ
ネイル投稿サイト運営

実習生

東原望美 中井絵里

林俊助 安田彩乃

プロジェクト背景

私たちは、株式会社ナスカにてネイル投稿サイト運営 SEO 対策を行った。株式会社ナスカでは“ネイル投稿サイトネイルクルー”(以下ネイルクルー)運営され、ネイルに関するユーザーの利用がある。従来このネイルクルーは yahoo,google といった検索エンジンで「ネイル」と検索した場合、検索順位 1 位というネイルに関して強いサイトであった。

しかし近年、ネイルの市場が拡大し多くの競合他社が現れたことによって、本来のネイルクルーのユーザーが他のサイトへ流れてしまったと推察でき、従来日本最大級であった“ネイルクルー”への集客数が 40%減となった。このように集客数が下がってしまった要因の1つとして、yahoo,google 検索時検索順位が現在約 10 位と検索時表示順位が下がっていることが挙げられる。

また、このネイル市場は図 2.からも読み取れるように、ここ近年ネイルが消費者に浸透したことで、ネイルサロンの増加したことなど市場規模拡大傾向にあると分かる。したがって、今回のプロジェクトを通して、従来のような集客数の回復し本来の集客数を取り戻すためにも、今回のプロジェクト結成が行われた。

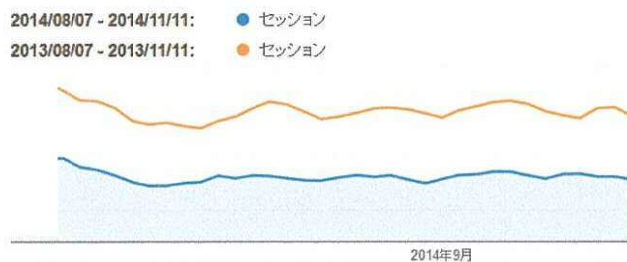


図 1.ネイルクルーのユーザー数

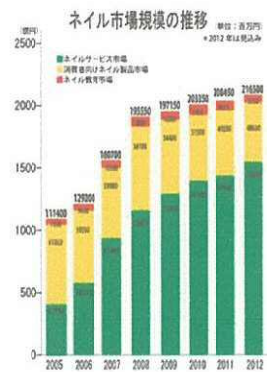


図 2.市場規模:ネイル白書 2012-2013

プロジェクト目標

プロジェクト目標は、プロジェクト背景から現在のネイルクルーは「ネイル」と検索したとき検索順位約 10 位だったことから、検索順位 1 位を目指すこととなった。検索順位が上がることによって、サイトの訪問率が著しく増えると予想される。たとえば、調べごとを行う時、目的の情報が載っているサイトに到達すれば、それより検索順位が下のサイトを利用する確率は下がる。特に検索時 1 ページ目以降 2 ページ目 3 ページ目となってくるとなおさら訪問されにくい。このように検索順位が下がることによって、集客数も減少してしまう。したがって、従来と同様に検索順位 1 位を取ることによって、減少してしまったユーザーを取り戻すことを狙いとし、「ネイル」検索時検索順位 1 位に表示されるという目標を掲げた。



図 3.google「ネイル」検索時の結果

プロジェクト内容

今回のプロジェクト内容は、ネイルクルー（以下親サイト）とは別に新たにネイルクルーニュース（以下子サイト）を設置することによって、ユーザーを子サイトから親サイトへ送り込むこととなった。子サイトでは主にネイル関連情報を発信することによって、親サイトとは異なる切り口からの集客を行い、既存のユーザーに加え子サイトから新たに集客数を増やすことによって、検索順位上昇、ユーザー増加を狙った。

また親サイトが検索エンジンで1位になるための数値目標をたて、検索エンジン上位であった過去の1日のアクセス数を参考に、1日あたり 〇〇〇 アクセスという設定した。実習初日の段階で1日あたり平均 〇〇〇 アクセスであるため、+〇〇〇 アクセスを子サイトから送り込む必要があることがわかる。そこから、子サイトの誘導アクセス数の目標値を定めた。実習初日の段階で設定した目標は、実習期間全体で 〇〇〇 アクセスである。このアクセスから、親サイトに 〇〇〇 アクセスを誘導する見込みだ。記事数は1記事2時間で仕上げるという計算で1日 16 記事、実習期間全体で 320 記事を目標とした。

競合サイトとの差別化を図るため、オリジナル性をもたせた記事を作成する計画を立てた。「女子大生が選ぶ～ネイル」というタイトルをつけ、自分たちにしか出せない女子大生ブランドを利用した。また、「男ネイル」といって男性にむけた爪の手入れの方法の記事を作成し、男性もターゲットに含んだ。そして「恋愛×ネイル」をテーマに男女 20 名ずつにアンケートを行って意見を取り入れ、男性ウケするネイルの記事を作成し興味をひかせた。

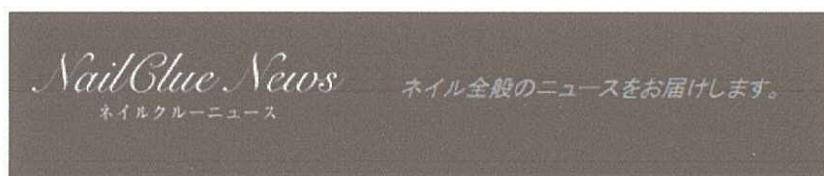


図 4.ネイルクルーニュースロゴ

プロジェクト活動計画

プロジェクト活動計画は、主に前半期、中期、後期によって大別しサイトの更新記事活動、サイト解析を行った。

前半期は、サイト更新のコンテンツの質を上げるためにサイトのコンテンツを列挙、またはアンケート調査を行うことによって、ユーザーの悩みを伺った。

中期は主にサイト構築を行い、各週末子サイトの集客や親サイトへの誘導数を解析することによって、日々更新する記事内容を検討し、より多くの集客数実現を目指した。

後期は主に実習期間のサイト分析及び反省を行った。これによって、次回プロジェクト実施時円滑に計画を立てることができるといふ狙いと当プロジェクトの内容整合性をはかる。

以上の実施計画において、PDCA サイクルを回すことで、より質の高い最終成果物になるような活動計画を作成した。

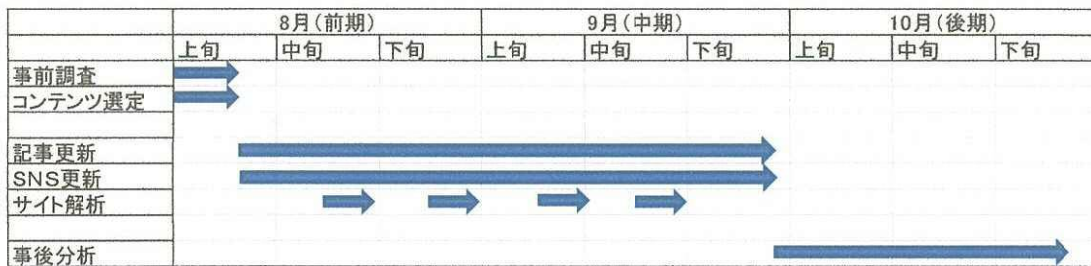


図 5. 活動計画表

プロジェクト実施概要

わたしたちは週末に1週間の動向を振り返り、現状の改善のためにミーティングを行った。最初の週(8/3-8/8)の問題点は、子サイトのアクセス数の低さであった。1週間で...アクセスという結果だったのだ。この現状を改善するために、まずアクセス数を増やすこと、そしてSEO対策について調べ深く掘り下げることにした。アクセス数を増やすために、「Youtubeの活用」「SNSの活用強化」「口コミ」「相互リンク」という案が出た。「SNSの活用強化」に関しては1人ひとつSNSを担当し、疎かにならないように工夫した。利用したSNSは具体的にtwitter,Amebaブログ,Facebook,mixiだ。SEO対策に関しては、「更新記事数を増やす」「記事の文字数を増やす」「どのキーワードで最適化するか」といった案が出た。更新記事数に関しては、1日4記事のペースだったので目標の16記事に近づけること、記事の文字数に関してはキーワードをできるだけたくさん入れること。そしてどのキーワードで最適化するかは、時期的に秋がトレンドなので「2014 秋 ネイル」ということになった。

アクセス数を増やすために行ったこれらの計画は、1週間で成果が出た。アクセス数が8/29時点で...にまで上昇したのだ。更新記事数を増やしたこと、キーワードを最適化したことがこの結果に至ったことが考えられる。検索エンジンからのアクセスが8割、SNSからは1割であることから、SNSはそれほどウェイトを占めないことがわかった。アクセス数が増えたが、次の問題は子サイトから親サイトへの誘導率の低さだ。次の1週間(8/30-9/5)は、誘導率を上げることを目標とした。

8/29時点では、17日間で記事数.../子サイトアクセス数...に対し、誘導アクセスは...であった。誘導率8%である。当初たてた目標は誘導アクセス数...なので、目標を達成するために、誘導率を上げる改善策を出し合った。具体的な提案は、「記事の構成」の改善である。それまでは、記事タイトルやネイル画像にリンクを貼っていたことがわかりづらかったのですが、図6のように画像の横に「※画像クリックで詳細情報」と提示することで記事のリンクがわかりやすくなり、クリックで誘導されやすくなるだろうと考えた。それだけでなく、図7のようにおすすめ記事のリンクで直帰率の改善と内部リンクの増加を図ったり、図8のように「○○○ネイルの画像をもっと見る」と提示してクリック誘導を促した。

その結果、次の1週間で大きな変化が見られた。1週間で誘導アクセス...という結果であった。前週の...に比べ...アクセスも増加した。9/5時点で合計...アクセスだ。誘導アクセスが多い記事を分析すると、記事の閲覧数と誘導アクセスの比例関係が見られた。誘導アクセスを増やすために、いかに多くの記事閲覧数を獲得するかということも大切であることがわかった。

ネイル画像タイトル



※画像クリックで詳細情報

メンバー名: ユーザー名

コメント

図 6.記事の構成

あなたにおすすめの記事☆

[2014秋ネイル☆ボルドーってどんな色??](#)

[2014秋最新シンプルネイルデザイン特集♥](#)

[2014秋冬ネイルデザイントレンド総まとめ♥](#)

他にもバリエーションに富んだネイルサイトで

お気に入りのネイルを探してみてください♪

図 7.おすすめ記事リンク



タイトル [の画像をもっと見る](#)

図 8.〇〇〇ネイルの画像をもっと見る

プロジェクト総括

インターンシップで学べたことは「他世代との交流」「ビジネスマナー」「主体的行動」以上3つの重要性である。

まず他世代の方との交流の重要性に関して、私たちインターン実習生は日ごろより自分たちと年齢が近い世代と関わるが多く、世代が異なる方と交流できる場が少ない。しかしインターンシップ実習中は社員の方や来客など他世代の方と関わる機会が多く頂けた。実際に働いておられる社員の方を身近に感じ、他世代の方と交流する中で、自分たちの努力した経験も未熟なものであり、その考え方が自らが限界を作っているということに気付かされた。自分自身が作った限界が自らの可能性を狭め行動できていないのではないかと自分を見つめなおす契機となった。自らが限界を作っていると気付けるだけでなく、経験量の違いで私たち学生より幅広い視野から考えてくださるといっても、社員の方々と交流することが重要であると学んだ。インターンシップ実習生だけで会議を重ね検討することも大事である。しかし検討しても出てくる案は限度がある。このようなときに社員の方から助言をいただくことで成果につなげることができた。

二つ目にビジネスマナー重要性である。他世代の方と交流するうえで重要になってくるのがビジネスマナーである。日ごろから他世代の方と交流する機会が少ないがため、敬語やマナーが身につけておらず、インターンシップ実習中は大変苦勞した。ビジネスの場では、自分自身の行動1つ1つに責任が付き纏う。ビジネスマナーが使えなかったことで、相手に失礼があっても謝礼だけでは済まされないこともある。また社員の印象が会社のイメージにつながるといった点でも、ビジネスマナーは学生が思っている以上に重要だと感じた。良い仕事というのは、上司や同僚との良い関係性や信頼関係があってこそできるものである。敬意ある話し方や立ちるまいがあってこそ、上司とより良い関係性や信頼関係を築いていけるものである。ビジネスマナーができないがため、悪印象を与えるといったことになりかねない。今回インターンシップ実習に参加することで、自分自身の言動が周囲との関係性をよくするか、悪くするかを見つめなおすきっかけにもなった。

最後に主体的行動の重要性である。円滑に仕事を遂行し、成果をあげるということにおいて協調性も大事だが、一人一人が考えを持ち主体的に行動することも重要であると学ぶことができた。大学生活において学生は、先生が授業をし、学生が受けるといった意味で受動的な立場にあることが多い。しかし社会では、自分自身が考え行動を決定することが求められる。慣れない社会環境に入ることで改めて受動的であった自分自身に気づくことができ、主体的行動が求められていることを感じられた。空気の読み合いや協調だけではチームの能力が向上しにくい、ひとりひとりが「もっとよりよく仕事をするにはどうしたらいいか」「よりよく仕事をするために自分自身になにができるか」といったことを考えることでチーム全体の能力が向上し、個々では成しえなかった高い成果を得ることができるということをインターンシップで感じることもできた。