

# Webコンテンツの導線設計の見直しと リストマーケティングの構築

## ▶ 支援事業07 ◀

---

ギャブリッジパートナーズ株式会社

業 種 採用・組織コンサルティング／企業研修  
／セミナー

役員・従業員数 2名

設 立 2014年10月

福岡県福岡市中央区舞鶴1丁目8-26 A棟

0800-123-7500

<https://gapbridge.co.jp/>

## 事業内容

### 人と組織の成長を支援し、 社会に価値を還元する

- 採用・組織コンサルティング
- 企業研修
- セミナー








## エントリーのきっかけ

少子高齢化による人手不足の中で、採用や定着だけでなく業務そのものの効率化が必要と感じていた。特に自社では社長一人に業務が集中し、スタッフのデジタルリテラシーにも課題があり非効率な状況だった。

将来的には自社で培った改善の仕組みをクライアントにも展開できるように、自ら実践し、変革を進める必要があると考えた。



### 知見もコンテンツもあるのに、仕組みがないという不整合

-  社長一人に業務が集中し、情報共有が不足していた
-  スタッフのデジタル知識が浅く、ツール活用が進まない
-  HPやSNSなど発信内容が断片的で、新規顧客獲得につながりにくい
-  顧客との関係が一過性になり、継続的な接点が作れていなかった
-  コンテンツはあるが、活用・再発信が仕組み化されていなかった

# PEST分析

## Politics 政治的要因

少子高齢化に伴う社会保険料の増大  
政治の機能不全

## Economy 経済的要因

円安、物価の上昇、  
それに追いつかない賃金

## Society 社会的要因

見込めない人口増  
あらゆる面での二極化の増大

## Technology 技術的要因

AIを筆頭とするデジタル環境の進化

## デジタル化の背景（要約）：

自分でできることを行うしかない→デジタル技術の勝代王での業務の効率化（生産性向上）

# デジタル化アクション / サマリー

## 1. デジタル化の背景

社会・経済の変化、顧客行動の変化、業務上の問題

日本の超少子高齢化社会の人手不足の解消のためには採用や離職防止だけでなくデジタルやAIを活用した業務の効率化が必須である

## 3. 業務課題

社長一人で全てを行なっている。スタッフのデジタルリテラシーが低く、言いたいことが伝わらない。目の前の不便を甘受して諦めている（デジタル技術を使うことで、問題かいつできるかもしれないという発想がそもそも起こっていない）

## 5. 重要タスク、シナリオ

「住右葉であるが、緊急性のないこと」にいかに時間を取るか？

## 2. デジタル化の目的

何のため？

自社の業務の効率化（特にマーケティングや営業面）の実績を積み、クライアント企業に移植していくための実績と経験値を積む

## 4. 解決策・使用ツール、予想効果

とりあえず、社長が枠組みを作り、その枠組み内の作業をマニュアル化し、何も考えずに運用できる環境を整える。その中で「こんなこともできるんだ！」という気づきや好奇心を育みつつ、システムを進化させていく。マーケティングオートメーションの仕組みを作り、コンテンツをWeb上に蓄積することで、資産価値をあげていく。AIの登場に伴うGoogle型のSEOのアルゴリズム変化に対応していく。

## 6. 懸念事項

諦めない環境を作ることができるか？（伴走支援に感謝！）



# 重要タスク・シナリオ

タスク内容	優先順位	実行時期	メイン担当	前提条件
コラムの生成と蓄積	2	すぐに		
HPの再構築	3	現在実行中		
メルマガの再設定	1	3月中		
SNSでの発信	3	継続的に実施		

# 業務の課題と解決策・使用ツール、予想効果

①業務名	②問題・課題	③解決策・使用ツール、予想効果
興味・関心獲得	SNS発信＋紹介がメインであり、 プッシュ型のツールが不足している。	Noteを使ったコラムの発信 顧客属性に合わせたメルマガ、ステップメール の構築 YouTube動画の活用
情報収集・検討	HPが作りっぱなしになっていたの で、新規顧客の動線がない	上記「興味・関心」を持ってもらった人が一貫 性を感じるHPの再構築
購入	セールは比較的うまくいっている が、見込み客獲得をもっと戦略的 にしたい	上記の施策を行う
使用	SNSの発信のみであったため、相 乗効果が薄い	SNSに加え、AIなども活用したコラムなどに落 とし込み、成果を拡散する
使用後	一旦、クライアントになった顧客 との関係性が途切れがち（最大の 問題）	これまで撮り溜めた600時間のYouTube動画をAI に取り込み、経験に基づく再現性のあるノウハ ウを過去の顧客にコラムでプッシュ型でお送り し、また、人事カレンダーから逆算されたニー ズの先取りでニーズの掘り起こしを行う

# 人事カレンダー(参考)



## 人事のお仕事年間歳時記

Human Resources Annual Planning Calendar

日々さまざまな業務でお忙しい人事ご担当者さまに向けて、年間の「一般的な人事の実施事項」を一覧にいたしました。年間の業務スケジュールの作成や、毎月のタスク管理に、ぜひご活用ください。

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
イベント	●男女雇用機会均等月間 ●外国人労働者問題啓発月間 ●男女共同参画週間												
	●全国安全週間 ●食品衛生月間 ●健康増進普及月間 ●障害者雇用支援月間 ●防火訓練実施												
人事政策	●人事戦略												
	●人事制度												
人事政策	●要員計画												
	●採用	●入社式 ●新入社員手続き		●次年度新人選考開始	●メディア出稿 ●次々年度採用計画立案 ●面接通過者フォロー	●インターン(夏) ●内定式準備	●内定式						
人材調達	●人事評価	●人事評価の実施 ●下期評価面談の実施 ●上期目標の設定 ●昇格・昇給	●人事評価の調整 ●夏季賞与の査定 ●昇格・昇給	●夏季賞与決定・支払い ●下期評価フィードバック面談		●人事評価の準備	●人事評価の実施 ●上期評価面談の実施 ●下期目標の設定	●人事評価の調整 ●冬季賞与の査定 ●上期評価フィア	●冬季賞与決定 ●上期評価の実施				
	●人事異動	●4月人事異動の実施				●10月人事異動の準備 ●10月人事異動の内示	●10月人事異動の実施						
福利厚生	●教育研修	●新入社員研修 ●OJT指導者向け研修 ●メンター向け研修											
	●労務管理												
福利厚生	●法定業務	●新入社員社保加入手続き ●労働保険の手続き ●健保・介保料率変更 ●労働者名簿作成・更新 ●賞金台帳の作成 ●労働者死傷病報告(1月~3月分)											
	●法定業務	●住民税特別徴収年度分の確認 ●労働保険年度更新 ●算定基礎届の準備											
福利厚生	●法定業務	●個人住民税の特別徴収準備 ●労働保険年度更新 ●障害者雇用納付金申請書の提出											
	●法定業務	●被保険者賞与支払届提出 ●高齢者雇用状況報告書提出 ●障害者雇用状況報告書提出 ●算定基礎届提出 ●労働者死傷病報告(4月~6月分)											
福利厚生	●法定業務	●安全衛生委員会での審議											
	●法定業務	●厚生年金保険料変更 ●ストレスチェック受診対象者への周知 ●ストレスチェック実施											
福利厚生	●法定業務												
	●法定業務	●標準報酬月額決定 ●労働者死傷病報告(7~9月分) ●年末調整準備											
福利厚生	●法定業務	●被保険者賞与支払届提出 ●法定調書の提出 ●給与支払報告書の提出 ●労働者死傷病報告(10月~12月分)											
	●法定業務	●源泉徴収票作成 ●年休付与日数の算定											
福利厚生	●法定業務	●36協定の更新・届出 ●就業規則改定・届出											
	●法定業務												

ご案内:本カレンダーは、3月決算月の企業を想定して作成しております。予めご承知ください。

memo

「出典 株式会社インソース様」

<https://www.insource.co.jp/gaiyo/gaiyo.html>



## マーケティングオートメーションとコンテンツ資産化への挑戦

メルマガ・ステップメールの仕組みを再構築し、見込み顧客に継続接点を設計



NoteやYouTube等を活用し、コラムや動画で専門性を可視化・蓄積



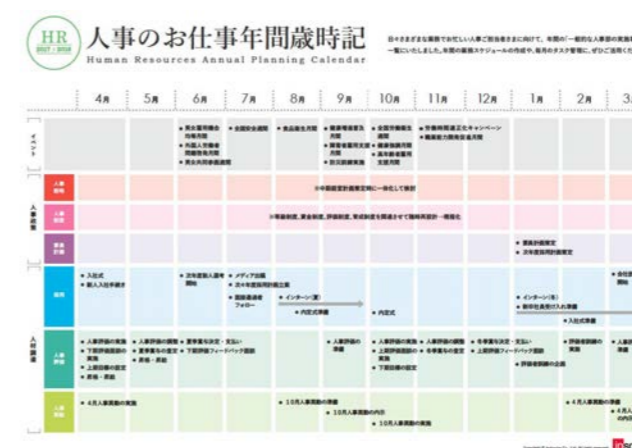
ホームページの情報を整理し、流入～問い合わせまで一貫性を持たせた導線を整備



600時間分の動画資産をAIで要素分解・活用し、コラムへ変換

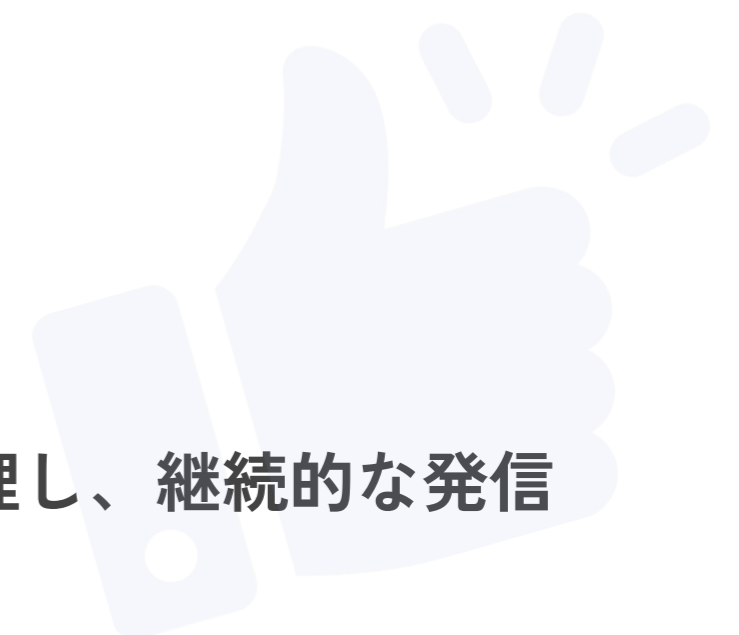


クライアントへの再アプローチとして、カレンダーに基づいた情報提供を開始



「出典 株式会社インソース様」  
<https://www.insource.co.jp/gaiyo/gaiyo.html>

### 情報の資産化と顧客接点の再構築を実現 新規契約を獲得



- 自社の知見や経験をWeb上のコラムや動画として整理し、継続的な発信が可能になった。
- メルマガとSNSを連動させた結果、大学病院や医療・保育機関との契約獲得につながった。
- 社長以外でも運用できる情報発信の仕組みを作り、属人化を軽減した。
- デジタル活用への心理的ハードルが下がり、仕組み改善への意識が社内に浸透した。
- 過去の顧客への再アプローチが実現し、継続案件や新たなニーズの掘り起こしが始まった。

事例から学ぶ

## オンライン活用のポイント

- 自社既存コンテンツを AIを活用して再利用する。
- コンテンツを WEB上に蓄積し、SEOのアルゴリズムに対応。
- 旧来クライアントとの関係を保つためのプッシュ型営業に活用。

専門家による指導を受けた

## 企業様の声

今回は無償にもかかわらず素晴らしい支援をいただきました。このような機会を作っていただいた福岡市様、そして何より、具体的かつ的確、そして実行可能なアドバイスをいただいたファントレの橋崎さまには心から感謝いたします。メルマガの仕組みの再構築は必ず今月中には完成させますが、これまでの取り組みの途中でも大学病院の研修や医療機関の人材採用・育成のコンサル、保育園の採用コンサルなどの契約をいただきました。戦略的かつ有機的に繋がったデジタルマーケティングが法人相手にも通じることを実感いたしました。ありがとうございました！

