芦生わさび生産組合のホームページビューを増やし、販促効果を高めるための取り組み

2025年3月15日

龍谷大学政策学部
内田ゼミ：冨岡・御前・宮本・栗原・澤
牧野・藤村・馬屋原
指導教員：内田恭彦

■目的および南丹市美山町芦生・芦生わさび生産組合について

●目的
典型的な山間地域にある芦生わさび生産組合の商品である「京・美山　芦生原生林　葉わさびの醤油漬け」のホームページを改良して、より効果が高く、低コストのマーケティングを行えるようにする。
そのことにより同地区の持続可能性を高めることに寄与する

●芦生について

・京都府南丹市美山町地井地区にあり、滋賀県と福井県に接する。殆どが森林,
・人口は22世帯45人（2023年）、2006年は24世帯64人、2013年は24世帯46人
・1921年に京都帝国大学（当時）が「芦生演習林」を設置
・戦前までは林業・炭焼きで栄えるが、戦後はエネルギー革命と木材輸入自由化で衰退
・1963年「芦生なめこ生産組合（現有限会社芦生の里）を設立。農産加工品の製造販売開始。また芦生の森のガイドツアーなどの会社が設立されていった
・1960年代前半に2つのダム計画が作られたが、いずれも地元などの反対などで計画は中止。これにより近代化以前のままの広大な面積の森林が残った（通称芦生原生林）

南丹市
美山町
→芦生

京都府
→南丹市
美山町

●芦生わさび生産組合について

・2016年設立
・2000年頃からシカの食害により天然の葉わさびが取れなくなり、伝統のわさび祭りが開催できない状態に。このため葉わさびの栽培を始めた
・現在はわさび祭りへの葉わさびの提供、およびその加工品の製造販売を行う
・加工品の製造販売の目的は、集落の経済基盤を強化し若い人の移住先となること

■取り組みの概要

9月中旬（ゼミスタート）より以下のことを行った

芦生や芦生わさび生産組合の理解のために現地調査し、京都大学の石原先生から芦生の森について教えてもらったよ

①テキストの輪読・ネットコンサル浜岡氏からの知識提供→マーケティング・ペルソナ分析の学習

②ペルソナ分析実施→いくつかのターゲットに絞り込み、具体的な購買状況等の描写

③SEO対策の学習→検索で上位に示されるHPとするための方法の理解

④コンテンツ案作成→ペルソナに適したロングテールキーワード（LK）特定用のコンテンツ案作成

⑤LKの設定→コンテンツ案からLK候補を複数抽出し、検索回数等を確認

⑥タイトルとコンテンツの作成→ペルソナ分析・コンテンツ案・LKからタイトルとコンテンツ作成

■ペルソナ分析実施

• ペルソナ分析とは、ターゲット層の年齢・性別・職業・その他を細かく決め、いつどのようなときに、どのような理由で特定商品のことを考えるのか・欲しいと感じるのかを明確にすること。これにより適切なマーケティングが行える

〈候補〉
・30－40代の日本酒好きの女性
・中国人観光客
・25歳位のおばーちゃん・おじいちゃん子男女
・60－70代の男女

女性も日本酒が好きのようだ！

・過去の調査（2020年,京都大・山口大実施）から50代以上の男女で都市生活者、公務員・サラリーマンで、感興問題意識の高い人が購入していること判明
・現地調査から、美山町に中国人観光客が多いこと認識
・ディスカッションから30－40代日本酒好き女性、祖父母とつながりの強い子を抽出

〈候補の中でなぜ60－70代になったのか〉
• 芦生で葉わさびを買う人が60－70歳であること
• 60－70代の人が漬物系が好きなのではないかと感じたため
• 葉わさびが日本酒に合うのではないのかと感じたこと
• 現時点で、芦生では自分たちの同じ世代の人が葉わさびの醤油づけを作っている姿に頑張っていると共感して買ってくれていることが明らかである。

〈ペルソナ分析の例〉
（例）70代都市在住女性
• 性別：女性
• ライフスタイル：健康を意識して食べ物を探す
同世代の人とアクティブに活動
環境問題などへの意識高い
• どのようなときに葉わさびを考えるのか：健康食材を探しているとき、同世代の人が頑張って葉わさびの醤油漬け商品を作っていることへの共感、自然や伝統保護への協力

■SEO対策の学習

検索エンジン最適化(Search Engine Optimization)：ネットユーザーの検索で、自社のウェブサイトやコンテンツが上位に示されるようにし、アクセスを増やすための手法の学習

・ビッグ・ワードとロングテール・キーワード（LK）
・ビッグワードは月に何十万回も検索される語
（例）わさび：11万回／月（Google）
→無名のサイトは上位に示されない
・LKは複数語からなり、検索回数も減る
ターゲットの目的等をより絞ることが可能

（例）検索回数について
・葉わさび：6600回／月
・葉わさびのレシピ：3300回／月

→検索回数が多いと一般に関連するサイト数も多くなる＝上位にHPが掲載される可能性小
→一方で検索回数があまりに少ないと（100回／月など）HPへの訪問数が得られず
●今回は3000回程度／月をLK選定の基準とする

■コンテンツ案の作成

ペルソナ分析を基に、コンテンツ案を作成する。そのような情報の欲しい人は検索の際にどのようなLKを用いるのかなどを考え、LKの候補を複数抽出することが目的

ペルソナ分析（購買動機・状況など）▶ コンテンツ案（ターゲットが魅力を感じるであろう案の作成）▶ LK候補の作成（コンテンツ案を求める人が使う検索語を推測）

＜抽出されたLK候補＞
1）健康について　・葉わさびの効能
・葉わさびの健康効果　など
2）働き方への共感・葉わさびの醤油漬け　製造
・葉わさびの醤油漬け　生産　など

オンラインで月1回SEO対策などをコンサルタントから学ぶ

・同年代の女性が頑張っているのね。どんなふうに働いているのかしら？

■ロングテール・キーワードの設定

60代―70代の方々の「健康」への関心、および特に女性による同年代女性の「働きへの共感」に対して、LK候補として抽出された語（葉わさびの効能,葉わさびの健康効果および葉わさびの製造、葉わさびの生産など）について、その検索頻度を調べる。その結果を基に多面的に検討し、それぞれの関心・共感に対するＬＫを設定すること

○「健康」について
・「葉わさびの効能」「葉わさびの健康効果」などは月間検索数が少ない
・わさびの健康への効果と葉わさびのそれは同一要因からなる
⇒「わさびの効能」「わさびの健康効果」で検索数確認

キーワード	月間検索数
わさび効能	1300
わさびの効能	1300
わさび漬け 効能	[illegible]
納豆にわさび 効能	[illegible]
山わさび効能	[illegible]
[illegible]べ過ぎ	[illegible]
[illegible]能	70
[illegible]ブ 効能	40
[illegible]	40
本わさび 効能	40

「葉わさびの効能」は検索数少ない

キーワード	月間検索数
わさび効果	2400
わさびの効果	2400
わさび殺菌効果	390
わさびデェール 効果	260
わさび 健康効果	170
わさび の 健康 効果	170
納[illegible]	140
わ[illegible] 効果	90
わ[illegible]	70
わさび納豆効果	70
アニサキス わさび 効果	70

「わさびの効果」は検索数少ない

「効能」より「効果」の方が検索数多い

「わさびの効果」をLKとして設定

○「同年代の働きへの共感」について
・対象層は「芦生原生林を歩く（エコツーリズム参加）７０代女性」なので活動的で環境意識も高いと推測
・自然とともに、伝統を守り、集落で力をあわせて「葉わさびの醤油漬け」を製造している同年代女性への共感（働き方を製造工程を示しながら伝える）

Google検索「京都　葉わさびの醤油漬け　生産」でトップ

生産組合の皆で圃場の整備（雑草取りなど）

出来た葉わさびの醤油漬けの瓶詰。女性陣総出で奮闘

「京都　葉わさびの醤油漬け　生産」をLKとして設定

■タイトルとコンテンツ

ロングテール・キーワード：わさびの効果
→タイトルに「わさびの効果」を入れたら検索効果が上がると考えた
タイトル：「わさびの驚きの健康効果」

コンテンツ
わさびの辛み成分にはイソチオシアネート化合物が含まれています。これには、抗菌作用・抗がん作用があることが明らかになっており（注１）、炎症抑制効果も期待されています。特にがん予防効果が強く期待されています。
　また、元静岡県立大学の森田教授は、世間を騒がせた「病原生大腸菌O157」に対して、わさびは高い抗菌作用があることを明らかにしています（注２）。
静岡県のホームページには表１のようなわさびの効果が記載されています。
わさびには様々な健康効果があることを示されています。葉わさびの醤油漬けを普段の生活に取り入れてみてはいかがでしょうか。

抗菌・抗カビ作用	食中毒菌に対する抗菌作用
抗虫作用	大量魚介類に高い確率に寄生する幼虫の活動を抑制
抗がん作用	ヒトの胃ガン患者のリンパ節転移由来細胞の増殖を著しく抑制
血栓予防作用	わさび独特の「沢の香り」の主成分による効果で、血液中の血小板の凝集を抑制し、血液中の血小板の凝集を抑制し、血液凝固を防ぐ
消化管吸収促進作用	消化管の細胞間結合を上昇させ、消化吸収を促進する
骨増強作用	骨粗鬆症に有効と期待される

表１　わさびの主な機能性（静岡県HPより作成）
注１　柴田貴広・内田浩二「イソチオシアネート化合物―アブラナ科野菜に含まれる機能性食品成分―」（https://agriknowledge.affrc.go.jp/RN/2010921720.pdf）
注２　静岡県公式ホームページ「わさびについての豆知識」（https://www.pref.shizuoka.jp/kurashikankyo/shokuseikatsu/kaju/1003330/1027384.html,最終閲覧日：2025年2月14日）

ロングテール・キーワード：葉わさびの醤油漬け　製造
→タイトルに「京都　葉わさびの醤油漬け　生産」を入れたら検索効果が上がると考えた
タイトル：「京都　葉わさびの醤油漬けの生産について」

コンテンツ

①葉わさび収穫 ▶ ②洗浄してお湯をかける ▶ ③国産の昆布と鰹節で出汁を取る ▶ ④醤油やみりんなどの調味料を鍋に入れます ▶ ⑤鍋に入れて、火にかけ、全て入れて、軽く鍋の中で揉む ▶ ⑥冷却して、素早く瓶に詰めて冷凍します

合成の添加物は入っていません！

芦生のみんなで頑張っています！

時間と揉み加減がポイントです！

冷凍することによりわさびの香りや辛味を保存できます！

芦生の伝統のレシピで作っています！

■効果測定および今後について

• **効果測定**

〇現在のHPの状況
現在のHPは情報・画像・動画などをより充実させる必要がある
→再度芦生への現地調査を行い、必要な情報・画像を手に入れ、動画を新たに作成する必要がある

〇アクセス数など
総インプレッション数（広告が画面上に表示された回数）は229に対して、総クリック数は20
→表示されてもクリックされていないのが現状

〇効果の測定方法
Googleアナリティクス４で、30日間のサイト訪問者数、ページビュー、滞在時間、訪問者の属性から、全訪問者に対するターゲット比率などを調べ、効果を測定する
→コンテンツを改善していく

〇今後の進め方
SEO対策を進め、効果測定の仕組みを入れるなど、ホームページのコンテンツ改善を進めていく
それに加えて、必要な情報をまとめたコンテンツページとキーワードを狙ったコンテンツページを作っていく

・今後について

〇目的
芦生で若者が働ける環境にして、若者を芦生に移住してもらうこと
しかし、現在の個数では「葉わさびの醤油漬け」だけでは十分な収益を得ることが難しい
年に２万個を販売することによって、十分な収益を得ることができると考える

〇目標：２万個/年の販売

〇課題
「葉わさびの醤油漬け」を令和7年に1000個の生産を行う予定
しかし、今のやり方では限界が来ている
また、葉わさびの生産量を増やす必要もあり、圃場も増やしたり、再整備する必要がある栽培・製造・販売をバランスよく進めて、２万個に近付けていく必要がある

・応援強化によるブランド確立と販売支援

〇HP内容の充実と改善
・定期的内容更新
・販売網の記載

〇SNSとの連動
Instagram
YouTube
X（旧Twitter）
→ ターゲットになるであろう層に合った媒体か考える必要がある！