

# Portfolio

久野 将司



# プロフィール

## ✓ 経歴

新卒で化粧品通販ベンチャー(株式会社MIRAI)に入社後、広告運用・物流(フルフィルメント)・CRM・CM制作・アフィリエイト・オウンドメディア立ち上げを経験。

その後、Webマーケティング会社(株式会社PLAN-B)に中途入社し、SEO、アフィリエイトコンサルタント、フィールドセールスとして従事。

その後、D2C総合支援やWebマーケの支援会社を設立。 ※年齢：30歳(2023年3月時点)

## ✓ スキル

- D2C立ち上げ, 商品開発
- SEO, オウンドメディア運営
- アフィリエイト
- LPO
- CRM
- インフルエンサーマーケティング

## ✓ 資格

- 上級ウェブ解析士
- GAIQ (Googleアナリティクス認定資格)
- コスメ薬事法管理者



## 株式会社 MIRAI

### 2016年4月～ 新規顧客創造 (広告運用) ・ CRM業務

1年目は、新規顧客獲得の部署に配属となり、オフライン広告やインフォマーシャル (CM) 広告・Web運用型広告のディレクション業務に従事。  
また、既存顧客へのキャンペーン(CRM)なども担当。

### 2017年12月～ CRM・物流 (フルフィルメント) 業務

CRM業務 (メルマガ構築・LTV計測など継続促進施策全般) や受注から配送までの業務 (受注・梱包・在庫管理・発送・受け渡し・代金回収まで) を担当。  
その他会社全体の仕組み化、マニュアル化などの業務も担う。

### 2018年10月～ オウンドメディア・アフィリエイト業務

2018年までは、集客の大半を広告出稿に依存していたため、2つのオウンドメディア立ち上げを、責任者として担当。アフィリエイト全体のディレクション業務も担う。

## 株式会社 PLAN-B

### 2019年10月～ SEO・アフィリエイトコンサルタント業務

● 1ヶ月のサブコンサルタント経験後、12月より本格的に従事。  
フロント対応～分析/調査を実施するアナリスト業務すべてを担当。  
(※大手化粧品メーカー、旅行代理店、不動産会社、人材会社など)

### 2021年1月～ フィールドセールス業務

○ 既存客の対応に加え、新規問い合わせ企業に対して、フィールドセールス業務を行う。  
(※担当コンサル案件の分析・調査業務を一部引き継ぎ対応)  
同年8月に退職。

## D2C支援・Webマーケティング支援 会社

### 2021年9月～ 会社設立

D2C総合支援・Web集客支援を行う会社を設立。

#### D2C支援

- D2C立ち上げコンサルティング  
(美容・アルギニンサプリ、ナイトクリーム、電動マッサージボール、香水など)
- 継続的なLPO・A/Bテストなどのディレクション
- CRM支援  
(メルマガ構築、トークスクリプト構築、チャンネルごとLTV最大化など)
- ブランドサイトのSEO対策、オウンドメディア立ち上げ

#### Web集客支援

- SEO対策 (クリニック、コーポレートサイト、大規模ECサイトなど)
- Instagram運用コンサルティング (著名人メディア、整体師、ホテルなど)
- Wordpressによるサイト制作
- Web広告運用代行 …など

## ✓ 案件概要

株式会社MIRAIにて、アフィリエイトチャンネル (SEO・アド・インフルエンサー) からのCVを最大化するために、LPO、記事LPO、ASPディレクション、メディア営業を行う。

## ✓ 課題

① 取引先のASPが2社のみ

└ 社内リソースの関係で、ASPは2社に絞ってアフィリエイトを展開していた。  
力のある優良なアフィリエイトとの取り組みができていなかった。

② 社内の勝ちパターンがアフィリエイトに展開できていない

└ 社内で得た知見をアフィリエイトに横展開できておらず、CVの最大化に寄与しなかった。

## ✓ 解決策

① ASPとの取引社数を増加&徹底した記事チェック

└ 他展開ができるよう、アフィリエイトレギュレーションを固め、取引社数を増加。

② ASPと定期的なミーティング&勝ちパターンの横展開

└ 社内の勝ちパターンや訴求方法などを、定期的なミーティングを行い議論することで、CV数増加。

## ✓ 施策後の成果

- CV数：2018年10月 ➡ 2019年8月 **2.8倍**
- LTV：2018年10月 ➡ 2019年8月 **1.05倍**

## コーヒー (置き換えダイエット)

## ✓ 案件概要

置き換えダイエット訴求で急激に顧客獲得数を伸ばしているクライアントの、LPO・記事LPOを行う。LPが1パターンしかなく、PDCAが回せていないという課題があった。

## ✓ 課題

- ① 細かいA/Bテストができていない  
└ 代理店との日々のやり取りに忙殺され、細かいA/Bテストの実施ができていなかった。  
LPOの更新頻度が、2ヶ月に1回程度。
- ② 媒体ごとにLPを最適化できておらず、1つのLPに依存している  
└ 1つのLPを複数の媒体で使用していたため、記事LPが挟めないLAP等では、CVRが低下していた。

## ✓ 解決策

- ① 様々な軸でA/Bテストを行う  
└ スポットA/Bテストから始まり、ファーストビュー、訴求変更、トンマナ変更を行った。
- ② 媒体ごとに広告運用者と擦り合わせを行い、LPの最適化  
└ 各媒体の担当者ごとに、綿密な擦り合わせを行い、CVRが0.6%改善。

## ✓ 施策後の成果

- CV数：2021年9月 ➡ 2022年1月 4,348CV増加 / 月
- LTV：2021年9月 ➡ 2022年1月 4.66%増加

## 口腔商品 (ホワイトニング)

## ✓ 案件概要

顧客獲得数は月に安定して10,000人以上獲得しているが、LTVに課題があるクライアントの、CRM全体改善を行う。主に全体戦略から、継続促進・解約阻止両軸での具体策まで立案。

## ✓ 課題

① F1,F2転換率・継続率が悪くLTVが低い

└ 新規の顧客獲得に注力しすぎること、長期的な視点でのLTVがおざなりになっていた。  
CPA高騰やLTV低下により、広告を出稿するだけ赤字が拡大していた。

② コールセンターでの解約阻止率が低い

└ オペレーターごとの品質が安定せず解約阻止率が2%ほどで、解約阻止の意味を成していなかった。

## ✓ 解決策

① LP改善からメルマガやLINEでの継続促進を行う

└ LPでの訴求の見直しからメルマガやLINEでの継続促進施策を行った。

② コールセンターのトークスクリプト構築や勉強会の開催

└ トークスクリプトを作成し、優秀なオペレーターの音声ログを共有し、勉強会を行った。

## ✓ 施策後の成果

- F1・F2転換率：2022年6月 ➡ 2022年11月 F1：8% , F2：12%向上
- 解約阻止率：2022年6月 ➡ 2022年11月 2% ➡ 18%に改善



## ✓ 案件概要

大手人材会社のサブドメインで、キャリアアップのお役立ちサイトを運営。  
本体サイトへの誘導 (派遣社員の登録) のために、SEO集客を行う。

## ✓ 課題

- ① 注力キーワードで上位表示できていない  
↳ サービスとの親和性が高い『経理事務』『秘書』などの注力キーワードで順位が上がらない状態。
- ② セッションとCV数の増加が比例しない  
↳ ユーザーの大半がサービスとの親和性が低く、セッションが増加してもCVに繋がらない。

## ✓ 解決策

- ① 注力キーワードの関連記事を最適化  
↳ 『経理事務』 圏外 → 1位、『秘書』 9.3位 → 1位
- ② CTA、内部リンク、関連記事、追従バナー、ポップアップの最適化  
↳ 上記を精査の上で最適化。実施前と比較して、CV数が約1.8倍に。

## ✓ 施策後の成果

- セッション数：2019年11月 → 2021年6月 1.9倍
- 派遣社員の登録数 (本体サイト遷移数 / CV数)：2021年8月 → 2021年6月 1.8倍

## ✓ 案件概要

ホテルやツアーを検索/予約できるポータルサイトにて、SEOコンサルティングを行う。

## ✓ 課題

- ① 注力キーワードで上位表示できていない  
↳ 他の旅行代理店サイトやホテル比較サイトと比べて順位が上がらず、2ページ目に位置している。
- ② セッションとCV数の増加が比例しない  
↳ ユーザーの大半がサービスとの親和性が低く、セッションが増加してもCVに繋がらない。

## ✓ 解決策

- ① 競合サイトとの差分を徹底的に埋める  
↳ 『草津 旅館』 圏外 ➡ 4.8位、 『和歌山 ホテル』 7.1位 ➡ 4.1位
- ② 内部リンクの最適化  
↳ ポータルサイトでは、内部リンクの紐づけが最重要項目の1つなので、パンくずリストやフッターなどの内部リンク構造を最適化。

## ✓ 施策後の成果 (ディレクトリごと)

- 国内宿泊 (kokunai\_hotel) : 2019年12月 11位 ➡ 2021年6月 8.1位
- 国内ツアー (kokunai) : 2019年12月 8.4位 ➡ 2021年6月 5.2位

## ✓ 案件概要

CMからの集客が大半で、潜在層を獲得できておらず、年々売上が減少していた。

## ✓ 課題

- ① 一般キーワードを獲得できていない  
↳ 指名検索による流入が多く、CM出稿の状況で、セッション数が大きく増減していた。
- ② 指名検索キーワードへの対策が不十分  
↳ 各キーワードごとに、対象ページを用意できておらず、検索1位を取れていない、または、正しくクロージングできていなかった。

## ✓ 解決策

- ① 一般キーワード獲得への対策  
↳ 『ほうれい線改善』 圏外 → 1位、 『混合肌』 圏外 → 1位
- ② 指名検索への最適化  
↳ 上位表示ができていても回答ページが無い場合 → 対象ページの作成  
上位表示ができていない場合 → CTRに改善の余地がある場合はタグ修正

## ✓ 施策後の成果

- 指名検索以外からのセッション数：2019年12月 → 2021年6月 8.5倍
- 指名検索のテールワードの掲載順位：2019年12月 → 2021年6月 ほぼすべてのキーワードで上位表示

## ✓ 案件概要

とりわけ『不動産売却』のディレクトリに注力しているが、競合他社に大きくシェアを奪われてしまっている。

## ✓ 課題

- ① 注力キーワードで上位表示できていない  
↳ 不動産売却関連のキーワードで上位表示できておらず、競合他社に負けてしまっている。
- ② 不動産用語のキーワード対策ができていない  
↳ 不動産関連のキーワードの多くは、記事コンテンツで対策する必要があるが、各キーワードごとに、対象ページを用意できていない。

## ✓ 解決策

- ① 『不動産売却』のキラーページを作成する  
↳ 『不動産売却』 10.6位 → 7.3位、 『不動産売却 流れ』 3位 → 1位
- ② 内部リンクの最適化  
↳ 各ディレクトリ間や、フッターなどの内部リンク構造を最適化。

## ✓ 施策後の成果 (ディレクトリごと)

- セッション数：2020年10月 → 2021年6月 1.4倍
- CV数 (問い合わせ/資料請求)：2020年10月 → 2021年6月 3.2倍

## ✓ SEOコンサルティング

- ポイントサイト (ポイ活)
- 学校法人
- 学校検索ポータル
- キャンピングカー
- メルマガシステム (toB)
- AGAクリニック

- ポイントサイト (ポイ活)
- 学校法人
- 学校検索ポータル
- キャンピングカー
- メルマガシステム (toB)
- トラック買取サイト