

サイト制作

# mineo

<https://mineo.jp>

## ■ クライアント／株式会社オプテージ

複数LPの更新

## ■ 制作期間／約1ヶ月

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

キャンペーン、新機種、新プラン発売、ABテストなどのタイミングにて  
LPの更新作業を担当。

## ■ 意識点

キャンペーンはもちろん、新機種や新プランの発売日に合わせ、  
スピードが重要視されていたため、タイトなスケジュールの中でミスが発生しないよう  
チェック体制を整え、作業にあたった。



# KIRIN 研究開発

<https://www.kirin.co.jp/company/rd/>

## ■ クライアント／キリンホールディングス株式会社 ブランドサイトの更新（新規コンテンツ・リニューアル）

## ■ 制作期間／約3ヶ月 仕様設計1.5ヶ月/制作実施1.5ヶ月

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

研究領域の社内体制変更に伴うサイトリニューアルのディレクションを担当。  
クライアントからの新体制の詳細や要望のヒアリングを元に、  
過去コンテンツを整理し、新規コンテンツと合わせた構成案を作成。  
リニューアルまでのスケジュール調整。  
写真撮影・レンポジ選定を行い、記事コンテンツのライター、デザイナー、  
コーダーに指示をし制作にあたった。

## ■ クライアントの要求事項

クライアントの要求：就職希望者（特に理系新卒向け）に、新しくなった研究開発部門の社内体制について理解しやすいページにしてほしい。  
サイトの回遊率向上。

## ■ 意識点

クライアントと新体制に向けての社内の意気込みなど、支給された原稿からは読み取れない部分のヒアリングを重点的に行い、画像イメージなども細かくすり合わせ、リニューアル後のデザインや原稿にクライアントとの相違がないように注意した。  
また、新卒採用サイトの役割も担うため、コンテンツの表示順を変更し、魅力的でわかりやすいコンテンツをメインに配置するようにし、また、リニューアル前はページ単位で収束していたサイトを、リニューアル後は各ページに関連リンクを設置することで、サイト内の回遊率が向上するようにした。



## 未来の創造への挑戦



# 東日本電気エンジニアリング株式会社

<https://www.tems.co.jp/>

## ■ クライアント／東日本電気エンジニアリング株式会社 サイト全面リニューアル/全27ページ

## ■ 制作期間／約4ヶ月 仕様設計2ヶ月/制作実施2ヶ月

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

主にサイト制作のディレクションを担当。

クライアントへのヒアリングをもとに構成案も作成。

デザイナー、コーダー、イラストレーター、ライターと連携をとり制作を進めた。

## ■ クライアントの要求事項

クライアントの要求：サイトが当初作ったままになっており、Flashを使っていていたり最低限の情報しかないため現代に合うようなデザインにしたい。某建設会社の新海誠さんのアニメーションっぽいイラストを入れたサイトにしたい。

## ■ 意識点

イラストを使用したサイトにしたいという要望があったので、若者向けするイラストを入れつつ、現実画像を合わせた現実感のあるサイトになるように設計した。

画像が少なく、テキストばかりのサイトだったので、画像を多めに使用した企業イメージが想像しやすいサイトになるようにした。



# NTT Communications

<https://www.ntt.com/index.html>

## ■ クライアント／NTT Communications株式会社

サイトリニューアル/全100ページ超

## ■ 制作期間／約3ヶ月

情報設計3ヶ月

## ■ 役割・担当領域/情報設計

主にサイトリニューアル後の構成案作成を担当。

既存サイトにあるサービス、プランなどを整理し、リニューアルのようなワイヤーフレームを作成。毎週の定例会で項目別に構成案を提案。

## ■ クライアントの要求事項・課題・改善方法

クライアントの要求：必要な情報までの遷移がわかりづらく、コールセンターへの問い合わせが多いので、ユーザーが知りたい情報にわかりやすくたどり着けるサイトにしてほしい。

課題：サービス量が多く、重複しているサービスもあるので、どこから何が閲覧できるのかが分かりにくい。

改善方法：重複しているサービス内容を整理し、ユーザーそれぞれに最適な検索方法でお問い合わせ内容ページまでたどり着けるような設計にする。

## ■ 意識点

既存サイトのサービスやプランを抜け漏れなく抽出し、膨大な量を整理するので、クライアントが見てもわかりやすい資料になるよう資料作成に取り組んだ。

構成案は法人、個人それぞれで、各ユーザーが検索しやすい方法でお問い合わせ内容にたどり着けるよう、検索窓（キーワード検索）、ジャンル検索など、様々な検索方法をインデックスページとして設置し、下層ページも階層が深くなりすぎないよう、遷移が煩雑になりすぎないような設計とした。



# ワールドプラスジム

<https://www.worldplus-gym.com/>

## ■ クライアント／株式会社ワールドプラス サイトリニューアル/全22ページ

## ■ 制作期間／約2ヶ月 仕様設計1ヶ月/制作実施1ヶ月

## ■ 役割・担当領域/プロジェクトリーダー、制作ディレクション 主にサイトリニューアルのディレクションを担当。 毎週の定例会進行やサーバー管理会社などとも連携を行なながら進行。 社内の情報設計者、デザイナー、外部のコーダー、ライターと連携をとり制作を進める。

## ■ クライアントの要求事項・課題・改善方法

クライアントの要求：サービスごとのお問い合わせを設けたい。店舗検索が正確にされないので改善して欲しい。他社フィットネスジムとの差別化を図りたい。

課題：店舗検索機能が正常に作動していない。他社フィットネスがそれぞれアピールしているような強みがサイトで表現できていない。

改善方法：お問い合わせのインデックスページを設け、目的別に合わせたお問い合わせに遷移できるようにした。

店舗検索は実装で改善。

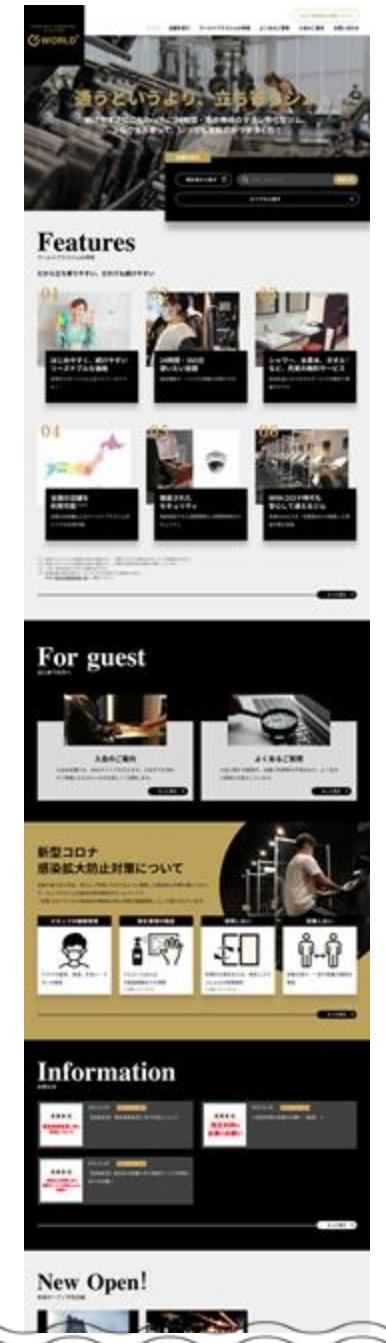
差別化に関してはライターと、クライアントからワールドプラスジムがアピールしたい強みを引き出し、情報をまとめた。その情報をもとにメインコピーを作成し、それを軸にサービスなどをアピールした。

## ■ 意識点

ローンチまでのスケジュールがタイトかつ、サイトコンセプトも未定で案件が始まったので、関係者全員の手が止まらないようスケジュールを細かく切り、案件を進めた。

他社との差別化を意識し、コロナ禍でも安心して通いやすい、ジム初心者でも気軽に始められるというところを全面的に押し出すサイトになるようにした。

既存サイトの管理会社に残す情報、切り離す情報があり、サイトリニューアル時のサーバー管理や設定についても細かく注意しながら案件を進めた。



# プレミアアンチエイジング 公式オンラインショップ

<https://www.p-antiaging.com/>

## ■ クライアント／プレミアアンチエイジング株式会社

総合公式サイト作成/全1ページ

## ■ 制作期間／約4ヶ月（各ブランドの発売日に合わせ2回に分けて制作）

仕様設計1ヶ月/制作実施1ヶ月

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

主に新ブランド発売に伴う全ブランドをまとめる総合サイトの制作ディレクションを担当。

クライアントへのヒアリングをもとに構成案も作成。

自社のデザイナーと外部のコーダーと連携をとり制作を行った。

## ■ クライアントの要求事項

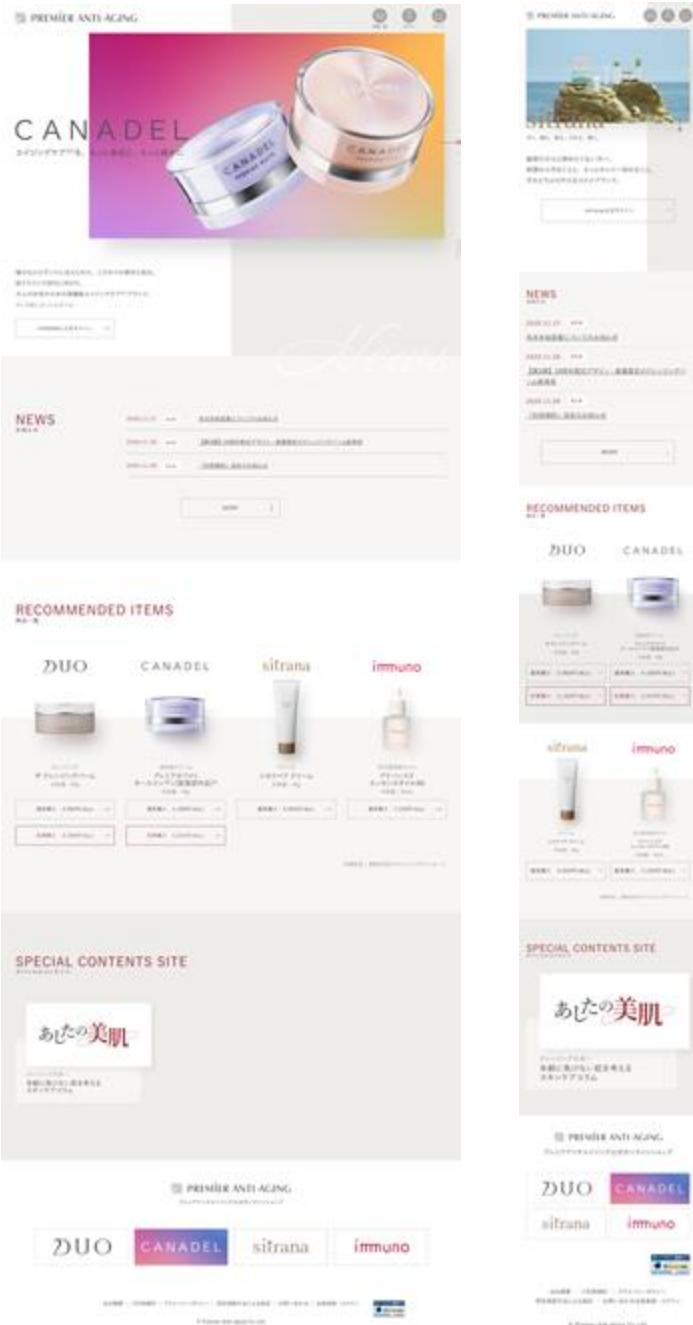
クライアントの要求：新ブランド発売にあたり、各ブランドをまとめた総合サイトを作りたい。

## ■ 意識点

総合サイトはこれからもブランドやコラムが増えていくことを想定し、各ブランドのカラーが活かせるようシンプルなデザインになるようにした。

企業のロゴが無彩色だったので、それに合わせた色味で調整した。

またコンテンツの配置もなるべくシンプルにし、各ブランドサイトへの遷移や購入につながるようにした。



# sitrana

<https://www.p-antiaging.com/sitrana/>

## ■ クライアント／プレミアアンチエイジング株式会社

新ブランドサイトsitrana作成/全13ページ

## ■ 制作期間／約3ヶ月

仕様設計2ヶ月/制作実施1ヶ月

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

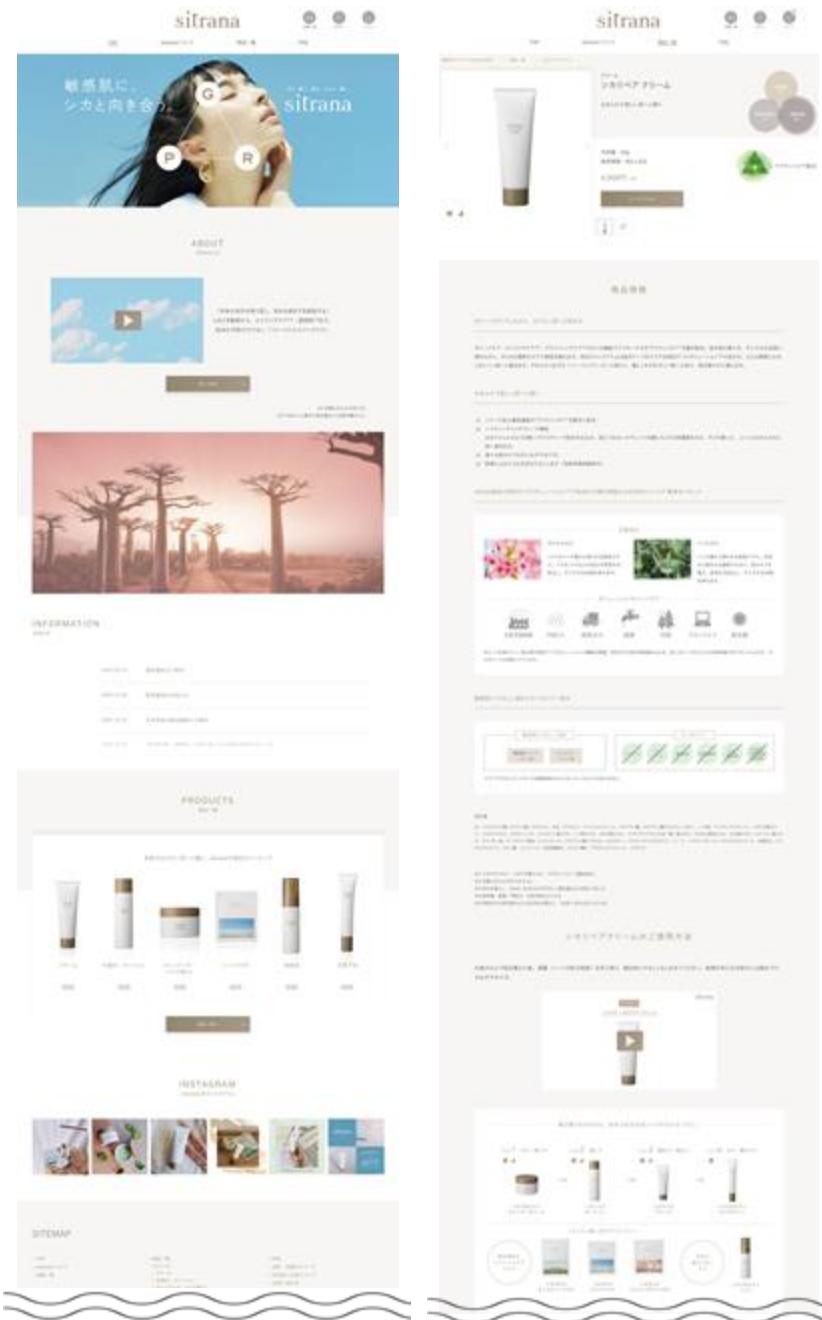
主にサイト制作のディレクションを担当。他、クライアントからの商品情報を元に原稿作成、構成案作成も行った。  
自社のデザイナーと外部のコーダーと連携をとり制作を行った。

## ■ クライアントの要求事項

クライアントの要求：大人っぽいシンプルなサイトにしたいが賑やかしさは欲しい。  
提供できる画像が少なくテキストばかりになってしまいそうなので工夫して欲しい。  
特に商品詳細ページ。

## ■ 意識点

クライアントから支給された商品情報を整理し、ブランドの訴求内容がしっかりと伝わるようなサイトになるよう原稿を作成した。また、支給された画像だけでは商品詳細ページがテキストばかりになってしまいう為、成分画像を別途手配したり、アイコンを作成する、バッヂ表記にするなどし、ユーザーが視覚的に目を引く項目を増やせるようにした。



# immuno

<https://www.p-antiaging.com/immuno/>

## ■ クライアント／プレミアアンチエイジング株式会社

新ブランドサイトimmuno作成/全10ページ

## ■ 制作期間／約1ヶ月

制作実施1ヶ月

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

主にサイト制作のディレクションを担当。

デザインは他社で行っていたため、デザイン会社と弊社から委託している外部コーダーと連携を取り制作を行った。

## ■ クライアントの要求事項

クライアントの要求：動きのあるサイトにしたい。プレミアアンチエイジングの他ブランドよりお洒落でスタイリッシュなサイトにしたい。

## ■ 意識点

他社のデザイン会社との共同制作となったため、実装に入る前に、クライアント、デザイン会社、弊社の3社で完成後のイメージの認識の差異が出ないよう、質問リストを作成し連携をとった。デザインスケジュールが多く取られており、実装スケジュールがタイトだったため、デザインを修正しながらの実製作業となつたが、毎日管理ツール上で連絡を取り合い、抜け漏れがないよう制作を進める形にした。  
またスケジュールがタイトなこともあります、1ページ作成毎にクライアント、デザイン会社に確認を入れるなど3社の手が止まらないような進め方にし、発売日に間に合うよう進行した。



# BRANZ新春ご来場キャンペーン

■ クライアント／東急不動産株式会社  
ご来場促進・成約キャンペーンサイト/全8ページ

■ 制作期間／約1.5ヶ月  
仕様設計0.5ヶ月/制作実施1ヶ月

■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション  
サイトはテンプレートでエリア別に7ページ、その他1ページを作成。  
主に、クライアントからの要望ヒアリング、広告配信チームやOOH制作チームと連携しながら構成案作成・制作進行管理を担当。  
共通デザインである広告バナー約40点や、メルマガ（5回配信）の構成案作成・進行管理、サイトのアクセス数・アクション数の週次レポート制作も担当。

## ■ クライアントの要求事項・課題・改善方法

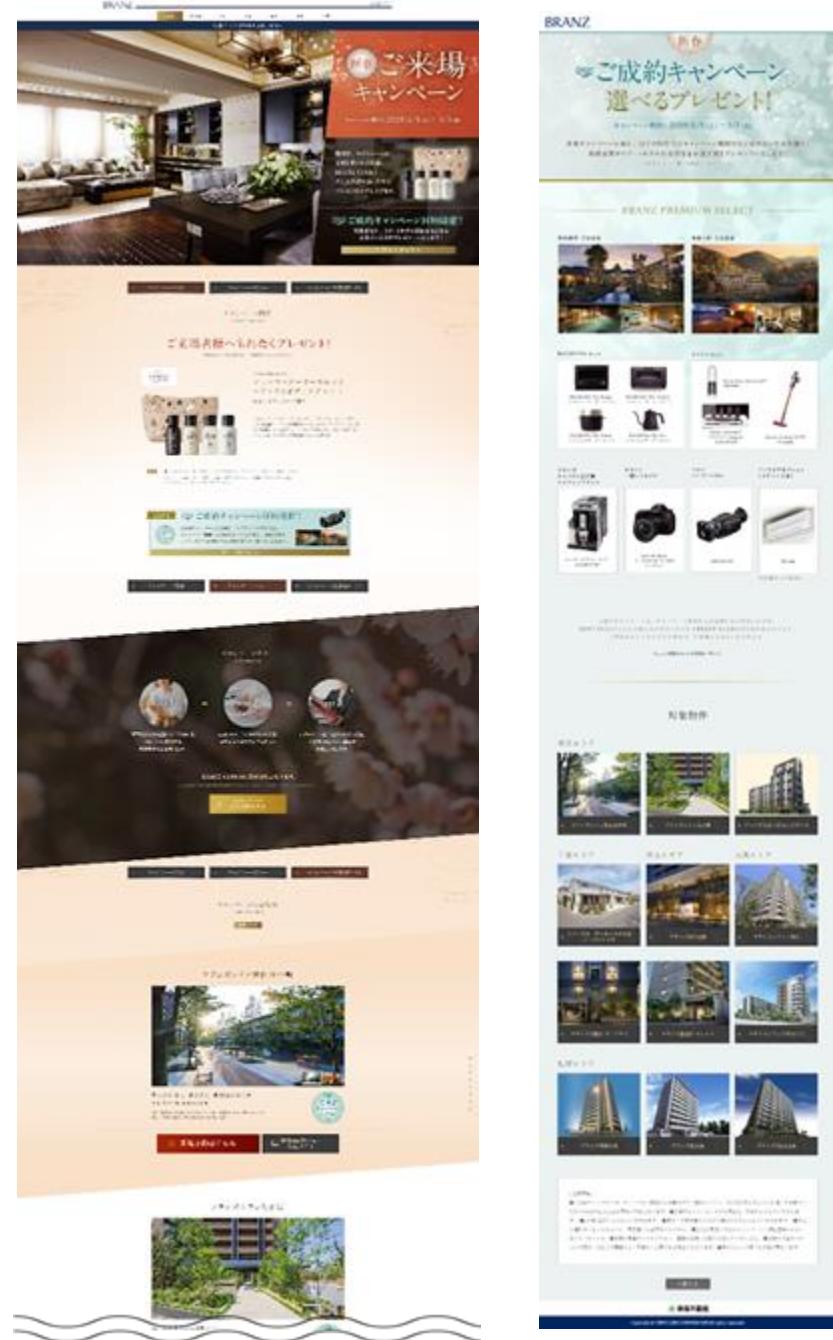
クライアントの要求：物件への来場促進と成約の向上  
課題：過去キャンペーンと比較し、物件数が少なく、物件の魅力度が低い  
改善方法：【LP】各物件の情報を多く記載し、魅力度を高める  
【バナー】キャンペーン期間が目立つよう配置  
【メルマガ】配信毎の既視感を払拭するためトーンや物件画像を変更

## ■ 結果

LP・メルマガ・広告配信ともに結果は前年度より下がってしまった。  
物件数が少なかったことや、前年度から販売されている物件ばかりとなってしまい、  
引きとなる大きな物件が存在しなかったことも原因としてあげられる。  
また、不動産業界全体で物件が売れないという時期的な要因も考えられる。

## ■ 意識点

同キャンペーンを行った前年度と比較し、全体的に物件数が少なかったのと、  
物件の魅力度（立地条件や価格）が低かったため、サイト全体の見栄えを  
よくし、来場促進に繋がるCVボタンの動きやデザインを考慮した。  
また、メルマガやバナー広告についても、既視感を払拭し、新しい情報を  
目にしてもらうため、配信毎にクリエイティブを変えるなどを行った。



# DCM春の園芸キャンペーン

■ クライアント/DCMホールディングス株式会社  
キャンペーンサイト/全10ページ

■ 制作期間/約1.5ヶ月  
仕様設計0.5ヶ月/制作実施1ヶ月、公開後3回更新あり

■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション  
キャンペーンサイト制作の進行管理を担当。  
サイト内コンテンツに掲載するプロガーさんとのやり取り、インスタグラマーさんの  
アサイン会社とのやり取り、ESSEとのタイアップイベントスタッフ、カメラマン、  
ライターとのやり取りも行った。

■ クライアントの要求事項・課題・改善方法  
クライアントの要求：園芸グッズの認知向上と購買促進  
課題：dcnに園芸グッズが多くあることが認知されておらず、売上げがよくない  
改善方法：ESSEとのタイアップを含む大型キャンペーンや、インスタグラマー、  
園芸界の人気プロガーを巻き込み、園芸商品の認知を上げる。

■ 結果  
園芸商品が掲載されているコーポレートサイトへの流入も多くなり、  
キャンペーンサイト内で紹介した商品が一時欠品、一般の方からの  
instagramへの#タグ付きの投稿もあり、多くの反響を得ることができた。

■ 意識点  
クライアントの「商品を目立たせたい」という意見や、  
ESSE側のブランドを損なわないデザイン、プロガーさんやインスタグラマーさんの  
個人のトンマナや雰囲気をできるだけ変えないなど、関係者が気持ちよく  
進められるような進行を意識した。  
また、園芸初心者も上級者も興味を持ち、楽しめるようなバランスでコンテンツを  
制作し、取り扱い商品の紹介がまんべんなくできるようなサイト作りを心掛けた。



# フロッシュのある暮らしフォトキャンペーン

■クライアント／旭化成ホームプロダクツ株式会社  
キャンペーンサイト／2ページ

■制作期間／約2ヶ月  
制作実施2ヶ月、構成・デザイン流用で第2弾あり[制作期間／約1ヶ月]

■役割・担当領域/WEB制作ディレクション  
Instagram・Twitterを活用したSNSキャンペーンLPを作成。  
構成案作成・キャンペーン投稿収集ツールの管理・制作進行管理を担当。

■クライアントの要求事項  
クライアントの要求：雑誌「&Premium」感があるデザインにしたい。  
Froschの「自然にやさしい」「手肌にやさしい」を伝えたい。  
キャンペーンを通してFroschが【シンプル・丁寧・おしゃれ】という  
イメージをつけたい。

■意識点  
クライアントから強く要望があった、&Premium感を失わないデザイン・  
トンマナを重視。また、Froschの訴求内容である「自然にやさしい」  
「手肌にやさしい」を各回のテーマとして進めていけるようコンテンツ選定を行った。

# 4つのリニューアルキャンペーン 小さなかいじゅう選手権～Instagram投稿キャンペーン～

■ クライアント／株式会社NTTドコモ  
キャンペーンサイト／2ページ

■ 制作期間／約2ヶ月

■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション  
dフォトのリニューアルを記念して行われた4つのキャンペーンのLP制作で、  
そのうちのデジタル施策であるInstagramを活用したSNSキャンペーンのLP制作で、  
構成案作成・キャンペーン投稿収集ツールの管理・制作進行管理を担当。

■ クライアントへの提案  
dフォトリニューアルを記念して、キャンペーンを行い、LPに来た人のdフォト  
認知数を上げるとともに、ユーザー登録者数上げ、登録者の利用促進を行う。

■ 意識点  
dフォトのトンマナイイメージを壊さないようなデザインにし、4つのキャンペーン  
それぞれが分かりやすいようなページになるようにした。SNS投稿キャンペーンでは、  
ママ系WEBメディア「ママリ」とのタイアップも行っていたので、スケジュールに  
遅れがでないよう、メディアチームと密に連絡を取り合い、スケジュールを設定した。



# ビジネスエアポート丸の内

<https://business-airport.net/lp/bama/index.php>

<https://business-airport.net/lp/bamb/index.php>

## ■ クライアント／東急不動産株式会社

ビジネスエアポートLP 訴求別で2パターン作成

## ■ 制作期間／約1.5ヶ月

仕様設計0.5ヶ月/制作実施1ヶ月

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

サービス・設備訴求パターンと費用面訴求パターンの2パターンを制作。

構成・デザイン・制作進行管理を担当。

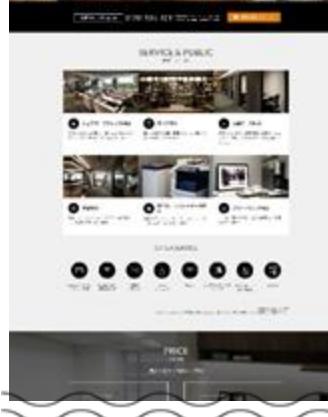
## ■ クライアントの要求事項

クライアントの要求：スタートアップする方や個人事業主に、個人で事務所を持つよりも、サービス・設備が充実しており、コストも抑えられることを訴求し、ビジネスエアポート（シェアオフィス）を利用してもらいたい。

## ■ 意識点

ターゲットにしているスタートアップの少人数規模の会社や個人事業主へ、サービスや設備が充実しており、且つコストパフォーマンスがいいことを効率よく伝えられるようコンテンツの順番に気を付けた。

上記2点の要素は網羅しつつ、資金はある程度あるが、設備を整えるのが難しいスタートアップ企業へは、サービス・設備面での訴求、個人事業主など、費用面が気になる方向けにはコスト面での訴求と、シェアオフィスの魅力をターゲット別で訴求内容を変え、それぞれの訴求面が魅力的に伝わるようにした。



# サンカット

<http://www.suncut-uv.com/>

- クライアント／コーネコスメポート株式会社  
ブランドサイトの更新（新規・リニューアル商品）

- 役割・担当領域/WEB制作ディレクション  
毎年ss・awに発売される新商品やリニューアル商品のサイトへの  
追加更新作業の進行管理を担当。

## ■ 意識点

コーネコスメポートのコーポレートサイトの更新が必要になるが、  
クライアントから都度連絡はこないので、バナーや広告などの制作物に  
抜け漏れがないかチェックしている。



# ラチエスカ

<http://www.lachesca.com/>

- クライアント／コーネコスメポート株式会社  
ブランドサイトの更新（新規・リニューアル商品）

- 役割・担当領域/WEB制作ディレクション  
毎年ss・awに発売される新商品やリニューアル商品のサイトへの  
追加更新作業の進行管理を担当。

## ■ 意識点

コーネコスメポートのコーポレートサイトの更新が必要になるが、  
クライアントから都度連絡はこないので、バナーや広告などの制作物に  
抜け漏れがないかチェックしている。



# フロッシュ

<https://www.asahi-kasei.co.jp/saran/products/frosch/>

## ■ クライアント／旭化成ホームプロダクツ株式会社

ブランドサイトの更新（新規商品追加・廃盤商品削除・新規コンテンツページ作成）

## ■ 役割・担当領域/WEB制作ディレクション

新商品の追加や廃盤商品の削除、成分変更やパッケージ変更に伴う更新の進行管理を担当。新規コンテンツページ作成時には、構成案・デザイン・進行管理を担当。

## ■ 意識点

「フロッシュ®のある暮らし」新規ページ作成時には、クライアントから要望のあったInstagramアカウントの世界観を踏襲するデザインにしつつも、ブランドサイトのトンマナから、かけ離れないデザインになるようにした。



SNS

# Frosch

<https://www.instagram.com/frosch.jp/>

## ■ クライアント／旭化成ホームプロダクツ株式会社

Instagramアカウント

## ■ 制作期間／随時

初期運用設計3ヶ月

## ■ 役割・担当領域/アカウント運用進行管理

アカウント投稿に必要な画像の撮影会社・画像加工デザイン会社、投稿原稿作成会社・広告運用会社と連携しながら進行管理を担当。原稿作成に必要なテーマ作成や、キャンペーンの企画・構成・提案、投稿への反応やキャンペーン結果報告も担当。

## ■ クライアントの要求事項・課題・改善方法

クライアントの要求：商品の魅力の認知・購買促進

課題：フロッシュというブランドを知っており、購入を検討している顕在層は多いが、商品の魅力が伝わっておらず、購入までのハードルが高い。

店舗販売も充実しておらず購入先が不明瞭。購入機会の損失。

改善方法：日常に溶け込んだ画像を展開し、本文では商品の特徴を伝え、顕在層へ積極的に利用を促す。キャンペーンで商品をプレゼントし、商品の良さを実感してもらいリピーターを増やす。Instagramのショッピング機能や広告を利用し、購入ルートを明確にする。

## ■ 意識点

投稿する商品バランスや季節感、時期的なイメージに注意しながら進めている。

投稿後の「いいね！」数やコメントもチェックし、反応が良かった投稿をもとに、運用会社と次回投稿分に反映できるようにしている。また、運用工程が複雑なため、やりとりに抜け漏れがないよう、毎日のタスク管理を行いつつ、1クール単位での流れも都度確認しながら進めている。



# パルテノ リツイートキャンペーン

<https://twitter.com/parthenophoto>

## ■ クライアント／森永乳業株式会社

Twitterキャンペーン（カンバセーショナルカード使用）

## ■ 制作期間／1.5ヶ月

キャンペーン企画1ヶ月/キャンペーン用素材作成0.5ヶ月

## ■ 役割・担当領域/制作進行管理

メディア広告運用チームと連携しながら、投稿に必要な素材制作の進行管理を担当。

## ■ クライアントの要求事項

クライアントの要求：新商品「加糖プレーン」に興味をもってもらい、購買に繋げたい。

## ■ 意識点

キャンペーンが目に留まるよう、動画内にカンバセーショナルカードの選択肢をテキストで読みやすく入れた。また、動画内に選択肢を登場させることで、キャンペーン参加率の向上をはかった。

森永ギリシャヨーグルトパルテノ @parthenophoto 2016年10月14日  
ほんのり甘いプレーン加糖の全国発売を記念して、キャンペーンを実施中♪  
Twitterの公式アカウントから投稿している、プレーン加糖を食べたお客さまの声  
を選んでツイートすると、抽選でパルテノが当たるよ！  
[goo.gl/EjzGh](http:// goo.gl/EjzGh)



森永ギリシャヨーグルトパルテノ @parthenophoto 2016年12月6日  
食べたくなる気持ちをリツイートして当てようキャンペーンは、ご応募いただきましたか？  
キャンペーンは10日（月）まで終了です！公式アカウントから投稿している、  
プレーン加糖を食べたお客さまの声を温んでツイートすると、抽選で  
パルテノが当たるので、是非応募してみてくださいね♪



# 積水ハウス

■ クライアント／積水ハウス株式会社  
LINEアカウント

■ 制作期間／1投稿0.5ヶ月  
配信内容ご提案・構成案作成・デザイン制作

■ 役割・担当領域/制作進行管理  
LINE運用チームと連携しながら、配信内容のご提案、投稿に必要な素材制作の進行管理を担当。

■ クライアントの要求事項  
クライアントの要求：配信バナーのCTRが著しく低いため、CTRを上げたい。

■ 意識点  
配信バナー1枚で戸建住宅に興味を持つてもらえるよう、季節に合わせた投稿や災害などの時事ホットワードを絡め、クリック率の向上をはかった。  
リッチメニューにも拘り、プレゼント施策にて、集客・顧客育成をはかった。



バナー

# RX Japan 広告配信用バナー(LP・静止画・動画)

■ クライアント/RX Japan株式会社  
広告バナー制作

■ 制作期間／平均1ヶ月～1.5ヶ月

■ 役割・担当領域/制作進行管理  
マーケティングチームと連携しながら、広告配信の  
ご提案および制作進行を担当。

## ■ 意識点

様々なジャンルの展示会があるため、それぞれのターゲット  
に刺さるトンマナ、コピー等を提案し、目にとまるデザイン  
になるよう工夫した。



# ライスフォース 広告配信用バー(静止画・動画)

■クライアント／第一三共ヘルスケアダイレクト株式会社  
広告バー制作

■制作期間／平均0.5ヶ月～1ヶ月

■役割・担当領域/制作進行管理  
マーケティングチームと連携しながら、広告配信のご提案および制作進行を担当。



# かのか サイト内バナー

■クライアント／アサヒビール株式会社  
バナー作成

■制作期間／1日（6時間）

■役割・担当領域/バナーデザイン制作  
構成案をもとにデザインを担当。  
素材一部支給。



# オッズ・パーク コンパニオンナー

■ クライアント／オッズ・パーク株式会社  
バナー作成

■ 制作期間／1日（8時間）

■ 役割・担当領域/バナーデザイン制作  
構成案をもとにデザインを担当。  
動画素材から画像を抜き取り、トンマナを合わせて作成。



# ミルトン コンパニオンバナー

■ クライアント／キヨーリン製薬ホールディングス株式会社  
バナー作成

■ 制作期間／1日（4時間）

■ 役割・担当領域/バナーデザイン制作  
構成案をもとにデザインを担当。  
色指定あり。



# いい部屋ネット サイト内設置バナー

■クライアント／大東建託株式会社

バナー作成

■制作期間／1日（2時間）

■役割・担当領域/バナーデザイン制作

PC用に制作されたKVのリサイズのみ



レポート

# サンカク

<https://sankak.jp/>

■ クライアント／株式会社インディードリクルートパートナーズ  
アクセス解析レポート

■ 制作期間／1.5ヶ月

■ 役割・担当領域/アクセス解析・レポート作成・報告

クライアントへの報告会にて、作成したアクセスレポートの報告、改善提案等を行う。  
数値分析、ヒートマップを使用した多角的な分析を行った。

# 東急電鉄の街と住まい

<https://www.109sumai.com/>

## ■ クライアント／東京急行電鉄株式会社

アクセス解析レポート

## ■ 制作期間／毎月

## ■ 役割・担当領域/アクセス解析・レポート作成・報告

毎月のクライアントへの報告会に出席し、作成したアクセスレポートの報告を行っている。

アクセスレポート報告項目

- ・PVやセッション数の基本数値
- ・流入端末や経路の詳細
- ・サイト内ページの回遊について
- ・時間帯別/地域別/滞在時間のまとめ
- ・各コンテンツページへの効果
- ・各物件サイトのハブとしての役割の貢献度
- ・メルマガの効果検証
- ・キャンペーンの効果検証