



**TECHNO-PORT Inc.**

テクノポート株式会社

# コンテンツマーケティング 導入支援サービス

テクノポート株式会社

## 一社でも多くの技術系企業の魅力を世に届けたい

テクノポートでは、技術系企業の真の魅力を見出し、世の中へ積極的に発信していくことで、日本の製造業を盛り上げていきます。

会社名：テクノポート株式会社

役員：代表取締役 徳山 正康  
取締役 井上 正道  
社外取締役 岸 健一

設立：2010年6月28日

資本金：1,000万円

事業内容：[Webマーケティング事業](#)

[技術ライティング事業](#)

[モノマド事業（工場紹介サービス）](#)

[Reboot事業（業務改善支援サービス）](#)

※PDFファイルでご覧の方は、各事業内容をクリックするとサービス紹介サイトへリンクします。



[東京本社]  
東京都江東区青海2丁目7-4 theSOHO710



[名古屋営業所]  
名古屋市中区栄2-3-1 名古屋広小路ビルヂング16階

## テクノポートは「技術をマーケティングする」ことに徹底的にこだわります

- 製造業を中心とした技術系企業のWebマーケティングを**1,000社以上**支援した実績。特に**BtoB製造業における販路開拓支援**の実績は豊富。
- Webマーケティングを活用し**ニッチな製品・技術のPRや用途（新市場）開発**を実現。広告を使わず、SEO対策を中心としたアクセス対策に絶対の自信。
- Webサイトの**企画～制作～公開後のコンサルティングまで一貫対応**が可能。



上述したこだわりを評価いただき、他Webマーケティング会社では満足のない効果が出なかったため弊社へリニューアルやコンサルティングをお願いしたい、といったご依頼をよくいただきます。

技術系企業に特化し、技術のWebマーケティングを続けてきた弊社だからこそ、技術の可能性をとことん追求したコンテンツマーケティング支援を実現しています。

コンテンツマーケティングとは、企業側の売り込みとなる情報ではなく、アクセスユーザにとって価値あるコンテンツの制作・発信や、役に立つ資料を提供することで、今まではリーチできなかった潜在顧客をWebサイトへ集客したり、集客したユーザのニーズを育成することで問合せの獲得やファン化を行うことを目的とした、以前より注目を集めているマーケティング施策です。



## キーエンスのコンテンツマーケティング活用

製造業のコンテンツマーケティング成功企業と言って、一番はじめに挙げられる企業といえばキーエンスではないでしょうか。キーエンスは、「ココが知りたい！ 形状測定」や「静電気ドクター」など、数多くのオウンドメディアを運営しており、運用するサイト数およびアップしている記事数がダントツに多いのが特徴です。

今までは情報が届かなかった  
ユーザ層へリーチ

様々な切り口から情報発信することで、今までとは違うターゲットユーザからのアクセスを獲得することができる。

困った時に真っ先に頭に浮かぶ  
ポジションを確立

定期的に情報発信することで、ユーザの認知度を高め、社内で技術課題が発生した際に真っ先に頭に浮かぶ会社となる。

競合との比較検討時に優位に  
選定される存在に

競合他社と相見積りになった場合、ファン化している担当者が後押しすることで、比較検討が優位に進み、選定されやすくなる。

「コンテンツマーケティング」が注目されることとなった背景として、検索エンジン（= Google）のアルゴリズムの進化が挙げられます。検索エンジンで検索した際に、企業側がPRしたい情報だけでなく、ユーザにとって有益な情報を検索結果上位に表示される傾向が強くなっています。

例えば「金型」と検索した際に上位表示されるWebサイトはWikipediaや金型の種類などを説明した工業会のWebページです。



「金型」と検索するユーザは、金型業者を探している人だけでなく、金型という言葉の意味を調べている方や、金型の工法について学びたいと考えている人など、様々です。

それらの検索意図に対し、検索エンジンはユーザの多くが求めているであろう情報を掲載しているWebサイトを検索結果ページの上位に表示させます。

逆を言えば「金型」というキーワードでアクセスを獲得したい場合は、ユーザの検索意図を想定し、それに見合う情報を自社のWebサイトに掲載する、という対策を行えば良いということになります。

※キーワード「金型」で検索した結果（2020年9月）

SEO対策により自然検索からのユーザを獲得するコンテンツマーケティングは、リスティング広告などとは大きく性質が異なります。コンテンツマーケティング実施における一般的なメリット、デメリットには下記のようなものがあります。

## メリット

- 効果が出るまで続ければ、施策中止後もコンテンツが財産として残り、効果が継続する。
- 中長期的に顧客化する潜在ニーズを持つリードの獲得につながる
- ブランディング確立につながる

## デメリット

- 効果が出るまで時間がかかる
- コンテンツを発信し続ける労力が必要となる
- 提供する情報の質が低いとブランディングの損失につながってしまう

上述したとおり、メリットとデメリットは表裏一体の関係となり、広告運用などに注力している会社からすると、効果が出るまで時間がかかるという点を社内で納得させられるかどうか導入までの大きなハードルになります。

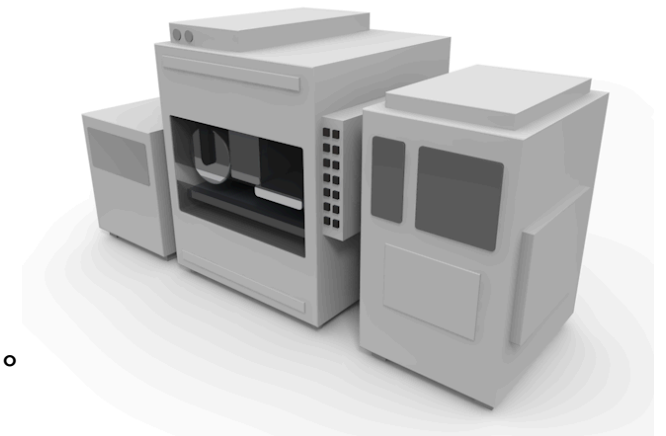
また、いざコンテンツマーケティングをはじめてみて、すぐには効果が現れない中で労力のかかるコンテンツ制作を粘り強く続けるのは、なかなか腰の折れる取り組みです。

そんな苦勞を乗り越えて一定レベルの成果を出すことができる企業は、半永久的に施策の効果が続く上に、業界におけるブランディングを確立できる、といったメリットを享受することができます。

製品の販売を目指すメーカーと、技術をマーケティングしたい会社とでは、コンテンツマーケティングを行う目的が異なります。前者はリードの獲得を目的としているのに対し、後者はオープンイノベーション（技術の用途開発）を目的とすることが多くようです。

## 製品拡販のためのコンテンツマーケティング

例えば、設計者がターゲットであれば、設計者が知識習得のために検索するキーワードに関連する情報を提供することで、定期的にWebサイトに足を運んでもらいます。技術資料やホワイトペーパーなど、ダウンロード資料を充実させることでリードを獲得していきます。定期的に情報の配信を行う中で、社内で購買が行われる際には真っ先に頭に浮かぶ存在になることができます。



## コア技術を広めるためのコンテンツマーケティング

技術をマーケティングしたい会社であれば、技術情報の説明はもちろん、用途や機能など多様な切り口で紹介する記事をアップすることで、想定していないターゲットがアクセスしてくる可能性が高まります。

そのような情報を見た技術者が新しい用途を思いつき、その用途を実現するために技術を使わせて欲しい、といった問合せを獲得することで、自社技術の用途開発に繋がっていきます。



技術系企業におけるコンテンツマーケティングを成功させるためのポイントは、他業界と違い、Webマーケティングのノウハウだけではなく、専門性の高いコンテンツを継続的に作成し続ける体制をいかに築くことができるかに掛かっています。



## 専門性の高いコンテンツの量産体制

製造業をはじめとした技術系企業がコンテンツマーケティングを実施する際に、課題となることが多いのが、「執筆する記事の専門性が高く定期更新が難しい」ことです。

専門分野の知見とライティング技術を併せ持つリソースの確保が高いハードルとなります。

## Webマーケティングのノウハウ

少しでも早く成果へ結びつけるためには、Webページの検索順位を上げることでアクセスを増やし、そこからリード獲得や新しい用途に関する問合せなどを獲得する必要があります。

コンテンツマーケティングを成功させるためには、Webマーケティングのノウハウは必須となります。

**技術系企業のコンテンツマーケティングを成功に導くテクノポートのサービスとは…**



## 技術系企業のコンテンツマーケティングを成功に導く

テクノポートでは、技術系企業に特化したWebマーケティング支援を行ってきた経験から、当分野では難易度の高いと言われるコンテンツマーケティング支援を実現しています。

コンテンツマーケティング企画の立案から、オウンドメディアの構築、コンテンツの調達支援、公開後の運用支援まで、ワンストップでサービス提供が可能です。

### ✓ STEP 1

#### オウンドメディア 企画・構築



- キーワード市場調査
  - 競合サイト調査
  - 執筆テーマの考案
  - ダウンロード資料の企画
- など

### ✓ STEP 2

#### 専門性の高い コンテンツの制作



- 技術ライターによる記事執筆
  - テクニカルイラスト制作
  - ダウンロード資料の制作
  - 写真撮影
- など

### ✓ STEP 3

#### 公開後の運用支援

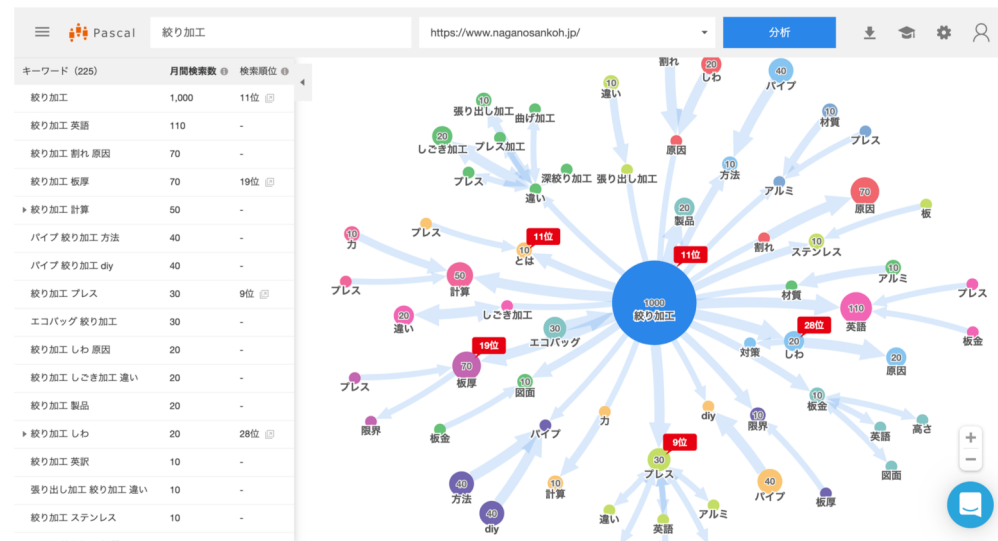


- 定期訪問（オンライン）サポート
  - 定期分析レポート
  - 記事の投稿やWebページ更新・修正の代行
- など

## 独自SEOツールを使い徹底的に調査

独自のSEOツールを使い、最適なSEOキーワードの選定を行った上で、オウンドメディアの企画を立てていきます。掲載する記事の内容に関しては、SEOライティングを考慮したうえで記事テーマと構成の企画を行っていきます。

対策が途切れないよう、多くのキーワードを選定しますが、1キーワード対策するのに1ページ必要となるため、それに伴い多くの記事が必要となります。コンテンツマーケティングの成果はアクセスユーザにとって価値あるコンテンツ×記事数で決まります。



## オウンドメディアの企画・構築

創業以来、技術系企業のWebマーケティング支援を行ってきていますので、オウンドメディアをはじめとしたWebサイト構築はお手の物です。

SEO対策はもちろんのこと、リード獲得や技術的な問合せを獲得するために、導線設計やユーザビリティに考慮したオウンドメディアを企画・構築します。



**nissha connect.nissha.com** | サイトマップ | English | 会社概要 | お問い合わせ

製品紹介 | コンバーティング技術 | OEM生産受託 | FilmDeviceコラム | お問い合わせ



フィルムデバイスとは

薄くて軽いフィルムデバイスについての概要です。

[詳しく見る](#)



NISSHAのOEM・受託開発

コンバーティング技術とOEM・受託開発の概要です。

[詳しく見る](#)



静電容量方式タッチセンサーとは

NISSHAの静電容量方式タッチセンサーの概要です。

[詳しく見る](#)

## 技術・製品をブランディングするためのWebデザイン

アクセスしてきたユーザを口説き落とし、問合せへと繋げるためには、期待感を高める印象を与えるとともに、ユーザビリティの良いWebデザインが大事です。技術・製品の魅力をWebデザインという手段でブランディングし、ユーザへと伝えていきます。



NISSHA株式会社様  
フィルムデバイスの製造



イースタン電子工業株式会社様  
三次元測定器の販売



株式会社長野サンコー様  
プレス金型・プレス加工



MIRILABO株式会社様  
発電・照明システムの製造



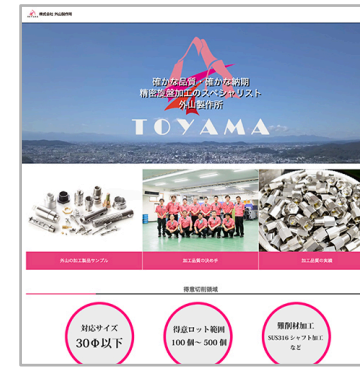
昭和電器株式会社様  
樹脂金型・成形加工



高木特殊工業株式会社様  
メッキ加工



有限会社グリムファクトリー様  
印刷・塗装加工



株式会社外山製作所様  
精密シャフト加工



有限会社扇ゴム様  
ゴムローラー加工



リングアンドリンク株式会社様  
自動機・専用機的设计・製造

※PDFファイルでご覧の方は、キャプチャー画像をクリックすると各サイトへリンクします。

## 技術系ライターネットワーク × デジタルマーケティングのノウハウ

技術ライティング事業は、弊社が技術系企業専門のデジタルマーケティング事業を行う中で、長年かけて培ってきた「技術系ライターのネットワーク」と「デジタルマーケティングのノウハウ」を掛け合わせたものとなっています。



製造業の現場経験を持つとともにライティング分野の第一線で活躍するライターや、工業分野の知識を十分に持ったライターがコンテンツを制作します。

1,000社を超える技術系企業のデジタルマーケティングを成功に導いた実績から、技術系企業のためのコンテンツ制作について熟知しています。

## 主要ライターのご紹介



### 馬場 吉成 (ばば よしなり)

機械設計技術者と特許技術者を合計で16年経験。東京都在住。ライター歴約10年。製造業向け記事、テクノロジー全般を執筆。工業、製造業、最新のテクノロジーについて、元エンジニアで製造の現場を直接知るライターとして、正しい知識と情報で、専門の方から一般の人まで分かりやすく執筆することが得意。

メディア執筆実績：fabcross for エンジニア、リコー 3Dプリンタージャーナル、デイリーポータルZ、他



### 石川 玲子 (いしかわ れいこ)

工学部機械工学科を卒業後、自動車業界や家電業界で機構設計系のエンジニアとして勤務。第二子出産を機にフリーライターとして独立し、工業系に特化したライターとして活動中。

メディア執筆実績：リコー（展示会出展記事）、協和電装（採用ページ）、ミスミグループ、他  
書籍執筆実績：図解 ヤバすぎるほど面白い 物理の話（宝島社）



### 小林 由美 (こばやし ゆみ)

エンジニア、大手メディアの製造業専門サイトのシニアエディターを経て、2019年に株式会社プロノハーツに入社。現在は、広報、マーケティング、イベント企画、技術者コミュニティ運営など幅広く携わる。技術系ライターとしても活動。「SOLIDWORKS」の上級スキル認定「CSWP」ユーザー。

専門：機械設計全般、3D CADや機械製図、CAE（構造および流体解析）、IoT、VR/AR、3Dプリンタ、他加工技術など

メディア執筆実績：アイティメディア、日経BP、翔泳社、他

## 技術者インタビュー（株式会社リコー様）

リコーのWebサイトへアクセスする技術者に向けて、リコーの技術を分かりやすく伝える、ということを目指した技術者インタビュー記事です。こちらの取材・執筆を技術ライターチームのライターが担当いたしました。

技術の分かるライターが客観的な視点により、分かりやすく技術を書き下ろすことにより、読み手にストレスのないコンテンツを提供することができます。

※Webページは[こちら](#)

### さまざまな染料インクへの適応性が求められるテキスタイル印刷

テキスタイルの印刷では、従来スクリーン印刷が主流でしたが、近年では、インクジェット印刷による染料インクを使った布地へのプリントや、顔料インクを使ったTシャツプリントも定番になりつつあります。



テキスタイル印刷について熱く語り合う開発メンバー

これまでテキスタイルの印刷に使用される染料インク\*は、粘性が低いため吐出の制御が難しく、インクに含まれる化学成分によりヘッドがダメージを受ける可能性もあるため、インクジェット印刷で使用するのが困難でした。リコーのインクジェットヘッドは、これらのインクも安定的に吐出でき、ダメージに強く、長寿命を実現しています。またテキスタイル産業においては、廃液の発生が問題となっている洗浄工程の削減が進むことで環境負荷の低減を実現するなど、社会的な問題の解決にも応えています。

## 技術者向けコラム執筆（NISSHA株式会社様）

フィルムデバイスの生産プロセスを紹介する当サイト内の技術コラムの執筆を弊社ライターチームで担当させていただきました。

薄膜フィルムを基材とする電子デバイス開発に関わる技術を広く知っていただき、同社のオープンイノベーションを促進することを目的としています。

※Webページは[こちら](#)



The screenshot shows a webpage from NISSHA with the following content:

- Header: nisssha connect.nisssha.com, 会社概要 English お問い合わせ
- Navigation: 製品紹介, コンバーティング技術, OEM生産受託, FilmDeviceコラム, お問い合わせ
- Title: 2.NISSHAの静電容量方式タッチセンサーの特徴
- Text: NISSHAではタッチパネルが流通しはじめて間もない1983年から抵抗膜方式のタッチセンサーを生産してきました。
- Image: A hand using a stylus on a tablet device.
- Image: A Nintendo Switch console.
- Text: 電子手帳やゲーム機などで実績を重ね、2007年からはフィルムを用いた静電容量方式タッチセンサーの生産を開始。生産開始当初はX方向とY方向の電極を1枚ずつそれぞれ別のフィルムに印刷する方法を用いていました。
- Text: しかし、より細い縦線のタッチセンサーが欲しいというお客様からの要望により、印刷ではなく**フォトリソグラフィで電極を形成する技術を開発**しました。
- Text: 印刷の場合、X方向の電極用のフィルムとY方向の電極用のフィルムの2枚が必要です。しかしNISSHAが独自開発したロールtoロールフォトリソグラフィを用いたタッチセンサーでは、フィルムの表と裏にそれぞれX方向の電極とY方向の電極を形成します。
- Text: これにより従来は2枚必要だったフィルムを1枚に削減することが可能になりました。

## 公開後の定期的な分析と対策により効果を最大限に引き伸ばす

やみくもに記事を投稿するだけではコンテンツマーケティングの目的を達成することができません。定期的な分析とそこから導き出される対策を繰り返すことで、効果を最大限に引き伸ばすことができるのです。

### 定期訪問サポート（オンラインも可）



更新活動が滞りなく行われるように、必ず定期的な打合せを行うようにしています。打合せ時にデータ分析をもとに更新の方向性を決め、どのような資料を準備すれば良いかのご相談をさせていただきます。

### 定期分析レポートの提出



データ分析した上で、今後どのような更新活動を行っていけばよいのか、といった提案を含めたレポートを毎回ご提出いたします。サイトの運用段階によってレポートの内容が異なります。

### 定額制で更新し放題



更新の度にコストが掛かっては、積極的に取組むことができません。当サービスでは定額制を導入することで、その問題を払拭しています。どんどん更新して反響を伸ばしていきましょう。

## ■ オウンドメディアの企画・構築

料金：90万円～

### メディア企画

- ・ 訪問打ち合わせ
- ・ キーワード市場調査
- ・ 競合サイト調査
- ・ SEOキーワードの策定
- ・ サイトマップの策定
- ・ メディア企画書の提出

### メディア構築

- ・ オリジナルデザイン
- ・ ページ制作（初期制作ページ数が16Pを超える場合は別途見積り）
- ・ レスポンシブ対応
- ・ CMS（WordPress）利用
- ・ SSL対応
- ・ 解析ツールの設置

## ■ コンテンツ調達 ※内容や担当するライターにより金額が変わります

- ・ 技術記事のライティング 20,000円～
- ・ インタビュー取材 10,000円～
- ・ 資料調査 10,000円～

## ■ 運営コンサルティング

プラン	月額料金	Webページ更新	サポート訪問	改善提案レポート
コンサルティングパックA	5万円	○	毎月	○
コンサルティングパックB	3万円	○	2ヶ月に一度	○





# TECHNO-PORT Inc.

テクノポート株式会社

## テクノポート株式会社

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

[東京本社]

〒135-0064 東京都江東区青海2丁目7-4 theSOHO-710

TEL. 03-5579-6528 / FAX. 03-5579-6529

[名古屋営業所]

〒460-0008 名古屋市中区栄2-3-1

名古屋広小路ビルヂング16階（株式会社名大社社内）

TEL. 052-218-2929