

株式会社サンリオ様

ハローキティの新しい趣味はブログで日記を書くこと。
検索エンジンへの登録ページが10倍以上に急増した、強力なSEO技術も駆使

日々進化し、変貌するインターネット技術。2005年のキーテクノロジーは、「ブログ^{*1}」と「SEO^{*2}」であろう。サンリオは、リアルショップの店長や売り場担当者からの情報発信にブログを活用し、会員制サイトと通販サイトのSEO向上にも成果をあげるなど、最新技術を包括的に取り入れて積極的なインターネット・ビジネスを展開している。インターネット技術は個別にワンポイントで用いるよりも、トータルソリューションのもとで包括的に導入し、互いに連携させていくことで大きな効果につなげることができるのである。

- ※1 ブログ：ウェブログ(Weblog)の略称で、「ウェブ上に残される記録」という意味。メニューを選択して部品を集めていだけで簡単に、文字や写真で構成される情報発信ページを簡単に作成できる。日付の順番に記事が表示されるため、レイアウトやデザインに時間をかけなくても、日記の感覚で思いついたことを書き込んでいくだけで済むのも人気のポイントである。
- ※2 SEO：Search Engine Optimization。検索エンジンの上位に表示させるためHTMLを最適化すること、またその技術。

株式会社サンリオ



本 社：東京都品川区大崎1丁目6番1号
 設 立：1960年8月10日
 資 本 金：149億9900万円
 社 員 数：連結1412人、単独772人
 売 上 高：連結1011億100万円、
 単独810億5700万円（2005年3月期）

事 業 概 要：世界中の人々が「NAKAYOKU」することを
 目指して、ソーシャル・コミュニケーション・
 ギフトやグリーティングカードなどを企画・
 販売。

サンリオ・オンライン・ショップURL: <http://shop.sanrio.jp/>
 サンリオブログURL: <http://blog.hellokitty.ne.jp/>

会員制サイトで集客と情報発信 にブログを活用

「サンリオのお店で開催するキャラクターの作者によるサイン会に、朝から行列ができたのは初めての経験です。この集客効果と告知してからへの反応の速さは、ブログならではの特性といえます」と、株式会社サンリオ コンテンツ事業部 コンテンツライセンス課 係長 大石修氏は語る。

キティを中心に独自のキャラクタービジネスを展開するサンリオ。最近、首都圏の交通広告で新しいキャラクター「シュガーバニーズ」を売り出し中だ。

インターネット・ビジネスにも早くから取り組んでおり、月500万ページビューを誇るサンリオのホームページからは、ゲーム、ビデオ、ムービーの有料会員制サービス「SanrioBB」、サンリオ公式ファンクラブ「ハローキティクラブ」、通販サイト「サンリオ・オンライン・ショップ」など、多彩なサイトへ入ることができる。

ブログによる集客効果が顕著にあらわれているのは、サンリオ公式ファンクラブ「ハ

ローキティクラブ」だ。サンリオキャラクターへのコアなファンが集まってくるコミュニティサイトであり、30年前のキティ誕生時からグッズを集め続けている人もいる。

「サンリオのかわいいキャラクターをデザインや絵文字にふんだんに使って、絵日記風ブログを書けるというサービスは、『ハローキティクラブ』の性格にぴったりだと考えて、2004年夏に『サンリオブログ』のコーナーをスタートしました」（大石氏）。

予想通りに好評を博したことから、今度は、サンリオショップからの情報発信にもブログを使ってみようと思いが広がった。現在、東京銀座、横浜港北、大阪心斎橋など5つのフラッグ・ショップがブログを活用して、店舗でのイベントや新着グッズのお知らせを発信している。

「店舗のホームページを作って情報発信したいという話は以前からあったのですが、構築や管理に手間がかかるため踏み切れませんでした。ブログなら、店を運営しながら現場の担当者が情報更新できます。しかも、コストがかからない、集客に結びつきやすい、広範な地域のお客様に情報発信できるという特長は、ちょうどこれまでのダイレクトメールが抱えていた問題を解消してくれる効果が期待できます」と大石氏は言う。

SEO技術を駆使した容易な検索が店への集客力の原動力

検索エンジンにヒットしやすいのもブログの特質である。さらに加えてサンリオは、NTTデータの協力によって、店からの情報発信ブログが検索エンジンにヒットしや



サンリオオンラインショップ

すいようにSEO (Search Engine Optimization) 技術を駆使している。

サンリオのSEOには3つのポイントがある。

第1に、検索エンジンの上位に表示させるため、HTMLを最適化したブログエンジンを開発し、Webシステムに搭載した。第2に、SEOの観点で、情報更新のフォーマットを工夫した。店長は、フォーマットが求める項目を順番に記入していくだけで自然に、タイトル部にキーワードとしての製品名が表示されるなど、検索エンジンにヒットしやすい情報入力ができる。第3に、NTTデータが豊富に蓄積しているSEOのノウハウを定期的に提供。ブログのさらなるSEO力アップを継続的に行っているのである。

実際にGoogleやYahoo!で「サンリオギャラリー」というキーワードを入力して検索すると、店が発信しているサンリオギャラリーブログがトップから上位10項目ぐらいまでを独占する。「チャーミーキティ」&「グズ」のように、キャラクター名と商品名を指定した場合も、店から発信したブログが上位で表示される。こうしたSEOの威力により、幅広い消費者が容易に店のページを検索できる。イベントの告知をした際



株式会社サンリオ コンテンツ事業部
コンテンツライセンス課 係長 太石修氏

に行列ができるほどの集客力は、検索性の高さが裏打ちしているのである。

「店からの情報発信ブログは、アクセス数は1日に合計1000件程度ですが、まず家でブログを見てイベントの有無を確かめてから来店されるお客様が確実に増えています。新しいマーケティングツールとして、重要な役割を担いつつあります」と大石氏。2005年は、情報発信する店を増やして、最終的には全国180カ所の直営店すべてでブログを導入していきたいと考えている。

通販サイトでも検索エンジンへの登録ページを10倍にしたSEO技術

NTTデータのSEO技術は、通販サイト「サンリオ・オンライン・ショップ」のアクセス数増加にも貢献している。

サンリオ・オンライン・ショップは、2000年にスタートした通販サイトを作り直して、2005年4月に再スタートしたサイトである。

従来のサイトは、利用者が要求した商品ページの情報をデータベースから読み込んで表示する仕組みだった。こうしたダイナミックなコンテンツ生成のしくみはスタート当時は最新技術だったが、その都度データベースから情報を抽出するため、ページ表示に時間がかかっていた。また、利用者の要求に応じて生成されるページは、静的なページとして存在しているわけではないので、検索エンジンにはまったくヒットしないという問題もあった。

「リニューアルをNTTデータに依頼したのは、アニメやゲームの『SanrioBB』やファンクラブの『ハローキティクラブ』で実績があり、当社のキャラクタービジネスを深く理解してくれているため。将来的には、これらの会員制サービスの中にもショッピングモールを作るなどして、『サンリオ・オンライン・ショップ』と効果的に連携させたいと考えていますから、ビジネスとインターネットサービスの両面で、全体像を把握しているパートナーが必要でした」と株式会社サンリオ 業務開発事業部 通信販売課 主任 石井和哉氏は説明する。

NTTデータは、こうした包括的な期待にトータルソリューションで応えた。

まず、画面遷移のたびにデータベースからアクセスする方式を減らしたため、ページ表示も格段にスピードアップした。SEOを配慮したサイト設計により、検索エンジンのヒット率も大幅に向上した。Googleに登録されているページ数を調べてみたところ、従来のサイトは450ページが登録されていたが、リニューアルしたサンリオ・オンライン・ショップは、オープンから1ヵ月で10倍以上の4500～5000ページに達した。しかも、オープンから日が経つにつれて、登録ページは確実に増えている。

ネットショップを支援するフルフィルメントサービスには、100%子会社である株式会社イーボス・ジャパンを活用。決済管理、配送管理から顧客の問い合わせに対応するコールセンターの運営まで一括してアウトソーシングする体制をつくった。サン



株式会社サンリオ 業務開発事業部
通信販売課 主任 石井和哉氏

リオ社内の手間を増やすことなく、利用者の満足度が高いバックヤードサービスを確立できた意義も大きい。

最先端の技術力が問われるフロントから、地道な実践がノウハウ蓄積につながるバックエンド業務まで、NTTデータのトータルソリューションを利用することによって、サンリオは本来業務に専念できる環境を実現できたのである。

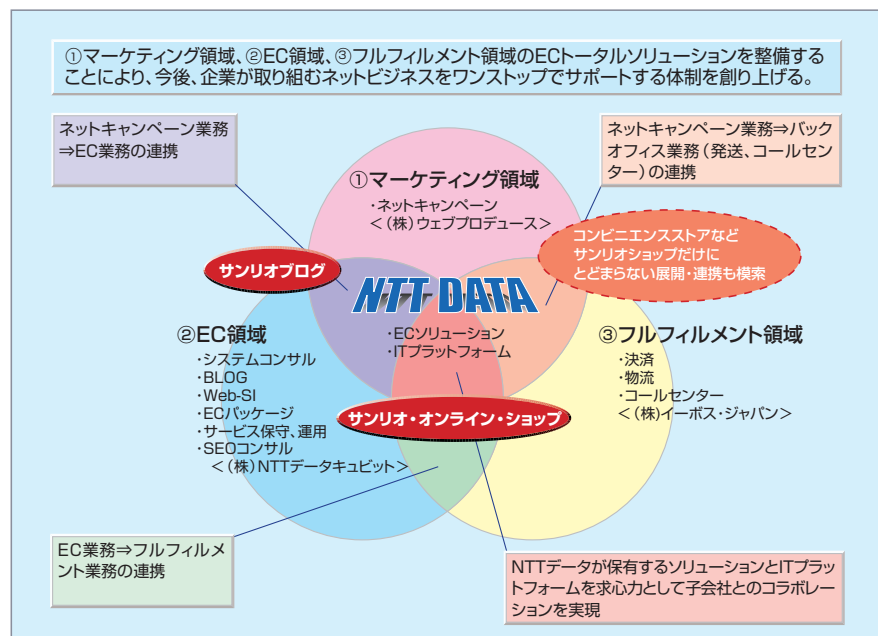
サイトを成功させるにはトータルソリューションが不可欠

現在、サンリオ・オンライン・ショップへの月平均の訪問者は約14万人であり、登録されている商品アイテムが増加するにつれてアクセス数も伸びている。

通販サイトをさらに魅力的にして売上増大に結びつけていくため、ネット決済などへの対応、アフィリエイト^{※3}・サービスの導入など、システム面での機能強化の要求も目白押しだ。会員制サイトのブログと連携したり、リアル店舗とのサービス連動も不可欠である。もうひとつ、「サンリオは、単にキャラクター商品売る会社ではなく、ソーシャル・コミュニケーションの会社である」というメッセージを伝える役割もITは担っている。

「これまでのサンリオは、誰でもにっこりしてしまうようなキャラクターを店頭で手にとってもらうことで、『NAKAYOKU』のメッセージを発信してきました。これからはITの助けを借りて、家にいっても店頭に足を運んだのと同じレベルでメッセージを受け止めてもらえるようにしたい。NTTデータには、大きな視野から包括的な支援を期待しています」と、大石氏は結んだ。

※3 アフィリエイト：アフィリエイトプログラムの略。ブログで紹介した商品や、ブログを見たほかの人が購入した場合、ブログの記載者へ売り上げに応じた紹介料を支払う仕組み。



※記載されている会社名、製品名およびロゴは、各社の商標または登録商標です。

株式会社NTTデータ

法人ビジネス推進部 営業推進部
TEL.03-5546-9236 E-mail.ebsinfo@nttdata.co.jp
http://www.nttdata.co.jp/service/ (お客様事例)