

Q1. 今の事業概要を教えてください。



マレーシアを中心に東南アジア向けの WEB 開発・デザイン・マーケティングのお手伝いをさせて頂いております。マレーシアでの越境 EC やマレーシアの店舗でのテストマーケティングの支援も行っています。マレーシアにいる日系企業が東南アジアにローカライズしつつも、システムは日本クオリティーにしたいというときに使っています。デザイナーはマレーシア、開発のブリッジは日本人でやっています。その中で東南アジア向けのマーケティングをやっています。Facebook やリスティングのみならず、現地の広告媒体の取り扱いもやっております。

Q2. 現地の広告媒体を使う上で苦労もあったのではないですか？



まず、何のサイトか分からないサイトが多かったですね。（笑）一つ一つ手探りで地道に調べていきました。ローカルの人にヒアリングするのが大きかったですね。マレーシアでは掲示板系のサイトが人気です。日本で言う 2ch でマレーシアではフォーラムと呼んでいます。他は Facebook、WhatsApp、WeChat、などが人気です。チャット的な使い方が多いですね。おしゃべり好きな国民性が由来しています。広告媒体としての活用としては Facebook が使いやすいですね。Facebook 出稿のときはターゲットを事前に相談しています。オールマイティーに向けて出稿する場合は英語、ローカル狙いの場合はマレー語、マレーシアの中の華僑を狙う場合は北京語です。英語は国民のほとんどの方が喋れます。そのため、検索エンジンは Google が 1 位です

が、ローカル向けの Google.com.my というドメイン以外にも Google.com を利用する人も多いです。Facebook はプライベート、LinkedIn はビジネス向けという活用になっている点も面白いですね。ミーティング依頼は whatsapp で確認をしたりしています。思っているより、WEB マーケティングの文化は進んでいるところがあります。

Q3.KOBIT を使う以前に経営課題はどの辺りにあったのでしょうか？

これまでは GoogleAnalytics を使っていました。分析はよく行っていました。季節要因の分析などをしていました。マレーシアは旧正月・ラマダン（断食）・ハリラヤ（断食明けのお祝い）など特徴的な季節イベントがあります。その時になると、弊社のサイトのアクセスが急増します。マレーシアに関するちょっとした豆知識を多く掲載しています。



▲eeevo 社の窓から見えるマレーシアの様子

ですが、もっと東南アジアへの進出コンサルや、WEB マーケティングに関するコーポレートの問合せを増やしたいと考えていました。そのために KOBIT を導入することにしました。

Q4.KOBIT を使ってみて経営課題の解決は出来ましたか？

サイト改善の提案をして頂いているのが嬉しいですね。SEO や競合の比較の部分はありがたかったです。あるキーワードで実は 1 位を取っていたことが分かってビッ

クリしました。ロングテイルなキーワードも分析しやすく、エクセルで出力出来るのが便利でした。今後、コンテンツを増やして、採用や問合せ増加をしていきたいと思っているので、そのコンテンツ増加に合わせて分析をしていきたいと考えています。きちんと目標を定めて KPI を決めて運用していこうと思います。コーポレートサイトはどうしても優先順位が下がってしまいがちですが、これを機により良くしていきたいですね。

Q5.逆に KOBIT の良くない点がありましたか？

日本国内しか地域分析に対応していないところですね。海外で展開していく上では、海外対応もお願いしたいと思います。また、Search Console の連携なども出来れば嬉しいです。

Q6.KOBIT を使うべきか、迷っている方がいると思いますが、その方にメッセージがあれば教えてください。

WEB のビジネスで本格的に PDCA を回す際、解析レポートから入るのは世界の常識のはずです。ですが、どうしても優先順位が下がりがちで「やらなきゃいけないけどやれない」となってしまうこともちらほら。ですが、KOBIT ならすぐに有益なレポ

ートをダウンロード出来るので、非常に組み込みやすいです。Google Analytics を見ていると色々分析出来るのですが、それだと範囲が広すぎて、手がまわらなくなってしまうことがあります。KOBIT は大事なポイントに絞ってレポートを出してくれますので、PDCA のサイクルをまわすために、KOBIT を導入することは非常にお勧めですね。