

未経験で立ち上げ成功につなげた

# 後発でも大丈夫 150万PVを 達成する 運用ノウハウ

競合の多い人材業界の中で  
5年で業界トップ10に入った方法





# 柴田 貴司

---

株式会社リアステージ  
メディア事業部 事業責任者

1992年8月2日生まれ（現在29歳）

明治大学大学院理工学研究科機械工学専攻修了。自動車メーカーに就職を希望していたがビジョンを考えた時に違和感を感じたため、ベンチャー企業への就職にシフト。新卒として株式会社リアステージに入社し、初日にマーケティング未経験ながら事業責任者を任される。社内にノウハウがゼロの中、メディアの運営を実施し月間最大150万PVのメディアを開発。

## 業務範囲

- メディアの運用
- HPの開発
- 全事業のデータ分析
- 別事業の集客計画

# メディア事業部とは？

---

## VISION

マーケティングとデータ分析を活用し関わる全ての顧客の人生を豊かにする

## 事業内容

メディア運用 / 公式LINEの運用 / SNSの運用  
クリエイティブ作成 / HP・LP開発  
データ管理系全般 / マーケティング支援

# 運営メディア

## 就活市場

就活生全般向けに情報を発信するメディア。運営5年目で月間150万PVを達成し、年間2万名以上の集客を実施。

## digmedia

2020年8月に譲渡していただき運用開始。理系特化の情報を配信し月間最大20万PVのメディア。

## HR Community

人材サービス導入の開拓を目的とした人事向けメディアとして2021年5月にリリース。

## 営業就活ドットコム

2021年7月にリリース。営業職に就職・転職を考えている就活生・求職者向けのメディア。

## ベンチャー就活ナビ

ベンチャー企業への就職を希望する就活生・求職者に情報を提供するために2021年8月にリリース。

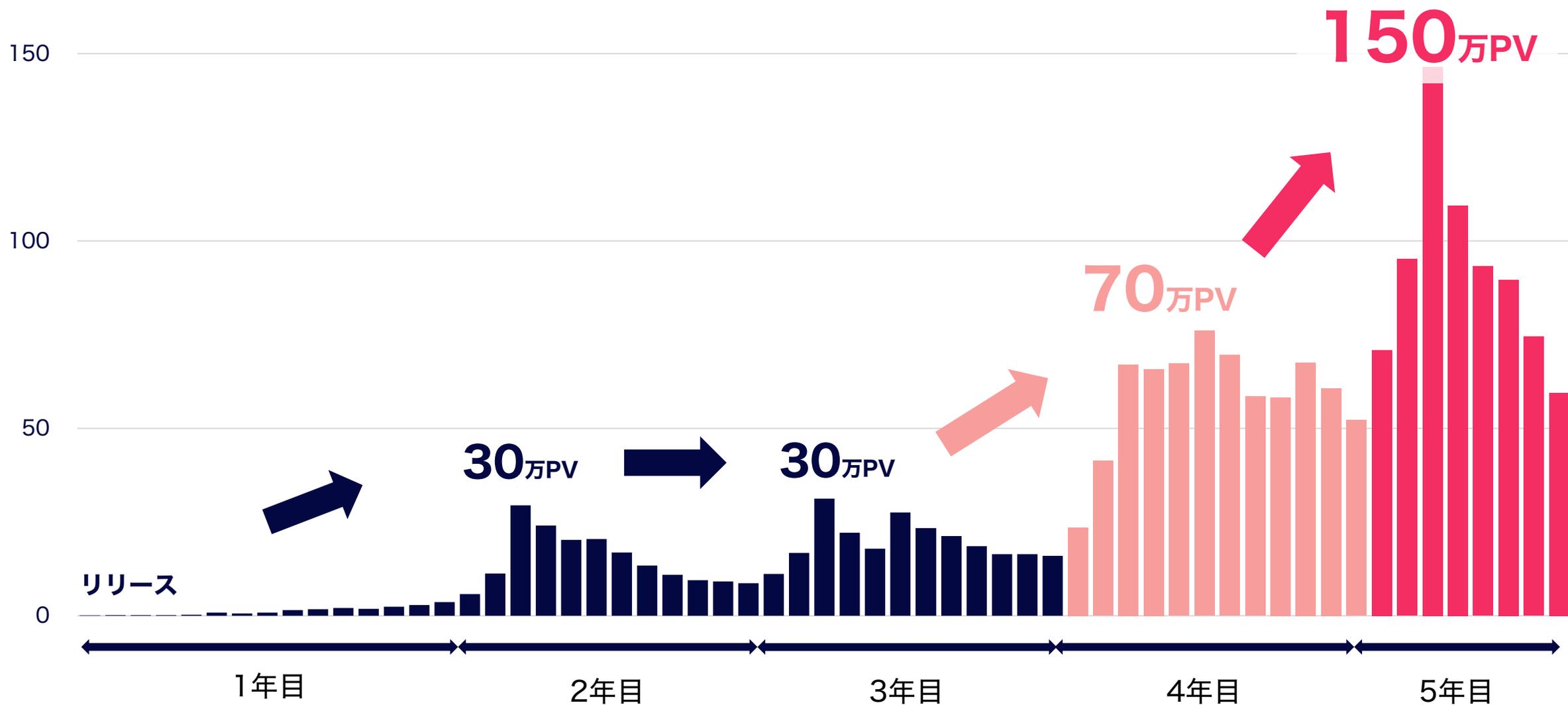
## プロモーションのチカラ

2021年9月にリリース。マーケティングやプロモーション活動に課題を抱えている企業様向けに情報配信を行うメディア。

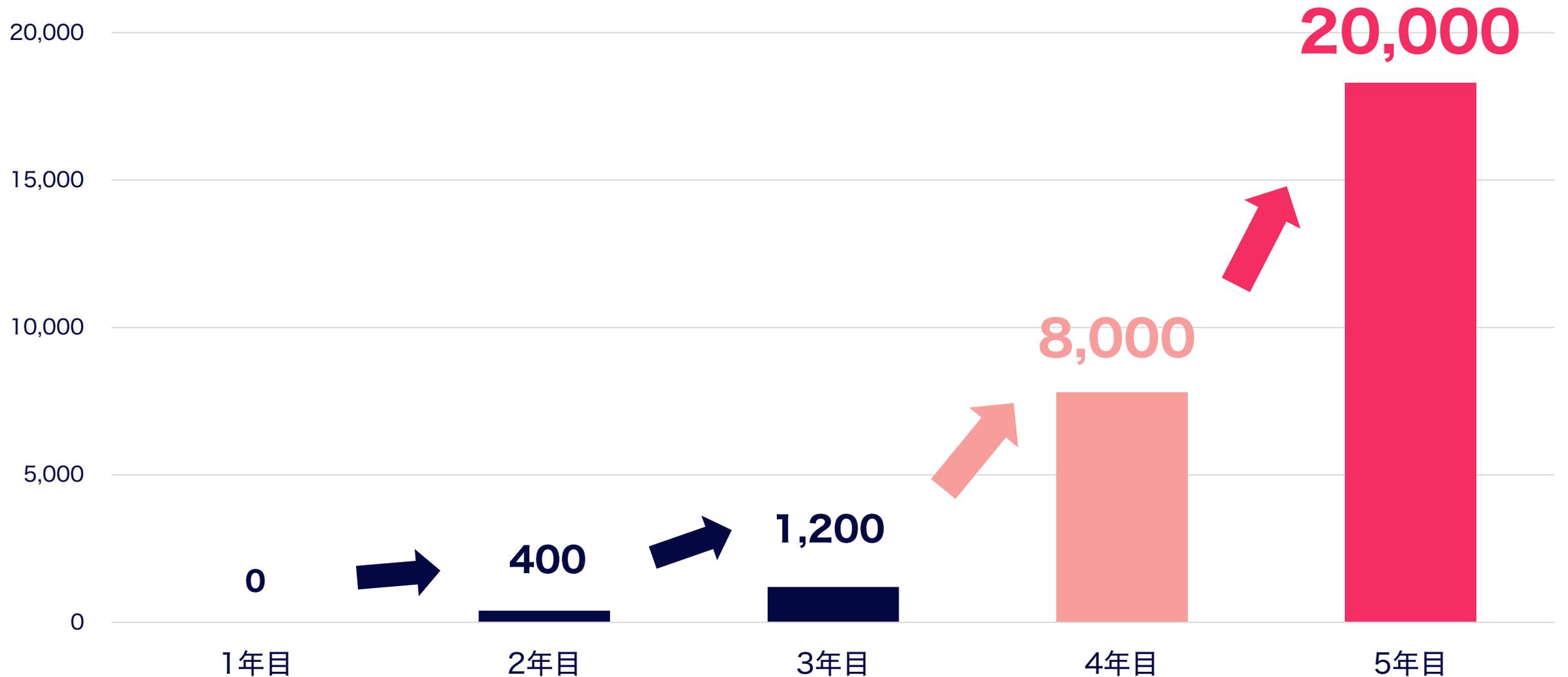
Part.1

# 実績を紹介

# 5年目で立ち上げ当初掲げていた100万PVを突破



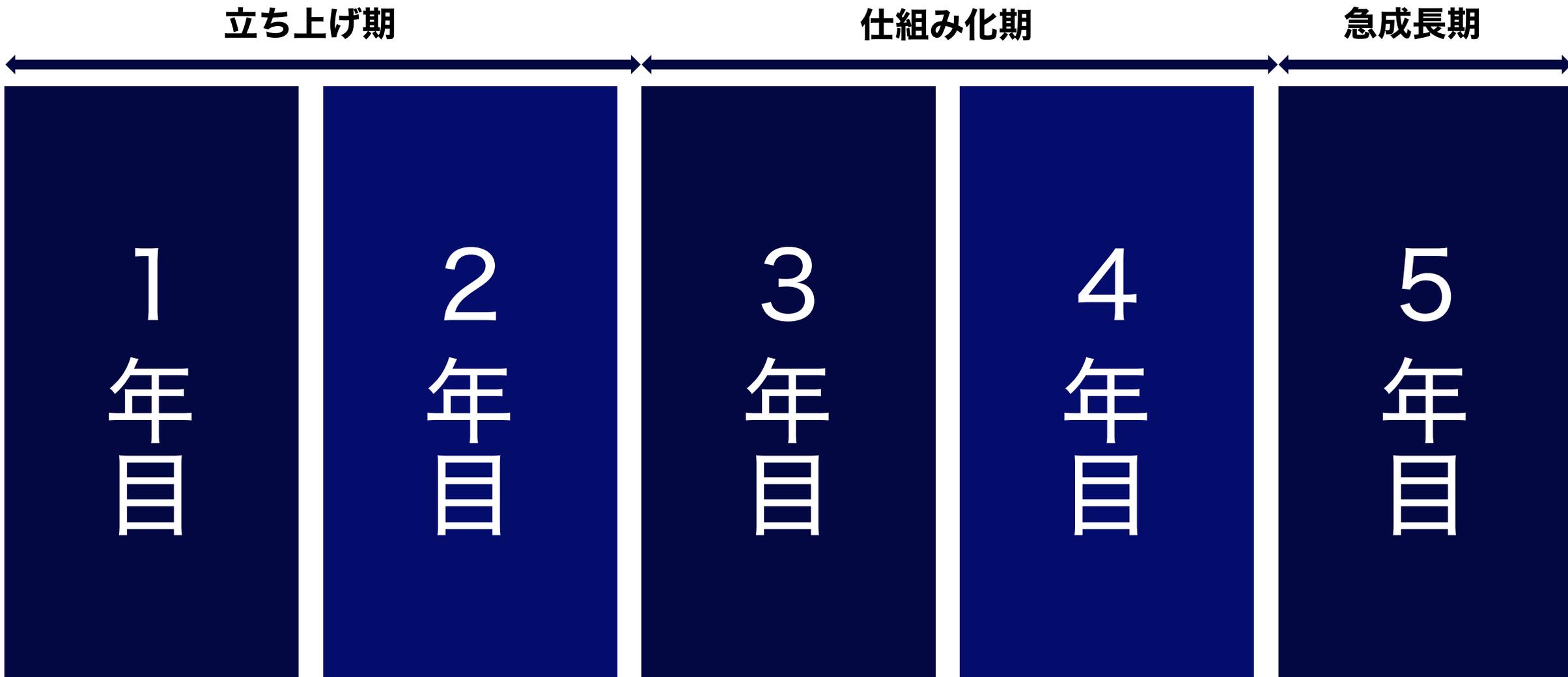
# 継続的な施策改善の結果、急激な登録数の増加につながる



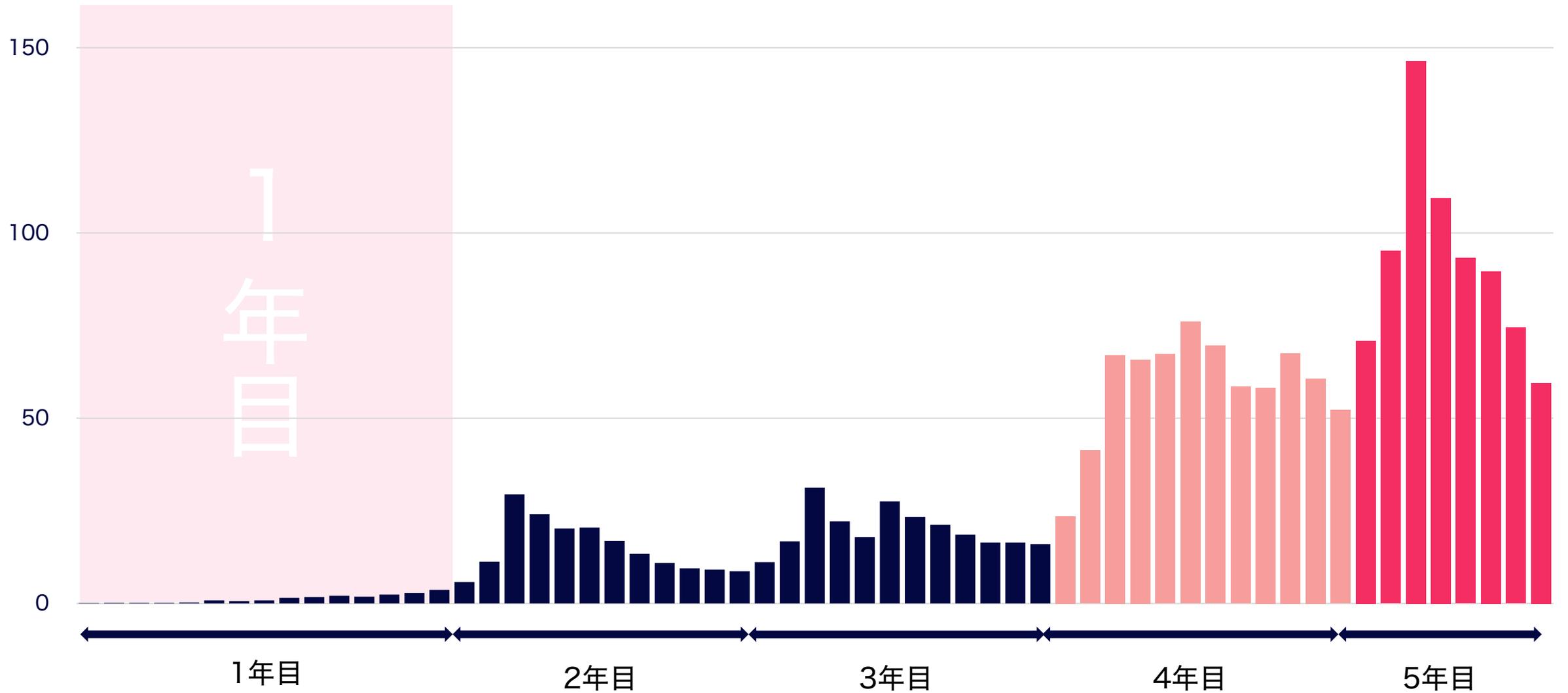
Part.2

# 成長の軌跡

# 5年間の軌跡を紹介し立ち上げの参考になればと思います



# 1年目の状況（立ち上げ期）



# 1年目の状況（立ち上げ期）

状況

何もわからずに1社に運用を依存

ノウハウが無い状況でメディアの立ち上げを実施

実際の業務は  
投稿作業のみ

ロングテールKWに  
記事作成を注力

Wordpressから  
フルスクラッチに移行

# 1年目の成功事例・失敗事例

---

## 成功事例

メディアリリース時に大量の記事投下  
Wordpressからシステムを移行

## 失敗事例

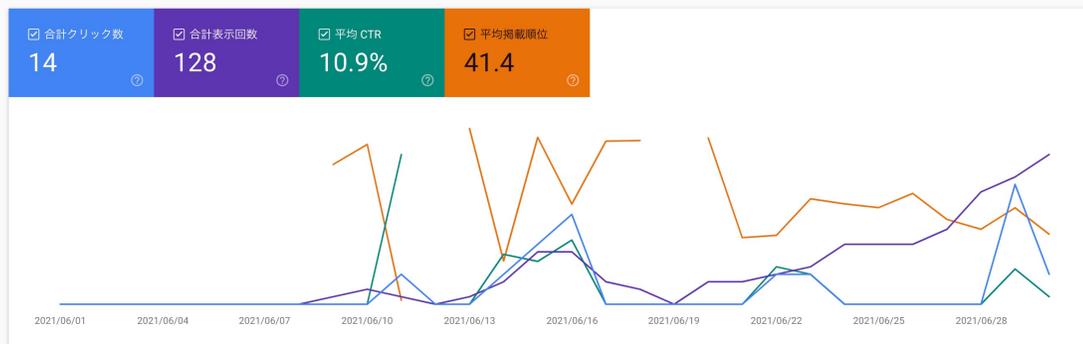
目標設定を”成果”ではなく”PV数”にした

# 成功事例①：メディアリリース時に大量の記事投下

事例

記事数を担保したことにより、初動が確保できた

メディアリリース時に記事数の担保に成功



20記事のメディア



100記事のメディア

記事数が多いほど**表示回数**が増える  
→どの記事をリライトすればPVが伸びるかの判断が容易

## 成功事例②：Wordpressからシステムを移行

状況

フルスクラッチでシステムを構築しPV数が急上昇

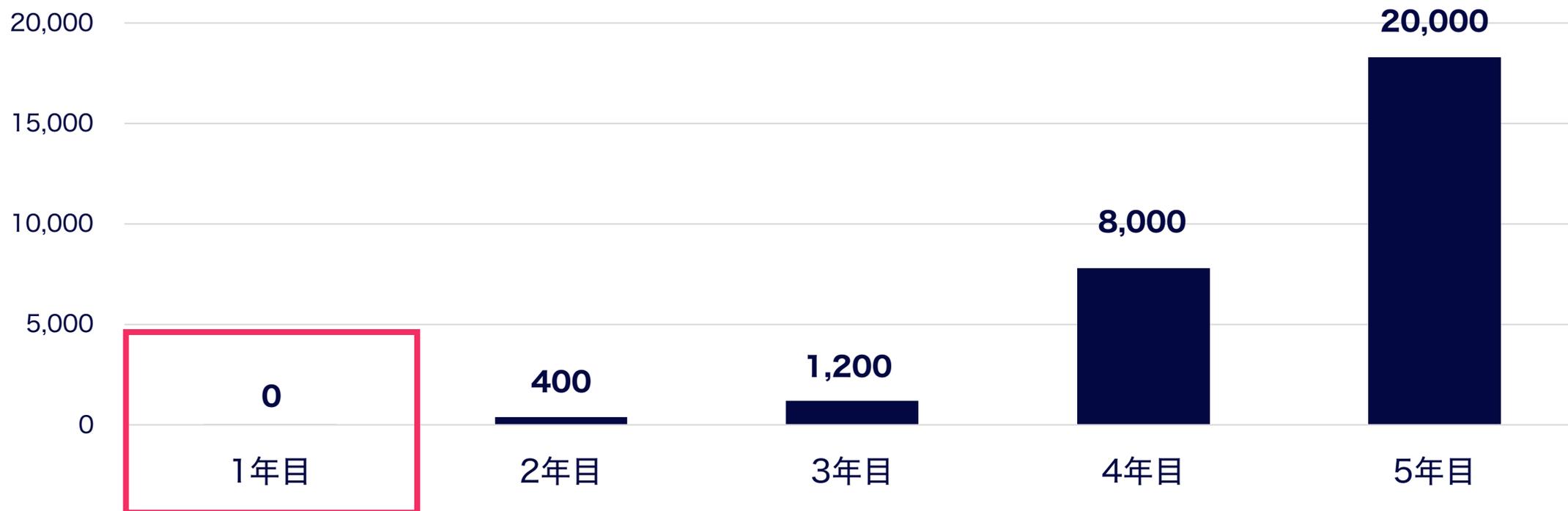
- SEOを意識したシステム構築に変更したことでPV数が350倍に



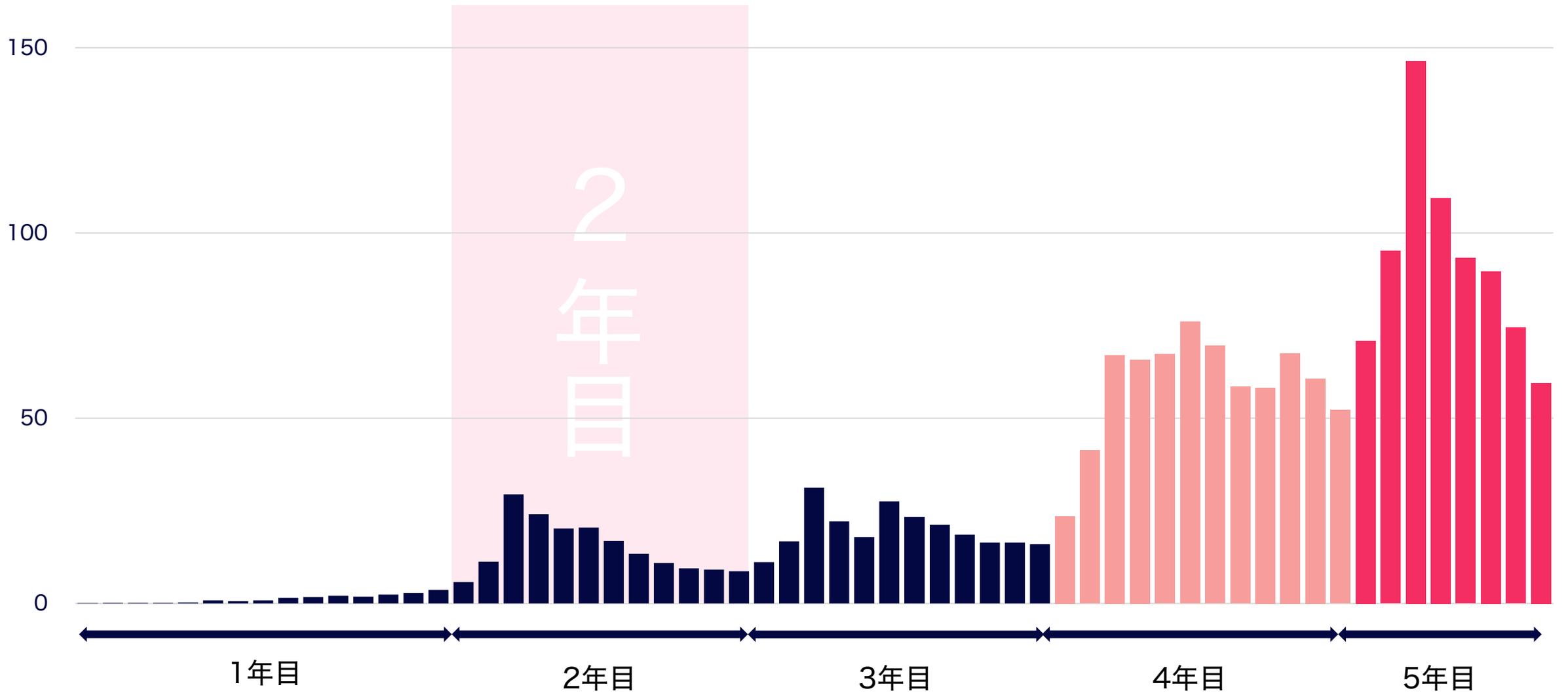
# 失敗事例①：目標設定を”成果”ではなく”PV数”にした

事例 PV数を目標にした結果、成果が出るまでに2年かかる

“成果”を増やす施策を一切行わず、PV数のみ伸ばす施策を実施



## 2年目の状況（立ち上げ期）



## 2年目の状況（立ち上げ期）

状況 1社依存から開放し知識がついてきたが、手探りでの運用を実施

記事制作会社：1社→5社に変更

様々なツールを導入

記事作成の内製化を検討

## 2年目の成功事例・失敗事例

---

### 成功事例

複数社に記事執筆依頼

### 失敗事例

記事作成の内製化に失敗  
ツール導入するも一切利用せず

# 成功事例①：複数社に記事執筆依頼

状況

同一条件で複数社に記事の作成依頼することで、効果の高かった会社のみ注力

100記事



20記事

20記事

20記事

20記事

20記事

# 失敗事例①：記事作成の内製化に失敗

状況 内製化を試みるも、仕組み化ができておらず途中で挫折

記事作成を業務委託に依頼し内製化を検討

3点の準備不足により

教育

作成フロー

管理体制

業務委託の離脱 & 目標未達成で頓挫

## 失敗事例②：ツール導入するも一切利用せず

状況 良いと考え導入したツールを1年間数回しか利用しなかった

なんとなく成果が出そうとツールを導入

全く使用しなかった

導入する前に「何に活用するのか」を具体的にする

- ✓ 競合調査：KW調査・PV数調査
- ✓ 記事作成：KWリスト・競合記事調査・記事内容の検討
- ✓ データ分析：PV数調査・CV数調査

# 失敗事例②：ツール導入するも一切利用せず

状況

必ず導入すべきツールを紹介

自社の分析であれば無料ツールで充分

## Google Analytics

PV数 ~ CV数まで「メディアを見に来た後の数字」の計測が可能

## Search Console

検索KW ~ 順位など「メディア見に来る前の数字」の計測が可能

## Google Tag Manager

計測する情報の設定が可能

競合調査はツール導入が必要

オススメは「Ahrefs」というツール

# 失敗事例②：ツール導入するも一切利用せず

状況

## Ahrefsとは？

		人気No.1		
	ライト	スタンダード	アドバンスド	エージェンシー
	手軽にSEO分析を実施できるエントリープラン	標準的な機能が充実したベーシックプラン	豊富なクロールデータを活用できる上級プラン	複数クライアントの支援に最適な代理店向けプラン
初期費用	\$0	\$0	\$0	\$0
月額費用	\$99	\$179	\$399	\$999

競合サイトの上位表示コンテンツを調査する

ソーシャルメディアで話題になっているコンテンツを調査する

まだ流入していないキーワードから新規コンテンツを検討する

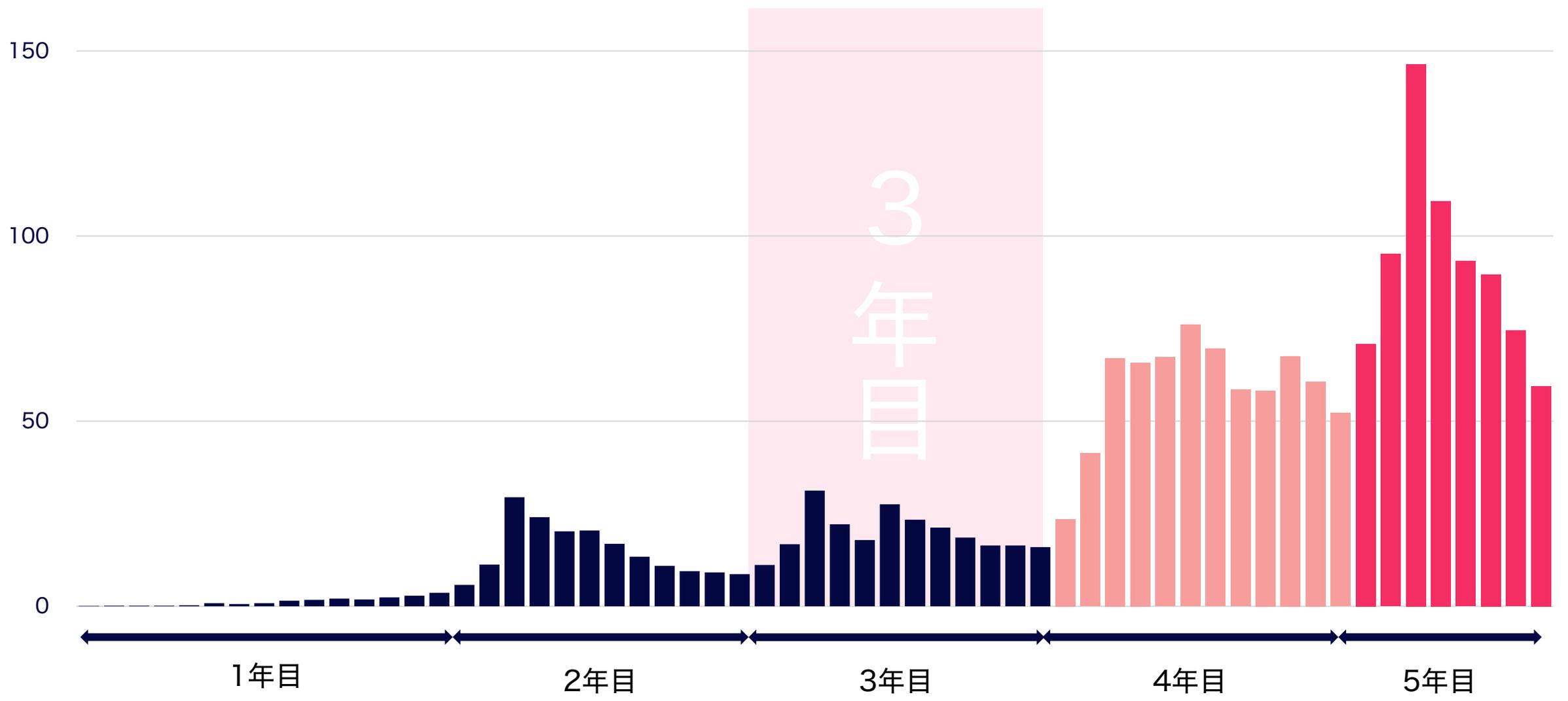
他サイトからの被リンク動向をリアルタイムで確認する

クライアントのWebサイト分析をして課題を発見する

自社と競合サイトのキーワード難易度を調査する

対策サイトの順位変動をチェックする

# 3年目の状況（仕組み化期）



## 3年目の状況（仕組み化期）

---

状況

新卒の入社に伴い、仕組み化の検討を開始

個人のノウハウは貯まりだした時期



新卒が入社したことをきっかけに  
ノウハウを誰でも運用できる状況の作成を開始

## 3年目の成功事例・失敗事例

---

### 成功事例

記事作成の仕組み化に成功  
タレント活用に伴いCVRが向上

### 失敗事例

-

# 成功事例①：記事作成の仕組み化に成功

状況

記事作成の前段階でKWリストを10,000個作成

① まず10万個のKWをリスト化

② メディアのターゲットに合うKWを10,000個ピックアップ

③ KWの優先順位をつけて記事作成を実施

# 成功事例①：記事作成の仕組み化に成功

事例

記事の作成フローを紹介

KWリスト

企画・構成案

執筆

投稿

競合の取得KWリストを調査し、その中からメディアに合ったKWを抽出

ペルソナ作成はマスト→どんなユーザーが見に来るのかを想定する

構成書は細かく作成→1つの見出しに何文字必要かを事前に想定

外部に委託する→文章作成はプロに任せるのが良い

まずは記事をリリースすることを最優先

# 成功事例②：タレント活用に伴いCVRが向上

事例

公式キャラクターの起用で成果が激増

## 大野いとさん

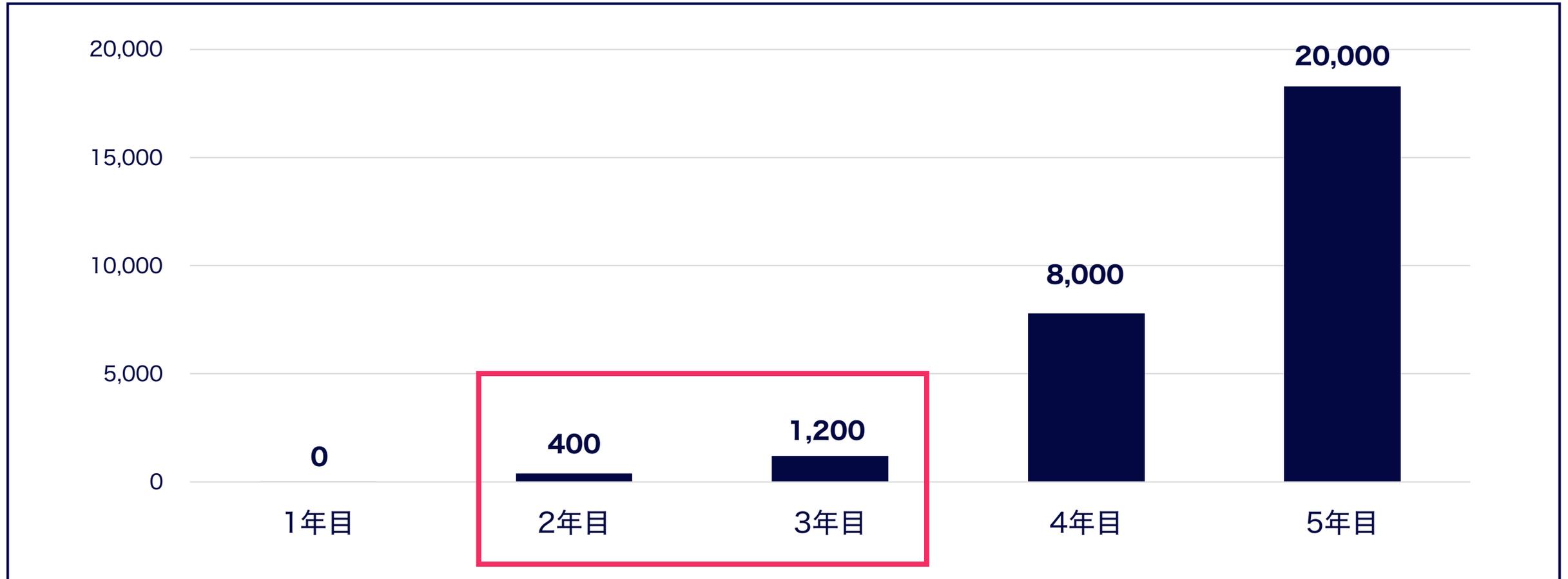
2019年に”大野いと”さんを公式キャラクターとして起用開始→使用して1ヶ月でCVRが150%向上



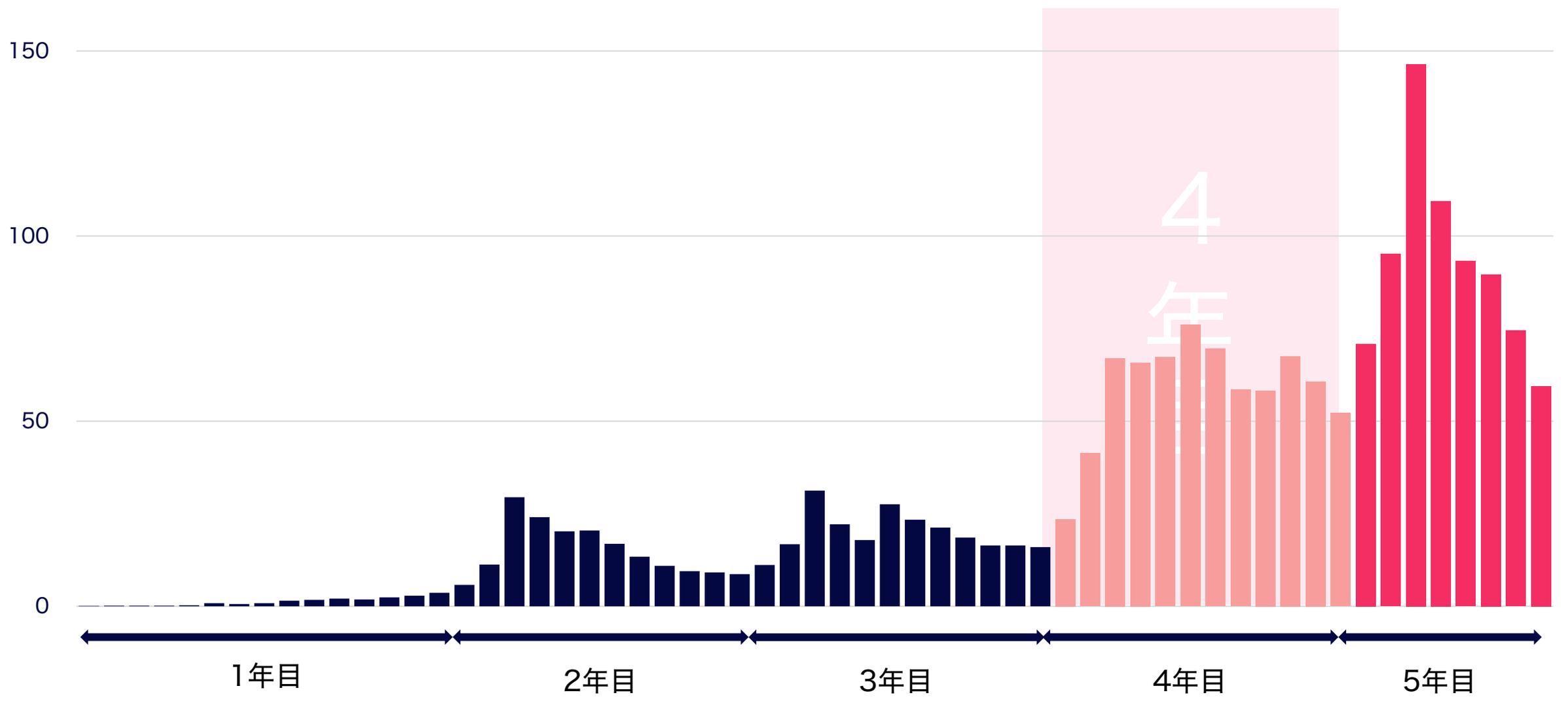
## 成功事例②：タレント活用に伴いCVRが向上

事例

公式キャラクターの起用で成果が激増



# 4年目の状況（仕組み化期）



# 4年目の状況（仕組み化期）

状況

業務のほとんどを内製化に成功しスピードアップ

運営スキル向上に伴い、記事作成以外の内製化を急ピッチで進める

## バックエンド開発以外の内製化に成功

記事制作・クリエイティブ作成・LP作成・施策の分析などを内製化。さらに正社員だけでなくインターン生にも様々な業務を任せる

## 施策を大量実施

記事リライトを毎月100個ずつ実施 & クリエイティブテストを単月100回実施することで、成果が上がる施策のみの継続実施を行う

# 4年目の成功事例・失敗事例

---

## 成功事例

登録誘導の仕組み化でCVRが300%成長  
業務の内製化に成功

## 失敗事例

-

# 成功事例①：登録誘導の仕組み化でCVRが300%成長

## 事例

### 記事に合わせた広告配信の実施で成果が急激に増加

記事のテーマに合わせて出す広告は変更する

- ✓ どこが当たるかは想定が難しいため、PV数の多いジャンルでテーマを分ける

分けたテーマは随時追加・削除を実施する

- ✓ 今まで20個のジャンルを作成→現在は6個まで縮小（成果が出ないものは即削除）

# 成功事例①：登録誘導の仕組み化でCVRが300%成長

事例

施策は”質”より“量”を優先

## 実施した施策を紹介

- ✓ 1ヶ月で100個以上の広告を作成し全てテスト実施
- ✓ 毎月100記事以上のリライトを実施
- ✓ 新規記事単月200本作成
- ✓ キャッチコピーのみ違うLPを5つ同時に運用

質を上げたとしても、ユーザーにとって質が良いかわからない  
そのため、施策は数を増やしてどれがユーザーにとって有益なのかを探した

# 成功事例①：登録誘導の仕組み化でCVRが300%成長

事例

継続実施した施策の実績を紹介

	Imp.	CT.	CV	CTR	CVR
合計	1,188,141	16,483	4,674	1.39%	28.36%
施策 01	140,322	3,838	1,023	2.74%	26.65%
施策 02	107,987	3,070	705	2.84%	22.96%
施策 03	8,160	138	29	1.69%	21.01%
施策 04	70,828	2,498	672	3.53%	26.90%
施策 05	378,661	2,927	1,071	0.77%	36.59%

## 成功事例②：業務の内製化に成功

事例

記事作成の場合

内製化前の業務

KWリスト

ペルソナ

構成案

執筆

公開

内製化後の業務

KWリスト

ペルソナ

構成案

執筆

公開

## 成功事例②：業務の内製化に成功

事例

クリエイティブ作成の場合

内製化前の業務

企画書

構成

デザイン

公開

内製化後の業務

企画書

構成

デザイン

公開

## 成功事例②：業務の内製化に成功

事例 フロントエンド開発（HP・LP）の場合

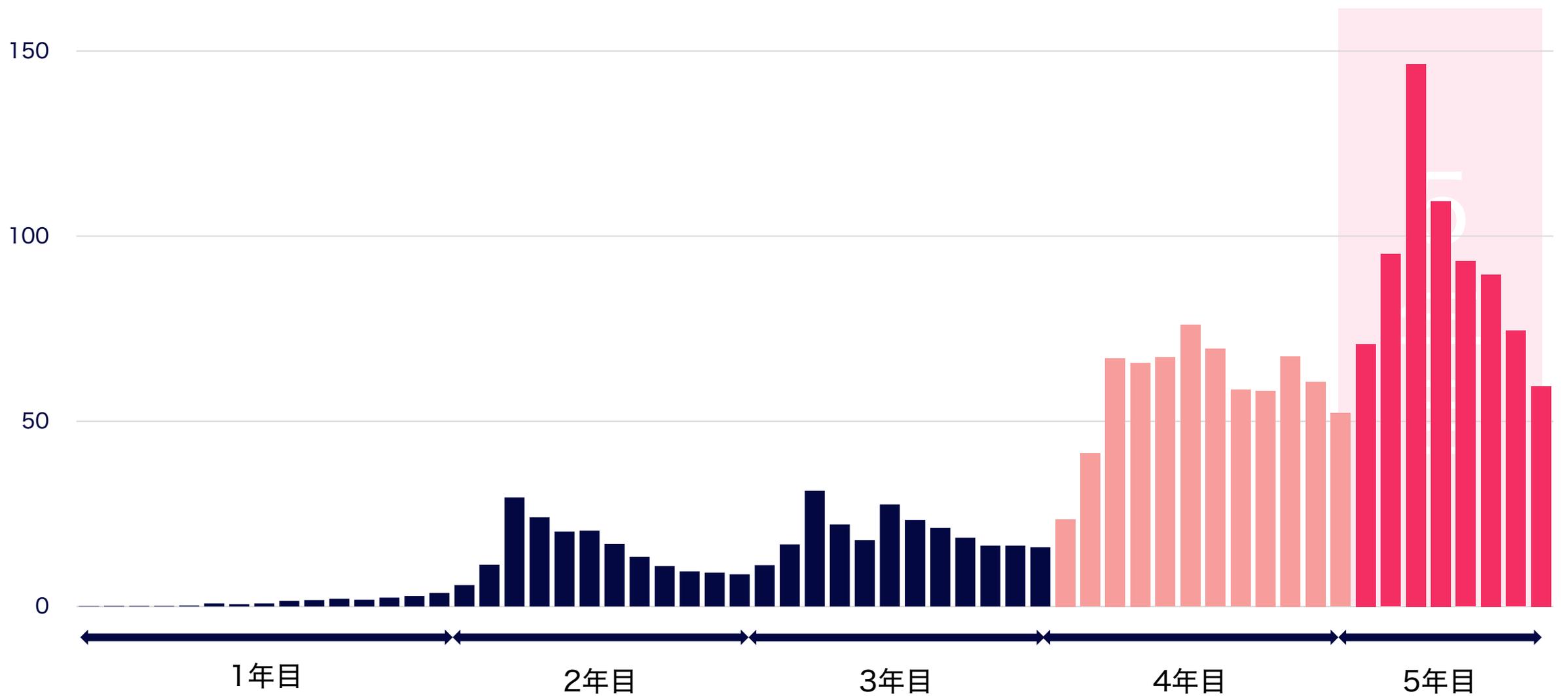
### 内製化前の業務



### 内製化後の業務



# 5年目の状況（急成長期）



# 5年目の状況（急成長期）

状況

組織の急拡大&新規事業の展開

従業員数

5名



15名

事業内容

メディア運用



新規メディアの立ち上げ  
新規メディアをフルスクラッチで開発  
SNS部門の立ち上げ  
広告運用部門の立ち上げ  
Webコンサルティング事業の立ち上げ

# 5年目の成功事例・失敗事例

---

## 成功事例

採用を本格的に実施し組織の急拡大

## 失敗事例

怠慢による成長率の鈍化

# 成功事例①：採用を本格的に実施し組織の急拡大

事例

## Wantedlyリリース3ヶ月で100名の応募を獲得

Wantedlyの運用を行い3ヶ月で100名の応募  
運用10名以上の採用を実施し、組織を急拡大

募集ページ		PV	👁	応募
	大学1,2年生必見！初心者歓迎！0から半年で一流Webマーケターになろう！🔔 ●募集中・Webマーケティング・2021/06/07に編集	4,255	188	103

組織拡大の前に内製化の仕組みを整えていたため、  
入社1ヶ月後から独り立ちが可能に

# 成功事例①：採用を本格的に実施し組織の急拡大

事例

“能力主義”の評価制度に変更し個人の意識改革

時給換算ではなく各個人の能力を軸にした給料形態に変更

時給換算

能力換算

課題

- ✓ 実績ベースでの評価がまだ実施できていない
- ✓ 営業と違い個人の数値的成果が見えづらい

# 成功事例①：採用を本格的に実施し組織の急拡大

事例

裁量権をインターン生にも渡し、当事者意識の向上

能力に応じてインターン生にも裁量権を付与

インターン生をメディア責任者に抜擢

入社2ヶ月目からマネジメント開始

新規メディア案の提案

外部からの教育を実施

# 成功事例①：採用を本格的に実施し組織の急拡大

事例

教育は実施せず実践で学ぶスタンスを強化

慢性的なリソース不足のため、教育する時間がない

各従業員が各々で考え行動できるようにシフト  
新卒入社2ヶ月でマネジメント開始



話した内容に対してフィードバック→改善を繰り返す

# 失敗事例①：怠慢による成長率の鈍化

事例

1位を取ったことに慢心し、競合に抜かれた

1年間リライトを実施せずに新規記事投下に専念

4年目

リライト実施で1位を多数獲得

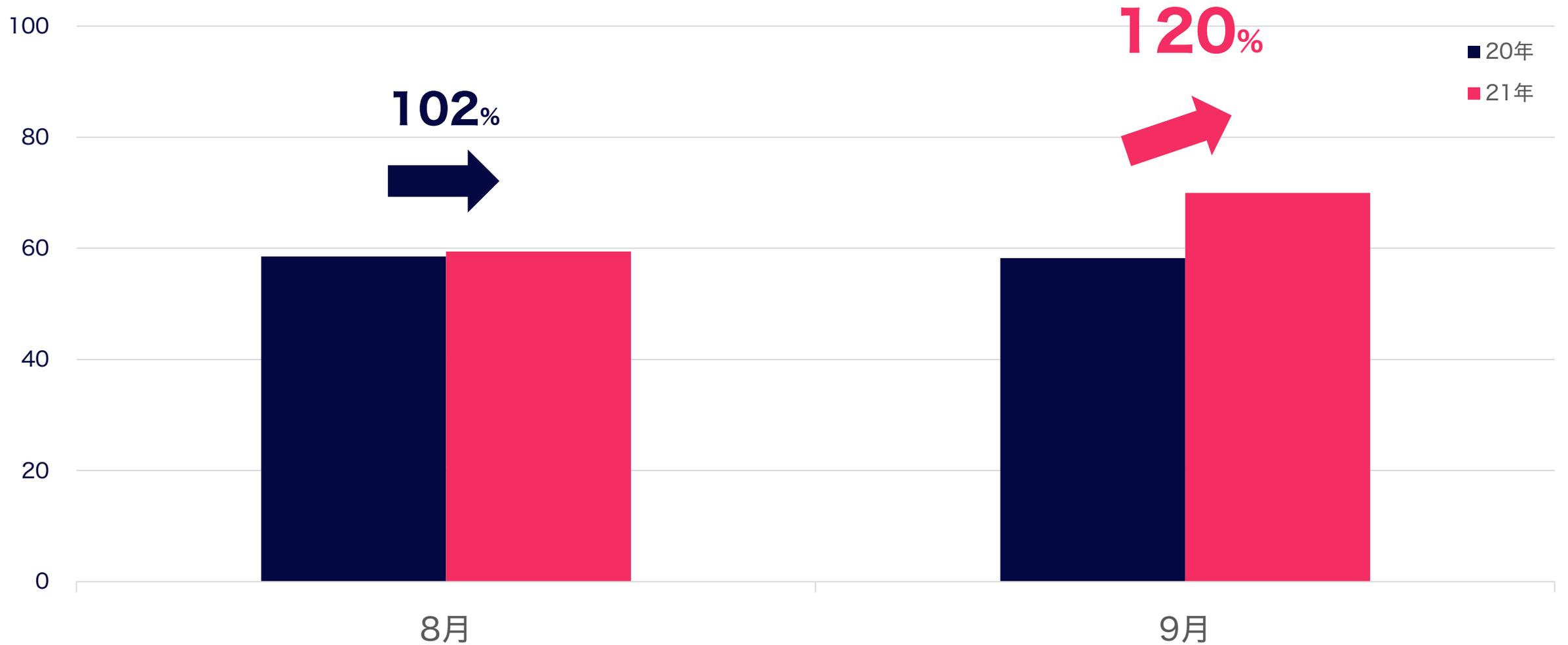
5年目

既存記事の順位が低下

現在

✓ 過去の数字（検索順位、登録率）などを参考にリライトを実施し修正中

# 失敗事例①：怠慢による成長率の鈍化



Part.3

# 成功のポイント

# 成功までつなげた3つの要因

---

1

**守破離の徹底**

2

**内製化で施策のスピード向上**

3

# 守破離の徹底

数値まで知れるのが良いが難しいので、成果が上がっているかどうかは解釈で判別

競合だけでなく、別業界のメディアが  
実施してる施策を実施

KWリストは競合他社が取得している  
KWを10サイト以上参考に作成

企画作成も契約していたツールの企画書をフル活用  
自社用にカスタマイズを行い、現在使用中

同業界のトップ10のメディアを分析  
✓ なぜそのような記事を作っているのか  
✓ CVポイントへの誘導はどうやっているのか

# フェーズごとの具体的に実施した施策を紹介

---

1

**守破離の徹底**

2

**内製化で施策のスピード向上**

3

# 内製化で施策のスピード向上

---

立ち上げ当初は全ての業務を外注



納期までに時間がかかる&ノウハウがたまらない

# 内製化で施策のスピード向上

---

メディアのバックエンド開発以外を内製化



月100以上の施策が実施可能になった

記事作成

クリエイティブ作成

LP作成

## 内製化で施策のスピード向上

---

内製化するためには責任者が全ての業務を  
一通りできるようになる必要がある



スキル習得のために、業務外の時間・費用の投資がマスト

# 内製化で施策のスピード向上

## 現在までに習得したスキル

- ✓ EXCEL・スプレッドでのデータ分析（某EXCELスクールに参加時、受講不要と言われた）
- ✓ プログラミングスキル（html、css、js、php、python）
- ✓ Webデザイン（バナー作成、サイトデザイン）
- ✓ 記事作成（企画書・執筆）
- ✓ コピーライティング（見たバナーの良い・悪いポイントはパッと分かる）

## あとは資料に落とし込んで実践させるのみ

- ✓ 最初に研修を実施した後は、実際に仕事をしながら覚えていってもらおう
  - ✓ わからないことがある度にアドバイスをするのみ

# フェーズごとの具体的に実施した施策を紹介

---

1

**守破離の徹底**

2

**内製化で施策のスピード向上**

3

**諦めないこと**

# 諦めないこと

---

1~2年は全く成果が出なかったため心が折れそうになる

- ✓ 同業界のエン・ジャパンが運営する「転職大辞典」の話を聞いた
  - ✓ 最初は全く成果が出ずにお荷物事業部扱い



- ✓ 運営開始3年後から成果が出だし、現在はメディアが軸の運営にシフト

# 諦めないこと

## 実際にあったエピソード

- ✓ 営業マンからコストの無駄と言われる
  - ✓ いつ成果が出るのかという後追い
- ✓ 毎年コンスタントな成長率の担保は難しい
- ✓ 感覚で立てた目標に対する実績のギャップ

軌道に乗ると成長率が急増する

# 責任者抜擢には覚悟が必要

---

## 前提条件

✓ 結果がでるまで時間がかかる

## 柴田は就活時どんな人だったのか

情報を知らない

継続経験あり

根拠なく自信満々

# 代表が実施していたマネジメント方法

---

基本的に任せてもらっていた

立ち上げ期

仕組み化期

成長期

細かい後追い  
(土日含む)

要所の後追い

報告のみ

---

Part.4

まとめ

## まとめ

**メディア運用は内製化が大事**

**立ち上げ時は守破離を徹底**

**施策は”質”より”量”を重視**

**継続することが重要**

# 関連サービスの紹介

# 採用するなら”ジョブコミット”

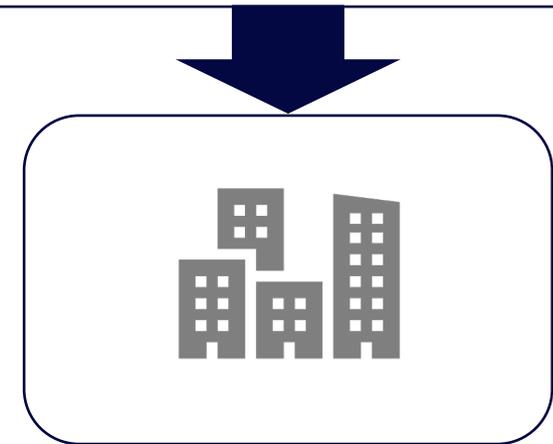
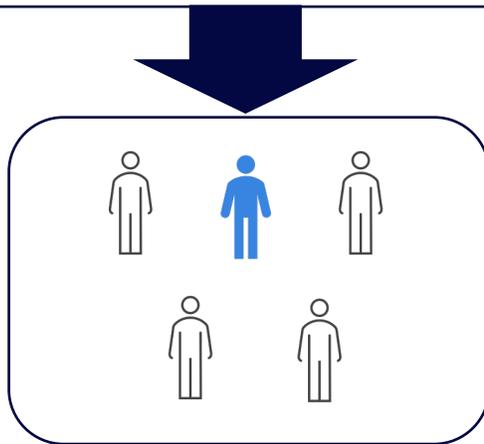
## ジョブコミットについて

内定にコミットする就活サービス



### 効率的なターゲット学生の採用

- ✓ 業界初、独自の面談回数/内容
- ✓ 紹介を中心とした母集団形成
- ✓ 一貫したフォロー体制
- ✓ 工数削減、人事リソースの最大化



# DX化コンサルティング事業リリース

メディア立ち上げノウハウなどを元に”DX化事業”をリリース

## 実施可能な支援

①メディア運用

②公式LINE構築

③数字管理の仕組み化

④CTR最適化

⑤クリエイティブ作成

⑥LP作成

## 今後予定している支援内容

①SNS運用

②広告運用

③MA導入支援

# 質問時間