

## 『成功するホームページ』

# 7つの秘訣! 編



成功するための秘訣とは・・・?  
 作る前に知らない秘訣は・・・?  
 「持っている」社長も「持っている」社長も  
 「持っている」社長も「持っている」社長も

ホームページ戦略で「成功したい」経営者の方へ!

Point 1 ホームページで成功すると?

Point 2 なぜ、ホームページで成功するには?

- 目的にターゲットを決める
- ユーザビリティ(使い勝手)の良いサイト構成
- 優美で魅力的なデザインを考える
- 考えられたハイクオリティなデザイン
- 検索エンジン対策(SEO)
- 見る人を納得させるコンテンツ(文章や写真)
- 安全なレンタルサーバー

## はじめに

---

インターネットが世の中に普及しはじめてから、かれこれ10年が過ぎ、ビジネスだけでなく生活の中でも「インターネットがなければはじまらない」といったことが起こるくらいまで、みなさんの生活の中に浸透してきました。たとえば家族や友人、恋人などと食事に行こうとする際に、インターネットでお店を探したり、携帯電話のインターネット機能を使っておすすめの店を探してみたりしたことがある方も多いと思います。また、はじめて名刺を交換した方の会社のホームページを見てみたり、取引先のホームページを見て、仕事の情報収集に活用したことがある方も少なくないと思います。

かくいう私も、仕事ではインターネットを使っての検索や情報収集、プライベートでは趣味と同じくする方とのメールの交換やインターネットショッピング、果てには自分のホームページとブログを開設して、自分の思いや趣味を公開するまでになりました。

私たちの例をあげるまでもなく、インターネットのホームページで、ショップを成功させているお店もたくさんありますし、ホームページを使ってお店に集客をかけているところもたくさんあるのはご存知の通りです。インターネットの利活用によって、ビジネスにつながる例は枚挙に暇がないのも事実なのです。

この本の中で、「なぜホームページを開くべきなのか?」「成功するためのホームページを作るにはどういったことが必要なのか」ということを、理解していただければと考えています。みなさまの経営・商売の一助になれば幸いです。

## なぜホームページの成功につながるのか？

---

まず本題に入る前に、私たちの紹介をさせてください。なぜ、このような小冊子を出すに至ったのかを、社会の流れにあわせてお話してみたいと思います。

わたしたちフォーバルは、情報通信コンサルタント業として、「経営者の夢や思いをカタチにする」を合言葉に、日本の中小企業を元気にするための活動をしています。私自身は、7年前、社内ブランドでもある「WEBアドバイザーズ」の立ち上げに参画し、経営・事業拡大というカテゴリーの中でも、特にWEBに特化し、お客様のWEB・ホームページの利活用によるビジネスの業容拡大を、ホームページ制作・運営のプロの立場から一緒に考え、側面のサポートを行いながらアドバイスしてゆくチームとして活動していました。デジタル化、インターネットの普及、ブロードバンド（大容量通信）の普及など、時代とともに、市場のニーズも個々変わってきました。

かつては大量生産・大量消費の時代でしたが、お客様ごとに違う、ビジネスを取り巻く状況や経営方針・考え方をきちんと把握した上で、提案型のスタイルでホームページに関連するアドバイスをおこなっています。

1999年よりホームページ制作事業に携わり、これまでに6,000件以上のホームページを制作してきましたが、およそ7年前からホームページ開設に関するご質問等が、営業の現場でも急増してきました。そこでWEB（ホームページ）専門チームを発足し、制作を受託だけでなく、そのお客様へのフォローやアドバイス、お客様の声などをいただき、こうやってみなさんに情報を提供してゆくことができるようになりました。そこで2005年より「WEBアドバイザーズ」ブランドを立ち上げ、お客様の立場に立ったアドバイスを、さらに深めてゆく活動を行っております。

現状では、企業経営の戦略の一環として活用されるホームページ制作後のお客様やすでにホームページを持っている方への運営アドバイス、そしてそのアドバイスを行うメンバーの育成を行っています。これまでたくさんのお客様ホームページ運営や実績を見てきましたが、その中でも成功するところと失敗するところの違いがわかってきました。これからお話させていただくのは、成功するところはきちんとホームページの土台ができているが、失敗しているところにはできていないということなのです。

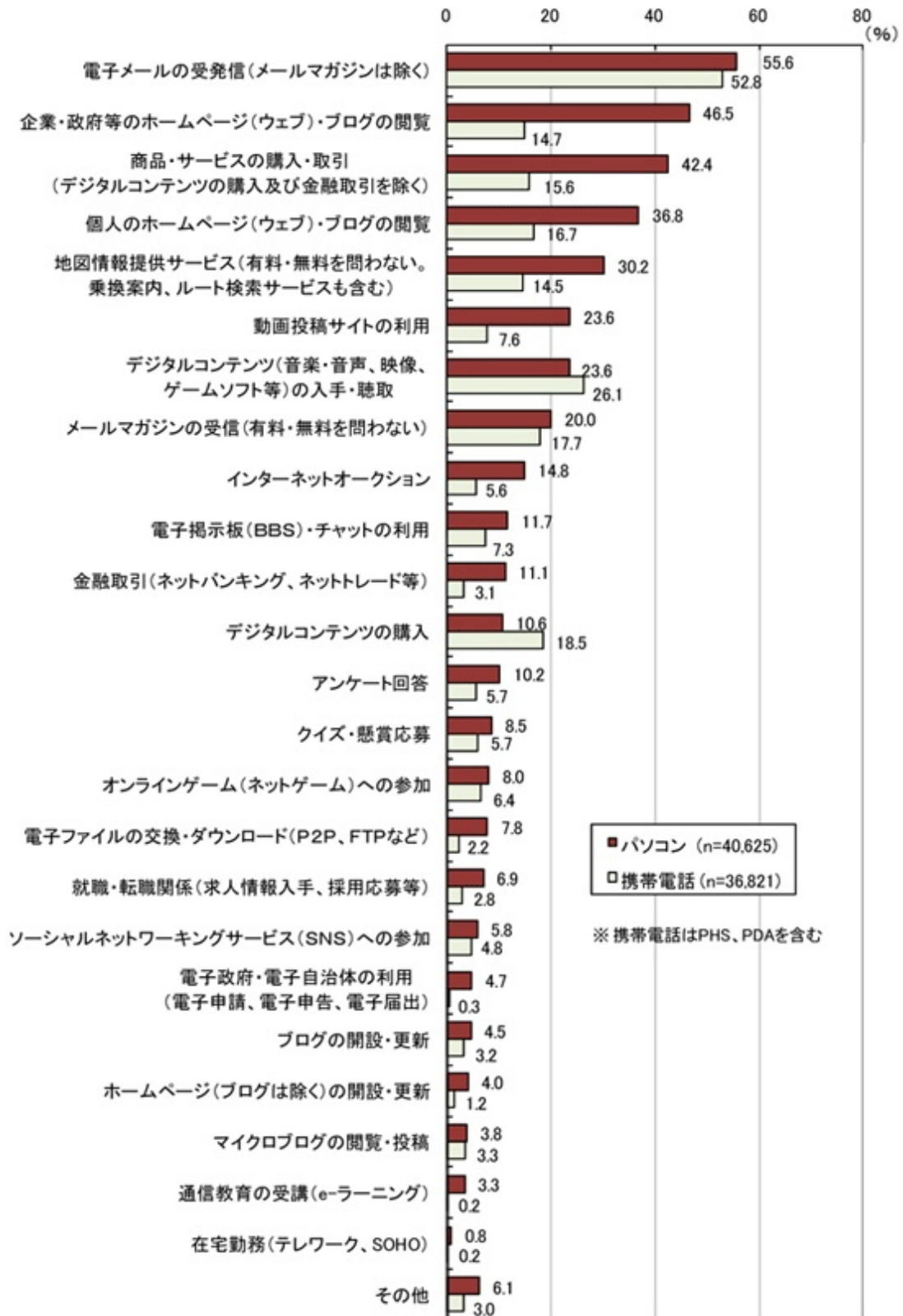
## インターネットの利用状況

---

ホームページを開設しようとする前に、みなさんを取り巻くインターネットの利用状況を知っておく必要があります。

まずは表をごらんください。この表は一般の方々が、仕事の情報や生活にまつわる情報を、どんな手段を使って収集するのかを調べた結果です。これだけの数の人が、インターネットを使って検索しているのです。これは雑誌・書籍、新聞を大きく超えていて、生活に密着しているテレビだけは、生活情報の収集に活用される割合も高まりますが、ライフスタイルの変化によって、インターネットを使って、みずから自分の欲しい情報を取りに行くようになったということがわかります。

インターネット利用の目的・用途(パソコンと携帯電話の比較)



## インターネットの利用状況③

---

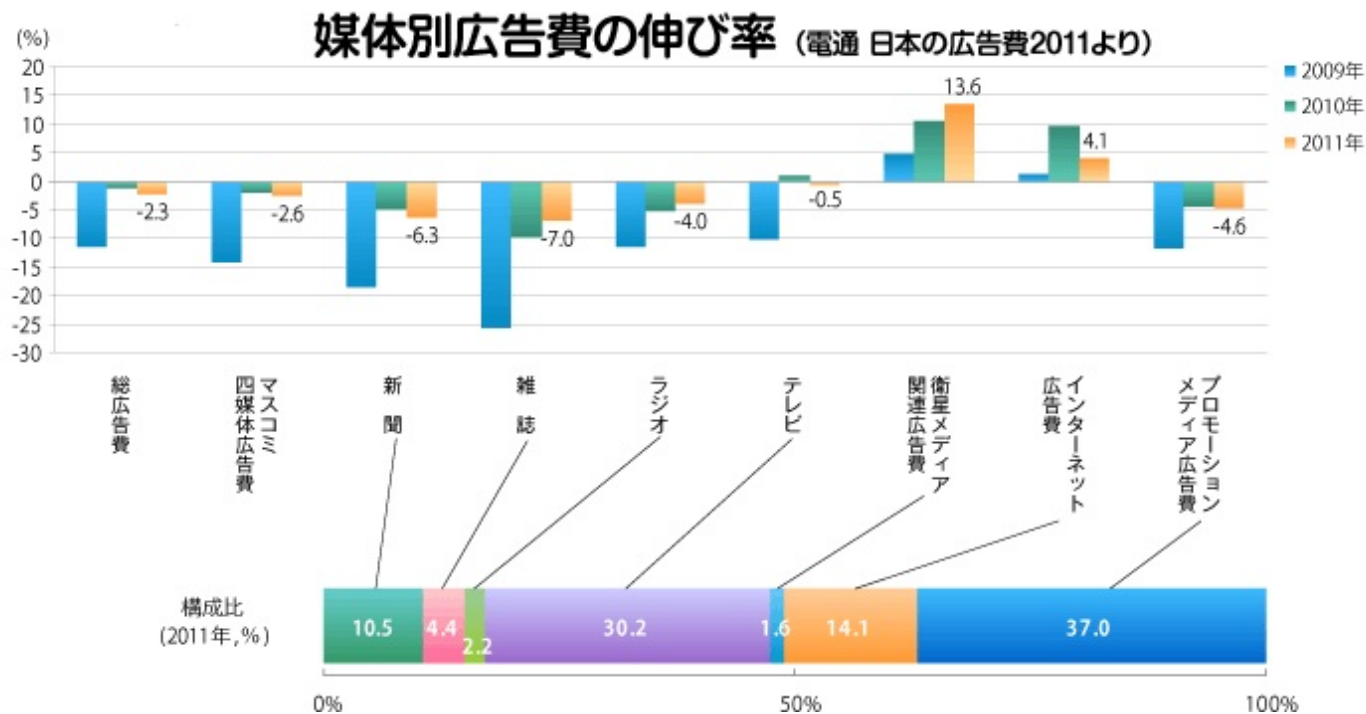
ここで大事なことは、「自分で情報を取りに行くようになった」ことです。これまでの情報発信媒体（新聞・テレビ・雑誌・書籍等）は、基本的に一方通行の情報発信でした。そこには利用者の希望が入り込むしくみになっていなかったのです。私たちは与えられた情報の中から選ぶ以外、方法がありませんでした。みなさんも、たまたま目にした雑誌や新聞の情報を見て、電話をかけたり、お店に品物を見に行ったり、または電話帳や情報誌を見て、食事や宴会の予約をした経験があると思います。

それがインターネットの出現・普及によって、私たちが知りたい情報や望んでいるものを、自分だけのために取りに行くことが可能になったということなのです。Y A H O O !（ヤフー）や G o o g l e（グーグル）に代表される検索エンジンと呼ばれるサイトは、このニーズを満たすために最大限の力を発揮しているといえるでしょう。



## 媒体別広告費の推移

今度は広告費の推移という切り口から、みなさんを取り巻くインターネット環境を見てみましょう。次の表をごらんください。これは大手広告代理店の株式会社電通が2012年2月に発表した「媒体別広告費の推移」です。この表からわかることは次の2点です。



一つ目はいままでの既存メディア（テレビ・ラジオ・新聞・雑誌）の広告費が下がり、その一方でインターネット広告が急激に伸びている点です。この背景をよく考えてみると、前述したようにインターネットの大幅な普及という点と切り離して考えることはできません。人が集まるところに広告を出すことで、その効果を最大限発揮できるようにすることは、けっして間違いではないからです。

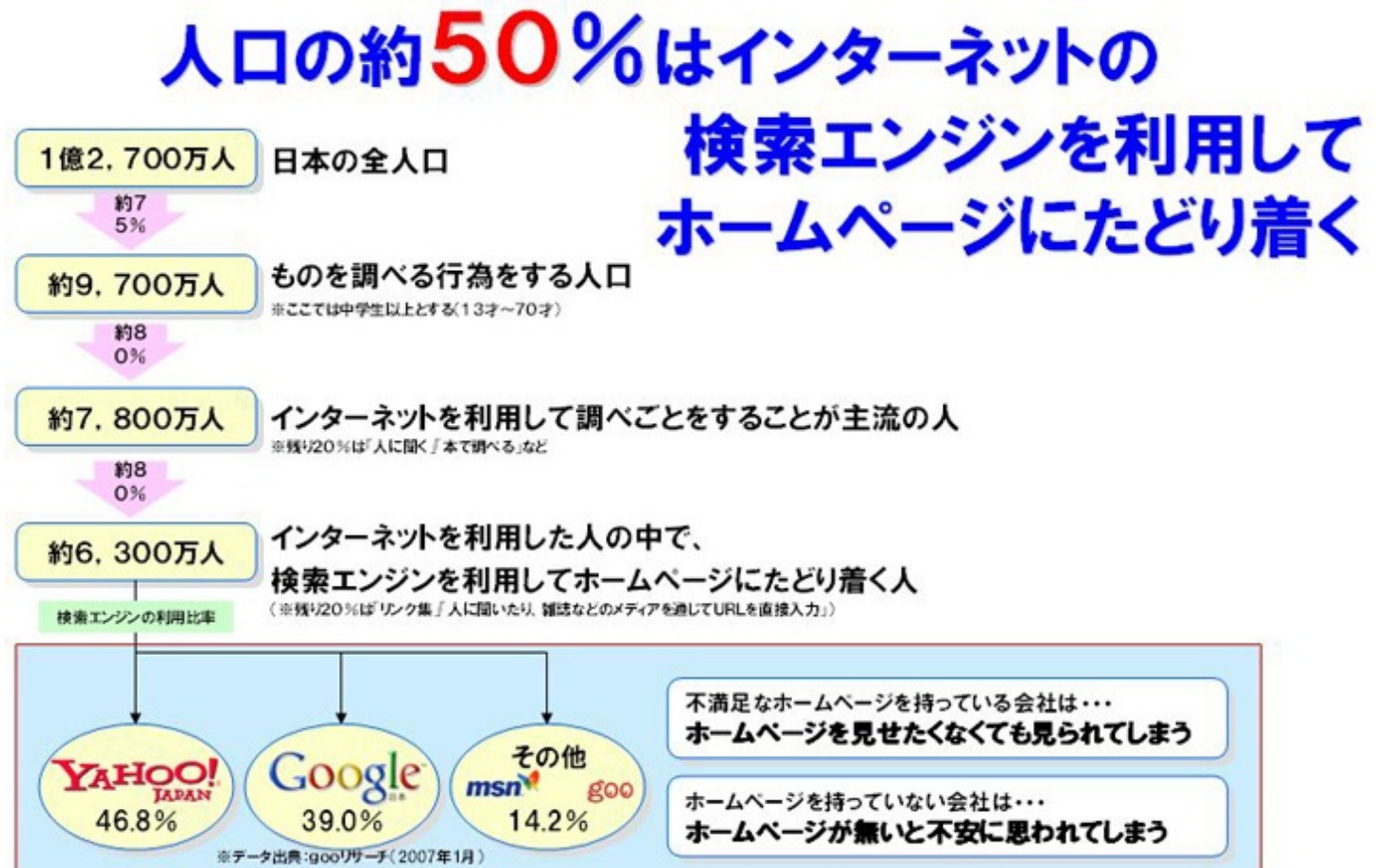
二つ目は、インターネット広告が伸びている理由として、小規模事業者による広告掲載が増えていることがあげられます。Yahoo!（ヤフー）やGoogle（グーグル）といった「リスティング広告」と呼ばれる、検索キーワードごとに表示される広告が変わる仕組みが、手軽にターゲット層にアプローチできることで受けているのです。この広告自体は1クリック9円からと比較的安価な価格で広告を掲載できるため、今まで広告を出せなかった層にも浸透し始めているのです。

これらもインターネットの普及と利活用が進んだことによって、「ただ見せる」ことから「ターゲットを絞り込んで見せる」流れに変わってきているということなのです。

(※) リスティング広告・・・検索エンジンの検索結果表示の上部及び右側に、キーワードごとに表示される広告のこと。

## ホームページの必要性

それではホームページはなぜ必要なのでしょう？それを説明しているのが下の図です。結論からいいますと、日本の人口のおよそ半分の方がインターネットの検索エンジンを使って、目的のホームページにたどり着くということなのです。これだけの方が検索を行うわけですから、自社のホームページがあって、お客様のニーズにあった情報をきちんと提供できれば、ビジネスにつながる可能性も高まりますが、逆にホームページがないことで次のような弊害が起きることを覚悟しなければならないのです。



それは、インターネットで検索するということは、インターネットの中で比較検討を行うことにほかならず、検索結果に表示されないことイコール比較検討の土曜に載っていないということになるのです。

私たちの会社に内定した大学4年生の約100名に、以前入社前に電話で次のような質問を行ったことがあります。

「世の中の会社やお店の何割がホームページを開設していると思いますか？」

答えは単純明快です。65%の学生が「ホームページを持っているのは6割以上」と回答しました。彼らにとっては、残りの4割弱の企業や店舗は存在しないのと同じになってしまっていたのです。



事例をあげるとすれば飲食店がその最たる例でしょう。みなさんも宴席や食事の場所を検索されたことがあると思いますが、飲食店自体が「ぐるなび」「Y A H O O ! グルメ」といったレストラン情報総合サイトへ登録をしておかないと、検索すらされなくなってしまったのです。「渋谷 居酒屋」「銀座 イタリアン」などのキーワードで検索する人が増え、その結果、ホームページをもたなければお客様から選んでもらえないといった状況にまでなっているのです。

情報収集をする人は、いったいどんな手段を使って、検索を行うのでしょうか。



情報源が限られていた

インターネットが普及する前は、アナログの媒体しかありませんでした。たとえばあなたが「どこかで食事をしたい」と思ったら、雑誌や新聞等で紹介されている旬なお店や、テレビ・ラジオの番組で紹介されるお店、そしてこれら媒体に掲載・放送されている広告・コマーシャルによる情報をたよりに探す方法がありました。これらの情報は、媒体側から一方的に流される情報であり、見る側・聴く側からすると、自分の趣味趣向や好みなどの意向がまったく反映されない状態であったため、取捨選択の幅は限りなく狭いものになっていました。

そのほかにはタウンページ等の電話帳に乗っているお店を探すのも一つの手手段でした。電話帳であればたくさんのお店が掲載されていて、その中から選ぶこともできたのですが、一つ困った事がありました。お店の名前・住所・電話番号はわかるのですが、実際にどんなお店なのか、値段がいくらくらいなのか、最寄駅からの道順は、メニューは・・・、などの情報がわからない事が難点だったのです。

あとは、家族や友人からの口コミにたよるか、自分で事前にその場所を訪れて下見をするしか方法がありませんでした。

このように、限られた情報の中での取捨選択を迫られていたため、どうしても自分の欲しい情報に届かなかったことは、よくあったことなのです。

反対に現在の情報収集は、どのようにして行われているのでしょうか。



自分の意向に絞って検索!

インターネットが普及した現在では、前に書いたような情報収集手段に変わり、Yahoo! (ヤフー) やGoogle (グーグル) といった検索エンジンを使っての検索が一般的です。この検索方法がなぜ受け入れられたかという、利用者自身の趣味趣向や好みに沿った情報を、絞り込んで探すことができ、なおかつその情報の中で比較検討が容易に可能だからなのです。

あなたが食事をしたと思ったら、「レストラン 渋谷」とか「和食 銀座」などというキーワードを入れて検索するでしょう。そうすると、あっという間に数万件、数十万件以上の情報が画面上にあらわれてきます。その画面を見ながら、店内の写真を見てイメージを膨らませたり、お店までの地図を見て、時間を逆算してみたり、おとくなクーポンを印刷してみたり、自分の好みに合ったところなのかどうかをしっかりと見極めることができるのです。

## ホームページで成功するという事

---

ここまではみなさんを取り巻く、インターネットの状況をお話してきましたが、なぜ、ホームページが必要なのかという「外的要因」についてはご理解いただけたと思います。ここからはいよいよ「ホームページを開設」するにあたり、みなさんが気をつけなければならないことについて、お話してゆきたいと思います。

それでは『ホームページで成功する』ということは、どういうことなのでしょう。そう、それは仕事につながるということなのです。みなさんの開設したホームページを『優秀な営業マン』や『優秀な店員』にすることが大事だということを、常に念頭においておく必要があるのです。

ただ漠然と何も考えずにホームページだけが存在しても、お客様が振り向いてくれるかどうかはわかりません。みなさんも経験があるかと思いますが、近くにお店ができたときに、居酒屋でさえもティッシュを配ったり折込チラシを入れてみたり、あの手この手の集客を行うのと同じように、ホームページという「営業所」「お店」も、仕事につながるようにすることが必要なのです。

## 失敗するホームページとは？

---

反対に失敗するホームページとはどんなものなのでしょう？はっきり言えば、『仕事につながらない』ホームページは失敗です。みなさんが希望と期待を持って開設したホームページ、どうして失敗するのでしょうか。

理由はかんたんです。次のようなケースです。

### 【ホームページを作ること自体が目的となってしまった】

この場合はホームページを作るまでは一生懸命いろんなことを考えていても、実際に完成してしまった後の運営がまったく手付かずにってしまうケースです。

### 【仕事・商売を理解していない人が作ってしまった】

この場合は失敗するほとんどの方がおちいるケースで、ホームページ制作のプロは、商売のプロではないということなのです。特にデザイナーは芸術家ですから、仕事や商売の対極にいる人たちであることを覚えておく必要があるでしょう。



## ホームページ成功のための7つのハードル

---

ホームページで成功したいと思ったら、必ず乗り越えなければならない点が7つあります。私もホームページで成功している企業、失敗している企業をたくさん見てまいりましたが、成功しているところは必ずといっていいほどこの「7つの秘訣」をクリアしていました。その7つの秘訣をひとつひとつ見てゆきましょう。

### 秘訣!! ①

#### 【目的をしっかりと決める】

ホームページで何をしたいのか、何を伝えたいのかが明確でなければなりません。ただ売り文句や商品のことを並べ立てるだけでは、お客様の心には響きません。目的とは主に次のようなものだと考えるとよいでしょう。

- ① 会社案内
- ② 商品やサービスの紹介
- ③ 商品やサービスの販売
- ④ リクルート（求人）
- ⑤ 店舗等への集客

### 秘訣!! ②

#### 【ターゲットをしぼる】

誰に見せたいのか、誰に売りたいのか、誰から問い合わせをもらいたいのが明確でなければ、ホームページを見た方に内容が伝わりません。例えば次のようなものがあげられます。

- 「法人？個人？」
- 「大人？子供？」
- 「男性？女性？」
- 「若者？中年？高齢者？」
- 「地域は？」・・・など

### 秘訣!! ③

#### 【優位性をうたおう】

インターネット上は競合がいっぱいいます。そのなかからあなたのホームページを見つけてもらうには、差別化と優位性を打ち出す必要があります。その他大勢に埋もれてしまわないようにしましょう。

(例) スピード対応可

お試し期間あり

業歴**30**年・・・・など

失敗しているホームページはここまでの3つのどれかが欠けているケースがほとんどです。TOPページいきなり商品の内容ばかりを掲載してみたり、意味もないフラッシュ（写真を使ったパラパラまんがのようなもの）を掲載してみたり、かっこよさを求める前に、本来の目的に立ち返る事が必要なのです。

## 秘訣!! ④

### 【デザイン】

ここでようやくデザインが出てきます。よくホームページのお問い合わせで、「デザイン案を出して」と言われるケースが多いのですが、ハッキリ言ってその時点で成功が消えてしまう悪い例です。『目的』『ターゲット』『優位性』が明確になっていない時点で、デザイン案などもってのほかです。

『目的』『ターゲット』『優位性』を盛り込んだデザインを作らないと、失敗への道まっしぐらです。

## 秘訣!! ⑤

### 【コンテンツ（情報・内容）】

ホームページの中に掲載する情報は、見に来たお客様にとって有益な情報でなければなりません。自画自賛するようなものよりも、『優位性』を訴えたり、本当に購買につながる情報、お客様の声などを掲載することが必要です。

## 秘訣!! ⑥

### 【ユーザビリティ（使い勝手）】

ホームページの構成を考える上で、お客様に目的のページまで導きやすいページを作る必要があります。どこにボタンがあるのがわからなかったり、目立たない場所にリンクが張ってあっ

たり、見る人が使いやすい視点で作る必要があるのです。

## 秘訣!! ⑦

### 【検索エンジン対策（SEO）】

これまでも出てきたように、検索エンジンで自社のホームページを見つけてもらう必要があります。この対策に関する事柄だけで2~3冊の本が書けてしまうくらい重要なのですが、この対策ばかりやって他のところをおろそかにしている方が失敗する要因でもあります。絞り込んだキーワードで自分のホームページを見つけてもらえるようにすることが必要です。

ここまであげた7つは、ホームページを作成するにあたって、すべてが必要なものです。スキルのある方は自分でクリアできる方もいるでしょうし、自分にはちょっと難しいかなと思われるのであれば、クリアできる業者をお願いしなければならないことも念頭に入れておく必要があります。

ここでもう一度思い返してみてください。

### 『ホームページで成功すること』 = 『仕事につながること』

検討される際には、当然費用対効果の問題もあるでしょうが、再度この基本に立ち返って、比較されるとよいでしょう。

わたしたちフォーバルでは、みなさんの成功するホームページを、全国のWebアドバイザーがみなさんと一緒に考え、またバックアップしています。今回ご紹介した7つの秘訣を、自分だけでクリアできる自信のない方、またどの業者にお願いしたらいいのかわからないと思っている方、ぜひフォーバルのWebアドバイザーズにご相談ください。わたしたちのノウハウを、みなさんの経営の中でぜひ活用してみてください。

最後になりましたが、みなさんのホームページの活用が、素晴らしい未来を築くよう祈念しております。また、セミナーやご相談等でお目にかかれる機会を楽しみにしております。

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

## 成功するホームページ “7つの秘訣”

著者：國田丈樹

【著者プロフィール】

Webコンサルタント（株式会社フォーバル事業推進本部）

1969年東京都生まれ。

國學院大學文学部史学科卒業後、1993年に株式会社フォーバルに入社。中小企業向けに通信機器・インフラのコンサルティングを担当し、2001年よりWeb事業に参加。BtoBマーケット内の中小企業向けWeb利活用の営業を手がけ、2005年に現所属のWebソリューションディビジョンの立ち上げに準備段階より参加。2006年からは主力商品である中小企業向けホームページ制作パッケージ「Winシリーズ」によるホームページ開設済顧客向けの、Webアドバイスサービスを手がけ、同年秋の「Webアドバイザーズ」ブランド発足に尽力する。同サイトの運営担当者。また、ホームページ開設セミナーの講師としても活躍し、年10回以上の中小企業向けホームページセミナー、提携先との協業によるセミナー開催等、多方面で活躍している。

2007年4月13日初版発行

2012年5月24日第8版発行