

トップ企業経営者は何を考えるのか!?

「彼を知り己を知れば百戦殆うからず」、有名な孫子の兵法の一つである。現代において経営者はコンペティターの動向を把握し、営業マンは営業先の現状把握が必須。時代は変われど、「相手を知る」という本質は変わらない。昨年から引き続き週刊HOTERESは、人脈マッチングスペシャリスト、TOP CONNECT (株)代表取締役 内田雅章氏をファシリテーターに、強い組織や成長著しい地域や企業の秘訣を探るべく、魅力溢れるリーダーとの対談を実現。第22回は、中小企業を中心にITの導入やマーケティング支援を行なう(株)WEBマーケティング総合研究所代表取締役 吉本俊宏氏に登場いただき話を伺った。

営業マンゼロでも契約社数は右肩上がり
(株)WEBマーケティング総合研究所の
発想と戦略

内田 (株)WEBマーケティング総合研究所という非常にシンプルな社名ですが、まずは事業内容と特徴を伺えますか。

吉本 「お客さまを増やせる」低価格なホームページ作成サービスを提供しています。SEO対策、スマホ対応、自分で更新できる、といった特徴を備え、初期費用4万9800円、月額4900円でホームページを作成しており、現在約1万社の企業さまにご利用頂いています。

当社には営業マンがおらず、上記の1万社のほとんどをネットで集客してきました。ネットだけで毎月150社以上の新規お申し込みを獲得しており、ネットを使った集客ノウハウについては、日本有数の制作会社だと自負しております。

内田 営業マンがいらないことは驚きですが、なぜそれで契約数が伸びていくのですか。

吉本 ホームページをフル活用し、営業マンの働き・役割を補っているからです。

普通のホームページでは営業マンのような効果はないので、主に3つのネット集客ノウハウを駆使しています。1つは最初からネットで売らず、「問合せもらう」のを目的とすること。2つめは、サービスの魅力を文章で伝えること。3つめが、SEO対策です。

2つめの「サービスの魅力」を文章で伝えるのにはコツがあります。それは「営業マンがお客さまのところで話してくるような内容」を掲載すること。営業資料の情報をWEB上にそのまま掲載しても読んでもらえませんので工夫しています。実際の営業マンも、お客さまが聞きたいと思う内容に合わせて説明しているはず。それと同じことをホームページ上で実現しており、それが契約社数の伸びにつながっています。

内田 提供されているサービスでは、ホームページの更新はお客さま自身ができるとお伺いしていますが、これはどなたでもできるのでしょうか?

吉本 ホームページ更新と聞くだけで



株式会社WEBマーケティング総合研究所



Sales Innovation

吉本俊宏 × 内田雅章



提供しているホームページ作成サービスの一部。閲覧時と同じ状態で修正が行えるため、初めてでも変更・管理が容易に行える

「ハードルが高い」と思う人が多いことは事実です。通常は、専門的な知識やスキルがないと更新できないので仕方ありません。しかし弊社では、専門知識やスキルも不要で更新できるシステムを独自開発しました。これならメールを書いたり、ブログを更新したりするくらいのスキルで、どなたでもホームページの更新が可能です。お客さまには、この独自開発したシステムをお使いいただくので「ホームページが初めて」という場合でも、簡単に更新を行なうことができます。

ITを通じたビジネスへの貢献
本来の目的と新たな提案

内田 ではここで、吉本社長が経営者として大切にしていることを伺えますか。

吉本 「ITの活用を通じて日本企業の発展に貢献する」ことを企業理念に掲げ、日本で一番お客さまのビジネスに貢献できるIT企業を目指しています。

IT業界というのは非常に淡泊、売り切りの世界です。ソフトでもPCでも販売したら完了。購入されたツールの使用については一切関与しないため使いこ

なせず、IT導入後も、何も変わらなかったということもあります。そうならないようサポートさせていただくことが、「お客さまのビジネスへ貢献」につながると考えています。

内田 具体的には、どのようにサポートしていくのでしょうか。

吉本 ITを活用したマーケティングのサポートです。IT導入の目的は、本来仕組化による固定費削減ですが、削減できる費用には限界があります。そこでITを活用した「売り上げ改善」を目的に据えました。削減と異なり、売り上げなら限界がありませんので、そこをサポートしたいと考え、社員には常々「ホームページの成果を考えて作成してくれ」と伝えています。例えばレストランがお客さまであれば「新規の予約やリピート来店を増やす」という目的を持って作成にあたるのです。

また、ホームページは作成した後が勝負。その考えに基づき、当社は通常の制作会社のように納品して終了ではなく、納品後のサポート体制の充実にも努めてきました。

内田 サポートセンターは何をしてくれるのでしょうか。

吉本 納品後の更新作業をサポートしています。無料の電話サポートを回数無制限でご利用いただけるので、初心者の方でも安心です。サポートセンターで分からないことを解決いただければ、更新できないホームページにはなりません。成果を出すために、ホームページ



・インタビュー
(株)WEBマーケティング総合研究所 代表取締役
吉本俊宏

Yoshimoto Toshihiro

【プロフィール】1964年神戸市生まれ。88年一橋大学商学部卒業。在学中、米国アーカンソー州立大学へ留学。同年現三菱東京UFJ銀行入社。社内基幹システムの企画、設計、開発を担当し、97年野村総合研究所へ転職。大手企業のコンサルティング、現セブン銀行の設立を企画推進し、2001年より同社に転出。02年(株)WEBマーケティング総合研究所を設立。ITを活用した中小企業の発展を目指し、05年ブログdeホームページサービスリリース、13年にはスマホ付き・自分で更新できる低価格なホームページ作成サービス「あきばれホームページ」のサービス提供を開始。利用社数は7025社(2016年2月現在)。



・インタビュー
TOP CONNECT (株)代表取締役

内田雅章
Uchida Masaaki

【プロフィール】愛知県津島市出身。1994年早稲田大学商学部を卒業後、三菱東京UFJ銀行(旧三和銀行)入行。2000年退行後、弁当販売業、マンションデベロッパー取締役を経て、30歳で銀座のクラブオーナーに。その後、バリュークリエーション常務取締役兼、日本ベンチャー協議会事務局長に就任。04年3月㈱就職課を設立。14年10月より、国内トップ経営者とのインタビューをWeb配信するTOP CONNECTサービスを開始。現在は「企業マッチング」を主としたコンサルティングを展開する。【著書】「図解 人脈力の作り方」(講談社)「スゴい人になる人脈力入門」(かんき出版)「起業力入門」(コマックス)「1000人の社長人脈を築く自分の働き方」(きこ書房)など

は日々の更新が何より大切です。とくにホテルやレストランの場合、客層やゲストの好みによってメニューや内装を変えていくので、来店前の入口となるページの姿も日々変化が必要です。更新が適切なタイミングでできないと、本来とれるはずの新規予約やリピート来店を逃すことにもなってしまいます。だからこそ弊社では、作ったあとの支援こそが重要と考え、納品後のサポートも充実させているのです。

より具体的に、より詳細を ホームページとその役割

内田 具体的な情報が書かれているサイトは求人面でも効果があると伺いましたが。

吉本 その通りです。仮に募集告知を大手のリクルートサイトでしたとしても、求職者は応募前に、ほぼ100%興味を持つ企業のWebページを訪れるのです。そこに具体的なことが書かれていれば安心・信頼をしてもらいやすく、採用後の具体的な仕事内容も想像しやすくなります。これは入社後の離職抑止にもつながり、求人面での効果は絶大です。そのため弊社では、自社サイトとは別に採用目的のホームページ開設を推奨しています。採用目的のホームページには自社サイトでは掲載しきれない、教育内容や社風、働く従業員の気持ちなども掲載が可能です。求職者という明確なターゲットに向け、より具体的な情報を発信できるので、応募者の質も高まります。

ホテルやレストランの人材募集でも同じです。採用の本社一括管理は合理的ではありますが、人が関わっていくビ

ジネスなので、応募前の現場感や雰囲気を伝えることがミスマッチを防ぐ上でも必要と考えられます。

内田 吉本社長の視点からもっとホテルやレストランが活性化するために、何かアイデアがあればぜひ伺いたいです。



吉本 これまでは、じゃらんや楽天トラベルなどの旅行ポータル、ぐるなびや食べログなどの飲食ポータルサイトがあるため、ホテルやレストランが集客用に店舗サイトを持つことはそれほど重要ではありませんでした。しかし、現在はスマートフォンの普及によって、店舗サイトが地図の検索とセットで表示されるようになり、店舗サイトへアクセスする人も増えました。ポータルサイトは掲載できる情報量が限られ、伝えたい内容・伝えるべき内容を十分に発信できません。でも自社の店舗サイトなら、制約がなく、必要な情報を十分に届けられます。豊富に情報を届けられるため、来店につなげやすいのです。

以前は、「ポータルサイトに出しているからホームページは必要ない」という考えが主流でしたが、店舗サイト経由の集客は今後伸びていくでしょう。ホテルやレストランも集客用のサイトを持つ時代になっていると言えるのではないのでしょうか。

内田 最後に御社の今後についてお聞かせ下さい。

吉本 お客様のビジネスに貢献する

ことを、真剣に実現していきたいのが一番です。

たとえば、これまでホームページは、1社に1つが基本でした。しかし、今は1社がたくさんのホームページを持つ時代です。ホテルやレストランも例外ではなく、店舗ごとにサイトを作り分けることで、高い集客効果が見込めます。さらに、宴会用、結婚式用等の目的別サイトを作れば、より高い効果が期待できるでしょう。だからこそ複数のサイトを持つことをおすすめしているのですが、一昔前はホテルやレストランのサイトを作ると200～300万円しました。これでは予算の関係上、作りたくても作れません。でも、当社サービスを始め、今は低価格なホームページ作成サービスがいくつか出ており、気軽にホームページを作れる時代になってきています。

当社では今後も、店舗ごと・目的ごとのホームページが作りやすいよう、それほどコスト負担なくホームページ作成ができるサービスの展開をしていきます。「店舗別・目的別に複数のサイトを作成していこう」というホテル・レストランの方に、当社サービスがお力添えできれば嬉しい限りです。