



Graphic
Communications
japan industry
association

特集

ここまで来た! 大判プリンタの実力

2006

11

ITという言葉が定着し、ITは企業において必要不可欠なものになった。大企業だけでなく、中小企業にとっても活用していかなければ、ビジネスの展望が見えてこない時代になったといえよう。そのような状況下、インターネットを活用した中小企業のIT化をサポートしているのが吉本俊宏さん。2002年、株式会社WEBマーケティング総合研究所を設立し、「あきばれネット」サービスを立ち上げ、ホームページ制作を核に日本で一番親切的なITサービス企業を目指している。どのようなホームページが求められているのか。また、ITをどのように活用していけば良いのか。さまざまな観点から話を伺った。



あきばれネット「プログdeホームページ」

中小企業のIT活用をサポートされているとのことですが…。

吉本 顧客の中小企業にとってどのようなIT活用が望ましいのか。また、ITをビジネスでいかに活用していけば良いのか。などを、個々の企業ごとに提案させていただいています。実際はホームページ（以後、HP）を作成する仕事が多いわけですが、HPにしても、きっちりとコンサルティングをして顧客のニーズに合ったものを作ることを信条にしています。

会社を設立される以前は、大手企業でITコンサルタントとして活躍されていたんですよね。

吉本 三菱東京UFJ銀行では約10年間にわたって、企業の基幹システムの企画、設計、開発に携わっていました。また、野村総合研究所に転職してからは、ITコンサルタントとして多くの大手企業のシステムコンサルタントを担当しました。「アイワイバンク銀行（現、セブン銀行）」の設立プロジェクトを手掛け、セブンイレブンとイトーヨーカ堂に1万台以上のATMを設置し、ネットバンキングシステムの構築を行ったこともあります。

独立し会社を創られ、大企業から中小企業のITを支援するようになったのは…。

吉本 大企業は優秀な社員や外部ベンダーを使ってIT活用を進めるのに対して、中小企業はITのスキルも人材もおらず、社

長さんが孤軍奮闘するケースが多いわけですね。野村総研時代にそのことを痛感し、そのような中小企業のためにIT活用をサポートしたいと考えたわけです。中小企業のビジネスに貢献できるITサービスを提供するためには、単にツールの提供だけではいけません。

ビジネスにどのように活用していけば良いのかというツールの使い方のアドバイスもしていく必要があります。私が培ってきたノウハウを、中小企業にも伝えていきたいという気持ちで、この仕事をしています。モットーはお客さんの立場に立った「日本で一番親切的なITサービス企業」で、それを目指しています。

「あきばれネット」というサービスについて教えてください。

吉本 あきばれネットは、中小企業の方にIT活用を支援する、総合サポートネットワークです。サービスの特徴は、経営者専門の担当ヘルプデスクサービスをベースに、さまざまなサービスを提供しています。電話による有人サポートをしながら、パソコンに詳しくない企業さんでもサービスを受けられるようにしました。主に、インターネットマーケティングのノウハウに基づいてサービスを提供しています。あきばれネットの会員向けに、HPやプログdeの活用方法を解説したメールマガジンを配信していて、現在、約1万7000人の会員がいます。

HPは制作コストが高いとか、更新できないという理由で、作成しない企業もありますか…。

日本で一番 親切なITサ ービス企業 を目指す



吉本 HPは従来の制作方法と、ブログで作成する2つのパターンがあります。ブログでHPを作成するメリットは、まずコストがあまり掛からないことが挙げられます。それと、更新が簡単なことです。外部のWebデザイナーなどに制作を依頼すると、かなりのお金が必要になりますが、ブログですと、社員さんでも作ることができますから、中小企業さんでも使いこなすことが可能なのです。ビジネス用の機能をブログに付加したサービスがありますので、そのサービスを活用しますと、ブログ型のHPを簡単に作成できます。当社では一律5万円でブログ型HPを作成しています。また、お客さんのニーズや予算に合わせたHPも作っていますので、どうかご相談ください。



ブログはSEO（検索エンジン最適化）に関してはどうなのでしょう？



吉本 むしろブログの方がSEO対策がしやすいと言われています。通常、自作でHPを作られる企業さんは、SEO対策をHPの中に仕込むスキルを持っていない方が普通です。それがビジネスブログのツールや当社のツールを使いますと、意識しなくても自然にSEO対策ができるようになっていきます。このSEOの点から言っても、ビジ

ネスブログの方が通常のHPよりもメリットがあると言えるでしょう。

Webデザイナーに外注するケースがありますか？



吉本 HPを作成する際に、ビジュアルを重視した目を良くしようという考えは3年ほど前に終わっています。今は見栄えは当然であると同時に、いかにHPを成果に繋げていくことができるかが問われています。HPを作成して情報発信するのは、以前は企業にしかできなかったことですが、現在は個人が情報を発信する時代になりました。それに情報発信する場がブログや掲示板、SNS（ソーシャルネットワークワーキングサイト）というものに代わりつつあります。そのような状況下、インターネットの状況を見ますと、中小企業は一般の人たちと同じ土俵で戦わなければなりません。ですから、HPにただ商品を並べるだけではもう売れません。商品を買ってもらうための戦略が必要ですし、さまざまなツールを使ったり、SEO対策をして、売っていくことをしなければいけないのです。



HPで情報発信することが大事なのですね。



吉本 ええ。現在、営業では新規のお客さんを獲得することがなかなか難しい時代になっています。飛び込みセールスや顧客リスト先にDMを郵送するなどの営業を展開しているわけですが、非常に確率が悪くなっ

Profile of 吉本 俊宏

1964年神戸市生まれ。88年一橋大学商学部卒業後、㈱三菱東京UFJ銀行に入社。約10年、たけなりの企業基幹システムの企画・設計・開発を担当。97年榎野村総合研究所に転職し、上級ITコンサルタントとして数多くの国内企業のシステムコンサルティングを手掛ける。「アイワイバンク銀行」の設立プロジェクトを手掛け、01年同社に出向し、ネットバンクキングの構築を担当。02年㈱WEBマーケティング総合研究所の前身、中小企業IT振興会を設立。インターネットを活用した中小企業のIT化を支援。「あきばれネット」サービスを提供している。



PERSONS
YOSHIMOTO TOSHIHIRO
吉本 俊宏

日本で一番親切な
ITサービス企業を目指す

私が培ってきたノウハウを、中小企業にも伝えていきたいという
気持ちで、この仕事をしています。

吉本 ええ。もはやHPがないと、新規開拓は非常に難しくなっています。HPの目的としては、顧客にまず候補に入れて

HPはなくてはならないものなのです
ね。

その際にHPを持っていない企業は、その段階で顧客の選択肢から外れてしまうわけです。それでHPを持っている企業の中から、HPに書かれた内容の良し悪しを判断して、絞り込んでいくわけです。そして何社かに決まった段階で、話を聞かせてほしいという電話を入れるわけです。HPを持っていない企業は、そもそも同じ土俵に上がれず、候補に連ねることもできないわけです。

ています。その理由は、顧客企業の経営者や担当者の人が情報を取りなれているからです。自らネットにアクセスして、例えば、自社のニーズに答えられる印刷会社はあるのかどうかを調べるわけです。昔は自分で調べる手段は電話帳しかありませんでしたから、印刷会社に直接会うって話を聞いていたわけですが、今はネットにアクセスして調べれば良いという考えになってきているのです。「ちよつと営業マンから話を聞いてみるか」という代わりに、「HPで調べてみるか」になったわけです。

吉本 営業マンが顧客先で話しているようなことを載せるのが良いと思います。営業マンがどのようなことを話しているのかといえば、お客さんが喜ぶようなことを話しているわけです。社長の経営理念や事業内容などは話さないわけですよ。最近、こんな技術が出てきた」とか、「こうすればコストが安くなりますよ」といった、お客さんが興

では、どのような文面にすれば良いのでしょうか？

もらうことになります。それで重要なことは、検索画面の上位にHPが表示されるようにSEOを施すことになります。印刷会社には商圏というのがあって、顧客はできれば同じ地域内の印刷会社に発注しようとしています。印刷が低料金で短納期であっても、東京の顧客が北海道に発注することはまずありません。池袋に印刷会社を構えている顧客であれば、同じ池袋の印刷会社から探していくはずですが、印刷物の作成は通販とは違って地元の印刷会社に頼みたいという企業の経営者がほとんどだと思います。ですから、地域で印刷会社を探している顧客に、選んでもらえるようなHPを作っていくことが重要だと思います。そして、顧客が検索エンジンで調べるときに、どのようなキーワードを入力するのかが顧客の立場になって考える必要があります。



「ブログ型ホームページ」作成入門



吉本俊宏さんの著書『低コストで売上げアップ「ブログ型ホームページ」作成入門』（A5判90頁）を、gcj読者の中から先着で30名様にプレゼントいたします。〈ホームページを自社のビジネスにどう活用すればよいのか〉これ1冊でその道筋が分かる「経営者のためのホームページ解説書」です。奮ってご応募下さい！

- 応募方法** 下記の全項目を必ずご記入の上、メールにてご応募下さい。
- ・記入項目：御社名、ご担当者名、ご住所、お電話番号
 - ・応募メールの件名：「GCJ」ブログ入門読者プレゼント
 - ・応募メールの宛先：support@akibare.net

ブログdeホームページ公式サイト <http://www.blogdehp.jp>

吉本 それは良いことだと思います。他に社にない技術や専門性は差別化になりますから大事です。いずれにしても、他の印刷会社と同じようなHPでは、結局は価格競争になってしまい、低料金のところにお客さんは流れていきますから、コスト勝負になってしまうのは、他社との違いを見つけられず、差別化できないからです。コスト以外で強みを訴えていくことが重要だと考えます。

調べることはどうなんでしょうか？

味を引くような話をするわけです。HPでもそのような話を載せるようにすれば良いと思います。当社では営業マンがいませんが、HPの中で営業マンが話す情報を営業マンに代わって、HPが話すような方法を探っています。

吉本 俊宏