

序章

時勢の篇

【儲かる手はある！】

WEB時代の経営兵法を学ぼう

兵は国の大事也。

死生の地、存亡の道、察せざるべからず也。

(『孫子』始計篇)

1

WEBは頼れる味方である

経営者

WEB担当者

全社員

WEB制作会社

WEB広告会社

あなたのホームページ、儲かっていますか。

今、本書を手にとっていたらどうですか、答えは「いいえ」ではないでしょうか。そして同じ「いいえ」という答えであっても、大きく3通りの方がおられるはずだ。

まず、ホームページを持ち、それを商売に役立てようとしているものの、成果が出ているとは言えない方。儲かる方法があるなら知りたいと思って、本書に目を付けてくださった。ホームページを使ってそこそこの利益は出しているが、現状に満足していない方もここに入るだろう。

次に、外部のポータルサイトを使って商売をしている方。自社のホームページはない、あっても会社案内程度で減多に更新していない。ポータルサイトからそれなりに注文は来ているのだが、伸びているわけではない。これからどうしたらよいかと考えていたところに本書が目にとまった。

3番目は商売をするにあたってこれまでホームページともポータルサイトとも無縁であった方。ネットとかWEBとかデジタルとか、なんだかよくわからないが、何か可能性があるのではないか、

と気になっている。本書は経営者向けらしいから、片仮名が多い技術の話ではなく、商売に役立つ話を書いてあると思って、手にとった。

以上の3通りのどこにあなたがおられるのか、それはさておき、本書を気にしていただいたことに御礼を申し上げる。本書は題名通り、儲かるホームページを作り、活用していくための兵法書だ。3通りの方々すべての疑問や関心に答えられる本だと自負している。

「WEBなんてよくわからない」という経営者

「WEBなんてよくわからない」とつぶやく経営者は少なくない。だが落ち着いて周囲を見渡していたら。あなたの会社の社員も、あなたの家族も、あなたとは直接関係のない街行く人々も、皆がスマートフォンを手にし、WEB（インターネットを介した情報交換の仕組み）を駆使して情報の受発信を繰り返していることに気がつくだろう。そう、今の社会において、人々の生活や仕事とWEBとは切っても切り離せない関係になっている。

そんな時代にあって、「WEBのことはよくわからない」「ホームページなんているのか」「全部社員に任せている」という態度を取り続けているのはいいはずがない。今すぐWEB戦略を検討し、儲かるホームページ作りに取り組みないと、あるいは取り組み方を見直さないと、あなたの会社は遠

くない未来に衰退するだろう。

何やら脅すような話から始めてしまったが、WEBはあなたの敵ではない。強大な力を持った頼れる味方なのである。自分たちの強みを伸ばし、弱みを補う。経営者であれば実践していることだ。WEBによって自社の強みを伸ばし、弱みを補える。ホームページはそのための効果的なツールであり、味方に付けるのは当然だ。

ホームページはさまざまな役割をこなせる

ホームページという言葉がわかりにくい印象を与えるのは色々な役割をこなせるからだだろう。名刺や看板の代わりになるし、見込客を集め、売り込んでくれる営業マンや説明員にもなる。さらには顧客が集まって、商品について意見や感想を言ってくれるコミュニティにすることもできる。新規顧客の獲得からリピート客の醸成まで、ホームページは担当してくれる。

インターネットで物を売るといふと通販サイトを連想される方が多いと思うが、現在はエステサロンの予約を取ったり、物販の資料請求を獲得したり、英会話教室の無料体験レッスンのお客を獲得したり、実に様々なことに使われている。

このようにホームページは色々なことができるあなたの味方であり、実際にホームページを使っ
てしっかりと儲けている実例がある。そうした成功事例をお手伝いしてきた僕らは、もつと多くの経営者や企業にホームページの威力を知っていただき、活用してほしいと思っている。
本書の著者の一人、青山裕一は17年間にわたってホームページ制作事業やWEBコンサルティングに取り組んできた。これまで関わったホームページの数は5000を超える。この間、ホームページを取り巻く多数の関係者、皆さんの見込客であるWEB閲覧者、ホームページを使う企業、ポータルサイト運営者、ホームページ制作会社と関わってきた。

もう一人の著者、縣将貴はホームページに見込客を連れてくるために、インターネット広告を使うプロである。縣が直近5年間で手掛けたインターネット広告は総額200億円以上になる。
一連の経験を踏まえ、僕はWEBをめぐる状況に大きな変革の波が訪れていることを肌で感じている。WEBの世界は今、情報過多になっているが、そうした中で成功を収めるための方向も見えてきた。

それは自社メディアであるホームページによって自社顧客との関係を深め（これをエンゲージメントと呼ぶ）、ポータルサイト依存から脱却することだ。この方向に進むために、本書のキーマンセージが出てくる。次の通りだ。

「ホームページを自社で持ち、魅力的なコンテンツを自社で作り、臨機応変に自社で改善している」

経営者の方々はぜひ、WEB戦略を固め、ホームページの自社運営に乗り出してほしい。自社のホームページにどんな役割を持たせるのか、それは個々の商売のやり方、すなわち事業戦略によって異なる。したがって、それは企業の舵取りを担う経営者が決めなければならない。

ホームページを自社で運営するなんて、そんなことができるのか、と思った方がおいでかもしれない。ここで経営者の皆さまにぜひともお伝えしておきたいことがある。

「WEB戦略を難しく考える必要はありません」

シンプルに考えていいのである。端的に言うくと、WEBで儲けるために必要なのは「自社のホームページに顧客を集め、集まった顧客が満足するコンテンツを提供する」ということだけだ。

もちろん、実践にあたっては、ある程度の知識と勘所を身に付ける必要がある。安心してほしい。本書を読めば、その術は必ず身に付くとお約束する。

「最高のIT兵法書」から学ぼう

2

経営者

WEB担当者

全社員

WEB制作会社

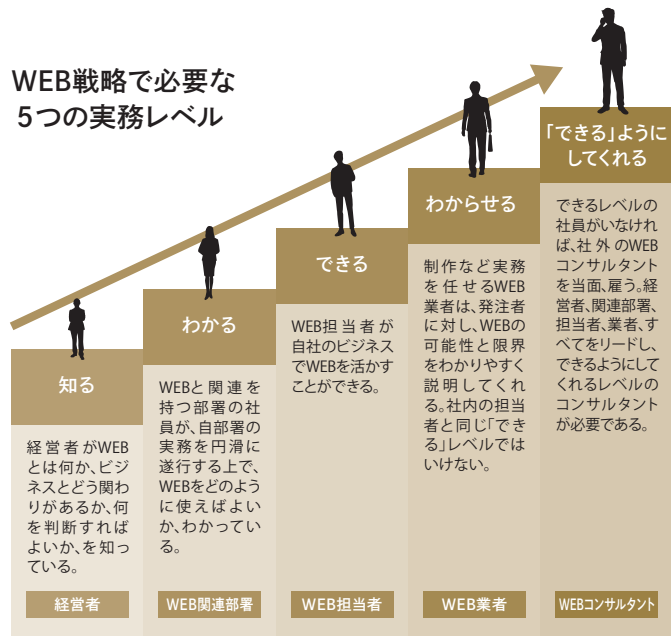
WEB広告会社

儲かるホームページは、顧客を集めることができ、集まった顧客が満足するコンテンツを提供し、顧客との関係を深めていける。こうした仕組みを作るには、顧客を集めるための施策を見定める「目」を持った人材を登用し、集まった顧客を満足させる「おもてなし」のやり方を考える必要がある。

これからホームページに取り組んでいこうと考える企業は第一歩として自社の強みを見極める。「目」を養い、WEBのトレンドを学びながら「おもてなし」の精度を上げていけばいいのである。ここまでは自力でやらなければならない。そこさえしっかりできれば、ホームページの制作やホームページを動かすコンピュータの維持管理は専門家に委託してかまわない。

本書は題名通り、9つの章から成っている。

- (1) 挙兵の篇：自社のホームページを持つ決意を
- (2) 戦意高揚の篇：ビジョンとコンセプトを固めよ
- (3) 築城の篇：儲かるホームページの作り方



順手牽羊
 (『三十六計』敵戦計第十二計)
 現状の人員からでよい。モタモタしたり、無いものねだりしても仕方がない。現有人員を戦力化すべく戦果を拡大する策略を用いよ。

- (4) 戦略策定の篇：事業戦略とWEB戦略は一体である
 - (5) 戦術策定の篇：集客戦術の妙技
 - (6) 戦闘力アップの篇：ホームページ運用は「風林火山」に学べ
 - (7) 情報戦の篇：敵を知れ
 - (8) 軍隊育成の篇：人材を疎かにしては勝ち残れない
 - (9) 未来WEB戦略の篇：未来は自分で切り拓こう
- (1)と(2)は本書の主張をまとめた総論に当たる。自社でホームページを持つべき理由と、経営者が何を真つ先にしなければならぬかをまとめている。
- (3)では儲かるホームページを作るために必要な取り組みの流れを説明する。
- (4)から(6)はWEB戦略の各論である。事業戦略と一体となるWEB戦略を立てること、集客戦術のやり方、出来上がったホームページ運用の勘所、を解説する。
- (7)ではちよつと見方を変え、競合との戦い方に触れる。
- (8)は人材育成、(9)はWEBの将来について説明する。
- 本書をぜひ読んでいただきたいのは、経営者とその意を汲んでWEB戦略を実行するWEB担当者の方々である。先に「ある程度の知識と勘所を身に付ける必要がある」と述べたが、それぞれの立場によって必要となる内容の深さ、細かさは変わってくる。そこで本書の各節のはじめに、その

節の内容を知っておいてほしい読者の立場を「経営者」「WEB担当者」などと記載した。

現代はWEBが広く普及した時代である。多くの企業がWEBへの取り組みに遅れを取る一方で、先進的な企業はすでにWEBを十分に活用している。そうした中に乗り込んでいくのは、まさに戦いなのだ。戦いに勝つためには兵法がなくてはならない。これまでの歴史を紐解いてみても、数多くの優秀な軍師たちがさまざまな兵法を作り上げてきた。

歴史上、多くの兵法家は戦に臨む際、内を掌握し、時勢を読み、外に向かって仕掛けて来た。ときには詭道を用いることもあった。こうした古来の兵法は、現代においても生きている。そう、我々の戦場であるビジネスの場で、だ。

勝つためには兵法がなくてはならない

ビジネスで勝つためには、自分たちの資産であるヒト・モノ・カネをしっかりと理解、掌握し、情報を集め、取捨選択して整理し、競合に勝つ優位性を明確にして市場に仕掛けていく。ときには正攻法ではない施策も必要だ（もちろん法の範囲内においてである）。

本書は、孫子をはじめとする兵法家や軍師にあやかり、WEB時代に儲かるホームページを作り、活用するための諸要素を網羅する、現代最強のIT兵法書を目指して執筆した。

WEBがわからない経営者の多くは、何からどう手をつけていいのかもわからないため、WEBをわかっているような社内の人材を担当者に任命し、「丸投げ」する。しかし、経営者や担当者以外の社員はWEBを勉強することなく、コストやデザインといった目に見えるところにだけ口出しする。いびつなWEB戦略が実践され、ホームページの取り組みは走り出した途端にとん挫する。

無駄な費用を投じたあげく、「やはりWEBは難しい」という後ろ向き感想だけが残り、以降、WEBへの取り組みに消極的になる。こうした残念な結末を僕はこれまで数多く目にしてきた。

そうした現状を変え、日本全国の企業にWEBを持つ真の力とそこから得られる恩恵を知っていただくようと、僕は月1回、全国12都市で「勝ち残る術がここにある【中小企業を変えるIT兵法】」と題した全国縦断キャラバンセミナーを開催している。著者の青山と縣、さらにGoogle、IBMなど大手IT企業とともに実施している。

行く先行く先で満員御礼となり、大きな手応えを得ている一方で、僕らの「IT兵法」を待つ人がもつともつと沢山いるということも感じている。そこで、より多くの人々に我々の考えを届けるために本書を執筆するに至ったわけである。

では、いよいよ本章に入っていく。最強のIT兵法を学び、儲かるホームページを作り、存分にWEBの恩恵に与り、勝ち残っていただきたい。