社長と担当者のためのウェブサイト「活用」と「制作」のトレンド

社長、そろそろウチも
ホームページを
ちゃんと活用しないと
ヤバいです。
一緒に勉強しましょうよ。

第1回 経営に活用する！ウェブマーケティング

第2回 乗り遅れない！ウェブサイト制作のトレンド

講師紹介

© Accecss Inc.

イチロー（矢ヶ部一郎）

つむぎラボ代表　https:tsumugi-lab.com

業務領域　・ブランディング
・ウェブ企画、ディレクション
・テレビCM企画、ディレクション
・その他広告まわり全般

県内外企業の販促やマーケティング～広告物制作を生業としています。
ウェブ周りではウェブサイトの企画から、SNS活用、広告運用のアドバイスなどを行っています。ウェブだけでなくリアルな広告の経験があるのが強みです。

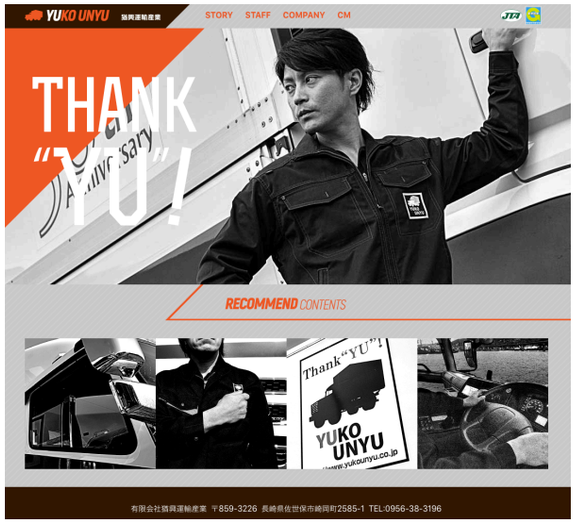
ウェブサイト

© Accecss Inc.

レコストーン日本公式サイト

（前職にて）

（前職にて）



（前職にて）

（前職にて）

CM

© Accecss Inc.

前職にて

© Accecss Inc.

本日の目的

- さまざまなインターネットの活用があることを知る
- インターネットを通じての集客・販促の重要性を知る
- インターネットマーケティングがなんたるかを知る

↓

× STUDY

× LEARN

○ FIND

駆け足で「広く・浅く」解説します！

インターネットはもはやインフラ

© Accecss Inc.

ネット（特にスマホ）で情報収集

- どこかに行きたいときに検索する
- テレビで気になったら検索する
- 欲しいものがあるときに検索する
- 困ったことがあったら検索する

インターネットの活用はビジネスの死活問題

ウェブマーケティングとは

© Accecss Inc.

インターネット（WEB／ウェブ）を用いて、
お客さんの方からアプローチして来てくれる
状況をつくる活動

経営学者のピーター・ドラッカー

マーケティングの理想は
販売を不要にすること

ものが売れない時代に売るために

© Accecss Inc.

身の回りには「品質が良く、コストも安い」物で溢れている

商品の品質やコストで差別化を図る戦略は
限界を迎えている

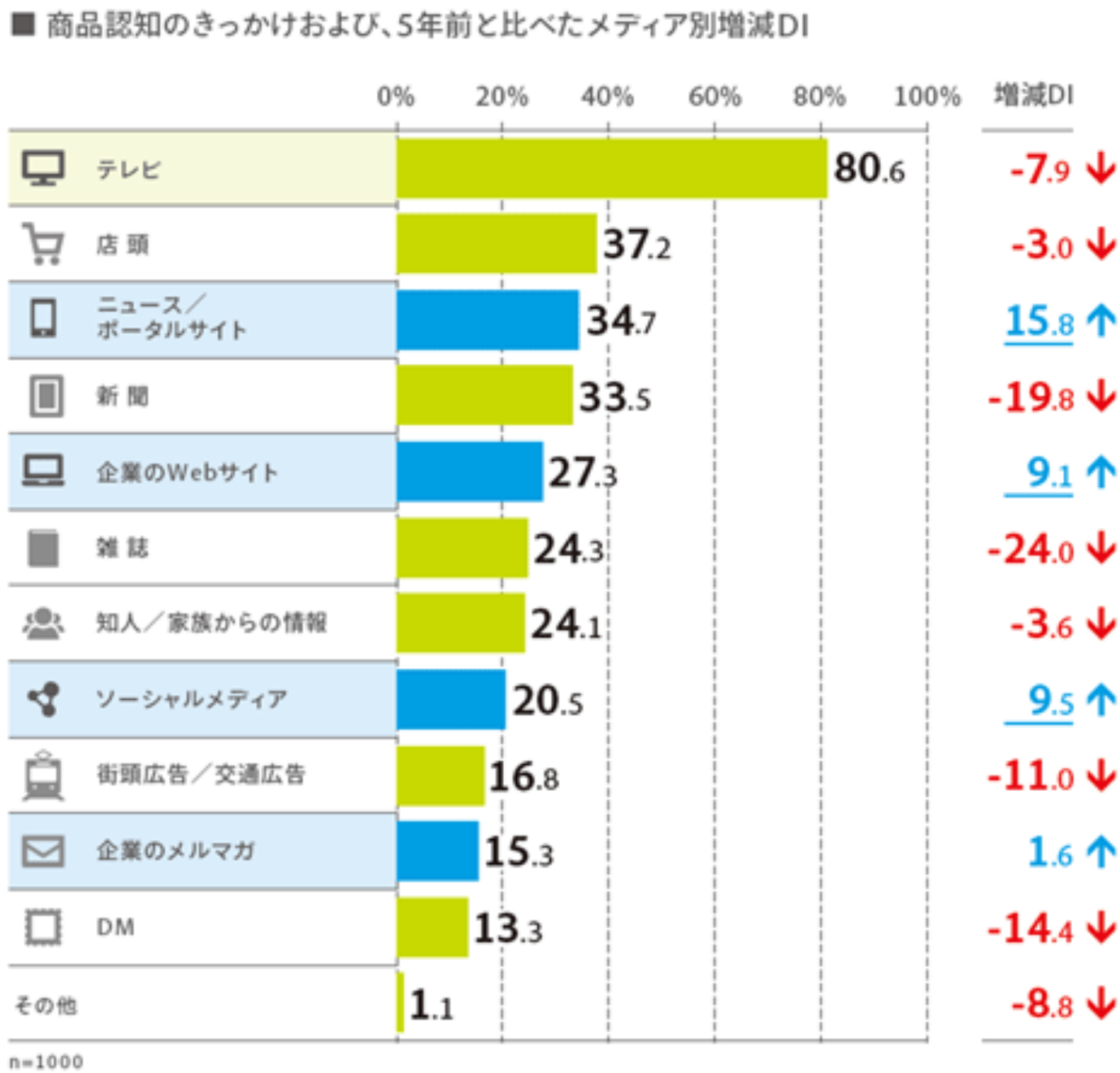
インターネットを活用して

①価値を提供し　②共感を得ることで
③ブランド力が向上し
④顧客が「ファン」になる

中小企業のWEB マーケティング 状況

© Accecss Inc.

消費者が商品認知の場をデジタルメディアに移行しつつあることが明らか



© Accecss Inc.

インターネット通販の状況

平成29年消費者向けEC市場規模

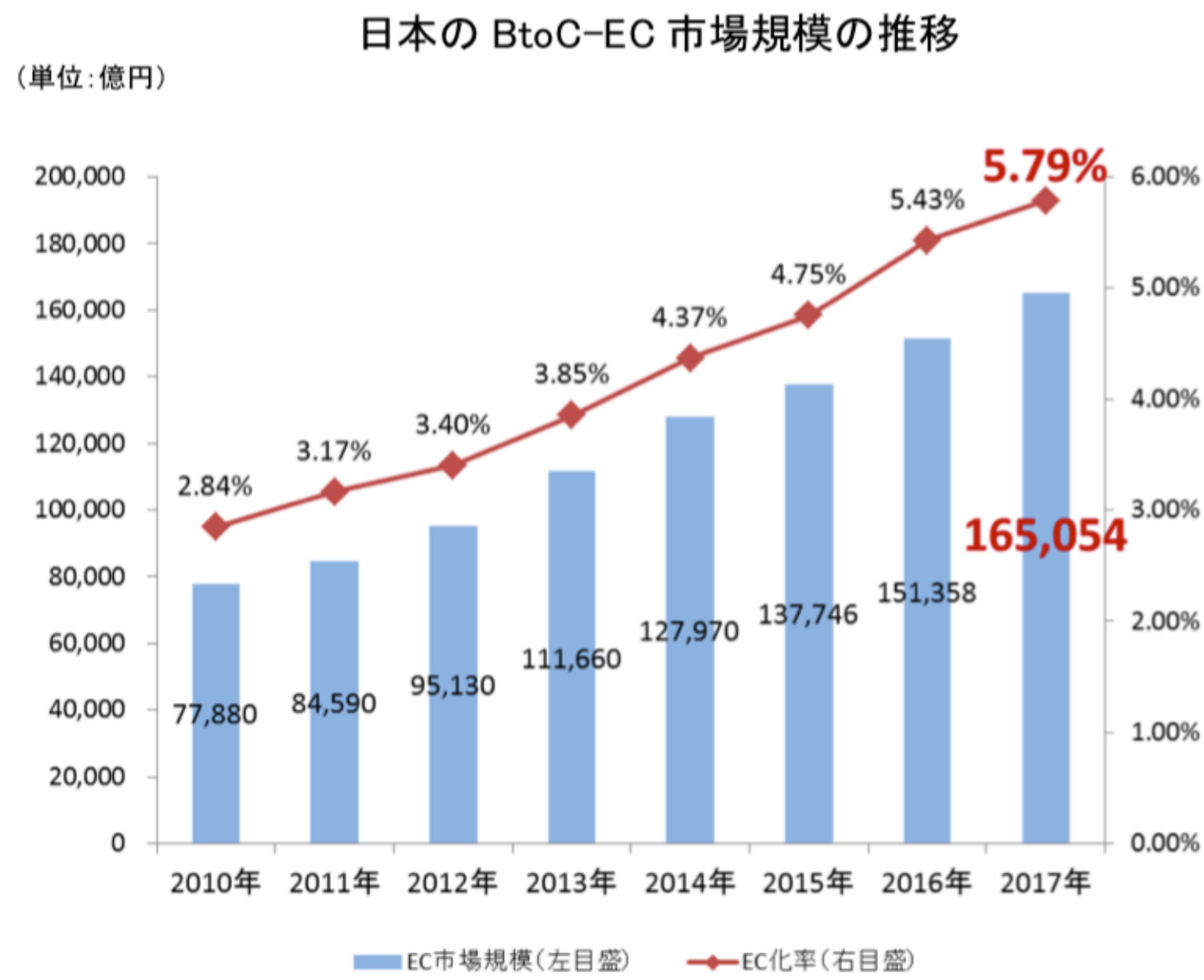
16.5兆円

（前年15.1兆円、前年比9.1%増）

企業間EC市場規模

317.2兆円

（前年291.0兆円、前年比9.0%増）

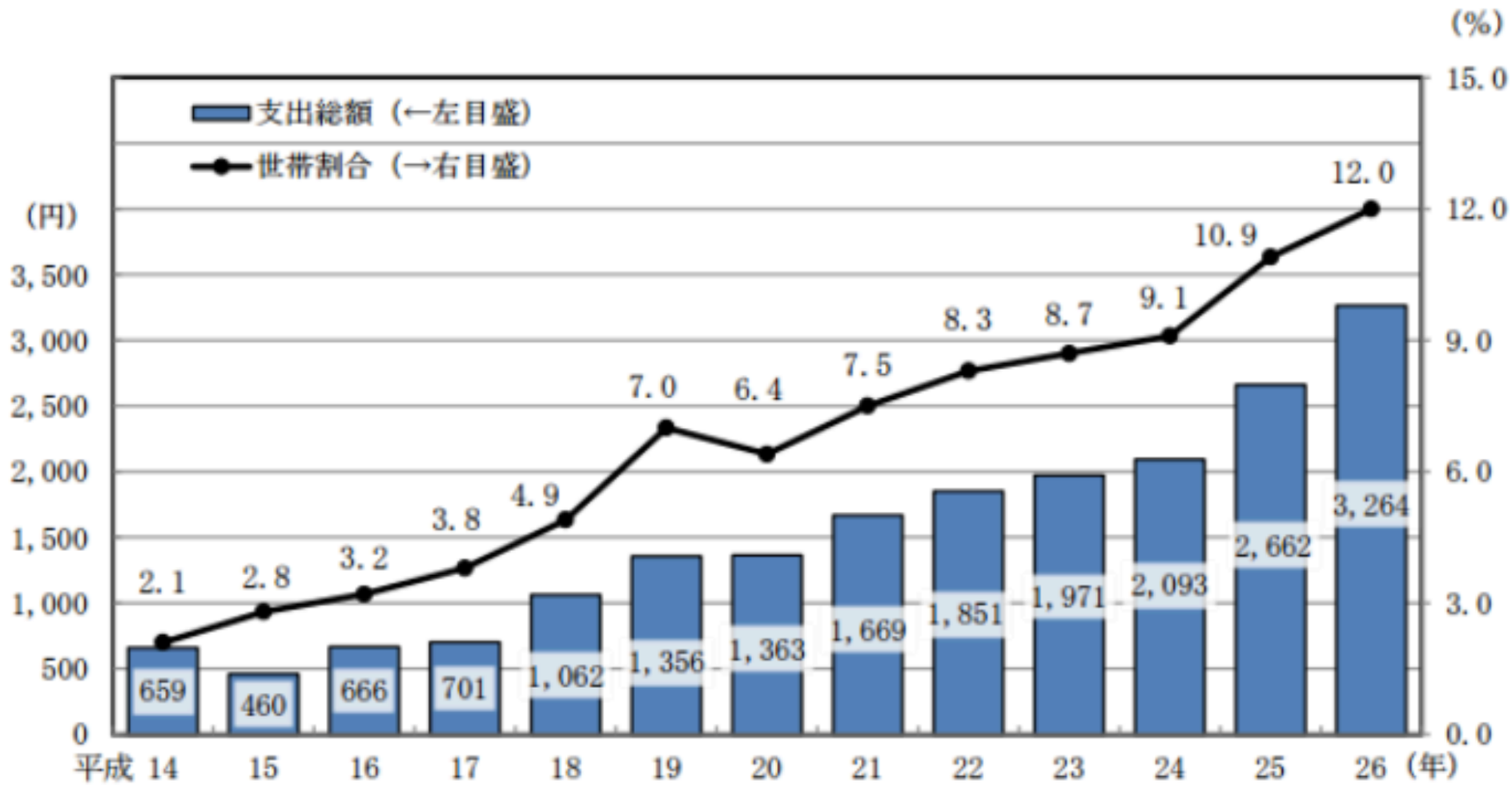


EC（Electric Commerce／電子商取引）サイト…商品・サービスを販売するウェブサイト

高齢者もネット通販

© Accecss Inc.

高齢者世帯のネットショッピングの利用は
12 年間で 5 倍に増加



引用：統計からみた我が国の高齢者（65 歳以上）|総務省

マーケティングの潮流

© Accecss Inc.

これからの集客・販促はウェブが主流

過去のマーケティング

アウトバウンドマーケティング
（マス媒体、DM、イベント、展示会など）主体

↓

最近までのマーケティング

アウトバウンドマーケティング
＋ウェブマーケティング

↓

最先端の企業

アウトバウンドマーケティング
＋デジタルマーケティング
（ウェブマーケティング、CRMなど）

ウェブマーケティングの重要性

© Accecss Inc.

理由その1

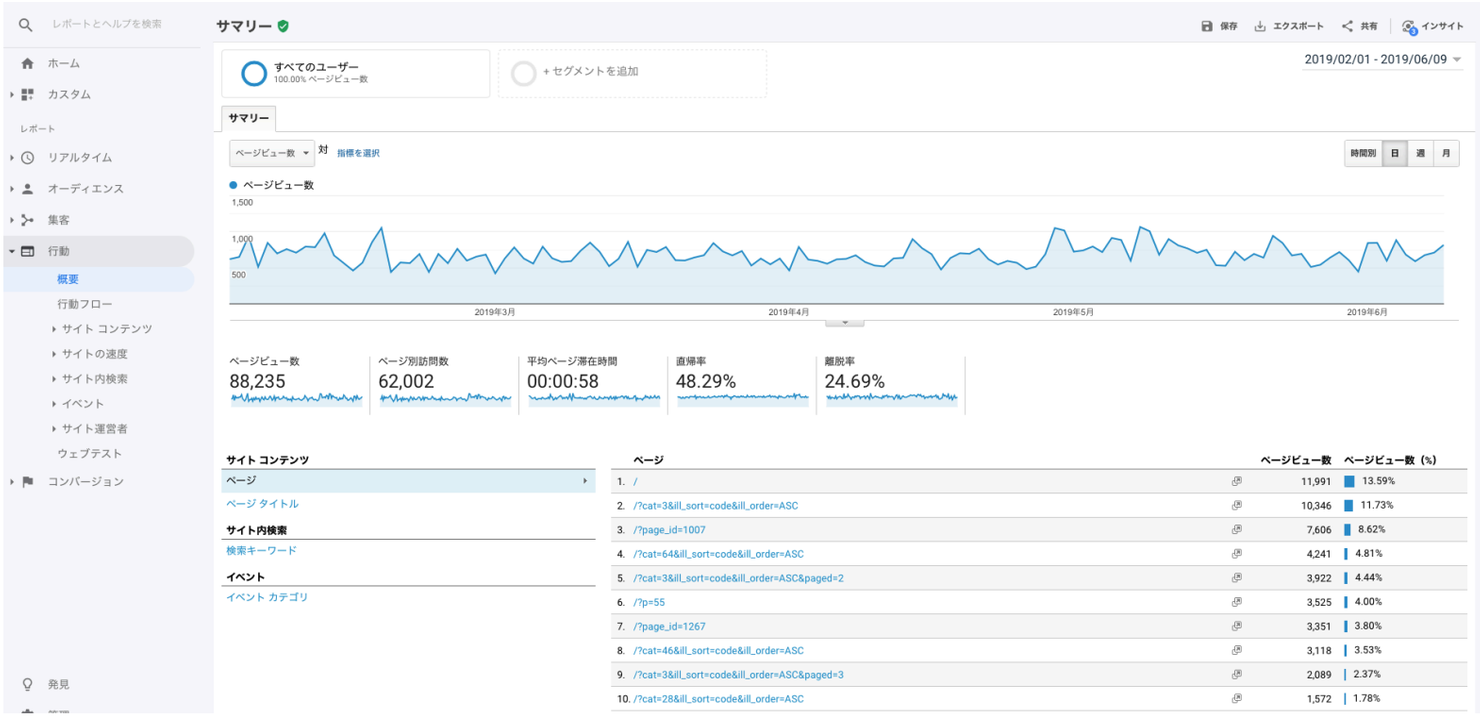
「インフラ」と呼べるほど
ウェブが一般的になった

ウェブマーケティングの重要性

© Accecss Inc.

理由その2

ウェブマーケティングは
効果測定をしやすい



インターネットに関する大きな誤解

© Accecss Inc.

インターネットの施策がうまくいかない

↓

従来の集客・販促の知見を生かしていない

↓

ホームページをリアルな店舗・事務所に
見立てることができるとうまくいく

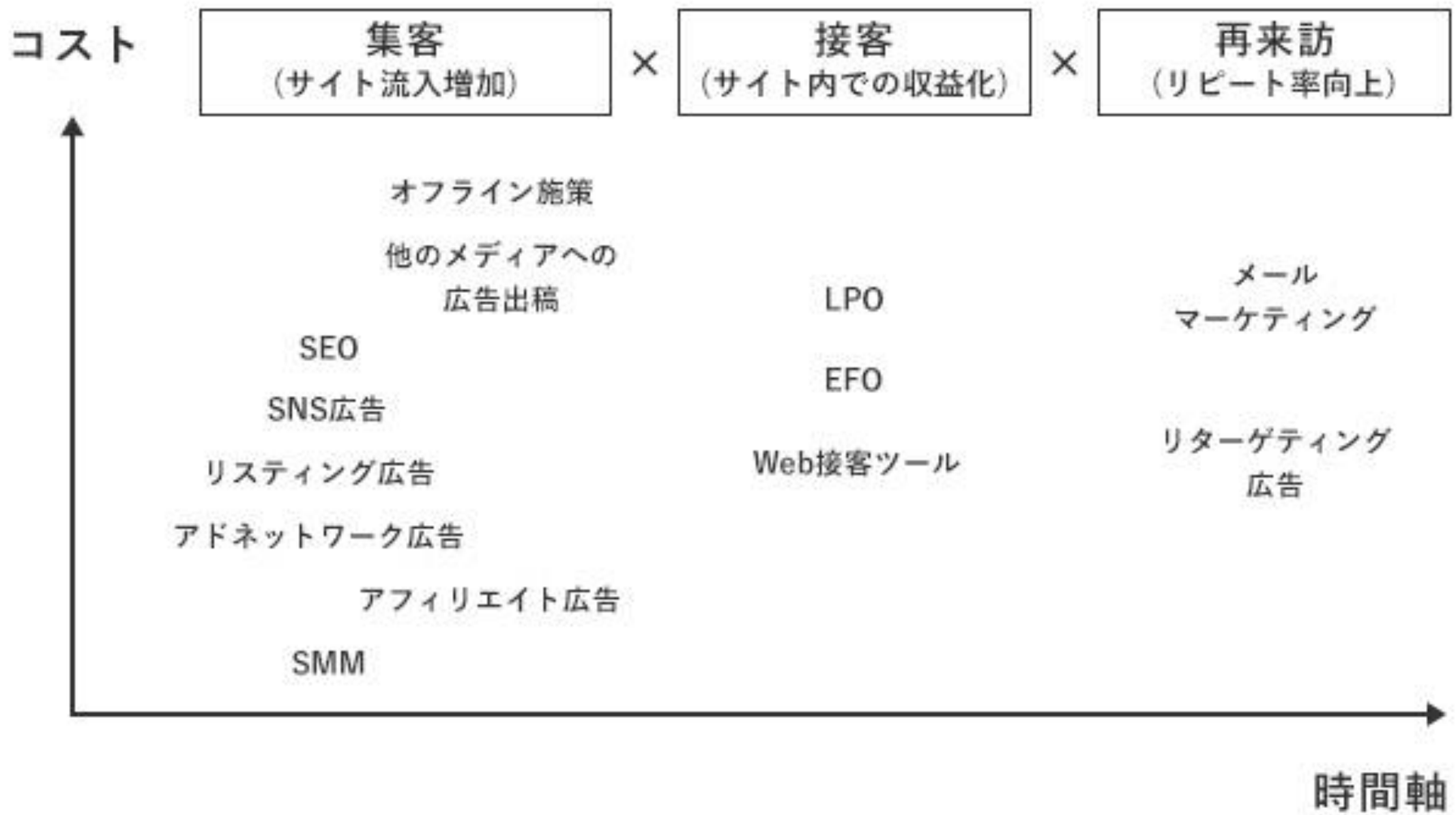
ウェブの世界もリアルも同じ

© Accecss Inc.

お客さんがいなくなったのではなく、
お客さんの居場所が変わっただけで
やることは同じ

WEB マーケティング施策一覧

© Accecss Inc.



ウェブマーケティングにおける3つの基本メディア

© Accecss Inc.

トリプルメディアが必要な理由

© Accecss Inc.

消費者は1つのメディアだけで
商品・サービスを判断していない

公式サイトで会社・店舗情報をチェック

口コミサイトで評判をチェック

比較サイトで価格をチェック

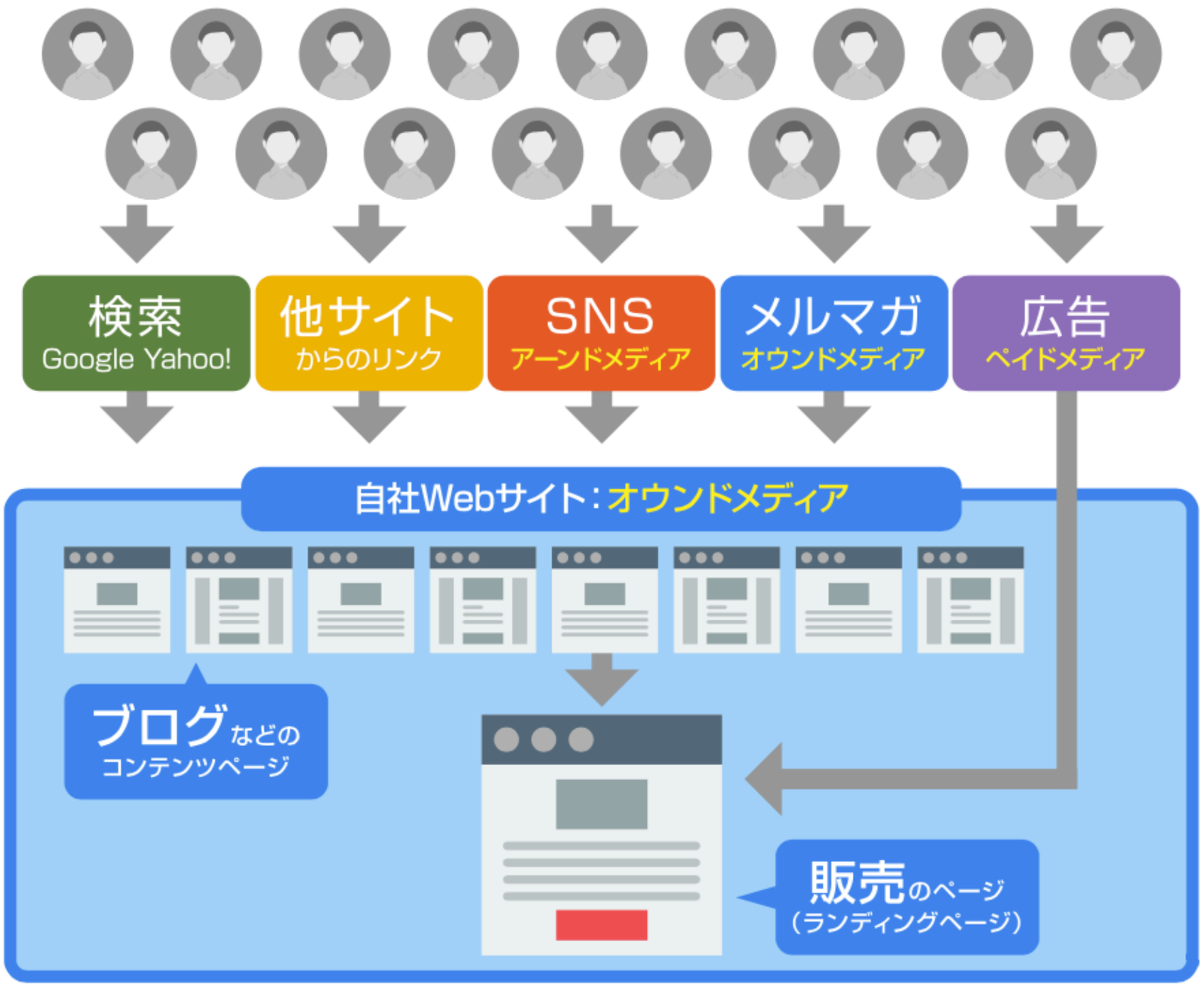
SNSのハッシュタグをチェック

ブログで他人の評価をチェック

WEBマーケティングのフロー

© Accecss Inc.

最終目的はWEBサイトにおける顧客のアクション（来店動機・購入・問い合わせ）



集客施策

© Accecss Inc.

集客でやることは3つ

SEO

広告

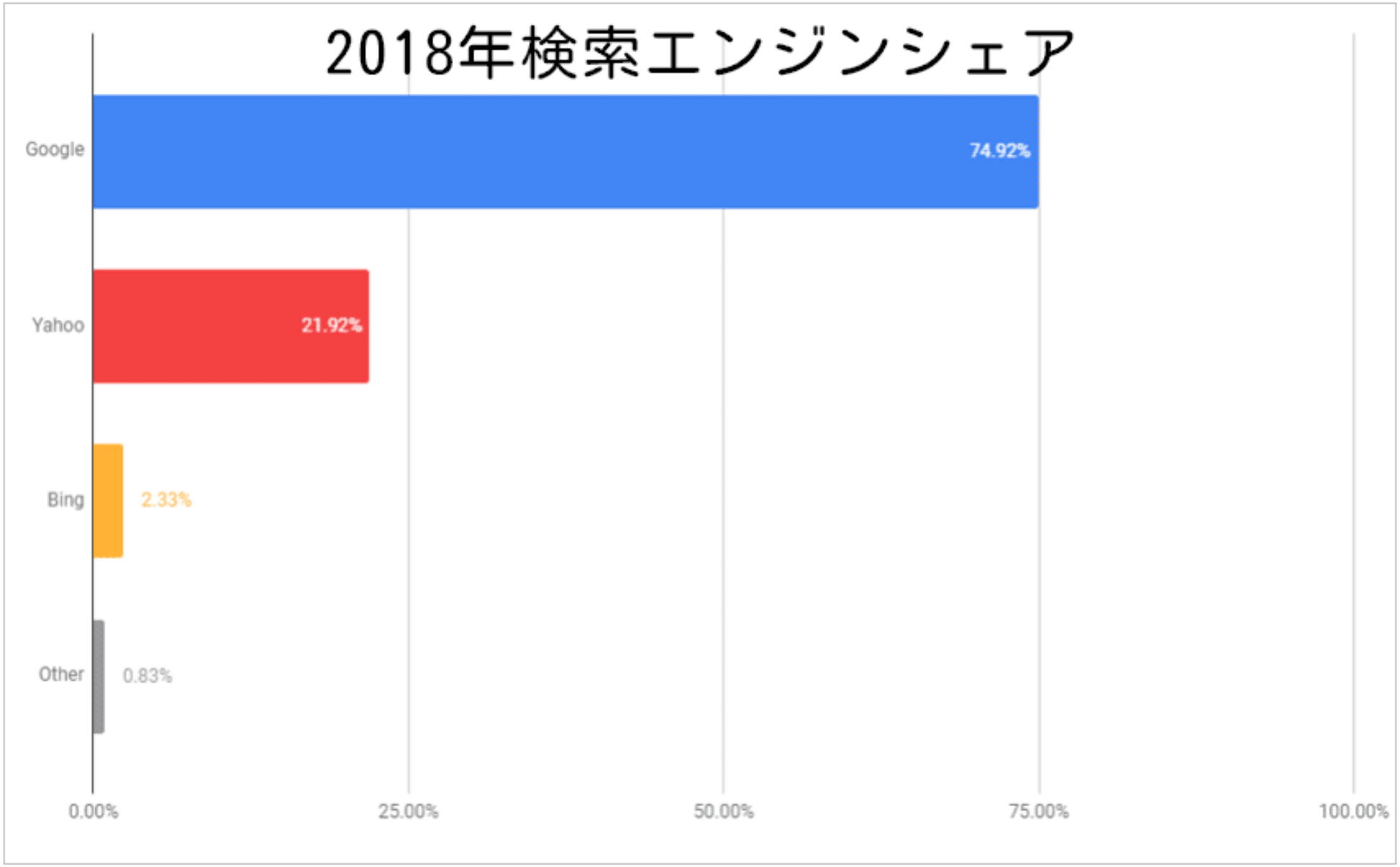
SNS

ウェブサイトにおけるアクションにつなげる
（購入・来店動機・問い合わせ）

余裕があれば…オフラインでの施策も検討

© Accecss Inc.

集客施策：検索エンジン（モバイル）のシェア



Google	Yahoo japan	Bing	Other
74.92%	21.92%	2.33%	0.83%

© Accecss Inc.

集客施策：SEO（検索エンジン最適化）

検索ユーザーに向けてGoogle（Yahoo）検索結果で上位表示されるための施策

（例）地域キーワードを絡めたコンテンツ作り、地域性を意識した内部施策、
自サイト・Googleマイビジネス以外の媒体への正しいビジネス情報提供

SEOの大きな誤解

SEOに裏技的なテクニックはない

SEOの基本的な考え方

検索ユーザーのニーズに応えられるクオリティだと
Googleが認識したページが検索結果の上位に表示される

© Accecss Inc.

集客施策：SEOの今昔

過去のSEO対策

- 被リンクが多いサイトほど上位表示されやすい
- 文字数が多い方が良い
- ページに関係のないキーワードで欺けた

Googleはユーザーにとってより質の高い検索結果を返すことにつながるものを評価

現在のSEO対策

- 質の高い被リンク
- 最適な文字数
- 適切なキーワード
- 適切な内部構造（見出し、テキスト、画像）

Googleはスマートフォンページの コンテンツをもとに検索順位を決定（モバイル ファースト インデックス （MFI）

© Accecss Inc.

集客施策：基本的なSEO

①SEOキーワードの選定

キーワードは、SEOを行う上で、非常に重要な要素の１つ

顧客視点でキーワードを選ぶことが重要

キーワードとはユーザーニーズが視覚化されたもの

②キーワードを意識したコンテンツ制作

検索されるキーワードを意識的に盛り込みながら、
良いコンテンツを発信することで、検索からの流入を増やし露出を多くしていく

© Accecss Inc.

集客施策：SEOキーワードの選定方法

①サジェストキーワード

検索ボックスなどに文字を入れた時に、気を利かせてその後に続く文字を提案（サジェスト）してくれる機能

②キーワードプランナー

Googleキーワードプランナーは、特定の検索 キーワード の検索ボリューム（どれくらい検索されているか）を調べることができる

© Accecss Inc.

集客施策：MEO（Map Engine Organization）

Googleマップ検索に特化した最適化

地図検索においてGoogleマイビジネス情報がローカルパック（地図情報を元にした検索結果）に（上位）表示されるための施策

（例）　地域キーワードを絡めたコンテンツ作り、地域性を意識した内部施策、自サイト・Googleマイビジネス以外の媒体への正しいビジネス情報提供

© Accecss Inc.

集客施策：広告による集客

①リスティング広告

- Google やYahooの 検索結果に表示される広告
- キーワード単位でオークション形式の入札が行われ掲載順位が決定

- Yahoo／ プロモーション 広告 、Google／AdWords

© Accecss Inc.

集客施策：広告による集客

②SNS広告

- 年齢層、地域、興味関心などの属性をセグメントして配信

© Accecss Inc.

集客施策：ソーシャルメディアマーケティング

- FacebookやTwitterなどのSNSを自社で運用することでユーザーにアピールして集客をはかる
- 発信する情報は検索には引っかからないので、発信のタイミングが重要

	ユーザー	要素	内容	向いている業種	拡散力
	ビジネスパーソン	テキスト＋写真	お役立ち 実名による信用力	B to B	○
	女性全般 10代～20代	写真	きれいな写真 世界観の発信	写真映えする商品・サービス	△
	若者・オタク 10~30代	短いテキスト	つぶやきネタ 終着点のない回覧板	若者向けの商品・サービス	★
	若い世代	動画	なんでも	なんでも	◎
	全世代	テキスト	宣伝 チラシを配る感覚	店舗のある業種	×

© Accecss Inc.

集客施策：SNSシェア

	国内月間アクティブユーザー数	月間アクティブ率	ユーザーの特徴
	2800万人	56.1%	他SNSと比較して40代～50代の割合が大きい
	2900万人	84.7%	20代の強い支持 20・30・50代では女性が6割以上
	4500万人	70.2%	10代20代の若年層の強い支持
	6200万人	-	人口統計に比例
	7900万人	86%	人口統計に比例 もはやインフラ？

2017年9月時点の参考値

© Accecss Inc.

集客施策：その他／オフライン施策

その他の施策

- リターゲティング広告
- アドネットワーク広告
- メールマーケティング

オフライン施策

- テレビCM、屋外広告、折込チラシ
- パンフレットなどはQRコードなどを活用

接客施策

© Accecss Inc.

WEBでの接客施策 ＝ WEBサイト上でのおもてなし

もてなし3要素	実店舗だと	ウェブサイト
①品質 お客さまに選ばれるものを 提供できているか	メニュー、商品・サービスの質	コンテンツの質、適切なキーワード
②サービス 安心感、信頼感、心地よさを 与えているか	お客さまに対する直接的な接客	Web接客、CRM、LPO・EFO
③居心地 お客さまにとって 居心地のよい空間になっているか	お店の外観・内観	サイトデザイン、UI設計

ネットショップ担当フォーラム　https://netshop.impress.co.jp/node/5749

© Accecss Inc.

接客施策：コンテンツの品質①

コンテンツの品質を上げることは結果として、ユーザーの行動を喚起することにつながる。

Googleによるコンテンツの評価基準

Expertise
専門性

あらゆる内容を含む雑記的な内容のWebサイトより、一つの内容に特化したWebサイトのほうが高く評価される。
その分野に精通した人が記事を書くと、一層評価が高まる可能性がある。

Authoritativeness
権威性

誰が見ても「このコンテンツの内容は正しい」と思えるかという観点。知名度やブランド。
例）体調が悪いときは医者の判断を重視する

Trustworthiness
信頼性

多くの人からその内容が信頼されているかという観点。
運営者情報やプロフィールを充実させ、見る人の不安を軽減させることが大切。

© Accecss Inc.

接客施策：コンテンツの品質②

コンテンツの品質を上げる施策

①必要性	ユーザーの課題解決、疑問解消、興味・関心喚起
②オリジナリティ	ここでないと手に入らない情報の価値
③根拠・検証	正確性の担保
④読みやすさ	伝わりやすい誤解のない表現、専門用語を使わない　等
⑤情報伝達の工夫	見出し、イラスト、動画、インタビュー　等、伝えたい情報に応じた伝達方法

© Accecss Inc.

接客施策：接客ツール

チャット型WEB接客ツール

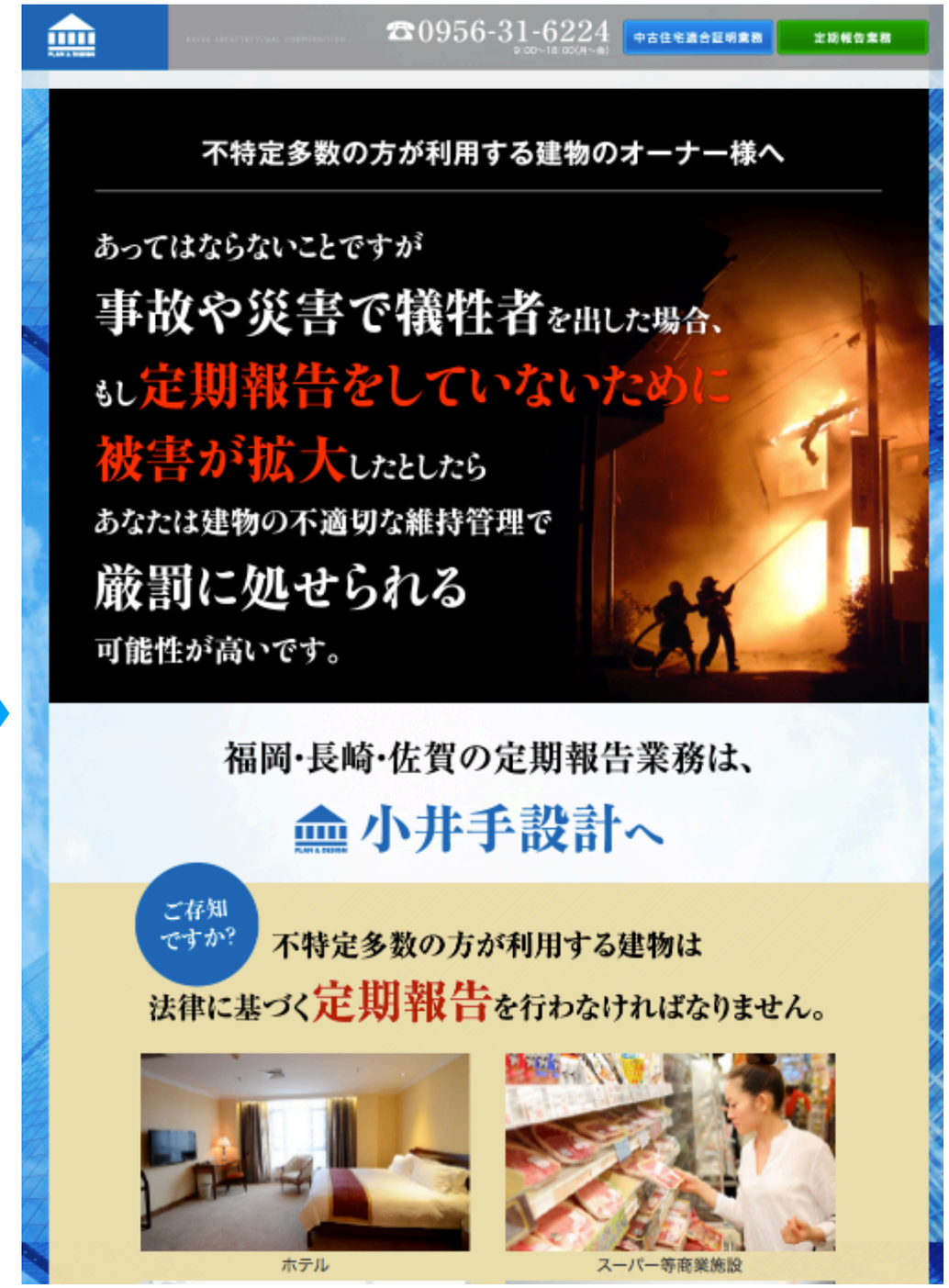
ポップアップ型WEB接客ツール

© Accecss Inc.

接客施策：LPO（ランディングページ最適化）

LPO（ランディングページ最適化）

- サイトの入口となるページを最適化する
- 広告からの流入にあわせて専用のページを作る

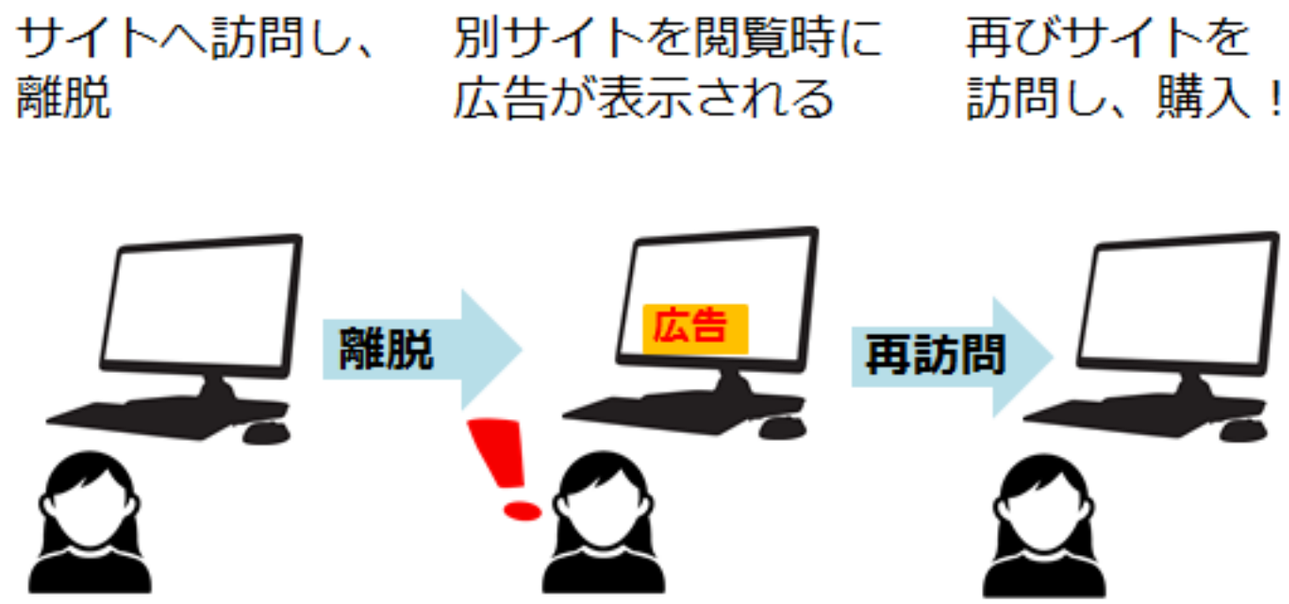


再来訪施策

© Accecss Inc.

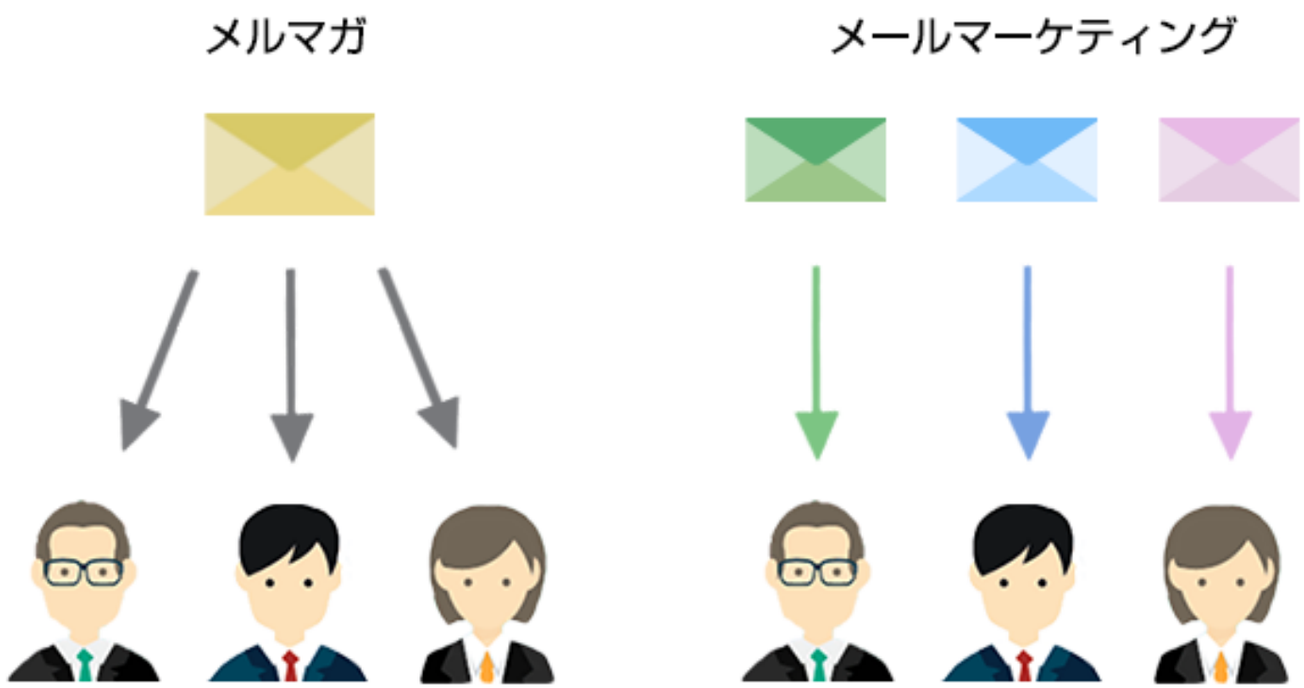
リターゲティング広告

検索サイトやバナー広告などから訪れた訪問者のその後の行動を追跡し、再度広告を表示させる広告



メールマーケティング

ユーザーそれぞれの属性に合わせて、配信するメールの内容、タイミングなどを変えて、その会員に最も適した条件で送る



取り組むべきこと

© Accecss Inc.

ホームページの整備

- SNSだけはNG。必ずユーザーはホームページを訪問する
- 企業情報を明示し、顧客に安心感を与える役割
- ブログは働く人間の感情や意見など人柄を反映させることで、顧客に親近感を与える

最低限の対策

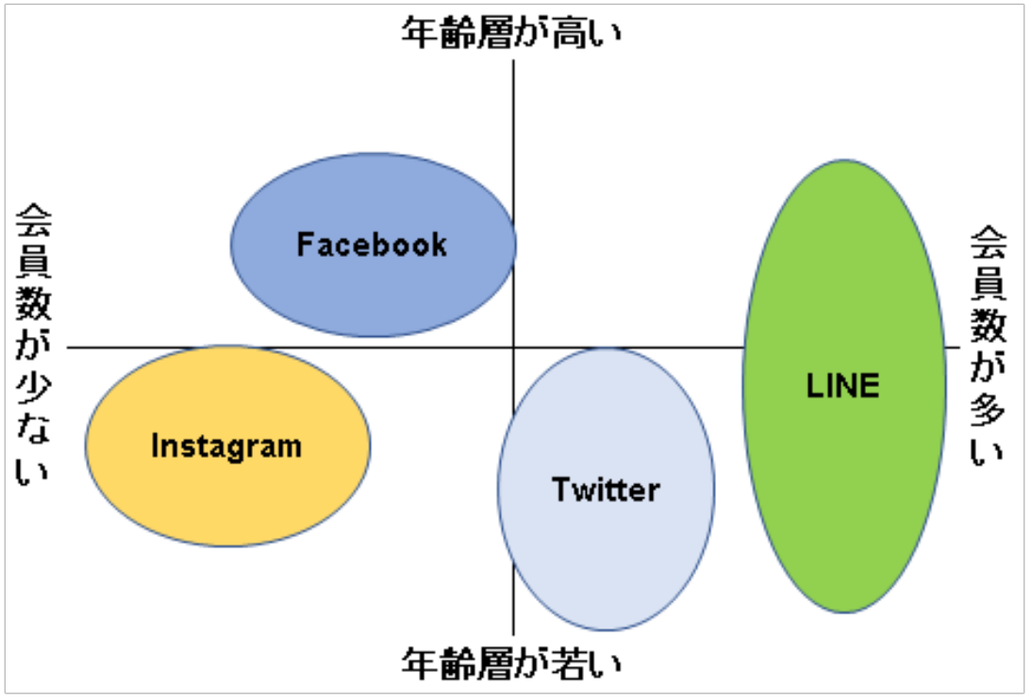
- モバイル対応
- SSL化
- 月に数回更新（SEOを意識）

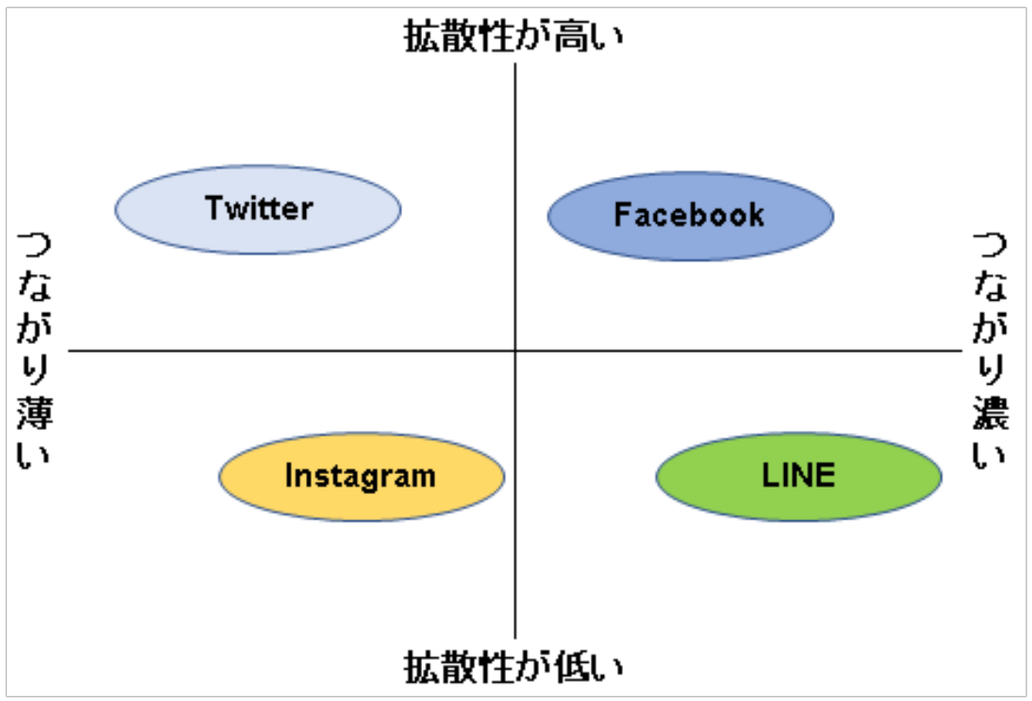
© Accecss Inc.

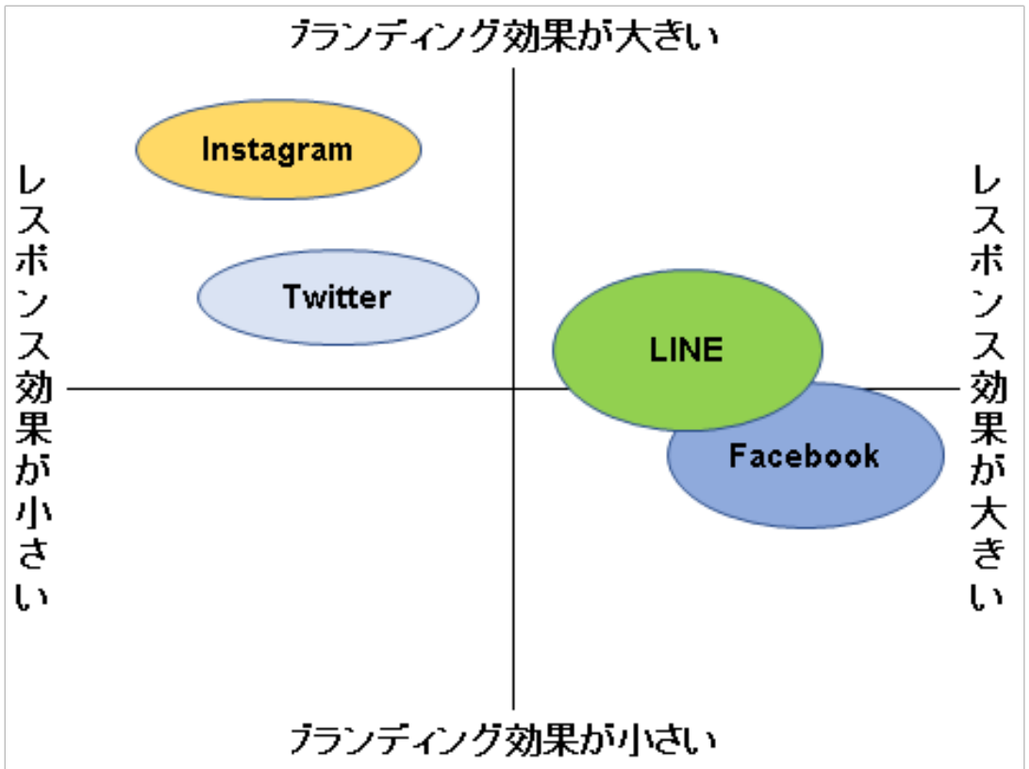
取り組むべきこと

SNS・SNS広告の活用

- 自社の顧客層とユーザー層が合致するSNSを活用するのが基本
- きちんと管理・運用することが大事







© Accecss Inc.

取り組むべきこと

ポータルサイトの活用

- 特定のテーマに興味があり、かつ、ニーズを持つユーザーが集まる
- 自社サイトのみでは集客できないアクセス数がある
- 専門テーマポータルサイト（ぐるなび、食べログ、ホットペッパー）
- 地域ポータルサイト（まいぷれ佐世保）

食べログ

NC network 挑戦する製造業のために

HOT PEPPER Beauty PRODUCED BY RECRUIT

MY PLACE ♪ MY PLEASURE まいぷれ 佐世保

My clinic マイクリニック

最後に

© Accecss Inc.

・ウェブの施策は今後もますます重要性を増す
・それだけ人と金をかける必要がある
　（業種業態にもよりますが）
・リアルなツールも再認識する時期

宣伝です。。。（汗

© Accecss Inc.

ウェブ、販促、広告、マーケティングなど
お気軽にご相談ください

ご清聴ありがとうございました