

パソコン、ネット初心者でも大丈夫！

ホームページ入門 ガイドブック

ホームページを活用して御社の経営を改善するために

目次

I 基礎編	3
1. ホームページのよくある失敗例	4
2. ホームページ制作会社の実態.....	11
1) リースを提案する悪徳業者.....	11
2) ホームページ制作会社の実態.....	12
3) ホームページ制作会社の選び方	14
3. ホームページ作成にいくら必要?	20
1) 制作費用の相場.....	20
2) オーダーメイドのホームページ作成.....	21
3) 未来永劫この状態が・・・.....	21
4) 費用を惜しんで更新しない.....	22
5) ホームページを自作する	23
6) 八方ふさがりの状態.....	23
7) CMSの登場.....	24
4. CMSとは?.....	26
1) CMSとは?.....	26
2) CMSの特徴.....	27
3) CMSの限界.....	30
4) 早く小さく始めて大きく育てる	30
II 理論編	34
1. インターネットの基礎知識	35
1) インターネット利用者の特徴.....	35
2) サーバーとは?	36
3) ドメイン名の重要性.....	36
2. WEB マーケティング入門.....	38
1) 集客とセールス	38
2) ネットと実社会.....	39
3) ホームページでお客さんを連れてくる	40
4) ホームページの目的は集客.....	41
3. ホームページのコンテンツ入門	44
1) お客さんは複数のHPを比較する.....	44
2) ライバルより信頼してもらう	44
3) サービス・商品の魅力を伝える	46
4) 専門家としての情報を提供する	48
4. アクセスアップ (SEO) 入門	54
1) ホームページは荒野の一軒家.....	54
2) SEO (検索エンジン対策) とは.....	54
3) SEOのポイント① キーワードを埋め込む	55
4) SEOのポイント② ホームページをリンクしてもらう	57
5) SEOのポイント③ ページを増やす	57
6) SEOのポイント④ 検索エンジンが好むHTML構造.....	58
5. スマホサイト入門.....	62
1) 避けては通れないスマホサイト	62
2) スマホサイトとは?.....	63
3) ホームページを自動変換	63
III 実務編	66
1. ホームページ作成の流れ.....	67
1) 早く小さく始めて、大きく育てる.....	67
2) ホームページ作成の流れ	68

2. CMSの選び方	73
1) 自分で完成させるから低コスト	73
2) CMSで作ったホームページの機能	77
3. 費用とサービス選びのポイント	86
1) 従来型とCMS型	86
2) 初期費用	87
3) ランニング費用（月額費用）	88
4) 追加のサービス費用	89
5) ホームページ作成会社の選び方	94
6) 早く小さく始めて、大きく育てる	95
4. 付録 サービス検討シート	96
1) 初期費用の比較表	96
2) 月額費用の比較表	100
おわりに	103

I 基礎編

1. ホームページのよくある失敗例
2. ホームページ作成会社の実態
3. ホームページ作成にいくら必要？
4. CMSとは？

1. ホームページのよくある失敗例

弊社には、毎月たくさんの相談が寄せられます。皆さんホームページを自社のビジネスに活用したい、そう思って試行錯誤しているのですが、なかなかうまくいきません。ホームページがまったくビジネスの役に立たず、放ったらかしになっている場合も少なくありません。

なぜ「ホームページが役に立たない」のか？

これが本書のテーマなのですが、その答えをお話しする前に、典型的な失敗例をいくつかご紹介しましょう。下記の事例をお読みいただきながら、なぜ「ホームページが役に立たない」のか、一緒に考えていただければ幸いです。

■失敗例①

知人にホームページを作ってもらう

東京都立川市で不動産会社を営んでいるAさんは、開業時に知人のデザイナーにホームページを作ってもらいました。制作費用は10万円と、相場よりもずいぶん安くしてもらいましたし、ホームページを変更したいときはいつでも無料で更新してくれるという、大変ありがたい条件でした。

ただ残念ながら、ホームページが公開されて2ヶ月たっても、「ホームページを見た」という問合せはまったくありませんでした。そこでホームページの内容変更を、その知人にお願ひしました。知人は快く応じてくれました。

しかし翌月になっても、何の変化もありません。Aさんは、それから何度かホームページの修正を知人にお願ひしました。Aさんはホームページを使ってお客さんを少しでも増やそうと、必死だったのです。そしていつもその知人は快く対応してくれました。

でもホームページの反応は相変わらずの状態。

そうしたやりとりを半年ほど続けましたが、Aさんもだんだんと知人に頼むのが悪くなってきました。忙しい知人に無理を言って、修正を依頼するのに気が引けてきたのです。

できればもっとネットに詳しい制作会社に依頼して、ホームページを作り直したいとも思いました。でも今まで協力してくれた知人に申し訳ないので、そういうわけにもいきません。

やがてAさんは知人に気がねして、ホームページの更新をほとんど行わなくなりました。その結果ホームページはあまりアクセスされることもなく、放ったらかしとなってしまったのです。

■失敗例②

電話営業にだまされ、高額HPをリースで作成

Bさんは、埼玉県でベアリング機械のメーカーを営んでいます。不況の影響で売上げが伸び悩んでいたため、ホームページを活用して新たな取引先を開拓しようと検討を始めた。そんな矢先、某一部上場のホームページ制作会社から電話がかかってきた

のです。

Bさんは、自他ともに認めるパソコンが大の苦手な経営者。そのため営業マンの提案がどれほど実現性の高いものか判断がつきません。営業マンの提案は、総額 305 万円という大変高価なホームページ制作でした。難色を示すBさんでしたが、営業マンは「総額は高いですが、5年のリースを組みますから、月々の支払いはたったの5万円。毎月の広告費と思えば安いものですよ」と、言葉たくみに説得してしまいました。

完成したホームページは、さすがにプロが作っただけのことはあって、最新の動画を組み合わせた高級感あふれる素晴らしい仕上がり。でも残念ながら、ホームページからの問合せはまったくありません。

Bさんがあわてて営業マンに相談したところ、「それではネット広告を利用しましょう。弊社にはネット広告がセットになったお得なプランがありますから、ぜひそれを利用してください」との返事。その追加の広告プランが、月々7万円。毎月のホームページ制作費用の支払いが月々5万円ですから、それより高い費用がさらに必要だということです。

そんなに高額な広告費用を支払うのは困るので、Bさんはホームページの修正を依頼しました。もっと反応がとれるように変更してほしいと、申し入れたのです。

でも営業マンいわく、「ホームページの修正には1ページあたり3万円いただきます」とのこと。もし5ページ修正したくなったとしたら、総額15万円の追加費用を払え、という論法です。

さすがにおかしいと思ったBさんは、サービスの解約を申し込みました。でもそのホームページ作成サービスにはリース契約が組まれていますから、もう解約できません。営業マンに文句を言っても「そういう契約ですから」の一点張り。Bさんは結局、泣き寝入りせざるをえませんでした。

そして、見た目は格好いいものの、まったく反応がとれず、しかも更新もできない、そんなホームページだけが残されました。Bさんはまったく商売の役に立たないホームページに、これから毎月5万円もの費用を払い続けていかなければいけないのです。

■失敗例③

ホームページをいつまでも作らない

大阪市内の駅前で整体院を経営するCさんは、開業して10年になりますが、いまだにホームページを作成していません。患者の集客は、院の前に設置した看板と、たまに行うチラシの配布、それと口コミに頼ってきました。

むかしは患者さんも多く売上もそこそだったのですが、近年周囲に同業者が増えてきました。新規オープンですから内装も今風ですし、Cさんより駅に近いところも少なくありません。またその多くがしっかりしたホームページを作っていて、ホームページ経由の新しい患者さんも多いという話。

一方Cさんのお店は、その影響を受けて患者さんが明らかに減ってきています。何とかしたいとチラシをまいてはみるのですが、以前に比べると明らかにチラシの反応が悪

くなっていて、チラシのコストに見合うほどは患者さんが来てくれません。

今更ながらホームページを作ろうかとも思うのですが、すでに周りの多くがホームページを作っている中、果たして効果があるのかわかりません。

こんなことなら**もっと早くホームページを作っておけば**、と後悔しますが、それも後の祭り。このままではじり貧と、焦りが募る毎日です。

■失敗例④

自作のホームページで反応とれず

つくば市の近郊で工務店を経営するDさんは、**ホームページビルダー**というソフトを使って、自作でホームページを立ち上げました。業者に何十万円も払う予算がないので、マニュアルと格闘しながら苦勞の末に完成したホームページです。

でも見た目がどうも**素人くさくて**、いまひとつお客さんにアピールできません。

またホームページで「資料請求フォーム」を作ろうとしたのですが、**CGI**という**専門テクニック**が必要だとわかり、断念。できればホームページで資料請求や問合せを受け付けたかったのですが、この部分を自作するのは大変そうです。

さらに検索サイトの上位に表示させようと、最近流行の**SEO**（検索エンジン対策）というテクニックを書籍で勉強しています。自分なりに試行錯誤してはいるのですが、あまり効果がなく、まったく**検索サイトで上位表示されません**。

忙しい社長業の合間をぬってホームページと格闘してきたのですが、**デザインが素人っぽいせい**か、お客さんからの問合せはほとんどありません。

そのため最近モチベーションが低下してしまい、せっかく苦勞して作ったホームページが手つかずのまま放置されています。

■失敗例⑤

制作会社とのやり取りがストレスで

神奈川県川崎市で歯科医院を経営するEさんは、医院の開業にあわせてホームページを開設しました。知人に紹介してもらったフリーのデザイナーにお願いして、初期費用**40万円**で高級感あふれる立派なホームページを作ってもらいました。

また**毎月3万円**を支払うと、一定の範囲まで更新を代行してくれるというサービスも、あわせて契約しました。

ところが、完成当初はとてもホームページに満足していたものの、最近ではホームページのことは考えるのが嫌になってしまいました。

それは担当者に更新の依頼をするのが、大変なストレスなためです。

毎月、更新費用として3万円を払っているのですが、更新の依頼をしても、**すぐには対応してくれません**。ほんのちょっとの修正だと思っただけなのですが、すぐに「これは手間がかかるので10日ほど待ってください」という感じで修正に時間がかかります。

その上、10日後に修正されたホームページを見ると**間違いだらけ**。その間違いを一々細かく指摘しなければいけません。

しかもその修正にまた日数がかかってしまうのです。

細かい「てにをは」の修正を依頼するのも、毎回メールを書かなければいけませんし、そのチェックも面倒。チェックせずに確実に修正してくれればよいのですが、しょっちゅうミスをするので、確認しないと不安で仕方ありません。

また、電話をしてもつながりません。いつかけても留守番電話の上、折り返しの電話はいつも翌日以降。

更新の依頼をするのも面倒ですし、修正の依頼が反映されるまでに時間もかかるし、ミスも多いという状況がずっと続いています。

最近はどうもコミュニケーションがうまくいかず、細かい修正を依頼すると、**露骨に面倒くさそうな態度**を示すようになってきました。

そしてついにEさんは、だんだんとそのデザイナーに修正を依頼するのが億劫になってしまったのです。

今でも毎月3万円の更新費用を払ってはいるのですが、先方に**依頼するのが不愉快**なので、最近あまりホームページの更新も行わず、放ったらかしの状態になっています。

ここにあげた失敗事例は、いずれも私が実際にご相談を受けたものばかりです。そしてこうした「**ホームページが役に立たない**」というお話が毎日のように弊社に寄せられます。

本書では、ホームページがなぜ役に立たないのか、成果に結びつかないのか、その理由を考えてみたいと思います。どうすればホームページを御社のビジネスに活用できるのか、そのヒントをご提供したいと考えています。

そして、ホームページを「**早く・小さく始めて、大きく育てる**」という考え方についてもお話ししたいと思います。

なるべく専門用語を使わずに、経営者の言葉でわかりやすくお伝えしていくつもりです。成果を出せるホームページを作るにはどうすればいいか、きっとご理解いただけると思いますので、ぜひ最後までおつきあいください。

◇成功事例のご紹介

失敗事例だけではイメージがわからないと思いますので、弊社会員さまの中から成功事例をご紹介します。

【つゆくさ歯科医院】さま

<http://www.tsuyukusa-dc.jp/>

名古屋市長区で唯一の歯周病専門医がいる歯医者・インプラント認定医や入れ歯の認定医も在籍

名古屋市長区の歯医者・歯周病専門医

医療法人つゆくさ歯科医院

休診日：日曜・祝日
緑区の有松駅近く・大型駐車場あり

お気軽にお問合せください
052-693-8382
診療時間：9:00～17:00

トップページ | 初めての方へ | 治療へのこだわり | 次のような方はご連絡ください | 患者さんの声 | つゆくさブログ | 来院の方へ | お問い合わせご相談

患者さんの笑顔を応援する歯科医院

歯周病専門医 | インプラント認定医 | 入れ歯認定医

専門資格
を持つ歯科医院です

名古屋市長区の歯医者・つゆくさ歯科医院へようこそ

こんなお悩みはありませんか？

- ✓ 歯周病の治療に歯医者へ通っているけれど、治っている気がしない…
- ✓ 歯が汚いのが恥ずかしくて、歯を見せて笑えない
- ✓ どうも歯の調子が悪くて、よく噛めない。好きなものが食べられない
- ✓ なんだか歯が痛い。虫歯かも…

院長 小塚義夫

- ・ 歯学博士
- ・ 歯周病専門医
- ・ 国際インプラント学会認定医
- ・ 精密義歯(BPS)クリニックの国際認定医

患者さんのお悩み、お話しを

< 次のページに続く >

患者さんからは「感じがいいホームページですね」「共感できます」といったお褒めの言葉もいただいて嬉しい限りです。

お蔭様で患者さんは順調に増え、今では新患数が 100 人を超える月もあります。開業 2 年にして患者さんが増えすぎて医院の拡張も考えないといけない状態で、嬉しい悲鳴をあげています (笑)。

医療法人つゆくさ歯科医院 院長
小塚義夫さま

【やよい共同法律事務所】さま

<http://www.inoue-lawyer.jp/>

20年の経験と実績。会社再建や破産・債務整理はお任せください。

やよい共同法律事務所
倒産専門弁護士・井上玲子
〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-5-21 寿ビル7階
全国対応

03-5251-2300
E-MAIL inoue@yayoilaw.com
倒産専門弁護士による法律相談
法律相談の詳細とご予約

トップ 弁護士・井上玲子の強み 任意整理による会社の再建 会社を再建する民事再生手続きの流れ 会社を清算する破産手続きの流れ 弁護士・井上玲子のプロフィール アクセス 法律相談のご予約

やよい共同法律事務所
YAYOI KYODO LAW OFFICES
会社の再出発をお手伝いいたします

全国対応しています

法律相談の予約・問合せ
ご予約・お問合せは電話、フォームにて受付しております
電話でのご予約・お問合せ
03-5251-2300
法律相談の詳細とご予約

資金繰りに悩まれている経営者の方へ

「このままだと倒産するかも？」
「いやいや、あともう少しだけ頑張れば…」
「なんとかギリギリまで頑張りたい」

会社の経営が傾いている経営者の多くが、なんとか自力で会社を立て直したい、ギリギリまで頑張りたいとお考えですし、そのお気持ちは痛いほどよくわかります。

でも、

- 金融機関への返済ができるだろうか。
- この債務の状況で大丈夫だろうか。
- 取引先への支払いが滞りそう。

このような不安がありでしたら、手遅れになら

素人には、宣伝用のホームページをどう作ればいいのか、ノウハウがありません。そのためコンサルタントさんのアドバイスには、目から鱗が落ちる思いがしました。

アドバイスいただかなかっただけで、客観的な説明文を並べたようなページになってしまい、自分のセールスポイントをアピールするようなホームページにはならなかったと思います。そもそも、自分の強みを載せるというような発想が、私にはありませんでしたから・・・。

お蔭様で、競合の法律事務所が無料の法律相談を行っている中、1時間1万円の有料法律相談のお申し込みを月に10件程度ホームページ経由でいただいています。さらにホームページ経由の相談者の方から、相談後に委任に至るケースも多く、ホームページの効果に驚いています。

このサービスを申し込んで本当によかったと思います。

やよい共同法律事務所
弁護士 井上玲子さま

2. ホームページ制作会社の実態

それでは早速、ホームページで成果を出すポイントについてお話ししていきましょう。
まず最初に、御社ホームページの成果を大きく左右する「ホームページ制作会社」について考えてみます。

1) リースを提案する悪徳業者

ホームページ制作会社の中には、「リース」で制作費用の支払いを提案する会社が少なくありません。特に電話営業してくる制作会社にその傾向が強く、「月々わずか3万円ですから、広告費と思って試しにやってみましょうよ」と言葉たくみに提案してきます。

でも、月々の支払いは3万円かもしれませんが、5年契約だと総額は200万円近くになってしまいます。

もちろん何百万円かけても、そのホームページが商売につながり、その投資を回収できれば問題ないのですが、残念ながらそう上手くはいかないのがホームページ。

◇解約できないリース契約

「だったら途中で解約すればよいのでは？」と思うかもしれませんが、原則として、企業がビジネス目的で締結したリース契約は中途解約できません。また、いわゆる「クーリングオフ」制度も企業は対象外。もし中途解約をする場合は残債のほぼ全額を一括で支払わなければならないのです。

「リース契約のホームページがあるが、まったく役に立っていない」「リースで作ったホームページを解約したいが、解約できず困っている」というご相談を我々もよくいただきます。国会でも悪質なホームページ制作会社が問題になったことがあるくらい、リース契約の被害にあった方がたくさんいらっしゃるのです。

たしかにリースを取り扱う制作会社がすべて悪徳というわけではないと思います。でも電話営業でリースのホームページ制作を提案してくる会社は要注意。本当に多くの方が被害にあっています。

上場している制作会社だからと言って油断はできません。こうしたリースの電話営業で急成長して上場したものの、お客さんから解約訴訟をおこされている問題企業がいくつもありますから、気をつけてください。

私も以前、リースを使った悪質なホームページを売りつけている上場制作会社のことをメルマガで取り上げたところ、さっそくその会社から警告文が送られてきました。その会社の顧問弁護士7名の連名でしたから、相当この問題にピリピリしていたんだろうと思います。

◇なぜリース契約は悪徳なのか

私がリースによるホームページ制作を嫌っているのは、多くの場合、分割払いで支払うホームページは高すぎるからです。

10万円や20万円でリースを組む人はいませんから、リースを組むのはたいてい、総額**200万円**とか**300万円**とかのホームページということになります。大企業ならともかく、多くの中小企業の場合、200万円のホームページというのはかなりの投資です。

ところで、儲かっている企業の場合、200万円だからと言っても別にリースを組む必要はありません。税金対策もありますから、即金、悪くても2～3回の分割払いで支払うと思います。

一方リースを組むのは、資金繰りの観点で**毎月の支払いを抑えたい**企業です。200万円を即金で支払うのではなく、毎月の支払いを2～3万円に抑えたいから、仕方なくリースを組んで契約するという状態なのです。

もしリースという支払い手段がなかったとすると、200万円のホームページ制作に躊躇する企業は多いと思います。200万円投資しても、すぐに商売に繋がるとは限らないわけですから、社長さんは投資対効果を慎重に検討することと思います。

でも「リースで支払えますよ」と言われた途端、急に脇が甘くなってしまうのです。

私は、ホームページへの投資は、「**即金で払える範囲**」にとどめるべきべきだと考えています。作ってみないと成果が出るかどうかわからないのがホームページですから、まずは手元資金の範囲内で「**小さく**」作った方がいいのです。そしてうまくいったら、追加投資を行って、そのホームページを「**大きく**」育てていけばいいのです。

しかし悪徳業者は、**最初から「大きなホームページ」**を作らせようとします。ホームページで成果が出せるとは思っていないから、最初にたくさん巻き上げて後は知らんぷり、というのが悪徳業者の魂胆。

リース払いで**月々の費用を小さく見せる**ことで、高額なホームページを売りつけるというのが、彼らの常套手段なのです。

でもリースですから、**中途解約はできません**。たとえそのサービスに満足できなかったとしても、リースが満期を迎えるまでずっとその費用を支払い続けなければいけないのです。

◇リースはなるべく組まないで

というわけで、悪徳業者に引っかからないためにも、**リースを組まず**にホームページを作ることを強くお勧めします。リースを組まないで支払えないような高額なホームページを作るのは、止めておきましょう。

手元資金の範囲内で、まずは「**小さく始める**」というのが、ホームページ作成で失敗しないポイント。リースだからと言って、総額何百万円もするホームページには手を出さない方が良いでしょう。

御社の予算の範囲内で、成果を出せるホームページをきちんと仕上げてくれる、そんな良心的なホームページ制作会社を選ぶようにしましょう。

2) ホームページ制作会社の実態

さて、こうした「高額なリース提案する悪徳制作会社」は論外としても、制作会社の

実態は世間のイメージとだいぶ違います。

ホームページ制作会社の制作担当者のことを、業界では「WEB デザイナー」とか「WEB クリエイター」と呼びます。

彼らの仕事は**おしゃれなホームページを作る**こと。そのためにデザインの専門学校に通い、技術を習得してきました。ですからおしゃれな格好いいホームページを作るのはお手のもの。きれいな写真を使ったり、魅力的な動画をいとも簡単に作ってくれます。

◇WEB デザイナーの特徴

でも彼らは「デザイナー」であって、「営業マン」ではありません。おしゃれなホームページは作れても、ホームページで**どうすればお客さんを集められるのか**は知らないのです。

営業経験がありませんから、商売につながるホームページの作り方について、ほとんどノウハウを持っていませんし、お客さんからヒアリングする能力も「営業マン」に比べれば劣ります。

その結果、お客さんの要望を細かく聞きながら、お客さんが満足するホームページを作るというよりは、**デザイナー自身が格好いいと思う**、ある意味「自己満足のホームページ」が出来上がりがちです。

その結果、レベル的に首をかしげるようなデザイナーも少なくありません。

このように、**営業経験のない商売を知らないデザイナー**がホームページを制作しているというのが、多くのホームページ制作会社の現実なのです。

ここで申し上げたかったのは、こうしたWEBデザイナー達の悪口を言うことではありません。

あなたがホームページ制作会社を選ぶ際には、こうしたデザイナー達と仕事をする事になるわけですから、事前にデザイナー達の特性をご理解いただきたくったのです。こうしたデザイナーの特性を前提として、ホームページ制作会社とつきあっていただきたいと思います。

3) ホームページ制作会社の選び方

さてそれでは、今までお話ししたようなホームページ制作会社の特性を念頭に置いた上で、業者選定のポイントをお話ししましょう。

一般に、ホームページのできばえは、多分に制作会社の担当者のスキルやセンスに依存します。優秀な担当者に「たまたま」依頼できれば、非常にコストパフォーマンスの良いホームページができますが、逆の場合は悲惨な目にあいます。

一番確実に良いホームページ制作会社を選ぶのは、知り合いから紹介してもらうことです。

でも周りにそうした知り合いがない場合は、以下の観点で制作会社を判断してみてください。

ポイント①

自社のお客さんをHPで開拓しているか

あなたがホームページを開設する目的は何でしょうか。おそらく多くの方は、ホームページを活用して**顧客開拓**をする、そしてできれば**売上アップ**を図りたいとお考えのことと思います。

もしそうだったら、ホームページ制作会社を選ぶ最も大切なポイントは、彼らが「**ビジネスにつながるホームページのノウハウ**を持っているか」ということになります。

先ほどもお話ししたように、「おしゃれなホームページ」を作る業者はたくさんいますが、「**ビジネスにつながるホームページ**」を作る業者は少数派。そして「**ビジネスにつながるホームページ**」のノウハウを持たない業者に作ってもらったホームページで、売上アップを図るのは至難の技なのです。

実は多くのホームページ制作会社は、**ネットで新規開拓していません**。新規のお客さんを集めるのは、ネットではなく、**営業マンの営業力**か人づての**紹介**です。

もしかしたらあなたのところにも「ホームページを作りませんか」という営業電話がかかってきたことがあるかもしれませんが、こうした**電話営業**で新規のお客さんを集めている制作会社が多いのです。

別に営業マンがお客さんを集めるのが悪い、というわけではありません。ただ自社のお客さんを集めるのに営業マンが電話営業している会社が、**ネットでの集客法を知っているか**は大いに疑問。自社のお客さんをネットで集められないから、営業マンが電話営業しているわけですから。

それから既存顧客の**紹介だけに頼っている**ところも要注意。

たしかに既存のお客さんの評価が高いので、新しいお客さんを紹介してくれるのだと思います。でもネットでの販促ノウハウを持っていたら、**紹介だけに頼ったりはしません**。ネットを使った新規開拓が**8割**、既存顧客の紹介が**2割**、くらいというのが理想的な営業スタイルだと思います。

おそらく、紹介による営業がほとんどという制作会社の場合、ホームページを使った営業ノウハウを持っていないと考えてよいと思います。

ですから、もしあなたが「**ビジネスにつながるホームページ**」を作りたいと思い、そ

のために「ネットをつかった集客ノウハウ」を持った制作会社を選びたいのであれば、制作会社にこう尋ねてみてください。

「御社は新規のお客さんを、
どのように開拓していますか？」

この質問に対して、

「弊社はほとんどのお客さんを、
ネットで開拓しています」

と自信を持って応えてくれたなら、その会社はきっと役に立つホームページを作ってくれると思います。

ポイント② 専門用語を使わず、経営者の言葉で説明してくれるか

WEB デザイナーというのは職人気質の人が多いため、お客さんと話すときに「専門用語」を多用しがちです。またインターネットには詳しいものの、「ビジネス」に関する知識に乏しい人が多いため、「ビジネス用語」で話すことに慣れていません。

一方、あなたが満足できるホームページを業者に作ってもらうために、最も大切なことは「業者とのコミュニケーション」です。ホームページ制作の過程においては、あなたの意見を業者に伝えながら、同時に「インターネットの専門家」としてホームページ制作会社から様々なアドバイスをもらうこととなります。あなたと業者とのコミュニケーションがうまくいかないと、あなたが望むようなホームページは決して完成しません。

ホームページ制作会社で働く WEB デザイナーは人付き合いが苦手な人が多く、孤独に黙々と仕事をします。普通のビジネスマンはチームとして仕事をするのに慣れていますが、彼ら WEB デザイナーはグループで仕事をするのが苦手な人が多くて、お客さんとのコミュニケーションを「できれば避けたい」と考えています。

またホームページデザインに対する「自分のこだわり」を大切にする傾向が強く、そのためお客さんから意見されるのを嫌う人が多いのです。

「素人に口出しされると、せっかくのデザインがおかしくなる。文句を言わずに、俺の言うことを聞いていればいいんだ」。心の底でこんな風に考えている WEB デザイナーは少なくありません。

こうしたタイプの担当者にあなたがホームページ制作を依頼した場合、あなたはコミュニケーションを取るのに大変苦労します。

質問したり意見したりすることを、先方が嫌いますから、あなたは何となくその業者と話をするのが気が進まなくなってきました。そして結果的に、あなたが思っていたのは似ても似つかぬホームページが出来上がることになるのです。

またホームページを初めて制作する社長さんの場合、インターネットの専門家であるホームページ制作会社に、様々なアドバイスや提案を求めることになると思います。

ところが多くの WEB デザイナーは、経営者の IT レベルにあわせて、「経営者にわか

る言葉」で説明するのが苦手なため、なるべく説明を避けようとしています。

また説明してくれたとしても、「**技術的な専門用語**」のオンパレードで、社長さんにはその言葉がよくわからずにチンプンカンプン、ということも少なくありません。

こんな事態にならないためには、先方の担当者が社長さんのレベルに合わせて、**専門用語を使わずに説明してくれるかどうか**を契約前にチェックしましょう。

また提案書やパンフレットがわかりやすく書かれているかもチェックしておきましょう。たとえばパンフレットにこんな文言が書かれていたら、その業者は要注意です。

「我々はインターネットというサイバースペースにおいて、御社のビジネスモデルの高度化に貢献したいと考えています。次世代 WEB テクノロジーを活用したコミュニケーションホームページこそが、御社に必要なのではないのでしょうか。」

耳慣れないカタカナ用語を並べているだけで、中身が何もない文書ですね。こうした資料を出してくる業者は避けた方が無難だと思います。

契約前に「**経営者にわかる言葉**」で説明できない業者は、契約後も同じことの繰り返しです。わけのわからない説明を行うか、まったく説明しないかのどちらかになりがちなのです。

ポイント③

総額の費用を明示してくれるか

はじめてホームページを作るときにわかりにくいのが、ホームページ制作にどれくらいの費用がかかるのか、という点です。

制作業者のホームページをいくつか覗いてみるとわかるのですが、多くの業者の価格は、非常に細かく設定されていて、たとえばこんな感じです。

写真加工	2,000 円～
ページデザイン	20,000 円～
ページ制作	15,000 円～
ロゴ制作	18,000 円～
スクリプト設計	45,000 円～
ディレクション	50,000 円～

専門用語のオンパレードですから、各項目が何を意味しているかちっともわからないと思います。またこの価格は「最低価格」ですから、実際はいくらかかるか、これだけではわかりません。

もともとこの業界は、請負型の受注制作だったので、「**かかっただけの費用を請求する**」というパターンが主流でした。「デザインの検討に時間がかかったから、請求額は〇〇万円」、「取り込んだ商品画像が△△枚で、1枚▲▲円として全部で〇〇万円」。こ

んな感じで制作費用が請求されて来るのです。

イメージで言うと、一軒家を建てるときに、「柱を△本、釘を□本、塗料が△リットルだったので、〇〇万円払ってください」というような請求方法です。

制作会社としては、かかった費用をすべて請求できるため非常に便利な方法なのですが、発注側から見ると一体いくら費用がかかるのかわかりません。請求書が送られてきて真っ青になる、というケースも少なくないのです。

ですから、ホームページ制作の申込みを行う前に、「**総額でいくらかかるのか**」について、きちんとした見積りをもらいましょう。

もちろん、あなたが作りたいホームページの規模や内容によって、制作費用は上下します。また業者としては、「やってみないといくらかかるかわからない」という側面が多いのは事実です。

でも契約を取り交わす前に、「**総額でいくらかかるのか**」をお互い合意しておかないと、**あなたが一方的にリスクを被ること**になります。

業者の制作スキルが低いために必要となった追加費用であろうが、本当は制作する必要がなかったページを作った費用であろうが、すべての費用があなたに請求されるのです。

ぜひ「**総額の制作費用**」を明確に説明してくれる制作会社を選ぶようにしましょう。

ポイント④

更新作業をふくめて制作の進め方を具体的に明示してくれるか

ホームページ制作を業者をお願いする場合、誰もよくわからないのが、「**どんな風にホームページを作っていくのか**」という点です。多くの場合、初めてお願いするホームページでしょうから、仕事の進め方のイメージがわかりません。

契約を取り交わす前に、先方のホームページ制作会社が具体的な作業の進め方を、お客様の立場に立ってわかりやすく説明してくれるかどうかチェックしましょう。

親切な業者なら、ホームページ制作のパンフレットの中に、こうした部分が明記されていますし、あるいは営業マンに納得いくまで説明してもらっても良いでしょう。

ホームページ制作の進め方が体系化されていない業者に限って、「お客様のニーズに合わせて、**臨機応変に対応します**」というような説明をします。でもこのような進め方では、あとで思ってもいない費用が発生したり、全体のスケジュールが遅れがちです。

体系化された「ホームページ制作プロセス」を持っているかが、優秀な業者であることの必須条件ですから、ぜひこの点についても確認しましょう。

またホームページというものは、**作れば終わりという代物ではありません**。ホームページを開設してからが勝負の始まりで、継続的なコンテンツの追加・修正が発生します。

実店舗でも、売れ筋商品の見直しや、季節に合わせたセール、あるいは店内レイアウトの定期的な見直しをすることと思います。

ホームページも同じです。最初に作ったコンテンツが大ヒットで、後は放っておいてもお客さんがどんどん買ってくれる、なんてことは100%ありません。

最初のコンテンツを元に、細かいチューニングを繰り返したり、提供商品の変更が不可欠。そしてそのためには、少なくとも月に1回程度は、**ホームページのコンテンツ(内容)の追加・修正が発生**します。

ここで問題になるのが、こうしたホームページコンテンツの追加修正に対して、あなたとホームページ制作会社が事前にどこまで意識あわせができているか、という点です。この辺があやふやだと、ホームページの完成後にこんな会話が展開されます。

御社「このホームページで、売上げは上がりますかね～」

業者「そんなのやってみないとわかりませんよ」

御社「そりゃそうですけど……。ところで、ここはこうしてくれとお願いしたじゃないですか」

業者「そんな話は聞いていませんよ」

御社「それじゃ、せめてここだけは修正してくださいよ」

業者「結構ですが、追加で1ページあたり3万円いただきます」

御社「そんなにかかるの？。じゃあ、社員に修正させますから、修正方法教えてください」

業者「これは高度な技術を使っていますから、素人さんには修正できません。必ずうちを通して修正してください。」

御社「ええ～、じゃあ、ちょっとした修正の度に何万円もかかるわけ？
そんなにお金払ってられませんよ……」

こんな目に遭わないように、ホームページ制作を頼む前に、ホームページリリース後の「追加・修正」の役割分担と、そのコストについても明確にしておきましょう。

ポイント⑤

スマホサイトも作成してもらえるか

近年のスマホの普及により、ホームページを見る時に、パソコンではなく**スマホ**で見える人が増えてきました。

地域や業種によって少し差がありますが、歯医者さんや整体院等の個人むけ業種の場合、ホームページにアクセスする人の**6割以上**が、パソコンではなく**スマホ経由**、ということも少なくありません。

スマホ対応については後ほど詳しくお話ししますが、ホームページを作る時には、パソコン用とは別に、スマホ表示に対応したホームページ(**スマホサイト**といいます)を用意することが大切。

このスマホサイトに対応できるかどうか、制作会社に必ず確認しておきましょう。

実はスマホサイトを作るには、通常のホームページ制作とは異なる技術が必要なため、必ずしもすべての制作会社がスマホサイトを作成できる訳ではありません。もしスマホ対応できない業者の場合、後でスマホサイトを作りたいと思っても、また別の業者を探さなければいけません。手間もかかりますし費用も割高になってしまいます。

どうせなら同じ業者に、パソコン用ホームページとスマホサイトを両方お願いした方が楽ですから、スマホサイトに対応できるかどうか、必ず事前に確認しておきましょう。

以上、いろいろとお話ししてきましたが、多くの企業でホームページが役に立たない理由の一つが、この「制作会社選びに失敗している」ことにあります。

おしゃれなホームページをつくるのが専門の制作会社に、役立つホームページを依頼するのがそもそも間違いなのです。営業経験のないデザイナーに、売上アップにつながるホームページを依頼しても、それは無理というもの。

ですから、役に立つホームページを作りたいのなら、それができるホームページ制作会社を選びましょう。

ぜひここで述べたポイントを元に、あなたに役立つホームページを作れる制作会社を選んでいただければと思います。

また、**電話営業**してくる「**リース提案の悪徳業者**」には、決して引っかからないよう、ぜひ気をつけてください。

3. ホームページ作成にいくら必要？

それではここから、ホームページで成果をあげるポイントについてお話ししていきましょう。

まず最初は、ホームページ作成にかかる費用の話から。

1) 制作費用の相場

ビジネス用の本格的なホームページを作成するのに、どの位の費用が必要だと思いますか？

制作会社ごとに費用体系が異なるのですが、中堅クラスの制作会社に見積りを依頼すると、これくらいの金額が請求されます。

初期費用	費用
ディレクション費	100,000 円
トップページデザイン	100,000 円
その他ページのデザイン	50,000 円
ページ制作 15 p (@20,000 円×15)	300,000 円
フォーム CGI 2ヶ (@30,000 円×2)	60,000 円
初期費用の合計	610,000 円

月額費用	費用
月額更新費用 (／月)	30,000 円
サーバー費用 (／月)	5,000 円
月額費用の合計 (／月)	35,000 円

耳慣れない用語が並んでいてわかりにくいかもしれませんが、網掛けしてある数字を見てください。15 ページ程度の本格的なホームページを作成しようと思うと、初期費用として 61 万円。また月額費用として、さらに毎月 3 万 5 千円もの費用が必要になるのです。

上記は相場ですので、これより高い場合もありますし、安い場合もあります。傾向としては、大手の制作会社だと上記の価格の 2 倍くらい、逆に小規模な制作会社や個人デザイナーに頼むと 6 割引きといったところでしょうか。

もちろん会社案内程度の簡単なホームページなら、もっと低価格で作成できます。し

かしビジネスで使える本格的なホームページを作成するのなら、これくらいの費用は覚悟しなければいけません。

とはいえ、そもそもなぜこんなに費用が高いのでしょうか？

2) オーダーメイドのホームページ作成

ホームページの作成費用が高いのは、決してホームページ作成会社が法外な費用を請求しているからではありません。ホームページ作成という仕事そのものに問題があるのです。

ホームページを作成する場合、まず最初に**デザイン**を考えます。トップページの色や形を考え、おしゃれな画像を配置して、全体の見た目を整える作業のことです。

ここで問題になるのが、このデザインの作成が**お客さんごとの個別対応**だということ。

お客さんごとに毎回、一からデザインを作成しますので、どうしても手間がかかってしまいます。いわば**オーダーメイド**のスーツのように、お客さんごとに個別のデザインの検討が必要なため、費用が高くなってしまうのです。

それともう一つ、ホームページの**ページ数に比例**して、作業の手間がかかることも、費用が高くなる原因です。

ホームページというのは、自動でページが作成されるわけではありません。デザイナーと呼ばれる技術者が、1ページ1ページ手作りで作っていきます。そのため**ページが増えれば増えるほど**、それに要する手間も増えてしまうのです。

また、ホームページの作成には専門スキルが必要ですから、技術をもった**単価の高い「デザイナー」**が制作を担当します。彼らが手間をとられて作業日数が多くなると、それに比例して制作会社から請求される制作費用も高くなってしまいます。

以上を整理すると、ホームページ制作会社の制作費用が高いのは

- ホームページの**デザイン**をお客さんごとに**オーダーメイド**で考えなければいけないため、作業に手間がかかる
- また**1ページずつ手作り**でページを作成するので、ページ数に比例して手間がかかる
- 作業を担当するのは、**単価の高い専門デザイナー**
- その結果、単価の高いデザイナーが長時間作業することとなり、制作会社の請求費用も高くなってしまう

というわけなのです。

3) 未来永劫この状態が・・・

ここまでお話したのは、ホームページを最初に作る時のコストですが、実はホームページが完成した後の**ランニング費用**も馬鹿になりません。

商売をしていると、頻繁にホームページの更新が必要になります。新商品の発売や価

格の改定、季節にあわせたキャンペーンの実施等、ホームページの変更は日常茶飯事です。

作成業者にホームページを作ってもらった場合、ホームページの更新を**自社で行うのはほぼ不可能**。業者が作ったホームページはプロの専門技術で作られていますから、専門スキルを持たない人が自分で更新するのはとても難しいのです。

自分で更新できないとすると、業者に更新してもらうしかありませんが、もちろん無料というわけにはいきません。専門スキルを持った単価の高いデザイナーにお願いするわけですから、「**1 ページ更新するごとに 2 万円**」というようなランニング費用が必要となります。

熱心にホームページを更新する企業であれば、毎月 10 ページ以上のコンテンツを追加・修正していきます。このページ数だけの費用が必要になりますから、業者に全部依頼すると毎月相当の更新費用が必要になってしまうのです。

そしてこの更新費用は、**未来永劫**続きます。ビジネスを続ける限りホームページの変更は避けられませんから、毎月毎月、何万円もの更新費用がずっと必要になります。

たとえば毎月の更新費用が 5 万円とすると、5 年間での総額では、

$$5 \text{ 年} \times 12 \text{ ヶ月} \times 5 \text{ 万円} = \mathbf{300 \text{ 万円}}$$

もの更新費用が必要になってしまうのです。

4) 費用を惜しんで更新しない

でも実は、多くの企業ではこうした更新費用を払ってはいません。それは更新費用を惜しんで、**更新しない**から。

毎月、何万円もの更新費用を払うのがもったいないので、多くの企業はほとんど更新を行わないのです。

季節が夏から冬に変わっても、夏用の商品を掲載したままのホームページはたくさんあります。実店舗ではさまざまなキャンペーンを行っているのに、更新費用を惜しんで、ホームページには**古いキャンペーンをのせたまま**。そんなホームページもたくさんあります。

たしかに毎月、多額の更新費用を払うのは大変です。でも必要な更新を行わないと、決して成果はあがりません。

実店舗では季節にあわせて商品の見直しを行ったり、陳列を変更したり、さまざまな変更を行っていると思います。ポップの付け替え、価格の変更、セールストックを変えることも日常茶飯事でしょう。

なぜそんな風に変更するのか？それはその方が成果があがるから。日々の商売の中で、さまざまな試行錯誤や改善を繰り返しながら、より多く売上をあげたり、お客さんの満足度を向上させようと努力しているのです。

ホームページも同じです。実店舗と同じように、**ホームページも日々試行錯誤や改善を繰り返さなければいけない**のです。

でも更新費用がかかるので、多くの企業ではこうした改善や変更を行いません。その結果ホームページがいつまでたっても最初に作ったままの状態。当然、お客さんの反応は得られません。

そしてこの「ホームページを更新しない」ということが、ホームページが役に立たない大きな理由の一つなのです。

5) ホームページを自作する

それなら作成業者に頼むのではなく、いっそのこと**自社でホームページを作ろう**と考える方もいらっしゃると思います。でも実は、これがまた一苦勞。

ホームページを自作するには、一定のホームページ作成スキルが必要です。**HTML** や **CGI** といった専門知識や、**ホームページ作成ソフト**の操作方法を身につける必要があるのです。

しかもホームページを自作した後も、そのホームページの更新に相当の手間がかかります。2～3ページのコンテンツを追加するだけで、丸一日かかってしまった、ということも決して珍しくはありません。

仕事の合間に、コンテンツの更新に何時間もかけるわけですから、忙しい経営者にとって相当の負担になってしまいます。

また社内で自作した場合、ホームページが**素人っぽいデザイン**になりがちです。いくら一生懸命に作っても、専門デザイナーが作ったホームページに比較したら、どうしても**見劣り**してしまいます。

お客さんにライバル企業の格好いいホームページと見比べられたら、「素人っぽい自作ホームページ」で反応をとるのはとても難しいのです。

6) 八方ふさがりの状態

かくして中小企業の経営者には、今まで3つの選択肢しかありませんでした。

- ① 制作会社に**多額の費用**を支払う
- ② その費用を惜しんで**更新を行わず**、ホームページの反応をあきらめる
- ③ **素人っぽい自作ホームページ**でライバル企業と勝負する

まさに八方ふさがりの状態。しかしながら、近年の技術進歩が、こうした状況に救いの手をさしのべてくれました。

先ほどもお話ししたように、制作会社のホームページの作成費用や更新費用が高いのは、

- お客さんごとに**オーダーメイド**でデザインを作成すること
- **単価の高い専門デザイナー**に作業を依頼する必要があること

というのが理由でした。逆にもし、

- オーダーメイドではなく、あらかじめ用意されたデザインから選ぶようにする
- 専門デザイナーに依頼しなくても、自分でホームページの更新ができる

ということが可能になれば、ホームページ作成の費用をずいぶん安く抑えることができます。

◇オーダーメイドではなく既製のデザイン

スーツをオーダーメイドすると高いのは当然で、既製服なら安くなります。デザインも同じで、オーダーメイドではなく、既存のデザインの中から選べば、コストはそれほどかかりません。

あらかじめプロのデザイナーが用意した「テンプレート（ひな形）」から選択することで、ビジネスでそのまま使えるおしゃれなデザインを低価格で実現できるのです。

またこの方法なら、自作ホームページの素人っぽいデザインという問題もクリアできます。

◇自分でページを作成する

単価の高いデザイナーに依頼するのではなく、自分でホームページを作成すれば費用はかかりません。何ページ追加しても、必要なのは自分の人件費だけ。自分が満足するまで必要なページを用意できます。

20ページのホームページを、すべて単価の高いデザイナーに作ってもらうと、高い制作費用が請求されてしまいます。でも、3ページを制作会社に作ってもらい、残りの17ページを自分で作れば、制作費用を随分と安く抑えることができるのです。

◇更新費用を気にせず、ページ追加が可能

また自分で更新すれば、ホームページが完成した後の更新費用もかかりません。今まで制作会社に支払う更新費用を惜しんでまったくホームページを更新できなかったのが、自分で更新すれば、実店舗と同じようにホームページを自由自在に改善できるのです。

このように、

- ① オーダーメイドではなく、テンプレート中からデザインを選ぶ
- ② 単価の高いデザイナーに全て頼むのではなく、自分でできる所は自分で更新する

ということさえできれば、ホームページの制作費用も、ホームページ公開後の更新費用も、ずいぶん安くすることができるのです。

7) CMSの登場

実はこうした考え方を実現するツールが、近年いくつか登場してきました。その中でも現在もっとも普及しているのが「CMS」というツールです。

この「CMS」という新しいツールを利用することで、専門スキルがなくても誰でも

簡単にホームページの更新が行えるようになったのです。

「多額のホームページ制作費用が必要」そして「**更新費用を惜しんでホームページを更新しない**」という課題を解決してくれる、最新のツールがCMSなのです。

次章では、この「CMS」について詳しくお話ししたいと思います。中小企業のホームページ更新に新たな可能性をもたらした「**CMS**」について、じっくりと考えていきましょう。

4. CMSとは？

前章で、「**自分で更**」ホームページなら、低コストでホームページを作成でき、しかも更新費用もかからない、というお話しをしました。

本章では、こうした考えを実現する「**CMS**」というツールの特徴と、そのCMSを使ったホームページ作成法についてお話ししていきます。

1) CMSとは？

ところで「CMS」というのは聞きなれない言葉ですが、

Contents Management System

=コンテンツ・マネージメント・システム

の略で、「**専門知識がなくても、簡単にホー**」のことで、よくある「ブログ」も、CMSの一つです。

CMSを使えば「ビジネス用のホームページ」を簡単に作ることができます。専門知識が不要ですから、ホームページやインターネットに詳しい担当者がいない中小企業でも、このCMSを使えば、ホームページで成果をあげることが可能なのです。

次ページの図は、CMSを使ったホームページのデザインサンプルで、弊社ホームページ作成サービスのデザインです。

詳細は後ほど詳しくお話ししますが、こうした**ビジネス用のデザイン**が利用できるCMSサービスを利用することで、専門スキルがなくても企業むけのホームページが簡単に作成できるのです。

ビジネス用CMSのデザイン例

〇〇のごなら、東京都千代田区大手町の山田株式会社にお任せください。

創業25年の豊富な経験と高い技術
山田株式会社
〒000-0000 東京都千代田区大手町1-1-1

03-0000-0000
営業時間 9:00~12:00/13:00~16:00

お気軽にお問合せください
お問合せはこちら

トップページ | メニュー1 | メニュー2 | メニュー3 | メニュー4 | メニュー5 | お問合せ

新着情報
〇年〇月〇日
ホームページをリニューアルしました。

お問合せはこちら
03-0000-0000

中小企業のトータルサポートを行う
山田株式会社のサービスのご案内

当事務所のホームページにお越しいただき、ありがとうございます。
当事務所は、創業以来、債務整理手続き（過払い金返還請求、任意整理、自己破産書類作成等）に特に力を入れて参りました。
現在までに既に300人を超える方々の債務に関するご相談に応じさせていただいております。
現在、債務（借金）についてお悩みであったり、過払い金返還請求手続きをお考えである方はお気軽に当事務所にご相談いただければと思います。

代表の〇〇です。
代表プロフィール

2) CMSの特徴

それでは、もう少し具体的にCMSの特徴を説明していきましょう。

特徴①簡単にコンテンツの追加が可能

CMSを使うと、簡単にコンテンツ（内容）を更新・追加できます。

通常のホームページでは、それなりの専門知識がないとコンテンツ（内容）の更新が行えません。

しかしCMSなら、難しい操作方法を覚えることなく簡単にコンテンツの更新が行えます。電子メールの送受信ができる人であれば、誰でも簡単に更新が行えるのがCMSの大きな特徴。

どれくらい更新が簡単か、弊社サービスを例にして説明してみましょう。

下図は弊社が提供しているホームページサービスの、コンテンツ（内容）を追加する管理画面です。

【内容がまだ入っていないホームページ】



【内容が反映されたホームページ】



【ホームページ更新機能】



入力欄に文章を書くだけで、すぐにコンテンツが作成できます。ワープロ感覚でキーボードで文字を入力し、必要に応じて装飾を行います。

管理画面の保存ボタンを押すと、すぐにその内容がホームページ（CMS）に反映されます。メールの送受信ができるくらいのスキルがあれば、誰でも簡単にホームページの更新が可能です。

このように、ワープロ感覚の簡単な操作で、ホームページの更新が行えるのがCMSの良いところ。HTML等の専門知識がなくても、自由自在に更新できますから、どうぞご安心ください。

特徴②検索サイトで上位表示されやすい

Yahoo!やGoogleといった検索エンジンで検索されたときに、あなたのホームページが上位に表示されると、その検索結果をクリックして、たくさんの人があなたのホームページを訪れてくれます。

この「検索結果の上位に表示されるテクニック」のことを、SEO（検索エンジン対策）と呼びます。このSEOを行うかどうかで、あなたのホームページのアクセス数が大きく左右されます。

さて、よく「検索サイトでCMSは上位表示されやすい」といわれますが、これはCMSを使うと、このSEO（検索エンジン対策）が自動で行われるから。

CMSを利用すると、「検索エンジン対策のスキル」をお持ちでない方も、上位表示される可能性が高くなります。

もちろん人気のキーワードでは上位表示されないケースも多いのは事実です。でも専門知識を持たない人が自力でSEO（検索エンジン対策）するより、はるかにCMSで作ったホームページの方が上位表示されやすくなります。

特徴③デザインの「ひな形（テンプレート）」

CMSでは、デザインの「テンプレート（ひな形）」が用意されています。

自作でホームページを作ろうとすると、どうしても「素人っぽい」ホームページになるので、断念する方も少なくありません。でもCMSでは、プロが制作した「おしゃれなデザインのテンプレート（ひな形）」を元にしてコンテンツを作りますから、誰でも簡単にかっこいいホームページを作ることができます。

しかもこのデザインは、簡単に変更可能。ヘッダー部分の画像やホームページの色、ボタンの形などを、好きな見た目に、いつでも変更することができるようになっています。

参考として、弊社が提供しているデザイン・テンプレートのサンプルを次ページに掲載しておきました。

CMSのデザイン・テンプレートサンプル 【あきばれホームページ】より



きっと、自作のホームページでデザインにあれこれ悩むより、はるかに簡単におしゃれなホームページを作ることができそうだと、感じられたのではないのでしょうか。

特徴④コストが安い

CMSで作ったホームページは、上記のテンプレートをもとにするため工数がそれほどからず、**低コストでホームページを作ることができます。**またコンテンツ（記事）の更新を自分で行えますから、**更新費用もかかりません。**

そのため、通常のホームページ制作に比べると、CMSで作ったホームページはあまり費用がかからないといえます。

3) CMSの限界

ただし、もちろんCMSは良いことばかりではありません。CMSというツールには、限界があるのも事実です。

CMSは「**テンプレート (ひな形)**」をもとに、全体のデザインを作り出します。そのためどうしても**デザイン上の制限**がでできます。

通常のホームページ制作では、費用はかかりますが、**オーダーメイドのデザイン**ですから、あなたの思い通りのデザインが実現できます。

一方CMSは、「テンプレート」の範囲でしかデザインが選べません。一般的なホームページに比べると、**デザインの自由度が低い**のが、「CMSで作ったホームページ」の最大の弱点と言えます。お金をかけてオーダーメイドのスーツを求めるか、既製服で良しとするか、という感じです。

とはいえ、「プロが作ったデザイン」がテンプレートとして用意されていますから、自作ホームページに比べれば、**はるかにおしゃれなデザインが実現可能**。

CMSの提供会社によってデザインはさまざまですが、弊社のサービス【あきばれホームページ】だと、前述のようなデザインをご用意しています。

もしこのレベルのデザインで充分満足だという方は、CMSを利用することで、「**自分で更新できる、低コストなホームページ**」が作成できます。

どちらを選ぶかは意見の分かれるところですが、選択の基準としてはこうお考えください。

- **自社専用のオリジナルのデザイン**のホームページを作りたい
＝制作会社に**一般的なホームページ**を依頼する
- デザインテンプレートでも満足できる、かつ、**全体のコストを抑えて**、自由に**ホームページの更新**を行いたい
＝CMSで**ホームページ**を作成する

どちらの基準でも、御社の状況にあわせて選択いただければと思います。

4) 早く小さく始めて大きく育てる

それでは最後に、今までの内容を整理しておきましょう。

「**CMSで作ったホームページ**」とは簡単にいうと、以下の特徴を備えたホームページです。

- 今までの一般的なホームページの問題点を解決した、
- **低コスト**で
- 検索エンジン対策 (**SEO**) に強い
- **自分で更新できる**ホームページ

CMSを使えば、「**早く・小さく始めて、大きく育てる**」アプローチが可能となります。従来のやり方で業者に制作を依頼すると、かなりの初期コストが必要ですから、ど

うしても「大きく始める」ことになってしまいます。

また更新に費用がかかるため、なかなかホームページを「育てる」ことまで予算が回らないケースが少なくありません。

一方、自作で従来型のホームページを作れば、「小さく始める」ことができますが、その後ホームページを「大きく育てる」ことができるかどうかは別問題。多くの場合、更新の手間が大変なことと、ホームページのデザインがいつまでたっても「素人っぽい」ため、なかなか「大きく育てる」に至らない方がほとんどです。

しかしCMSで作ったホームページなら、こうした状況を抜け出せます。少ない初期コストでホームページを立ち上げて、その後少しずつコンテンツの追加修正を重ねていくのです。最初から何十万、何百万円も投資して、大規模なホームページを作る必要はありません。まずは少ないコストで「小さく」スタートしましょう。

そして少しずつ少しずつ、コンテンツ（内容）を充実させていきましょう。最初は2～3ページ程度の「小さい」ホームページでも構いません。それを時間の許す範囲で、少しずつコンテンツを追加していけばいいのです。

地道にこつこつ追加していけば、やがてそのホームページは「大きく」成長していきます。制作業者に何百万円も払って作ったホームページと、遜色ない素晴らしいホームページに育て上げることができるのです。

その代わり、一日も早くスタートしましょう。最初から100点満点を取ろうとすると、いつまで経ってもスタートできません。最初は5点でもいいから「早く」スタートするのです。

CMSは更新が簡単なツールですから、5点でまずはスタートして、その後徐々にコンテンツを充実させていきましょう。

最初から100点を目指して動けないよりは、「5点でもいいから、まずは始めてみる」ことが、ホームページ成功の大きな秘訣です。

CMSを利用してあなたのホームページを、早く・小さく始めて、大きく育てていきましょう。

◇成功事例のご紹介

最後に、「早く小さく始めて、大きく育てる」を実践している会員さまをご紹介しますので、ぜひ参考にしてみてください。

【フレッシュマンサービス】さま
<http://ihin.freshman-s.com/>



神奈川・東京・相模原エリアの遺品整理 部屋片付けなら、横浜事務所認定の「遺品整理&片付け屋さん フレッシュマンサービス」にお任せください。

神奈川 東京 全域対応

お問い合わせ・ご相談・お見積り無料です
フレッシュマンサービス に お気軽にお電話ください
0120-972-204
フレッシュ
お電話受付時間：9：00～20：00

あなたの街の遺品整理&片付け屋さん

トップページ ▶ 当社の特徴 ▶ サービス案内 ▶ 料金案内 ▶ よくあるご質問 ▶ 作業事例ご紹介 ▶ 会社案内 ▶ お問い合わせご相談

天国への最後のお引越しのお手伝い

ご遺族の「不安」を「安心」に
思い出の品を丁寧に整理します

お問い合わせ・ご相談はこちら

お問合せ・ご相談は、お電話またはお問合せフォームよりお気軽にお問い合わせ下さい。

当社では、無理な勧誘やしつこい営業は一切いたしません。
どうぞ安心してお問合せください。

お電話でのお問合せはこちら

神奈川/東京エリア対応の遺品整理業者です
遺品整理&片付け屋さん フレッシュマンサービスによるこそ

神奈川 東京 相模原エリアで 遺品整理 生前整理 部屋片付け をお考えなら、認定遺品整理士在籍の「遺品整理&片付け屋さん フレッシュマンサービス」にお任せください。

遺品の整理、ご供養、生前整理、部屋の片付け、不用品回収&リサイクル、遠隔地への運搬、清掃まで、「親切丁寧をモットーに」「安心して頼める遺品整理&片付け屋さん」として、“誠心誠意”頑張らせていただきます。

<次のページへ続く>

お問い合わせも現在は、HP 開設した当初より約 5 倍になり、売り上げ実績も昨年対比で約 140%と右肩上がり順調で怖いくらいですw。

でも単に検索順位だけを上げれば良い訳ではなくて、お客様が求めているサービスを多く提供すること。不安をできるだけ払拭させ安心感を与えること。飽きさせない工夫をして旬な情報を継続していくことが大切で、それらを自分自身の手で更新作業・サイト運営しているからこそ感じられた実感でもありました。

ホームページもお店と一緒に、開店してからが大事であって、店舗賃料が抑えられ（サイト運営費）、人（業者）に任せっきりせず、定期的に売り場を改装したり（ページ更新）、新商品を増やしたり（ページ増）するノウハウも必要。あとチラシや広告（SEO 対策）、お店に人の動きがあり（新着情報・ブログ）、お店の実績、オーナーや店長やスタッフの人となり（実績・挨拶・写真・スタッフ紹介）も大事な点です。

それとなんととっても忘れてはならないのが、販売実績とノウハウがある”テナント力”（あきばれ HP）は大きいと思いますね！！

もっと上げたらキリがないですが、実際に私が【あきばれ HP】でサイト運営を実践してみて肌で感じた事です。あきばれさんのコンセプトである、”小さく始めて大きく育てる”の意味が、実際にリアル店舗で失敗した経験がある私には納得させられました（苦笑）。（でも逆に考えると、他店から学んで自分から行動できないオーナーや店長は厳しいかもしれない…）

今では、この「あきばれ HP」という”テナント”から撤退するつもりはなくて、2 店舗目（引越しサイト <http://move.freshman-s.com/>）を 2015 年 1 月に新規出店。さらに 3 店舗目（便利屋サイト <http://www.freshman-s.com/>）を今月に他のテナントから移店させてリニューアル出店させる予定です（3 店舗複数契約）。

フレッシュマンサービス
渡邊 昭年さま

Ⅱ 理論編

ここからは、ホームページで成果を出すためのノウハウを、体系的に学んでみましょう。

1. インターネットの基礎知識
2. WEB マーケティング入門
3. ホームページのコンテンツ入門
4. アクセスアップ（SEO）入門
5. スマホサイト入門

1. インターネットの基礎知識

前章までで、CMSを使った「自分で更新できるホームページ」の可能性についてはご理解いただけたと思いますので、本章からは反応のとれるホームページを制作するノウハウをお話ししていきます。

はじめに、ホームページを作成する際に最低限覚えておいた方がよいインターネットの基礎知識についてご説明しましょう。

1) インターネット利用者の特徴

営業戦略を立てるときには、まずお客さんのことを理解しようと思えますが、ホームページも同じです。御社のホームページにアクセスして来るお客さんの特徴を、まず最初にきちんと理解しておきましょう。

インターネット利用者は、インターネットを「情報収集」のために利用します。後ほど詳しくお話ししますが、ネット利用者の最大の目的は「**情報収集**」ですので、この点をぜひ念頭に置いておきましょう。

そして「情報収集」するインターネットの利用者は、**文字を読むのが大好き**です。

彼らは何かの情報を入手しようとホームページにアクセスするわけですが、その情報の多くは「**文字**」で提供されます。

たとえばプロ野球の結果を見ようとしても、4番バッターの「**写真**」だけでは試合の結果はわかりません。写真はあくまでも補足的な情報であり、試合の詳しい状況は「**文字**」を読まないと分からないのです。

ネットに詳しくない経営者の中には、**絵や写真を多用したほうがホームページの反応がとれる**と誤解している方がいらっしゃいます。

でもインターネットユーザーは、写真だけのホームページを敬遠します。写真がたくさん並んでいても、**自分に必要な情報が手に入らない**からです。

絵や写真はあくまでも補助的なものと考えてください。

ホームページで反応をとるには、**アクセス者が必要とする情報を、きちんと「文字」で伝える**ことが必要なのです。

またインターネット利用者は、とても「**せっかち**」です。彼らは情報を探しのいろいろなホームページを見て回りますが、そのホームページに自分の探している情報がないと、すぐに次のホームページへと移動してしまいます。

ネットの世界には「**7秒ルール**」というのがあります。これはホームページにアクセスした最初の**7秒**で自分に必要な情報があるかどうかを判断し、必要な情報がないと思うとすぐに他のホームページに移動してしまう、というものです。

あなたのホームページにアクセスしたお客さんは、最初にホームページをパッと見て、そこに自分のほしい情報が見つからないと、**7秒**で立ち去ってしまうのです。それくらい「**せっかち**」なのが、あなたのホームページにアクセスしてくるお客さんなのです。

◇インターネット利用者とは？

以上を整理すると、あなたのホームページを訪れるのは、こんなお客さんです。

- 非常にせっかちで
- 絵や写真よりも文字で書かれた情報が大好き

したがってあなたがホームページを作成する際には、絵や写真を多用した「見栄えが良いけど、中身がない」ホームページを作るのではなく、

- アクセスした人に必要な情報が、文書できちんと説明されている
- 内容が分かりやすく整理されていて、お客さんに必要な情報がすぐに伝わる

そんなホームページ作りを心がけてください。

そしてこのことは、文書が書ける人なら誰でも反応のとれるホームページが作れるということを意味します。「プロが作った、画像や動画で盛りだくさんの綺麗なホームページ」ではなく、「文字中心で情報が豊富なホームページ」ならあなたにも作れる、ということなのです。

2) サーバーとは？

さてそれでは、続いてサーバーについてお話しします。サーバーと言われてもイメージがわからないと思いますので、少し比喻で説明してみましよう。

あなたが仮に、地方に新しく出張所を構えることにしたとします。出張所を開設するためには、まず場所を借りる必要があります。いくつかのビルを検討して、入居するのにふさわしい物件を探すことでしょう。そして一番良い物件を選んで、どこかのビルの一室を借りることになります。

大きなビルがたくさんある部屋に分かれていて、そのうちの一室を契約して利用するわけです。ビルをあなたが一人だけで所有すると大変なお金がかかりますが、たくさんある部屋の一室を利用するだけなら、それほど費用がかかりません。

ホームページも同じで、サーバーという大きな場所の一区画を利用してホームページを公開します。ビルの一室を借りて出張所をオープンするように、サーバーの一区画を借りてホームページを公開するのです。

技術的な難しい話を理解する必要はありませんが、ホームページをインターネットで公開するためには、「サーバー」という場所が必要な点だけをご理解ください。

3) ドメイン名の重要性

それでは次に、ホームページの「ドメイン名」についてご説明します。

会社にとって社名（商号、屋号、等）はとても大切です。御社も何とかお客様に「会社名」を覚えてもらおうと、名刺に印刷したり、パンフレットに記載したり、あるいはいろいろと広告を出したりと、大変な苦勞をされている事と思います。

実はインターネットにも社名（商号）があり、この「インターネット社名」のことを

「ドメイン名」と言います。

たとえばソニーの場合だと、こんな感じです。

- ホームページ
http://www.sony.co.jp の **sony.co.jp** の部分
- 電子メール
taro_yamada@sony.co.jp の **sony.co.jp** の部分

これを「ドメイン名」と言い、インターネットで社名を表す公的な登録事項です。

この「ドメイン名」の特徴は、誰でも登録できること、そして**登録が早い者勝ち**だということです。したがって自分の会社名（商号）と同じドメイン名を取得したいと思っても、誰かに取得されているともう後の祭り、同じドメイン名は利用できません。

たとえば、私が設立プロジェクトに参画した「**アイワイバンク銀行**」（イトーヨーカ堂とセブンイレブンが作った銀行で、現在はセブン銀行）のドメイン名は、当時「**iy-bank.co.jp**」でした。本当は「**iybank.co.jp**」と、真ん中に横棒のないドメイン名を取得したかったのです。でも某企業に先に「iybank.co.jp」を取得されてしまったため、泣く泣く「iy-bank.co.jp」を使うことになってしまいました。

誰かに先に取得されてしまうと、もうそのドメイン名は使えません。したがって、インターネット上の商号（社名）である「ドメイン名」を早く登録しておくことは、インターネット時代の基本事項です。

◇自社ドメイン名取得のメリット

ところでこの「ドメイン名」を自社で取得すると、企業にとってどんなメリットがあるのでしょうか。

「名刺が格好よくなる」「企業として自社ドメインの取得は当然」といった点もあげられますが、一番のメリットは、**ホームページのアクセスアップに役立つこと**。

検索サイトの検索結果で、あなたのホームページを上位表示させるテクニックのことを「**SEO（検索エンジン対策）**」と呼ぶのですが、ドメイン名の取得はこの**SEOに有効**なのです。

技術的な話は省略しますが、3年くらいの長期的な観点で考えた場合、自社ドメインを取得した方が**SEO（検索エンジン対策）**にとっても有利ですから、ホームページを立ちあげるなら、ぜひ自社専用のドメイン名を取得しましょう。

2. WEB マーケティング入門

それでは続いて、「役に立つホームページ」を作るために、営業的な観点でホームページにどう取り組みればよいのか、すなわち「WEB マーケティング」のポイントについてお話ししていきましょう。

1) 集客とセールス

少しホームページの話から外れますが、**営業**についてあらためて考えてみたいと思います。

「営業」というと、営業マンの営業活動だけを思い浮かべる人が多いのですが、下記の2つに分けて考えてみてください。

- **集客** : お客さんを営業マンの前に連れてくるプロセス
- **セールス** : 営業マンが目のお客さんに、商品やサービスを説明して契約するプロセス

車の新車販売を例にとると、ショールームに訪れたお客さんに車の説明をして、車を購入（＝契約書に判を押す）してもらうための活動を「**セールス**」と呼び、通常は「**営業マン**」が担当します。

一方、ショールームにお客さんを連れてくるのは、実は営業マンの仕事ではありません。お客さんにショールームまで足を運んでもらうために、テレビCMを流したり、新聞に折り込みチラシを入れたり、ダイレクトメールを送ったりしますが、この部分は現場の営業マンが持つスキルとは別のノウハウが必要となります。

お客さんをショールームに足を運ばせる施策のことを「**集客**」とか「**販促**」あるいは「**マーケティング**」と呼びますが、いずれにしても営業マンが得意な「**セールス**」とは異なるスキルが必要とされます。

いくら凄腕のトップセールスマンでも、お客さんが目の前にいなければセールスできません。ショールームが閑古鳥では、営業する相手がないわけですから、当然売上があがりません。

◇集客の重要性

一般に営業マンの成績があがらないのは、セールスの営業テクニックがないからだ、と考えがちですが、実はそうではありません。テクニックがないからではなく、「営業マンがアプローチできる**お客さんがいない**」から、営業成績があがらないのです。

車を買いたいお客さんがショールームに溢れかえっていれば、多少セールスのスキルが低い営業マンでも車を売るのは簡単です。でもお客さんがショールームにいないければ、いくら凄腕の営業マンでも数字があがりません。

そして、お客さんがいない営業マンが仕方なく行うのが「**飛び込み営業**」。ショールームが閑古鳥だと、営業マンは地域のおうちを一軒一軒「**飛び込み営業**」することになってしまいます。

でも飛び込み営業が成果を上げにくいのはご存じの通り。セールスのテクニックが低い営業マンでは、靴をすり減らして営業しても、一件も売れないかもしれません。

こうして考えると、セールスのテクニックよりも、**目の前にお客さんがいること**の方が、はるかに大切なことだということがお分かりいただけると思います。

セールストークをいくら磨いても、お客さんがいなければ、そのスキルは宝の持ち腐れ。営業マンに仕事をしてもらうためには、まずお客さんを集めて（集客）、**お客さんを営業マンの前に連れてきて**あげなければいけません。

多くの経営者は、客前でのトークといった「営業テクニック」の向上にばかり目を向けがちです。でも車を買いたいお客さんがショールームに溢れかえっていれば、セールスのテクニックがなくても車は売れます。だから「営業スキル」を高めるより、「**集客のスキル**」を高めた方が、売上アップには効果的なのです。

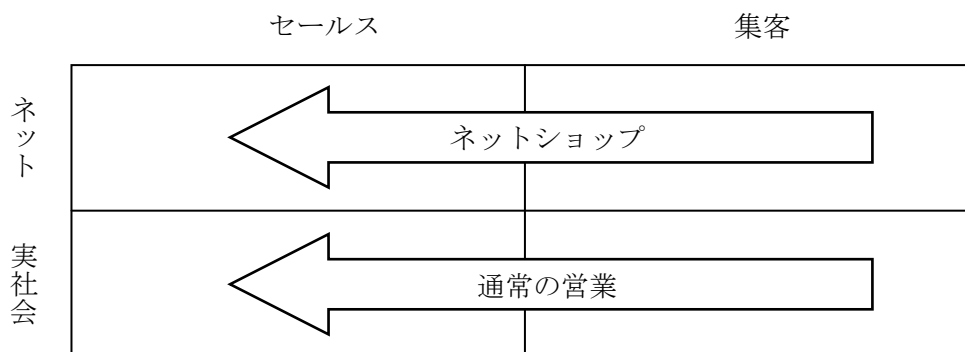
◇ホームページを集客に利用する

この「**集客にホームページを活用する**」というのが、「役に立つホームページ」を実現するためにお勧めの方法。

ホームページを使ってお客さんを集め、そのお客さんに営業マンがセールスする、そんな仕組みを作るのです。営業マンが一番困っている、「**お客さんを集める**」部分を、ホームページの力を借りて実現していくのです。

2) ネットと実社会

さて、次図は「集客」と「セールス」の関係をまとめたものです。



下部の「**実社会**」は、御社を含めた通常のビジネスの世界です。多くの会社は、実社会で「**集客**」し、実社会で「**セールス**」します。

たとえば新聞の折り込みチラシでショールームに「集客」し、ショールームの営業マンが「セールス」する、そんな営業活動を行っているのです。

一方、上部の「**ネット**」は、ネットショップの世界。ネットで「**集客**」して、ネットでそのまま「**セールス**」します。ネットで「集客」も「セールス」も両方行うのがネットショップなのです。

そしてネットショップで成功するには、「**ネットで集客するノウハウ**」と、「**ネットで**

セールスするノウハウ」の両方が必要になります。

この二つのうち、「ネットでセールス」するのは、とても高度なノウハウが必要。ネットでセールスしようとする、実際にモノを見たり触ったりすることなく売らなければいけません。

お客さんに実物の商品を見せずに売る売り方を「**通信販売**」と呼びますが、ネットでセールスしようと思うと、この「**通信販売のノウハウ**」が必要になってくるのです。

そのためこの「通信販売のノウハウ」を持っていない企業がネットで売ろうと思っても、なかなか売れません。御社がいきなりカタログ販売をやれと言われても難しいと思いますが、それと同じくらい難しいのがネットで販売することなのです。

ですから今まで通信販売をやったことのない企業は、「**ホームページでセールスすること**」は諦めた方が無難です。決して無理とはいいいませんが、「通信販売のノウハウ」を身につけるまで、ほとんど売上があがりません。少なくとも1年は売上が経費を下回る状態が続くと覚悟してください。

3) ホームページでお客さんを連れてくる

さて、こうした通信販売のノウハウを持たない多くの企業にお勧めしているのが、「ネットで集客」して、「実社会でセールスする」という考え方。



前ページの図のように、今までの「実社会での集客」に加え、「ネットで集客」するプロセスを加えましょう。「ネット」で集客し、そのお客さんを「実社会」に連れてきて、あとは営業マンがセールスする、そんなプロセスに変えていくのです。

むずかしい「ネットのセールス」は諦めて、今まで通り営業マンや店頭でセールスしましょう。そして、今営業マンが困っている「お客さんを集める」部分に、ネット、すなわちホームページを使うのです。

ネット（ホームページ）で集客して、そのお客さんに電話で問い合わせしてもらいましょう。電話さえもらえれば、営業マンが飛んでいって、得意のセールステクニックを駆使してセールスできると思います。

あるいはホームページで集客して、店頭に来店してもらってもいいでしょう。

今までやっていた新聞の折り込みチラシや広告の代わりに、ホームページでお客さんを集めるのです。難しい「ネットのセールス」は諦めますが、そのかわり「ネットで集客」するためにホームページを使うのです。

4) ホームページの目的は集客

ぜひ売れもしない商品を一生懸命ホームページで売ろうとするのではなく、ホームページで「集客」することに注力してください。ホームページの最大の目的は、ホームページ経由でお客様に問い合わせしてもらうこと、という風に考えてみましょう。

まずホームページにアクセスしてくれたお客様に、サービスや商品の魅力を伝えましょう。ホームページの内容がよければ、お客様はサービスや商品に興味を持ってくれます。

そして、ホームページにアクセスしてくれたお客様に、電話でもメールでも構いませんから、問合せしてもらいましょう。もちろん資料請求やサンプル請求でもかまいません。店舗をお持ちの会社なら、直接来店してもらってもいいでしょう。

その後は、今までの営業活動と同じです。今までチラシで集めていたのが、今度はホームページに変わっただけ。今までと同じやり方でセールスすれば、すぐに成果が出ることと思います。

このように、ホームページでお客様を集めることに注力することが、ホームページで成果をあげる最も簡単な方法です。

売るためのホームページではなく、「お客様を集めて、営業マンの前に連れてくるためのホームページ」。ぜひそんな風に考えてホームページの活用法を検討してみてください。

◇成功事例のご紹介

ホームページで「集客」する営業方法で成果をあげた、弊社会員さまのお便りをご紹介いたしますので、ぜひ参考にしてみてください。

【有限会社本多工務店】さま
<http://www.honda-k.com>

お気軽に お問い合わせください
hearthome@honda-k.com
0120-989-712
▶ お問い合わせフォームはこちら

トップページ ▶ 家づくりコンセプト ▶ リフォームをご検討中の方 ▶ お客様の安心 ▶ 新築施工例 ▶ リフォーム施工例 ▶ お客様の声 ▶ お問合せ

エアサイクルの家

トップページ
お役立ち情報
コラム
新築をご検討中の方

新築をご検討中の方

- ▶ 家づくりのコンセプト
- ▶ エアサイクルの家 実績！家が建つまで

リフォームをご検討中の方

- ▶ 断熱リフォーム
- ▶ 水まわりリフォーム
- ▶ オール電化

施工例

新築住宅

2009年の1月から利用させていただいている本多工務店と申します。

弊社ではホームページを立ち上げたのは比較的早い約15年ほど前となります。そのころから御社に出会うまでは、ホームページは自作にて運営しており、一日の閲覧者数は最大で20件程度、問合せは記憶の限りで10年間で5～6件程度でした。

2008年、その状況を打開するべく、ホームページ制作会社を紹介していただいたりしながら見積もりを取っておりましたが、製作費に30～50万円程、更新に5～10万円という見積もりが多く・・・弊社のような零細企業にそこまでの予算を投入するほどの力はありませんでした。

そんな折に、御社と出会いました。初期費用が5万円と安く、多分、その日のうちに申し込みを済ませたのではなかったかと思えます。

<次のページへ続く>

導入して約1週間でサイトを立ち上げ、約2ヶ月後には最初のお客さまからの問い合わせ、その後もコンスタントに問い合わせが届くようになっております。訪問者数も爆発的に上り、1日に平均して100人程の訪問者があるようです。

また、サイトを立ち上げた1年後には**400万円のリフォーム**が1件、**200万円程の太陽光発電システム**が3件、純粋にホームページ経由で受注ができており、過去の10年間は何だったんだ・・・と思う程の成果です！

これ以外の成果として、見学会等のチラシへホームページアドレスを必ず刷り込むようにしておりますが、多くのお客様が**スマホサイト**や**携帯サイト**で事前情報を仕入れてから見学会等のイベントへ足を運んでくださるようになっております。

通常、お客様と最初に会ってから要望を聞き取るまでに3段階程の心の壁を感じていたのですが、確実に1～2段階の心の壁を取り除いて来て下さっている感覚を感じます。

これは特に意識することなくスマホサイトや携帯サイトまで出来上がってしまうという御社の大きな特徴であり、利点だと思います。

有限会社本多工務店
代表取締役 本多勝雄さま

3. ホームページのコンテンツ入門

前章では、「ホームページで集客して、お客さんに問い合わせしてもらおう」という考えをお話ししました。つづいて本章では、「どんなコンテンツ（内容）をホームページに用意すれば、お客さんが**問合せしてくれるか**」を考えていきたいと思います。

1) お客さんは複数のHPを比較する

最初に、インターネットの利用ユーザー（**ネットユーザー**）の行動について考えてみましょう。

ネットユーザーはインターネットを利用する際に、**複数のホームページを比較**しながら情報収集を行います。特に商品やサービスの購入を考えている場合は、申し込む前に複数のホームページにアクセスして、じっくり比較検討を行います。

もちろん実社会でも比較は行われますが、比較する手間が大変なので、それほど多くの企業の比較は行われません。

しかしネットの場合、簡単に複数のホームページにアクセスできますから、実店舗よりも比較される可能性ははるかに高くなります。

したがって御社のホームページを訪れる人は、**確実に御社のライバルのホームページも訪れています**。お客さんは、御社のホームページとライバルのホームページを見比べながら、どちらの会社が良いかを比較します。

比較の結果、ライバルをお客さんが選んだ場合、**御社への問合せは発生しません**。御社よりライバルの方が良いと判断したお客さんは、御社ではなく、ライバルに問い合わせや資料請求を行います。御社のホームページがライバルに見劣りしていると、あなたの知らないところでお客さんはライバルに流れてしまうのです。

ですから、ライバルのホームページよりもお客さんにアピールできるホームページを作らなければいけません。単にお客さんに対してアピールするのではなく、「**ライバルよりも**」アピールできなければいけないのです。

それでは、あなたのホームページを見たお客さんに、ライバルではなく御社に問合せしてもらうには、どうすればいいのでしょうか。いくつかポイントがありますが、次の3点に気をつけてホームページを作成しましょう。

- ① ライバルより信頼してもらおう
- ② サービス・商品のメリットを伝える
- ③ 専門家としての情報を提供する

2) ライバルより信頼してもらおう

アクセスがあっても、ほとんど問合せがないホームページの場合、その原因としてまず考えられるのは以下の理由です。

ホームページの信頼感がないため、**お客さんが不安に思っ**て、問い合わせる気になら

ない。

あなたのホームページを初めて訪れる人は、あなたの事を、そしてあなたの商品やサービスのことをまったく知りません。お客さんはまったく知らない企業のホームページにアクセスするのですから、**警戒心一杯**であなたのホームページを見て回ります。

あなたは、せっかくアクセスしてくれた人に「資料請求」や「問い合わせ」をしてもらいたいと考えています。

でもお客さんが資料請求するには、あなたに**住所や電話番号等の個人情報**を教えなければなりません。最近では個人情報漏洩の事件が続発していますから、お客さんの警戒心はとても強くなっています。

「このホームページは、なんか胡散臭いな」とか、「このホームページを運営している企業は大丈夫かな」という気持ちを少しでも持たれたら、お客さんはなかなか問合せしてくれないのです。

お客さんのこうした警戒心を取り除くためには、まず**お客さんに「信頼」**してもらう必要があります。お客さんに問合せしてもらうための最重要ポイントは「**信頼感**」なのです。

あなたのホームページが反応を得られるかどうかは、あなたのホームページがお客さんに「信頼」してもらえるかどうかにかかっています。ライバルよりも**あなたの方を信頼**してもらえないと、お客さんはライバルに流れていってしまうのです。

◇信頼獲得は身元を明らかにすることから

それではどうすれば、アクセスしたお客さんに信頼してもらえるのでしょうか。

ホームページを通じてお客さんの信頼を得るポイントはいくつかありますが、まずは自分の身元を明らかにしましょう。

会社名、住所、電話番号、FAX 番号、メールアドレス等、連絡先を明示しておきましょう。電話番号は、必ず固定電話の番号を掲載しましょう。携帯電話の番号しか掲載しないと、お客さんの信頼を得るのは相当難しいです。

◇社長やスタッフの顔写真を掲載する

また社長さんやスタッフの顔写真を掲載すると、お客さんが安心します。

「顔写真を載せるくらいだから、きっと信頼できるだろう」という風を感じてもらえるのです。

◇お客さまの声を掲載する

さらに御社の「お客さまの声」をホームページに掲載すると、新規客の信頼を得られやすくなります。

なるべく多く「お客さまの声」を掲載しましょう。お客さまの声が多ければ多いほど、「この会社はたくさんのお客さんから信頼されているんだ」という風を感じてもらえます。

こうした情報をホームページに掲載して、ライバルよりも「信頼できる」という風を感じてもらいましょう。これがまずは第一歩です。

3) サービス・商品の魅力を伝える

さてホームページの反応をとるために、信頼感と同じくらい大切なのが、あなたのサービスや商品の魅力を伝えること。

ホームページにアクセスしたお客さんに、御社サービス・商品の素晴らしさを伝え、ライバルよりも魅力的だと感じてもらうなければいけません。

ただし、ホームページにアクセスする人は、必ずしもあなたの商品・サービスを購入しに来ているとは限りません。

あなたの商品・サービスを探してホームページにやってくるというよりも、自分の「悩みやニーズ」を解決する「手段」を探して、「たまたま」あなたのホームページにやって来たのです。

◇悩みやニーズを解決できると伝える

したがって、単にサービスや商品のスペック（機能概要・サービス概要）を羅列するだけでは、こうしたお客さんの気持ちをつかむことはできません。気持ちをつかめないとお客さんはすぐにライバルのホームページへと移動してしまいます。

単にサービス・商品のスペックを並べるのではなく、

- あなたのサービスや商品を利用すると、
- **なぜ**、お客さんの悩みやニーズを解決できるのか？
- **どんな風**に、悩みやニーズが解決するのか？
- **なぜ他社よりも御社の方が**、ニーズや悩みを解決できるのか？

といった説明をしなければいけないのです。

単に商品・サービスのスペックを箇条書きにするのではなく、

「ライバルよりも弊社の方が、あなたの悩みやニーズを解決できます」

という説明を、サービス・商品の紹介とからめて書きましょう。そうすることで、お客さんの気持ちをつかむのです。

商品やサービスのスペックだけでは、お客さんの心は動きません。でも「**自分のニーズや悩みを解決してくれる情報**」になら、興味を示してくれるはず。

ホームページを通じて、御社のサービス・商品のことを、「**私のニーズや悩みの解決に役立ちそう**だ」と思ってもらうのです。「役に立ちそうだ」と思ってもらえれば、お問合せや購入といった反応につながっていきます。

◇客先で話している内容

とは言っても、イメージがつかめないかもしれません。そういう方は、あなたが**お客さんの前で話している内容**を考えてみてください。

反応がとれないホームページの典型的なパターンは、「会社案内」と「サービス一覧」だけを掲載したものです。これでは、客先で「会社紹介パンフレット」と「サービス一覧」だけ渡して、あとは一切話しをしないようなもの。

あなたが客先に行った時に、パンフレットだけ渡して、あとはサービス・商品の説明をまったくしない、ということはありません。きっとパンフレットに書いていない話も含めて、いろいろな角度からサービス・商品の魅力を説明していると思います。

そうであれば、その「**お客さんの前で話しているサービス・商品説明**」をホームページに掲載しましょう。お客さんの前で話している内容をそのままホームページに載せればいいのです。

実は客先で話しているときは、無意識に「**弊社は、あなたの悩みやニーズをこんな風に解決できるんですよ**」という説明をしているはず。それは、そういう説明をしないとお客さんが申し込んでくれないから。

お客さんの前でパンフレットに書かれている商品説明の一覧をそのまま読み上げるのではなく、

「この化粧品を使うと、**あなたのお肌が5歳若返りますよ**」

「当事務所の顧問サービスをご利用いただくと、税金の処理に**不安があった時にいつでもご相談いただけます**」

という風に「**弊社の商品・サービスはあなたのお役に立ちます**」という話をしているはずなのです。

◇お客さんのニーズ・悩みを解決できます

客先では誰も、お客さんの反応を見ながら話題を変えています。自分のサービスや商品のスペックを一方的に話していると、お客さんが興味を示さなくなりますから、その場でお客さんが興味をしめず話題に変更するのです。

そしてそれは「**弊社のサービス・商品は、こんな風にあなたのニーズや悩みを解決できますよ**」という話だと思います。

であれば、その内容をホームページに掲載しましょう。実際に客先でお客さんが興味を示した内容は、同じようにホームページを訪れたお客さんも興味を示します。あなたが客先で無意識に選んでいる話題は、**他のお客さんにも同じように魅力的に伝わる**のです。

客先で話している「**弊社のサービス・商品は、あなたニーズ・悩みを解決できます**」という内容を、なるべく多く掲載すれば、ライバルよりも御社の方が魅力的とってくれるのです。

◇ホームページに掲載する商品・サービス案内

以上お話ししてきたように、ホームページに掲載すべきサービス・商品の説明とは、サービス・商品の「スペック」を羅列したものではありません。あるいは、無味乾燥なパンフレットの内容を、そのままコピーしたものでもありません。

ふだん「客先で話している内容」、すなわち「お客さんが興味を持って一生懸命に聞いてくれる内容」こそが、反応のとれるホームページのコンテンツになるのです。

ぜひこうした客先で話しているサービス・商品の説明情報をホームページに用意しましょう。

4) 専門家としての情報を提供する

ところで、ホームページにアクセスするお客さんには下記2種類のタイプがいます。

- **今すぐ客**

サービス・商品の購入を決めていて、業者比較に入っている状況のお客さん

- **そのうち客**

今すぐ申込みを考えているわけではなく、将来の購入にむけて、いろいろと情報を収集している状況のお客さん

上記のうち「今すぐ客」には、前節でお話ししたような「サービス・商品説明」の情報が効果的です。

一方、「そのうち客」については、サービスや商品の説明をしても、あまり反応を示してくれません。「今すぐ客」と違って、まだサービスや商品の購入を決定しているわけではないので、サービス説明そのものには、たいして興味を示さないのです。

そんな「そのうち客」に有効なのが、「**専門家としての情報提供**」です。

◇ネットユーザーは情報収集のためにインターネットを利用

そもそもネットユーザーがインターネットを利用する目的の多くは、「情報収集」です。

収集する情報は、スポーツの結果だったり、株価だったり、あるいは仕事の調べものだったり様々ですが、何らかの「情報」を得るためにインターネットを利用します。

そのため誰かのホームページにアクセスしても、そこに必要な情報がないと、すぐに他のホームページに移動してしまいます。逆に情報が豊富にあるホームページには、頻繁にアクセスして必要な情報を収集します。

ネットユーザーは特定のホームページにこだわることなく、「**自分の役に立つ情報**」を求めて、インターネット上のホームページを渡り歩きます。

そして、これはあなたのホームページを訪れる人も同じです。せっかくあなたのホームページを訪れたとしても、そこに求める情報がなかったとしたら、その人はすぐに次のホームページに移動してしまうのです。

あなたのホームページを後にしたお客さんは、恐らくあなたのライバルのホームペー

ジを訪れます。そしてライバルのホームページに求めていた情報があった場合、しばらくそのホームページに滞在して、あちこちのページをクリックしながら自分に必要な情報を収集します。

その過程で、ライバルホームページに掲載されたサービスや商品ページにも目を止めるでしょう。そしてそのまま、御社のライバルホームページで資料請求や問合せを行ってしまうのです。

一方、情報量に劣るあなたのホームページには、決してお客さんは戻って来てくれません。

従ってライバルに勝ちたいのであれば、ライバルのホームページよりも情報を充実させましょう。アクセスした人を掴んで放さないように「役に立つ情報」を充実させるのです。そうすれば、お客さんからの問合せに確実につながります。

◇お客さんに役立つ専門家の情報

それでは、どんな情報を提供すればお客さんの役に立つのでしょうか。あなたのホームページで提供すべき情報について少し考えてみましょう。

一番お客さんに「役に立つ」と思ってもらえるのが、「プロの専門家としてのアドバイス」です。

専門家としての実力をアピールできるような、読んだ人が思わず唸るようなコンテンツをホームページに掲載することが効果的。

お客さんの所に行ってお話しする際に、お客さんが「へえ〜、そうなんですか！」と膝を打つようなネタをお持ちだと思いますが、こうした情報をコンテンツとして提供しましょう。

そのコンテンツを読んだ人が、「この会社は詳しいな〜。この分野の専門家なんだろうな」と思ってもらえるような内容がおすすめです。

お客さんはホームページでサービスや商品を探すときに、できれば「一番詳しい専門家」がいる会社、あるいは「その分野で一流のプロ」がいる会社で申し込みたいと考えます。

そして「専門家」あるいは「プロ」と思ってもらうためには、「専門的なノウハウ」をコンテンツとして提供するのが効果的なのです。

◇話したい情報と、聞きたい情報

ただし忘れてならないのは、そうしたアドバイスコンテンツをお客さんに読んでもらわなければいけない、という点です。いくら役に立つコンテンツであっても、お客さんが読んでくれなければ、何の役にも立ちません。

仕事柄、いろいろとホームページの相談を受ける機会が多いのですが、「この内容ではお客さんは興味をまったく示さないのでは？」と覚めることも少なくありません。

ぜひ「自分がお客さんだったとして、このホームページを読む気になるかな？」と考えてみましょう。もしかしたら多くの方は、「う〜ん」という感じになってしまうかも

しれません。

実は、お客さんが読んでくれるのは、**お客さんが「知りたい」情報**です。しかしよくあるのは、**自分が「話したい」情報**を一生懸命ホームページにアップするケース。

あなたの「話したい」情報はたくさん掲載されているものの、お客さんはちっともその情報を「知りたい」と思っていない、そんなホームページは少なくありません。

あなたが「話したい情報」ではなく、お客さんが「**知りたい情報**」をコンテンツとして提供しないと、お客さんは決して読んでくれないのです。

たとえば税理士さんのホームページで多いのが、**税制改正ニュース**を提供するというパターン。

税制改正のニュースというのは、税理士の先生には重要かもしれませんが、一般の経営者は**ほとんど興味を持ちません**。したがって、小難しい専門用語が満載の税制改正ニュースのページをいくら充実させたとしても、お客さんの反応はあまり得られないのです。

お客さんが知りたいのは、税制改正の内容ではなく、その改正で「**自分が支払う税金**」が**どうなるのか**、その一点です。

したがって、税制改正の条文をそのまま掲載するのではなく、「来年度の税制改正を活用した節税ポイント」とか、「新制度でよけいな税金を払わない方法」といったコンテンツのほうが、お客さんに喜ばれるのです。

◇客先で話している内容を掲載する

もしこういう「お客さんが知りたい情報」のイメージがわからないようなら、あなたが**お客さんの前で話している内容を考えてみましょう**。

たとえば先ほどのケースでは、税理士の先生が顧問先の社長さんの前で、**税制改正の条文を一行一行解説**したりはしないと思います。そんな話をしても、社長さんは絶対喜びませんから。

そうではなくて、「税制が変わったから、今期はこの経費を抑えたほうが良いですよ」とか、「この資産を購入しておけば、節税になりますよ」といった話をしているはずで

す。もしそうなら、その話をホームページで提供すれば良いのです。お客さんの前で話している内容というのは、お客さんが「興味を持つ」から話しているわけですから。その内容をホームページで提供すれば、当然、同じように**他のお客さんは興味を持ってくれる**のです。

前節の「サービス・商品説明」の所でも、「客先で話している内容を掲載しましょう」とご説明しましたが、それと同じです。

客先で話している「**プロの専門家としてのアドバイス情報**」をホームページに掲載すれば、それはそのまま「お客さんが知りたい情報」、すなわち「ライバルサイトに移動せずに、あなたのホームページで読み続けてくれる情報」になるのです。

◇専門的な情報を充実させる

これからは、「サービスや商品の紹介」を並べるだけではなく、ホームページの6割くらいのコンテンツを「プロとしてのアドバイス情報」にすることをおすすめします。読者を感じさせる「プロとしての専門知識」をコンテンツとしてたくさん用意して、お客さんにアピールしていくのです。

たしかに最初からこうしたコンテンツを用意するのは大変かもしれませんが、前節で述べたようなサービス・商品の紹介コンテンツが一通りそろったら、こうした「アドバイス」コンテンツ、あるいは「ノウハウ」コンテンツを増やしていきましょう。

アドバイスコンテンツにお客さんが興味をもってくれば、ホームページの中をいろいろと見てくれるようになります。そうすればそのうち、サービス・商品ページにもアクセスしてくれます。そしてその内容に興味を引かれて、やがて問合せへとつながっていくのです。

以上いろいろとお話ししてきましたが、

- ライバルより信頼してもらおう
- サービス・商品のメリットを伝える
- 専門家としての情報を提供する

といったコンテンツが、ホームページ経由のお問い合わせを獲得するのにお勧めです。最初からこうしたコンテンツをすべて用意するのは難しいかもしれませんが、徐々に充実させていきましょう。

◇成功事例のご紹介

ホームページに豊富なコンテンツを掲載することで、素晴らしい成果をあげた弊社社員様の事例をご紹介しますので、ぜひ参考にしてみてください。

【美馬克康司法書士・行政書士事務所】さま <http://mima.blogdehp.ne.jp/>

埼玉県越谷市にある相続・離婚・遺言を専門する美馬克康（みま かつやす）司法書士・行政書士事務所。財産トラブルでお困りならお任せください！

相続・遺言・離婚 越谷市の
美馬克康司法書士・行政書士事務所
アクセス：東武スカイツリーライン「せんげん台」駅下車 西口1分
ご来訪：7:00～21:00（ご予約下さい）通常営業時間：8:30～18:30

お気軽にお問合せください
048-970-8046
お問合せフォームはこちら

初回一般相談無料
土日祝日営業の年中無休

お問合せはこちら

相談無料 せんげん台駅 1分 土日祝日も 営業 7時～21時 必来訪（要予約）

相続・相続放棄・離婚・遺言・登記名義変更・公正証書サポート／専門
内容証明書・示談書（和解契約書）・成年後見・支払督促／経験豊富
抵当権抹消9800円（全費用・報酬込／1不動産1抵当）／リーズナブル
株式会社設立28万円（印鑑カード・全部事項証明取得含む）

お問合せはこちら

まずは、「無料相談」のご利用を / 駐車場有り（共用・要ご予約）

一、ご好評記事の一部です。
青字の 該当記事を、「クリック」してご覧ください。

1. 相続放棄 / → 相続放棄・事実上の相続放棄・放棄の期間
2. 遺産分割 / → 遺産分割・遺産分割協議・分割時期と当事者
3. 相続全般 / → 法定相続・生命保険金の相続・代位相続①
相続登記・遺留分・特別受益者・相続人廃除
4. 離婚全般 / → 財産分与・財産分与と慰謝料・親権者の定め
協議離婚・裁判離婚・DV離婚・不倫離婚
5. 遺言全般 / → 遺言書・自筆証書遺言・作成例・遺言撤回制限
6. 公正証書 / → 公正証書入門・公正証書遺言の要件

お電話でのお問合せ
048-970-8046
k-mima@m5.gyao.ne.jp
ご来訪時間：7:00～21:00
※ご予約ください
通常営業時間：8:30～18:30
（土日祝日営業の年中無休）
お問合せフォーム

当事務所で受注するご依頼の内、8割以上がホームページ経由です。

作成から約7年。現在では約210の記事を掲載しています。それを見られたお客様が来訪なされる、うれしいですね。他の一般的な業者のホームページ作成サービスでは、自由なコンテンツの追加が困難でしょうし、金銭的にもアウトです。貴社のサービスにお世話になっていないと、とても無理だったでしょう。

仕事のなかった暇な時期に、どんどんコンテンツを増やしました。それが、今のお客様につながっています。当初は、1日1本の電話さえも無かった時期もありました。明日を信じて、ひたすらコンテンツを作成したのが良かったのでしょうか。さらにコンテンツを増やしたいのですが、多忙でストップしています。ご依頼が重なり、お仕事をお断りしたこともあります。昔は考えられなかったことです。

<次のページへ続く>

入会当初はスタッフの方に手取り・足取りで、本当にお世話になりました（勿論、現在でもお世話になっています）。皆様方、大変親切で優しく、電話も気軽にできるのが良いですね。どのような質問もばかにされない、本当に助かります。

美馬克康司法書士・行政書士事務所

代表 美馬克康さま

4. アクセスアップ（SEO）入門

前章では「ホームページの反応をあげるために、どんなコンテンツを用意すれば良いのか」というお話しをしました。でも、いくらコンテンツが良くできていても、アクセスする人が誰もいなければホームページの反応はあがりません。

そこで本章では、「ホームページにアクセスしてもらおうテクニック」についてお話ししたいと思います。あなたのホームページをお客さんにたくさん訪れてもらうためにどうすればよいか、じっくりと学んでみてください。

1) ホームページは荒野の一軒家

まず最初にご理解いただきたいのが、「ホームページは荒野の一軒家」だという点です。

あなたがお店を出店する時には、人通りが多い所に出すと思います。人通りが多い場所にお店を出せば、あとは目立つ看板やおしゃれなショーウィンドウで、お客さんは放っておいても店の中に入って来ます。

でもインターネットでは、あなたのホームページの前を通るお客さんは一人もいません。あなたがインターネットにホームページを公開したとしても、それだけではあなたのホームページができたことを知っている人は、誰もいないのです。

現実のお店であれば、通りを歩いていて新しい店ができれば、皆それに気が付きます。

でもインターネットという荒野にあなたがお店を出したとしても、そのことを教えてあげなければ、誰もあなたのホームページの存在を知りません。ですからホームページを作っただけでは、お客さんは誰も来てくれないのです。

言い方を変えると、現実のお店では「店の前を通っているお客さんを、いかに店の中に連れてくるか」がポイントです。

一方ホームページの場合、「あなたのホームページの存在を知らないお客さんに、いかに知ってもらうか」がポイントとなるのです。

したがってホームページでは、現実の店に比べて「集客」の重要性が格段に増します。この「集客」のことをインターネットの世界では「アクセスアップ」と呼びますが、これはホームページが成功するための最重要項目の1つです。

2) SEO（検索エンジン対策）とは

さて、あなたのホームページへのアクセスとしては、大きく「広告」経由と「検索エンジン」経由の2つがあります。

コストをかけても良いのであれば、広告を使うことで手っ取り早くアクセスを集めることができます。でも、できればあまりコストをかけずにアクセスを集めたいという方は、SEO（検索エンジン対策）を行いましょう。

「SEO」と書いて、「エス・イー・オー」と読み、Search Engine Optimization の略称です。

この「SEO（検索エンジン対策）」は、あなたのホームページを、Google や Yahoo! といった検索エンジンで上位表示させるためのテクニックをいいます。

いくらあなたが一生懸命ホームページを作っても、検索サイトの上位に表示されなければ、ほとんどアクセスは見込めません。検索結果の後ろの方、たとえば1,000番目くらいに表示されていても、誰もそこまで検索結果を見ませんから、当然あなたのホームページはクリックされません。

検索結果の上位に表示させることができ、初めてお客さんはあなたのホームページにアクセスしてくれるのです。

3) SEOのポイント① キーワードを埋め込む

それでは、検索結果で上位表示されるための施策、すなわち「検索エンジン対策（SEO）」のポイントをお話していきましょう。

◇上位表示させたい「キーワード」を選ぶ

まず最初に、ホームページに集めたいお客さんが検索しそうな「キーワード」を選びましょう。

一生懸命に検索エンジン対策を行っても、その対策を施した「キーワード」が、ターゲットとしているお客さんがまったく使わないキーワードでは、狙ったお客さんを集めることができません。

たとえば、ホームページで**女性むけの商品**を扱っているのに、狙ったキーワードが**男性しか使わないキーワード**だったとしたら、女性を集めるのは難しいでしょう。一生懸命そのキーワードで検索エンジン対策を行っても、アクセスしてくれるのは男性ばかり、という状態になってしまいます。

そうならないためには、SEOを行う前に、自社のホームページに来てほしいお客さんが検索サイトで使いそうな「キーワード」を洗い出しておきましょう。「お客さんはどんなキーワードを使うだろう」と想像しながら、具体的なキーワードをピックアップするのです。

たとえばこんな感じです。

東京都の新宿区で歯周病治療を専門に開業している歯科医院の場合

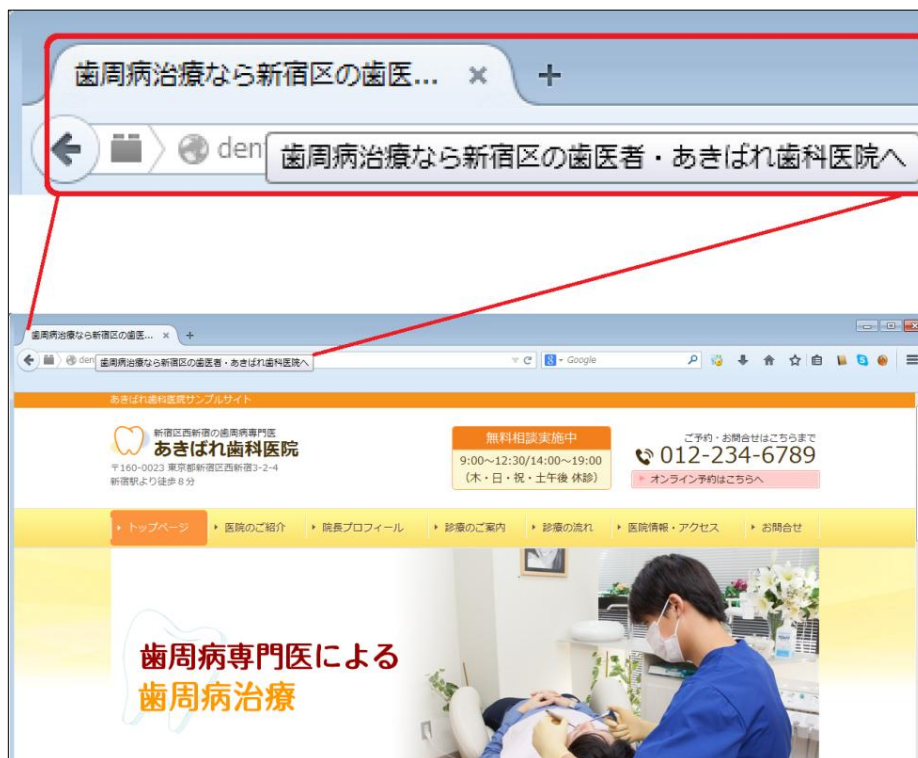
- ホームページにアクセスしてほしいお客さんは、新宿で歯科医院を探している人、歯周病に悩んでいる人
- そうすると、下記のキーワードが候補として考えられる
 - 歯科医院+新宿区
 - 歯医者+新宿区
 - 歯周病+新宿区

なお、あまりキーワードが多すぎると、どのキーワードでも上位表示できないアブハチ取らずになりがちですから、3～4個にキーワードを絞るようにしましょう。

◇ホームページにキーワードを埋め込む

次に選んだキーワードをホームページに設定します。設定した方が良い場所はいくつかあるのですが、最低限、以下の場所にはキーワードを設定しておきましょう。

◇「ページタイトル」にキーワードを埋め込む



「ページタイトル」とは、ブラウザのウィンドウ左上に表示される項目で、SEOの重要項目です。上の図をご覧くださいと、ブラウザの左上の部分に

歯周病治療なら新宿区の歯医者・あきばれ歯科医院へ

と表示されています。これが「ページタイトル」です。

この「ページタイトル」に、「新宿区」と「歯医者」「歯科医院」「歯周病」というキーワードが含まれていますが、これにより

歯科医院+新宿区

歯医者+新宿区

歯周病+新宿区

というキーワードで検索された時に、上位表示されやすくなるのです。

検索サイトは、この「ページタイトル」に含まれたキーワードを重要視します。詳しい技術的な解説は省略しますが、この「ページタイトル」にキーワードを含めることが、SEOに大変効果があるのです。

4) SEOのポイント② ホームページをリンクしてもらおう

ところで、いくらキーワードをホームページに設定しても、これだけではまだ足りません。他のホームページから「リンク」してもらわないと、上位表示されないのです。

実はあなたのホームページが、他のホームページからまったくリンクされていない場合、あなたのホームページは検索結果に出てきません。「誰からもリンクされていないホームページは、検索結果に表示する価値がない」と、検索エンジンが判断してしまうからです。

逆に「多くのサイト」からリンクされている、あるいは「有名なサイト」からリンクされている場合、あなたのホームページを「重要なホームページだ」という風に検索エンジンは判断します。そしてそういうホームページは、検索結果の上位に表示されやすくなるのです。

ですから、キーワードを自分のサイトに一生懸命埋め込むだけではなく、なるべく「多くのサイト」からリンクしてもらいましょう。あるいは、なるべく「有名なサイト」からリンクしてもらいましょう。あなたのホームページをリンクしてくれるサイトが多ければ多いほど、あなたのホームページが上位表示されやすくなります。

5) SEOのポイント③ ページを増やす

さて、他のホームページからリンクしてもらおうこと以外に、自分のホームページ内のページを増やすことも、SEOに効果があります。

技術的に詳しい話は省略しますが、ホームページ内のページが増えれば、ページ同士のリンクも増えるため、検索エンジンの評価が高くなります。その結果、ページを増やせば増やすほど、上位表示されやすくなるのです。10 ページしかないホームページより、100 ページあるホームページの方が、はるかに検索結果で上位表示されやすくなります。

他のホームページからリンクをもらうのは難しいかもしれませんが、自分のホームページでページを増やすのは、自分の頑張りで何とかできると思います。ぜひ、1 ページでも多くページを増やして、検索結果の上位表示をめざしていきましょう。

◇自分でページを追加する

ただし、ここで問題になるのが、ページ数をどう増やすのか、という点。業者にページの追加を依頼すると、1 ページあたり 2 万円くらいかかりますから、100 ページ増やすと 200 万円。SEOのためとは言え、そう簡単に出せる金額ではないかもしれません。

でもCMSで作ったホームページなら、自分でページを追加できます。ページを増やせば増やすほどSEOの効果が高いわけですから、CMSで作ったホームページを使って自分でページを追加しましょう。自分でページを増やせば、費用はかかりません。検索結果の上位表示をめざして、なるべく多くのページを増やしていきましょう。

ぜひ「CMSで作ったホームページ」を活用し、自分の力でページを増やすことで、お金をかけずに検索結果の上位表示をめざしてください。

6) SEOのポイント④ 検索エンジンが好む HTML 構造

4つ目のSEO対策として、少々難しいテクニックをお話しします。それは、検索エンジンが好む「HTML」を使う、というテクニック。

ホームページを作るには、「HTML」という技術を使います。下図の右側に「HTML」のサンプルを載せていますが、このように細かい記号の羅列がHTMLです。

【ブラウザで表示されたホームページ】

The image shows a screenshot of a Japanese law firm's homepage. The website header includes the firm's name '山田税理士事務所' (Yamada Tax Accountants), contact information '03-0000-0000', and a navigation menu. The main content area features a photo of staff and a list of services. Overlaid on the right side of the screenshot is a window displaying the underlying HTML code, showing various tags like <meta>, <script>, <link>, and <title> with their attributes and values.

【上記ホームページのHTML】

さてこの「HTML」ですが、とても自由度が高くて、ホームページ制作会社のデザイナーごとに微妙に違ってきます。

「W3C (World Wide Web Consortium)」という世界的な組織で、この「HTML」の書き方のルールを厳密に定めているのですが、現場のデザイナーは必ずしもこのルールを守りません。その結果、「分かりにくい」HTMLになってしまうことも少なくないのです。

イメージで言うと、社員にレポートを書かせたときに、分かりやすいレポートをまとめる社員もいれば、日本語や文章の構成が無茶苦茶で、何を書いてあるのかちっとも分からないレポートもある、という感じです。

Yahoo!や Google といった検索エンジンは、「分かりやすい HTML」で作られたホームページを高く評価します。

一方、デザイナーが自己流で作った「分かりにくい HTML」のホームページには、辛口の評価をします。簡単にいうと、「分かりにくい HTML」で作られたホームページは、検索結果の上位に表示されにくい、ということです。

◇CMSのHTMLは検索エンジン好み

一般に「CMSは検索結果で上位表示されやすい」といわれますが、その理由の一つに、「検索エンジンが好む分かりやすいHTMLでCMSが作られている」ことが挙げられます。

CMSを作る時に用いられる「テンプレート」は、その道のプロが検索エンジンの好む「分かりやすいHTML」であらかじめ作っています。そのためこのテンプレートを利用すると、誰でも「分かりやすいHTML」でホームページが作成できるのです。

自作でホームページを作ったり、あるいはスキルの低いデザイナーに頼むと、「分かりにくいHTML」となってしまうがち。分かりにくいHTMLでは、検索エンジンの評価が低くて、大きなハンディを背負うことになりかねません。

すでに「CMSで作ったホームページ」をご利用中なら、この「わかりやすいHTML」について、あまり心配する必要はありません。

でも、もしSEOにそれほど詳しくない制作会社に依頼する場合は、ぜひ「わかりやすいHTML」、具体的には「W3Cに準拠したHTML」で制作するようにお願いしておきましょう。

分かりやすいHTMLだけで上位表示されるわけではないのですが、HTMLが分かりにくいと、上位表示の大きな障害要因になる場合がありますので、ぜひ気をつけてください。

以上、いろいろとお話ししてきましたが、SEO（検索エンジン対策）は、役に立つホームページ作りに避けては通れないポイントです。

いくら立派なホームページを作っても、誰もアクセスしてくれなければ宝の持ち腐れ。ホームページで反応をとるためには、一定のアクセス数を獲得するのが大前提なのです。

ただし、SEOの世界はとて奥が深く、そう簡単に上位表示ができるものでもありません。ここで述べたSEOのテクニックだけでは上位表示できないケースも多いと思います。

それでも、ぜひ「ホームページにアクセスしてもらうためには、SEO（検索エンジン対策）というのが大切なんだ」ということだけは覚えておいてください。

ホームページを活用するためにSEOに興味を持って、ぜひ積極的に対策を施していただければと思います。

◇成功事例のご紹介

SEOに工夫をして素晴らしい成果をあげた会員さまの事例をご紹介しますので、ぜひ参考にしてみてください。

【カギの安心工房】さま <http://www.anshin-kb.jp>

カギの修理・交換、合鍵作成、金庫のトラブルのことなら静岡県沼津市のカギ（鍵）の安心工房にお任せを！（業務地域：沼津・三島近隣を中心とした県東部地区）

鍵と金庫のプロショップ
カギの安心工房
〒410-0874 静岡県沼津市松長80

055-941-5469
営業時間 9:00~20:00 (土日祝可・不定休)

お気軽にお問合せください
● お問合せフォームはこちら

▶ トップページ ▶ 鍵豆知識 ▶ サービス案内 ▶ 料金表 ▶ 営業時間・アクセス ▶ 会社概要 ▶ お問合せ

他店で断られても一度ご相談下さい

沼津・三島を中心に静岡県東部で年間数百件の実績
迅速丁寧な対応で、地域の皆さまに **あんしん** をお届けします

お問合せはこちら

カギの安心工房のホームページへようこそ

他店でお断りされても一度ご相談下さい！
住宅・車・バイク・室内錠・家庭用金庫・業務用金庫
見積り無料・地域密着店

お気軽にお問合せください！
055-941-5469
営業時間：9:00~20:00 (土日祝もOK)

● お問合せフォームはこちら

デザイン性よりも SEO を優先するつもりで、御社のアドバイスをそのまま受け入れホームページを作成しました。SEO の成果は3～6 カ月後ともお聞きしてましたので、その内 Yahoo! や Google といった検索サイトに表示されるのを楽しみに、毎日2～3 ページずつページを作成していきました。

4 日目に調べてみると、Yahoo! では、メインキーワードの「沼津・鍵」で 723,000 件中 **2 位** 表示、「三島・鍵」で 2,620,000 件中 **4 位**、Google では、「沼津・鍵」で 814,000 件中 **5 位**、「三島・鍵」で 1,960,000 件中 13 位と予想以上に早く、そして良い結果が出ました。他のキーワード「沼津・合鍵」「三島・合鍵」では、Yahoo! で **1 位** 表示されました。

<次のページへ進む>

当然の様にお客様からの問い合わせやご依頼を頂き、ホームページ公開1カ月目から目標にしていた、「月に3件以上のご依頼」をクリアー。

作成から4年が経った現在では、Yahoo!・Googleともに「沼津・鍵」で261,000件中**1位**表示、「三島・鍵」で661,000件中**2位**表示と、更に上がりました。ホームページ経由での出張工事依頼も、**毎日1～2件**とコンスタントにいただいております。

お客さまに「ホームページに**顔写真**が載っていたので**信頼できる**」と言われることもよくあります。お世辞かもしれませんが、嬉しいですね。

カギの安心工房
代表 田代博之さま

5. スマホサイト入門

前章までパソコン用のホームページを前提としてお話ししてきたわけですが、実はパソコン用以外にも、スマートフォン用のホームページが近年注目を浴びています。

このスマートフォン用ホームページのことをスマホサイトと呼びますが、本章では「CMSで作ったホームページ」を使ったスマホサイトの作り方についてご説明します。



【スマホサイト】

1) 避けては通れないスマホサイト

近年、スマートフォン（以下、スマホ）の普及にはめざましいものがあります。平成25年度の情報通信白書によると、4世帯のうち3世帯がパソコンを保有しているのに対し、スマホを保有しているのは4世帯のうち2世帯。

つまり全世帯の半分の家庭では、今やパソコンと同じようにスマホでネットを利用しているのです。そのためホームページのアクセスも、今やパソコン経由と同じくらい、場合によってはスマホ経由の方が多くなるような状況となっています。

たとえば、消費者むけサービスを手がける弊社会員さまのホームページでは、アクセス数の半分以上がスマホ経由、という地域や業種も少なくありません。

2) スマホサイトとは？

このようにスマホを使ってホームページにアクセスする人が増えているわけなのですが、スマホサイトには大きく2つの表示方法があります。

◇パソコン用ホームページをそのままスマホに表示

一つ目は、パソコン用のホームページをそのままスマホに表示する方法。

この方法で表示すると、パソコンに比べると随分小さく表示されてしまいます。スマホの画面の横幅は5cm程度しかなく、パソコン画面の10分の1程度ですから、文字や写真のサイズも10分の1で表示されます。

そのためスマホにパソコン用ホームページをそのまま表示すると、文字や写真が小さすぎてホームページの内容がよく読めません。またリンクをタップ（クリック）しにくいという問題もあります。

◇パソコン用ホームページとは別に、スマホ専用サイトを用意

そこで二つ目の方法として、スマホの画面サイズに合わせたホームページを別に用意する、というもの。スマホの横幅にあわせて1行あたりの文字数を減らして大きな文字を使い、写真のサイズも工夫することで、見やすい形式でホームページを表示するので。

読みやすくなりますから、商品やサービスへの理解が進み、問い合わせや購入の可能性が高くなります。

こうした理由で近年、スマートフォンのサイズにあわせたホームページ（通称、スマホサイト）のニーズが高まってきているのです。

3) ホームページを自動変換

ところがスマホサイトを作る際に問題が一つあります。それはお金がかかること。

多くの制作会社では、スマホサイトの制作はPC用のホームページとは別料金で、ホームページと同じ程度の制作費用がかかります。場合によっては30万円以上請求されることも少なくありません。

しかし、パソコン用ホームページをスマホのサイズにあわせて自動変換するシステムを使えば、追加費用がかかりません。スマホサイトを一から作るのではなく、システムがパソコン用ホームページを自動変換するのです。

◇パソコン用とスマホ用の両方を更新する必要がない

また自動変換だと、パソコン用ホームページを更新すると、それが自動的にスマホサイトにも連動しますので、スマホサイトの更新の手間がかかりません。

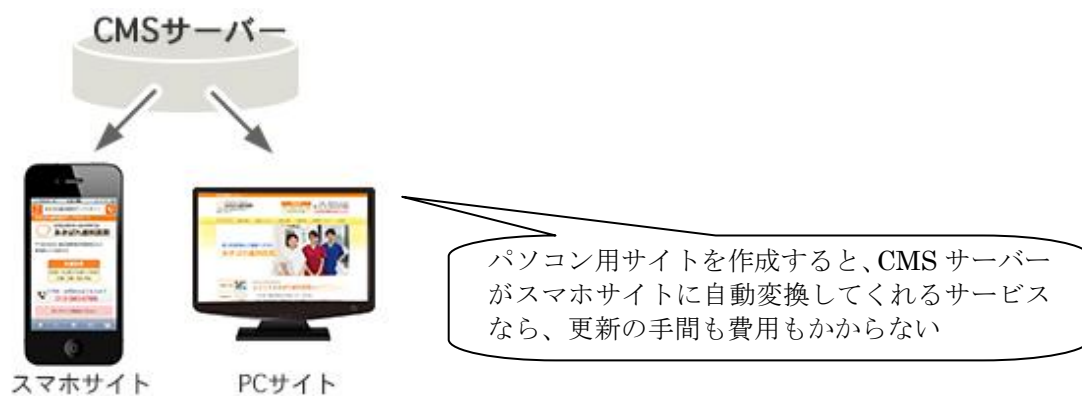
パソコンサイトとスマホサイトとを別々に作った場合、更新も別々にしなければいけませんので、更新の手間は2倍になります。しかし自動変換であれば、パソコン用ホームページを更新すれば自動的にスマホサイトに連動しますので、片方だけの更新で済み、手間がかからないのです。

◇CMSで作ったホームページでスマホサイトを活用

このように、CMSで作ったホームページを利用すれば、パソコン用ホームページだけでなく、スマホサイトも簡単に用意することができます。

今まで予算の問題でスマホサイトを作成できなかった企業でも、気軽にスマホサイトを持てるようになったのです。

ぜひ御社もスマホサイトを作って、より多くのお客さんにアプローチしてみましょう。



◇成功事例のご紹介

スマホサイトを公開したことで素晴らしい成果をあげた会員さまの事例をご紹介しますので、ぜひ参考にしてみてください。

【統合セラピールームまごころ】さま <http://www.magokoro-t.jp>



去年あたりからスマホからのアクセスが急激に増えてきて、スマホに対応するサイトにしなくてはと危機感を感じていました。

そこであきばれホームページに付属していたスマホサイトを公開。すると、お電話での問い合わせやご予約が以前のPCサイトだけの頃よりも1.7倍に増えました。これからも更なるコンテンツを充実させていくので 今後が楽しみです。

統合セラピールームまごころ
代表 山口さま

Ⅲ 実務編

ここからは、ホームページで成果を出すために我々がお勧めしている「自分で更新できるホームページ」をどう作っていくか、具体的な進め方をお話ししていきましょう。

1. ホームページ作成の流れ
2. CMSの選び方
3. 費用とサービス選びのポイント
4. 付録 サービス検討シート

1. ホームページ作成の流れ

ここまでで、ホームページで成果をあげる方法をご理解いただけたと思いますが、簡単におさらいしておきましょう。

- ホームページに集客する（＝アクセスを集める。SEO）
- ホームページのコンテンツでお客様の興味をひく
- お問い合わせや資料請求に誘導する
- その後は、今まで通り、営業マンがセールスを行う

こうした流れを前提として、それを実現するためのホームページを作っていくわけです。

それでは上記の流れを念頭におきながら、ホームページ制作の進め方について、ご説明していきましょう。

1) 早く小さく始めて、大きく育てる

繰り返しお話ししていますが、CMSを使うと「安価」で「更新が簡単」なホームページが作れます。

そしてCMSの最大のメリットは、専門スキルを持たない方でも、ホームページのコンテンツ（内容）の追加・更新が簡単に行える、という点にあります。

今まで何度もお話ししているように、CMSで作ったホームページなら、「早く小さく始めて、大きく育てる」というアプローチが可能です。

最初から「100点満点」のホームページを作ろうとするのではなく、「5点」でもいいから早く始めて、それを徐々に「100点」に育てていくのです。自分で更新できるCMSで作ったホームページを活用して、自分の手でコンテンツ（内容）を充実させていきましょう。

最初から100点のホームページを作ろうと思うと、なかなか進まないと思います。でも5点だったら、もっと気軽に始められるはず。気軽に始めてから、徐々に「大きく育てて」いけば良いのです。

その代わり、ライバルよりも「早く」始めましょう。5点のホームページでも、5点の価値はあるのです。何もなければ「0点」ですが、「5点」のホームページがあれば、少なくとも「5点」分の効果は期待できます。

そしてライバルよりも早く「5点」のホームページを成長させていきましょう。ライバルが10点のホームページを作る前に、御社は20点のホームページに成長させるのです。

最初は「小さく」ても良いですから、少しでも「早く」ホームページを作ることをお勧めします。そしてそのホームページを自分の力で「大きく育てて」いくことで、大きな成果を生むことができるのです。

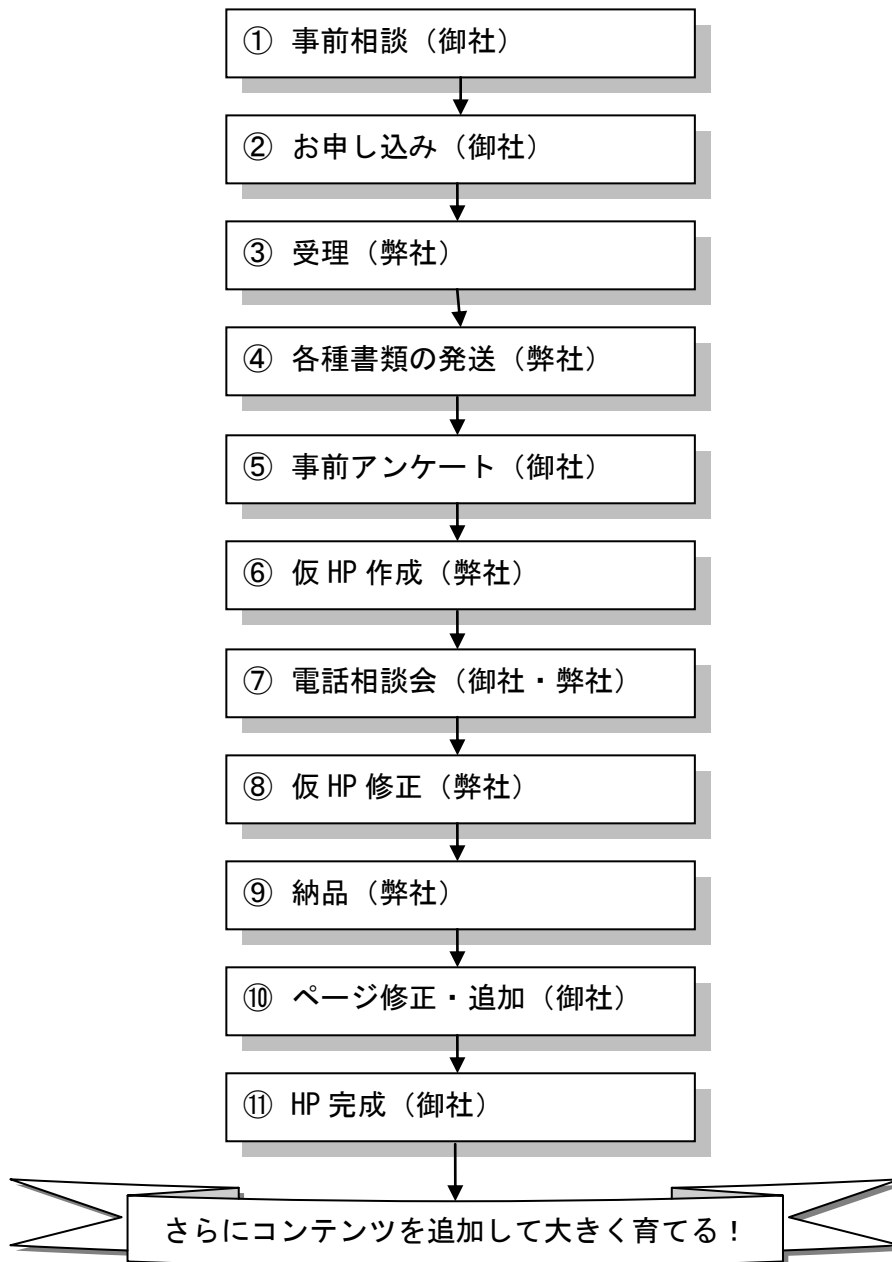
2) ホームページ作成の流れ

それではこうした「早く小さく始めて、大きく育てる」CMSで作ったホームページの、制作の流れ（制作フロー）を見ていきましょう。

ホームページ制作の進め方は制作会社によって異なると思いますが、一般的な進め方として弊社の例で説明させていただきます。大まかな流れを次ページの図にまとめましたのご参照ください。

ただ、あなたが検討されている制作会社とは、制作の流れが違うかもしれません。弊社のケースを参考としつつ、ご検討中の制作会社の制作フローをあらためて確認いただければと思います。

【CMS ホームページ作成の流れ】
(弊社サービスの場合)



さて弊社のCMSを使った作成サービス「あきばれホームページ」では、こんな風に制作を進めていきます。

①事前相談 (御社)

弊社では、実際にサービスをお申し込みいただく前に、電話でサービス内容を説明させていただきます。サービス全般のご質問から、お客さまのホームページの固有の悩みまで、何でもお気軽に相談にのらせていただきます。

あなたがホームページ制作を検討する場合、わからないことも多いと思いますので、申込み前に積極的に制作会社に問合せすることをお勧めします。制作会社によっては申

込み前の問合せに積極的に対応してくれない場合もありますが、疑問がすべて解消し納得するまで質問するようにしましょう。

なおその際の電話対応のレベルで、実際にサービスを申し込んだ後のサポートレベルがわかりますので、そういう観点でも問合せしてみましよう。

②お申し込み（御社）

事前相談で弊社サービスにご納得いただいた場合、弊社サイトからサービスをお申し込みいただきます。

③受理（弊社）

お申し込み内容に間違いがないか、お電話にて確認させていただきます。その際にサービス内容の細かい疑問等についてもお答えさせていただきます。

④各種書類の発送（弊社）（受理の翌営業日）

弊社の場合、お申し込みいただくと契約書類とともに、次の資料を宅急便でお送りいたします。

【紙の操作マニュアル】



【SEO マニュアル】



【ホームページ活用自習教材（DVD）】



こうした資料を手元に置きながら、少しずつホームページ活用の勘所を学んでいただければと考えています。

⑤事前アンケート（御社）（電話相談会の3日前まで）

どんなホームページを作りたいのかについて、事前にヒアリングさせていただきます。あらかじめメールでお送りしてあるアンケートフォームに記入いただくだけです、それほど手間のかかる作業ではありません。

どんなサービス・商品をホームページに掲載したいか？ ターゲットとするお客さまは？ こうした質問にいくつか答えていただきます。

⑥仮ホームページ作成（弊社）（電話相談会の前日まで）

事前ヒアリングの内容にもとづいて、仮のホームページを弊社で作成いたします。

⑦電話相談会（弊社・御社）

あらかじめ予約していただいた日時に、弊社の経験豊富なコンサルタントが、お電話にて相談会を実施させていただきます。

相談会では、6,000社以上のホームページを作成してきた弊社の経験に基づき、業種別のお勧めメニューやおすすめコンテンツをご提案します。



実際に仮ホームページをご覧いただきながら、御社のご希望をいろいろと伺いつつ、デザイン、メニュー、ヘッダー画像、トップページのコンテンツ、問合せや資料請求フォーム等、ホームページの細部についても様々なご提案を行います。

またSEO対策やコンテンツづくりのポイントについてもアドバイスをさせていただきます。

⑧仮ホームページ修正（弊社）（電話相談会の翌日）

電話相談会の終了後、相談会の内容を踏まえて仮ホームページを修正し、納品用のホームページを作成します。

納品用のホームページは、基本的な設定はすべて終了し、デザインやメニューもご希望の内容が反映されています。また資料請求フォームや問合せフォームも完成しています。

「文書の作成」や「写真の貼り付け」は納品後の御社の作業となりますが、トップページについてはテンプレートの文書や写真を貼り付けてありますので、そちらを参考にさせていただきます。

⑨納品（弊社）（電話相談会の翌々日）

ホームページの内容に問題がなければ、納品となります（修正のご希望があるときは、もちろんご希望を反映して再度修正いたします）。

この日以降、御社で自由にホームページの更新が行えます。

⑩ページ修正・追加（御社）（納品後1週間～1ヶ月程度）

弊社の納品作業が終了したら、御社でさっそく、ページの修正や追加を行っていただきます。

ほとんどの作業は弊社側で完了していますので、御社が行うのは「文書の作成と貼り付け」と、「写真の挿入」がメインの作業となります。

⑪ホームページ完成

御社に必要なページの作成が済んだら、いよいよホームページは完成です。御社のビジネスに貢献できる、素晴らしいホームページができあがりました。

もしかしたらページ数の少ない「小さい」ホームページかもしれませんが、でもあなた

が作り上げた立派なホームページです。あなたのビジネスを後押ししてくれる素晴らしいホームページが完成したのです。

あとはこのホームページを少しずつ「大きく育てて」いくことが大切。ぜひ地道にページを追加・更新していきましょう。

最初は5ページでも構いませんが、1年くらいかけて、少しずつページを増やして「大きく育てて」いただければと思います。

弊社で設定したSEO（検索エンジン対策）の効果が3～6ヵ月ほどすると現れてきますので、それまでにページを増やしておけばより効果的です。

2. CMSの選び方

本章では「CMSで作ったホームページ」という、CMSを使った「自分で更新できる」ホームページについて、もう少し具体的にお話ししていきます。

1) 自分で完成させるから低コスト

まず、CMSで作ったホームページを自分でどのように完成させていくのか、具体的なイメージをご説明します。

実際の画面で説明した方がイメージがわかりやすいと思いますので、弊社の【あきばれホームページ】というサービスを例にします。初期費用 49,800 円、月額 4,900 円（税別）の「標準パック」というサービスの画面を用いて、以下ご説明させていただきます。

なお、制作会社のサービスによって個別の操作方法は異なります。あなたをご検討中のサービスとは操作フローが異なるかもしれませんので、必ず実際にご検討中のサービスでご確認ください。

◇ご自身で作業する

ホームページを作成する際に一番お金がかかるのは、単価の高いデザイナーが担当する、ページの作成作業です。作成するページ数に比例して、多額の費用が請求されます。ですから制作会社に依頼するページを最小限にして、なるべく自分で作成すれば、制作費用を抑えることができます。

そこで弊社のサービスは「低価格」を実現するために、「お客さまが自分でできる作業は、お客さまに担当していただく」というコンセプトで提供しています。

CMSで作ったホームページは簡単に更新ができますから、当然、ページの追加や変更もご自身で行えます。

我々がすべて作業するのではなく、お客さまご自身が作業できる部分はお客さまに担当していただくことで、ホームページの制作費用を抑えたサービスです。

弊社の【あきばれホームページ】では、弊社側でページを完成させません。弊社が途中まで作成し、残りをお客さまに仕上げてもらい、そんなサービスです。

さて、弊社の「標準パック」で納品した直後のホームページはこんな感じです。

【納品時のホームページ】



納品時にはサンプル文書とダミー画像を貼り付けた形でページを作成し、それを納品します。納品後、ご自身の手で「サンプル文書（文書のひな形）」を書き換え、ダミー画像を御社の写真に差し替えながら、お客さまが自分で完成させていきます。

制作会社に依頼すると何十万円もかかりますが、ご自身で行うことで、ホームページの作成コストを大幅に抑えることができます。

もちろん納品時には、デザインの設定やメニューの設定、フォームの作成やSEO（検索エンジン対策）設定といった、**基本的な作業は弊社側で終わらせてあります。**

あなたが担当するのは、サンプル文書の書き換えや文書の追加作成、それと写真の貼り付けになります。

◇文書の作成と写真の貼付

それでは実際に、「文書の作成」と「写真の貼り付け」の操作を見てみましょう。

次のページの図のように、弊社サービスでは納品時に、**サンプルの文書**が設定されているページがあります。



それを元にして、御社のサービスや商品の内容を反映した文書に変更しましょう。ホームページ更新機能を使い、サンプルの文書を直接修正できますから、誰でも簡単にページを作れます。また、必要に応じてご自身で用意した写真を貼り付けていきましょう。

サンプルの文書や画像があらかじめ設定されていますので、ネットに詳しくない方でもそれほど抵抗感なく作業を進めることができますと思います。

またトップページ以外のページは、トップページを参考にしながら、適宜文書を作成していきます。

自分で作成しますから、もちろん費用は無料。制作会社に依頼すると、費用を惜しんでなかなかページが追加できません。でもCMSなら自分で好きなだけページが無料で増やせますから、どんどんページを増やしていきましょう。

◇素材写真の追加

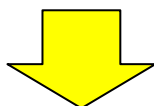
さて、上記の例はご自身で写真をご用意いただく前提でお話ししましたが、もしご自身で写真を用意できない場合は、弊社提供の写真素材を利用することも可能です。

次ページの図のように、管理画面から**ご希望の写真をマウスで選択するだけで**、簡単に写真を挿入することができます。

弊社の場合、300枚以上の写真や図の素材をご用意していますので、これらを使うことで、表現力あるホームページを簡単に作ることができます。

もちろんご自身で用意した写真を利用した方が良いのですが、でもそうした写真が用意できない場合、このような「素材提供サービス」を利用してみましょう。

【納品直後の管理画面】
ダミー記事とサンプル画像が用意されています



気に入った画像をマウスで選択します



◇納品時の状態

弊社サービスの場合、納品時にはほとんどの作業が弊社側で完了しています。具体的には納品時に、以下の項目については弊社で設定を行います。

- SEO（検索エンジン対策）の基本設定
- ご希望のデザイン
- ヘッダーメニュー、サイドメニュー、フッターメニュー
- 必要なサイドボックス

- トップページの主要なコンテンツのサンプル文書
- 資料請求、問合せ等のフォームページ

そして納品後に、御社が以下の作業を行います。

- 文書の作成
- 写真の貼り付け

このように【あきばれホームページ】では、「自分で更新できる」CMSで作ったホームページの利点を最大限に活かし、ご自身でできることはご自身で作業していただくことで、49,800円という低価格なサービスを実現しています。

CMSで作ったホームページなら、「自分でできるところは自分でやる」ことで、コストを抑えることができます。

2) CMSで作ったホームページの機能

それでは次に、CMSで作ったホームページについて、機能面のポイントをお話していきましょう。

①ビジネスむけのデザインテーマ

ホームページを作成する際に、皆さんが一番気になるのはデザインだと思います。CMSで作ったホームページの場合、デザインについては「デザインテーマ」から選ぶか、オーダーメイドのデザインをお願いするか、どちらかになります。

オーダーメイドの場合は、多少費用はかかりますが、自分の思い通りのホームページに仕上げてくれます。

一方、デザインテーマ（あらかじめ用意されたデザインセット）を利用する場合は、自分の気に入ったデザインがあるかどうか、判断のポイントになります。

CMSサービスの中には、個人むけのデザインに力を入れていて、ビジネスむけのデザインをあまり用意していない会社も少なくありません。ぜひサービスを申し込む前に、どんなデザインが利用可能なのか、デザインの一覧を見てみましょう。

次ページの図は弊社サービスのデザインサンプルです。こうしたサンプルを事前に見せてもらって、気に入ったデザインがあるかを確認しておきましょう。

またサービスによっては、デザインテーマを細かく設定できるものもあります。テーマの一部だけを赤色に変更したり、画像だけを差し替える、というような細かいニーズを実現してくれる機能です。すべてのCMSがこうした機能を備えているわけではないですが、できれば事前に確認しておきましょう。



【デザイン・テンプレートのサンプル】

②メニュー

ビジネスむけのホームページでは、「メニュー」がとても大切で、ホームページの反応を大きく左右します。

具体的には、ホームページ内のコンテンツ（記事）にアクセス者を誘導するために、ヘッダー、サイド、フッターの3カ所にメニューを設置します。

【ヘッダーメニュー】



【フッターメニュー】

また、サイドメニューに関しては、コンテンツの内容に合わせて「第1階層」と「第2階層」といった階層構造が設定できると、さらに誘導の効果が高まります。

前ページの図は弊社サービスのサンプルですが、こんな風に「3カ所のメニュー」と、「サイドメニューの階層化」ができるデザインを選んだ方が、アクセス者のコンテンツ誘導がスムーズになりますから、お客さんの反応を得やすくなります。

CMSによっては、こうしたメニューを簡単に作成できないものもありますから、事前に必ず確認しておきましょう。

③レイアウトを整える機能

さて、せっかく自分のお気に入りのビジネスらしいデザインを選んでも、実際にページを作るときのレイアウトに失敗すると、素人っぽいホームページになりがちです。

そうならないために、文字や写真をセンス良く配置するためのレイアウト機能が提供されていると安心です。

次ページの図は弊社サービスの「部品」を使ったレイアウト機能の例ですが、このような機能が提供されていると簡単にレイアウトを整えることができます。

「お問い合わせ」や「診療時間」「サービスの流れ」「Q&A」といった複雑なレイアウトも、管理画面からマウス選択するだけで、簡単に作成することができます。

このような機能があれば、簡単に見ばえのするコンテンツを作成することができますから、おすすめです。



枠一つ一つが「部品」です。
弊社 CMS では「部品」を使って
レイアウトを作ります。

④写真素材

ホームページの更新を行う際に、イメージ写真を使ったり、各種のボタンや矢印を使いたくなる場合があります。

通常は有料のサービスで、イメージ写真が1点3,000円、バナーが1点5,000円、という風に作業費用が発生します。

ただCMSによっては、イメージ写真や各種のボタンがテンプレートとして用意されている場合があります。

【あきばれホームページ】では、**タイプ別の写真が200点以上**用意されており、ホームページに自由に貼り付けることができます。

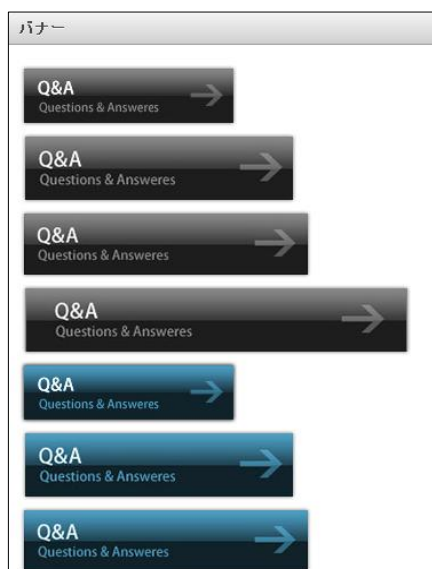
ホームページの見栄えを良くするために写真を貼り付けたいけれど、自前で良い写真が用意できない、という方は、こういうサービスを利用するのも良いと思います。



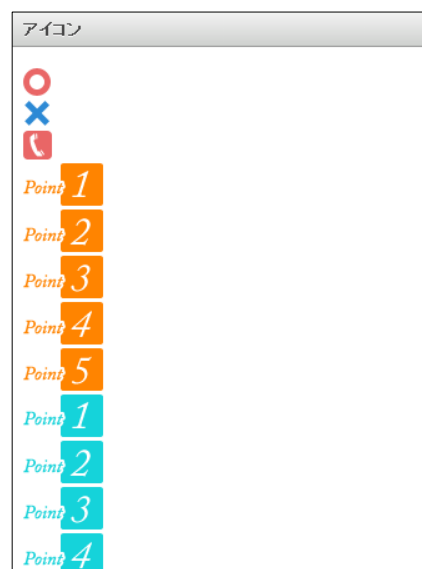
【ホームページで利用する写真素材の選択画面】

⑤ バナーやアイコン

またホームページで使う、バナーやアイコンについて、素材が提供されているサービスもあります。



【バナー素材の選択画面】



【アイコン素材の選択画面】

弊社サービスでは、こうしたバナーやアイコンの素材が **5,000** バリエーション以上用意しています。

このようにいろいろな写真やボタンが利用できると、ホームページの表現力がずいぶん豊かになりますので、こうした機能を備えたサービスを利用するのもよいでしょう。

⑥フォーム機能

ビジネスでホームページを立ち上げるのなら、「**フォーム機能**」の利用が不可欠です。CMSによってはフォームの利用ができないこともあります。そのようなシステムは問題外。

ビジネスでCMSを利用するのであれば、希望のフォームが実現できるか、必ず確認しておきましょう。

【弊社作成フォームの例】

お名前 必須	<input type="text"/> (例：山田太郎)
お名前（ふりがな） 必須	<input type="text"/> (例：やまだたろう)
電話番号 必須	<input type="text"/> (例：03-0000-0000)
メールアドレス 必須	<input type="text"/> (例：sample@yamadahp.jp)
郵便番号	<input type="text"/> (例：000-0000)
ご住所	<input type="text"/> (例：千代田区大手町1-1-1)
性別	<input type="radio"/> 男性 <input type="radio"/> 女性
年齢	<input type="text"/> (例：32歳、50代 など)
ご相談内容をご記入ください	<input type="text"/>

たとえば、弊社サービスの場合だと、以下のようなフォームを提供しています。

- 問合せフォーム
- 資料請求フォーム
- セミナー申込みフォーム
- 製品やサービスに関する質問フォーム
- 小冊子申込みフォーム
- カタログ請求フォーム
- サンプル商品申込みフォーム
- 無料相談申込みフォーム

- 見積り依頼フォーム、等

上記のフォームのすべてが必要というわけではないと思いますが、自社で用意したいフォームが実現できるかを、必ず確認しておきましょう。

またこうしたフォームを、自分で追加したり、修正したりできるのかも重要なポイントです。制作会社によっては、フォームを追加・修正する度に何万円も請求してきますので注意しましょう。

⑥スマホサイト



【スマホサイト】

CMSによっては、スマホサイトが簡単に作れるものがあります。

いくつかのタイプがありますが、一番お勧めなのは、パソコン用ホームページをスマホサイトに自動変換してくれるタイプのサービスです。この機能を備えるCMSなら、パソコン用、スマホ用と、別々にコンテンツを用意する必要がありません。

この自動変換機能があれば、スマホのディスプレイサイズにあわせてPC用ホームページのレイアウトを変更したり、パソコン用の大きな写真をスマホ用に縮小したりしてくれます。

こういった機能が最初からついているCMSの方が、あとでスマホサイトを簡単に作成できるのでお勧めです。

⑦自社ドメイン名の利用

ビジネスでCMSを利用するのであれば、自社の専用ドメイン名を設定できるサービスを必ず利用しましょう。

たとえば、「株式会社山田製作所」という会社が、CMSで自社の「企業ホームページ」を立ち上げたのであれば、

<http://www.yamada-seisaku.co.jp>

というような「ドメイン名」でホームページを表示できた方が、ビジネス的に有利です。

CMSサービスの中には、自社のドメイン名でホームページが表示できないものもありますので、注意してください。

以上、CMSで作ったホームページの機能についていろいろとご説明してきました。

CMSで作ったホームページは、自分で大きく育てていくサービスです。最低でも**2～3年**はつきあっていくサービスですから、サービスを選定する際には、ぜひじっくりと品定めしてください。

機能面からも、価格面からも、本当に「このサービスとつきあいたい」というものを各社を比較しながら納得いくまでご検討いただければと思います。

なおサービスを選ぶ場合、「**CMSで作ったホームページ**」あるいは「**CMS**」というキーワードで検索すると、いろいろなサービスが表示されると思いますので、それらを比較すると良いと思います。

3. 費用とサービス選びのポイント

前章までで、「CMSで作ったホームページ」のイメージを掴んでいただけたと思いますので、本章ではホームページ作成の費用と、制作会社を選ぶポイントについてお話しします。

1) 従来型とCMS型

最初に、皆さんがふだん目にしている普通のホームページ（以下、「**従来型ホームページ**」と呼びます）と、CMSで作ったホームページ（以下「**CMSで作ったホームページ**」と呼びます）の違いについて、あらためて整理しておきましょう。

◇従来型ホームページの課題（業者が作成した場合）

通常、企業がホームページを作成する場合、**制作会社に依頼**してホームページを作ってもらいます。

ホームページの作成は、お客さんごとのオーダーメイドで手間がかかるため、どうしても**費用は高くなります**。その代わりに、最新のデザイン技術を駆使して、おしゃれな見栄えの良いホームページが完成すると思います。

ただし、完成後のホームページの修正には**専門スキルが必要**となるため、通常は**制作会社に更新を依頼**することになります。

細かい修正にもお金がかかることと、業者とのやり取りが面倒なため、企業の多くがあまりホームページの更新を行いません。

この「**完成後にあまりホームページを更新しない**」ということが、「従来型ホームページ」が役にたたなくなってしまう、大きな理由の一つです。

◇従来型ホームページの課題（自作の場合）

一方、ホームページにあまりお金をかけたくないという人は、「**自作ホームページ**」にトライします。ホームページビルダー等の「**ホームページ作成ソフト**」を使い、自分でホームページを作るのです。

自分で作るわけですから、初期費用はほとんどかかりませんし、完成後の更新費用も発生しません。いつでも自由にコンテンツの更新が行えます。

ただし自作するためには「**ホームページ作成スキル**」を身につけなければいけません。「**ホームページ作成ソフト**」の使い方を覚えたり、最低限の「**HTML**」の知識を身につける必要があります、パソコンが不得手な方には敷居が高いかもかもしれません。

またコンテンツ（内容）の更新に意外と手間がかかります。その人のもつスキル次第ですが、コンテンツの体裁を整えたり、メニューを修正したりするのに時間がかかって、場合によっては一日中**ホームページの相手をする**ことにもなりかねません。

それになんと言っても、ホームページの「**デザイン**」が問題となります。プロのデザイナーが作るわけではありませんから、どうしても「**素人っぽいデザイン**」のホームページになってしまいます。

お客さんは、他の「立派なデザインの企業ホームページ」と「あなたの自作ホームページ」を比較しますから、あまりに「素人っぽいデザイン」のホームページでは、お客さんの信頼を得るのは難しいかもしれません。

◇CMSの登場

制作会社に頼む場合であれ、自作の場合であれ、「従来型ホームページ」は課題を抱えているわけですが、この課題を解決してくれるのが、「CMSで作ったホームページ」です。

繰り返し申し上げているように、CMSはコンテンツの更新がとても簡単です。自分で更新すれば、ホームページ業者に高額な更新費用を払う必要はありません。

また自作ホームページのように更新に何時間もかける必要もありませんし、難しいホームページ作成ソフトやHTMLを覚える必要はありません。

さらに「CMSで作ったホームページ」は、**検索エンジン対策（SEO）**が効きやすいという特長もあります。もちろんプロの制作会社が何十万円もかけて行う検索エンジン対策（SEO）にはかなわないですが、それでも自分で試行錯誤するよりは、かなりの効果が期待できるのは確かです。

このように「CMSで作ったホームページ」は「従来型ホームページ」の課題を解決した、新しいタイプのホームページなのです。

2) 初期費用

さて、「CMSで作ったホームページ」は、「テンプレート（ひな形）」という技術を使うことで、「従来型ホームページ」よりも**低コストでホームページを作成**することができます。もちろん規模やコンテンツの内容によって変わりますが、業者に従来型のホームページ制作を頼むより、**はるかに安い費用**でホームページを立ち上げられるのです。

それでは具体的にどれくらい費用が違うのか見てみましょう。まず制作時の初期費用ですが、15 ページ程度の本格的なホームページを作った場合、これくらいの費用が必要になります。

表①従来型ホームページの初期費用

項目	金額
ディレクション費（スタッフのとりまとめと顧客窓口）	10 万円
デザイン費トップページ（◎）	10 万円
デザイン費その他ページ（◎）	5 万円
ページ制作費（15p）（◎）	30 万円
フォーム制作費（2ヶ）（◎）	6 万円
合計	61 万円

表②CMSで作ったホームページの初期費用

項目	金額
ディレクション費（スタッフのとりまとめと顧客窓口）	5万円
初期設定やライセンス費用	10万円
デザイン費トップページ（◎）	テンプレート利用で 無料
デザイン費その他ページ（◎）	
ページ制作費（15p）（◎）	自分で作るので 無料
フォーム制作費（2ヶ）（◎）	
合計	15万円

従来型ホームページを作成する際の初期費用は、業界の相場では表①程度の費用が必要になります。

あくまでも相場ですので、これより高い場合もあれば、安い場合もあります。傾向としては、**大手の制作会社**だと上記の価格の5割増し。逆に**小規模な制作会社**や**個人デザイナー**に頼むと6割引きといったところでしょうか。

さて、表①と同じ内容のホームページをCMSで作ったときの費用が表②です。表①の（◎）の部分でテンプレートを活用して自分で行うことで、これくらいの費用になります。

こちらでも業界の相場ですので、これより高い場合もあれば、安い場合もあります。

なお、テンプレートを利用しないで、**オリジナルのデザイン**をお願いすると、従来型と同じようなデザイン費用がかかります。

またページ制作やフォーム制作を、一部だけ制作会社をお願いすることも可能ですが、その場合も同様に費用が発生します。

個別に業者から見積り取った方がよいと思いますが、従来型とCMSとでこれくらい初期費用に差が出るということは、ぜひご理解ください。

3) ランニング費用（月額費用）

それでは続いて、ホームページが完成した後の、ランニング費用（月額費用）がどれくらいかかるか見てみましょう。

従来型ホームページの場合の、**1年間のランニング費用**の総額を表③にまとめました。

ホームページが完成した後、どれくらいのページを追加・更新するかで年間に必要な金額は上下します。ただ真剣にホームページを活用するのであれば、これくらいの費用がかかるのは覚悟しておきましょう。

表③ 従来型ホームページの1年間のランニング費用

項目	金額
定額の更新費用 (◎)	36 万円 (3 万円/月)
追加ページ作成 (◎) (20 ページ追加/年)	40 万円 (2 万円/ページ)
デザイン変更 (◎) (1 回/年)	10 万円
サーバー費用	1 万円～6 万円 (1 千円～5 千円/月)
合計	90 万円前後 (/年)

表④ CMSで作ったホームページの1年間のランニング費用

項目	金額
定額の更新費用 (◎)	自分で更新・変更するので 無料
追加ページ作成 (◎) (20 ページ追加/年)	自分で更新・変更するので 無料
デザイン変更 (◎) (1 回/年)	自分で更新・変更するので 無料
サーバー費用	1 万円～6 万円 (1 千円～5 千円/月)
CMSシステムの利用料	3 万円～6 万円 (3 千円～5 千円/月)
合計	4 万円～12 万円 (/年)

一方、表④のCMSで作ったホームページの場合は、自分で更新することができますから、◎の部分を自分で作業することで大幅に安くなります。

こちらの場合は、利用しているCMSによりランニング費用がかなり上下しますが、それでも「従来型」に比べればずいぶん安くなるのがおわかりいただけたことと思います。

4) 追加のサービス費用

以上で述べた費用以外にも、場合により以下のような費用がかかりますので、事前に見積りを手に入れるようにしましょう。

a) コンサルティング費用

ホームページを初めて作る場合や、今までのホームページが役に立たなくてリニュー

アルしたい場合は、ネットに詳しいコンサルタントと相談しながらホームページを作った方が良いと思います。

マーケティング的な観点やSEO（検索エンジン対策）的な観点を工夫しないと、ホームページで反応をあげることはできません。できれば経験豊富なコンサルタントのアドバイスを受けながら、ホームページを作成したいところです。

一般に、初期費用に含まれているコンサルティングの内容やレベルは、制作会社ごとに異なります。

よくあるのが、窓口の営業担当がコンサルティングと称してお客さんにアドバイスを行うケース。自社の顧客をホームページで開拓していない制作会社では、こうした体制をとることが多いようです。

別に営業マンがコンサルティングするのが悪いわけではありません。でも**自社のお客さんをネットで開拓していない制作会社**の営業マンですから、どうしてもコンサルティングの内容が表面的なものになりがちです。そしてそのようなアドバイスで作ったホームページが役に立つのか、ぜひご自身で判断してみてください。

いずれにしても、優秀なコンサルタントのアドバイスなしにホームページで成果をあげるのは難しいと思いますので、追加費用がかかってもコンサルティングサービスを利用することをおすすめします。

b) オリジナルデザインの費用

「CMSで作ったホームページ」のデザインテーマに満足できない場合、**御社専用のデザイン**を用意してもらう必要があります。

追加の費用が必要になりますが、もし気に入ったデザインがない場合は、オリジナルのデザインをお願いするのも良いでしょう。

ただしオリジナルデザインを作った場合、後日デザインを変更したいときに、あらためて追加の費用がかかりますので注意しましょう。

c) 文書作成の代行費用

ホームページに掲載する**文書は自分で用意するのが一般的**ですが、プロのライターが文書作成を代行してくれるサービスがあります。

もし、忙しくて文書を書く時間がないとか、文書に自信がないという場合は、こうした文書作成代行のサービスを利用するのも良いでしょう。

ただし、実力のあるライターにお願いすると、**1ページあたり4～5万円**の費用が必要になりますから、それなりの出費は覚悟しておきましょう。

ただホームページで反応のとれる文書を書くのは、決して難しいことではありません。弊社のお客さんの中にも、文書が苦手だと言いながらも、素晴らしい成果をあげている方がたくさんいらっしゃいますので、別にプロのライターに頼まなくても大丈夫だと思います。

なお、制作会社によっては、**文書のひな形**を用意してくれる場合もあります。この場

合は、ひな形を元に自分で文書を作成できるので、イメージがつかみやすいと思います。

d) SEOの費用

ホームページをYahoo!やGoogleの検索結果で上位表示するためには、SEO（検索エンジン対策）を行う必要があります。

SEOの方針を考えてくれる「SEOコンサルティング」や、各種の設定作業を代行してくれる「SEO設定代行」といったサービスです。

難しいキーワードの場合は上位表示するのに毎月50万円以上かかる場合もありますが、普通のキーワードであればそこまで高額ではありません。

残念ながらホームページを作っても、十分なノウハウがないと上位表示されないのが今のネットの現実。こうしたSEO支援のサービスを利用するのもおすすめです。

e) 電話での問合せサービス

ホームページを自分で更新しようとする、いろいろな形でサポートセンターのお世話になります。一般的にサポートセンターが提供しているサポートの範囲としては、大きく下記の5つがあります。

- ① 電話による問合せ（操作、事務手続き等）
- ② メールやフォーム経由の操作の問合せ（同上）
- ③ オンラインマニュアルの提供
- ④ 紙マニュアルの提供
- ⑤ 管理画面の操作研修

月額費用の中で、上記のサポート範囲の中でどこまで対応してくれるかは、各社まちまち。月額費用が安いサービスは、②と③だけにサポート範囲を絞り込んでいる場合が多いようです。

サポートコスト削減のため、手間のかかる電話問合せは極力受けたくない、というのがCMS会社の本音。そのため問合せを、「電子メール」か「問合せフォーム」に限っているサービスが多いのです。

でも電話で質問したら5分で終わる質問が、メールのやり取りを重ねると一週間たっても解決しないことも決して珍しくありません。CMSを作る際には、いろいろとわからないことが出てきます。その度に、メールでやり取りしては、忙しい経営者としては大変。

もちろんPCやインターネットに詳しい人なら、それでも問題ないと思いますが、あまりネットに詳しくない場合や、社内にインターネットに詳しい人がいない場合は、①の電話問合せができるサービスの方が安心です。

「自分で更新できる」のがCMSで作ったホームページの最大のメリットですが、そのためには「何かわからないことがあったときに、気軽に教えてくれる」存在が不可欠。

CMSサービスを利用する場合は、必ず「電話で相談できる」サービスを選びましょう。

ただし、電話問合せの回数制限を設けている場合もありますので、その点は確認しておいた方がよいでしょう。

それから、パソコンで見る「オンライン・マニュアル」を提供している会社は多いのですが、できれば「紙のマニュアル」も利用したいところ。

紙のマニュアルなら、パソコンを操作しながら手元に置いて見ることができるので、パソコンにそれほど自信がない人でも安心です。紙マニュアルを提供しているCMSベンダーはあまり多くありませんが、できれば事前に確認しておきましょう。

⑤の**操作研修**は、CMSの更新方法を教えてくれる研修です。パソコンが苦手なCMSの操作に自信がない人は、こうした操作研修で基本的な操作を学べると安心です。

ただ、CMSベンダーで操作研修を提供してくれる会社はあまり多くありません。もしあなたがご検討中の会社がこういう研修を提供しているのであれば、受講してみるのも良いと思います。

f) スマホサイトの作成費用

近年、スマートフォンでホームページを閲覧するお客さんが急増しています。こうしたお客さん向けには専用の**スマホサイトを用意**するのがおすすめ。

CMSの多くが、スマホサイトを簡単に作成できるオプションを用意していますので、ぜひスマホサイトもあわせて用意しておきましょう。

ただ、スマホサイトの更新費用が別途必要になる場合もありますので、こちらも確認しておいた方が良いでしょう。

最初は必要ないとお考えかもしれませんが、後日必要になったときにすぐに追加できるように、スマホサイトが自動作成されるサービスを選んでおきましょう。



g) CMS活用ノウハウを提供してくれるか？

CMSで作ったホームページを立ち上げてビジネスに活用するには、様々なノウハウが必要とされます。できれば、こうしたノウハウを継続的に提供してくれるサービスを選びましょう。



【弊社提供ノウハウ教材】

たとえば、「SEO（検索エンジン対策）のポイント」「反応のとれるサイト作りの秘訣」「ソーシャルメディア等のネットの新技术」等々、企業ホームページとしてCMSを利用するためには、様々なノウハウを身につける必要があります。

ホームページというのは作れば終わりというわけではなく、「早く小さく始めて、大きく育てる」ことが成功の秘訣です。そして大きく育てるためには、御社のレベルに合わせて様々なノウハウを蓄積していくことが大切になってきます。

したがって、できれば継続的に「ネット活用のノウハウ」を提供してくれるサービスを選びましょう。作れば終わりというサービスではなく、継続的にノウハウを提供してくれるサービスのほうが、御社ホームページの成長を大きく後押ししてくれます。

h) ホームページの更新はどこまでできるか

自分で更新できるのが「CMSで作ったホームページ」の魅力ですから、実際に自分でどこまで更新できるかが、一番重要なポイントになります。

「自分で更新できる」とうたっていても、実際に更新できるのは一部のページだけだったり、ページの追加が有料で別途費用が必要なサービスもあります。

また、デザインの変更ができなかったり、変更するのに追加費用がかかるサービスも少なくありません。

ホームページが完成した後、自分で更新・変更する可能性がある項目として次のような項目があげられますので、事前にこうしたことができるか確認しておきましょう。

■ ページ内の文書を変更できるか

一部の文書だけではなく、すべてのページの、すべての文書が変更・追加できることが望ましい。

■ 各ページに配置された、各種の写真や画像を変更できるか

スタッフの写真を入れ替えたり、誘導バナーを変更したりする可能性は高い。

■ ページを増やしたくなったり、簡単にページを追加できるか

またページを隠したくなったり、簡単に削除したり、一時的に見えなくすることができるか。

■ メニューの変更が簡単にできるか

ページの追加や削除、あるいは誘導したいコンテンツが変わったときに、メニューを増やしたり、順番の変更する必要がある。ヘッダー、サイド、フッターの各メニューで簡単にできることが望ましい。

■ デザインの変更が簡単にできるか

デザインを変更したくなったり、ホームページのカラー、メニューのデザイン等を、簡単に変更することができるか。

■ フォーム（資料請求フォーム等）を修正したり、追加したりできるか

入力項目を変更したり、新しくアンケート項目を追加したりできるか。

■ スマホサイトのページを、簡単に更新することができるか

スマホサイトについても同様に自分で更新できるのか。

実際にCMSをどこまで変更できるかは、各サービスベンダーの提供機能次第です。どこまで自分で更新できるのか、事前に確認するようにしておきましょう。

5) ホームページ作成会社の選び方

以上で、費用の概要はご理解いただけたと思いますので、続いてCMSで作ったホームページを作成してくれる制作会社について考えてみましょう。

「CMS」であれ「従来型」であれ、ホームページを作るときには制作会社をお願いするわけですが、あなたのホームページが成功するかどうか、かなりの部分がこの制作会社選びで決まってしまう。

あなたにふさわしい制作会社をどんな観点で選べばよいのか、第2章でお話した内容をあらためて整理しておきましょう。

a) HPでお客さんを集めている会社を選ぶ

ビジネスとしてホームページを活用したいのなら、自社のお客さんをホームページで集めている制作会社に頼みましょう。

電話営業している制作会社、紹介で顧客開拓している制作会社、そしてリース契約を勧める制作会社は、集客に役立つホームページが作れない可能性が高いと思います。

b) 専門用語を使わず、経営者の言葉で説明してくれる会社を選ぶ

WEB業界はコミュニケーションが苦手な人が多いので注意しましょう。一人黙々とPCにむかって仕事をするのが好きな人が多いので、相手の立場に立ってコミュニケーションをとってくれない人が少なくありません。

またネットの専門用語をまくし立てる人も多いので、話している内容がチンプンカンプンかもしれません。

ネットの言葉ではなく、ビジネスの言葉、経営者の言葉でコミュニケーションが普通にとれる制作会社を選びましょう。

c) 総額の費用を明示してくれる会社を選ぶ

ホームページの制作費用はわかりにくいので、初期費用の総額と、月額費用（ランニング費用）の総額を、必ず提示してもらいましょう。

制作会社の中には、この総額費用をなかなか教えてくれない会社もありますので、そういう会社は選ばない方が無難です。

d) 更新作業を含め、制作の進め方を具体的に明示してくれる会社を選ぶ

最初にホームページを作る際に、どんな風に進めていくか。そして完成した後にそのホームページをどのように育てていくか。具体的に教えてくれる会社を選びましょう。

ホームページを作って終わり、という会社は、得てして契約書に判子さえ押させれば、あとは知らない、というスタンスになりがちです。

最初にどんな風に作業を進めていくのか、その後の更新作業はどうすればよいのか、お客さんの立場に立って教えてくれる会社がお勧めです。

6) 早く小さく始めて、大きく育てる

繰り返しお話ししていますが、CMSというのは「安価」で「更新が簡単」なツールです。

そして「CMSで作ったホームページ」の最大のメリットは、**専門スキルを持たない方でも、ホームページのコンテンツ（内容）の追加・更新が簡単に行える**、という点にあります。

今まで何度もお話ししているように、CMSで作ったホームページなら、「**早く小さく始めて、大きく育てる**」というアプローチが可能です。

最初から「**100点満点**」のホームページを作ろうとするのではなく、「**5点**」でもいいから早く始めて、それを徐々に「**100点**」に育てていくのです。自分で更新できる「CMSで作ったホームページ」を活用して、自分の手でコンテンツ（内容）を充実させていきましょう。

最初から100点のホームページを作ろうと思うと、なかなか進まないと思います。でも5点だったら、もっと**気軽に始められる**はず。気軽に始めてから、徐々に「**大きく育てて**」いけば良いのです。

その代わりに、ライバルよりも「**早く**」始めましょう。

5点のホームページでも、5点の価値はあります。何もなければ「**0点**」ですが、「**5点**」のホームページがあれば、少なくとも「**5点**」分の効果は期待できます。

そしてライバルよりも早く「**5点**」のホームページを成長させていきましょう。ライバルが10点のホームページを作る前に、御社は20点のホームページに成長させるのです。

最初は「**小さく**」ても良いですから、少しでも「**早く**」ホームページを作ることをお勧めします。そしてそのホームページを自分の力で「**大きく育てて**」いくことで、大きな成果を生むことができるのです。

ぜひ、CMSを活用して、「**早く小さく始めて、大きく育てる**」ホームページを作り上げていただければと思います。

4. 付録 サービス検討シート

初期費用と月額費用について、「従来型ホームページ」と「CMSで作ったホームページ」別に業界の費用相場をまとめました。

制作会社によって費用が異なる場合がありますので、あらかじめご了承ください。参考として弊社サービスも掲載しておきますので、比較候補としてお使いいただければ幸いです。

1) 初期費用の比較表

	従来型ホームページ	CMSで作ったホームページ	
	業界の相場	業界の相場	あきばれ ホームページ
総額	ページ数によるが20万円～300万円	自分でどこまでページを作るかによるが5万円～50万円	49,800円（税別）
初期設定費用	システム導入、サーバの初期設定費、ツールの設定費用、ライセンス料、その他の初期費用、等		
	1千円～5千円 (サーバの初期費等)	5万円～10万円	無料 (総額費用に含む)
ディレクション費用	顧客窓口、顧客の要望ヒアリング、制作の進行管理、ホームページの企画・構想検討、ホームページの全体設計、デザイナー管理、等の作業（ディレクション）の費用。制作するページ数が増えるほど制作に携わる人数が増えるため、このディレクション費用が高くなる。逆にページ数が少ない、or 自分で作成する場合、この費用は不要となる		
	3万円～30万円	無料～10万円	無料 (総額費用に含む)

	従来型ホームページ	CMSで作ったホームページ	
	業界の相場	業界の相場	あきばれ ホームページ
デザイン作成 費用	HP 全体の色合い、表示内容の配置、ヘッダー部分の写真加工、メニューの色やアイコン、各種バナー作成、文字装飾、各種写真素材の選定、等にかかる費用。トップページのデザインとその他ページのデザインでそれぞれ別費用となる場合が多い。		
	トップページ 5万円～30万円 その他ページ 2万円～15万円	テンプレートを利用する場合は、 無料 オリジナルテンプレートを作成する場合、 5万円～20万円	無料 (テンプレートからデザインを選択) オリジナルのデザイン作成は提供なし
ページ 作成費用	各ページの文書流し込み、整形、文字装飾、写真加工と貼り付け、誘導リンク挿入、バナーやボタンの作成等にかかる費用。 ページ数に比例して費用がかかる。文書の作成費用は含まれていない。 (文書はお客さまで用意するのが前提)		
	1ページあたり、 1万円～5万円	無料 (自分で作成) 1ページあたり 1万円～3万円 (制作会社に依頼)	無料 (自分で作成)
フォーム作成 費用	問合せフォーム、資料請求フォーム、見積り請求、メルマガ登録、等のフォーム作成費用。フォームシステムを用意していない制作会社の場合、価格が高くなる。		
	1フォームあたり 2万円～5万円	1フォームあたり 5千円～2万円	3フォームまで 無料 4フォーム以上も自作することで、 無料

	従来型ホームページ	CMSで作ったホームページ	
	業界の相場	業界の相場	あきばれ ホームページ
文書作成代行費用	<p>ホームページに掲載する文書は自分で作るのが一般的だが、ライターに作成を依頼することも可能。</p> <p>ただし学生や主婦のアルバイトからプロのライターまで、レベルは様々。反応のとれる文書を書いてほしい場合はプロのライターに依頼した方が無難だが、当然費用は高い。</p> <p>なお社内にライターを抱えている制作会社は少数派。多くは外部のライターと個別契約している。</p> <p>文字数に比例して費用がかかるが、反応をとるためには1ページあたり原稿用紙4～5枚程度の文字数は必要</p>		
	原稿用紙1枚あたり 1千円～5万円	原稿用紙1枚あたり 1千円～5万円	原稿用紙1枚あたり 4万円程度
サイト コンサルティング 費用	<p>ホームページで成果をあげるためのWEBマーケティングのコンサルティング費用。ディレクション費用の中に含まれているケースも多い。コンサル会社が制作サービスを提供している場合、コンサルティング費用が別立てになるのが一般的。</p> <p>営業マンがついでにコンサルティングする場合は無料の場合も多いが、成果は疑問。弊社の場合は、ネットで6,000社を集めたノウハウを元に、コンサルティングを提供</p>		
	無料～300万円	無料～50万円	無料(初期費用に含まれる)

	従来型ホームページ	CMSで作ったホームページ	
	業界の相場	業界の相場	あきばれ ホームページ
SEO コンサルティング 費用	<p>キーワード検討、SEOの施策の検討、リンクの確保、ホームページのSEO設計、等のSEOコンサルティング費用。上記のサイトコンサルティング費用に含まれることも多い。</p> <p>制作会社がSEOのノウハウを持たない場合、外部のSEO業者を紹介するのが一般的。その場合はSEOコンサル費用は無料で、その分を月額費用の形で請求されるケースが多い。</p>		
	無料～50万円	無料～50万円	無料(初期費用に含まれる)
ノウハウ 自習教材	<p>ホームページの反応をあげるための各種ノウハウ教材の提供費用。SEO、サイト制作のテクニック、等をDVDやマニュアルの形で提供する。一般にコンサル系の制作会社の場合、こうした自習教材の提供に積極的だが、普通の制作会社はあまり提供していない。</p>		
	DVD 1枚あたり、 1万円～3万円	DVD 1枚あたり、 1万円～3万円	DVD2枚、SEOマニュアル 1冊が無料(初期費用に含まれる)

2) 月額費用の比較表

項目		従来型 ホームページ	CMSで作ったホームページ	
		業界の相場	業界の相場	あきばれ ホームページ
サーバー費用		1,000円～ 20,000円/月	1,000円～ 20,000円/月	4,900円/月 (税別)
ホーム ページ の 更新 費用	ページの変更・ 更新にかかる費 用	一定の範囲内で、 月額3万円くらい	無料 (自分で更新)	無料 (自分で更新)
	ページの新規追 加費用	1万円～3万円 /ページ	無料(自分で更新で きる場合) 1～3万円/ページ (業者でないとペー ジ追加できないサ ービスの場合)	無料 (自分で追加)
	デザインの変更 費用	5万円～10万円	無料 (自分でデザインを 変更する場合) 5万円～10万円(オ リジナルデザイン を利用した場合)	無料 (自分でデザインを変 更するので)

項目		従来型 ホームページ	CMSで作ったホームページ	
		業界の相場	業界の相場	あきばれ ホームページ
ホームページの更新費用	画像や写真の追加・変更費用	写真1点あたり 1~3千円	写真1点あたり 1~3千円 サービスにより テンプレート素材を提供している場合あり	無料(テンプレート内の素材を自分で設定)
	バナーやボタンの追加・変更費用	バナー1点あたり 2~5千円	バナー1点あたり 2~5千円 サービスにより バナーボタン素材を提供している場合あり	無料(テンプレート内の素材を自分で設定)
サポート	電話による操作問合せ	更新サービスを利用している場合は対応。そうでない場合はサポートしていない会社が多い。	月額の安いところは電話サポートを提供していないところが多い。	無料で提供。 回数制限なし。 ただし1回の対応は30分以内。
	メールやフォーム経由の操作問合せ	一般に対応している	一般に対応している	無料で提供

項目		従来型 ホームページ		CMSで作ったホームページ	
		業界の相場		業界の相場	
サ ポ ー ト	オンラインマニュアルの提供	—		無料でオンラインマニュアルを提供しているのが一般的	無料で提供
	紙マニュアルの提供	—		提供していないところが多い	無料で提供
	HP の反応をあげる為の相談(SEO、文書作成、HP の方向性等の相談)	対応していない会社が多いが、相談1回あたり 2~5万円程度		対応していない会社が多いが、相談1回あたり 2~5万円程度	HP 完成後、一定回数までの相談は無料。 それ以降は1回 9800円(税別)
	管理画面の操作研修	—		提供していないところが多いが、提供している場合1回1~2万円程度	希望があれば 無料で提供 (電話にて)

おわりに

以上、自分で更新できる「CMSで作ったホームページ」についていろいろとお話ししてきました。ページ数の関係もあり、少し駆け足の説明になってしまいましたが、本書でご説明した内容を元に、今後のホームページ活用を進めていただければ幸いです。

なおここでお話しした内容は、あくまでも「基本」に過ぎません。また「考え方」を中心にご説明したため、実際に自社でホームページを運営しようとする、細かい部分でいろいろと悩まれることも多いと思います。

でも「CMSで作ったホームページ」の良いところは試行錯誤ができることです。業者に制作を依頼する通常のホームページと違って、CMSの場合は自分でいろいろと試行錯誤を続けることができますから、実際に自社で触ってノウハウを蓄積していきましょう。あまり大上段に構えず、「トライ&エラー」で少しずつ進歩していけば良いと思います。

CMSは「大いなる可能性」を秘めた素晴らしい「ツール」です。しかしそのツールを使いこなせるかどうかは、御社の「ノウハウ」次第。

その意味で、1日も早くCMSで作ったホームページの利用を開始しましょう。ライバル企業がノウハウをためる前に、先にノウハウを身につけてしまいましょう。1日早くホームページ活用のノウハウを習得できれば、それだけライバルに先んじることができるのです。

「早く・小さく始めて、大きく育てる」

この言葉を忘れずに、CMSで作ったホームページをご活用いただければと思います。

以上、つたない文書でわかりにくい点多かったと思いますが、本書の内容をもとに、御社がホームページを活用して素晴らしい成長を遂げられることを、心より祈念しております。