



# そうしん 創業者倶楽部 講演会

演 題

インターネットで  
経営を加速する！

当金庫は2月8日、鹿児島市の鹿児島サンロイヤルホテルで第2回そうしん創業者倶楽部交流会及び講演会を開催。講演では、株式会社コアース代表取締役社長で長島町の地域おこし協力隊としてITによる地方創生に取り組んでいる土井隆さんが「インターネットで経営を加速する！」をテーマに、インターネットを活用した企業経営の活性化策について話しました。

■演題 インターネット  
で経営を加速する！

■講師 土井 隆氏

どい・たかし

株式会社コアース 代表取締役社長

■プロフィール

1985年神奈川県生まれ。慶應義塾大学環境情報学部卒業後、楽天(株)に入社。延べ1000社を超えるモール出展者に対してマーケティングのアドバイスを実施し、ナンバーワン営業マンとなる。2012年に映像配信・WEB制作の(株)コアースを設立し、代表取締役に就任。15年9月より長島町で地域おこし協力隊として、ITによる地方創生に取り組んでいる。

## 01. インターネット で長島町を活性化

大学を卒業して入社した楽天は、インターネットの中でいろんなビジネスを展開していますが、本丸は楽天市場事業です。出展店舗は約4万店で、商品アイテムは1億を超えます。その中で3年間、販売のコンサルタントをしていました。私はコスメ、健康食品を主に取り扱い、インターネットでモノを売るだけでなく、レストランやエステの予約機能の立ち上げにも参画しました。

2012年、インターネット事業者のWEBサイトをつくって、映像の配信や商品のプロモーションを手伝うために「コアース」を立ち上げました。小さな企業でしたが、次第にいろんなつながりができ、さまざまなWEBをプロデュースしてきました。

モノを売るだけでなく、人を集めたり、観光をPRするなど、さまざまな取り組みをしようと2015年10月に長島町に住民票を移し、東京・原宿のオフィスと鹿児島を行き来しながら、地域おこし協力隊として、インターネットを使った取り組みをプロデュースしています。同年に長島町で特産品をインターネット販売する方法について講演したのがきっかけでした。

## 02. 店の予約やイベント認知 社会運動もネットで

特産品をインターネットで売るのは簡単になってきています。でも、サイトを作っただけでは売り上げは上がりません。サイトを知ってもらうきっかけが必要です。町で取り組んでいる「長島大陸食べる通信」は、生産者にスポットを当て、生産者の思いを紹介した季刊誌を購読してもらい、食材と一緒に届けるサービス。WEBサイトにも載せており、サイトの売り上げは

徐々に上がっています。

昨年、焼肉レストラン「叙々苑」のWEBサイトをリニューアルし、新たにネットで予約ができるようにしました。スマホの普及などでネット予約が徐々に増えており、宿泊で50%、航空券で95%になっています。飲食店はまだ1、2%とされていますが、今後伸びていきます。こうした世の中の動きに合わせて事業者も考えを切り替えていくのが大事です。

2019年にラグビーのワールドカップが日本であります。全国各地に3対3でできるストリートラグビーを普及させるなど、日本全体でラグビーのムーブメントをつくるためのサイトを準備中です。

また、2013年7月からのネット選挙解禁を受け、候補者の街頭演説や討論番組などを生放送で100時間ひたすら流し続けました。視聴者は延べ20万人に上りました。

モノの販売や店の予約、イベントの認知度を高める、社会活動を応援するなど、インターネットの可能性はまだいっぱいあります。

## 03. モノの売り買いのうち 5%弱がネット通販

WEBサイトは全世界で約10億サイトあります。サイト数はこれからも同程度で推移すると見られますが、そのうちほとんどが知られていません。目につかなければ、ないと同じです。どうやったら見てもらえるかを考えてWEBサイトを作るのが重要です。インターネットに皆さんの事業を紹介する情報がないと、それは存在しないと同然の時代がやって来ると思います。

インターネットでのモノの売買は、2015年度で1年間に13.7兆円です。これは世の中のモノの売り買いの4.75%を占めています。日本もまだまだ伸びていくのが現状です。こういったものが伸びているかという点、14年から15年にかけては食料・飲料・酒類の伸び率が一番高く10.5%です。事務用品や文房具については30%近くがインターネットでの売り買いになっています。ほかにインターネットで飲食店の予約、水道工事の見積もりなども同様に伸びており、皆さんの事業でも対応していく必要があると思います。

## 04. サイト作成の 目的を明確に

WEBサイトを作る際にどういうことを知り、考えなければいけないのか。ある程度の知識を持っていないと、お金をかけても何にもならなかった、いいものができたけど売り上げにつながらないということになりかねません。そうならないためには、まずサイトの目的を考えること。「○○に○○を伝えて○○する」という言葉に置き換えてください。例えば、飲食店の場合「大学生をターゲットに、コース料理の価格設定を伝え、宴会の予約を増やしたい」など、具体的に考えることが大切です。ここを明確にして作ることです。

WEBサイトを作るのは、家を作るのと一緒です。家はホームページ、土地はサーバー、住所はドメインです。ホームページ

は自前で制作するのか、制作業者に依頼するのか。サーバーは自前で用意するのか、あるいはレンタルサーバーを借りるのか。レンタルサーバーにもアクセス数の小さいものから大きなものまであります。ドメインは業者から取得するか、あるいはレンタルサーバー業者から取得するのか。ホームページの制作料の相場はだいたい30～40万円です。レンタルサーバー料は月額500～1000円程度。ドメインは1年契約で1000～2000円を想定しておけばいいと思います。

WEB制作会社の見分け方は、初期費用無料やリース契約などをうたう業者には要注意です。のちのちリース代としてはね返り、トータルでは高くつくことがあります。製作費だけでなく、更新・運用などにも費用がかかります。5年間でいくらかかるのか、長期的に考えて契約することをお勧めします。制作した後に修正とか情報の更新などに対応しないところもあるので運用費を提示しているか、バックアップはどれくらいとれているか、過去の実績を確認した上で話を進めることをお勧めします。

## 05. 効果を上げる ツールを活用

WEBサイトを作っただけでは何も変わらない場合も。サイトのアクセス数、そのうちの何%が購入や問い合わせ、資料請求などの行動を起こしたかという転換率、一人のお客さんがどのくらいのお金を使ってくれたかという客単価。これらを把握することが必要です。例えば1万人がアクセスして購入率が1%、客単価が1万円だと月商100万円のサイトになります。その数字を継続的に出すのが大事です。さらに同規模で同じような商品売っている事業者のデータと比べて、多いのか少ないのかを把握することが必要です。

アクセスを増やすには、グーグルのマスターツールに登録すること。グーグルの検索サイトに「私はここに住民票を構えました、ここにサイトを作りました」という申請をすると、身元がはっきりしている会社ということが分かります。さらにSNSで発信することをお勧めします。インタグラムやフェイスブック、ツイッターは料金が1円もかからないので、ここで広報活動をすることです。飲食店だったら、無料の「食べログ」や「ぐるなび」などに登録。グーグルマップに店の位置情報を登録すると検索されやすくなります。

さらに無料分析ツールのグーグルアナリティクスというサービスが使えます。1日にどのくらいの人がアクセスしているのか、どのくらいの人が購入したのか、他の事業者と比べてどうなのか、どういうキーワードで検索して入ってくる人が多いのか分かります。

飲食店を営む人は、インターネットの予約機能や同じお客さんが何回来てくれたかといった顧客管理機能を整備する場合、上限100万円で費用の3分の2を補助という経産省の制度があります。そういったものを利用してIT化を進めていくきっかけにさせていただけたらと思います。インターネットを使って皆さんの事業がどう変わるかは考え方、取り組み次第です。まずスタートラインに立つ準備をさせていただけたらと思います。