

中小企業の経営者必読!

SEOで効率的なサイト集客を図る

SEOソフトを活用し、専門知識ゼロで自社サイトを検索上位に表示させる

専門知識ゼロでもわかる!

SEOソフト選び3つのポイント

✓ 価格

やはり価格は重要だ。目安は月額10万円以下。ちなみにSEOソフトは必ずしも即効性があるわけではなく、地道な改善を繰り返さなければ効果が出ない場合もある。だからこそ、価格と機能のバランスがポイントとなる。

✓ 導入実績

すでにSEOソフトは世の中に数多く存在する。ユーザーにSEO専門知識がなければ、SEOソフトのクオリティも判断できない。その場合に有効な指標となるのが過去の導入実績。そのSEOソフトの導入企業数が多ければ多いほど、高いパフォーマンスを出せる可能性がある。

✓ 営業マンの提案力

SEOソフトの価格、機能、実績に大差がない場合もある。その場合は「営業マンの質」が有効な指標となる。SEOソフト会社の営業マンにSEOの知識や提案力があるかどうかを見極める。SEOは複合キーワード(自社の業種+地名など)の選定がポイントとなるため、営業マンの提案力も重要な要素である。

Red-Zone
代表取締役社長兼CEO
河村 壮志
かわむら たくし

1977年、愛知県生まれ。1999年に営業会社に入社し、トップ営業マンとして活躍。2003年にRed-Zone株式会社を設立し、代表取締役社長兼CEOに就任。同社は2007年から3期連続で売上200%成長を続けている。



Red-Zone(レッドゾーン)はWebサイト集客のプロフェッショナルだ。SEOソフト「S-COMplete(スキャンプリート)」の開発・販売を行い、3期連続で売上200%成長を実現している。クライアント数は5000社以上。なぜ「S-COMplete」はこれほど多くの企業から支持されているのか。今回は代表の河村氏に人気の秘密を聞いた。

常に改善、常に効率化

— 御社は3期連続で売上200%成長を続け、今期は20億円の売上を見込んでいます。不況下でも高成長を続けている理由を教えてください。

河村:理由は3つあると考えています。1つ

2つ目が顧客対応、つまりクライアントに対する姿勢。どんなに商品力があっても、商品力だけで成長することはできません。当社は即時対応を徹底し、1分1秒でも早くクライアントに対応することを心がけています。たとえば「クライアントの電話が、当社の担当者につながらない」という状態を防ぐ努力です。クライアントをお待たせすることがないように、どんな仕事よりもクライアント対応を優先しています。

3つ目が信用力。「S-COMplete」の導入企業は5000社以上。この実績が、そのまま商品の信用力につながっています。また当社はネット広告の代理店業務において、Google、Yahooと正規代理店契約も結んでいます。この2社の正規代理店になるためには厳しい審査を通らねばなりません。実際、中部地方での2社の審査を通っているのは当社だけです。全国でも20社未満だと聞いています。この事実もクライアントとの安定的な取引につながっています。

低価格で標準機能を装備したSEOソフト

— 御社の商品力について、もう少し詳しく教えてください。企業がSEOソフト「S-COMplete」を導入するメリットは何ですか?

河村:主に3つあります。1つ目は価格。Webサイトのページ数によって変動しますが、価格は月額数万円。同業他社よりも低価格で提供しています。

2つ目は機能。「S-COMplete」はSEOソフトの標準機能をすべて備えています。またモバイルサイトにも導入可能です。もちろん、Google、Yahoo、MSNなど、国内の主要検索エンジンにはすべて対応しています。3つ目は利便性。HTMLなどの専門知識

識がなくても、簡単にSEOができます。また、当社には約50名のエンジニアが在籍しており、無料サポートも行っていきます。

— 企業がSEOに取り組めば、必ず売上が上がるのでしょうか?

河村:必ず上がるとは限りません。SEOの役割は、あくまでWebサイトの集客です。どれだけWebサイトに見込み客を集めてもクライアントの商品やサービスに市場優位性がなければ、継続的な売上向上にはつながりません。もちろん、当社はクライアントのパートナーとして、できる限りのアドバイスは行っています。

— 今後のビジョンを教えてください。

河村:当社は「常に改善、常に効率化」をモットーに掲げています。世の中に完璧な商品、完璧なサービスは存在しません。当社のSEOソフトも100%検索順位を上げられるわけではない。だからこそ、常にクライアントの声を聞き、検証と改善を繰り返しています。今後も日々研鑽を積み、自社の商品力を徹直に向上させていきたいと思えます。取材文/高橋雄輔 撮影/夏目圭郎

いまさら聞けない SEOの基本を徹底解説! SEOって何?

そもそもSEOとは

SEOとは、Search Engine Optimizationの略で「検索エンジン最適化」のこと。検索エンジンの検索結果のページの上に、自らのWebサイトが表示されるように工夫する手法・技術を指す。

なぜSEOが重要なのか?

GoogleやYahooなどの検索エンジンは、登録されているWebサイトを「検索キーワード」に応じて表示する。その際の表示順位は、それぞれの検索エンジンが独自の方式(アルゴリズム)で決定している。この表示順位の上位にある方がユーザーの目に触れやすく、Webサイトの訪問者も増える。検索エンジンユーザーの大半は検索結果の10ページ目までしか閲覧しない。だから、多くの企業がSEOに取り組んでいる。

SEOのメリット

①見込み客が集客できる ユーザーが検索エンジンに打ち込むキーワードは、ユーザーの関心そのものである。自社の見込み客が使用しそうな検索キーワードで上位表示ができれば、見込み客を効率よく集客できる。

②費用対効果が高い パナー広告やメール広告の場合、広告の掲載期間が終了すれば集客力は落ちる。一方、検索エンジンに掲載期間は存在しない。SEOによる上位表示に成功すれば、長期的に安定した集客が可能になる。また、リスティング広告のように表示やクリックに対する課金もない。

SEOの手法

SEOの種類には、大きく分けて「外部対策」と「内部対策」の2種類がある。「外部対策」とは、Webサイトの「外部」リンク数を増やすことなどがある。外部のWebサイトからのリンクが多いほど、検索エンジンから高く評価されやすい。「内部対策」とは、自社のWebサイトの「内部」構造を最適化すること。ターゲットにするキーワードの適切な選択や、ページ内でのキーワードの適度な使用などがある。

Red-Zone株式会社
設立/2003年8月8日
資本金/20,000,000円
売上高/9億円(2009年2月期)、
20億円(2010年2月期見込み)
従業員数/250名(アルバイト含む)
事業内容/
■SEOサービス(PC/モバイル)
■自社開発SEO対策ソフト「S-COMplete」の販売
■WEBサイトの企画・制作・保守
■コンピュータネットワークの構築・運用
■コンピュータソフトウェアの開発・販売
■顧客管理システム「顧客管理マスター」の販売
■チラシ閲覧サイト「Exa(エグザ)」の運営・管理
■自社オリジナルパソコン「LINK」の販売
URL/http://www.red-zone1.com
TEL/0120-38-2400

CORPORATE
PROFILE



東邦工業
代表取締役社長
尾辻 義之 おつじ よしゆき

1963年、大阪市生まれ。1989年に東邦工業株式会社に入社し、2009年2月に代表取締役社長に就任。趣味はゴルフ。

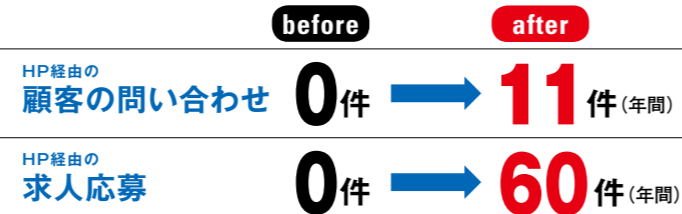
東邦工業株式会社

創業/1965年3月 資本金/10,000,000円
従業員数/5名 事業内容/冷暖房設備工事、空調管工事一式、空調調和設備機器の保全・整備・メンテナンス、ダクト・フード清掃他
URL/http://www.tohokogyo.biz

【空調設備の工事・メンテナンス会社】

SEO導入事例 CASE ②

SEOで「見積もり依頼」と「求人応募」が増加



東邦工業は空調設備の工事・メンテナンス会社。従業員5名の小さな会社のため、もともと自社のホームページ(以下、HP)は持っていない。そして2008年11月、同社はHP制作とSEOをRed-Zoneに依頼した。低コストで自社の情報発信に取り組みうと考えたのだ。HP制作とSEOによって、どのような効果があったのだろうか。今回は代表の尾辻義之氏に話を聞いた。

営業マンに誠意を感じた

「御社は2008年11月に自社HPを立ち上げ、SEOも始めたと言いました。なぜ同時にSEOにも取り組んだのですか?」

尾辻:「せっかくHPを作るのであれば、当社の認知度も向上させたかったです。HPを作るだけでは、当社を知っている方しか情報を発信できません。検索エンジンに「東邦工業」という社名を打ち込まなければ、当社

のHPまでたどりつけませんよね。そこでSEOに取り組みことにしたんです。SEOに成功すれば、当社を知らない方にもHPを見てもらえます。結果として、新規商談の営業面や人材の採用面でも役立つと考えました。

「HP制作会社やSEO会社は数多くあります。その中から、なぜRed-Zoneを選んだのですか?」

尾辻:「営業マンに誠意を感じたからです。やはり、一番大事なのは人です。Red-Zoneさんの営業担当者は20代の方。こまめに電話してくれたり、夜遅い時間でも当社まで足を運んでくれました。最初は上司を連れて、2名でいらっしやいましたね。当社のような小さな会社に対しても、一生懸命やってくれていると感じました。

また、営業マンがフレンドリーな雰囲気だったのも好印象でした。礼儀をわきまえながらも、変に堅苦しくなかった。彼なら今後もつき合っていけると思いました。今ではITの話だけでなく、プライベートの話までするようになりましたよ(笑)。

新規見積もり依頼が増加

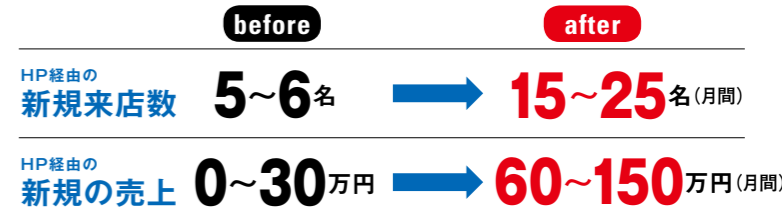
「SEOに取り組んでから、どのような変化がありましたか?」

尾辻:「当社はRed-Zoneさんからのアドバイスを受け、「愛知 空調設備」、「愛知 ダクト工事」という2種類の複合キーワードでSEOを行いました。すると、HP経由の見積もり依頼が増えたと感じました。そもそも、これまでは新規の見積もりはゼロでした。既存顧客からの紹介だけで当社はやってきたんです。しかし、SEOに取り組んで以来、月1件ペースで新規の見積もり依頼をもらうようになりました。驚いたのは、他府県からも問い合わせをいただく

【創業73年のオーダーメイドスーツ専門店】

SEO導入事例 CASE ①

SEOで新規顧客を増やし実店舗の売上アップを実現



テーラー神谷 (神谷ガーメント)
代表取締役社長 神谷 裕之 かみや ひろゆき

1947年、名古屋市生まれ。立教大学を卒業後、大手アパレルメーカーに勤務。1972年に渡英し、サヴィル・ロウの「キルガー・フレンチ&スタン/ブレ(現キルガー)」でチーフカッターを務める。帰国後、西武百貨店の顧問デザイナーを経て、株式会社テーラー神谷(現株式会社神谷ガーメント)の代表取締役社長に就任。手頃な価格のオーダーメイド「ニューオーダー」を開発し、若年層の顧客を開拓した。

株式会社神谷ガーメント

創業/1937年 資本金/2,000万円 従業員数/25名
事業内容/紳士服(オーダーメイド、オーダーシャツ、洋品)・婦人服の販売など
URL/http://www.t-kamiya.co.jp

テーラー神谷は創業73年のオーダーメイドスーツ専門店。名古屋市中区にある店舗内に工房を構え、カッター・フィッター・テーラーなど11名の職人が国内最高クラスのオーダーメイドを提供している。2009年9月、同社は新規顧客を増やすため、Red-ZoneにSEOを依頼した。今回は代表の神谷裕之氏にSEOの効果聞いた。

雑誌広告よりも価格が低くしかも広告効果が長い

「御社がSEOに取り組んだ理由を教えてください。」

神谷:「新規顧客を増やし、売上を上げるためです。当社は10年以上前からホームページ(以下、HP)を持っていました。でも、HP経由の新規来店は月間5~6名しかありませんでした。だから新規来店を3倍、HP経由の売上を2倍に増やしたいと考えていたんです。そこで、2009年9月にSEOに取り組

みました。SEOの魅力は、低投資で始められる点でした。Red-ZoneさんのSEOは月額数万円。当社は雑誌への広告出稿も行っていましたが、雑誌広告は1回で50万円以上の費用がかかります。また、雑誌広告は一時的な効果が高いものの、持続性が低い。その点、SEOは効果が持続しやすくと考えました。一度、HPの検索順位が上がれば、なかなか下がりにくいです。

「SEOに取り組んでから、どのような変化がありましたか?」

神谷:「すぐに主要なキーワードで検索順位が上昇し、HPの訪問者数が約2倍に増えました。たとえば、ヤフーの検索順位では「オーダーメイド スーツ 名古屋」で1位、「オーダーシャツ 名古屋」で3位に表示されるようになりました。その他にも、「Red-Zone」というキーワードでSEOを行いました。これは、まずスーツの「お直し」で当社の技術力を体感してもらい、オーダーメイドのご購入につなげるためです。このキーワードでは、ヤフーの検索順位で1位を獲得しました。

競合他社の売上が減少する中売上向上を実現

「HPの表示順位が上がったことで、実店舗の集客や売上も上がったのですか?」

神谷:「はい。HP経由の新規来店は月間5~6名から、15~25名へと3倍以上に増えました。売上も月間で60万円~150万円も増えたと感じました。これは純増の数字です。ちなみに、HP経由のお客さまは購買率も高いですね。たとえば2009年10月の場合、HP経由のお客さま24名のうち、20名の方にお買い上げいただいたんです。やはり、お客さまご自身が興味のあるキーワード

で検索して来店されるので、購買率が高いのだと思います。

「他のテーラーや百貨店など、競合他社は不況で売上が低迷していますよね。神谷:「そうですね。ほとんどの他社さんは前年比70~80%の売上高です。一方、当社は前年比115%以上の売上を上げ続けています。その要因はやはりSEO。今回のSEOによって、低コストで若年層の新規顧客を開拓できました。だから、他社さんにはうらやましがられますね(笑)。私が「おかげさまで前年よりも業績が上がっています」と話すと、「いったい何をやってるんですか?」と熱心に尋ねられます。正直に言うて、最初はSEOに半信半疑でしたが、いまは本当にやって良かったと思っています。

Red-Zoneによる検索エンジンでの成果



Red-Zoneによる検索エンジンでの成果



「既存の取引先や同業他社からの反応はありますか?」

尾辻:「同業者からは「東邦工業さんのHPはいつも上位にあるね」と驚かれます。同業の社長さんは50代以上の方が多く、まだSEOを知らない方が多いので、自慢になりますね(笑)。この地域の同業者は20社ほどありますが、HPを持っている会社が5社ぐらい。その中でSEOに取り組んでいるのは、わずかだと思います。業界内のブランディングにもなり、満足しています。

いたこと。神奈川県のお客さまだったので、「交通費と宿泊費を支払うので、ぜひ空調設備を直して来てほしい」と。こんな依頼は創業45年の中で初めてでしたね。

また、HPとSEOは求人にも役立っています。HP経由で求人応募が来るようになったんです。その数は月に5~6件。昨年の1月にはHP経由で3名の人材を採用しました。