めざせデジタルインフラの構築（第2回）

小さな企業のホームページ構築。続ける秘訣は？

2017.08.09

あなたの会社はホームページ（自社Webサイト）をお持ちだろうか？インターネットの普及に伴い、規模を問わずかなりの企業がすでにホームページを立ち上げている。インターネットがビジネスに不可欠の存在になりつつある現在、ホームページがないと機会損失につながりかねない状況だ。

自社のホームページを立ち上げる目的にまず挙げられるのは、「会社の看板」としての情報発信だ。会社概要や事業内容を誰でも閲覧できるように公開することは、企業の存在を広く社会に知らしめる「広報」の役割を果たす。もちろん、商品や技術の紹介といった情報の発信も重要な役割を持つ。

次には、取引や販売の促進、販路開拓といった業績拡大に向けた活用がある。代表的なのはホームページ上で売買を行うことだが、新規顧客からの問い合わせや商談の受け付けといった機能も考えられる。

企業サイトに見られる「格差」

こうした目的を夢見てホームページを立ち上げても、必ずしも有効に活用できないケースは珍しくない。昨年ホームページを立ち上げたとある会社もそうした1社だった。

その会社は食品の製造・販売を手がける従業員8人の小規模企業者だ。これまで、自社サイトを設けていなかったが、業容拡大を機にホームページを構築することにした。社内にはITに詳しいスタッフはおらず、知り合いの制作会社に構築を依頼した。

開設後1年ほど経過したが、「ホームページを見て」という新規取引につながる問い合わせはゼロ。制作会社から届くレポートによると、アクセス数は多くて1日数件という寂しい状況だった。これでは広報目的すら果たせていないように思える。社長は「うちは既存の取引先が中心の商売だから、これでいい」と話すが、せっかく費用をかけてホームページを構築した意味はない状態だ。

サイトでは会社概要や商品紹介など、ごく一般的な企業サイトのスタイルで、大きな問題があったわけではない。しかし、内容に個性がないのも事実だった。同社は以前から、社長を筆頭として商品開発に熱心に取り組んできた。しかし、サイトではそれがまったく分からなかった。

さらに致命的なのはホームページ自体の活気の無さだった。要因は、開設したものの更新が滞り、新規コンテンツの追加がなかった。トップページには「サイト開設のお知らせ」が表示されたまま。開設しても放っておかれるサイトには誰も関心を持たない。

実はこのような状態の企業サイトはかなりある。こうならないためには、どうすればいいだろうか。まずは個性を打ち出し、経営者自身がサイトの開設・運用に関心を持ち、自社のアピールを真剣に考えることが不可欠だ。商品開発にかける意気込みや、その結果生み出されたものが分かるコンテンツを用意するとよい。

そしてしっかり更新する。新しい情報を常に掲載し、企業の今の姿を反映させるのがポイントだ。従来は、更新にある程度のITスキルが必要で、外注すればそれなりのコストが生じた。だからIT人材や予算に乏しい中小企業では、必ずしも気軽にはできなかった。

ホームページ構築サービスが続々登場… 続きを読む