

進化する企業

変化する市場

インターネットの世界で使われている「ウェブコンテンツ」という造語を考え出したのは私だと自負しています。ウェブデザインでも、ウェブクリエイトでもないこの言葉を使ったのは、企業のホームページは、収益の向上に貢献できる手段であると確信しているからです。

顧客企業のホームページ制作サービスは、一回きりの仕事で終わることも珍しくありません。これに対し、ウェブコンテンツは、「ホームページを作る」だけでなく、「利益を創る」ことを目標に、顧客と一緒にホームページを育てます。長いお付き合いができ、当社にも安定的な利益をもたらしてくれます。

《経営不振に陥った家業の写真店を20歳の若さで引き継いだ。無我夢中で営業に走り回り、多額の借金を2年間で返済したという。その後、平成11年に太陽光発電システム販売の日本エコシステム(東京都新宿区)に入社。新規事業

ジェイコス 社長

高畑卓さん



のため発足したIT(情報技術)事業部に配属され、企業向けホームページの制作に取り組んだ。当時、事業部内にはパソコンに詳しい人が少なかったため、自然に中心的役割を任せられるようになりました。14年には「ウェブコンテンツ」のビジネスアイデアを提案し、それに特化したプロジェクトを開始。ヤフージャパンやグーグルの検索結果で、より上位に現れるようにウェブページを書き換えるSEO(検索エンジン最適化)にも取り組みました。2年足らずで約40社のホームページのコンサルティングを手がけ、手応えを感じるようになった。「自分の考え出したビジネスモデルがどこまで通用するか、独立して試してみたい」と考え、市川武史会長に相談して快く承諾してもらいました。17年4月にジェイコスを設立、市川会長には監査役として

「利益を創る」サイト制作

今もアドバイスを頂いていますが、ジェイコスの強みは、データに基づいた分析力にある。顧客企業と競合他社のホームページを徹底的に研究し、長所短所を分析する。市場調査も行ったうえで、どうすれば魅力あるホームページになるかの戦略を提案する。こうしたノウハウを生かし、ホームページに訪れたさいに使った検索エンジンや、打ち込んだキーワード、滞在時間などがわかる「アクセスログ解析サービス」(http://www.joslog.com)などの新規事業も立ち上げている。《コンサルティングを手がけた

企業は600社を超え、成功例も増えていきます。例えば、ヤマサ醤油のホームページは、月3万だったページビューが1年で50万ページビューに急増しました。商品を直接PRするとの考えでなく、商品を使ったレシピを紹介することでページビューを増やし、商品にも関心を持ってもらう狙いが当たりました。ページビューや会員数の増加など、顧客との間で目標を設定し、予算を決めます。その後はコンサルタントに任せってもらう仕事の進め方を尊重してもらっています。スタッフは少数精鋭で、一人一人が質の高いサービスを提供できるように育成しています。やみくもに顧客数を増やすより、得意先のホームページの質を持続的に高めることに力を置いているからです。

(小島清利)

明日に挑む

データ
ジェイコス インターネットのウェブコンテンツの企画・制作・コンサルタント▽本社・東京都渋谷区▽資本金1000万円▽従業員10人
▷http://www.jos.net/