

## 第 19 回情報技術・マルチメディア研究会

日時 平成 21 年 3 月 6 日(金)14:00 ~ 16:00

場所 ニューオータニイン東京

主催 (財)国民工業振興会

講演「インターネットの最新情報とネット通販の現状、ホームページ戦略と動画の現状、  
ブログの活用」 (財)国民工業振興会 常務理事 鈴木大吉 氏

1995 年はインターネット元年と言われており、マイクロソフト社後のグーグル、ヤフー、アマゾンCOMの誕生に続き、次世代ウェブと称された Web2.0 から、最近では SaaS (Software as a Service) と言われるインターネットからサービスを受けるクラウドコンピューティング(ユティリティコンピューティング)の時代に移りつつある。昨年末、NHK で放映されたクローズアップ現代の「新情報革命 クラウドの衝撃」を一部上映されて、米国のセールスフォース社の巨大コンピュータの活用により、資金力のない中小企業でも高度な情報処理技術を利用する可能性が紹介された。



現代は、消費者がマスメディア並みに情報を発信出来る時代で、消費者生成メディア (CGM) と言われるブログ、SNS、動画の YouTube、メルマガ等がある。企業の広告も伝統的なメディアから、これらのオンライン・コミュニティに変わりつつある。Google Maps の公開されたマップ上に企業の情報を表示させた例、アマゾンの公開された電子商取引エンジンを活用した例等が説明された。ネット通販も高成長を保ち、シニア層による炬燵にあたったままできる「巣ごもり消費」により急拡大しており、特に、インターネットの活用により個人企業・中小企業にとって、最終ユーザーに直接的に働きかけができる「うまみ」がある。

インターネットは、個人企業・中小企業の自立を促す道具であり、インターネットによって新しい会社に生まれ変わることが可能である。部品加工・工作機械販売の中小企業がインターネットを活用した営業活動で変身した例、プラスチック用の金型製作の町工場がインターネットで販路を全国に広げた例、製パン・製菓業で売上げを伸ばした会社、チタン加工技術を生かした加工業者、耐熱ベルト製造の会社、140 軒の農家のイントラネットで、つまもの商品 300 種類で年商拡大した例、わさび発祥の地でわさび田を守り続けた日本最古のわさび農家がインターネット販売で 400 年の価値ある伝統を生かした例、最高級天然酵母パン専門店など、インターネットの活用により始めて可能になった様々な中小・零細企業例を挙げて、いまやインターネットは「万能選手とはいかぬが、侮れない道具」になっていると紹介された。

このような中小・零細企業の情報発信には、ホームページの活用が欠かせない。そのためには検索エンジンでのトップランクの獲得が必須であり、ホームページ制作にあたっては、1) キーワードの適切な選択により分かりやすくすること、2) 新しい情報を入れて、いつも新鮮であること、その為には毎日こつこつと日付、情報を更新すること、3) 多数のリンクにより、沢山の人たちに支持されていることが重要である。インターネットの掲載順は、検索エンジンによるロボット検索で決定されており、検索ロボットで上位にランクされることがポイントである。そのためにはキーワードの頻繁な使用(出現頻度 8 ~ 12%)が重要で、更に、トップランクのホームページの分析による改善が欠かせない。また、ホームページの作成は各自が行い、You Tube の利用による動画の活用などで閲覧者に印象づける内容も重要である。

講演の最後に、容易に利用可能な格安(500円/月程度)のサーバーとして、yahooの「ジオプラス」、さくらの「さくらのレンタルサーバー」、「エックスサーバー」、「ロリポップ」、「バリュードメインドットコム」等が紹介された。

