

I K G の
旅館経営再生塾
第四十四回

「ホームページについてもう一度考える」

執筆担当者
芝崎 稔

最近、街中や新聞の折込み広告の中で「パソコン教室生徒募集」というものを良く見かける。私の良く知るパソコン教室の生徒はシニアや主婦がメインだ。休憩時間にパソコンを習う目的を問いかけてみると、「パソコンで年賀状を作成したい。」「孫とメールがしたい。」「等という回答や「インターネットで旅館探しや買い物が出来。」という回答が目立った。今やホームページ（以下HP）は大きな販促ツールとなっていて、現在の、どのようになっているか、より多くの人に自社のHPを閲覧してもらえるか。ちょっと考えてみよう。検索サイトを利用して旅先

を検索する際に「温泉」とだけ入力すると「温泉」関連の検索結果が何万件と表示される。しかし、クリックをしてその旅館のHPを閲覧するのは上の十件位がいいところだろう。この場合下位のHPは埋もれてしまい閲覧される事は極めて困難だろう。

全ての検索サイトが同様ではないが、私が良く利用する検索サイト（google）の表示順位は「Page Rank」ペー「ジ順位」という指標を元に決まる。これはHPの人気投票のようなもの、あるHPから御社のHPへのリンクを人気投票とみなしてその投票数を元に重要性を判断する。また、この投票は投票したHPについても分析され、重要度の高いHPより投じられた票は高く評価される。例えばスタックで手分けをしてリンクしてくれそうな人気のある優良サイトへ「リンク依頼」をしてみてはどうだろうか。

地道な作業ではあるが、こういった地道な努力が高評価を得て、高い「Page Rank」を獲得できる。この検索サイトの検索結果内の上位に御社のHPが表示されるのだ。そうすれば必然と閲覧される回数も増えるだろう。大通りにドーンと店舗を構えた商店と裏道にひっそりと店舗を構えた商店どちらの店舗が客の入りが良いか考えてみて欲しい。少しでも売りたいものだ。地条件の良い場所で商売したいものだ。作成した自社のHPがあまり閲覧されていなかったら、作成に費やした時間や費用が無駄になってしまい、何より販促ツールとしての役割を果たしていない。インターネット利用人口は今や約8,000万人。この大きなマーケットを逃さない手はない。