

# 農業経営に必須 一からのHPづくり

### 今回のキャスト

社長 藤田 匠、 経営 伝法院 千里

加工品の販売に意気上がるアルパカファーム。前年不振の二の舞はぜひとも避けたい。藤田社長はホームページ（HP）の作成と、その効果的な活用方法を伝法院先生にアドバイスをもらった。

伝法院 藤田社長、こんにちは。お、瓶詰めされた商品がたくさんありますね！アルパカファームは、冬のオフシーズンも活気があっていいですね。

藤田 去年はあまり販売できなくて苦戦しましたが、今年は先生に教えて、いろいろと試してみようと思っておりますので、加工品は去年より500個多い1500個作ってみました。

伝法院 それは責任重大ですね。今日は、まずホームページについて、お話をできればと思いますが、今はずでにHPはありますか？

藤田 今はHPは持っていません。なんです。なんでも、以前役所の人が取材に来て、市の農家を紹介するページでうちの農園のことを掲載してくれたので、インターネットでうちの農園の名前を検索してもらおうとそのページが出てくるみたいなんです。電話番号も載っているし、わざ

わざHPをつくらなくてもいいかなと思ってたんですが、どうなんでしょう？

伝法院 なるほど。確かに「アルパカファーム」で調べるとこの農園のことが書かれたページに飛びますね。ただ、理想で言うと「地域名＋野菜名」「地域名＋イベント名」といったような範囲で検索しても農園のページが出てくると、商品のマーケティングや求人における効果があります。その点を意識したHPをつくったほうが効果的だと思いますね。

藤田 確かに去年はインターネットからの商品のお問い合わせはゼロだったもんなあ。せっかくだし、やってみます！

伝法院 それと、HPをつくる目的は、マーケティングだけではありません。確か社長、前回訪問した際（前月号）に新しく社員を雇いたいとおっしゃっていませんか？

藤田 はい、去年なかなか売り上げが好調だったので、今年は一人雇用しようと思っています。そうか！HPをつくって、そのページ上で募集をかけるということですね。

伝法院 さすが社長、そのとおり。さらに詳しく言うと、ページ上で募集をすることも大事なのですが、もはやHPは「住所」と同じくらい「あって当たり前」のものなので、いくら求人してもHPがないと会社が信用されません。アルバイトならまだしも、正社員となると、その点は非常に重要になります。

藤田 ということは、まさに今、HPが必要なタイミング、ということですね。

伝法院 おっしゃるとおりです。それでは、具体的にHP作成のポイントを見ていきたいと思います。最近では低予算でHPをつくることも可能になってきています。ちょっとやる気があれば、自分でつくることができそうです。ぜひHP作成にチャレンジしてみてください。

今回の執筆者

はせがわ けんいち  
長谷川 健一

(有)人事・労務パートナー/  
ITコンサルタント



ITコンサル会社にて、主に大手企業のシステム構築に長年携わる。その一方、個人としても活動を開始。「農業向けクラウドサービスの立ち上げ」に加え、起業家支援の活動では、ビジネスモデルの確立から、HPやSNSを活用したWebマーケティング環境の構築までを一貫して提供している。

## ▶ マーケティングに特化したHPの秘訣 ◀

今の時代、何かに困ったり何かを調べたりする場合、大半の人がインターネットの検索を利用しています。特に最近ではスマートフォンの普及が進み、パソコンがなくても検索ができますので利用数が一気に増えています。

ではこのインターネット検索で出てくる情報は一体どこにあるのでしょうか。その情報の大半がインターネット上で公開されている「ホームページ」(HP)の情報です。これらのHP情報をGoogleなどの検索エンジンが毎日巡回して集めて、検索する人が使う言葉に一番適切と判断したHPを教えてくれるのです。なので、ビジネスをするうえでは、HPを無視することはできなくなっています。今後、農業も例外ではなくなっていくでしょう。

さて、HPを作るうえでの一番のポイントは「コンテンツ」です。コンテンツとは、HP上の文章や写真、動画などのこと。ここではどんなコンテンツをHPに載せるかを決めるポイントを紹介します。

### ▶ 誰に見てもらいたいのかを明確に!

まずはHPを作る目的を明確にする必要があります。「農作物を直販したいので、買ってくれる人を集めたい」「従業員を採用したいので就職希望者を集めたい」「農園でイベントを開催するので、参加者を集めたい」など、いろいろあるかと思いますが、「何かの対象となる人を集める(集客)」ことが目的になるケースが多いと思います。

この「集める人」がどんな人なのかを具体化することが最初のポイントです。「〇〇さん(みたいな人)に来てほしい」と個人名が出るくらい具体的にしないと効果は小さくなります。

どうしても「あんな人にも見てほしい」「こういう人にも…」と広くしたくなりますが、広げると結果として誰にも見てもらえないHPになってしまいますので要注意です。

### ▶ 相手が知りたいことをコンテンツに!

誰に見てもらおうか決まったら、本題のコンテンツの内容です。コンテンツを考えるとどうしても「商品やサービスの紹介」「農園の紹介」ばかりになってしまいがちです。コンテンツがここに偏りすぎると、人が集まるHPにはなりづらい。例えば、農園で作った有機野菜を販売するケースで考えてみましょう。あなたの農園や作っている農作物のことをすでに知っている

て、「それを買いたい」と思ってくれている人は、商品の情報だけあれば買ってくれるでしょう。ただ、それだけではHPの効果としては不十分です。まだ農園のことを知らない人、知っているがまだ十分に信用してもらえてない人に「購入したい」と思ってもらうことが目標です。

そのために一番大切なことは何か? それは「その人が知りたいこと、役立つ情報を発信すること」に尽きます。まだあなたの農園のことを知らない人に知ってほしいのですから、いくら農園の説明をHPに載せても、それは検索にヒットしません。そうではなくターゲットとした人が検索しそうな情報を載せることで、まずはHPに訪れてもらうことからスタートしないといけません。

例えば、ターゲットを「有機野菜に興味を持っているが、まだその価値が明確にわかってない人」に設定したとします。このような方に有機野菜の良さを知ってもらい買ってもらい流れる必要があります。その人は「有機野菜とはどういうものなのか、普通の野菜と何が違うのか」を調べる可能性が高いので、その疑問を解決するような情報を発信していきます。HPを見てくれた人はその情報が役に立てば、あなたやあなたの農園にも興味を持ってくれます。さらに自農園での有機野菜の栽培の様子を見られるようにしたりすることで農園の野菜にも信用を持ってもらい、その結果として購入につながっていきます。

### ▶ 更新は欠かさずに!

最後は、HPをつくりおいた後のポイントです。よくある間違いがHPをつくるまでは一生懸命やるのですが、できてしまうと安心してそのままにしてしまうことです。

まず定期的にコンテンツを増やしていきましょう。1年前から更新されていないHPだと、訪れた人が敬遠してしまいますし、検索エンジンからの評価も下がってしまいます。農園であれば、農作業の様子や収穫した農作物、もし収穫祭などのイベントをやった場合には、そのイベントの様子などをアップしていきましょう。

また、無料で使えるアクセス状況を分析できるツールがありますので、どのページがよくアクセスされているのか、どんな検索キーワードを使った人が来てくれているのかを定期的にチェックして、その結果からコンテンツを見直していきましょう。