

Peace & Piece Web設計書

Version2.0 著者：Peace & Piece 代表 江並公史



Peace & Piece

2011/12/15

- ❖ 1.運営会社情報
- ❖ 2.業界に対する所感
- ❖ 3.Web構築の戦略目的
- ❖ 4.Web構築に至った現状と目標
- ❖ 5.会社の強み（コア・コンピタンス）
- ❖ 6.ターゲットユーザー
- ❖ 7.Webのテーマ・ブランド（キーワード）
- ❖ 8.コンテンツリスト
- ❖ 9.コンテンツ詳細

運営会社名	資本金
Peace & Piece	
所在地	主な事業内容
	Web制作業 / コンサルタント業
代表者名	企業理念
江並 公史	日本のWebを世界一に。
連絡先	経営理念
	最強の個人プレイを生み出す。
メールアドレス / ホームページ	その他・備考
info@peacepiece.info / http://peacepiece.info/	代表が変態

業界に対する所感①



現在のWeb業界は非常に落ち込んでおり、収益のある会社は少ない。

というのもWebから売上が生まれないため、企業が疑心暗鬼になっているからだ。

売上が生まれない理由は簡単で、売上を生むような仕組みになっていないから。

つまり、Webそのものはただのモノであり、価値がない。

そこに戦略的要素を加えて初めて機能するのだが、それを疎かにしている現在のWeb業界では、売上など上がるはずもない。

この状況は依頼する企業も、制作するWeb屋自身どちらにも得のない状況と言って良い。

つまり状況的には極めて絶望的と言える。

それを是正する為に戦略的なWebを考案する必要があるが、設計や仕様を考えられる人間はとても少ない。

基本的な部分なのだが、基本こそが奥義とも言うもので、Webという幅広いコンテンツを0から設計し、売上を生む仕組みづくりまでやる人間は非情に稀有な存在である。

それはWebという業界に限らず、どの業界でも同じだろう。

またそういった人材が少ないため、当然育てられる人間も少なく、業界として一部を覗いてはWebで売上を上げる仕組みづくりが出来る企業・個人は殆どない。

業界に対する所感②



他にもフリーランスを目指す人間が多いという背景もある。

Web業界自体、参入しやすい業界で学生であろうが、副業であろうが、参入は可能。

極端なハナシ、タグ打ちさえ出来れば何かしらの仕事があるというのが現状でもある。

その気軽さこそがWeb業界の魅力の一つではあるのだが、大きな問題も内包している。

即ちプロではないアマチュアが多くなってしまうこと。

職人的な技術を求められる業界においてアマチュアが圧倒的に多いのは好ましい状況ではない。

出来たらいいや、ぐらいのノリで作業されると後で痛い目を見るのはクライアントになる。

すると依頼した側からの苦情が業界全体への不信感へ繋がることもある。

実際、現状はそうなっている節が一部ではあれど、見え隠れしている。

他にも参入のしやすさ、騙しやすさなどから詐欺が横行しているのもまた事実。

ブラック企業の多さも他業種に比べて圧倒的なのではないだろうか。

それだけ経営者、技術者、営業それぞれに素人が多いという事でもある。

そんな状況ではビジネスは動かず、また儲かるわけもない。

Web業界自身が売上を生む仕組みを作れないのだから、クライアントにそれを提供出来るはずもない。それは自明の理である。

業界に対する所感③

一部の企業は収益を上げている。

その企業の多くはWebマーケティング会社をうたい、複雑なWebを細分化し、それぞれの専門家を社員として配置し、分業体制の中、上手く機能するようにしている。

基本設計や仕様書などのドキュメント制作から、Webの運用方法、保守メンテナンス、コンテンツ強化など対応する分野は多岐に渡る。

しかし一介のWeb屋がこれら全てを担当することは不可能に近い。

結局は誰かとの協力が必要になり、本当に素晴らしいWeb、戦略的なWebを作るためには個人ではなく組織としての力が必要になってくる。

Web業界という世界はとても幅広いが故に、個人でも立てる土俵があるにはあるが、広い世界で一定水準、高水準を求めようとするとはそれは恐ろしいぐらいの労力と努力が必要になる。

楽して儲けるという場所から最も遠い場所なのかもしれない。

Web業界に今最も求められているのは圧倒的な技術力などではなく、設計力、企画力である。

以下にして売上を生むWebを作り出すかといったマーケティングに特化した人間である。

コミュニケーション能力や企画力といった地味な能力が、今のWebには必要ではないだろうか。

Webの目的

営業ツールとしての利用、制作実績としての公開が目的。
両方の目的を達成する為には、相応の品質、中身が必要。

Webへの思い

P&Pが描く、Webへの考え、思想を反映させたい。
このHPが業界のスタンダードになるような、見本サイトに。

Web構築に至った現状と目標



現状

集客ツールはTwitter、ブログのみ。営業活動用のツールが一切無い。
現状はそれで仕事が取れているが、今後はわからない。
また実績、実力を示すモノがなく、P&P(江並個人)の様々を伝えるツールが少ない。



戦略

そこで、実績として公開出来、それぞれのものが集客ツールとして機能するWebを制作。
P&Pの公式HPを立ち上げることで、P&Pがなんなのか、江並とは何者なのか、何を仕事にしているのか。などなど、様々な情報を伝えることで、よりオープンにしていく。
そこで、プランニングの大切さ、設計思想を展開することを強みに、Web業界へ殴りこむ。



目標

実績として公開出来るだけのモノ、業界内において著しく高い評価を得られるようなWeb制作。
ターゲットユーザーが見た瞬間に、他社サイトとは何か違うと思わせられるインパクトを与える。
Web制作会社などのキーワードで上位表示。圧倒的なコンテンツ力で上位表示させる。
上位表示、ソーシャルサービスによる拡散によって、集客ツールとして完成させる。

会社が持つ強み（コア・コンピタンス）



自社の強みとは

企画・設計力から生まれる戦略的Webの構築。圧倒的なコンテンツ力。

自社の顧客戦略とは

Webを活用したい中小企業群。パートナーとして連携できる企業。

自社の地域戦略とは

関西圏限定。地域外の場合は密な連絡が取れる方に限定。

自社の商品戦略とは

企画・設計が必要なため、基本高単価。月額報酬制。高価で効果的なWeb。

メインターゲット

Web活用に頭を悩ませている中小企業群。

Webを作ったは良いがどうすれば良いかわからず、放置状態の企業。

ブログなどを更新してはいるが、売上には繋がらず、モチベが低下中の企業。

Webで売上を。Webで知名度を。そういった強い要望を持った企業。

ユーザーが求めているもの

Webの活用法。良いWeb。売れるWeb。格好良いWeb。凄いWeb。曖昧。

需要に対する供給

設計されたWebの提供。月額制によるサポート・コンテンツ増築。

メインテーマ

Web制作

プランニング

マーケティング

コンテンツ

地域キーワード

大阪

奈良

兵庫

関西

細分化キーワード

HP制作

企画立案・提案

Webマーケティング

Web戦略

営業戦略

設計書作成

各マーケティング手法

会社概要

理念、思想紹介、代表挨拶

料金案内

料金の案内、複数プランの案内

プランニング

企画の生み出し方、提案方法

マーケティング

戦略立案、その手法と解説

Web制作

請ける仕事の範囲、制作内容

ブログ

現在のブログ紹介、リンク

コラム

コンテンツ不足を補うモノ

制作実績

基本すべての制作実績公開

リンク集

協賛企業、クリエイター紹介

お問合せ

見積依頼などのお問合せ

月額報酬案件

企画・設計をした上で、継続的な運用を見越し、製作費用を分納してもらう事で月額制にしてしまう商品。クライアントは本来単発案件になるはずのものを月額分納するだけで手間暇が少々かかる程度。P&Pのメリットは月額分納が終わった後もコンテンツの強化や保守メンテナンスの対応などを見て、継続契約を希望する企業が多いだろうという事で、安定した収入が得られる。

また、製作費用分は回収している上、基本高単価なので契約が切れてもデメリットは少ない。

単発制作案件

Webに関係するサイト制作、システム制作などの案件を単発で請けるもの。

P&Pが最もやりたくない案件の一つで、する場合は継続的な付き合いが見込める会社のみ、と限定する。

企画・設計もする為、保守を組み込む場合もあるが、本当の単発の場合は基本的に高単価で請け負う。

プランニング

企画立案、設計の工程の事。

P&Pを象徴する業務であり、Web業界に必要であると常々豪語している。

プランニングとは企画を意味する言葉だが、P&Pが使う意味としては戦略的Webを構築する為の方法をクライアントと共有するための設計書という考えに近い。

売上を上げるための仕組みづくりをWeb上に構築するためP&PのWeb制作においては必須の工程となる。

マーケティング

プランニング工程において導きだされた売上を上げるための仕組みを現実的にする手法の事。

様々な手法があり、Webマーケティングといった括りで限定するのは愚の骨頂。

元々企業は様々な制約がある為、手法に関しては取り入れられるものは全てピックアップする。

その上で使えるものを使っていき、最善を模索するのがマーケティングと言える。