



SANJO ROTARY CLUB

三条ロータリークラブ

2015. 5. 27 (No.2823) 週報 No. 38

第2560地区ガバナー／佐々木昌敏  
会 長／高橋 司  
会長エレクト／五十嵐晋三(クラブ奉仕A)  
副 会 長／川瀬康裕(クラブ奉仕B)  
幹 事／野崎喜一郎  
S A A／松永一義  
会 計／若槻八十彦

例会日／毎週水曜日12:30～  
例会場及び事務局／  
三条市旭町2-5-10 三条信用金庫本店内  
例会場／TEL 34-3311  
事務局／TEL 35-3477 FAX 32-7095

E-mail : sanjo-rc@cpost.plala.or.jp  
http://www.soho-net.ne.jp/~rotary/  
(^はshiftを押しながら“へ”のキーを  
押してください)

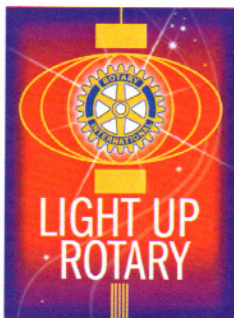
■本日の出席会員数:51名中31名  
■先々週出席率:88.00%

【ゲスト】

・(株)スマイルファーム  
代表取締役 安達 里枝 様

【先週のメイクアップ】

- [5.21] 三条ローターアクトへ  
・高橋 司さん、米山智哉さん
- [5.22] 吉田RCへ  
・衛藤泰男さん
- [5.25] 三条市共同募金会委員会へ  
・山田富義さん
- [5.26] 三条北RCへ  
・菊池 涉さん、石橋育於さん、  
・斎藤弘文さん、丸山行彦さん、  
・阿部吉弘さん、野地貞儀さん、  
・伊藤寛一さん、加藤紋次郎さん、  
・木村文夫さん、中林順一さん



「ロータリーに輝きを」

2014～2015年度国際ロータリーのテーマ



会 長 挨拶

高橋 司 会長



皆さん今日は。

今日は(株)スマイルファームの代表取締役 安達里枝様より卓話して頂きます。宜しくお願いします。

今日は何の日

・日本海海戦記念式典

1905年(明治38年)5月27日-28日 日本海海戦(にほんかいかいせん)は、日露戦争中に行われた海戦である。日本以外ではこれを主力決戦の場所にちなみ対馬沖海戦(つしまおきかいせん)と呼ぶ。

この海戦は日本海軍の連合艦隊と、ロシア海軍の第2・第3太平洋艦隊との間で戦われた。連合艦隊はロシア海軍両艦隊を撃滅し戦力のほとんどを失わせたが、連合艦隊の損失は軽微という海戦史上まれな一方的勝利となった。これにより両国間のポーツマス講和会議への道を開いた。なお日本ではロシア海軍両艦隊を指して「バルチック艦隊」と呼ぶ。

当時、石炭補給が常に必要となる蒸気船からなる大艦隊を、水兵と武器弾薬を満載した戦時編成の状態、ヨーロッパから東アジアまで回航するのは前代未聞の難事であった。さらに、航路は日本と日英同盟を締結していた上に、ドッガーバンク事件の影響で険悪となったイギリスの制海権下にあり、



良質な石炭はイギリスが押さえていたため劣悪な質の石炭しか入手できる見込みはなかった。ロシアと露仏同盟を結んでいたフランスや、皇帝同士が姻戚関係にあったドイツ帝国も、日英同盟によって牽制を受け、中立国の立場以上の支援を行うことはできなかった。

遠征途中に旅順艦隊が壊滅した知らせが入ると、更なる増援としてニコライ・ネボガトフ少将を司令長官とする第3太平洋艦隊が編成された。

問題はバルチック艦隊をどこで捕捉迎撃するかである。カムラン湾からウラジオストクへの航路としては対馬海峡経由、津軽海峡経由、宗谷海峡経由の3箇所があり得た。3箇所すべてに戦力を分散すれば各個撃破されかねず、戦力を集中していずれか1箇所に賭けざるを得なかった。とはいえ、バルチック艦隊が宗谷海峡を通過するためには、距離が遠いため日本本土の太平洋側沖合いで石炭を洋上補給する必要がある。津軽海峡は日本側の機雷による封鎖が厳重になされていた。このようなことから連合艦隊司令長官東郷平八郎大將は、バルチック艦隊は対馬海峡を通過すると予測し主力艦隊を配置するとともに周辺海域に警戒網を敷いた。1905年（明治38年）2月21日には連合艦隊旗艦三笠が朝鮮半島の鎮海湾に入り、同地を拠点に連合艦隊は対馬海峡で訓練を繰り返した。

そして明治38年（1905年）5月27日に、ヨーロッパから極東へ向けて回航してきたロジェストヴェンスキー提督率いるロシアのバルチック艦隊（ロシア第二・第三太平洋艦隊、旗艦「クニャージ・スォーロフ」）を迎撃する。この日本海海戦に際し、「敵艦見ゆとの警報に接し、連合艦隊はただちに出勤これを撃滅せんとす。本日天気晴朗なれども波高し」との一報を大本営に打電した。また、艦隊に対し、「皇国の興廃この一戦にあり。各員一層奮励努力せよ」とZ旗を掲げて全軍の士気を鼓舞した。東郷は丁字戦法、その後「トウゴウ・ターン」と呼ばれる戦法を使って海戦に勝利を納めた。

## 幹事報告

野崎喜一郎 幹事

◎佐々木ガバナー事務所より

「6月ロータリーレートのご案内」

6月1日より 1ドル = 118円（現行）

◎2015-16年度 第4分区 鳥部ガバナー補佐より

「第4分区会長幹事会のご案内」

日時 6月12日（金） 18:00～

会場 日本料理ちゃんこ越葉

◎山本ガバナーエレクト事務所より

「2015-16年度 インターアクト年次大会のご案内」

日時 7月18日（土）～19日（日）

会場 新潟県立こども自然王国（柏崎市）

大会テーマ「自然に親しもう」

## ニコニコBOX

高橋 司さん

「スマイルファーム」代表取締役 安達里枝様、卓話ありがとうございます。楽しみにしております。

五十嵐晋三さん

先日の家庭会合ありがとうございました。よろしく御願ひ致します。

野崎喜一郎さん

大変暑くなりました。熱中症に注意しましょう。

川瀬康裕さん

先週（水）～（日）5日間、新潟で第56回日本神経学会学術大会が開催され7000人集まり盛会でした。

吉井直樹さん

暑い日が続きます。先日、自宅のエアコンを入れ替えました。今年は電気代を少しは気にせず涼めそうです。でも、夏はまだ先のはず……。

佐野勝榮さん

日曜日粟ヶ岳へ登ってきました。今年は雪がなく登りやすかったです。頂上からは、はるか遠方にまだ雪を被った飯出連峰2000m級の山々が望まれました。

近藤雄介さん

安達里枝様、今日はお忙しい中、卓話ありがとうございます。

野地貞儀さん

暑い日が続いて大変ですが、体調維持に留意したいものです。

安達様、卓話よろしくお願ひします。

樺山 仁さん

連日暑い日が続きます。体調に気をつけましょう。本日の安達様の卓話に期待しております。



荻根澤隆雄さん

先週の家合、次年度会長・幹事でご苦勞様でした。いよいよですね。

浅野金治さん

よいことがありました。

スマイルボックスに協力いたします。

中村信一さん、渡辺良一さん、関川 博さん、五十嵐昭一さん、金子俊郎さん、小越憲泰さん、松永一義さん、若槻八十彦さん、小出子恵出さん、明田川賢一さん、外山雅也さん、杉山幸英さん、五十嵐博宣さん、小林吾郎さん

安達里枝様、本日は卓話ありがとうございます。お話し楽しみにしております。

5月27日分 ¥ 25,000  
今年度累計 ¥ 1,042,000

## 「卓話」

コスト0円で売上300%増加も夢じゃない!?

「コストを掛けずに発信!

### SNS活用の現状」



(株)スマイルファーム  
代表取締役 安達里枝 様  
この度は、貴重なお時間を頂きまして誠にありがとうございます。ホームページの制作やコンサルタントとして活動しております、株式会社スマイルファーム、代表

取締役の安達里枝と申します。

Me

安達 里枝 Adachi Rie

株式会社スマイルファーム 代表取締役

- web制作・webコンサルティング会社
- NICO (にいがた産業創造機構) 登録専門家
  - ・ネットビジネス
  - ・IT/情報化
  - ・マーケティング
- 中小企業庁ミラサポ 認定専門家
- ウェブ解析士マスター
- カラーコーディネーター
- 調理師



株式会社スマイルファーム

本社 〒959-0221 新潟県燕市吉田西太田782番地38  
加茂営業所 〒959-1383 新潟県加茂市旭町15番28号  
tel.0256-47-1950 fax.0256-47-1951

Mail [info@smile-farm.com](mailto:info@smile-farm.com)  
HP <http://smile-farm.co.jp/>  
Facebook 安達 里枝 で検索を♪

燕市に本社、加茂市に営業所を構えて活動しております。ウェブ解析士マスターというウェブマーケティングコンサルタントを養成する側の講師の資格を保有しており、現在NICO (にいがた産業創造機構) や中小企業庁ミラサポの専門家として登録されておりますので、企業様には国やNICOの補助金を活用して呼びいただき、ホームページの診断や活用方法などをコンサルティングさせていただいたりする事が可能となっております。

ウェブ解析という言葉は初めてお聞きになられた方もいらっしゃると思います。ウェブ解析ってどんなものかを、昔ながらの豆腐屋さんの事例で考えて見ましょう。

### ウェブ解析ってそもそもどんなもの?

#### 行商の豆腐屋さんの事例

30年前の話です。行商の豆腐屋さんがありました。リヤカー1台でラッパを鳴らして販売していました。

この豆腐屋さんには2つの悩みがありました。

- ❑売れないとき : 大量に売れ残り、捨てるしかない
- ❑売れるとき : 品切れになり、それ以上売ることができない

しかしある解決策でこの豆腐さんは大繁盛し、今では小さな食品会社を持つまでになりました。

さてその方法とは何でしょうか?

#### 行商の豆腐屋さん成功の秘訣

→歩きながら、売れた日時・場所を記録した

数か月記録したら、曜日ごとに売れる時間・場所が分かった  
 ↓  
 売れる曜日にその場所に行って待てばほぼ確実に売れた  
 ↓  
 売れない曜日は無駄に多く作るのをやめた  
 ↓  
 売れる曜日は更に人を雇って売上を伸ばしていった

気がけばカンタンなことです。残念ながら私たちはその事実になかなか気付くことができません。人の感と経験が、たいていアテにならない場面が多々あります。しっかりとデータを見て、ウェブマーケティングしましょう!

ということをもっとに!

© Smile Farm Inc. All rights reserved.

答えは、考えてみれば当たり前の事なんですね。データを記録して、そのデータを元に販売戦略を立てたのです。ウェブというものも、実は様々なデータが

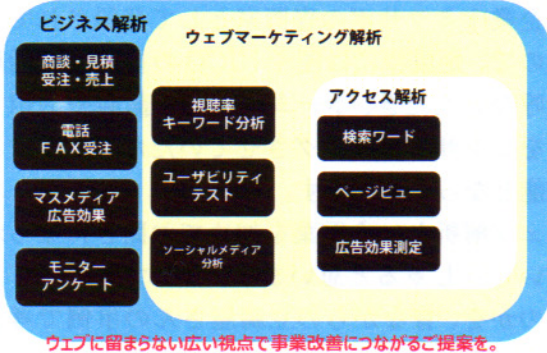




取得でき、ビジネス活用ができるのです。皆様は会社のホームページは持っていらっしゃいますか？アクセス解析ツールを設置すると、HPを訪れた人の企業名（大企業のみ）や、滞在時間、検索してHPに辿り着いたのならば、検索キーワードなどがわかるのです。さらにどのページを多く閲覧したのか、アクセスした地域、時間など様々なデータを取得でき、お客様の求めているニーズなどがわかります。

### ウェブ解析で見る範囲

⇒ウェブ解析ではあらゆるデータを活用し事業に活かす

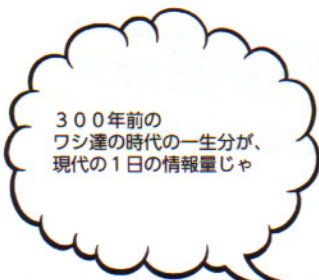


私たちウェブ解析士は、ホームページから取得したデータや、ウェブのみならずリアルも含めて幅広い視点でビジネスの成果…つまり、売上の向上や利益の向上など、ビジネスを上向きにするご提案をさせていただくのが仕事です。ホームページも作りますが、作っただけではまったく意味がなく、24時間働く営業マンとしてガンガン稼いでもらうための仕組みを作ることをモットーとし、個人商店から行政や上場大手企業までお手伝いをさせて頂いております。

ここで皆さまに質問です。現代の1日あたりの情報量を、300年前（江戸時代）の時間で表すとといったどの位分になるのでしょうか？

### 現代は物凄い情報量

■現代の1日の情報量は？

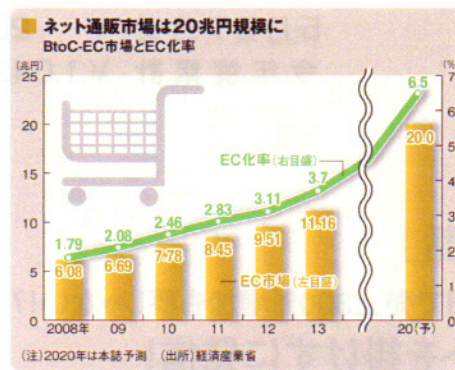


答えは、なんと江戸時代の人的一生分なんです！

私たちが普段浴びている情報というのは、物凄い量なのです。数多く私たちの目の前を通り過ぎていく情報の中で、いかに選ばれるか。発信する際には、情報の質を意識しなければ、情報はすぐに埋もれてしまい、人々の目にはもちろん、心に留まる事はありません。

こんな風に情報があふれた世界ですが、質の高い情報というのは比較的簡単に大勢の人の目に触れることができるのも、現代の特徴です。情報拡散ツールとして現代特徴的なのは、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）やキュレーションアプリです。

### ネット通販市場はまだまだ拡大

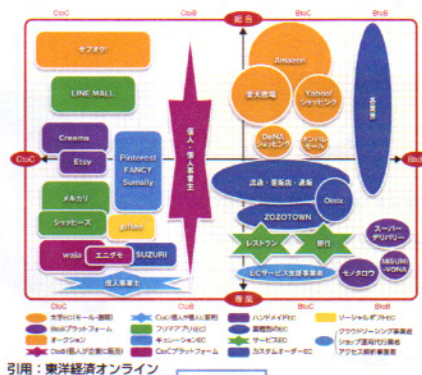


COPYRIGHT © 2015 SMILE FARM All Rights Reserved.

少しマクロ的視点でネットの中の流れを見てみましょう。ネット通販は市場はまだまだ拡大市場であり、これから2020年までにプラス10兆円ほど市場が拡大していきます。

### ECの形も多様化している

#### ■eコマースのビジネスモデルマッピング



COPYRIGHT © 2015 SMILE FARM All Rights Reserved.

イーコマース（ネット通販）のプラットフォームも多様化しています。特徴的なのは、BtoBやBtoCがこれまでメインだったのに対し、近年CtoC市場

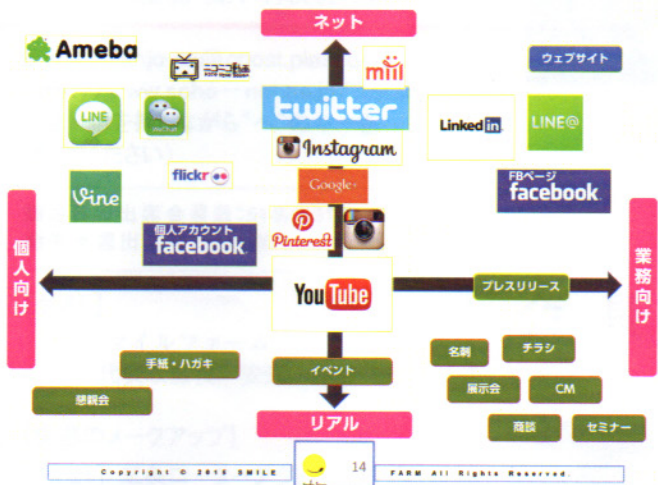


が拡大しており、個人が個人に簡単に売買できる…つまり個人がネットショップを運営することがとても簡単にできるようになったのです。

出店し参入するのは簡単。でも、「売れる」店舗にするには高度なウェブマーケティングスキルが必要となり、資本力のある大手が一人勝ちする、中小零細企業には少々難しい時代がやっています。でもこれは主にネット通販市場の話です。

BtoB,BtoC 含め、ホームページやSNSを活用することは、非常に可能性が広がる、ビジネスチャンスが広がる取組みです。実際、弊社のお客様も、HPやSNSを活用し、コスト0円で売上300%UPというのを実現しています。

ここで、情報伝達ツールの相関図というのを見てみましょう。



ビジネスに活用できるツールは様々なものがあります。上がネットのツール。下がリアルのツール。右が業務用…つまりBtoBがメインです。左は個人用…つまりBtoCやCtoCがメインのビジネスに有効なツールとなります。

それぞれのツールのイラストや文字の周囲に黄色の枠、赤の枠があると思いますが、黄色の枠のものは無料で活用できるツールです。ネット上のツールは非常に無料のものが多い事がわかると思います。

さらに、利用しているユーザーが多い事から、ネットのツールは無料で勝つ」アプローチできる人数も多いこととなりますので、これを使わないのは非常に勿体無い事なのです。

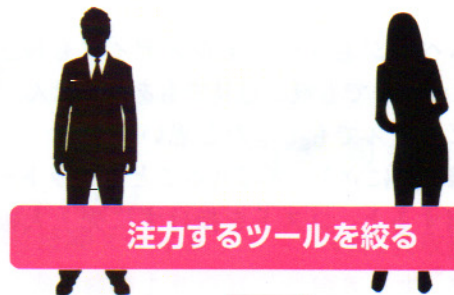


Copyright © 2018 SMILE 15 FARM All Rights Reserved.

今、ビジネス活用に非常に有効なSNSの活用事例です。小規模事業者大企業業も、業種業態に合わせて戦略を立て、最適なツールを活用しています。

これらSNSなどを活用してビジネスにつなげるための重要な成功法則3つのステップをお伝えします。

## 1 自社の最もファンになってくれそうなお客様はどんなSNSを使用しているのか？



Copyright © 2018 SMILE 20 FARM All Rights Reserved.

まず一つ目は、ターゲットを絞る事。もっとも自社の商品やサービスのファンになってくれそうなお客様像を思い浮かべ、その人が使っていそうなSNSに絞り込んで活用すること。これだけたくさんあるSNSを全部やるのは無理があります。1~3個に絞って運用します。

## 2 ユーザーとコミュニケーションを取る事を恐れない・毅然とした運営をマインドセットする。



初めから炎上を恐れて活用しないのではなく、積極的にコミュニケーションを取り、顧客と人間関係を構築する場として活用する。

例え批判的なコメントが付いたとしても、振り回されずに毅然と公平・公正に対処。見ているヒトは必ずいる。

Copyright © 2018 SMILE 21 FARM All Rights Reserved.



二つ目は、炎上や批判的コメントを怖がり過ぎず、堂々と公平公正に運用し、万が一批判的なコメントがあっても振り回されず毅然と対応することをマインドセットすることです。

### 3 継続は力なり。投稿の反響などをチェックしPDCAサイクルを回し続ける。



いいね！数やリツイート数など、ユーザーの反応を容易に把握できるのもSNSの利点。

良かった事、悪かった事を踏まえ、継続的に活用する。

PDCAサイクルを回し、小さな成功体験を積み重ねて大きな目標達成に向かっていく



三つ目は、継続することで必ず効果が現れます。うまくいかなければ何故ダメなのかを考え改善する。反応が良ければ、何故良かったのか成功要因をメモし、次につなげる。そのような効果検証…PDCAサイクルを回しながら運用することです。

ホームページもソーシャルメディアも残念ながら魔法のステッキでも飛び道具でもありません。ですが、どんなビジネスでもそうだと思います。

お客様目線に立ち、喜ばれることをモットーにネットを活用すると、コストを掛けずに売上大幅増も実現します。

このようなネット活用のお手伝いをしておりますので、ご興味のある方はお気軽にお声掛けください。

## 6月のお祝い

### ◎会員誕生祝

- 2日 齋藤真澄さん
- 6日 石橋育於さん
- 18日 渡辺良一さん
- 26日 木村文夫さん



### ◎夫人誕生祝

- 6日 北山加代子さん（裕史さん）

### ◎結婚記念祝

- 3日 歸山 肇さん（敬さん）
- 25日 明田川賢一さん（みゆきさん）

次週例会 6月10日 「クラブ・フォーラム」  
五十嵐晋三 会長エレクト

次々週例会 6月17日 「一年を振り返って」  
高橋 司 会長 野崎喜一郎 幹事

