

I w a i K o t a

PROFILE

1982年、岐阜県生まれ。大学在学中にアルバイトでインターネット回線を販売し、北陸地方の営業ランキングで100名中トップの営業成績を獲得。2005年に株式会社 ALL CONNECT を設立し、代表取締役に就任。

経営者データファイル

お名前:岩井 宏太 生年月日:1982年5月21日
 出身:岐阜県 身長:168cm 体重:60kg
 平均睡眠時間:6時間 平均起床時間:午前8時30分
 趣味:スノーボード、ゴルフ、登山、人間ウォッチング
 乗っている車:トヨタ ウィッシュ
 おススメ本:『成功者の告白』神田 昌典(著)
 家族:独り身です。 今までに訪れた国:1ヶ国
 座右の銘:だれのせいでも自分の人生
 購読雑誌:ニュートン、日経ビジネスアソシエ
 尊敬する人:孫正義 今日の財布の中身:5万円くらい
 好きな食べ物:味海苔 嫌いな食べ物:しいたけ

設立4年目で年商12億円!
 26歳社長が考案した“次世代型の販売代行”の秘密に迫る

クライアント企業の売上を “コスト負担ゼロ”で増やす

不況の嵐が吹き荒れる今、経営者の悩みは尽きない。「広告費を削減したいが、売上はあげたい」、「コストをかけずに、Webを活用して販路を開拓したい」…。そんな経営者のニーズに応え、販売面で強力なサポートを行っているベンチャー企業がある。完全成果報酬型で、Web上で販売代行を行う ALL CONNECT (オールコネクト)だ。同社はインターネット回線をWeb上で販売代行し、日本No.1の実績をあげるなど、高い販売実績を持つ。今回は社長の岩井に、同社のビジネスモデルや今後のビジョンなどについて聞いた。

ALL CONNECT
 (オールコネクト)

代表取締役

岩井 宏太

いわい こうた

Web販売代行 7つのステップ

1 代理店基本契約の締結

Webデザイン、Webプロモーション、システム開発、コールセンターの4部門のスペシャリストを1名ずつ、計4名のプロジェクトチームを組む。この4名が常に連携を取り、プロジェクトを進めていく。

2 リサーチ

クライアント企業、競合企業、市場の情報を収集。

3 販売戦略の策定

販売のコンセプトを決定し、具体的なWebサイトの打ち出し方、構成、キャッチコピーなどの詳細な戦略に落とし込む。

4 Webサイトの制作

実際にWebサイトを制作。Webサイトのデザインや文章は、事前に必ずクライアント企業からチェックをもらい、打ち出し方がずれることを防ぐ。

5 テストマーケティング

リスティング広告を出稿し、Web上で小規模に商品を販売。Webサイトへの訪問者数、購入率、売上が数字で出るので、広告費に対する売上の見込みが立つ。

6 本契約の締結

クライアント企業にテストマーケティングの結果を報告し、本契約を締結。テストマーケティングで良い結果が出せなかった場合は、戦略を変えて再びテストマーケティングにトライするか、撤退するかをクライアント企業と一緒に協議する。

7 売れ続ける仕組みの構築

SEOへの取り組み、コールセンターの本格稼働、継続的なWebサイトの改善などにより、売れ続ける仕組みを構築していく。

※リスティング広告：検索エンジンでキーワードが検索された際に、検索結果ページにスポンサーとして表示される検索連動型広告のこと。Google社の「アドワーズ」やオーパチュア社の「スポンサードサーチ」がある。
 ※SEO：Search Engine Optimizationの略で、検索エンジン最適化のこと。ヤフーやグーグルなどの検索エンジンにおいて、キーワードを打ち込んで検索した際に自社サイトを上位表示させる技術手法のこと。
 ※コールセンター：顧客への電話対応業務を専門に行う事業所・部門のこと。大きく分けて、消費者からの電話を受けるインバウンド(In bound)と、企業からセールスなどの電話をかけるアウトバウンド(Out bound)の2つの業務がある。



2005年の設立以来、めざましい成長を遂げているALL CONNECT。2009年2月期は年商12億円に迫る。

クライアント企業はコストゼロ、ノウハウなしでWeb上で商品を販売できる。

次世代型の販売代行とは

まず御社の事業内容を教えてください。

岩井…一言でいえば、販売代行です。大きな特徴としては、販路をWebに特化していること。具体的には、当社が販売用のWebサイトを立ち上げ、リスティング広告やSEOなどによってエンドユーザー(消費者)を集客し、クライアント企業の商品を販売しています。そして当社は売上に応じた販売手数料をクライアント企業から頂いています。

現在、クライアント企業は約20社。扱っている商材はインターネット回線など、通信キャリアのサービスが中心です。他にもパソコン修理や洋服、雑貨などがあり、今後も商材を増やしていく予定です。

御社の強みは何ですか。
 岩井…販路をWebに特化している点です。従来の販売代行会社は、訪問販売やテレマーケティングが販路の主流で、販路をWebに特化している会社はほとんどありませんでした。そんな中、当社は他社に先駆けてWeb上での販売をスタートし、いち早くノウハウを蓄積することができました。

また、会社の拠点を福井県に置いている点も強みです。ベンチャー企業の多くは都市部にオフィスを構えていますが、都市部のオフィス賃料は非常に高い。しかしWeb上での販売代行は、優秀な人材さえいれば、日本中どこでも質の高いサービスを提供できます。そこで、当社はオフィス賃料の安い福井に拠点を置き、浮いたコストを優秀

な人材の育成・採用に投資し、会社の競争力を高めているんです。

現在、御社に販売代行の依頼が殺到していると聞きましたが、その理由を教えてください。

岩井…大きく分けて2つあります。1つ目の理由は、完全成果報酬型なのでコストが一切不要だからです。クライアント企業は販売代行にかかる諸々のコストを負担する必要がありません。たとえば、ドメインの取得やWebサイトの制作、広告の出稿、SEO、コールセンターの構築、月々のWebサイト運営などのコストは、すべて当社が負担します。クライアント企業が支払うのは、商品の売上に応じた販売手数料のみ。つまり、クライアント企業はコストゼロで売上をあげることができる仕組みになっているんです。

2つ目の理由は、クライアント企業が社内にノウハウを蓄積する必要がないからです。「自社商品に自信はあるが、Web上で販売する方法が分からない」、「Webサイトを立ち上げたものの、売上が伸びない」という企業は多い。当社はそんな企業の代わりに、これまでに蓄積したノウハウを活かし、Web上での販売を成功させているんです。つまり、クライアント企業はコストゼロ、ノウハウなしでWeb上での販売ができます。当社のビジネスモデルは従来の販売代行会社の「成果報酬型のビジネスモデル」に、「Web上で商品を販売するノウハウ」を加えたイメージ。このビジネスモデルは、従来の販売代行と進化させた。次世代型の販売代行だと自負しています。

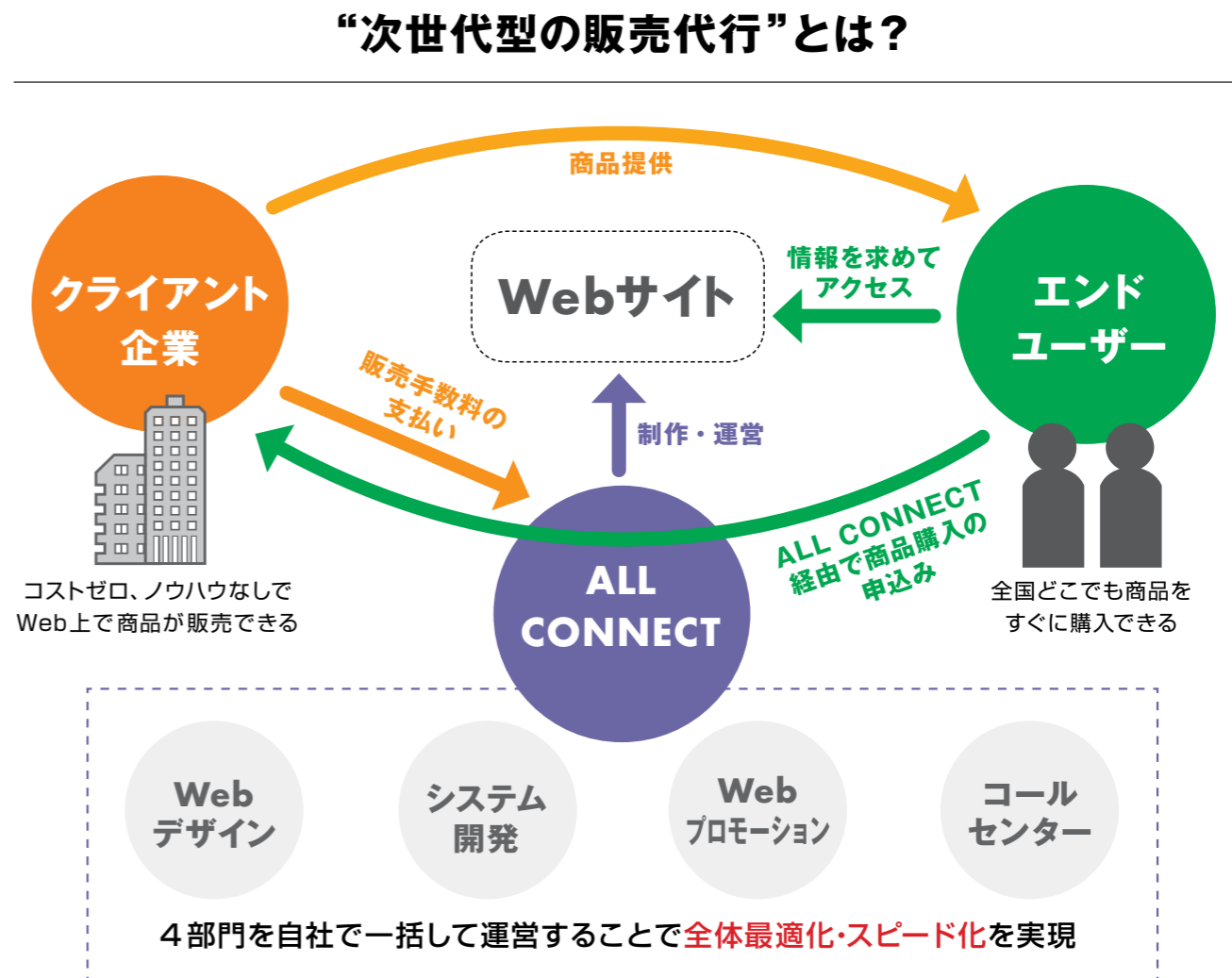
そもそも自社だけでWeb上の販売をしようと思ったら、どれくらいの費用がかかるんですか。

岩井…一般的な例を言うと、まず初期コストに約200〜400万円かかります。その内訳はWebサイトの制作で100万円、Web広告の出稿で10〜100万円、コールセンターの構築で50〜100万円程度です。またWebサイトのオープン後も月々のサイト運営に数十万円、Web広告に100万円以上かかることもザラにあります。

御社が販売代行を行う際の流れを教えてください。

岩井…大きく分けて7つのステップがあります。最初のステップは、クライアント企業との代理店基本契約の締結。最近ご紹介やお問い合わせが多いため、契約が決まるケースが多いです。そして、この段階で社内プロジェクトチームを組みます。メンバーはWebデザイン、Webプロモーション、システム開発、コールセンターの4部門のスペシャリストを1名ずつ、

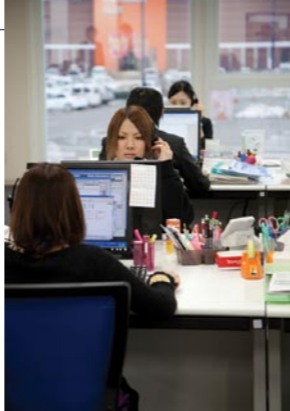
販売代行の7ステップ



会社の拠点を福井県に置くことで、オフィス賃料を低く抑え、浮いたコストを人材育成・採用に投資している。

4部門を自社で一括して運営することで全体最適化・スピード化を実現

Web販売代行のパイオニアになり、日本経済の発展に貢献したい。



コンバージョン(成約)率を高めるため、自社でコールセンターを運営。

ALL CONNECTの販売実績

インターネット回線をWeb上で販売し 日本No.1の販売数を獲得

大手通信キャリアのインターネット回線をALL CONNECTが二次代理店として個人向けに販売。当時、他の代理店はWeb上で計200件しか販売できていなかった。代理店契約の締結から3ヶ月後、ALL CONNECTは500件の販売に成功。その後も販売数は伸び続け、半年後には2500件を突破。販売代理店の中で、Web上の販売数で日本No.1を記録した。

計4名を集めます。この4名が常に連携を取り、プロジェクトを進めていきます。

2つ目のステップは、リサーチです。クライアント企業の商品に関する情報を収集します。また、市場や競合企業の情報も並行して収集します。

3つ目のステップは、販売戦略の策定です。クライアント企業・競合企業・市場を分析した上で、販売のコンセプトを決めます。そして具体的なWebサイトの打ち出し方、構成、キャッチコピーなどの詳細な戦略に落とし込んでいきます。

4つ目のステップは、Webサイトの制作です。策定した戦略をもとに、実際にWebサイトを制作します。ちなみに、Webサイトのデザインや文章は、事前に必ずクライアント企業からチェックをもらい、打ち出し方がずれることを防いでいます。

5つ目のステップは、テストマーケティングです。リスティング広告を出稿し、Web上で小規模に商品販売します。すると、Webサイトへの訪問者数、購入率、売上が数字で出るので、広告費に対する売上の見込みが立ちます。ちなみに、ここまでの期間は最短で1週間、最長でも1ヶ月半程度です。

6つ目のステップは、本契約の締結です。クライアント企業にテストマーケティングの結果を報告し、詳細な条件を決めて、本契約を締結します。しかしテストマーケティングで良い結果が出せなかった場合は、戦略を変えて再びテストマーケティングにトライするか、撤退するかをクライアント企業と一緒に

総合力が大事だということ。トータル、服装、髪型、配布資料など、お客さまが感じ取れるもの全てに意味があり、工夫することが大事だということが分かったんです。私は入社3ヶ月目には営業マン100名の中でトップの営業成績をとりました。そして大学を卒業後、営業力がついたという自信もあり、当社を創業したんです。

岩井さんがWebを使った販売代行に着目した理由は何ですか。

岩井…起業した当初はインターネット回線の訪問販売をしていました。しかし、訪問販売は、足で稼ぐ、ブッシュ型の販売スタイル。労働集約的な手法でしたし、お客さまが福井県近郊に限定されるといってデメリットもあった。また、お客さまを突然訪問して売り込むという強引な手法にもストレスを感じていました。そこで私は、仕組みで売れる、プル型の販売スタイルへ転換できないかと模索していたんです。

その後、私が販売スタイルの転換を決意した出来事がありました。忘れもしない、起業してから8ヶ月後の2005年12月。福井県全域に「福井豪雪」と呼ばれた大雪が降ったんです。訪問販売は、お客さまの家を一軒ずつ訪問しなくてはなりません。しかし、大雪に邪魔されて訪問販売ができないう。その時、私は、足で稼ぐ、販売スタイルの限界を感じたんです。

そして私は訪問販売をストップし、すべてのリソースをWebに注ぎ込むことを決断しました。Webの可能性に賭けてみようと思っただけで、「自分の「いける」という感覚を信

に協議します。どちらの場合にせよ、コストは一切かかりません。

そして7つ目のステップは、売れ続ける仕組みの構築です。本契約の締結後、SEOへの取り組み、コールセンターの本格稼働、継続的なWebサイトの改善などにより、売れ続ける仕組みを構築します。

Web上でモノを売る秘訣は何ですか。

岩井…2つあります。1つ目は、全体最適化です。分かりやすいWebサイトを作ること、費用対効果の高い広告を出すこと、クロージングのできるコールセンターを持つこと、すべての要素をうまく連動させ、全体最適化を実現させることが大事です。

2つ目は、スピードです。Webではスピードが命。当社は集客から販売までをワンストップで手がけているため、タイムロスはゼロに近い。そのため、マーケティングの結果をスピードで次の一手につなげられているんです。

自社でコールセンターを運営する理由

岩井…なるほど。ところで、御社は販売代行のサービスのひとつとして、コールセンターも運営しています。その理由は何ですか。

岩井…コンバージョン(成約)率を高めるためです。実は、Web上で商品が売れる場合、エンドユーザーからの電話で購入に至るケースも多い。なぜかという、エンドユーザーの中には、Webサイト上だけで商品を購入することに不安を持

じて、Webで一点突破を図ろうと思っただけです。

当時、社員は私を入れて4名。専門知識はゼロに近い状態でした。しかし、みんなで必死に本を読み漁り、ネットを駆使して調べ、ネット広告の専門家にも話を聞きに行きました。そして寝る間も惜しんで、自分たちだけでWebサイトを立ち上げたんです。

3ヶ月後、ついにWebサイトが稼働し始めました。そしてWeb広告を出したところ、少しずつWeb上で商品が売れていきました。初めて商品が売れた瞬間は、本当にうれしかった。みんなで喜び合いましたね。その後は販売の効率を高めていき、売上也順調に伸びていきました。

今後、完全成果報酬型の販売代行以外に事業展開する予定はありますか。

岩井…いえ、当社は今後もずっと完全成果報酬型の販売代行を貫いていきます。時々、クライアント企業から「固定の報酬を払うので、販売部門のアウトソーシングをしてほしい」と依頼されることがあります。たしかに固定の報酬が得られれば、経営的には安定するかもしれない。でも、当社はそういう依頼を受けず、今後も完全成果報酬型の販売代行を続けていくつもりです。やはり企業はあれこれ手を広げず、1つに絞って地道にビジネスを続けていく方が、中長期的には大きな成果につながると思っています。

また、販売代行は会社に本物の実力がつくビジネスモデルだと思っ

つ人もいるからです。そこでコールセンターはエンドユーザーの不安を解消し、クロージングする役割を担っています。ちなみに、商品によっては電話での購入が5割を占めることもあります。もしエンドユーザーとの窓口をメールだけに限定すると、多くの見込み客を逃してしまいます。

また、コンバージョン率を高めるためには、電話での商品説明やクロージングトークの質を高めることが大事。そのためにはWebプロモーションとコールセンターの両部門が連携をとり、密な情報共有をしていく。そしてスピードに業務改善を繰り返していかなくてはなりません。ですから、当社はコールセンターを外注せず、自社で運営しているんです。

大学時代にトップ営業マン。22歳で起業

岩井…岩井さんが起業した経緯を教えてください。

岩井…私が「起業」を明確に意識したのは、大学生の時です。サラリーマンになった先輩が仕事に疲れていた、「学生時代は良かった」なんてグチを言うのを見て、嫌だなと思っただけです。私は実力勝負の世界で自分を試したかった。それには起業するのが一番いいと思っただけです。

そこで大学3年生の時、一般家庭向けにインターネット回線を販売するというアルバイトを始めました。起業準備のため、営業力を身につけようと思っただけです。そこで学んだのは、営業というのは、

ています。販売代行の流れは、まずエンドユーザーが商品を購入して満足して頂く。次にクライアント企業が売上を伸ばし、満足して頂く。そして、最後にエンドユーザーとクライアント企業が満足した分だけ、当社に利益が出る。つまり、当社が一番最後に儲かるようになっていくんです。

そういう意味で、当社にとっては非常に厳しいビジネスモデル。当社はエンドユーザーとクライアント企業を満足させるため、常に工夫し続けなければいけません。Webサイトに掲載する1本のキャッチコピー、コールセンターにかかってくる1本の電話対応。それらすべてに全力で取り組む。そういった姿勢がクライアント企業の利益につながり、結果的に当社が本物の実力をつけることにつながると思っています。

Web販売代行の パイオニアになる

岩井…最後に、今後のビジョンを教えてください。

岩井…Web販売代行のパイオニアとして、今後も多くの企業をサポートしていきたいと思っています。Webの世界では、販売力が弱い企業が多い。そのため、良い商品を持っているにもかかわらず、Web上でモノが売れない企業は少なくありません。当社はそんな企業を支援し、売上を伸ばしていきたい。そして、日本経済の発展に貢献したいと本気で思っています。

※コンバージョン：Webサイトの訪問者を取引(商品購入や資料請求、会員登録など)に結びつけること。

会社概要

株式会社 ALL CONNECT (オールコネクト)

設立 / 2005年4月21日

資本金 / 1800万円

売上高 / 3億9000万円(2008年2月期)、12億円(2009年2月期見込み)

従業員数 / 70名

事業内容 / Web販売代行、Webマーケティング事業、ITソリューション事業、ブロードバンドコンサルタント事業、パートナー事業

URL / <http://www.all-connect.jp/>



I w a i K o t o