

12 | 3 [木]
19:30-21:00
オンライン開催
参加無料

Web業界進化論 実践講座

クライアントワーク、事業会社で求められる

Webディレクターの役割

#01

ナイル株式会社
デジタルマーケティング事業部 事業 COO
チーム SPEC. 顧問
高松 建太郎

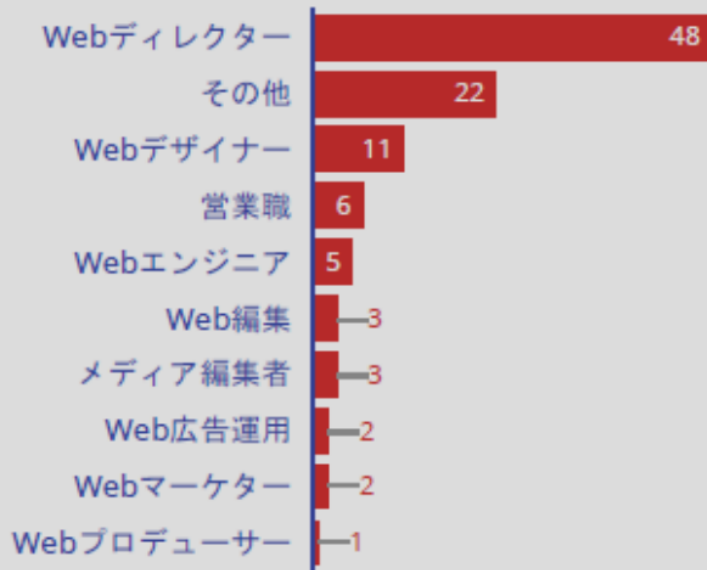


目次

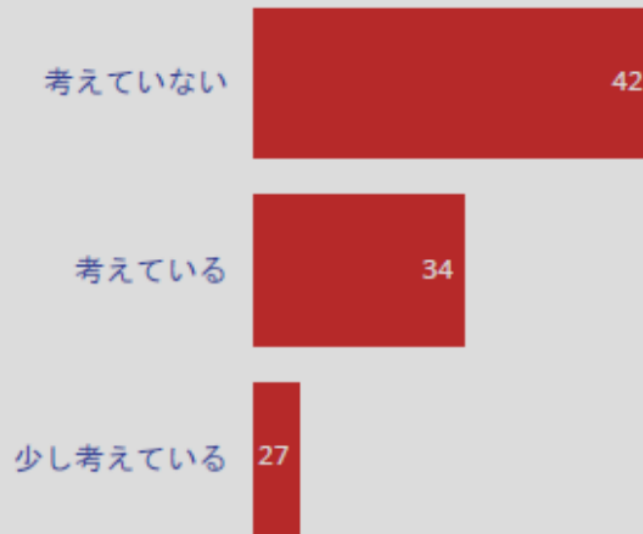
前半 19:30～20:00	• 高松のキャリア（自己紹介） • スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側 • 支援側Webディレクターに起こる「事業側行きたい熱」 • 支援会社→事業会社でやるWebディレクターの違い
10分休憩	
後半 20:10～20:40	• 企業側のニーズ「イントラプレナー」 • 事業をマネジメントする素養がWebディレクターにある（はず） • 「強い者」ではなく「変化できる者」が勝つ
質疑応答 20:40～	

本日の参加者データ

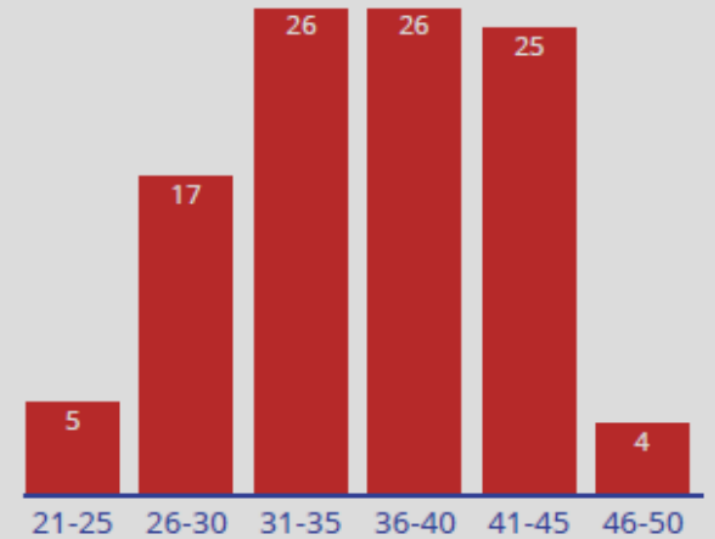
現職種



転職意向

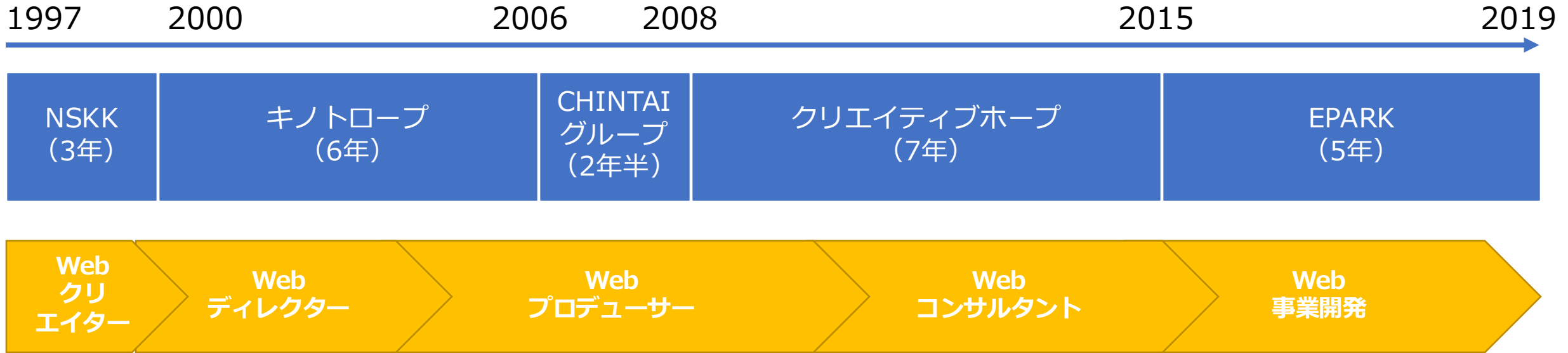


年齢



高松のキャリア（自己紹介）

高松のキャリア



Web〇〇と呼ばれて20年余。受託から事業まで

高松のキャリア

1997 2000 2006 2008 2015 2019



23～26歳



Web超楽しい！
もっと高いステージでやりたい

高松のキャリア

1997 2000 2006 2008 2015 2019



26～32歳



トップチームやべえw（色々な意味で）
燃え尽きた…事業に行ってみたい！

高松のキャリア

1997 2000 2006 2008 2015 2019



32~34歳



事業会社やべえw（色々な意味で）
同じことを一生はできないなあ

高松のキャリア

1997 2000 2006 2008 2015 2019



34～41歳



のびのびWebコンサル楽しい！
同労働集約型ってやべえなあ

高松のキャリア

1997 2000 2006 2008 2015 2019



41～46歳



メガベンチャーすげえ！（色々な意味で）
「何をやるか」より「誰とやるか」が大事

もはや事業側・支援側は問わない
人としてバイブスの合う環境で
今までのキャリアを活かしたい

46歳



高松の結論（2020）

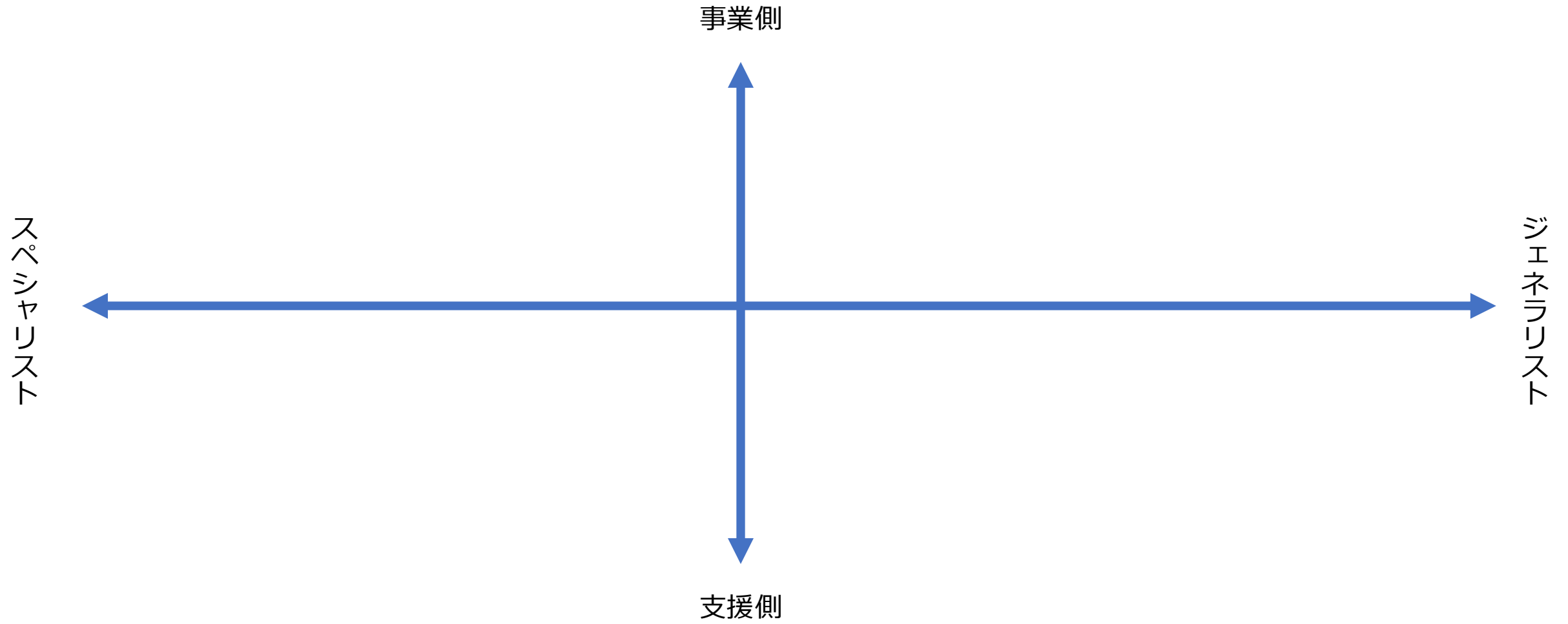
ナイル株式会社



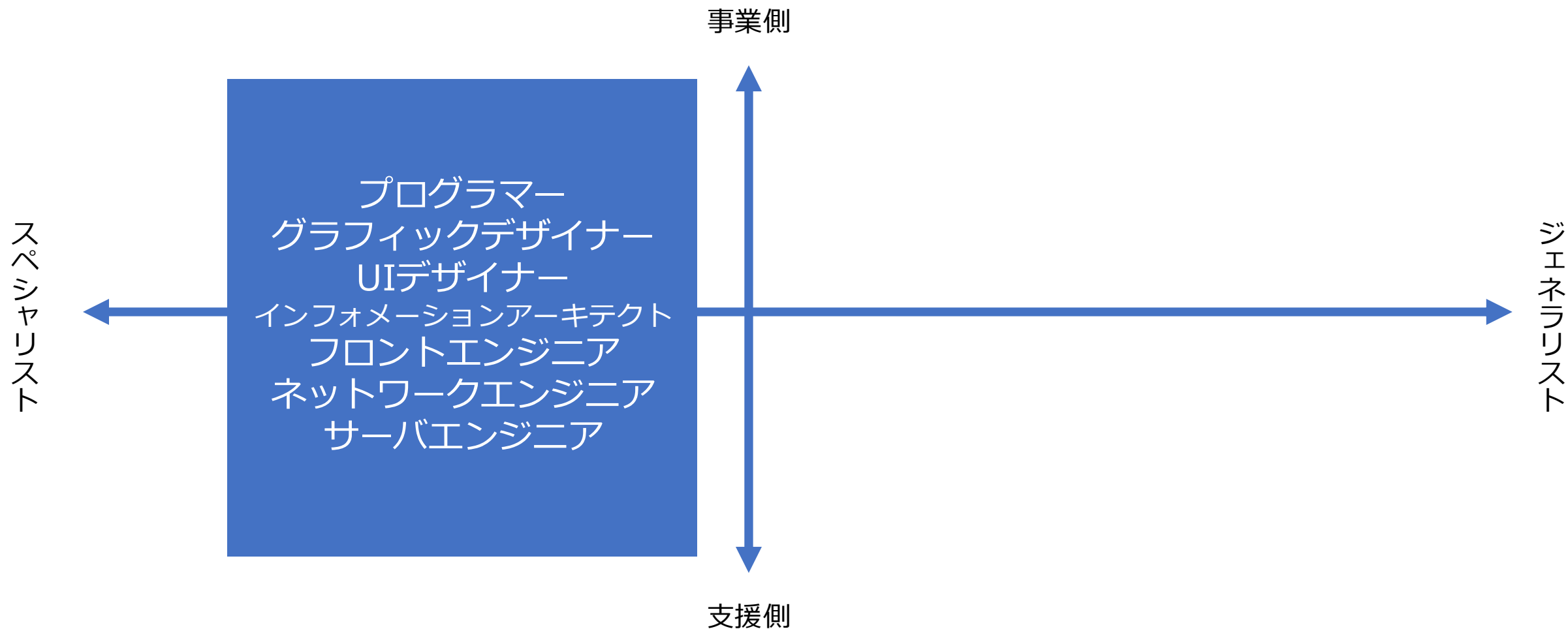
2020年2月から デジタルマーケティング事業部 事業COOとして参画

<https://nyle.co.jp/>

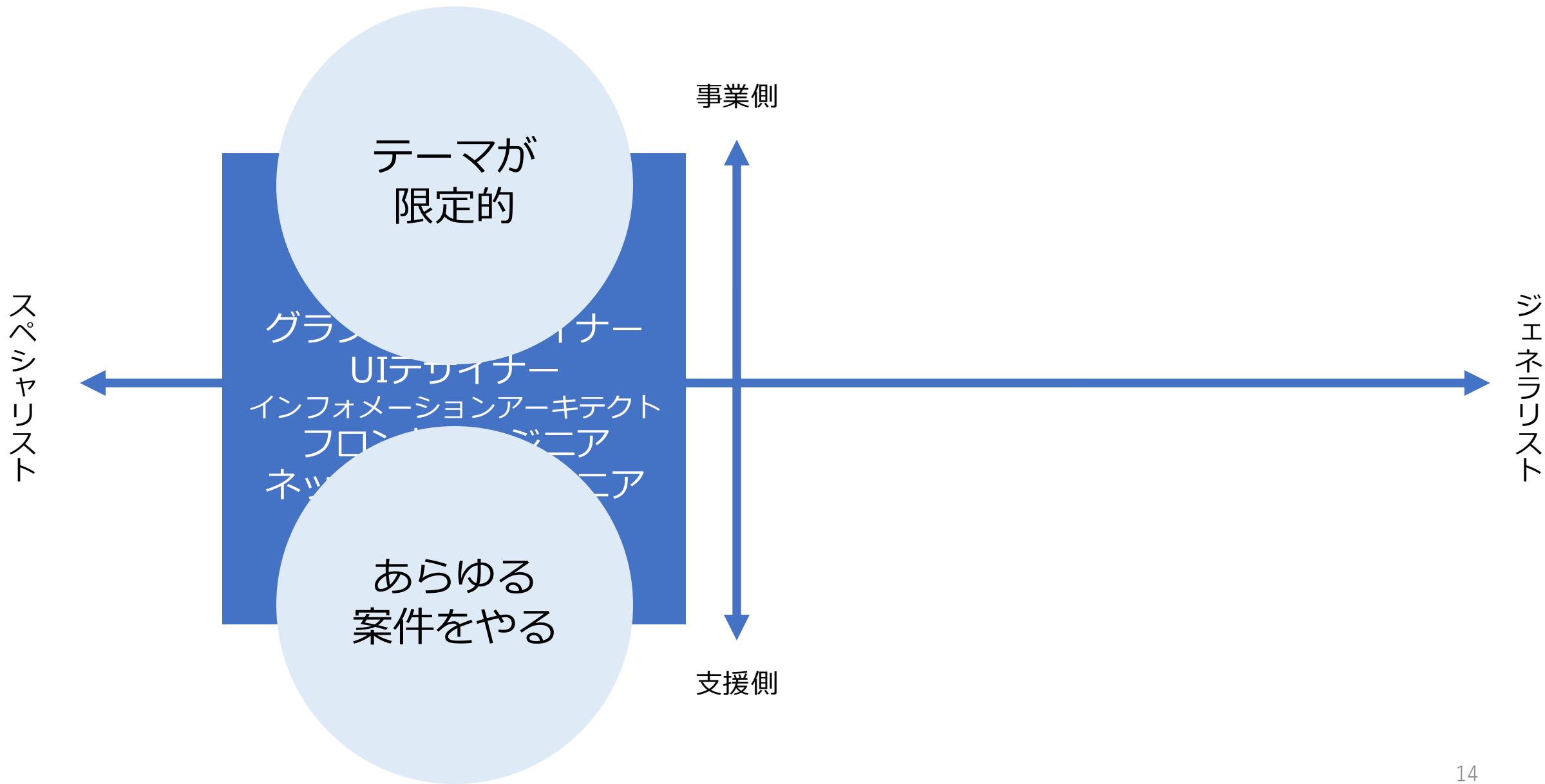
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



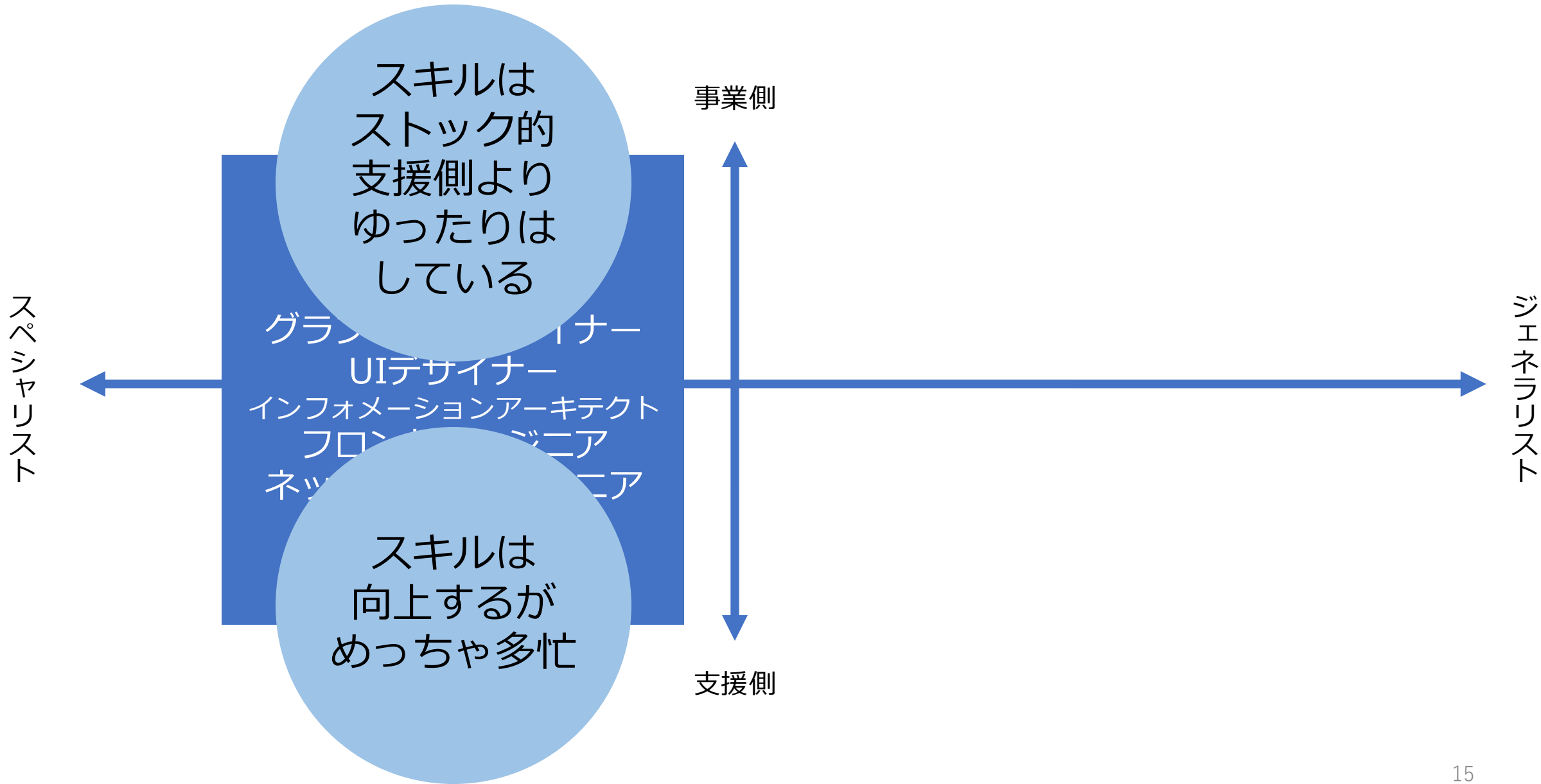
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



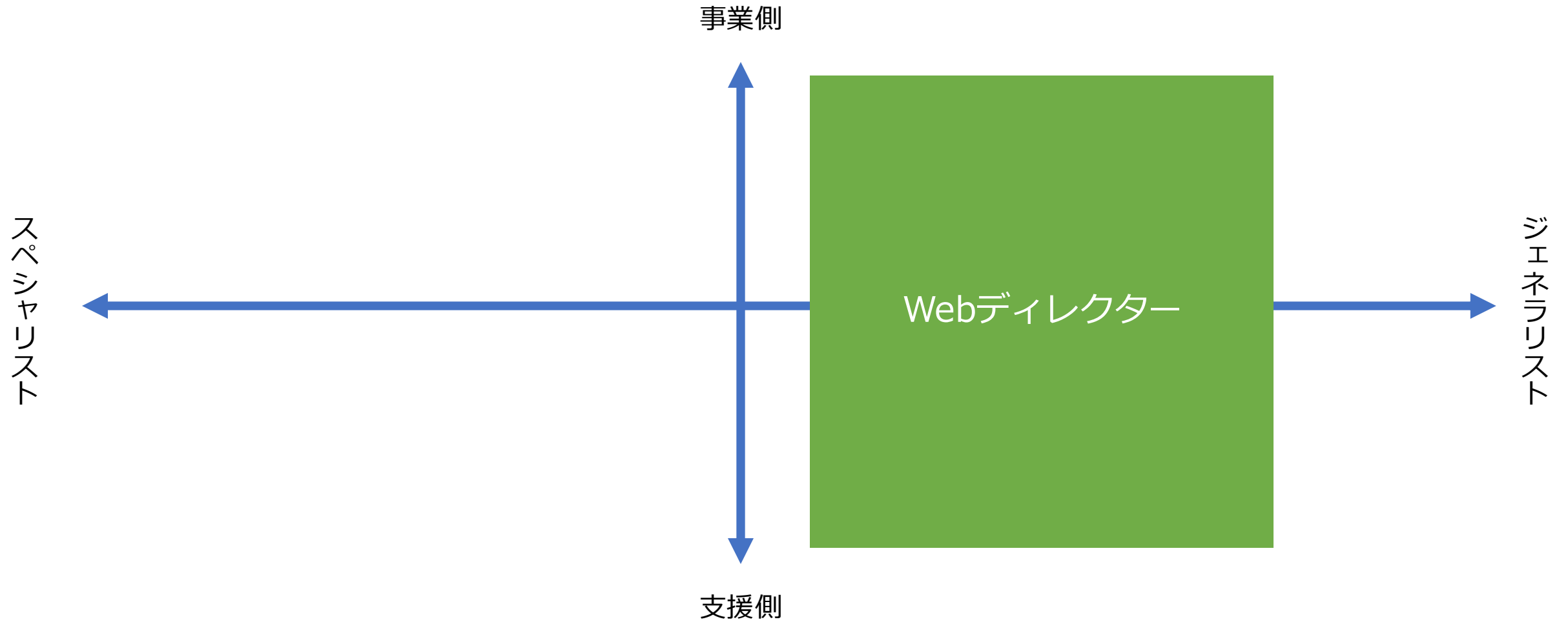
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



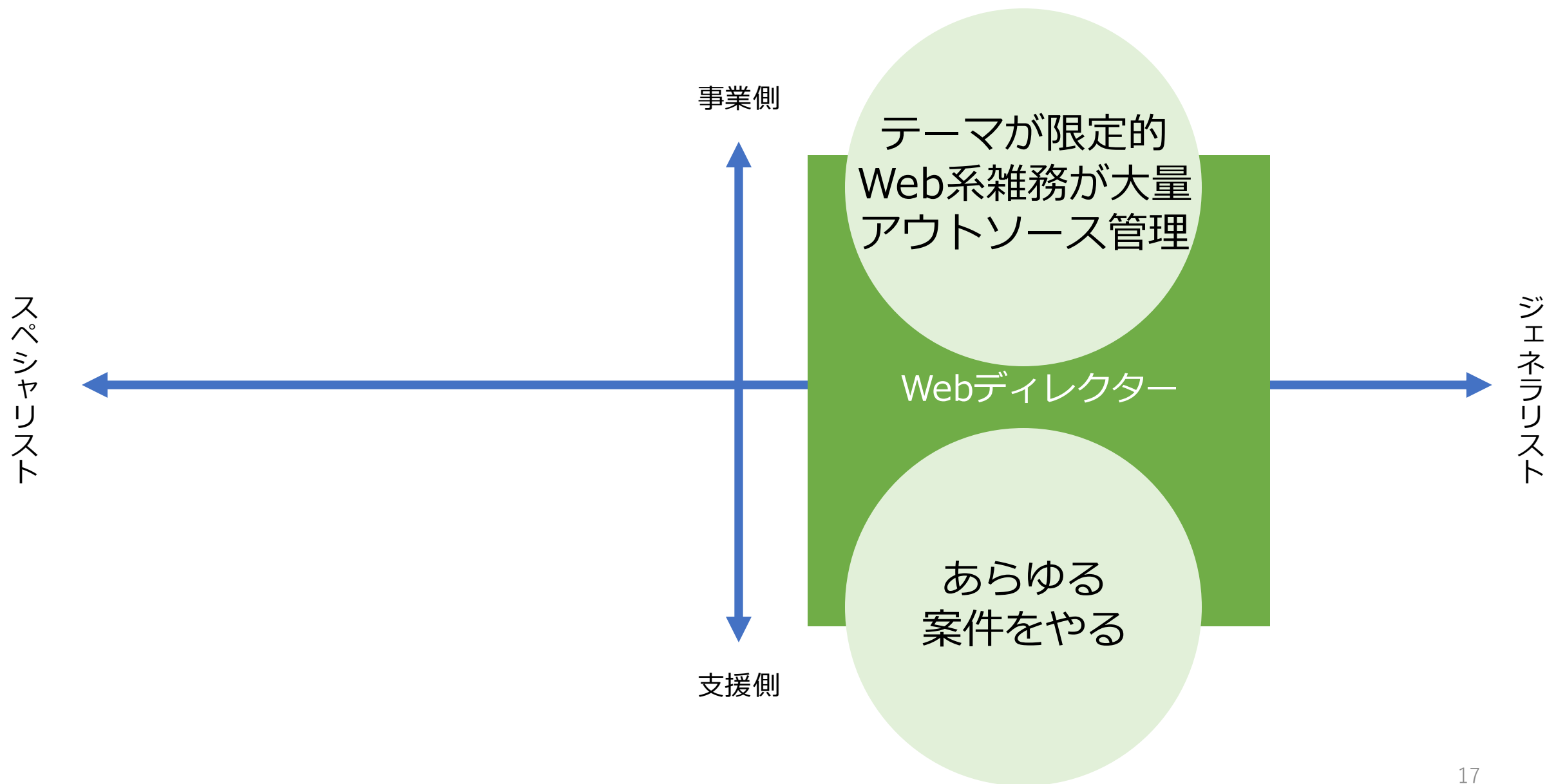
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



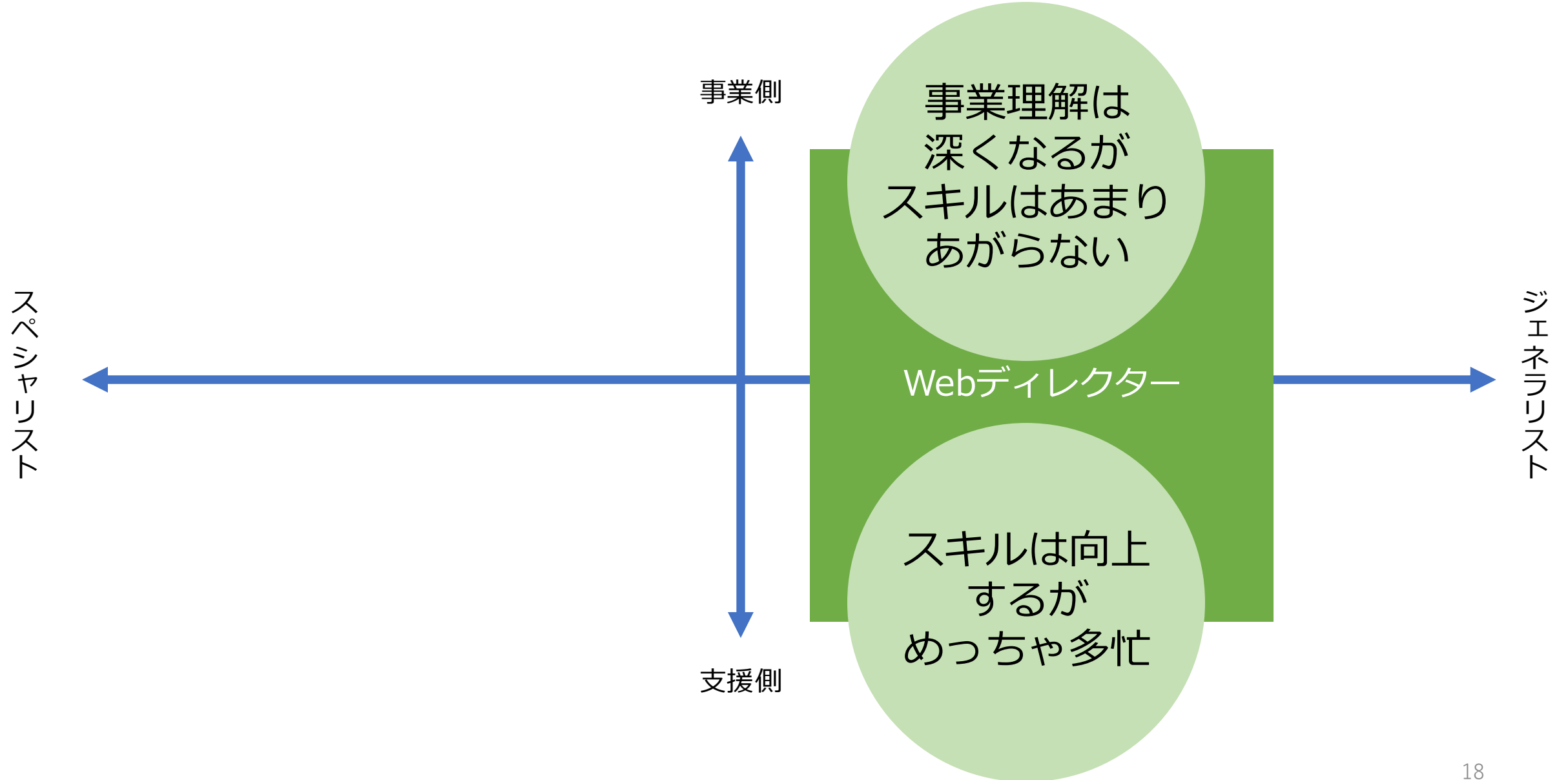
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



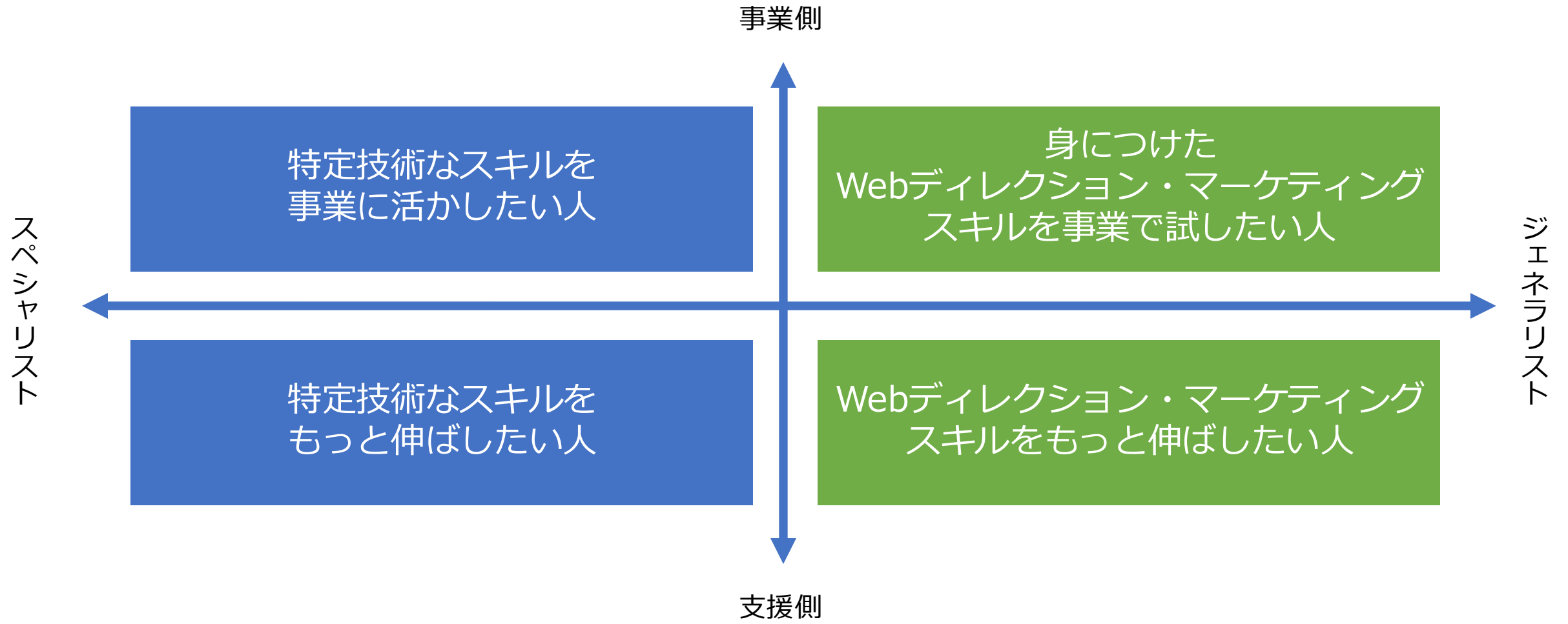
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



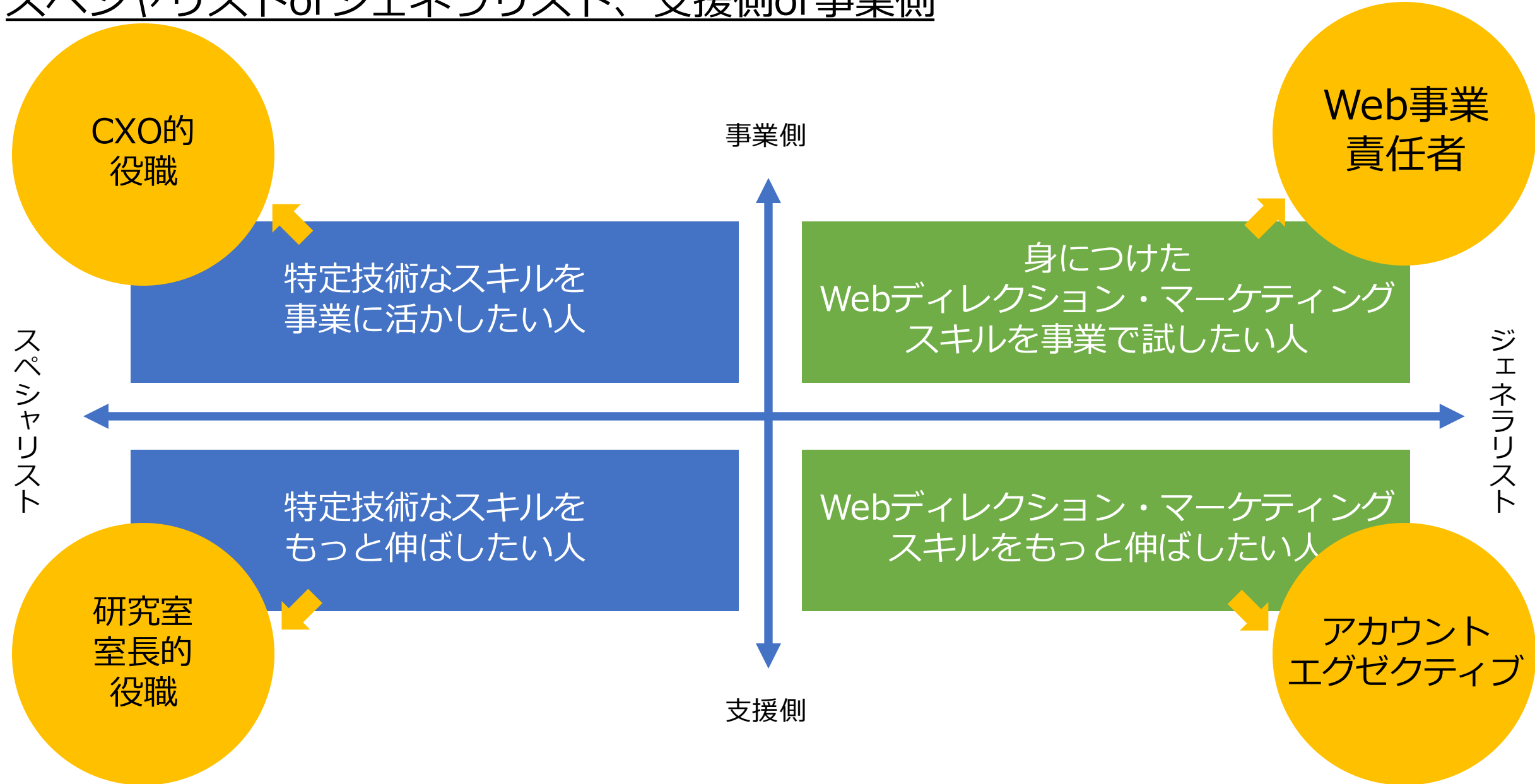
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



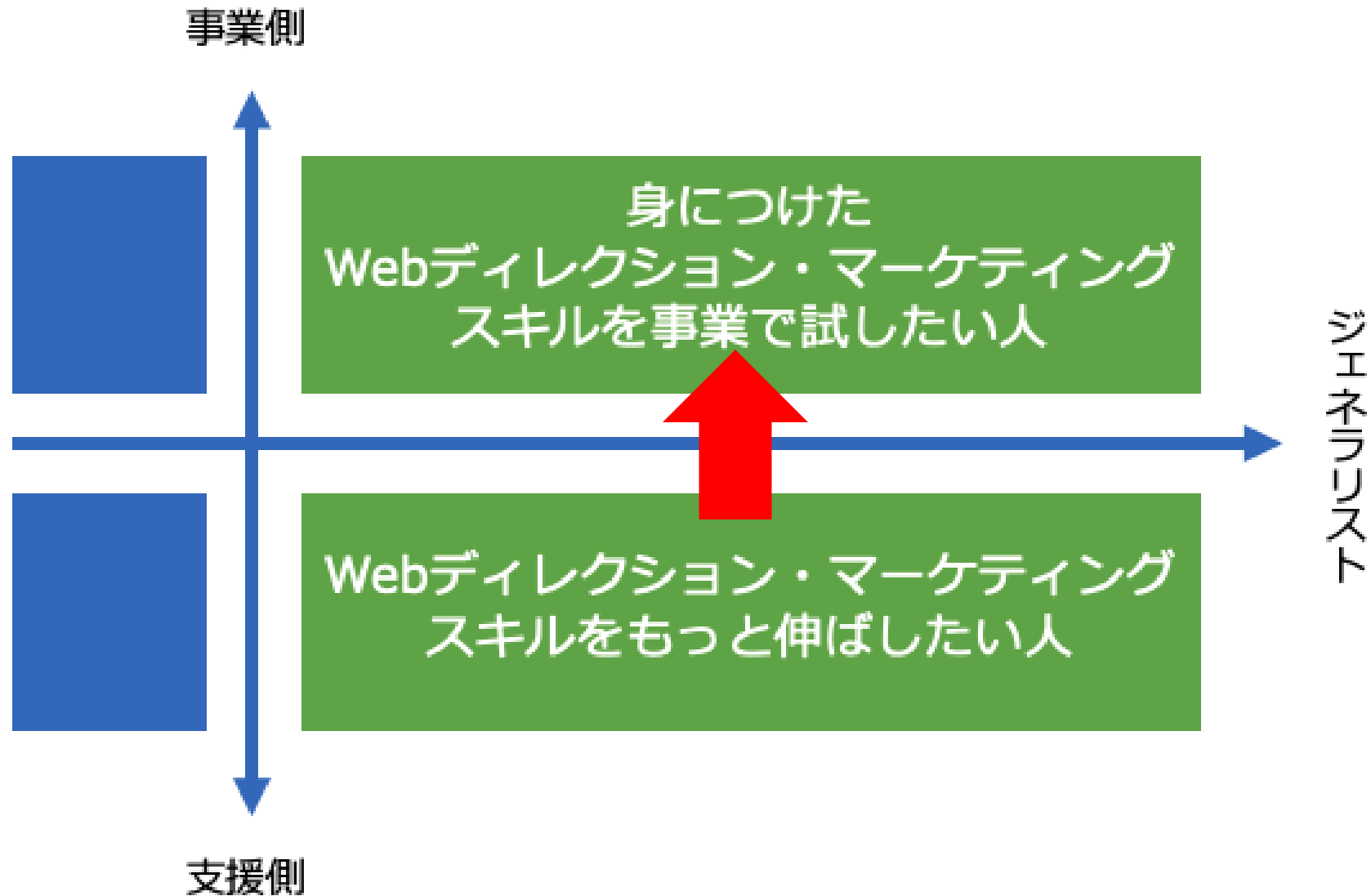
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



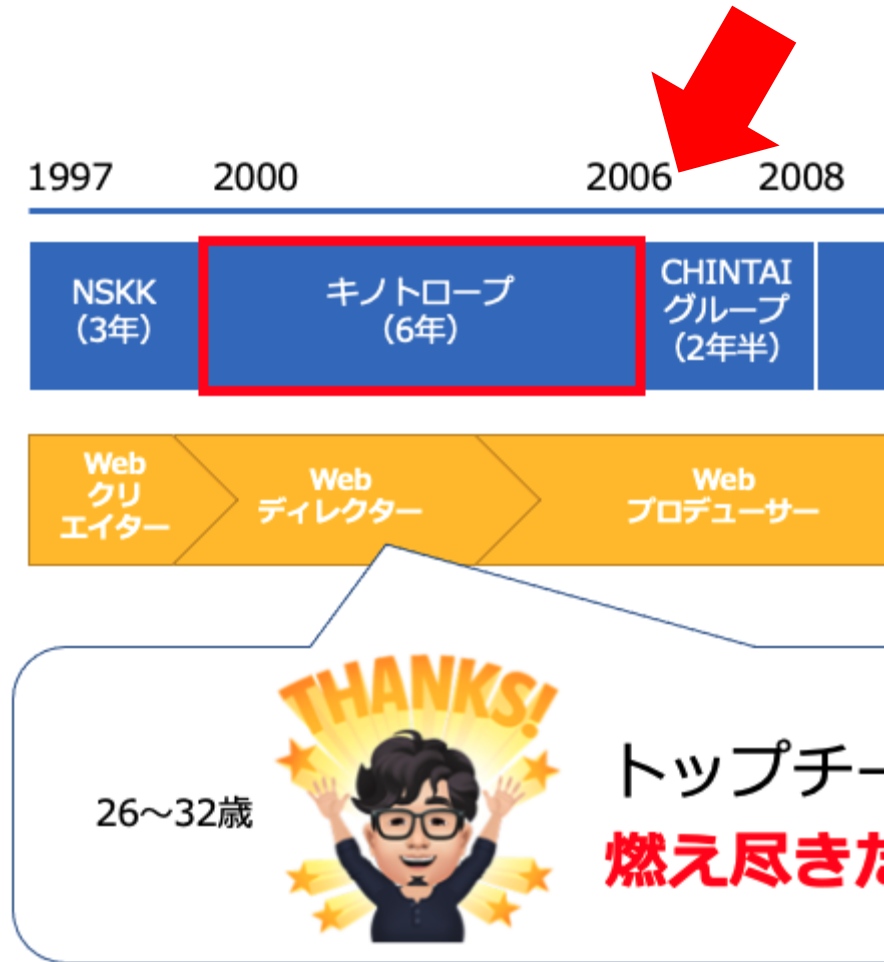
スペシャリストorジェネラリスト、支援側or事業側



支援側Webディレクターに起こる「事業側行きたい熱」



支援側Webディレクターに起こる「事業側行きたい熱」



高松のキャリアでいうとココ

支援側Webディレクターに起こる「事業側行きたい熱」

高松の私見



アントニオ猪木

迷わず
行けよ、
行けば
わかるさ

支援会社→事業会社でやるWebディレクターの違い

「行けばわかるさ」とは言え違いはお伝えします

	支援会社にいると	事業会社に行くと
仕事の根本スタイル	1,000万円の受注を競合から競り勝ち、1,000万円の範囲内で最高のパフォーマンスを出す。	1,000万円の発注を元手に1億円の売上あげ、3,000万円利益を残す。
Web業界動向のキャッチアップ	あらゆる案件に対応したり、会社内での情報交換・共有等で最新の業界動向が意識せずとも常にキャッチアップできる。	事業に日々没頭するので、Web業界の最新情報はかなり意識していないと、全く入らなくなる。
社内環境 ※規模と場合による	Webディレクターやクリエイターが社内にいるので、比較的仲間意識が強く保たれている。	全く違う職種・人種もあり、中途入社のWebな人材は異邦人のように見られる場合がある。
クライアントとベンダーの関係	スケジュール変更や仕様変更をするクライアントに振り回される。	スケジュール変更や仕様変更が発生する仕組みを目の当たりにし、ベンダーにマジ申し訳ないと思う。

支援会社→事業会社でやるWebディレクターの違い

【成功事例】 事業側のWebディレクターのお手本！



<https://www.seohacks.net/case/web-consulting/6331/>

【インタビュー】三井住友カード、「セミナーハウス」によるサイト作成を実現。事業主とベンダが良好な関係を保つための「2つの愛」とは

三井住友カード株式会社 マーケティング統括部
福田 保範（ふくだ やすのり）氏

三井住友カード株式会社 マーケティング本部 マーケティング統括部 部長代理／コミュニケーションストラテジスト

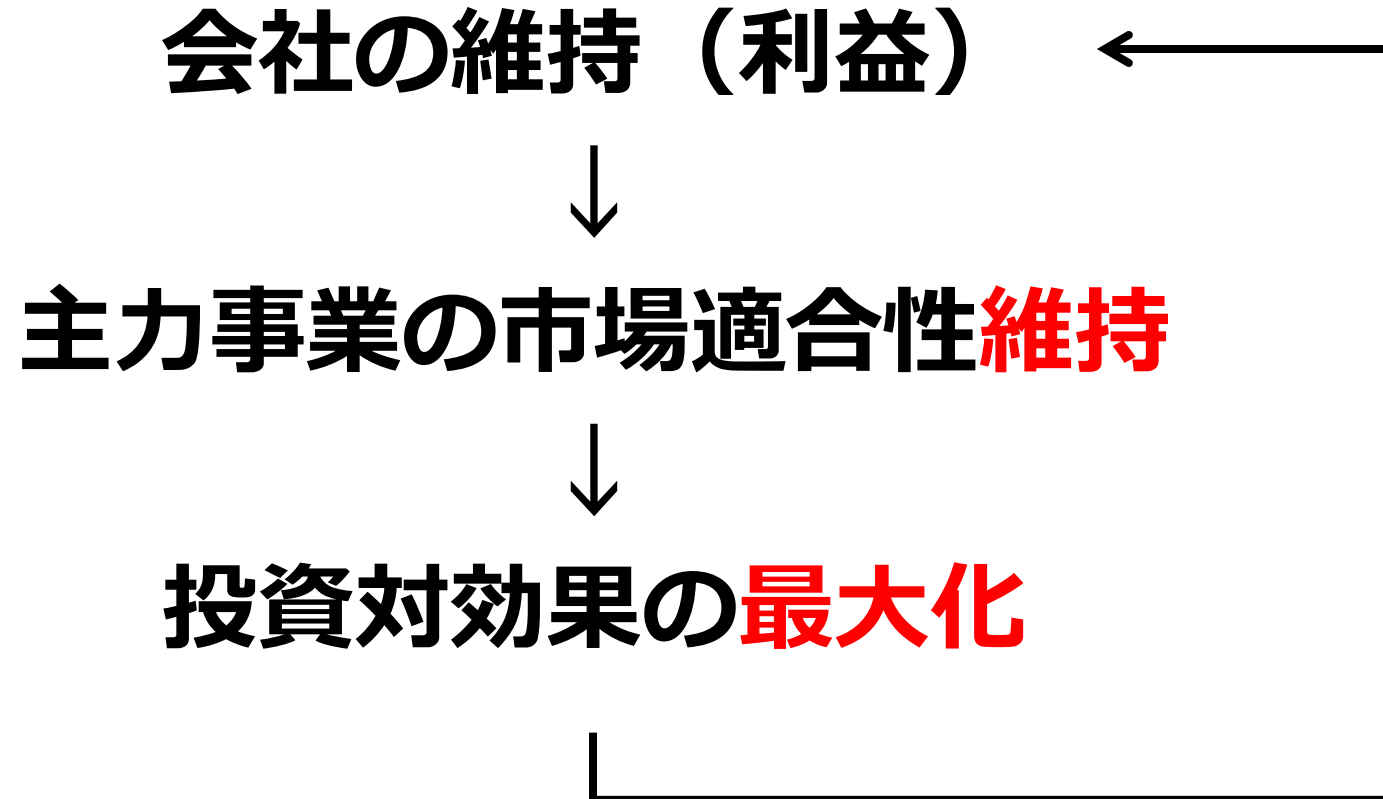
2007年、株式会社アイ・エム・ジェイに入社。WebディレクターやSEOコンサルタント、マーケティングコンサルタントなどを務めたあと、2015年6月に退社。2015年7月より三井住友カード株式会社にて、デジタルマーケティング全般に従事。予算ゼロからコンテンツサイトを立ち上げ、約2年で総PV数約800万へと成長させた経験を持つ。その他、コンテンツマーケティングサイトの複数立ち上げ、ソーシャルメディア、Web広告などを担当している。

休憩（10分）

次は20:10から開始します

企業側のニーズ「イントラプレナー」

事業会社の経営が考えていること



企業側のニーズ「イントラプレナー」

事業会社の経営が考えていること

事業リスクの分散



いろいろチャレンジ



未来の主力事業の育成

企業側のニーズ「イントラプレナー」

事業会社の経営が考えていること

未来の主力事業を創り出すことができる従業員



最重要人材

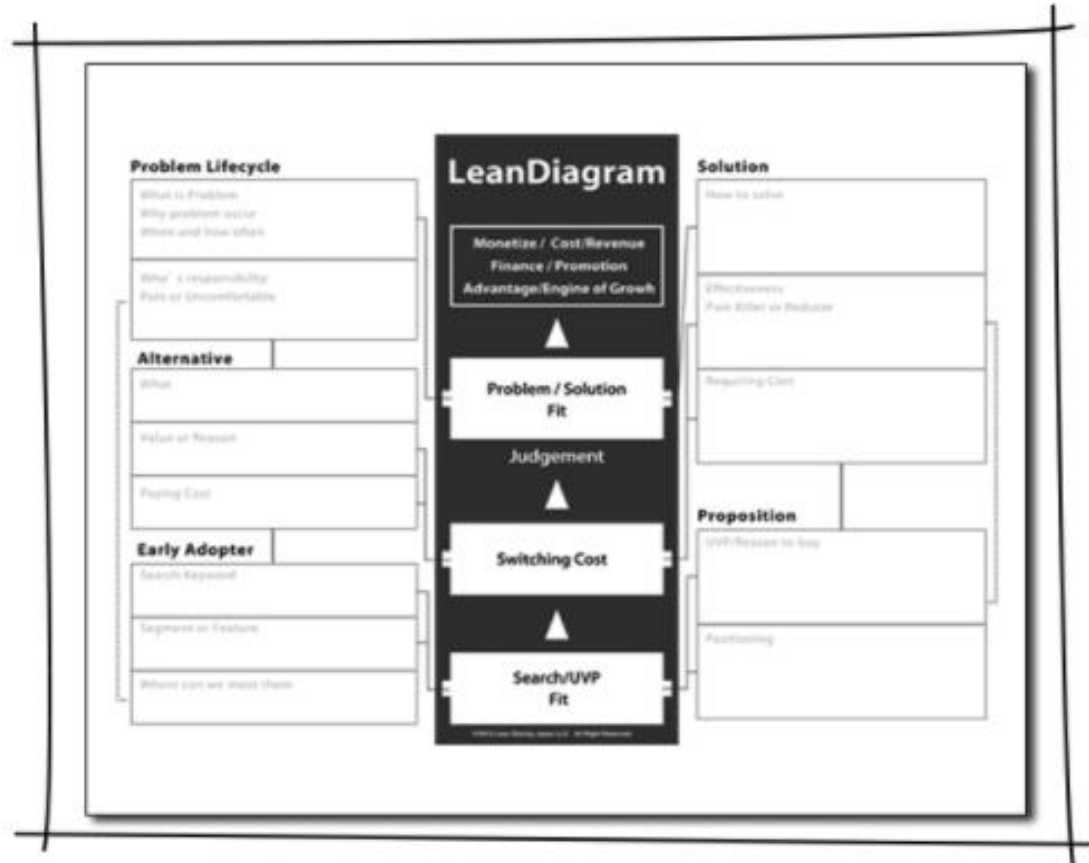
社内起業家

(イントラプレナー)



事業をマネジメントする
素養がWebディレクター
にある（はず）

例えば「新規事業開発」のフレームワーク



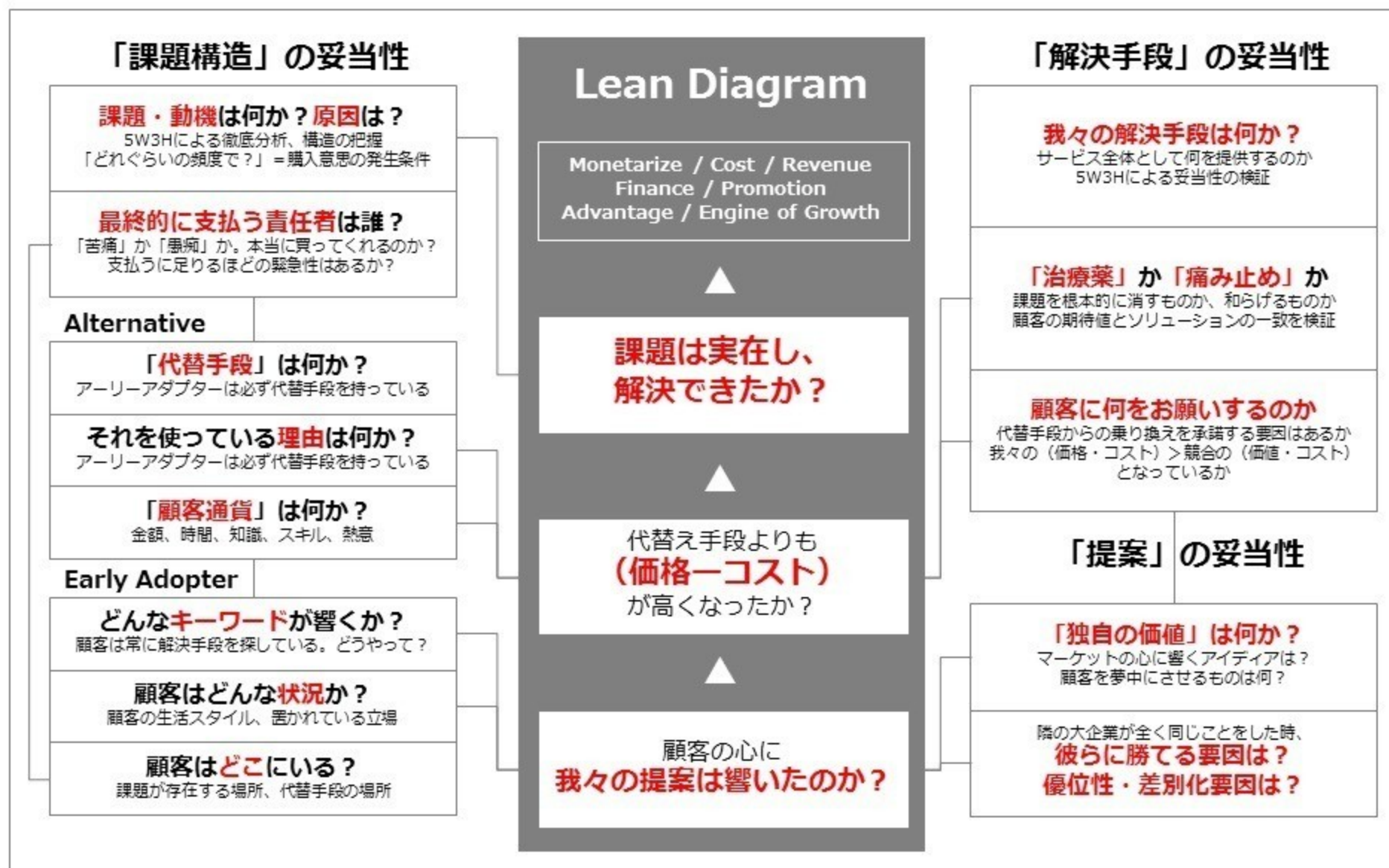
Lean Diagram (リーンドиаグラム)

"Lean Diagram"とは、リーンスタートアップを実践する際の最初の1枚として、すべてのアントレプレナーに使っていただきたいビジネスモデル検証ツールです。

多くのスタートアップが、課題の存在確認と、適切なソリューションの提供に失敗してマーケットから受け入れられずに消えていきます。つまり"Problem/Solution Fit"が出来ずに消えて行くのです。

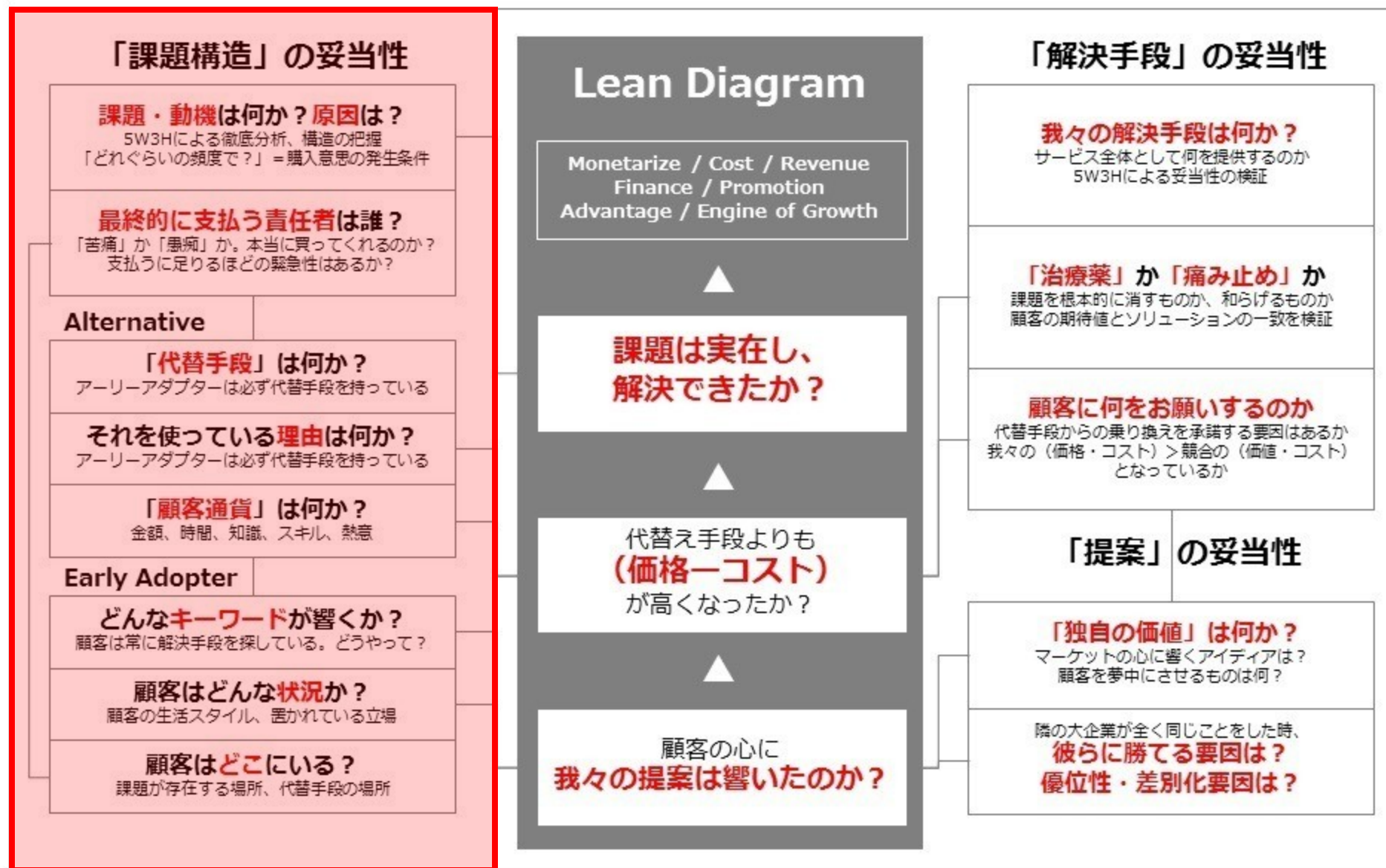
<https://leandigram.com/>

リーンダイアグラム

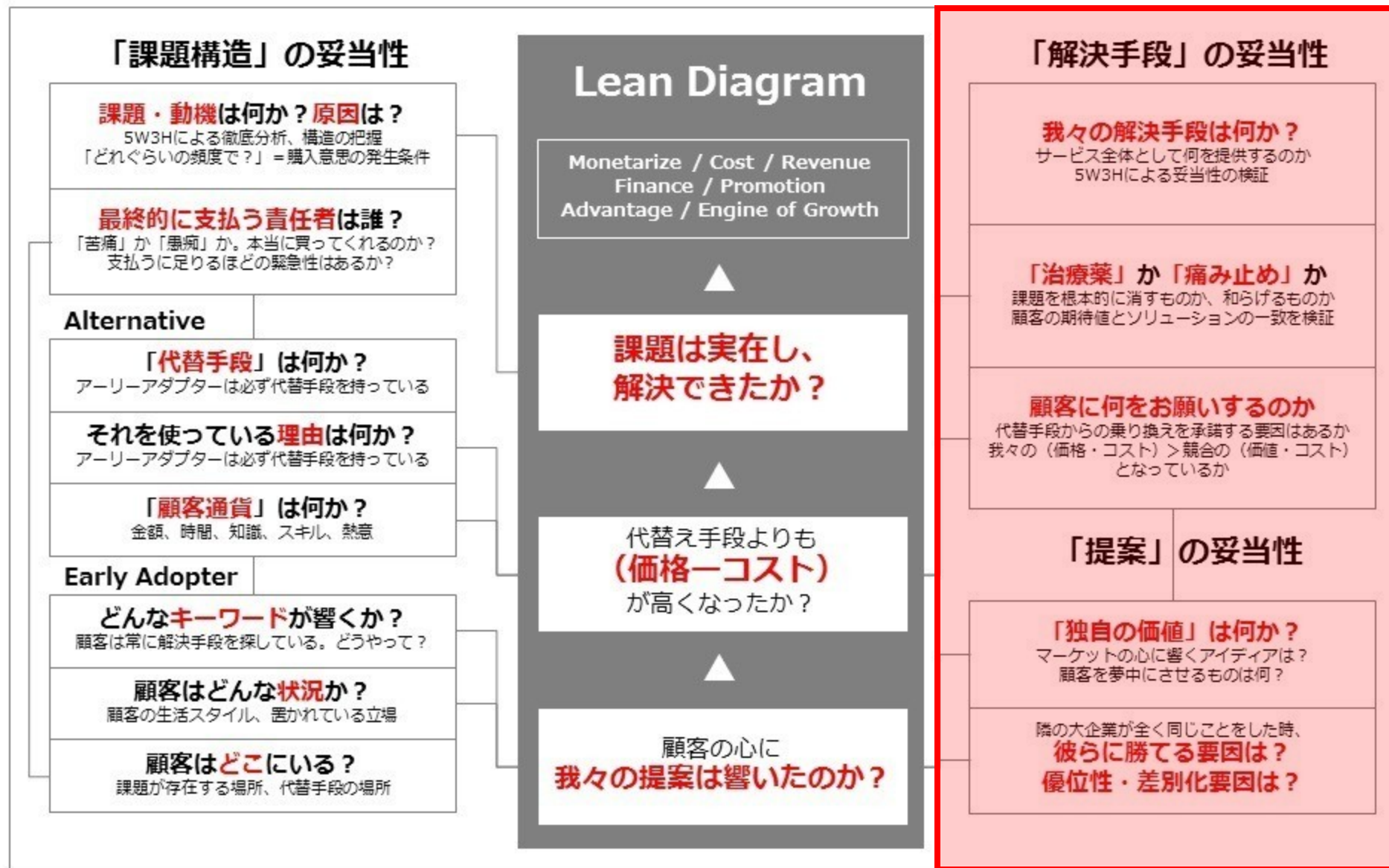


リーンダイアグラム

ターゲットユーザー戦略

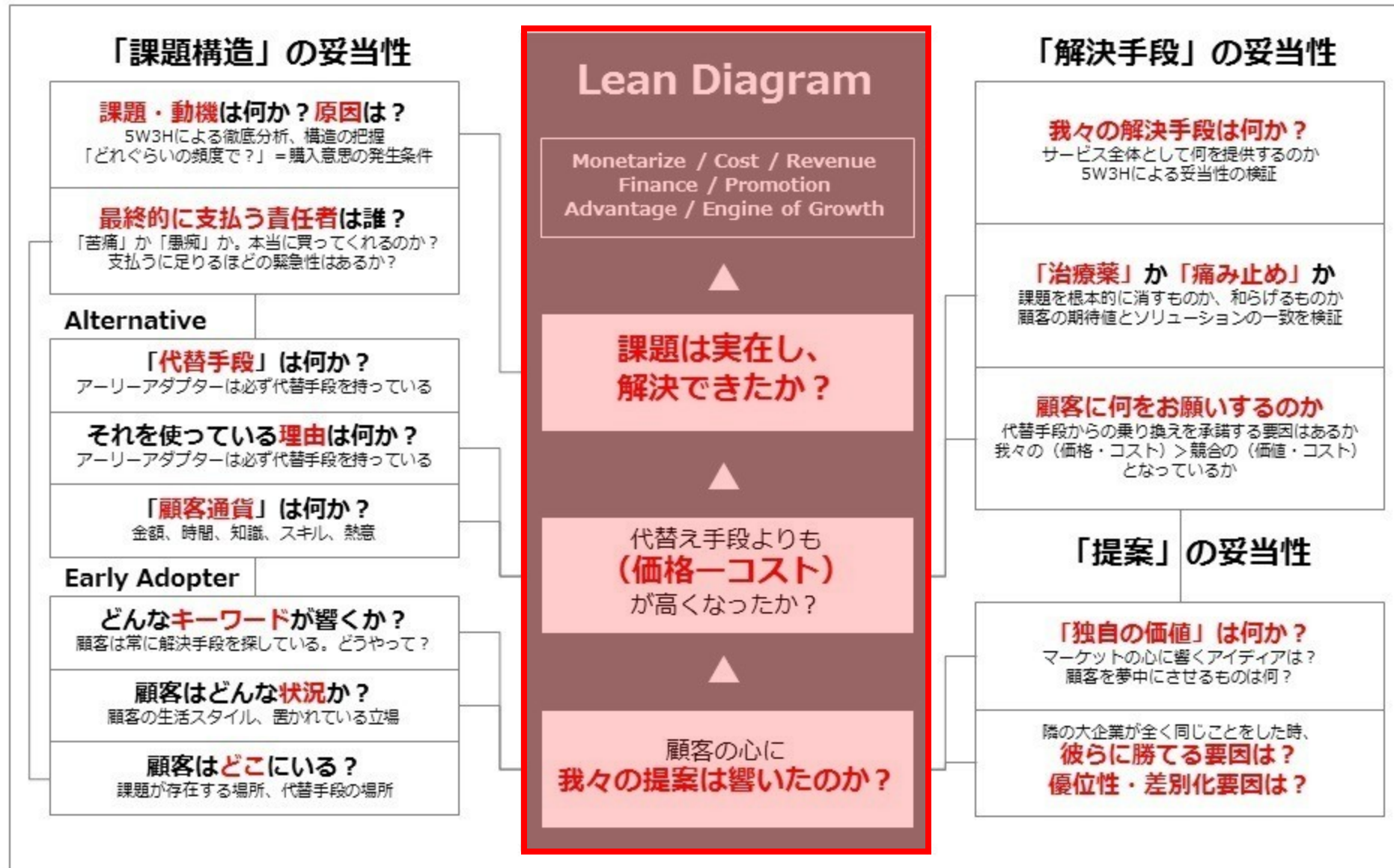


リーンダイアグラム



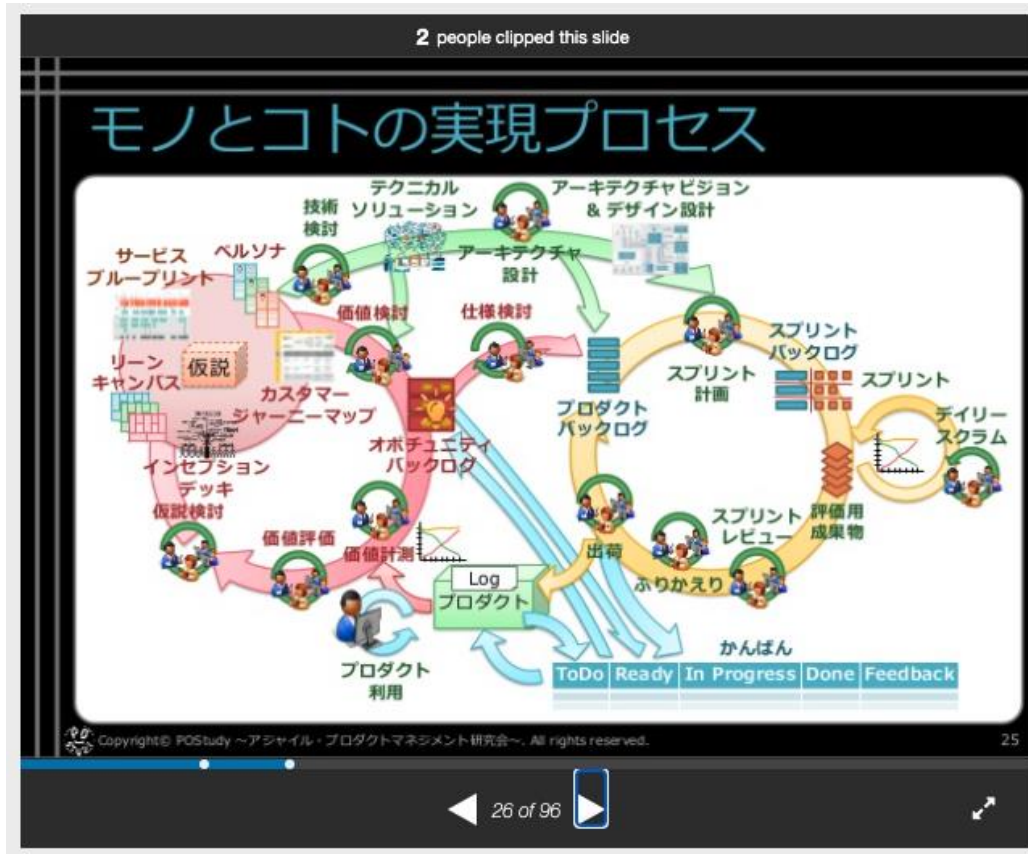
サービス設計・プロダクト価値

リーンダイアグラム



効果測定→エンハンス・ピボット

例えば「PO（プロダクトオーナー）」の仕事

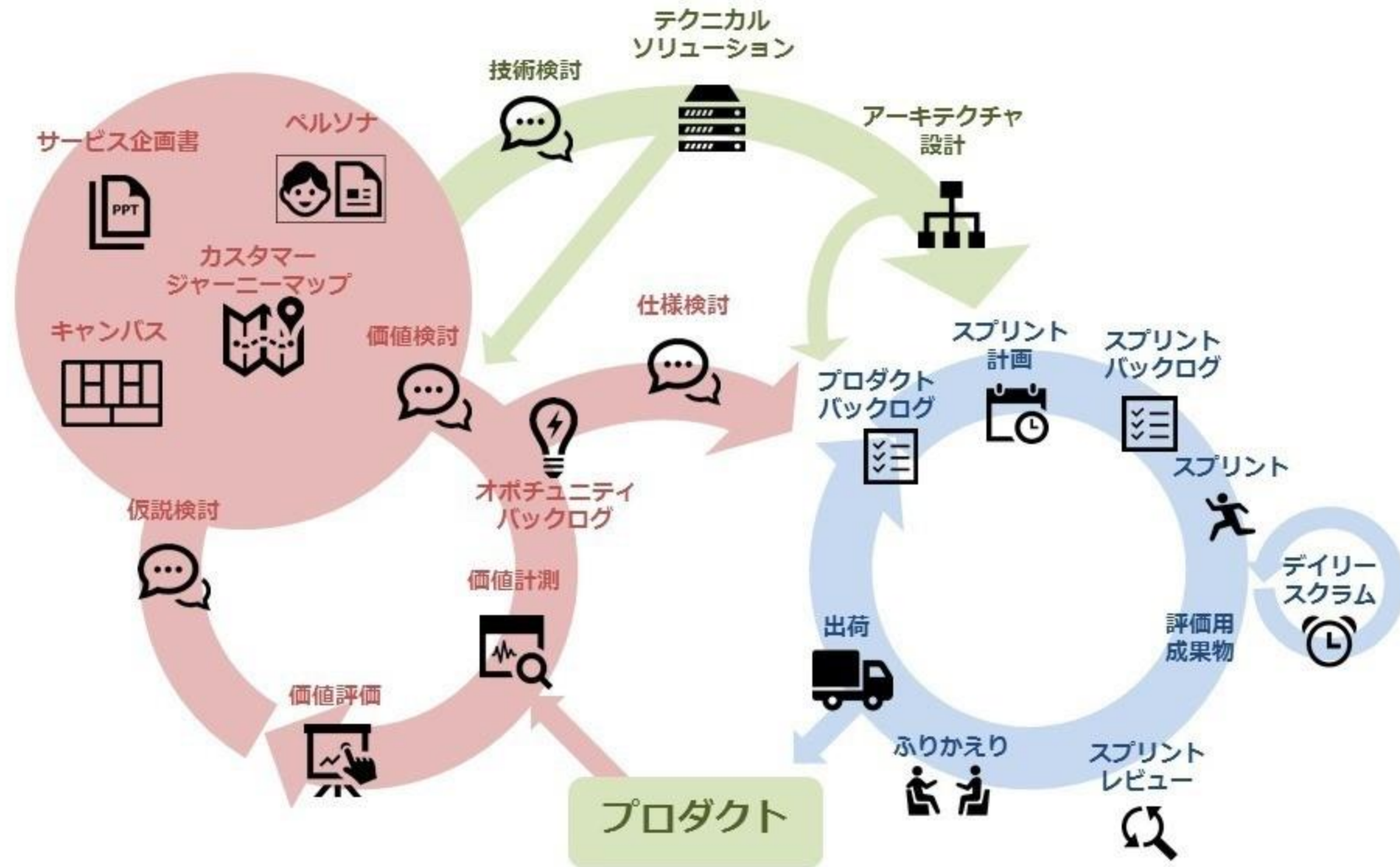


リーンスタートアップとスマートなエンジニアリングの葛藤

「リーンスタートアップ」と「スマートなエンジニアリング」の間に生じるズレや葛藤・企画サイドや開発サイドがこの悩みに対しどのように動くべきか

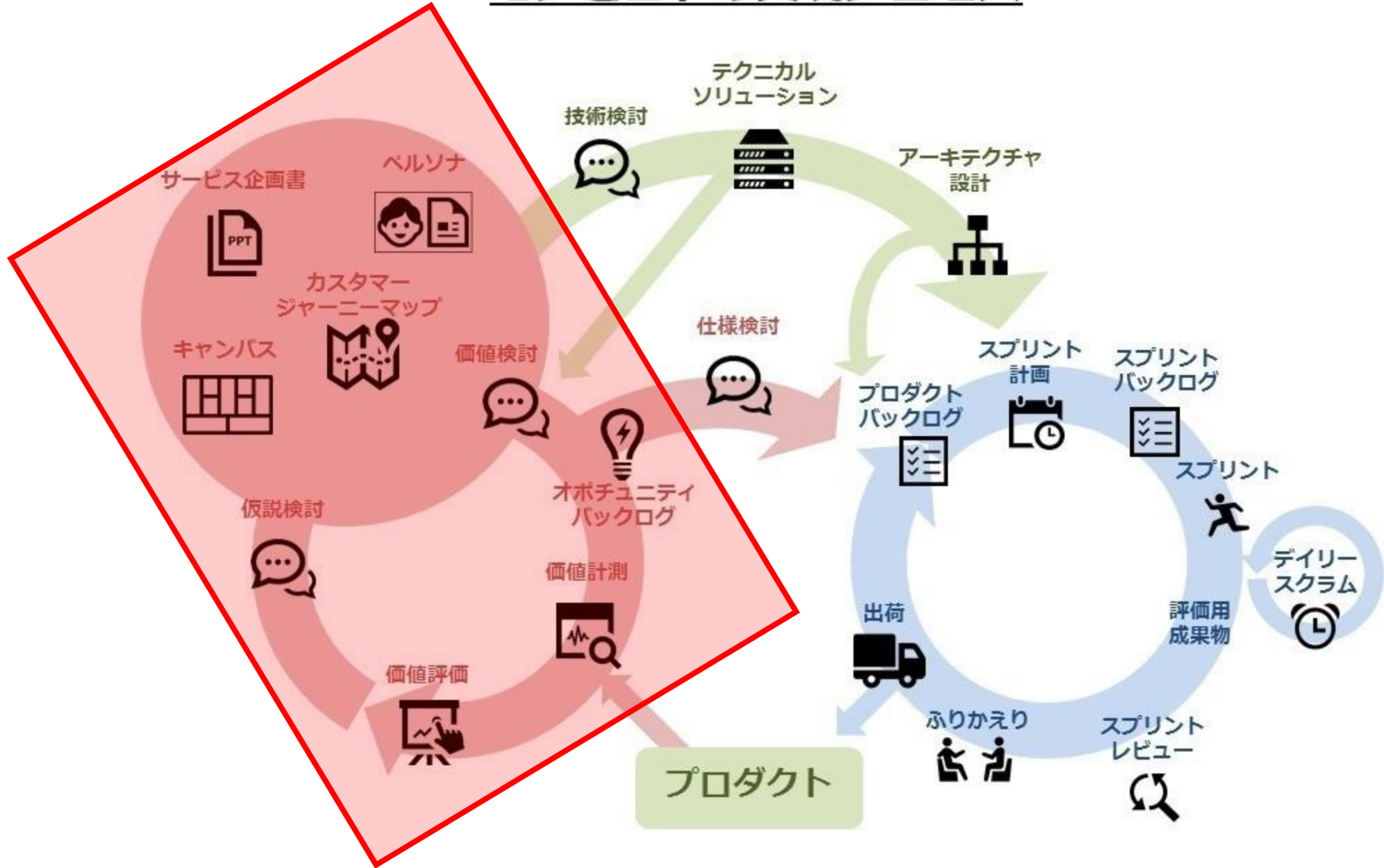
<https://www.slideshare.net/fullvirtue/201706-bpstudy-agilejapan-postudy>

モノとコトの実現プロセス

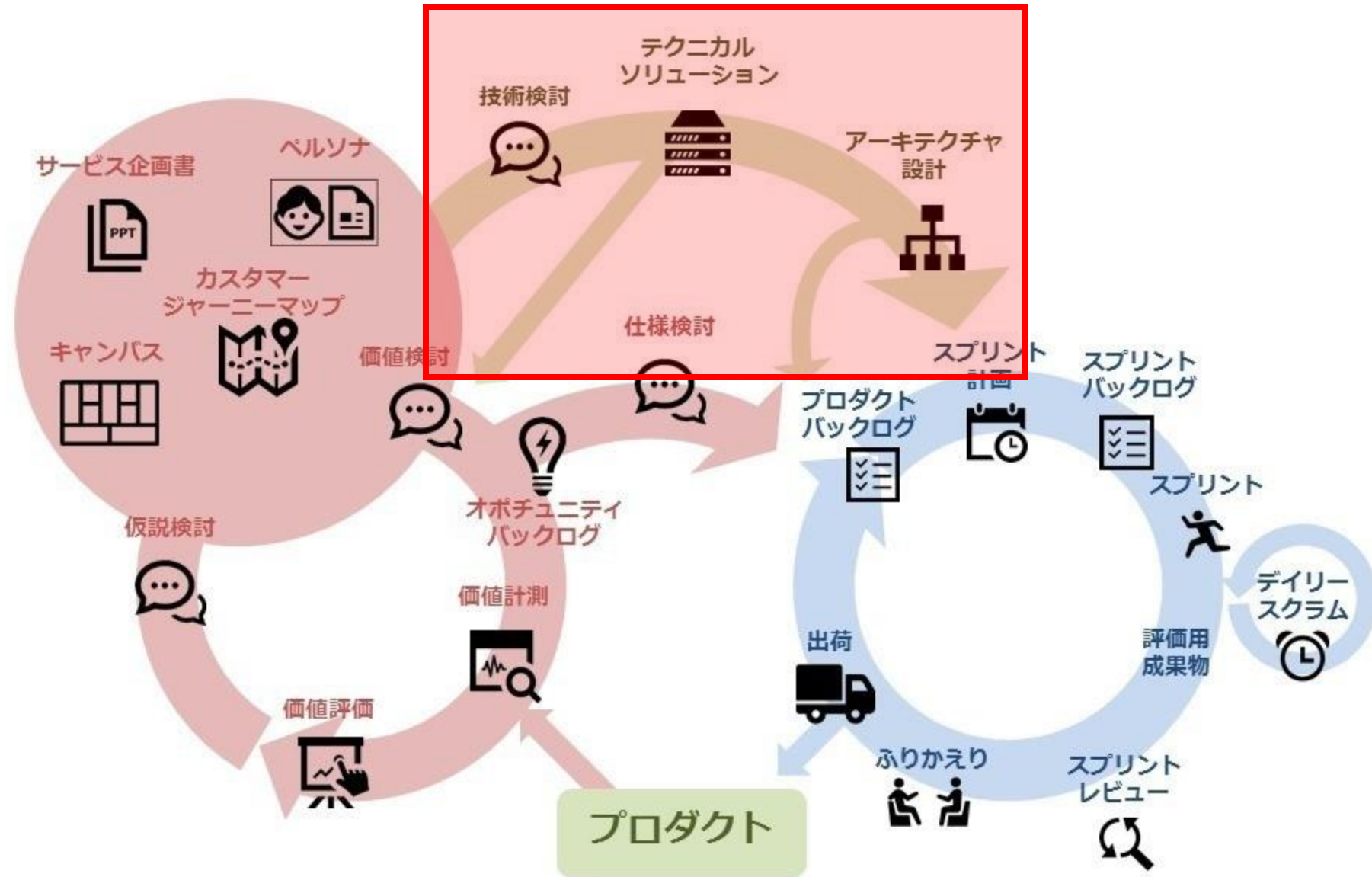


企画・プロトタイプ・実装判断
なぜやるのか？の明確化

モノとコトの実現プロセス

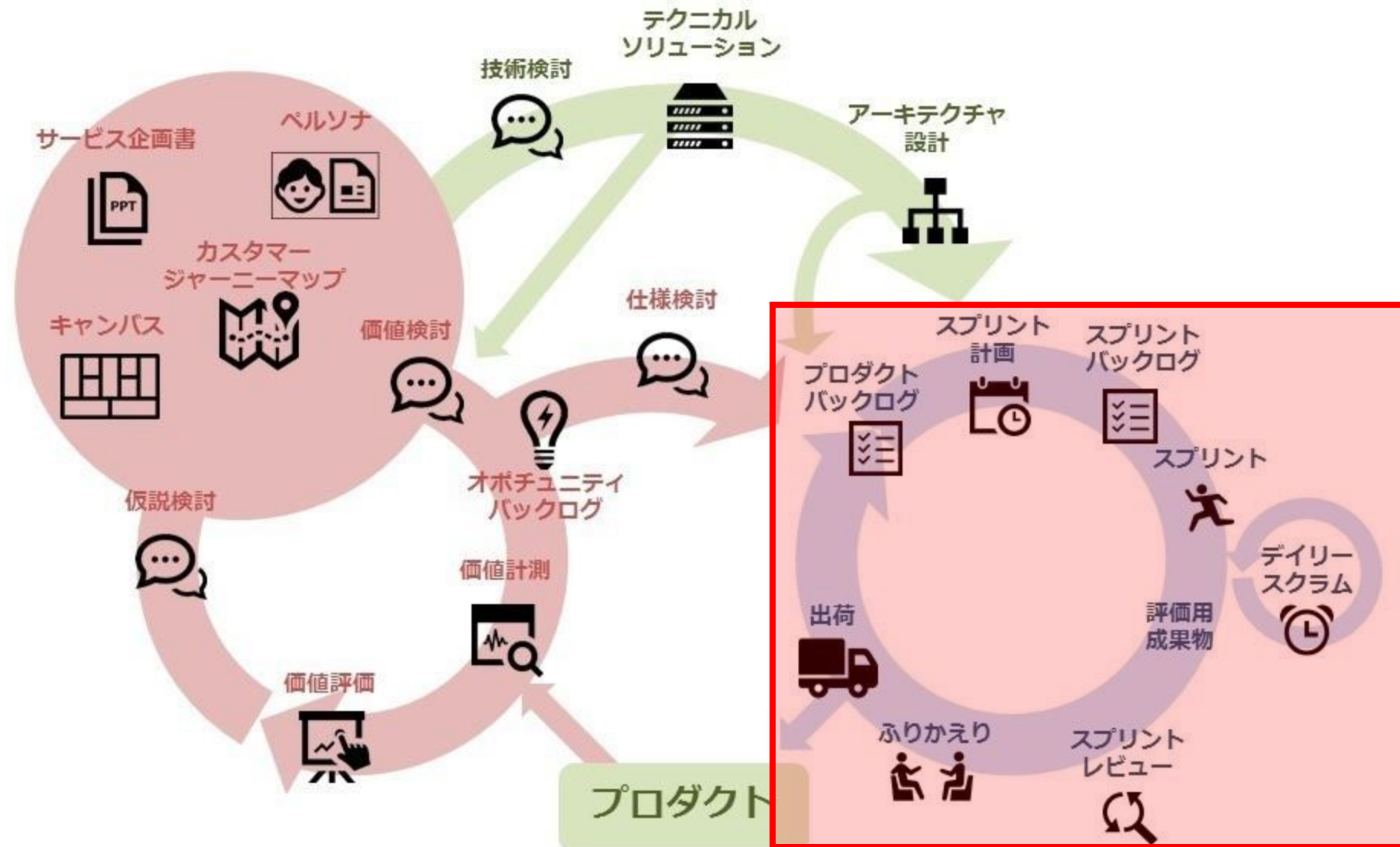


モノとコトの実現プロセス



ネットワークプレイヤー部門との
折衝

モノとコトの実現プロセス



開発部門との折衝

例えば「事業全体の俯瞰」

Canvas

組織のビジネスモデルを俯瞰し、戦略立案するためのツール



<書籍>

[ビジネスモデル・ジェネレーション](#)

[バリュー・プロポジション・デザイン](#)

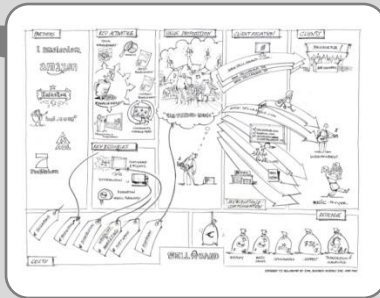
[図解ビジネスモデル・ジェネレーション
ワークショップ](#)

キャンバスにビジネスを描く

組織は構成要素が多く、視覚化することなく全体像をつかむことはとても困難

ビジネスモデル・キャンバスは複雑な組織活動を可視化し、完結に表現するためのツール

絵を描くことによって、言葉にされてこなかった前提や思い込みなども表現できるようになります。情報が明白になることで、より効果的な思考やコミュニケーションが可能になります。



〇〇さん（事業責任者）の頭の中には、おそらく無意識でキャンバスが描かれています。〇〇さんが優先順位が高いとひらめいた、部分的なオーダーが飛んできます。これを**受け身ではなく能動的な活動に変える事が重要です。**

前提

「ビジネスモデル」とは、
組織が財政的に存続するための理論

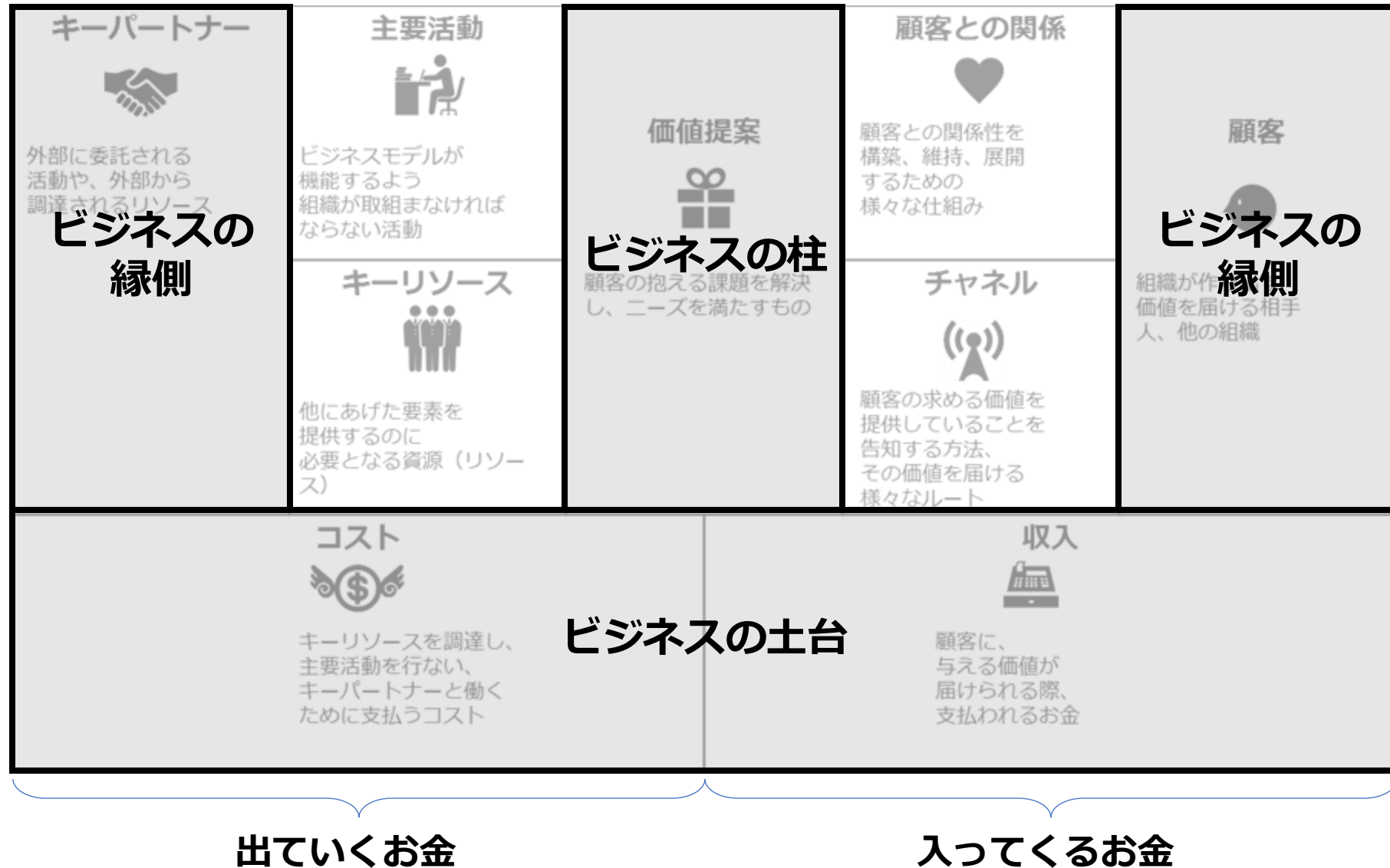
||
組織が生計を立てるための仕組み

「存続する」という定義は、とてもシンプルです。
出ていくお金よりも、入ってくるお金を多くすること。
あるいは最低でも、出ていくのと同じくらい稼ぐことです。

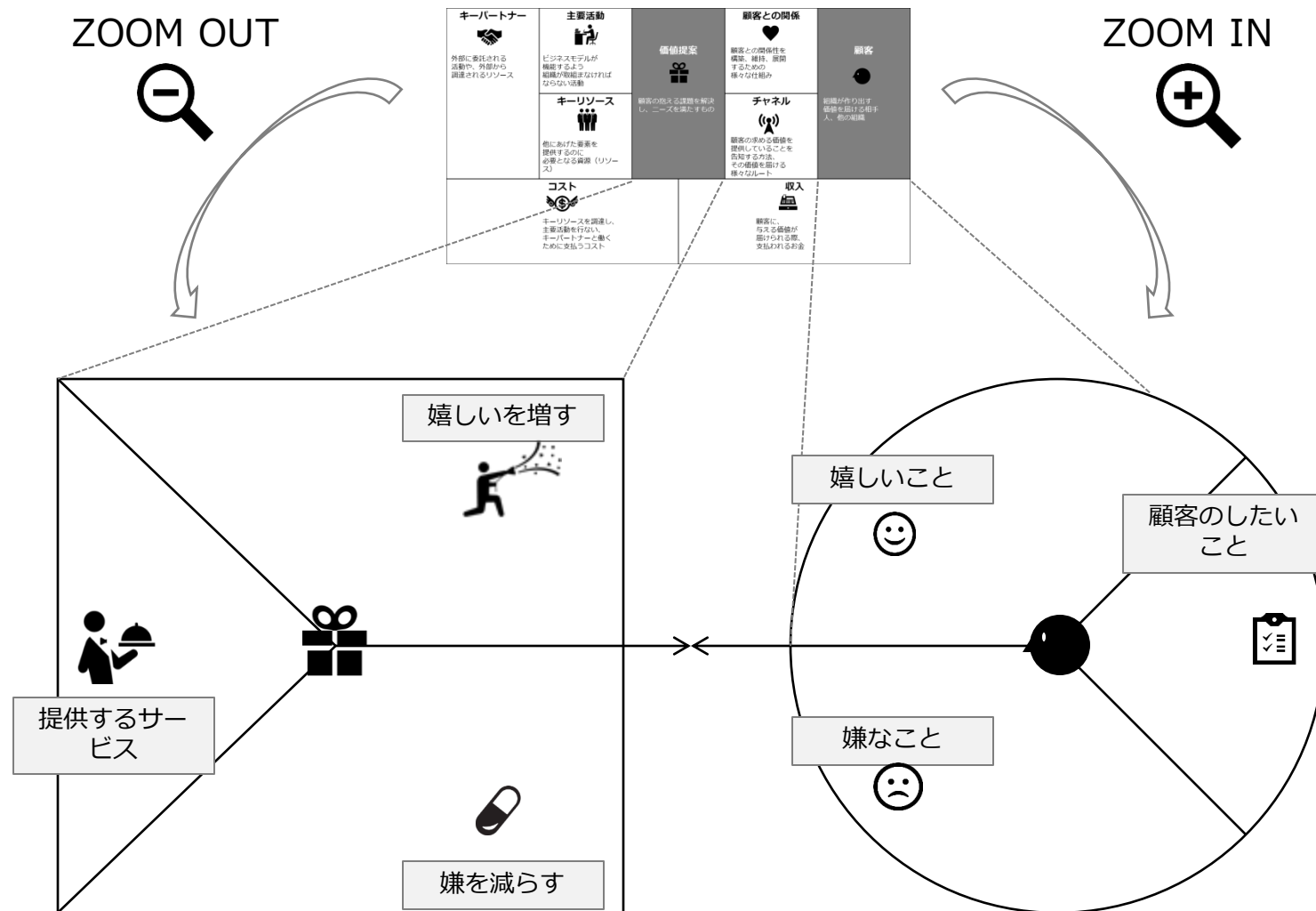
ビジネスモデル・キャンバス

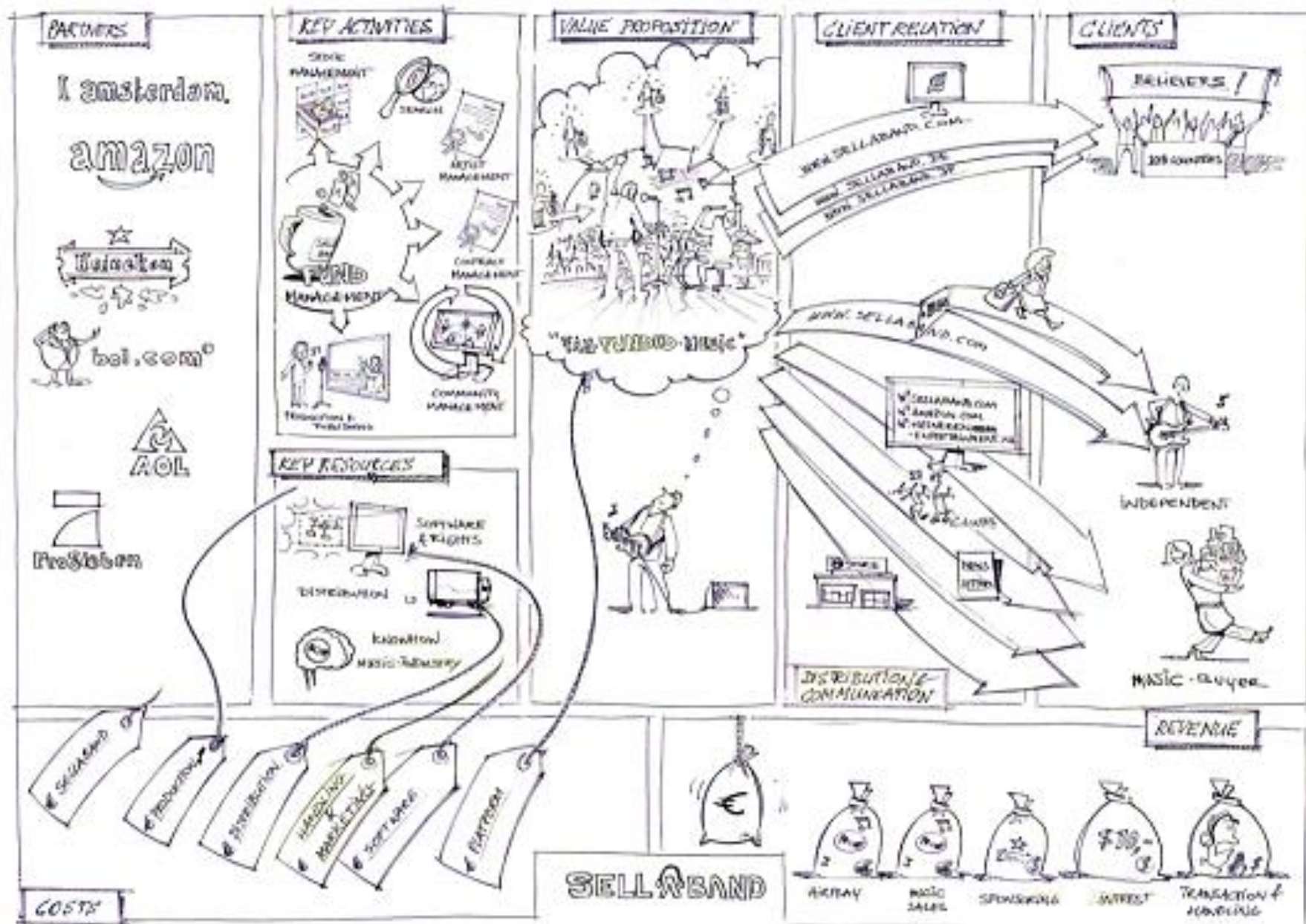
キーパートナー  外部に委託される活動や、外部から調達されるリソース	主要活動  ビジネスモデルが機能するよう組織が取組まなければならない活動	価値提案  顧客の抱える課題を解決し、ニーズを満たすもの	顧客との関係  顧客との関係性を構築、維持、展開するための様々な仕組み	顧客  組織が作り出す価値を届ける相手人、他の組織
	キーリソース  他にあげた要素を提供するのに必要となる資源（リソース）		チャネル  顧客の求める価値を提供していることを告知する方法、その価値を届ける様々なルート	
コスト  キーリソースを調達し、主要活動を行ない、キーパートナーと働くために支払うコスト			収入  顧客に、与える価値が届けられる際、支払われるお金	

ビジネスモデル・キャンバス



バリュープロポジションキャンパス

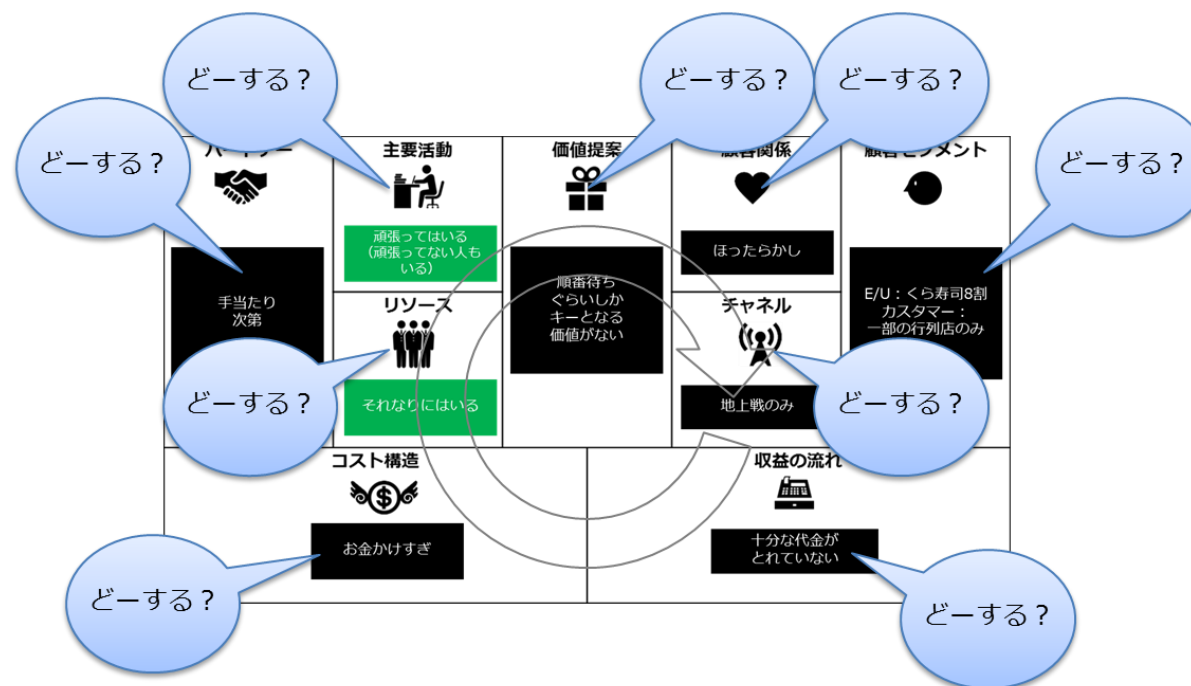




DESIGNED TO SELLABAND BY JAM, BUSINESS MODELS INC. AND P&C

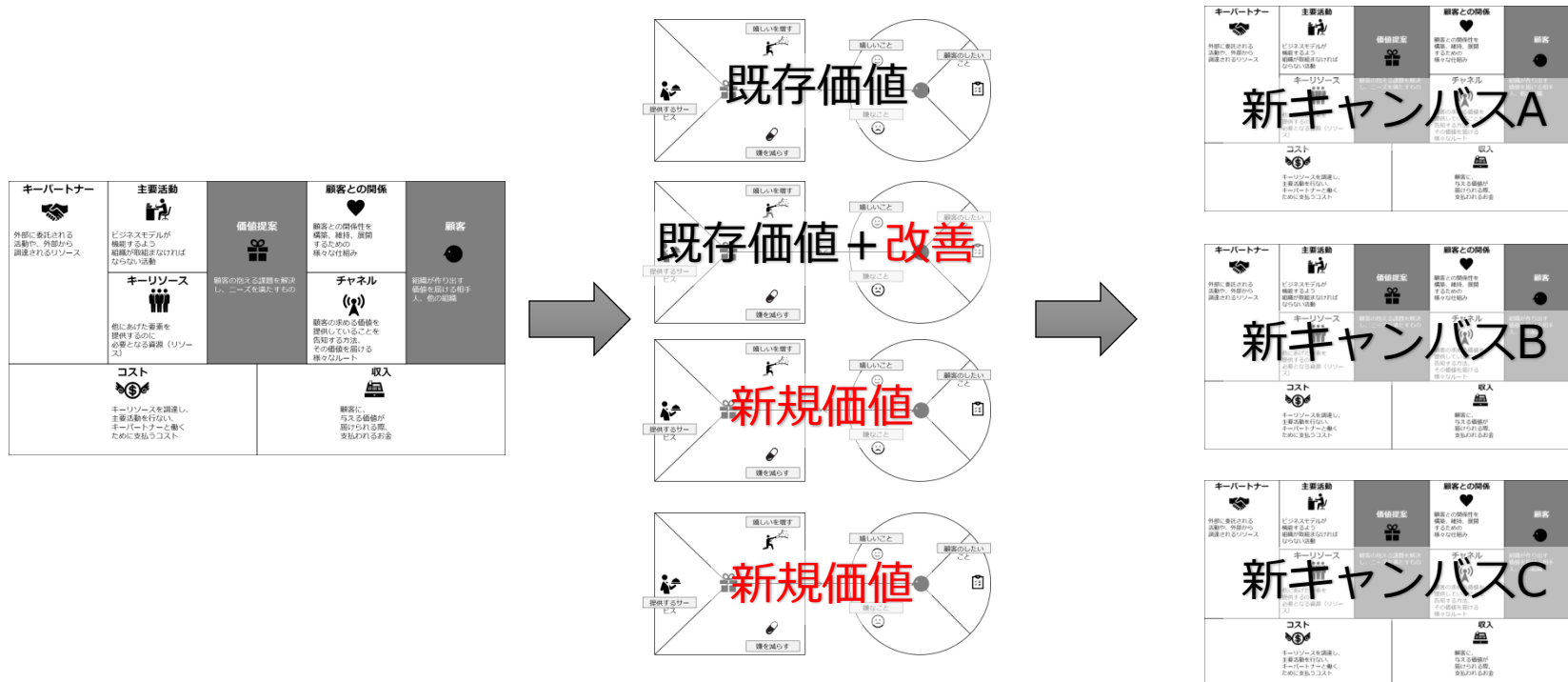
キャンバスの使い方①

今ダメな部分の改善戦略を
全体俯瞰しながら検討する



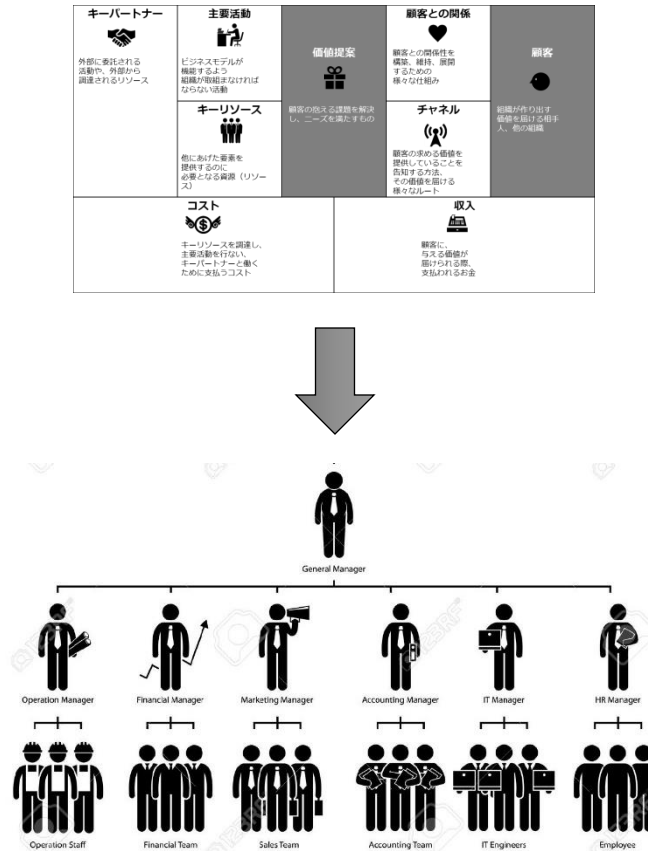
キャンパスの使い方②

「新規価値」を造る
全体のビジネスモデルの変更点を検証する



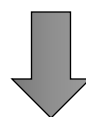
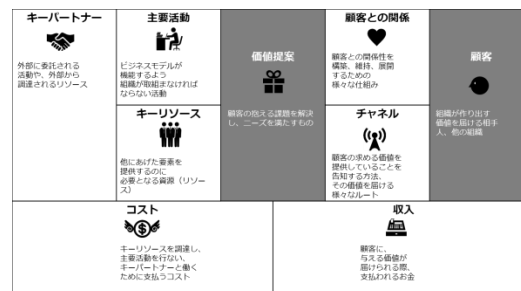
キャンバスの使い方③

組織のフォーメーションを決める参考

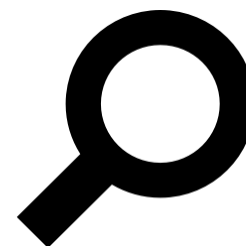


キャンバスの使い方④

KGI・KPIを決める参考



KGI



KPI



Webディレクターの
仕事っぽいですよね？

「強い者」ではなく「変化できる者」が勝つ



最も強い者が生き残るのではなく、
最も賢い者が生き延びるのでもない。
唯一生き残ることができるのは、

変化できる者である。

ご清聴ありがとうございました！



質疑応答

お時間の限りお答えします！





最後に告知

ナイルはWebコンサルタントを積極的に採用中です！

Webマーケ
スキルをもっと
伸ばしたい方

Webコンサルタント
デジタルマーケティング事業部



SEOが好き
興味あり



エントリーはもちろん

 マイナビクリエイター



<https://mynavi-creator.jp/job/d/30148>

本日はありがとう ございました！

高松のSNSはお気軽に！



<https://www.facebook.com/takamartie>



<https://twitter.com/takamartie>

