

— Rep Legal  
— Masaaki Kawahara

法律事務所専門のマーケティング担当者が語る

## Webマーケティングの 実践と対策



合同会社レップリーガル(本社・大阪府北区)は、法律事務所専門のWebマーケティング事業を手がけている。代表の川原正明氏は、父が経営する川原総合法律事務所でも独自のWeb集客理論を編み出し、他事務所にもそのノウハウをアウトプットすべく、昨年9月に同社を設立した。「弁護士が急増する中で、Webによる集客が安定した事務所経営の基盤になる」と川原氏は語る。弁護士、法律事務所、Web集客の知識を駆使したマーケティング戦略とは。そのポイントについて伺った。

### 収入基盤があるからこそ 夢への一歩を踏み出せる

さまざまなメディアでも耳にしますが、弁護士急増時代を迎えて事務所の経営が苦しくなった、問い合わせ数が目に見えて減った、このままじゃ独立できない……といった悩みを抱える弁護士の先生

方は少なくありません。

特に、すでに独立されている、またはこれから独立されて、自分の手だけで生きていかなければならない先生方がこれまでと同じように受任数を獲得できるかというと、難しいのではないのでしょうか。

弁護士の先生方は「マーケティング活動が苦手」とおっしゃる方がほとんどで

す。それもそのはず、大学からロースクールへと進学し、司法試験の突破を目指して必死で勉強してこられたのですから、マーケティングについて学ぶ機会がまったくなかったわけですね。

事業を拡大したいけれど、営業は苦手だし、弁護士業務に集中したい。そんな先生方をWebマーケティング

でお手伝いしようと、合同会社レップリーガルを立ち上げました。

インターネットの強みは、トライ&エラーを繰り返すことができること。問い合わせ数、ページの滞在時間、キャッチコピーなど、さまざまな要素の効果をデータ化し、検証することで、悪いところを即時に改善することができます。キャッチコピーを変えるだけでも、反応が大きく変わることもあるんですよ。

Webマーケティングは、あくまでも先生方の夢を叶えるためのツールです。

先生方は弁護士になった以上、やり遂げたい夢があるはずですね。しかし、ある程度の収入基盤がなければ、夢への一歩を踏み出すことすら難しいのが現実です。

「やりたいこと」を捨ててしまうのではなく、「できる案件」「需要のある案件」をポータルサイトで集客し、収入基盤を安定させた上で、ホームページを使って「や

りたいこと」に踏み出してほしい。

そうすることが、先生方の夢への近道だと考えています。

### 試行錯誤の積み重ね 業界唯一の専門マーケター

私が最初にWebマーケティングを手がけたのは、父の経営する川原総合法律事務所でした。

2012年にロースクールを卒業して、父の事務所でパラリーガルとして働き始めました。まもなく、父がある学校法人の理事長になったんですね。事務所に出てくる日数が格段に減って、そのとたんに事務所へのお問い合わせが激減したんです。

原因を探るべく、これまでの受任事件をひもといてみると9~10割を紹介案件が占めていたんです。それがまったく増えなくなってしまったんですね。

そのことに危機感を持った父が、私に「これからはインターネットの時代だから、インターネットを使ったマーケティング方法を検討せよ」と漠然とした指令を出してきたんです。お金はいくらでも使っていていいから、案件をとってきなさいと。

そこで、まず既存のホームページの見直しから始めました。一般ユーザーの視点で、無秩序だったコンテンツをできるだけ削ぎ落とし、「IT法律相談」という売りを全面に押し出してシンプルにしました。写真も笑顔のものに変えました。

インターネットの知識は皆無だったので、いちいち検索しながら、非常にアナログな方法で少しずつ修正を進めていきました。

最初のころはまったく効果が現れなかったのですが、「弁護士、交通事故」などのキーワードで検索した時にどんなサイトが出てくるのかを調べていったんです。するとポータルサイトに当たることが多かったの、ポータルサイトに片っ端

から無料登録していききました。

その時にポータルサイトから事務所にかかってくる電話の音を、他の着信音と異なる音にしたんです。すると、事務員もサイトからのお客さんという意識がついて、対応が改善されていったんですね。

次第にポータルサイトからのお問い合わせが増えていったので、さらに中身をブラッシュアップしていききました。写真を変えたり、愛読書や好きな映画を入力したりすると、意外なところで反応が変わることもありました。

サイトごとに効果測定して、無料登録から有料登録に切り替えたり、費用のかけ方を変えるなどしてPDCAを回していったんですね。

そのうちにポータルサイトからのお問い合わせはあるのに、ホームページからのお問い合わせがないことが悔しくなってきました。そこで、知人の紹介でWeb集客のスペシャリストである信定(現レップリーガル:信定真司氏)に相談したんです。

信定に数字を見てもらって、2人でホームページの方向性を再検討していききました。事務所としての強みは何か、どの案件が強いのか、どのようにしてほかと差別化するのか……。

半年後くらいにホームページのリデザインを運用し始めて、さらにトライ&エラーを繰り返していききました。

すると2014年12月ごろから効果が出始め、2015年7月ごろに爆発的に数字が伸び、月50~60件の問い合わせが継続的にくるようになったんです。小さな改善の積み重ねが実を結んだんですね。

このノウハウはほかの事務所でも有効なものではないか、というのが2人の結論でした。それを実証するために、

ロースクールや弁護士事務所でも知り合った何人かの弁護士の先生方をお願いして、実験させてもらったんです。そこでも確実に効果が感じられたので、会社としてやっていくことを決意しました。

私はロースクールにも法律事務所にも所属していたので、法律、弁護士、法律事務所、それらに加えて現在ではWebマーケティングの知識があります。こんな弁護士専門のマーケターは、ほかにはいません。

一般のWeb業者だと、電話からの来訪率が10%変わった時と、受任率が10%変わった時の費用対効果が全然違うということなんてわかりません。でも、それがわからないと弁護士先生のためにはならないんですね。だからこそ、私にしかできないご提案があるんです。

### やりたいことに需要はあるのか 弁護士活動をトータルにサポート

実際に弁護士の先生からお仕事をいただいたら、まずはその先生がどう生きてこられたのか、弁護士としてどんな活動をされてきたのか、今後どうしていきたいのかを徹底的にヒアリングします。

それを伺った上で、先生の「やりたいこと」にどれだけのニーズがあるのかを調査します。「やりたいこと」に需要があれば問題ありません。しかし、需要がない場合は、ひとまず横に置いておきます。

やりたいことは違うけれども、ポータ



信定真司氏  
Webマーケティングに精通した専門家

— Shinji Nobusada

**List**

- 3人以下の小規模法律事務所である
- 民事、家事事件を増やしたい先生
- インターネットを始めたけれど何から初めていいかわからない先生
- インターネットを始めてみたけれどなかなか効果が現れない先生
- 営業活動が苦手で弁護士活動に集中したいけれど、事業を拡大したい先生
- 目の前の案件に忙殺されてやりたい仕事できていない先生

はぜひご一読ください

## Interview



レップリーガル社  
お客様インタビュー

「これからの人生を考える  
きっかけになりました」

間瀬・鈴木法律事務所  
弁護士 近藤加奈子氏

昨年末に独立が決まった時、これからでもトライできるのは Web かなと思い、レップリーガルさんにご相談しました。

10 年間「国際分野」をやってきて、ホームページでもこれを押し出したかと思っていました。しかし、レップリーガルさんに調査していただいたところ、国際分野の需要はそれほど多くないと。その前に「離婚分野」で収入基盤をつくりましょとご提案いただいたんです。

自分が「離婚弁護士」になるなんて、これまで考えもしなかったんですが、「自分がこれからどうやって生きていくのか」をきちんと考え直せるきっかけをいただけたのは本当にありがたいことでした。

意識をもって自分の紹介文を書いたことで、結果的に反応もすごくよかったです。そうして自分の収入基盤をつくることができました。

今日からやっとホームページのリ스팅も運用し始めましたが、先ほどさっそくお問い合わせをいただきました。

何もわからないと誰にお願いしていいのかも悩んでしまいますが、レップリーガルさんは本当に弁護士のことをよくご存知なので、自分のやりたい方向性をお話したら一生懸命アイデアを提示してくださいました。

今でも「Web からくるお客さんってどうなの？」なんて周囲から聞かれますが、ランダムという点では弁護士会の法律相談も同じだと思っています。

しかも、弁護士会の法律相談にこられる方は、明らかに数が減っています。ホームページで直接弁護士を見つけているのか、あるいはポータルサイトで探しているのか、インターネット経由での流出も多いのだと思います。これは、弁護士会がいくらがんばっても追いつかない社会の流れではないでしょうか。

ルサイトで需要の大きなものに特化してキャッシュを生む。それをベースに経済的に余裕を生みながら、やりたいことに関するホームページをどのようにつくって落ち着いていくかを考えるという両輪が基本です。

もちろん、先生のやりたいことを捨てるわけではありません。やりたいことを実現させるために、インターネットを利用していただくのです。

ポータルサイトは他者との差別化が一番重要ですので、ある程度自由のきくサイトを選ぶ必要があります。例えば、「離婚」であれば、その弁護士がなぜ離婚に強いのか、どんな実績があるのか、離婚の何に強いのかを記述できるようなもの。

もう一つは、母数の多いものを選ぶことです。少なすぎると単純にリ스팅や SEO で上位に上げることが難しくなります。

ホームページでは、とにかく自分の売りを全面に出すことが必要です。トップページを一目見ただけで、見る人が「これは私のことだ」と思ってもらえるページ

を目指しています。

インターネットは、要素を少し変えるだけで反応が一気に変わるんですね。例えば「離婚に強い弁護士」というのを「浮気・不倫に強い弁護士」と変えるだけで反響が変わるんです。

こうしたキャッチフレーズ、写真、コンテンツのディレクションはもちろん、お問い合わせ後のフローでもさまざまな面でサポートしています。

例えば、相談受付表や委任契約書など書面の雛形もご提供しています。小さいことですが、独立したばかりの先生にとっては重要なことです。

さらに、お問い合わせの電話対応や、SEO を上げるための Web で読まれる文章の作り方についてもコンサルティングします。お問い合わせを増やすだけでなく、中身を変えるお手伝いもさせていただきます。

とにかく6ヵ月プランの一本勝負なので、そこでできる限りのことはお手伝いいたします。もちろん、それ以降も必要に応じてご相談に乗ります。

先生方には最低で10本くらいの原稿をつくってもらわないといけないんですが、それをブラッシュアップして、デザインして、コンサルを入れて、完全なオーダーメイドです。

どうしてもほかの事務所と競合してしまうこともありますので、現在は1エリア5事務所まで承っております。お悩みの方はお早めにご連絡ください。

インターネットを正しく使えば、集客は必ず改善します。先生方が夢を成し遂げられるように、先生方とともに尽力してまいります。

【お問い合わせ】

合同会社レップリーガル  
TEL:06-6365-1065

読者の方5名様限定で、「インターネットを使った集客に関する個別相談」を無料でご提供いたします。(遠方の方はスカイプでも可能)お気軽にご連絡ください。

【相談内容一例】

- 現状のホームページの改善方法について
- インターネット集客を始めたけれど何から手をつけていいかわからない
- 自分にあったインターネット集客のやり方について一緒に考えてほしい