

益子貴寛の「これ読も10(テン)」

2018年4月号

執筆: 益子 貴寛 (株式会社まぼろし)

この連載では、個人や中小企業でホームページ制作や運用を担当している人、店舗などを運営しながらホームページづくりに関わっている人に役立つ記事を10個、解説つきで取り上げます。

1. 2018年SEOランキングファクター: SMX West 2018レポート (SEO Japan)



今月のイチオシ記事。

SEOで、何が効果があり、何が効果がないかを適切に判断するのはむずかしいもの。この記事では、60,000キーワードの実態調査をもとに、検索結果のランキング要因を分析しており、たいへん参考になります。

ランキング要因と考えられる上位5つは、次のとおり。

1. ダイレクトサイト訪問
2. サイト滞在時間
3. セッション/ページ
4. 直帰率
5. リファラードメインの数

これらから、ウェブサイトが提供する総合的なUX(ユーザー体験)が、SEO上も重視されていることが理解できます。この記事で、旧来のSEOの知識をアップデートしてください。

<http://www.seojapan.com/blog/seo-ranking-factors-in-2018-whats-important-whats-not>

2. EC業界に訪れた送料値上げの“春闘”の現状——「もう持って行かないぞ」との圧力も (ネットショップ担当者Forum)



3月1日、日本郵便が宅配便「ゆうパック」の基本運賃を平均12%引き上げました。

ヤマト運輸は昨年10月1日に、佐川急便は11月21日に値上げ済み。さらに、佐川急便は4月中の再値上げを検討中とのこと。このような動きを受けて、大手通販会社やショッピングモールも続々と値上げや送料無料廃止に踏み切っています。

記事後半の匿名インタビューも必読です。

<https://netshop.impress.co.jp/node/5255>

3. 定期購入事業者は知らなきゃマズい「改正特定商取引法」改定のポイント【事例あり】

(ネットショップ担当者フォーラム)



定期購入に関する消費者トラブルが急増していることを受けて、平成28年改正特定商取引法では、通信販売の広告やインターネット通販の申し込み画面や確認画面で、次の2つの表示を義務付けています。

- 定期購入契約である旨、および金額(支払代金の総額等)
- 契約期間その他の販売条件(それぞれの商品の引渡時期や代金の支払時期など)

この記事では、よい表示例と悪い表示例がわかりやすく解説されています。2番目に取り上げたとおり、多くのショップで「送料」を変更する必要性が出てくるかもしれませんので、その旨も明記しておきたいところです。

<https://netshop.impress.co.jp/node/5190>

4. 脱ショッピングモール!北海道のグルメECサイトにおけるインハウス事例(ウェブ解析士協会)



北海道の食材を販売するインターネットショップ「最北の海鮮市場」が、ショッピングモールで安さを競っていた時代から、脱モール・脱価格競争に大きく舵を切り、ついにモールから退店し、自社ECサイトのみで売上を大きく伸ばした経緯が解説されています。

「『商品だけでなく、背景ごと魅力を伝える』こと、そして『工夫を加えて、待ち時間も魅力的にする』こと。この2つに気づいて実践したことで、私たちの目指すお店を実現することができました」という言葉に、大きくうなずきました。

<https://www.waca.associates/jp/column/29179/>

5. 中小企業ネットショップの「ちよどええ」カゴ(ショッピングカート)選び(April Design)



インターネットショップを開業する際に利用できるショッピングカートのシステムを幅広く紹介しています。

メリットとデメリットをわかりやすく解説しており、すでに開業している方も、これから開業を考えている方も、しっかりと読んでおきたい記事です。

なお、すべての面で優れたカートシステムは、なかなかありません。「must have(必ずほしい機能)」と「nice to have(あったらよい機能)」をきちんと分け、適否を判断しましょう。

<https://aprdesign.me/small-netshop-shoppingcart-select/>

6. YDNの配信先ってどこになるの?GDNとの違いをご紹介!(アドリス)



検索広告やディスプレイ広告の配信プラットフォームとして、Google アドワーズと双璧をなすYahoo!プロモーション広告。この記事では、YDN(Yahoo! Display Network)の配信先をわかりやすくまとめています。

パソコン向け広告とモバイル向け広告で配信先が異なりますので、そのあたりも理解しておきましょう。

<https://marketer.jp/ydn-distribution-destination-gdn-difference.html>

7. 嫌われるFacebook SNSはタダじゃない(ダイヤモンド・オンライン)



最大8,700万人にもものぼる個人情報流出

で、逆風に立たされているFacebook。テスラ社CEOのイーロン・マスク氏が個人と会社のアカウントを削除したり、Twitterで「#DeleteFacebook」という抗議運動が広がるなど、各方面に影響が出ています。

4月は新入生、新社会人の季節。Facebookを使い始める人も多いはず。

学校や会社で、SNSを利用する上で必要なリテラシーや注意すべき点をガイドしておきたいところですよ(東海大学の学生を対象としたソーシャルメディア活用ガイドラインが参考になるでしょう)。

<http://diamond.jp/articles/-/165954>

8. スマホアプリ利用状況:平均インストール数は23個。78%が課金経験なし【マクロミル調べ】(Web担当者Forum)



15歳から59歳までのスマートフォン利用者1,231名を対象に実施した、スマホアプリの利用実態調査です。

アプリへの課金は77.8%が経験なし、有料アプリをインストールしていない人が80.4%、という結果に驚きました。

<https://webtan.impress.co.jp/n/2018/04/03/28867>

9. 同期に圧倒的な差をつけろ!今すぐPCに入れるべき、仕事に役立つITツール【7選】(SELECK)



Webサイトの制作や運営に関わる人もぜひ押さえておきたい、次の7つのサービスが紹介されています。

- いま最も勢いのあるビジネス向けチャットツール「Slack」
- カンバン形式で直感的にタスク管理ができる「Trello」
- スクリーンショットを圧倒的に共有しやすい「Skitch」
- 世界のトップ企業が使うプレゼン資料をマネできる「Slidebean」
- Appleも使う、次世代型オンラインホワイトボード「Milanote」
- 誰でも秒速でクリエイティブに!デザインツール「Canva」
- Google天才すぎ。プロ仕様のイラストが誰でも描ける「AutoDraw」

私は「Milanote」は知らなかったもので、さっそく使いはじめています。

<https://seleck.cc/1191>

10. トレンドに便乗せよ!Twitterで企業アカウントがハッシュタグを使いこなすコツと事例6選(ソーシャルメディアラボ)



Twitterに人気ハッシュタグを取り入れることで、拡散力や話題性を高める方法を解説した記事。ポイントは次の3つとのこと。

1. 時節ネタには備えておく
2. 自由にツイートできる環境を整える
3. Twitterでウケる話題・ネタを普段から収集しておく

個人的にもっとも重要だと思うのは、2です。炎上リスクに備えておくことは大切ですが、ネガティブなことばかりを気にしていたのでは、Twitter運用のよさが出ません。

担当者の裁量にまかせることを基本とし、周りが好意的な気持ちで支えてあげることが大切です。

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-57000/>

次回のコラムを見る »



益子 貴寛(ましこ・たかひろ)

株式会社まぼろし 取締役CMO

<https://maboroshi.biz/>

1975年、栃木県宇都宮市生まれ。早稲田大学大学院商学研究科修了。

Webサイトのコンサルティング、企画・設計、制作業務、教育、執筆活動に従事。社団法人全日本能率連盟登録資格「Web検定」プロジェクトメンバー。元・金沢工業大学大学院工学研究科(東京・虎ノ門大学院) 知的創造システム専攻 客員教授。

主な著書に『Web標準の教科書』(秀和システム)、『伝わるWeb文章デザイン100の鉄則』(同)、『現場のプロから学ぶXHTML+CSS』(共著、マイナビ)など。

2017年5月、企画・構成から監修、執筆まで総合的に関わった書籍『ウェブの仕事力が上がる標準ガイドブック3 Webディレクション 第3版』(ワークスコーポレーション)が発売。