

株式会社ピーシー・ブレイン 047-311-6677

今月のメニュー

□今月のトピック
2008年の検索キーワードランキング

□活用講座
アクセスアップ(基礎編)

□ワンポイント解説
「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」

□お知らせ
低コストで売上アップにつなげるホームページ

ホームページ活用講座
~ アクセスアップ

- アクセスアップとは
• アクセスの種類
• 新規アクセス
• リピートアクセス
• アクセスアップよりも重要なこと

2008年はいろいろな意味で変化の年になりましたが、みなさんにとってはどのような一年だったでしょうか。

こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。

ホームページの活用方法を中心とした「WEB マーケティングのヒント」というタイトルで、お役に立つ情報をお届けいたします。



今月のトピック

■2008年の検索キーワードランキング

毎年この時期になると、いろいろなところで1年を振り返ってランキングが発表されます。

Webの世界では、1年間に検索されたキーワードのランキングが発表あります。

1位(2位) YouTube

- 2位(1位) mixi
3位(3位) 2ちゃんねる
4位(4位) Google
5位(5位) 楽天
6位(6位) Amazon
7位(9位) ニコニコ動画
8位(7位) goo
9位(10位) ANA
10位(11位) JAL

これはYahoo!の発表した総数ランキングのベスト10です。(括弧内は昨年の順位)

注目すべきは昨年の1位の「mixi」に代わって、今年は「YouTube」が1位になっていることです。

7位の同じような動画共有サービスの「ニコニコ動画」がランクアップしてきていますので、動画に対する関心は高まっていることが分かります。

➢ Yahoo! 検索ランキング
2008年検索ワードランキング
http://searchranking.yahoo.co.jp/ranking2008/

同じような傾向は、他の検索エンジンのランキングにも現れています。

gooの年間ランキングでも「YouTube」が「Google」を抑えて2位に、「ニコニコ動画」も昨年の17位から6位へと順位を大きく上げています。

※ちなみに、gooのランキングの1位は「Yahoo!」となっています。

➢ [年間ランキング2008]
goo ランキング
http://ranking.goo.ne.jp/sp/2008/

ぜひ、ご自身でアクセスしてキーワードのトレンドを確かめてみてください。

ホームページ活用講座

今回も比較的多い相談内容の中から取り上げます。「ホームページのアクセスアップ」について解説します。

◆アクセスアップとは？

多くの方が「アクセスアップ」に注目するのには理由があります。

ホームページの「アクセス」は、オフラインのビジネス・実店舗で言うところの「集客」に相当するものです。

ですから、「集客」がビジネスにとって重要であるのと同じように、ホームページにとってはアクセスアップがとても重要になります。

ホームページを作ってもアクセスがなければ本来の目的を果たすことができません。

その一方で、「アクセスアップ」のテクニック面ばかりに目を向けてしまうと、

「アクセスはあるのに、まる

で反応がない…」といった事態もおこります。

そうではなく、「アクセスが増えるとともに、反応も増えました！」

と、ホームページで成功するために、単にテクニックだけではなくアクセスアップの正しい考え方を理解するようにしましょう。





### アクセスアップ関連サービス

「アクセスアップ」というキーワードで検索すると、いろいろなサービスが見つかります。

これらのサービスは、広告のように直接的にアクセスを増加させるものと、結果的にアクセスを増やすタイプのものに大別されます。

後者の間接的にアクセスアップを図るものとしては、リンク集・リンクサイトへの登録やランキングサイトへの掲出などが多いのですが、本来集めたいアクセスとは異なるアクセスが集まる場合があります。

ですので、サービスを利用する際には掲出先について、事前に確認しておいた方がよいでしょう。

また、中には裏技的な方法でアクセスアップを実現するようなサービスもあります。これは、たまたま今の時点で使える手法であって将来的に有効とは限りません。

さらに、このような手法を嫌う検索エンジン、ポータルサイト、各種サービスサイトも多いので、最悪は検索エンジンから退場させられるようなケースもあり注意が必要です。  
※基本的には利用はオススメしません。

## アクセスの種類

ホームページへのアクセスには大きく2つの種類があります。

「新規アクセス」と、「リピーターアクセス」です。

アクセスアップを考える上ではこの異なる2種類のアクセスについて理解しておく必要

があります。

**新規アクセス**とは、文字通りそのホームページへ初めてアクセスすることで、どこかで見かけたホームページアドレスを打ち込んでアクセスしたり、また検索エンジンを使って調べたホームページへたどり着くようなケースです。

一方、**リピーターアクセス**とは、過去に一度ホームページを訪問した人が何らかの理由によって再びそのホームページをアクセスすることです。

ニュースサイトのように何度も繰り返して訪問するようなケースです。

## 新規アクセス リンク・検索エンジン

**新規アクセス**には、ホームページを知るきっかけによって、さらに次のように分類することができます。

- リンクからの誘導
- 検索エンジンからの誘導
- ネット広告
- オフラインのセールスツール  
(名刺、チラシ、パンフレットなど)

### 1) リンクからの誘導

他のホームページの**リンク集**や、Yahoo!のような**カテゴリ別**の情報登録サイトなどに掲載されたリンクからホームページへ誘導されてくるものです。

リンクを掲載しているホームページの**人気度・知名度**によって、このアクセス数は大きく違ってきます。

例えば、Yahoo!カテゴリに登録

されていることで、そこからのアクセスが常に一定数以上あるようなホームページも少なくありません。

リンクからの誘導を増やすためには、力のあるサイトに掲載してもらえるように依頼することですが、この方法は基本的には地道な作業の積み重ねです。

中には一括で登録できるようなサービスもありますが、掲載されるホームページの**人気度・知名度**が低いものも多く期待したほどの効果が現れないケースの方が多く注意が必要です。

### 2) 検索エンジンからの誘導

皆さんもよくご存じのアクセスの経路です。

検索エンジンの検索結果から

ホームページへ到達するアクセスは、多くのホームページではこの割合が高い経路です。

このため、検索結果の上位に表示される手法に注目が集まり、「**SEO**(検索エンジン対策)」としてひとつのビジネステーマにもなっています。

この検索エンジン対策については、今回は触れませんが、重要な要素のひとつを挙げるとすれば「**キーワード**」の選定です。

この選定を誤ると、アクセスが集まらないばかりでなく、本来集客したい人とは別の人たちが集まってしまうこともあります。

現状でどのようなキーワードでのアクセスが多いのかを知るためには、以前に説明した「**アクセス解析**」を利用します。

## 新規アクセスを増やす ネット広告・オフラインツール

### 3) ネット広告

実店舗での集客では、チラシや広告、DMなどが使われますが、同じようにインターネットにも広告があります。

先ほどの検索エンジンからのアクセスアップを実現するためにはある程度時間がかかりますので、手っ取り早くアクセスを集めるための手段としてもこのネット広告は有効です。

比較的安価に利用できる検索エ

ンジン連動型の**クリック課金型広告**(PPC=Pay Per Click)が最近ではよく知られていますが、従来型の**バナー広告**や、対象が絞られている**メルマガ広告**などもあり用途によって使い分けると効果的です。

### 4) オフラインのセールスツール (名刺、チラシ、パンフレットなど)

配布したチラシやパンフレット、名刺などに書かれたホームページのアドレスを入力してアクセスするケースです。

携帯ホームページであれば、**QRコード**を利用することもできます。

せっかくホームページを立ち上げたのに、これらの印刷物などにアドレスを記載していないようなケースもまだ見かけますが、とてももったいないことです。

改めてセールスツールをチェックしてみることをオススメします。

**電子メールの署名も**

忘れずに!



## リピートアクセス

アクセスの多いホームページは、ほぼ例外なくこのリピートによるアクセスが一定数を占めています。

ところが、このホームページへのリピートアクセスは、何もしないままでは残念ながら発生しません。

ホームページにアクセスしてもらうためには、アドレスを正確に覚えてもらいそれを打ち込む必要がありますが、普通はなかなか覚えてもらえるものではありません。

Yahoo!や Google といった著名なサイトへのアクセスですら、アドレスを入力するのではなく、ブラウザの初期画面で表示される「検索エンジン」に「ヤフー」などを入力してアクセスする人が多いのです！

リピートしてアクセスしてもらうためには工夫が必要なのです。

もちろん「ブックマーク」は有効な方法ですが、実際にはブックマークしてもらうことは簡単ではありません。

コンテンツを頻繁に更新することで、訪問頻度を上げブックマークしてもらいやすくなりますが、それだけの情報を提供し続けることはかなりの負担になります。一般的にはニュースサイトなど一部のホームページに限られてしまっています。

そこで、ホームページアドレスを覚えていない人にもアクセスしてもらうために、こちらから積極的にホームページアドレス(URL)を教え

てあげる方法があります。

**電子メール(メールマガジン)**を使って、ホームページアドレスを伝えるのです。

一度ホームページにアクセスしてくれた人にメールアドレスを登録してもらい、それ以降メールマガジンを定期的を送ることによって、繰り返しホームページにアクセスしてもらうことを目指すのです。

電子メールによる、ホームページへのリピートアクセスは、今でも一番簡単に実現できる方法です。

**成功しているネットショップ**は、必ずこのようなメール活用をしたアクセスアップを行っています。

## アクセスアップよりも重要なこと

ここまでは、ホームページのアクセスアップの種類とその方法について説明してきました。

実は、**アクセスアップよりも重要なこと**があります。

それは、ホームページの**反応率**です。

反応率とは、アクセスに対して得られる問い合わせ・申込・注文などの割合のことです。

一つの反応を得るために、どれだけアクセス数が必要かということです。**コンバージョンレート**という言い方もします。

通常は0.2~0.5%程度ですが、この数字はホームページに掲載されている内容・メッセージによって大きく変動します。

それは**アクセス数とは関係がありません**。

つまり、ホームページへのアクセスがいくらあっても、この反応率が低ければ手間をかけた割には思ったような成果がでないということになる訳です。

お風呂に水を張るのに、いきなり蛇口を全開にして水を注ぐのではなく、まずは栓をするように、アクセスアップの前にこの反応率についてしっかり計測して、改善すべき点は修正するようにしておきましょう。

### ワンポイント解説

#### 「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」

この12月から「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」が施行されました。

今回の改正では従来の「オプトアウト規制」から「オプトイン規制」に大きく方針が変更になっています。

従来のオプトアウト方式では、メールを送ることへの同意の有無に関わらずとにかくメールを送ってしまい、

「不要だったら解除手続きしてください」

というやり方です。

この方式が、規制を受けることになったのです。これによって「※未承諾広告」というメールは送ることができなくなっています。

「オプトイン」とは、メールマーケティングの世界では「承諾」とほぼ同義で使われています。

資料請求や問い合わせ、あるいはキャンペーンなどの申込の際に、

「今後案内を受け取ることを希望しますか」

というようなチェックボックスを見かけたことがある人も多いかと思いますが。

チェックボックスをチェックすることで、メールの受信に承諾(同意)したと見なしている訳です。

※デフォルト状態がオン(チェック)になっているケースもありますが、基本的には同じように承諾したと解釈されています。

メールの受信を承諾した相手に

対して、メール等を送信することでマーケティング活動を行う方式で、クレームや迷惑メールになりにくいのが特徴です。

また、「なりすまし」を防止するために、申込(送信後)後に、

「〇〇に申し込んだのはあなたですが、本当間違いはないですか？」

という内容のメールを送り、確認の操作を行うことで始めて承諾と見なす

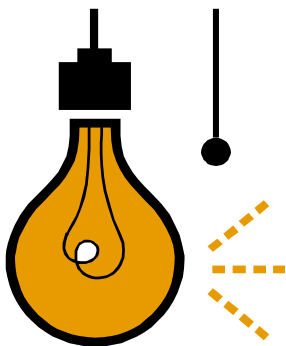
「ダブルオプトイン」という方式もあります。

ショッピングサイトでの注文はもちろん、資料請求や問い合わせなどで利用されたメールアドレスに営業メールを送るためには、事前の**同意が必要**になるので注意が必要です。

詳しくは**ガイドライン**等を一読することをオススメします。

**【総務省】迷惑メール対策**

[http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/d\\_syohi/m\\_mail.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/d_syohi/m_mail.html)



## 株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253  
千葉県松戸市日暮 1-2-6  
勝どきビル3F

電話番号  
047-311-6677

Fax  
047-311-6678

E-mail  
info@pcbrain.co.jp

営業時間:  
9:00～17:30

地域で一番ネットを使った商売に  
詳しいコンサルティング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEO リニューアル
- WEB システム開発



### 当社 Web サイト

URL:  
<http://www.pcbrain.co.jp>  
<http://www.webquick.jp>



# お知らせ

## ■低コストで売上アップ！ 役立つガイドブック提供中

### ◇自分で更新できる企業ホームページの作り方

更新費用を抑えつつ売上アップにつながるホームページの作成方法が分かるガイドブックを無料で提供しています。A4 ページ2段組で 41 ページ、単行本にすると一冊に相当するだけのボリュームです。経営者に必要な「ホームページ活用のエッセンス」をこの中に凝縮していますので、ガイドブックを一冊読めば、他の書籍を読む必要はありません！

このガイドブックを手に入れることで、

- ✓ 対応の悪い業者につきあい続けて、**高い更新費用**を請求されることがなくなります
- ✓ 自社のホームページが、なぜ商売に少しも**役に立たない**のかを知ることが出来ます
- ✓ ホームページを自社のビジネスにどう活用すればよいのか、**ストーリーがイメージ**できます
- ✓ ホームページの**反応率をアップ**するためのポイントが分かります
- ✓ **アクセスアップ**のポイントが分かります



いまならこのガイドブック(製本版は有料:1500円・税込・送料込)を**無料**でプレゼントしています。

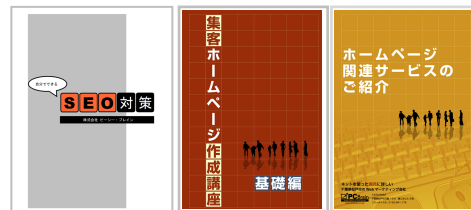
ご希望の方は、弊社担当者にご連絡いただくか、次のページからお申込みください。



<http://www.webquick.jp/c/guidebook.html>

他にも以下の役に立つ情報冊子を用意しておりますので、必要に応じてご請求ください。

- ◇自分で更新できる SEO 対策
- ◇集客ホームページ作成講座(基礎編)
- ◇ホームページ関連サービスのご紹介



# あしがき

年内のニューズレターの発行はこれでおしまいです。今年一年ありがとうございました！  
2009 年は、また変化の年になりそうです。貴社にとって、より良い変化につながるための情報をお届けしたいと思いますので、また、よろしく願いいたします！

ニューズレターを読んだ感想、取り上げて欲しいテーマなど、ぜひご意見をお聞かせ下さい！

→ FAX:047-311-6678 / 電子メール: info@pcbrain.co.jp

## 株式会社ピーシー・ブレイン

発行責任者: 高山卓巳  
〒270-2253  
千葉県松戸市日暮 1-2-6  
勝どきビル3F



TEL: 047-311-6677 FAX: 047-311-6678 Email: info@pcbrain.co.jp