CMS化ってなーに？とっても便利な技術です

こんにちは！CTOの横地です

今回はCMSとはなんなのか、また導入するメリットを中心にお話ししていけたらと思います

まず、CMSとはContent Management Systemの略称で、日本語ではコンテンツ管理システムと呼びます。

その機能はHTMLなどのプログラミング知識がない方でも、簡単にホームページの作成・更新・運営ができるシステムのことです。

最も有名なのが弊社でも用いているWordPressですが、

他にもジュームラ、ドルーパル、ジンドゥーなども世界的に有名です。

それでは、CMSを導入するとどんなメリットがあるのかを具体的に見ていきます。

１、サイトの編集や更新が専門知識がなくても簡単に行える。

もともと、CMSがなかった時代はサーバーの知識、プログラミング言語に精通していないとホームページを作成することはできませんでした。

しかしCMSを導入してホームページを制作をすると、Word程度の知識で自分のホームページを編集・更新できるようになります。

これにより、更新の度に高い費用を制作会社に支払い、制作会社との意思疎通の齟齬で更新内容の修正を何度も重ねるなどの面倒な工数も防止できます。

CMSの導入によりホームページ運営のハードルが大きく下がるわけです。

２、GoogleやYahooからの集客をしやすい

本来なら専門知識の必要なページの追加ですが、CMSを導入することで新規記事や新規固定ページの追加もまた効率化されます。

コンテンツの拡大が常に更新されているホームページはそれだけ活発であることがユーザーに伝わるわけですから、信用も高く集客につながります。

３、SEO対策につながる

CMSを導入すると、その中での簡単な設定によってSEO効果を高めることが可能です。

また、Googleが検索結果上位表示のために推奨している階層化されたページ構成や、パンくずリスト（自分が今サイトの中のどこにいるのかを示すリンク）の整備なども簡単に行えるので、SEOへの効果は抜群です。

４、みんなで運営していくホームページになる

先ほども説明させていただきましたが、CMSはWordなどの基礎的なパソコンスキルがある人であれば、だれでも簡単に編集ができます。このおかげで、今までは専門知識のある担当者のみが運営していたホームページを、複数人で簡単なレクチャーで運営することができるようになります。

複数人でコンスタントにページの追加や更新をしていくことで、継続的にホームページの集客力を強化することができるのです。

このようにCMSの導入によって会社の生産性を高めることができます。

今後、企業や店舗が新規顧客の獲得や売上アップを目指すならCMSの導入は必要不可欠だと言えるのではないでしょうか。

騙されちゃダメ！ホームページ制作の料金相場

こんにちは！CTOの横地です

今回はホームページ制作にかかる料金相場について紹介していこうと思います。

適正価格がどれくらいなのか。また、どんな要素が価格を左右するのかを知っておかないと、制作会社やフリーランスに無駄なお金を払ってしまうことになりかねませんので、必ずチェックしておきたい内容です。

ホームページの規模は

１、名刺がわりの会社の存在を示すホームページ

２、集客や売上を取るためのホームページ

３、オンラインショップなどのシステムが豊富なホームページ

これらの３つに大別できます。

制作に入る前に、このような目標物を明確にしておくことも大切です。

早速、目的に合わせた料金相場を見ていきます。

１、名刺がわりの会社の存在を示すホームページ

この場合、会社名・店舗名等で検索された時に表示されることや、SNSとつなぐことができれば大丈夫なので、

ホームページからの集客およびSEO対策に力を入れる必要はありません。

コンテンツに関しても、高度なシステムや機能も必要ではないので、その分費用は抑えられます。

しかし、顧客の信頼度を向上するためには素人感のあるデザインでは逆効果になってしまいます。

デザインはビジネスやその印象に適したおしゃれでモダンなものを採用することをお勧めします。

そのため価格を左右する要素は主にデザインです。

テンプレートデザインを用いた手間のかからない制作であれば３万円～１０万円程度、

ブランド力のために完全オリジナルのデザインを採用する場合は３０万～１００万円が相場となるでしょう。

２、集客や売上を取るためのホームページ

１のホームページと違い、デザインだけでなくコンテンツ、文章・写真にこだわる必要がありますし、

SEO対策も必須なので、格段に工数がかかります。

そのため、制作の平均相場も上がり、テンプレートデザイン利用で10万円～30万円程度、

完全オリジナルデザインの場合、最低40万円は必要でしょう。

また、価格を左右する要素はデザイン以外にもアフターケアの有無や質がメインとなります。

例えば弊社では制作だけでなく、別途月額料金でネット集客のノウハウを使った運用サポートや、SEO対策や広告の運用代行も承っております。

このようなサブスクリプションシステムを採用している制作会社はマーケティングに強い会社中心に増えてきているので、月々にかかる費用についても念頭においておく必要があります。

３、オンラインショップなどのシステムが豊富なホームページ

集客や売上を取ることが目的な場合がほとんどなので、集客や売上を取るためのホームページ＋システムの導入というイメージです。

そのため、２のホームページに追加で数十万円の費用がかかります。

テンプレートを用いても最低100万円はかかるでしょう。

価格を左右する要素はデザイン、アフターケアの有無や質の他に、導入するシステムの規模です。

例えばオンラインショップを導入場合と、予約システムを導入する場合とではかなり料金に差が出るので、システム導入にかかる費用は一概には言えないわけです。

いかがでしょうか。上記以外にも

・CMSの導入の有無

・制作会社・フリーランスどちらに依頼するか

でも料金相場は変動します。

ホームページ制作はすでにご存知のように、非常に大きな買い物です。

最初にもらった見積りで決めず、様々なところに相談すると良いでしょう。

知っていると便利！IT用語集

こんにちは！CTOの横地です。

今回はWeb制作に置いて知っているとスムーズなIT用語集について紹介します

聞きなれないIT用語は社内ではもちろん、お客さんとのやりとりでも度々出てくるものなので、お客さん視点で使用頻度の高い用語についてのみ手短に解説していきます

◆アクセス管理（Access Management）

権限を持つ者のみがアクセスすることを実現する仕組みを言います。アクセス要求、検証、ID・権限の付与、監視、ログの取得・追跡というプロセスでユーザーを管理していくシステムです。

◆グーグルアナリティクス （Google Analytics）

PV数やSEOの強度などが評価できるアクセス解析ツールの一つ。多くの大規模webサイトに導入されていて、グーグルアカウント保持者であれば誰でも利用することができます。

◆アドビアナリティクス （Adobe Analytics）

こちらもアクセス解析ツール。Google Analyticsに比べて管理機能に優れており、他に複数アカウントを設定し閲覧や操作権限が振り分けられるという特徴があります。

◆オブジェクト（Object）

データと処理の集まり。英単語的には対象物や物という意味があります。

◆オンラインストレージ（Online Storage）

インターネット上でデータ保管用のストレージを提供するサービスのことです。Dropboxが有名ですね。

◆キャッシュ（Cache）

使用頻度の高いデータを高速な記憶装置に蓄えておくシステム。

◆クッキー（Cookie）

サイト訪問者のパソコンに訪問日時や回数などの簡単な情報を一時的に保存させるシステム。

◆クローリング（Crawling）

ロボット型検索エンジンで、プログラムがインターネット上のリンクを辿って、Webサイトを循環しページ上の情報を複製や保存する一連の流れを言います。

◆ドメイン（Domain）

広義的にはインターネット上にあるコンピュータやネットワークを識別するための名前のことを指しますが、こちらではよくhttps://から始まるサイトの住所のことを言います。

◆クロスドメイン（Cross Domain）

ドメインが２つ以上にまたがっている状態。例えばネット通販ではトップページと入力フォームが異なることがあったり、使用言語よってドメインが変化したりする場合があります。

◆コード（Code）

プログラミング言語で書かれた文字列。プログラムの設計書。Webデザインも実はこのコードを書くことでする場合がほとんどです。

◆ソースコード（Source Code）

コードと同じです。

◆コンバージョン（CV）

Webサイトを訪問した人が商品を購入したり、資料請求したりすること。

◆JavaScript

Web上で操作確認ができる世界有数の人気プログラミング言語。スマホアプリやサーバサイドの管理部分など、その使い道は多岐にわたります。

◆セッション（Session）

Webサイトにアクセスして行う一連の行動。

◆絶対パス（Absolute Path）

URLでページを指定して、最上位階層から目的がどこにあるかを示す方法。外部サイトへのリンクを自分のサイトに記載したい場合に使われ、時間的コストはかかるが誰がみてもどこに何があるかわかるという特徴を持つ。

◆相対パス（Relative Path）

今いる階層を基準として目的までの道順を示す方法。一般的なWebサイト開発に使われる、時間的コストはかからないが、どこに何があるかわかりにくいという特徴を持つ。

◆セキュリティーホール（Security Hole）

コンピュータシステム上の弱点。

◆ダッシュボード（Dashboard）

複数のデータを集め、概要を一覧表示する機能や画面、ソフトウェアなどを言います。

◆ディザスタリカバリ（Disaster Recovery）

被害を受けたシステムを復旧すること

◆データベース（Data Base）

一定の形式で整理された情報の集まり。

◆デバッグ（Debug）

プログラムをテストしてバグを発見し取り除くこと。

◆トークン（Token）

プログラミングではソースコードを解析する際の最小単位。ネットワーク制御では送信権を意味する特殊な信号やデータ。セキュリティではユーザー認証を行うための認識媒体を意味します。

◆ネスト（Nest）

コンピュータプログラムやデータ構造において、ある構造の内部に同じ構造が含まれる状態。入れ子と呼んだりもします。

◆バナー（Banner）

Webページに表示されるWebサイトの広告やリンクの画像。初めにイラレやXDなどを用いてこの画像を作成してから、プログラミング行為に以降します。

◆PHP

多くのWebサービスで利用されている世界有数の人気プログラミング言語で、Webサイトを部分的に改善したい時に使われます。シンプルで学習コストが低く、軽量なため様々な環境で使用できるという特徴を持つ。

◆ピクセル（Pixel）

画素。画素数が多いほど綿密で画像の質が高い。

◆フレームワーク（Framework）

土台として機能するソフトウェア。

◆プロパティ（Property）

あるファイルやデータなどのオブジェクトが持つ特性。

◆ポータルサイト（Portal Site）

インターネット上にあるコンテンツなどへの入り口となるWebサイト。Yahoo Japanなどが有名ですね。

◆ホスティング（Hosting）

通信事業者が保有するサーバーをネットワーク経由で顧客に貸し出すサービス。

◆マークアップ言語（Markup Language）

視覚表現や文章構造を記述するための言語で当社ではHTML,CSS,Sassなどを採用しています。

◆ライブラリ（Library）

プログラミング言語において、よく利用する関数や機能、データをまとめたファイルのことを言います。

◆Ruby

読み書きがしやすく、海外で需要が多い人気言語。Webサービス、スマホアプリやゲーム、業務アプリを得意としていて、サーバーなどの汎用性が高い知識が身につくという特徴があります。

◆ローカルファイル（Local File）

自分のコンピュータの中にあるファイル。

◆CMS（Content Management System）

Webサイトを管理・更新するシステム。Wordpressなどが有名で当社でも構築を推奨しています。

◆HTML（Hyper Text Markup Language）

Webページを記述するためのマークアップ言語。Webページに装飾を施すのが目的で、人間に情報をわかりやすく伝えるという特徴があります。

◆HTTPS（Hypertext Transfer Protocol Secure）

HTTPが暗号化されている状態。

◆KPI（Key Performance Indicator）

重要業績評価指標。業務レベルにおける具体的な目標設定のことを指します

◆LP（Landing Page）

検索結果や広告などを経由して訪問者が最初にアクセスするページ。

いかがでしょうか。やはりIT用語は横文字や英数で表記される場合が多いですよね。

この場合、英語が得意な方は直訳すると大体どんな意味かは想像できますし、とても有利だと感じます。（私は英弱なので羨ましいです）

もっと深掘りしたい用語があればぜひご自身で調べていただくことをおすすめします。

参考：<https://www.ex-ture.com>

意外としらないSEO対策とは？

こんにちは！CTOの横地です。

今回はSEO対策とは何か、また簡単にその方法について紹介していきます

SEOとはSearch Engine Optimizationの略で、日本語では検索エンジン最適化と呼びます。

検索結果で自分のサイトを上位表示させるために行う対策のことです。

検索エンジンを用いて調べ物をするとき、やはり入りたくなるサイトは上位に表示されてるもの。

このように検索結果で上位表示されているWebサイトには集客力と信頼がありますし、せっかくWebサイトをつくるのであれば、なるべく多くの人に目を通してもらい、多くのビジネスチャンスを獲得したいですよね。

ではどんなことをすれば検索順位が上がっていくのでしょうか？

SEO対策には大きく分けてコンテンツで対策をとる外部SEO対策とプログラミングで対策を行う内部SEO対策の２種類があります。

このうち、内部SEO対策は主にエンジニアが行うので、今回は外部SEO対策を中心に解説していきます。

ぜひWebサイトの内容を考える際の参考にしてみてください。

まず大まかな方法として

１、ユーザーの検索意図

２、信頼性

３、ユーザビリティ（サイトの使いやすさ）

の３つを考慮する必要があります。

これはGoogleの検索品質評価ガイドラインにも記載があるので、まずはこの３つを盛り込んだコンテンツを作成することが、上位表示を目指すためのポイントになります。

１、ユーザの検索意図

キーワードは正しく設定しましょうという意味です。このパートがSEO対策において最重要です。

検索されるワードを使って、適切な情報を発信することで読者の問題解決にフォーカスを当てることが対策になります。

なので聞かれたことに対して正しく答えるイメージで、記事やサイトの文章を考えることが大切です。

キーワードはCMS上のメタディスクリプション（検索して出てきたときに代表して表示されるサイト内容の一部分）にサイトの説明を入力することで設定することがほとんどで、キーワードと検索文字列がマッチすると太字になります。

メタディスクリプションの作成のコツは、「読者への問いかけ⇨記事の内容⇨アクションを促す」ことで、

この中に適切なキーワードを適切に盛り込むことが最も効果的と言えます。

（例： SEO対策のメタディスクリプションに対する情報を知りたいですか？本記事ではメタディスクリプションの効果的な書き方を解説しています。メタディスクリプションをマスターしたい方は必見です。）

次にそのキーワードの選定方法について解説していきます。

本当に知りたい情報と、検索結果に現れた情報があまりマッチしない状況は、多くの人が経験しているかと思いますが、

あれは訪問者が検索バーに入力した文字列が適切ではない場合と、サイトの主が設けているキーワードが適切ではない場合に起こります。

後者はいくらでも対策が可能で、サイト主が広く適切にキーワードを設定することで解決する場合が多いです。

「訪問者はこんな文字列で検索をかけてくるだろうな」という推測を何通りも行い、そのうち適切なものを出来るだけ多くキーワードに設定し、漏れなく自分のサイトに流入させていくことが本質になります。

さらに適切な構成で内容を書くことも大事です。

訪問者は何らかの問題を抱えている場合が多いので、問題解決のために結論から情報を提示し、裏付ける体験や武勇伝などは後回しにしましょう。

あと、少々上級編になってしまいますが、次に知りたい情報も記載するとさらに効果は上がります。

「訪問者はこの問題解決ができたら次にどういう情報が欲しいんだろう」ということを考え、そのコンテンツや記事も一緒に設けるとサイト滞在時間も上がり、SEO対策につながるわけです。

２、信頼性

信頼性についてはほぼ被リンクの質で決まると言って良いかと思います。

被リンクとは他のサイトが貼る自分のサイトのリンクのことを言いますが、これは自然なものでなければいけません。

自作自演の被リンクを不自然にペタペタ貼っている事実がGoogleに見つかった場合、かなり怒られます。

その結果表示順位が大きく下がり、せっかく良質なコンテンツや記事を書いていても無駄になってしまいますので絶対に避けた方がいいです。

自分が運営しているサイトや記事のリンクを自分で参照する場合は不自然ではないことをしっかり確認してください

最も効果的なのは、他のサイトから自発的に貼ってもらえる自然な被リンクを獲得することです。

ちなみにその効果は被リンクが貼られているサイトの信頼度にとても依存します。

１００本のゴミリンクよりも１本の神リンク。ちゃんと運営して信頼を獲得しているところに貼ってもらった方が圧倒的にいいです。

役立つから紹介したい。資料として参照したい。そんな風に思われるサイトを目指しましょう。

また自名を露出したSNSの活用も非常に効果的です。

指名検索が増えるとGoogleの評価が上がるためブランド認知にもつながります。

最後にドメインの選び方ですが、.comか.netが無難で怪しいと思われずおすすめです。

３、ユーザビリティ

こちらは主にエンジニアがサイト設計を行う際に対策することが多いです。

・サイトを重くしないように動画や写真の乱用に気をつける。

・写真は見やすく適切なものを使う。

・広告は適切な場所に挿入する

・タイトルは記事やコンテンツに関連した目に留まるものを設定する。

この辺りができれば十分です。

数年前までは被リンクをペタペタ貼ったり記事を長文にしたりたくさん記事を作ったりするような、自発的に行っていく対策が有効と言われていましたが、

現在はどちらかというと、避けることは避けるという発想を元に行う対策が有効となっているように思います。

WEB制作の依頼でよくあるトラブルとその解決策

Web

制作でよく起こりやすいトラブル

・

後から、お金を追加で請求される。

・

デザインが自信のイメージと違う。

・

納期に間に合わない。

こんにちはエンジニアの海斗です。

Web制作は、詳しくない人からすると不安だらけです。業者とトラブルなんて

ことになるのは極力避けたいところです。

この記事では、上記３つのよく起こりやすいトラブルとそれぞれの解決策につ

いてご紹介したいと思います。これを抑えておけば、大きなトラブルは避けら

れるというものをまとめました。

まず、上記の例など、ほとんどのトラブルに共通している原因は、「

打ち合わ

せ（プランニング）が不十分

」であることです。そのことを念頭に置いて、こ

の記事を読んで頂くと非常に理解しやすいと思います。

＠後から、お金を追加で請求される。

・

打ち合わせの際の費用金額と違う。

・

文章を変更してほしいと言っただけなのに、追加費用を要求された

。

・

発注者側と制作者側の費用の認識が違う。

などのトラブルがよくあるかと思います。これらは、打ち合わせの際の両者の

認識のズレにより起こるトラブルです。

→

打ち合わせの際に確認すべきこと

・最初のお見積り書の金額でどこからどこまで、やってもらえるか。

・文章、画像の変更、デザインの変更などの追加の費用を取りこぼしなく確認

する。

・発注者がちょっとでも、後に要求するだろうと思っていることの費用をすべ

て確認しておく。

この３点を打ち合わせの際に抑えていれば、かなりトラブルは減ります。簡単

なことのように感じるかもしれませんが、意外とできていない発注者が多いで

す。

制作者に遠慮せずにどんどん聞きましょう。

＠デザインが自身の理想と違う。

・

シンプルにデザインがダサい。

・

デザインがかっこいいが、イメージと違う。

これもよくあるトラブルです。こちらに関しては、解決策は簡単で、「発注者

のイメージを１００％制作者に伝える努力」をすればよいだけです。

制作者もプロと言えど人間なので、すべてこちらのイメージを汲み取ることは

難しいです。ちょっとでも自分がイメージしているもの、取り入れたいものが

あったら

遠慮なく伝えましょう。

イメージの参考サイトなどあるとより伝わり

やすいです。

デザインを作成する際に非常に大事になってくるのは「発注者と制作者のコ

ミュニケーション」です。それをお互い踏まえおくとスムーズに打ち合わせが

進みます。

＠納期に間に合わない

・

シンプルに納期に間に合わないと言われた。

・

途中でのトラブルにより納期に間に合わない。

納期に間に合わないトラブルには２つの原因があります。

１つ目は、制作者のタスクオーバーという形です。これに関しては、制作者側

の原因になりますが、打ち合わせの際に「タスクオーバーは大丈夫でしょう

か？」など軽く確認するのも１つの手段です。

２つ目は、サイト制作の素材、情報を発注者が用意する場合に、それらの提出

が遅くなってしまうと、制作者の作業がなかなか進まないというケースが原因

になることもあります。

なので、発注者が提出をする場合は、なるべく早く提出することで、発注者が

原因で納期は遅れるということは避けることができます。

以上より、サイト制作の際によくあるトラブルを紹介させていただきました。

まとめると、トラブルを起こさないためには、打ち合わせの際の発注者と制作

者の コミュニケーション が非常に大事なのです。

“”

人間、「たくさん質問するのは相手に失礼かな。」「プロに全部任せればそん

なに伝えなくても大丈夫」など質問するのを躊躇いがちですが、相手も 人間

“”

です。

意思をしっかり伝えようとすることは間違っていることではありませんし、逆

に、伝えてもらわないとそれこそ後にトラブルになります。

これらを意識するだけで、トラブルは大幅に減ります。