

Webを活用して出版社のファンを増やす！ 売れるホームページのご紹介

- 出版社専門のウェブ制作会社ならではのご提案

2007年6月21・22日

株式会社ディキューブ

www.dcube.co.jp

はじめに: ディキューブのご紹介

運用している出版社サイトが20以上

- 株式会社アспект/株式会社池田書店/株式会社WAVE出版/株式会社河出書房新社/慶應義塾大学出版会株式会社/株式会社玄光社/株式会社コロナ社/株式会社三修社/実教出版株式会社/株式会社新講社/株式会社新星出版社/株式会社青春出版社/株式会社たちばな出版/学校法人東海大学出版会/株式会社東京創元社/株式会社日本医事新報社/株式会社白桃書房/株式会社ファーストプレス/株式会社福音館書店/学校法人文化学園文化出版局/株式会社未来社/株式会社遊技通信社

業界に関心の高いスタッフの集まったチーム

- 親会社が書籍印刷専門、創業82年の萩原印刷
- 寺島は大手書店の文芸書担当 システム担当 オンライン書店
- ブックサービス出身の人間
- 業界外にいたS E 出身者は以前個人で新文化を購読
- 雑誌編集出身者

はじめに: 経験的に言うと今回のタイトルは...

ファンを増やす

売れるホームページ

詳しくは後ほど

今日のテーマ

1 . 出版社の事業をめぐるネット利用状況

- 読者のネット利用が進んでいます。
- さらに、、、

2 . 出版社のネット投資の考え方

- 売上が上がらない中で緊縮予算なのにネットに投資しろといわれても、、、
- なぜ、出版専門のウェブ制作会社に意味があるのか？

1 . 出版社の事業をめぐるネット利用状況

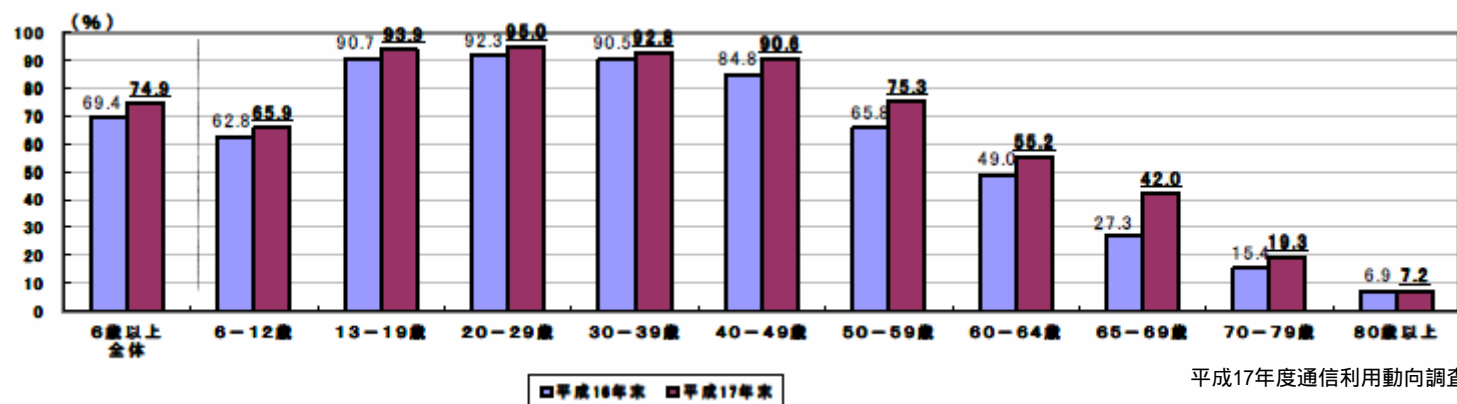
出版社の事業をめぐるネット利用状況

ネット利用の広まりと深まり

- 人口の約75%の8500万人強が利用。特に13歳から50歳だと90%超がネット利用
- ブロードバンドが引かれている世帯が約50%。何時でも好きな時に好きなだけネットを利用できる環境に。

■ いづれも平成17年度通信利用動向調査より

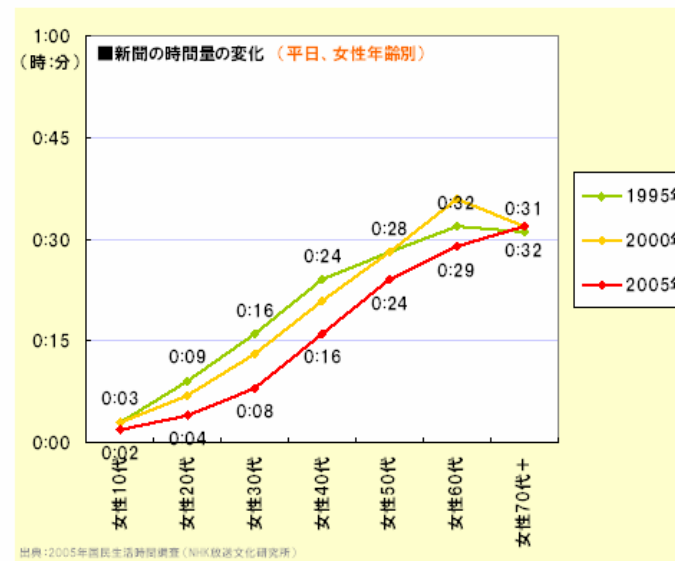
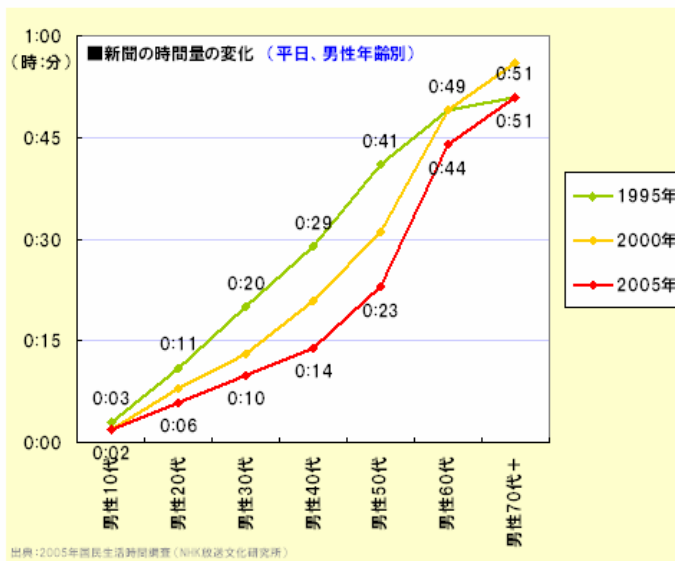
年代別ネット利用率



出版社の事業をめぐるネット利用状況

新聞の影響力の低下

- 2005年の購読部数は5256万部で、1999年と比べ120万部の減少（新潮新書『新聞社』より）
- 購読時間も減少
 - 特に30代～50代男性の落ち込みが目立つ。

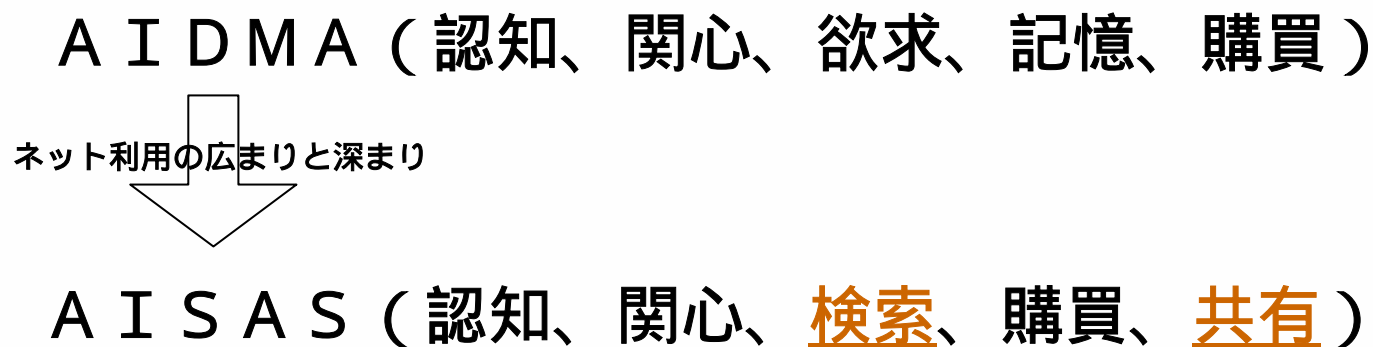


2005年国民生活時間調査報告書（NHK放送文化研究所）より

買い方の変化

- 消費者の購買行動のうち62%が、それに先立ちネットを利用し、情報収集している（平成18年度版情報通信白書）

購買行動モデルの変化



AISASは電通の登録商標です。

書店向け

- 一ツ橋グループ中心に加盟版元30社のネット受注システムs-bookにはほとんどの書店が参加
- 以前は客注中心だったが、平積の補充注文をネットでも出すこともポピュラーに
- 発注時に納期が読めるのが、他の手段と比べた時のメリット
- また、書店が長時間営業化しているのも要注目

著者対策

- 新聞広告を出す代わりに、サイトに特集ページを作ったりブログを作るほうが喜ばれることも

会社の顔

- 取引先やアプローチ中の著者が見ます。
 - 会社情報のアクセスが意外に多いはずです。

ネットでファンを増やせるか？

出版傾向次第

- 例えば、ソーシャルネットワークサービス（SNS）のmixiにコミュニティのある出版社
 - みすず書房や晶文社など
- ない出版社
 - 翔泳社や新潮社など
 - ただし、新潮文庫のコミュニティはあります。

出版傾向次第

- 配本数が少ないが、根強い需要があるものはよく買われているようです。
 - 広く浅くまかれる実用書、文庫などはなかなか売上を上げるのは難しいようです。
 - 一方、雑誌のバックナンバーもちょくちょく客注されるようでしたらサイトで売れる可能性は高いでしょう。
- 教材のような、まとめ買いが発生しやすいものは出版社サイトで買われることが多いようです。

2 . ネットへの投資の考え方

ネット予算をどう捻出するか？

これまでの予算体系の見直し

- 一般に出版社の売上高広告費比率は5%～10%で新聞広告や交通広告が中心と推察
- 全体の売上増がなかなか見込めない中では、新聞広告の効果低減に対応して、新聞広告への投資を減らし、ネット投資へのシフトの必要性
- さらに書店対策という意味合いもありますので、営業の予算も充当の可能性

投資の進め方

急ぎながらも着実に

- 一度に投資せず、少しずつ投資額を増加
- ノウハウを蓄積
- 施策の結果を評価し、次回以降の施策をブラッシュアップ
- 面白がりパワーがあり、調整力のある人間を担当に

商品カタログ・会社サイト

- 読者や取引先・著者がどこかしかを必ず見るため、高重要度、高緊急度
- サイトのクオリティチェックのポイント
 - コンテンツは整理されているか？
 - デザイン面で本の装丁のクオリティに劣らないか？
 - サイトでの個人情報の収集にあたり通信の暗号化（SSL）がなされているか？
 - フレームを使っていないか？

フレームとは？

インターネット普及の初期に使われた手法

■ 検索エンジンで引っかかって来訪されたユーザーに問題

- せっかくサイトに来てもらっても次に進んでもらいにくくなっています。

会社ロゴ	
ナビゲーションのファイル	書誌情報など表示本体のファイル
	検索エンジンの検索結果からの来訪だと、こちら側だけ表示されてしまうことが多い

ナビゲーションと表示本体のファイルが別々になっているため、検索エンジンから来た時に右側の表示本体しか表示されないため、どこのサイトなのかさえ分からないこととなります。

出版社ならではの情報を！

- アマゾンのようなECサイトだけでは不十分
 - パブリシティ情報や近刊情報など
 - 在庫情報

ネット世論のアンテナ 販促のヒントに

- サイトのアクセスログを見ることでネットユーザの話題を把握可能
 - 検索エンジンからの来訪キーワード
 - リファラー(リンクをたどってきた時の来訪元URL)

NETPublishersでネット活用の第一歩を

■ 出版社専用のカタログ・会社サイト制作・運用サービス

- 書誌データベースで簡単に豊富な商品情報の登録・表示
- 充実した検索機能
- アクセスログも閲覧ソフトで簡単に確認可能

■ 丁寧な作りとフォローでご好評

- ネットに詳しくない人にも分かりやすい制作進行管理
- 運用後も定例MTGでサイト活用のフォロー
- 19社に導入済み。現在制作進行中も4社。

ブログ

- 運用が容易
 - 簡単に更新可能
 - ブログを増やすことも容易
- 立ち上げ例
 - 著者ブログ
 - 雑誌ブログなど
- コピーアンドペースト禁止のものも制作可能

当社の実績ご紹介

検索エンジン広告

- ヤフーやグーグルでキーワード検索をしたユーザーに、その入力したキーワードに即した広告を出広
- リンクがクリックされることで課金
 - グーグルの場合、最低単価は1円
- 検索されやすい実用書系の本には特に有効



高度な施策実現が可能

■ スムーズな業務理解と積極的なご提案

- ネット戦略の立案・実現は貴社の事業と密接に関連しています。
- 汎用の制作会社では、基本的には、発注者の指示のとおり作る、というスタンスです。しかし、現状はどういう風に何を作ってもらったらいいのかわからないのが現状ではないでしょうか？
- 当社は出版社専門の豊富な経験から、構想レベルからのお手伝いをしたり、事業状況を踏まえたご提案をいたします。

■ 他社事例を把握

- 積極的なネット投資をされているクライアントも多いのでさまざまな事例と成功のポイントが自然に集まります。