

11 NOV. 企業と広告

“共創”がもたらす可能性と留意点
販促で注目のLINE／増えるビデオ広告
JAA・マス媒体新委員長インタビュー

今日を愛する。
LION

新

ナノレベルまで汚れを分解して落とす
驚きのナノ洗浄
NANOX
ナノックス

洗浄成分MEE配合
洗たく用 超コンパクト洗剤
450g
LION

“家族それぞれの”
世代臭 もしっかり落とす!

※家族それぞれの衣類から感じる違ったニオイ

驚きのナノ洗浄
NANOX
ナノックス

講座

Web 広告

村山 哲治

マルチデバイス時代の サイト運用とは

■ Web コンテンツは、マルチ デバイスにどう対応すべきか

当社でPC用のサイトに加え携帯サイトも制作しているクライアントより、「そろそろ携帯サイトの運用を止めたいと思うんですけどどうでしょうか?」といった相談がこのところ増えてきた。確かにアクセスログを見てもここ2、3年で携帯サイトからのアクセスは激減している。その理由は契約数が2014年4月の段階で5.700万件にまで膨れ上がったスマホユーザーの存在が大きい。加えて言うならば、スマホだけでなくタブレットなどPC以外のデバイスがすでに私たちの生活に



浸透しているという外部環境の変化がある。

おそらく多くの企業では、新たなデバイスが市民権を得るようになると、後追いでデバイス別のユーザー層・ターゲット層を考慮しながらコンテンツを設計しデザインを構築してきたという経緯がある。

ここで考えなければならないのは、今後こうしたデバイス特性に振り回されてコンテンツ戦略を考えていかなければならないのかということ。

例えば、これまでPC、ガラケー、スマホ、タブレットといったデバイスをユーザーは外出先でモバイルから情報収集を行い、家のPCで問い合わせやショッピングを楽しんでいるという利用形態を中心に考えていましたが最近では、そうしたマルチウィンドウ的な使い方だけでなく、家においてもPCは使わず、スマートフォンで情報収集からコンバージョンまで完結するといったシングルウィンドウという使い方が増えてきているのです。

これからのWebコンテンツはそうした環境変化にどう対応すればよいのか…。

■ 4つのコンテンツ戦略 から検討する

先ほどの当社のクライアントのように、ガラケーを想定したサイトは終焉を迎えつつあるという状況だが、ビジネスモデルがBtoBでない限りまだしばらくは、PC、ガラケー、スマホ・タブレットを網羅したマルチデバイスに対応したサイトの構築は必要だと思われる。もちろんそこではどのデバイスに重点を置いて制作するかといった発想ではなく「コンテンツファースト」と言われるように、コンテンツを最優先にデバイスごとに最適表示を検討していく必要があります。そこでこうしたマルチデバイスに対応していくためには4つのコンテンツ戦略から自社の状

況に合ったものを選択することがポイント。

1. デバイス毎の専用サイト対応

現在最も多いのではないのかと思われるデバイス毎に専用のサイトを構築する方法。PCサイトからスタートして、新たなデバイスが出てくるたびに専用サイトを作っていたという後追いで行っている場合もあるかもしれませんが、ここでいう専用サイトはあえてデバイスごとの利用環境やターゲットに合わせて、専用のサイトを作るというもの。理想はこの形だと思うが、最大の難点はコストと運用の負荷に耐えても実施する価値があるかどうかという見極め。

2. 自動変換コンバーター対応

現状のPCサイトを運用するだけでも企業にとっては様々な負荷があるのに、他のデバイス用のサイトを新たに立ち上げることは、頭の痛い問題。ところが最近では非常に便利なツールがあり、今あるPCサイトからコンテンツソースを自動的にコンバートすることで他のデバイスサイトが生成されるというサービスがある。

あくまでも自動変換のため、自由度の幅はそう広くはないため後でデザインの崩れや表示の微調整は必要になります。コンバーターの機能に依存するため、慎重に選択したいものです。

3. ワンソース・マルチデバイス対応

一般的にはレスポンシブルデザインともいわれるもので、共通コンテンツからデバイス毎に最適化されたサイトを生成する方法で、これによって1つのドメインに対してアクセスするデバイスごとのサイトへ振り分けることができるというもの。これにはいくつかメリットがあります。Googleが推奨している

こともありSEOの効果も高く、運用も容易にできるといったこともあり、当社でもこの方法で制作する場面が多くなっています。

ただガラケーや古いブラウザへの対応も難しくなるといった側面もあります。

4. CMS対応

CMSでデバイスごとにコンテンツを一元管理する方法で、無償のオープンソースから商用まで様々なものがあるので自社のサイト規模や目的に合わせて選択することが出来ます。CMSの特徴は単にマルチデバイス対応というだけでなく、コンテンツの管理や更新が社内で行えるため、情報発信スピードが高くコスト的にも効果が高い。ただし、CMSの特徴やカスタマイズに対応できるスキルを持った人材が必要となります。

■まずは、マルチウィンドウをどうとらえるかが問題

マルチデバイス対応は企業のサイト戦略では重要な課題となっていることは間違いありません。しかし、制作会社や広告会社に勧められるままにツールを導入し制作してしまうと、途中からその運用方法を変更することは非常に難しいものであるという覚悟も必要。それだけに、マルチデバイス対応の様々な手法におけるメリットやデメリットなど特徴の理解は不可欠となる。

ここはそもそも論に立ち返り、マルチウィンドウ対策は必要なのか？ 何のために行うのか？ 誰からどのような効果を得ようとしているのか？ といったWeb戦略の基本から設計することが肝要ではないかと思えます。

(東京ドアーズ／人間力教育センター代表)