

『四国電力のWeb戦略を明かします』  
～ 地域サービス企業のWeb戦略～



近藤 真弘

## セッションの流れ

- About me
- リニューアルへの取り組み
- 今後に向けて

# About me

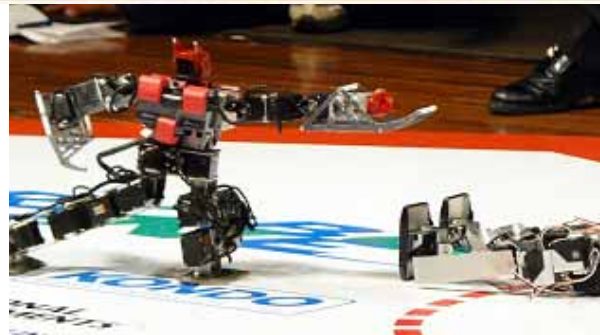


Setouchi International Sports Festival 2010  
瀬戸内国際体育祭 2010

体育祭について 瀬戸内高+高松 Croatian English  
応募する 企画メンバー プレスルーム お問い合わせ



高松沖 1.5km から、中央通りを自転車 40km  
屋島山頂まで10kmのマラソン、計 51.5km の冒険。



リニューアルの経緯

サイト診断

制作を通して

# サイトリニューアルへの取り組み



## 運用状況

### トップページ

年間 57万PV ~ 59万PV  
(月平均4.7万 ~ 4.9万PV)

### サイト全体

年間 520万PV ~ 540万PV  
(月平均43万 ~ 45万PV)

# サイト診断(アンケート調査)

## サイト診断 (アンケート調査)

調査名: 四国電力ウェブサイトについてのアンケート

調査目的:

クローズドな一般消費者群パネルに対しアンケート調査を行い、ウェブサイト再構築の指針となるデータを取得する。

**質問数: 23問 + 自由記載1問**

調査対象者: 全国一般消費者調査モニター 20歳 ~ 59歳男女

四国在住ユーザ: その他地域在住ユーザ = 7 : 3

有効サンプル数: 300サンプル 男女比50 : 50

実施期間: 2007年上半期 約1ヶ月

# サイト診断(調査テーマ)

## サイト診断（調査テーマ）

# 役立ち感

- Q1.このWebサイトには、自分の**欲しい情報が掲載**されている。
- Q2.運営者に**コンタクトする手段が用意**されている。
- Q3.Webサイトの**作りが複雑**で、**欲しい情報が見つかりにくい**。
- Q4.**専門用語、または難しい用語や漢字が多く**、**読むのが難しい**。

サイト診断（調査テーマ）

# 内容の信頼性

- Q1.掲載されている情報について、**出典や引用元**などが**明記**。
- Q2.利用条件や個人情報保護など、**各種ポリシー**が**明記**されている。
- Q3.言葉づかい、文章表現が**適切**で理解しやすい。

## サイト診断（調査テーマ）

# 操作の分かり易さ

Q1.リンク先が何のページなのか、**説明が明確**でわかりやすい。

Q2.このWebサイトのボタンのデザイン・大きさ・レイアウトが適切で使い方は**すぐ理解**できる。

Q3.分かりやすく分類されており、目的のコンテンツを**探しやすい**。

## サイト診断（調査テーマ）

# 構成の分かり易さ

- Q1.このWebサイトとは関係のない、別のWebサイトにリンクしたと**勘違い**したことがある。
- Q2.関連ページと思ってクリックしたら、**別サイト**だった。
- Q3.トップページを見ると、どのような**コンテンツ**が**掲載**されているのかわかる。
- Q4.自分が今、何のページを見ているのかを認識でき**目次に戻りやすい**。

## サイト診断（調査テーマ）

# 見やすさ

- Q1.文章のレイアウトや行間、文字の大きさなど  
**バランスが良く読みやすい。**
- Q2.イラストや表が小さすぎたり、細かくて**見辛い**  
**ページ**がある。
- Q3.全体的な色使いなど、**目が疲れる**感じがする  
ことがある。

## サイト診断（調査テーマ）

# 反応のよさ

- Q1.このWebサイト内の検索フォームや電気代シミュレーション等を使用すると**テンポ良く**その結果が表示される。
- Q2.レイアウトが**崩れたり**、画像が**表示されない**ことがある。
- Q3.表示が極端に**遅いページ**や、途中で表示が止まってしまうページがある。

## サイト診断（調査テーマ）

# 好感度

- Q1.デザインやイラスト、リンクボタンが**綺麗**で見やすい。
- Q2.このWebサイトは企業サイトとして**見栄え**が良く印象に残る。
- Q3.**内容に満足**でき、またアクセスしてみたいWebサイトだと思う。

# サイト診断(フリーアンサー)

## サイト診断 (フリーアンサー)

### 四国電力サイトに欲しいコンテンツ

- 1位: **節電の仕方**についてのコンテンツ
- 2位: **自宅の電気**に関する情報(料金、使用量について)
- 3位: クイズや占いなどのコンテンツ
- 4位: プレゼント、懸賞
- 5位: ポイント制の導入

### 電気について調べる際、検索エンジンに入力するキーワード

- 1位: **電気料金**
- 2位: 電力
- 3位: **省エネ**

# サイト診断(一般ユーザ評価)

## サイト診断結果（一般ユーザ評価）

- ・全テーマにおいて、女性からの評価が男性からの評価を上回っていたこと。
  - ・低評価層においても全テーマにおいて男性に比べ、女性が少なかったこと。
- があげられるが、

『男性20～29歳の評価が著しく低い』

特に「見やすさ」「好感度」等の、

**ビジュアル面における改善が急務**

また、「中間評価層」が全テーマで平均29.7%と高い数値となっていることから、この中間層の引き上げが特に重要である。

上記した要改善テーマである両項目の中間層は全テーマ中、TOP1・2位であることから、例外なく早急な改善が高評価への近道であると考えられる。

# サイト診断(専門家評価)

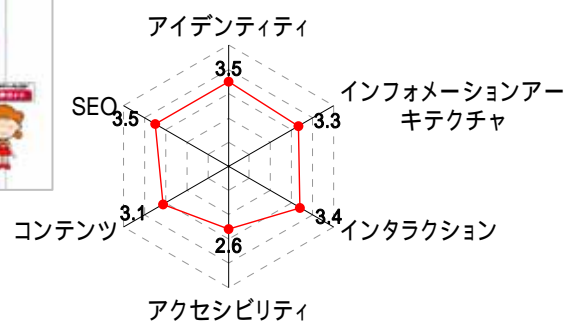
## サイト診断 (ランキング)

企業サイトランキング 2008 (日経パソコン/2008.09.18) 【電力業界】

順位	企業名	総合得点	基本情報	ブランディング	リスク管理	使いやすさ	アクセシビリティ
17	東北電力	88	19.5	18	16	18.5	16
49	九州電力	83.5	20	19	15	15.5	14
120	東京電力	78	20	14	18.5	15.5	10
129	四国電力	77.5	15.5	18	17.5	10.5	16
147	沖縄電力	76.5	16	16	16.5	16	12
157	Jパワー (電源開発)	76	18	16	18.5	15	8.5
163	北海道電力	75.5	13.5	18	16	16.5	11.5
246	関西電力	69.5	16	20	16	10.5	7
267	北陸電力	68.5	16	13	15	14.5	10
274	中国電力	68	14	14	19.5	11.5	9
301	中部電力	66	17.5	14	16	12.5	6

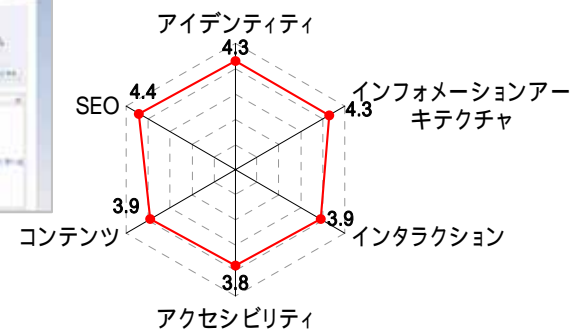
# サイト診断結果 ( 専門家評価 )

- ・アイデンティティ...企業ブランド軸
- ・インフォメーションアーキテクチャ...情報デザイン軸
- ・インタラクシオン...ナビゲーション軸
- ・アクセシビリティ...アクセシビリティ軸
- ・コンテンツ...コンテンツ軸
- ・SEO...SEOテクニカル軸



四国電力評価平均

評価項目	平均ポイント(5点満点)
アイデンティティ	3.5
インフォメーションアーキテクチャ	3.3
インタラクシオン	3.4
アクセシビリティ	2.6
コンテンツ	3.1
SEO	3.5



電力評価平均

評価項目	平均ポイント(5点満点)
アイデンティティ	4.3
インフォメーションアーキテクチャ	4.3
インタラクシオン	3.9
アクセシビリティ	3.8
コンテンツ	3.9
SEO	4.4

四国電力総合ポイント: **3.2ポイント**

電力総合ポイント: **4.1ポイント**

# サイト診断 (IA改善策)

## サイト診断（IAにおける改善策）

< インフォメーションアーキテクチャにおける改善策 >

019ディレクトリ名を一般的な構成にすることにより、サイト内のどの位置にいるかどうか **直感的に** 分かるようにする必要がある。TOPページの拡張子だけが.htm、その他のページが.htmlになっているため、これらを **統一すべき** である。

023グローバルナビの主要コンテンツ内においても **レイアウトが異なっている**。また、「インターネット受付・照会サービス」は、利用価値の高いサービスであるが他のページレイアウトと明らかに構成が異なっているため、これらのレイアウトを統一すべきである。

024主要コンテンツである「個人のお客さまへ」インデックスは特に要素が入りすぎており、ユーザが必要とするであろう重要な **情報が埋もれて** しまっている。

必要な **情報の重み付け** をし、分かりやすく掲載すべきである。

また、全主要ページに「会社概要」が入っているが、グローバルナビで移動できるので各ページに置く必要はないかとおもわれる。

# サイト診断(コンテンツ改善策)

## サイト診断（コンテンツ改善策）

&lt; コンテンツにおける改善策 &gt;

082四国電力のキャラクターだと推測されるイラストがところどころ使用されているが、**規則性がない**ため意味のないものとなっている。使い方の規則や意味を再検討すべきである。

084ユーザーのタスク支援のために用意されたと思われるTOPの音声を表すイラストは、使い勝手や動きが読めないため、タスク支援としては逆効果である。

かえってユーザーのストレスを生む結果になりかねないため、**はずすことを検討すべき**である。

096

外部サイトにリンクされる規則性がないので予測できず、いつのまにか別ドメイン（別ウィンドウ）

が起動されている箇所がある。**一貫した規則性**を設けるべきである。

098

例：「採用情報」は広告ではないためバナーエリアにあるべきではない。会社概要内などに移動させるべき。

100

同一ドメイン内でのコンテンツに関してはヘッダ・フッタを統一するなどして信頼感を維持するなど、最低限の配慮が必要である。電化厨房のページは特に**統一性がない**ため混乱の原因となる。

こうしたデザインに関わる**一貫したルール**を作るべきである。

# サイト診断 (SEO対策)

## サイト診断 (SEO対策)

### 改善が必要な項目

#### 【SEO に関する項目】

#### 改善項目

- [112] <meta>タグの記述が最適である
- [113] 見出し項目は<H1>、<H2>、<H3>...タグでマークアップされている
- [114] 共通するJavascriptやCSSは外部ファイルにまとめる

### 他社サイト比較

	四国電力				電力			
	A	B	C	平均	A	B	C	平均
112 <meta>タグの記述が最適である	1	1	1	1.0	5	3	2	3.3
113 見出し項目は<H1>、<H2>、<H3>...タグでマークアップされている	1	1	1	1.0	5	4	3	4.0
114 共通するJavascriptやCSSは外部ファイルにまとめる	2	1	3	2.0	5	4	5	4.7

## サイト診断 (SEO対策)

< SEOにおける改善策 >

112現状では、トップページにkeywordsのみしか入っていない。  
他のページには、まったく入っていない。

SEOを考えるのであれば最低限、descriptionは入れるべき。  
またスクリプトを使用しているならば、スクリプトを使用するための宣言を入れるべきである。

113

見出しタグは使われていないページばかりである。

しっかりとマークアップすべきである。

114

JavaScript、CSSともにhead内に記述されているため、外部ファイル化すべきである。

## サイト診断（SEOの具体的施策）

適切なマークアップがされていない。テーブルレイアウトであっても文書構造化すべき。

テーブルレイアウトからCSSレイアウトに切り替え、文章構造に適したhtmlにすべき。

DOCTYPE宣言を入れるべき。

ページのタイトルにサイト名とページ見出しを入れるべき。

メタタグに適切なキーワード、ディスクリプションを入れるべき。

- ・スタイルシートの設定は外部化すべき。
- ・文中で重要とされるキーワードには強調するための「strong要素」「em要素」を設定すべき。
- ・視覚表現と構造化がうまく分離できていないので分離したものとするべき。

サイト全体の情報設計を見直しシンプルな構造とするべき。

# サイト診断(アクセシビリティ)

## サイト診断 (アクセシビリティ)

JIS規格 (JISX8342-3) に照らしたアクセシビリティに関する 電力との比較

5.1.a ウェブコンテンツは、関連する技術の規格及び仕様に則り、かつ、それらの文法に従って作成しなければならない。

テーブルを使ってレイアウトされているので、その時点で **規格にそぐわないサイト** である。

5.2.a ウェブコンテンツは見出し、段落、リストなどの要素を用いて文章の構造を規定しなければならない。

一切 **文章構造が規定されていない**。可能であればCSSを使い文章とレイアウト情報を切り離すべき。CSSでのレイアウトが不可能な場合でも文章構造を定義し、読み上げに矛盾の無いつくりにすべき。

5.2.g 閲覧しているページがウェブサイトの構造のどこに位置しているか把握できるように、階層などの構造を示した情報を提供することが望ましい。

http://www.yonden.co.jp/charge\_low/index.htmlのページなどは「TOP > 電気料金のご案内」ではなく「TOP > 個人のお客様 > 電気料金のご案内」であると思われる。

パンくずの **ルールを明確にすべき** である。

## サイト診断 (アクセシビリティ)

JIS規格 (JISX8342-3) に照らしたアクセシビリティに関する 電力との比較

5.3.a ウェブコンテンツは、特定の単一のデバイスによる操作に依存せず、少なくともキーボードによって全ての操作が可能でなければならない。

http://www.yonden.co.jp/kids/index.htmのページは **フラッシュ内を選択できない**。

しかし代替ページは利用可能なのでhtmlページを別ディレクトリで用意し、フラッシュページにはhtml版へのリンクを張ってあげるべきである。

5.3.e 利用者の意思に反して、又は利用者が認識若しくは予期することが困難な形で、ページの全部若しくは一部を自動的に更新したり、別のページに移動したり、または新しいページを開いたりしてはならない。

別ウインドウが開く **リンクが複数** ある。

可能な限り別ウインドウでリンクを開くことは減らすべきであるが、それができない場合、別ウインドウが開く場合には相応のアイコンをつけるなどして利用者が理解できるよう促すことが必要である。また、その際にはアイコンの画像のalt属性に「新しくウインドウが開きます」など入れておくことで音声ブラウザのユーザーにも認知してもらうことが可能である。

## サイト診断（アクセシビリティ）

JIS規格 (JISX8342-3) に照らしたアクセシビリティに関する 電力との比較

5.3.f ウェブサイト内においては、位置、表示スタイル及び表記に一貫性のある基本操作部分を提供することが望ましい。

ページによってヘッダーが無いなど、一貫性が取られていない部分がある。

例 . <http://www.yonden.co.jp/museum/index.htm>

ヘッダーがロゴだけになっていることで検索ができない。

5.3.g ハイパリンク及びボタンは、識別しやすく、操作しやすくすることが望ましい。

テキストリンクは最初からアンダーラインがついていて一瞥してリンクであることが分かるが、ボタンについてはリンクの可、不可が分からない部分が多くある。

5.3.h 共通に使われるナビゲーションなどのためのハイパリンク及びメニューは読み飛ばせるようにすることが望ましい。

読み飛ばすことができない。

## サイト診断（アクセシビリティ）

JIS規格 (JISX8342-3) に照らしたアクセシビリティに関する 電力との比較

5.4.a 画像には、利用者が画像の内容を的確に理解できるようにテキストなどの代替情報を提供しなければならない。

代替情報は入れているが **適切でない**。

例 . [http://www.yonden.co.jp/safety/page\\_02.html](http://www.yonden.co.jp/safety/page_02.html)では「ご家庭の電気配信」と記載するのではなく画像の内容を適切に説明した代替が必要。

5.6.a 文字のサイズ及びフォントは、必要に応じ利用者が変更できるようにしなくてはならない

文字サイズが絶対値で指定されているため、変更できない。 **相対指定に変更すべき**。

5.9.a 言語が指定できるときは、自然言語に対応した言語コードを記述しなければならない。

言語コードが指定されていないがページによって指定されているものもある。

基本的に **全てのページに指定**すべき。

# サイト診断(結論)

## サイト診断（結果を踏まえて）

### 指摘点 「アクセシビリティ」について

ベンチマークとした 電力では、完全な対応とまではいかないが、高い精度でアクセシビリティへの対策を進めており、このことは、TOPページ下部の「アクセシビリティ」における項目が用意されていることや文字サイズの可変からも伺える。アクセシビリティの改善に取り組むことは、ハンディキャップを負った方や高齢者など社会的弱者への対応がなされることは勿論のこと、同時にそれはW3Cの定めるWEB標準に準拠した適切なマークアップによりサイトを構築し直すといったことでもあり、とりわけこの 「WEB標準への準拠」 がもたらす サイト全体への波及効果はととても高く、

- ・サイト構成管理への効果(運営における時間・コストのカット)
- ・デザインへの効果(統一したユーザーインターフェイス)
- ・SEOへの効果(検索エンジンのアルゴリズムがWEB標準を優先)
- ・ナビゲーションへの効果等

= > サイト全体に与える影響はととても大きい!

掲載量が多いことは好ましいが、情報の重み付け や、情報と情報との繋がりが複雑化することにより、見にくさや使い勝手の悪さにもつながる恐れがある。

特に時間をかけ 流れを作り、マークアップへと進めていくべきである。

# WEB標準

# 情報の精査

## サイトリリニューアルへの取り組み

- **構築体制**  
直営2名、派遣2名、協力会社2社(4~6名)
- **予算**
- **工期**  
構築期間 H20年4月 ~ 11月(第一期)  
本番化 H20年11月7日 午前6時



運用状況

トップページ

年間 66万PV

(月平均5.5万PV)

サイト全体

年間 530万PV

(月平均47万 ~ 48万PV)

## サイトリニューアルへの取り組み (CMS導入)

- トップ、一覧、サイトマップ**自動生成**
- ローカルナビの**自動生成**
- リンクリスト
- SEO**自動化**  
(サイトマップXMLファイル自動作成)
- LPO**自動化**(バナー表示、ページ誘導)
- 運用ルールの明確化
- デザインガイドラインの明確化

## サイトリニューアルへの取り組み (CMS導入効果)

### 規模

従来のページ数 約2900P => リニューアル後 約3000P  
(大都市圏の県庁レベル 2万~3万P、市役所  
レベル 1,000~3,000P)

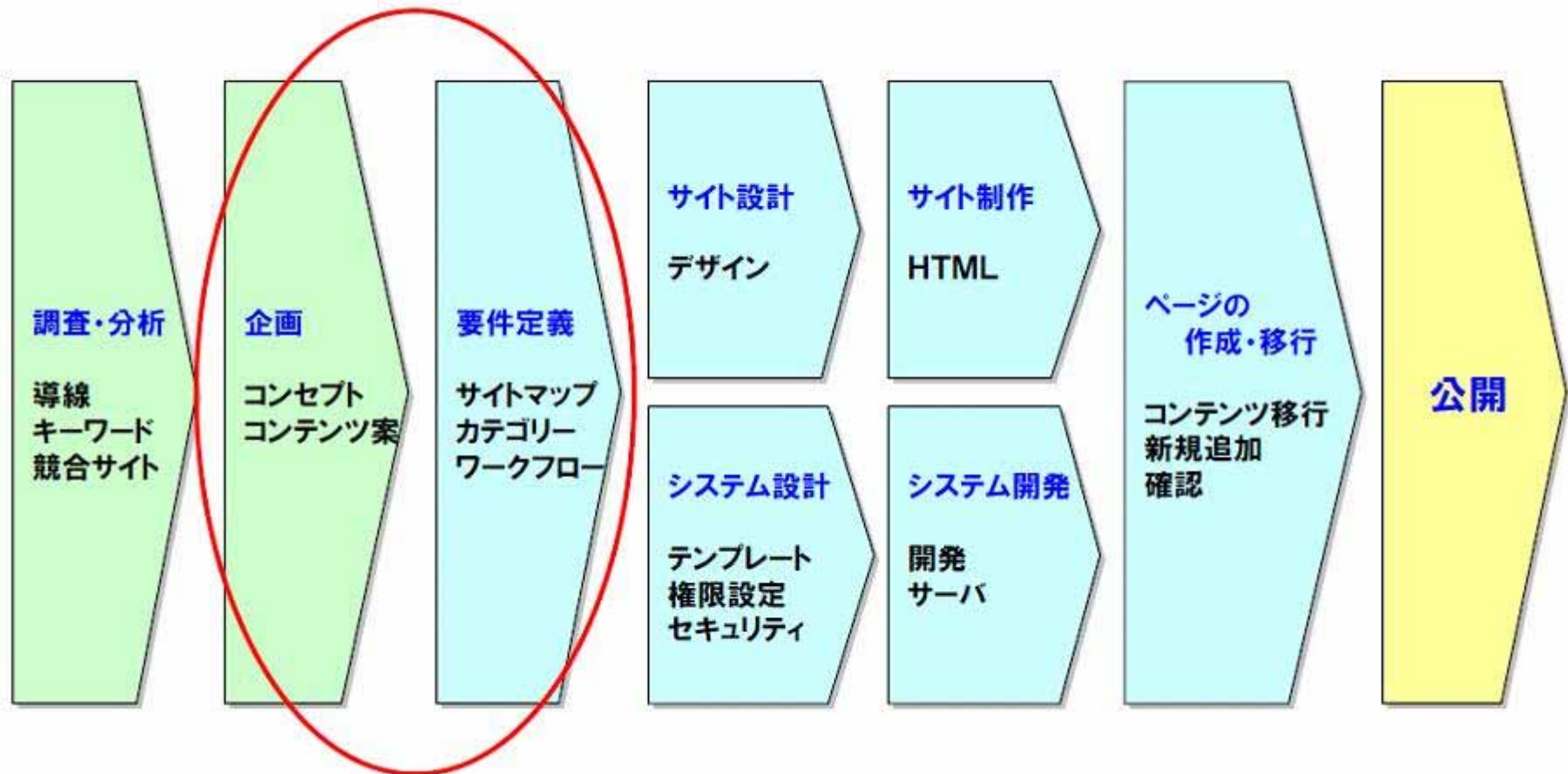
### メリット

- ・HP更新の**即時性**(夜間の緊急プレスリリースに対応可能)
- ・シングルコンテンツマルチユースによる**ユーザビリティ向上**
- ・定型コンテンツ更新の**作業コスト削減**
- ・本番化のリモートスケジュールで**効率化**

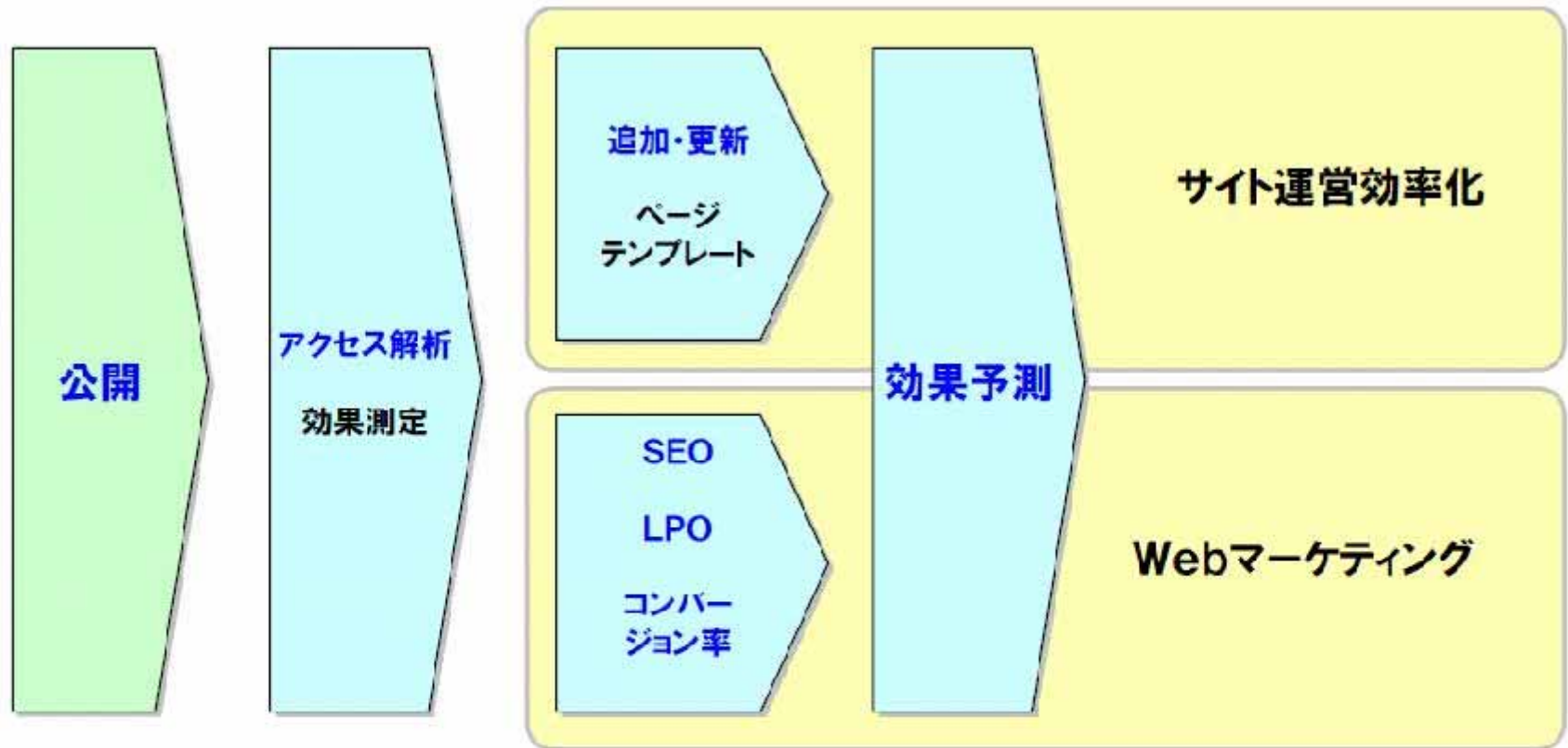
### デメリット

- ・S/W保守料が発生。
- ・費用対効果との**バランス**。

## サイトリニューアルへの取り組み(導入目的)



# サイトリニューアルへの取り組み(導入目的)



- <http://www.pikara.net/index.rbz>



ピカラタウン-四国の総合情報サイト[徳島 香川 愛媛 高知] - Windows Internet Explorer の提供元: Yahoo! JAPAN

http://www.pikara.net/

ピカラタウン

四国のあかり展 2009  
11/20 (土) 11/21 (日) 11/22 (月) 11/23 (火) 徳島県 四国村  
主催: 四国のあかり展実行委員会 共催: 四国村 (財団法人四国民家博物館)

HOME 旅行・おでかけ グルメ 映画 買い物 地域・くらし こども・教育 ネット初心者 プレゼント

ピカラサービスのご案内

- ▶ Myピカラ
- ▶ キャンペーン
- ▶ 新規お申し込み
- ▶ 資料請求
- ▶ エリア検索
- ▶ お客さまサポートページ
- ▶ 障害情報
- ▶ メンテナンス情報
- ▶ サービス一覧
- ▶ お問い合わせ
- ▶ よくある質問

ピカラBOOKS

一冊から送料無料、さらにポイント還元もあるオンライン書店

ココログ de ピカラ

無料で楽しめるブログサービス

最新記事

- ▶ 映画祭は長く続けることが大切/さめぎ映画祭 (2009年11月18日)
- ▶ 箱つきカメラでできました (2009年11月17日)
- ▶ スパイウェアに備える(第1回) (2009年11月17日)
- ▶ Cookieを削除して大切な個人情報を守る (2009年11月17日)
- ▶ 迷惑メールってなに? (第1回) (2009年11月17日)
- ▶ 高知で大好きな鳥を追いかける写真家/高知県土佐清水市 (2009年11月17日)

◆ 新着記事一覧を見る

検索 WEB ● ピカラタウン内 ● 詳しい検索

PR ピカラ de プリント ピカラ de プリントで年賀状! 超早割実施中です!

17年前のビールを飲んでみる

琵琶湖の水をたどって京都まで(中編)

無線LANに潜む危険

"リンザキ"がリンパグに似ているのを見てみた

飼育員の嗜好しつら動物は寄ってくるか(中編)

文字サイズを変更する → 小 中 大

STNet 25周年記念 Shikoku Thanks プレゼント

2009.12/10(木)まで抽選で507名様にプレゼント

PC賞 2名様 (VAIO)

Telephone賞 5名様 (インテリアン)

Thanks賞 500名様 (イーモバイル マクカフ&マクカフ2nd)

ご応募はこちら

11月18日(水)の天気

香川県 高松 13℃/℃

今日 明日

全国の天気を見る (11月18日 5時50分更新)

インターネットお悩み相談室

初心者のためのインターネットお悩み相談室

サイトリニューアルを通して（まとめ）

- 自らの企業には**どんなユーザ**がいるのか
- それらのユーザは**どんな問題**（要求）を抱えているか
- 抱えている**問題**（要求）を**どうすれば解決**できるか
- Webサイトでできること・できないことは何か

**戦略スコープの重要性**

# 今後に向けて(課題と展望)

リニューアルがゴールではない。

CMS導入が目的ではない。

- 企業サイトとしてのあるべき姿の明確化。

予算確保(捻出)、コスト意識の醸成。

- 長期的なモニタリングとその評価。
- アクセシビリティへの取り組み。
- アクセス解析。

ガイドライン策定。

情報発信への取り組み。(台風、落雷、豪雨)

ご清聴ありがとうございました。

