



夢ある未来を、共に創る。

Webサイトをスマホ最適化する手法教えます ～タッチUIを意識したスマートなコンテンツ開発～

SCSK株式会社

ITエンジニアリング事業部

ミドルウェアソリューション部

- スマートフォン対応の必要性
- Webサイトのスマートフォン最適化の必要性
- 最適化コンテンツ作成の問題

スマートフォン対応の必要性

スマートフォンの普及状況について

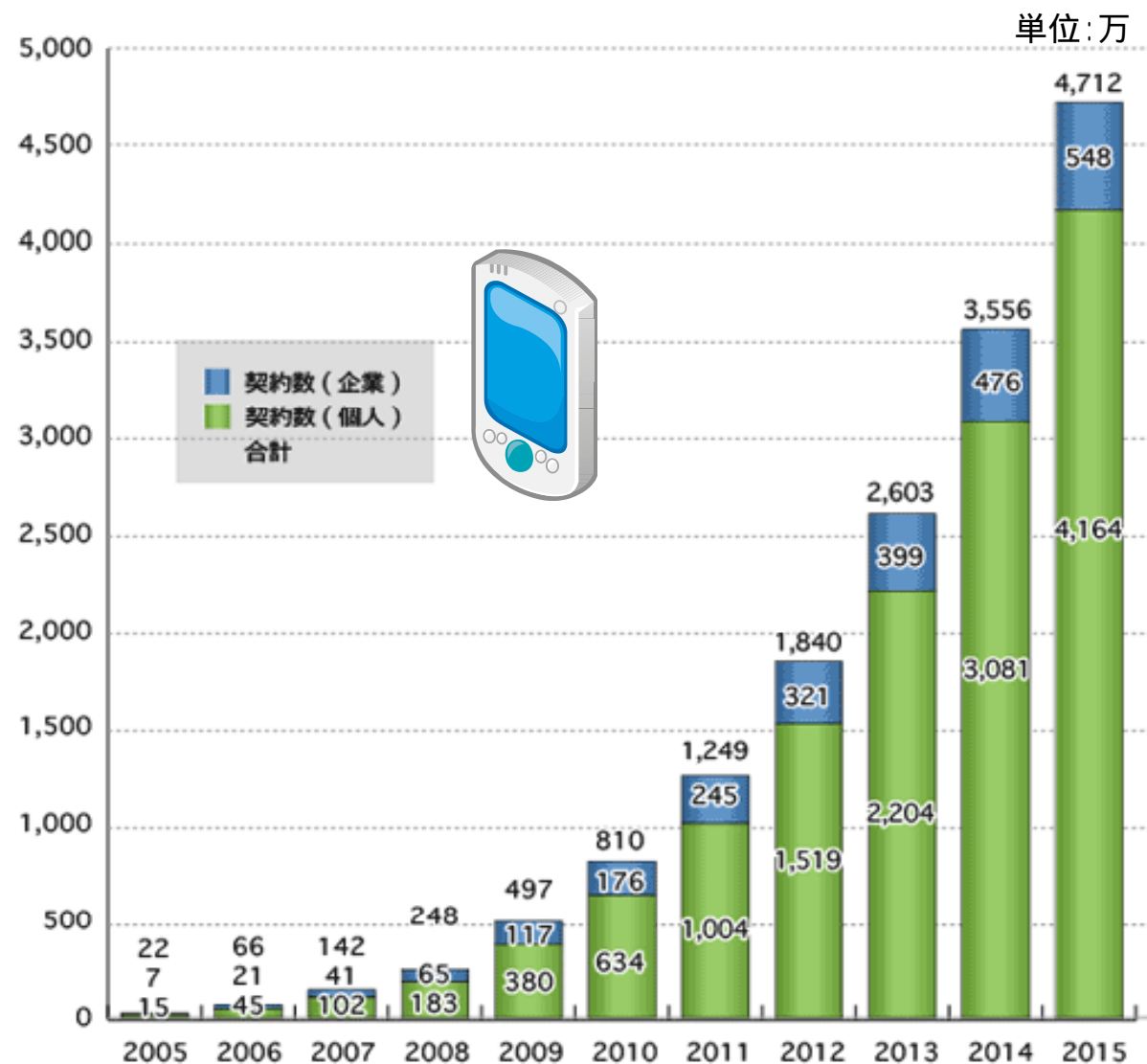
□ ケータイ/PHS契約数

約1億3000万件

2011年6月末時点
社団法人電気通信事業者協会調べ

□ 2013年には**約20%**、
2015年には**約36%**が
スマートフォンユーザーの予測

ケータイ/PHS契約数を1,3億の横ばいとした場合

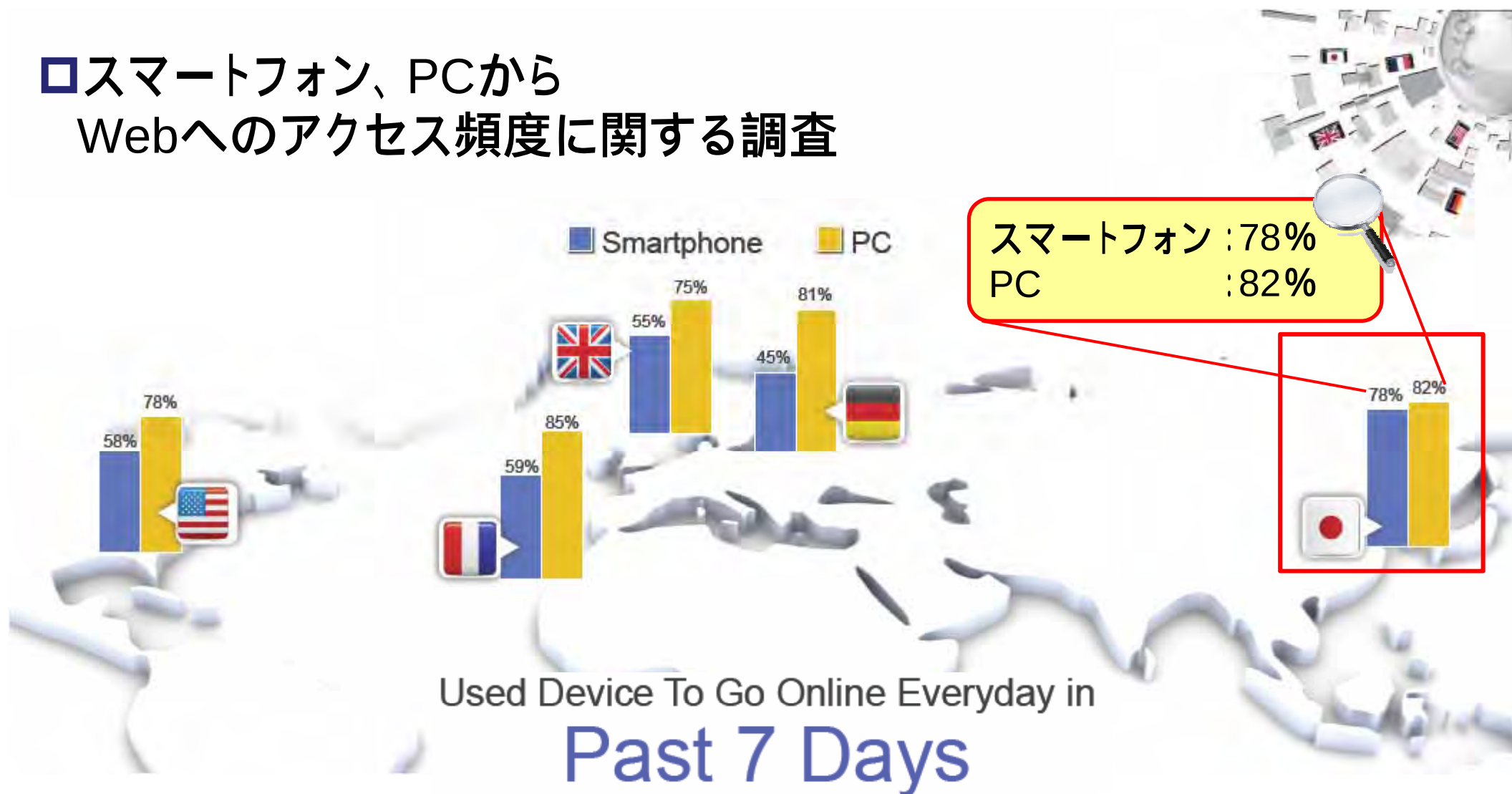


スマートフォン契約数の予測

(『スマートフォン利用動向調査報告書2011』© 2010-2011 Impress R&D, MCPC)

スマートフォン利用状況に関する調査

□スマートフォン、PCから Webへのアクセス頻度に関する調査



Base: Smartphone Users (US: 6000; UK: 2000, FR: 2000; DE: 2000; JP:1000).
Smartphone Users Who Use Computer (US: 5905; UK: 1983; FR: 1984; DE: 1983; JP: 982).
Q. Thinking about the last seven days on how many days were you online with ...?

出典: Google Inc.

スマートフォンからの商品購入に関する調査

Mobile is an Emerging Point of Purchase



Have Purchased on Smartphone

45%

29%

28%

17%

28%



Base: Smartphone Users (US: 6000; UK: 2000; FR: 2000; DE: 2000; JP:1000).
Q. Have you ever purchased a product or service over the Internet on your smartphone?

出典: Google Inc.

Mobile Site Optimization Varies Widely Throughout the Globe



43%



33%



37%



17%



12%

最適化サイト構築利用について

- 新規顧客獲得のため
- ブランド向上
- モバイルサイトへのアクセス向上
- 製品イメージの提供
- 固定顧客の獲得のため

Base: Advertisers (US: 200; UK: 200; FR: 200; DE: 200; JP:200).

Q. Does your company have a mobile optimized website? Mobile optimized means a website that is formatted or developed specifically to be used on a mobile device.

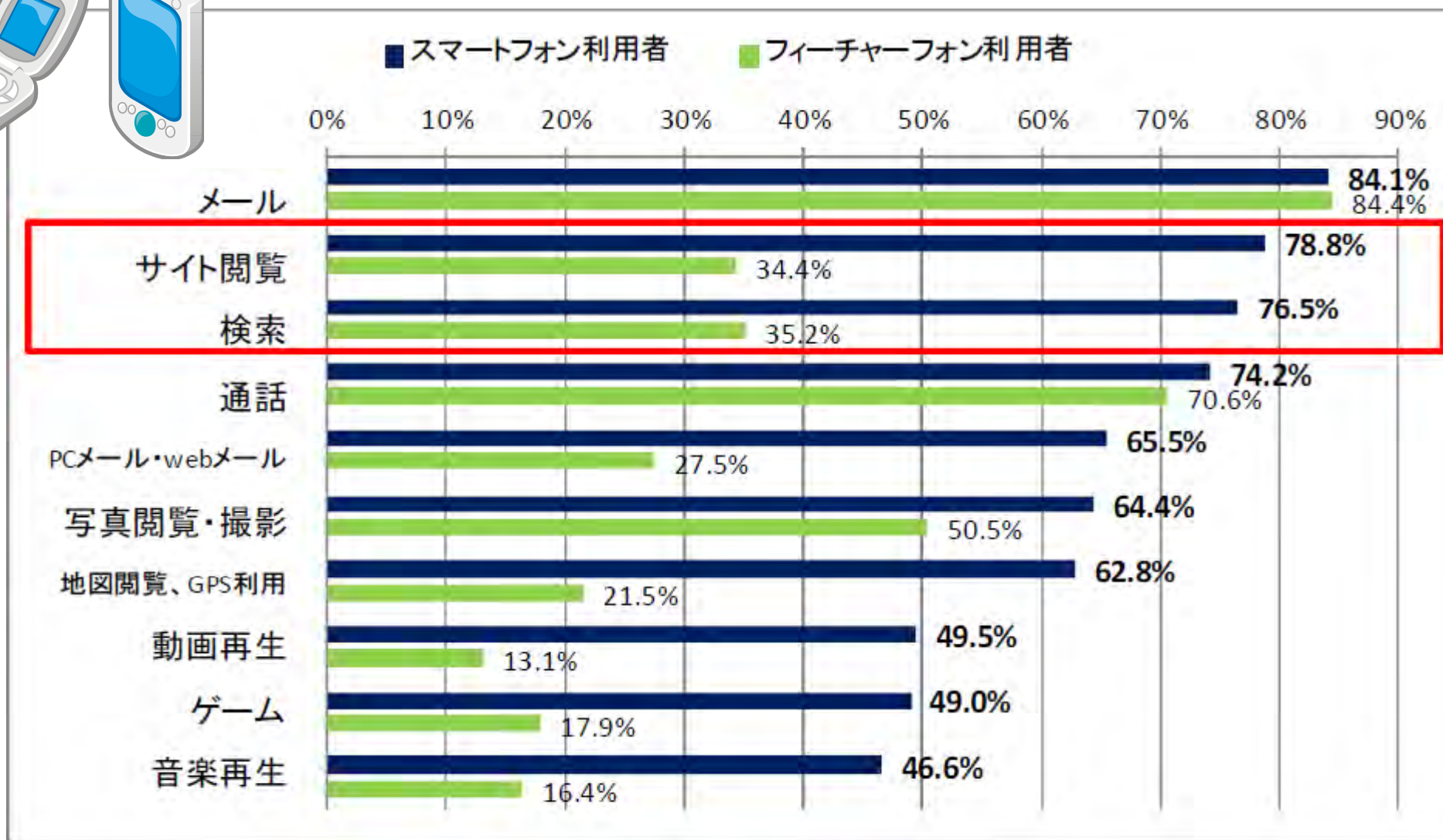
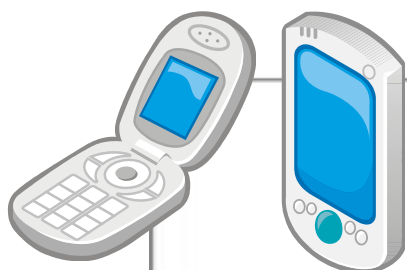
Base: Advertisers Who Have Mobile Optimized Website (US: 65; UK*: 34, FR*: 23; DE: 73; JP:85). *Caution: Small base size.

Q. What is your primary goal your company seeks to achieve with its mobile optimized website?

Note: In Japan, 80%+ also reported "Increase purchase online" and "Have a better presence after a sale" as goals.

出典: Google Inc.

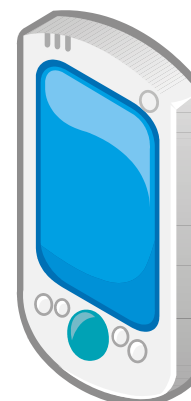
スマートフォン利用機能に関する調査



出典: デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

購買プロセスにおける検索手段

順位	「検索」	利用率
1	PCインターネット	93.6%
2	スマートフォン	61.6%
3	カタログ・パンフレット	8.5%
4	店頭	8.0%
5	テレビ	7.7%
6	友人・知人	7.4%
7	雑誌	4.8%
8	新聞	3.7%
9	店舗スタッフ	3.4%
10	電車・バスなどの交通広告	1.5%

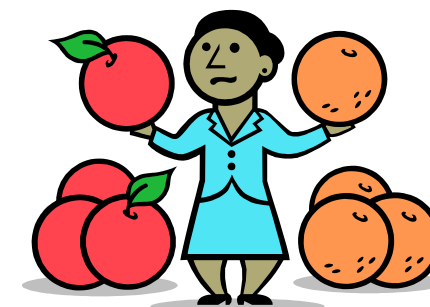
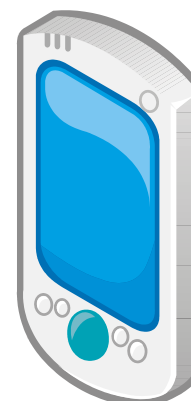


順位	「検索」	利用率
1	PCインターネット	95.7%
2	フィーチャーフォン	16.7%
3	カタログ・パンフレット	13.3%
4	テレビ	10.6%
5	店頭	10.3%
6	友人・知人	8.4%
7	新聞	6.5%
8	雑誌	5.2%
9	店舗スタッフ	4.8%
10	電車・バスなどの交通広告	1.1%

出典: デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

購買プロセスにおける比較・検討手段

順位	「比較検討」	利用率
1	PCインターネット	91.6%
2	スマートフォン	35.3%
3	店頭	25.5%
4	カタログ・パンフレット	23.0%
5	友人・知人	13.1%
6	店舗スタッフ	8.7%
7	雑誌	7.1%
8	テレビ	7.1%
9	新聞	2.9%
10	その他	0.9%

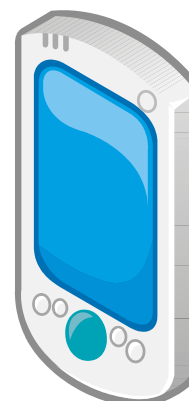


順位	「比較検討」	利用率
1	PCインターネット	91.5%
2	カタログ・パンフレット	30.3%
3	店頭	29.9%
4	友人・知人	12.9%
5	テレビ	11.4%
6	店舗スタッフ	8.8%
7	雑誌	8.7%
8	フィーチャーフォン	8.5%
9	新聞	5.9%
10	電車・バスなどの交通広告	1.1%

出典: デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

購買プロセスにおける購入手段

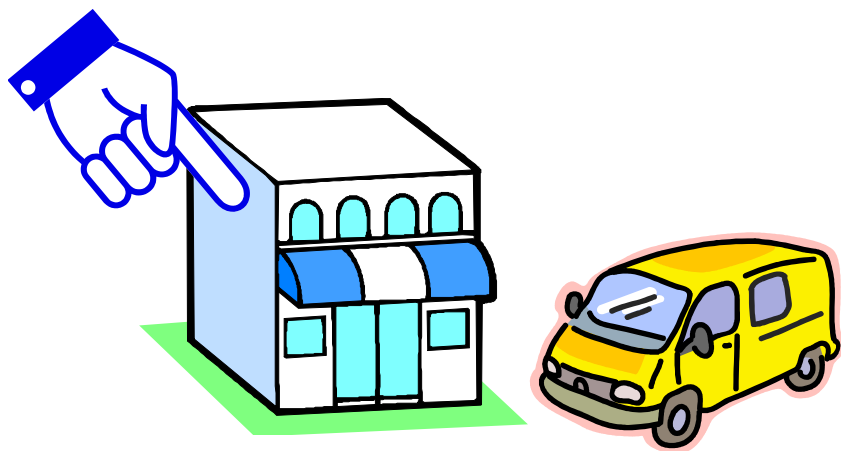
順位	「購買」	利用率
1	PCインターネット	65.6%
2	店頭	47.2%
3	スマートフォン	20.7%
4	カタログ・パンフレット	17.5%
5	店舗スタッフ	16.1%
6	友人・知人	13.3%
7	雑誌	4.3%
8	テレビ	3.8%
9	新聞	1.8%
10	その他	1.3%



順位	「購買」	利用率
1	PCインターネット	63.0%
2	店頭	54.2%
3	カタログ・パンフレット	22.7%
4	店舗スタッフ	15.9%
5	友人・知人	14.2%
6	テレビ	6.3%
7	フィーチャーフォン	4.1%
8	新聞	2.7%
9	雑誌	2.7%
10	その他	1.3%

出典: デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

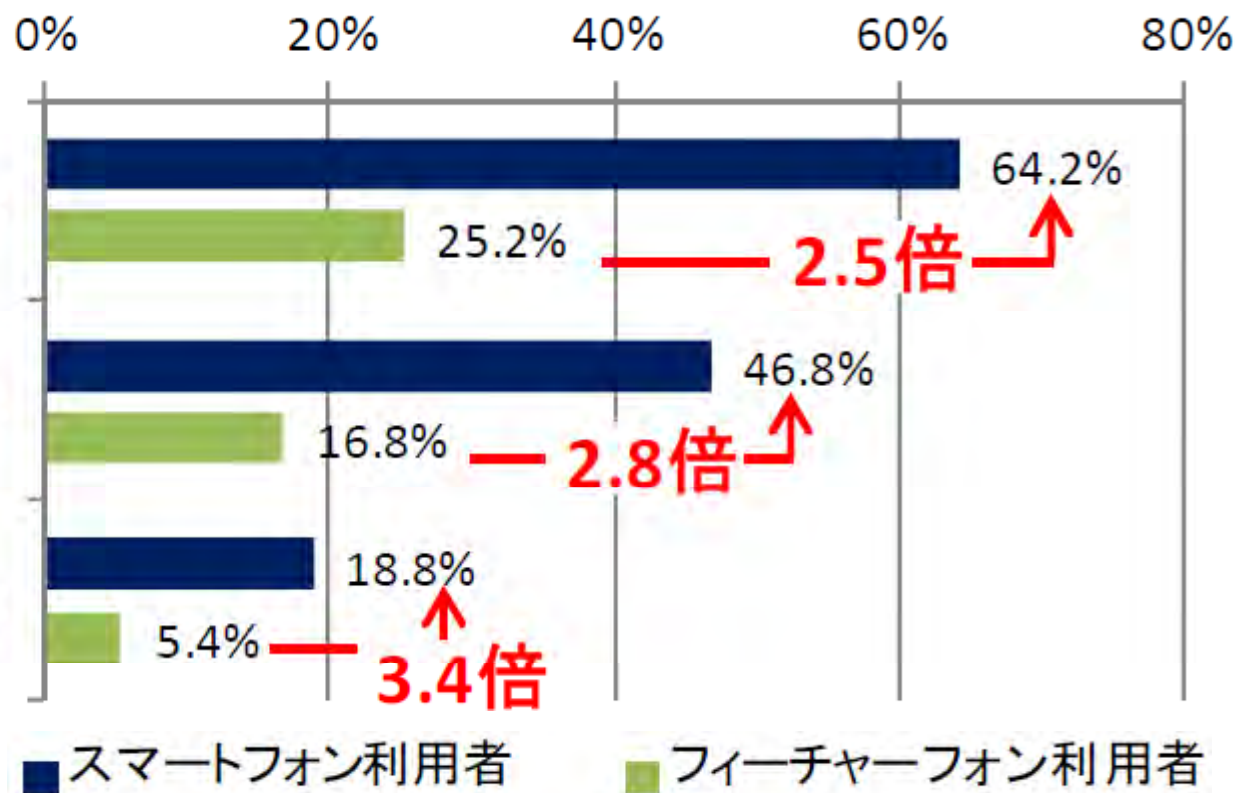
スマートフォン店頭誘導効果について



GPSを用いて店舗を検索した

GPSを用いて店舗に行った

GPSを用いて行った店舗で商品を購入した



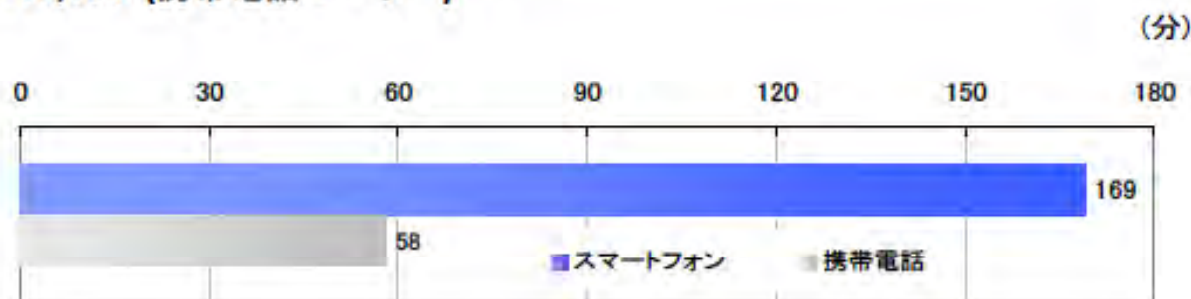
出典: デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

スマートフォン利用状況に関する調査

【図1-a】スマートフォン／携帯電話ユーザーの1日当りWeb閲覧時間

n=1,400 (スマートフォンユーザー)

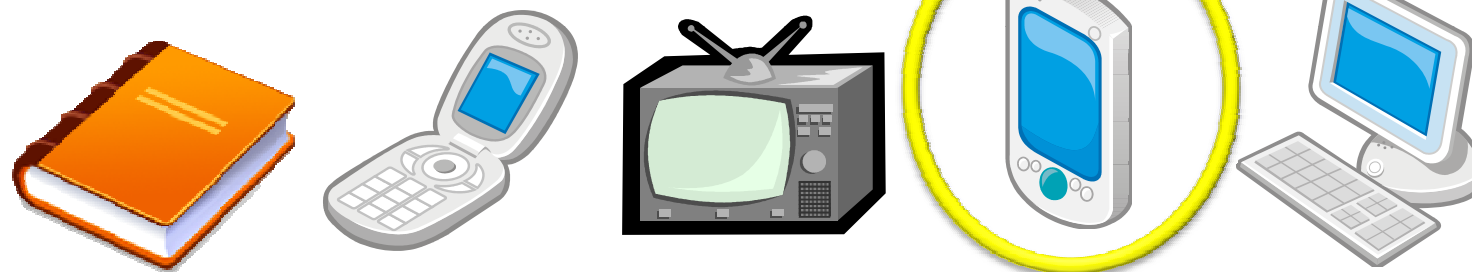
n=17,156 (携帯電話ユーザー)



出典: 株式会社MM総研

□ スマートフォン利用者は
ウェブサイトの閲覧時間が
ケータイ利用者の**3倍**に

□ 情報アクセスのマルチデバイス化が進む中で、スマートフォンが重要な
位置を担う可能性



Webサイトのスマートフォン 最適化の必要性

スマートフォン向け最適化サイトとは



(事例1) スマートフォン最適化によるサイト誘導効果

□ 検証実施内容



携帯向け案内メールの受信許可をしているiPhoneユーザーに対して、下記2種類のメールをランダムに送付

iPhoneでの閲覧に最適化したHTMLメール
従来型の携帯向けHTMLメール(リッチテキスト)



上記2種類のメールに対して、メールを受信したユーザーのクリック率を測定し、比較

スマートフォン最適化によるサイト誘導効果



最適化メール



アイコン表示

画像スライド

ブロックリンク



携帯用メール

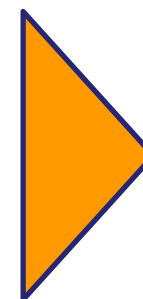


iPhone最適化メールのクリック率は従来のメールに比べ**1,6倍**の結果に

出典: 株式会社ディレクタス

(事例2) サイト離脱までの平均時間比較

□ 検証実施内容



他のURLサイトへ遷移するまでの滞在時間を集計
ランディングページのスマートフォン対応/未対応別に平均値を算出

スマートフォン対応/未対応サイトの定義

対応サイト

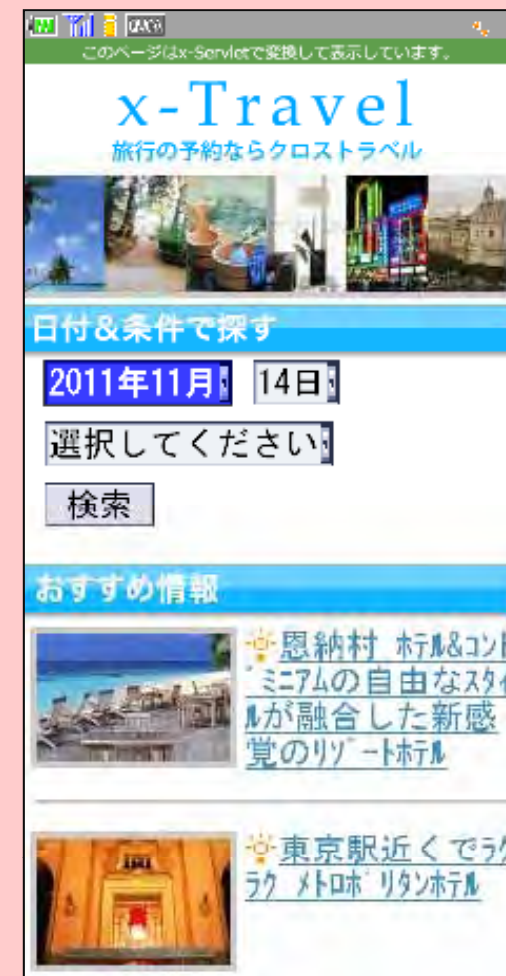


スマホ専用サイト

未対応サイト



PCサイト

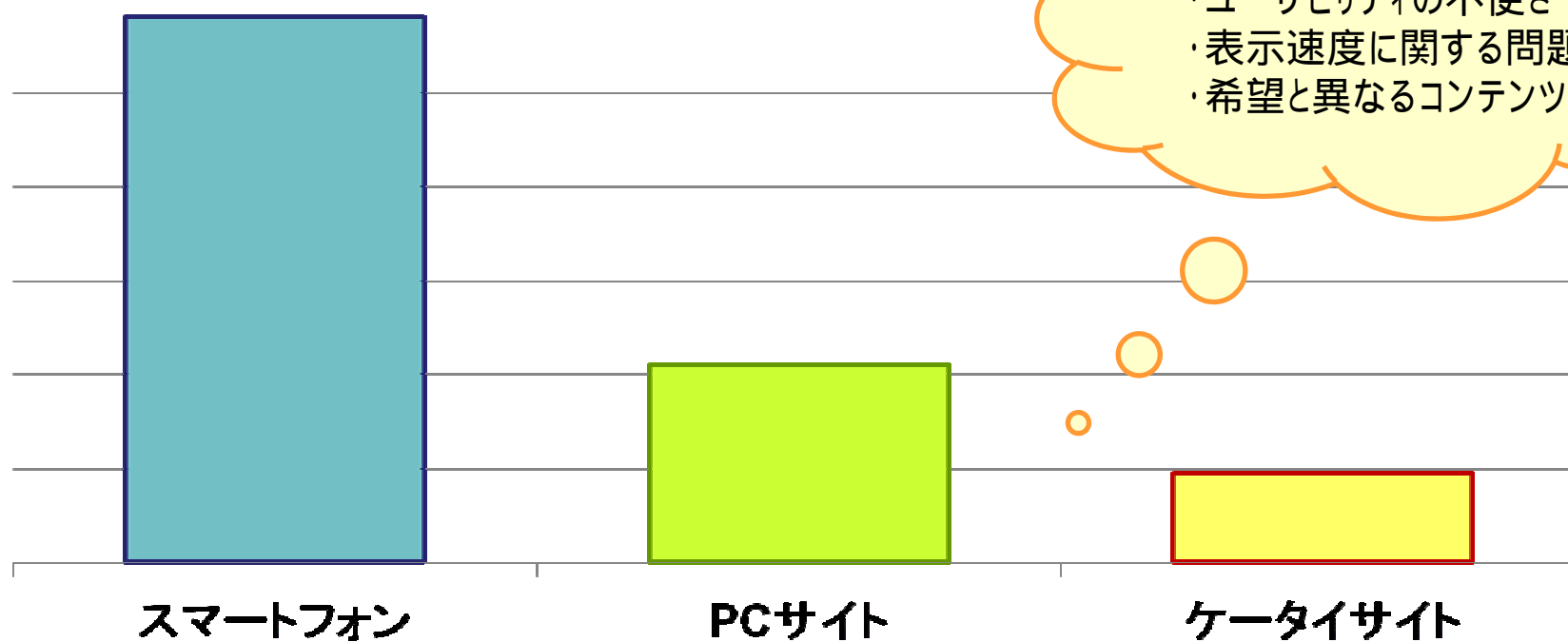


ケータイサイト

未対応ページのサイト離脱時間が非常に短い結果に



ランディングページ比較：他サイト遷移までの平均時間比較



予想される問題点

- ・ユーザビリティの不便さ？
- ・表示速度に関する問題？
- ・希望と異なるコンテンツ表示？



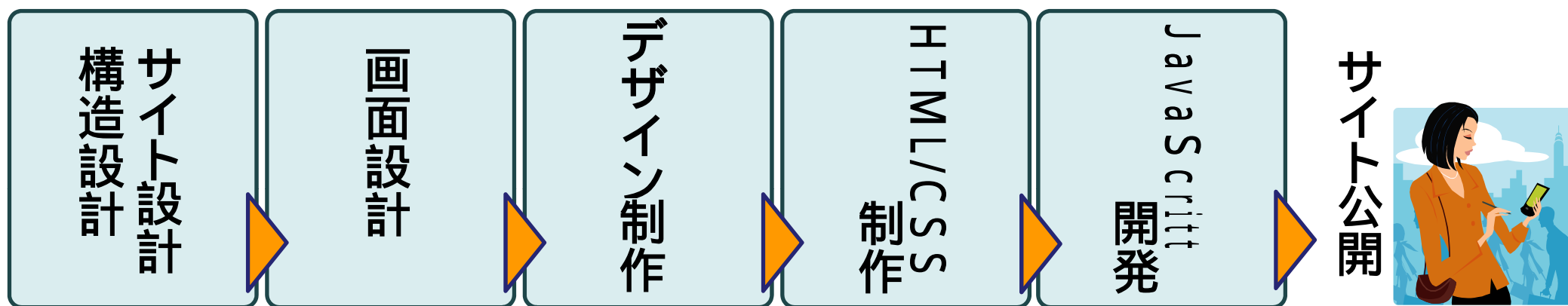
出典：ヤフー株式会社

最適化コンテンツ作成の問題点

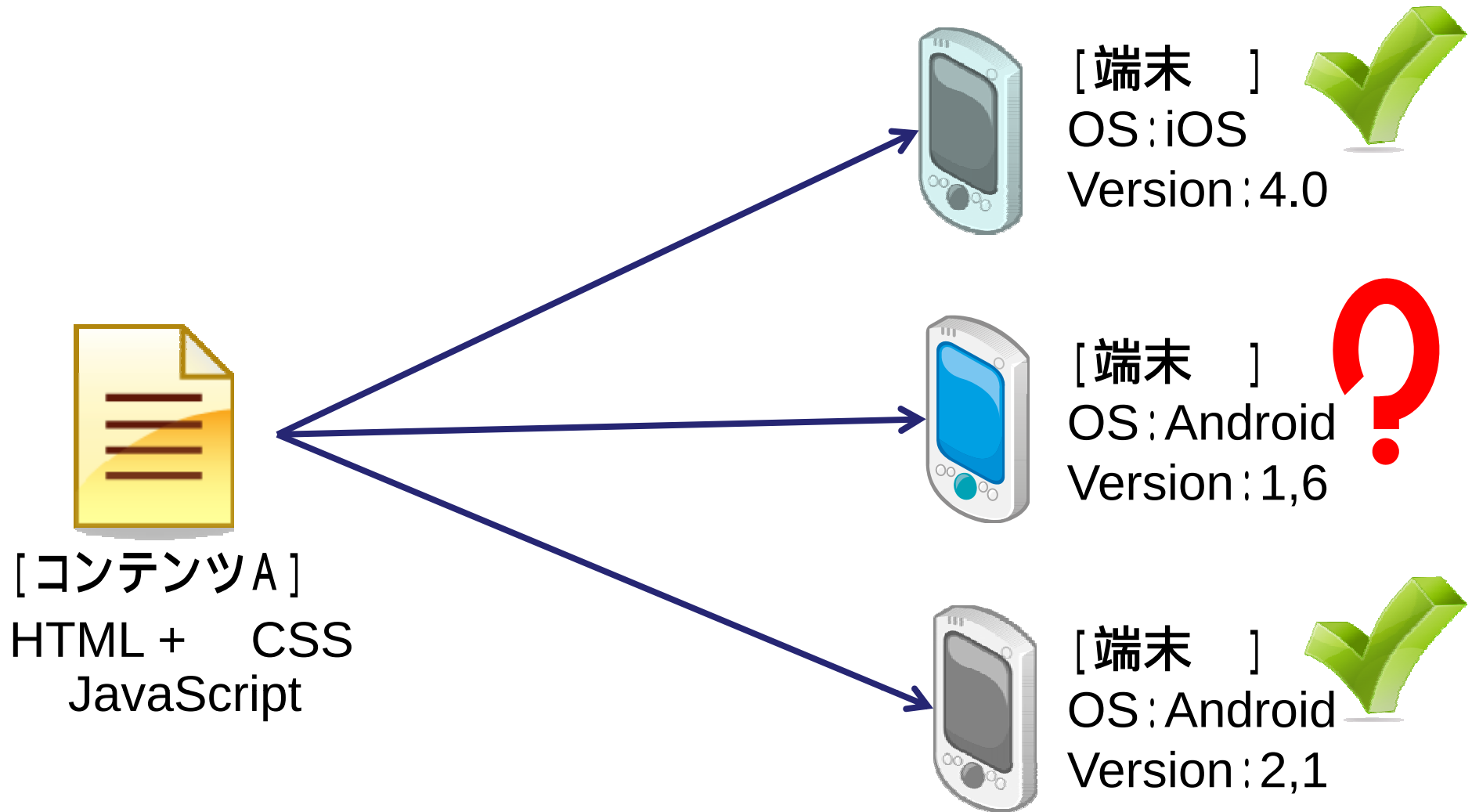


HTML + CSS
JavaScript

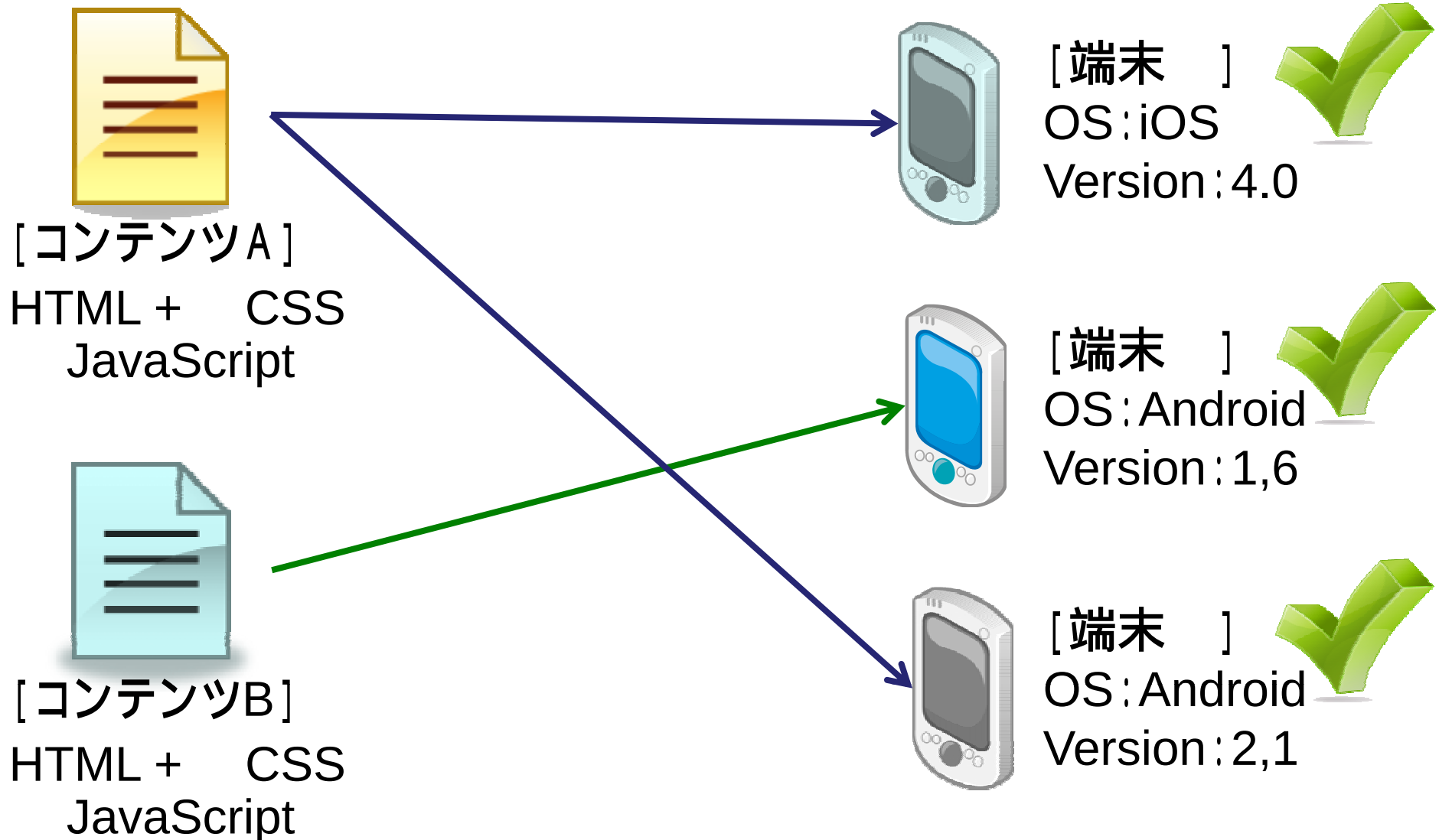
□ スマートフォンサイト開発のながれ



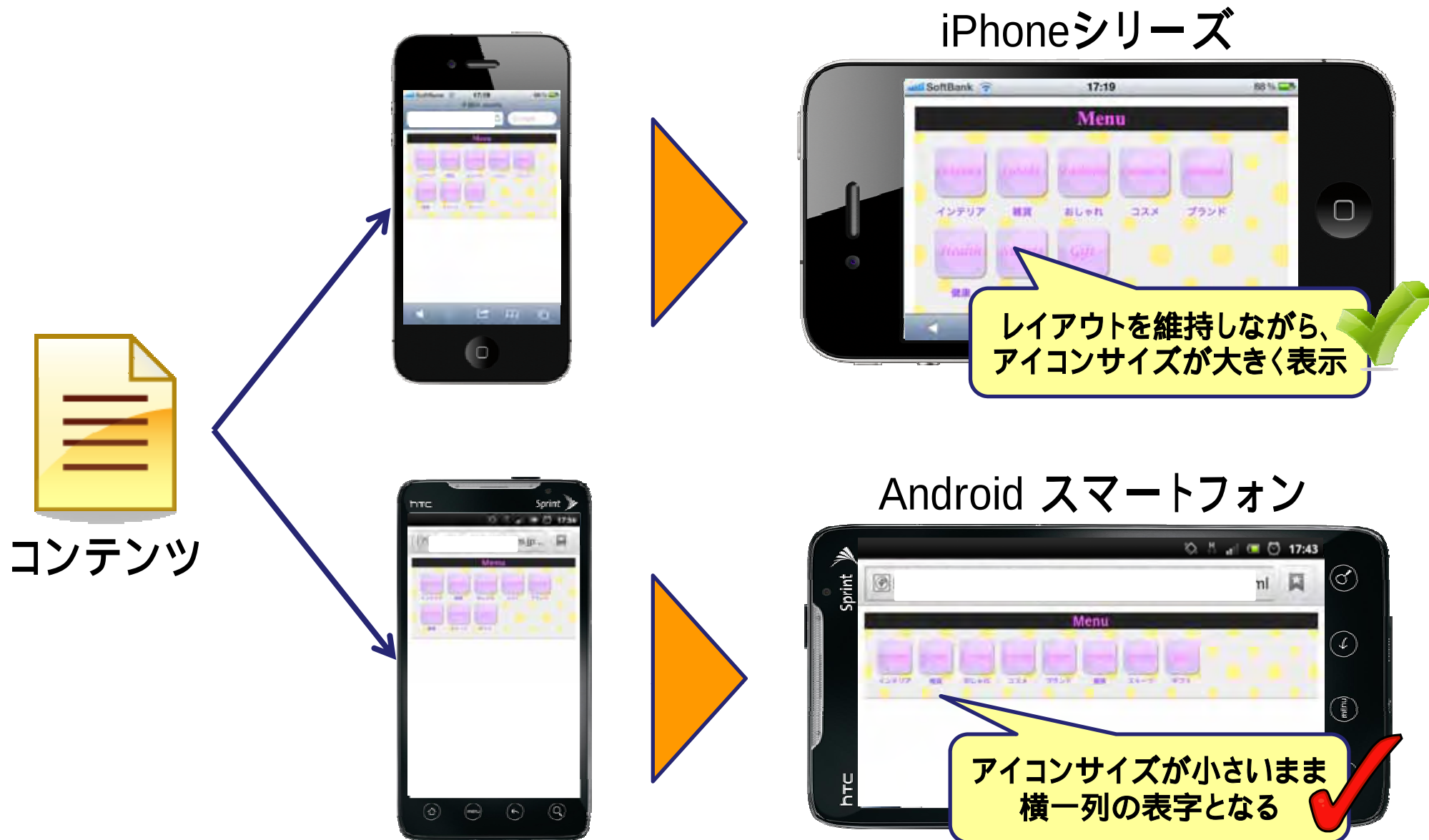
OS・端末毎のブラウザ仕様による表示問題



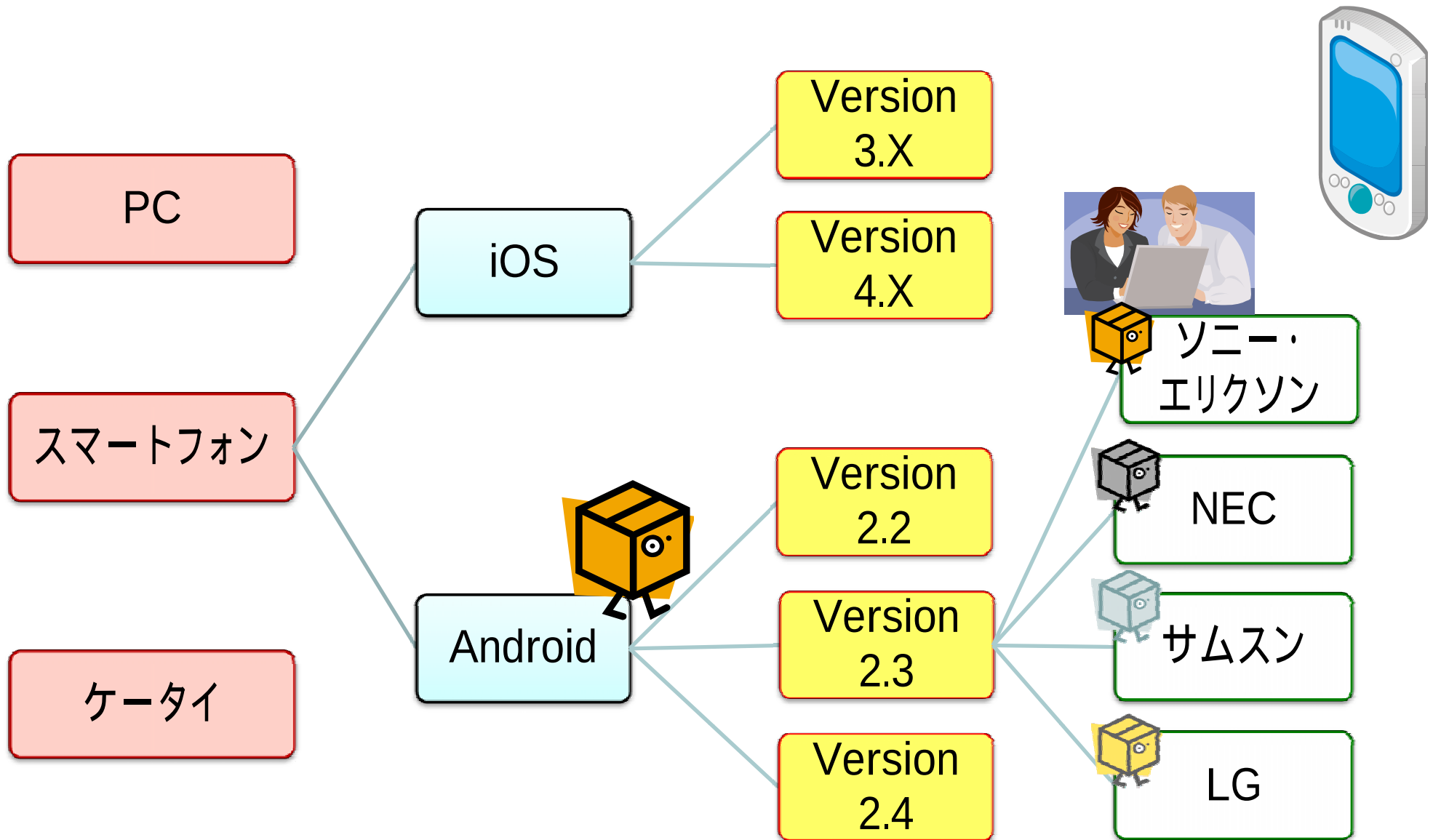
OS・端末毎のブラウザ仕様による表示問題



OS・端末毎のブラウザ仕様による表示問題例



Webサイト表示に関するスマートフォンの問題



- Google - MMA Global Perspectives Study.pdf
<http://services.google.com/fh/files/blogs/Google-MMA%20Global%20Perspectives%20Study.pdf>
- デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社-スマートフォンの購買プロセスにおけるメディアとしての有効性
http://www.dac.co.jp/Contents/pdf/press/2011_sd_research.pdf
- Impress R&D -スマートフォン利用動向調査報告書2011
<http://www.impressrd.jp/profile>
- 株式会社ディレクタス-スマートフォン最適化メールトライアル効果検証レポート
<https://e-mag.jp/directus/info/download/111026/>

〒135-8110

東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロント

SCSK株式会社

【モバイルソリューションに関するお問い合わせ】

ITエンジニアリング事業部 ミドルウェアソリューション部

TEL: 03-5166-1320 / FAX: 03-5859-3087

E-mail: flexfirm-sales@ml.scsk.jp