

オンラインセミナー

1/20 (水) 14:00 - 15:00

今さら聞けない!

電子ブックの
「活用方法」と「売り方」
をお話しします!!



電子ブックとは

電子ブックの2大活用方法
・パブリック ・プライベート

事例紹介

提案の流れ

スターティアラボ株式会社
クラウドアプリケーション事業部
セールスグループ 兼 カスタマーサクセスグループ
シニアマネージャー
小此木 将（オコノギ ショウ）

2012年 新卒入社 新規営業に従事
2017年 マネージャー就任
2018年 マネージャー部門 全社1位
2019年 全国のセールスを統括する営業責任者
2020年 カスタマーサクセス責任者を兼任

群馬県出身の元高校球児🏆
二児の父としても奮闘中です！



Twitter

営業、マネジメント
についてつぶやいてます！



note

営業、マネジメント
について書いてます！



取材記事

オンラインセールス
について取り上げられました！



Mission : 知りたい前に見つかる体験を創る

社名 : スターティアラボ株式会社(Startia Lab, Inc)

設立 2009年4月1日

資本金 150,000千円

代表取締役 北村 健一

本社 : 東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリスビル19階

支店 : 大阪支店、福岡支店、台湾支店

事業内容 :

Webアプリケーションの企画・開発・保守・販売

親会社 : スターティアホールディングス (東証一部上場)

 東京証券取引所 市場第一部
(証券コード : 3393)



クラウドアプリケーション事業
マーケティングツールの開発・提供

実績 **4,000**社



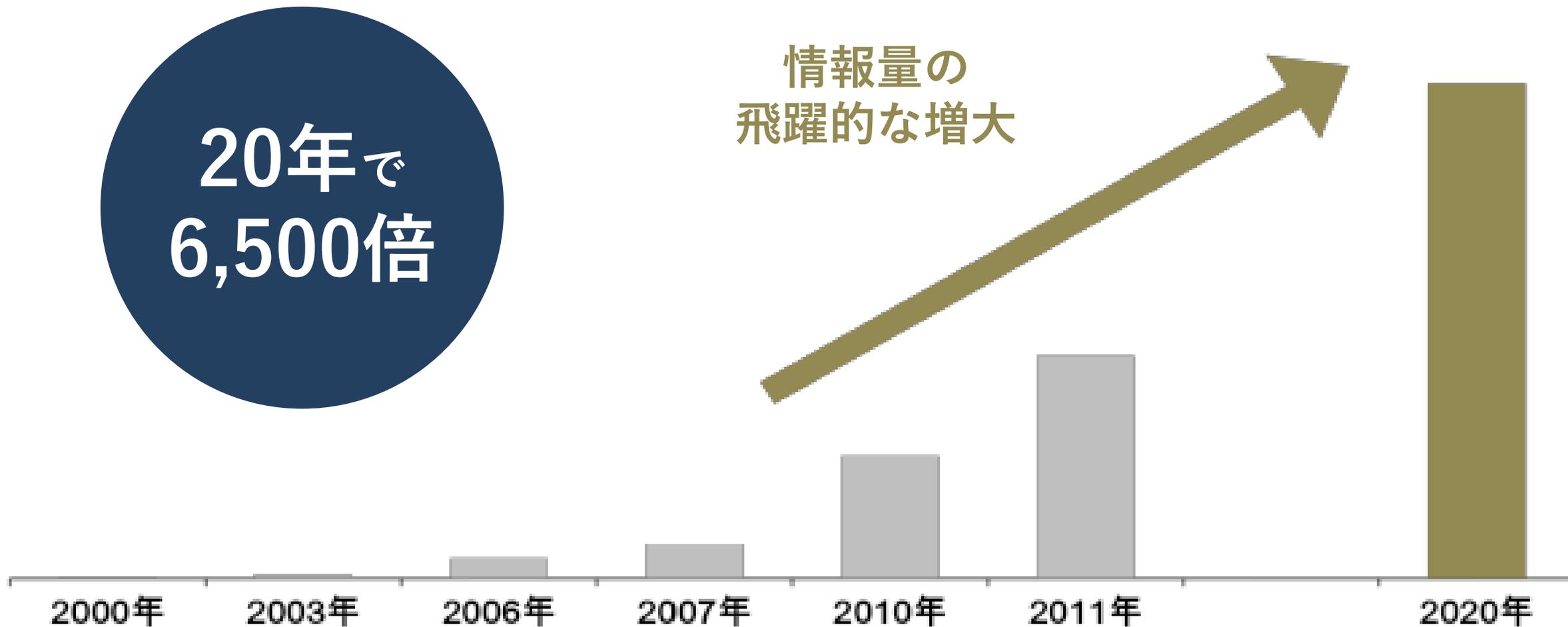
Webプロモーション事業

Webサイトの企画・制作・SEO・広告
コンサルティング

実績 **2,500**社

20年で
6,500倍

情報量の
飛躍的な増大



「知りたい」

「見つかる」

timeline



検索

広告、要ITリテラシー

「見つかる」

「知りたかった」

timeline



テクノロジー

「誰でも気持ちよく」

電子ブックとは

電子ブックの2大活用方法
・パブリック ・プライベート

事例紹介

提案の流れ

電子書籍
リフロー型



電子書籍用として普及
端末に最適化
作成が**専門知識必要**
制作期間は**2日以上**

電子ブック
画像(FIX)型



ActiBook
by CloudCIRCUS

電子カタログ、資料として普及
既存の紙データを2次利用
作成に**専門知識不要**
制作期間は**数分**

スターティアラボが提供する電子ブック（ActiBook）とは

PDFデータ・mp4データをクラウド上のシステムにアップロードするだけで簡単に電子ブックや動画を配信できるサービス



スターティアラボが提供する電子ブック (ActiBook) とは

目次表示
サムネイル
テキスト



検索機能 (ハイライト表示)
※大文字・小文字同時検索

このコンテンツをシェア

https://saas.actibookone.com/?cNo=18415¶m=MV8zXzc=&...

コピー

SNSシェア
QRコード表示

ブックの下段に
説明を追加できる
(非表示も可能)

sagamihara20190515

印刷ボタン
ON/OFF設定可能

ペン機能
付箋機能

リンク設定
動画埋込可能
(URL・動画・音声・
ファイル・ページ)

コンテンツ内の文字を検索

12 / 14

通常 拡大 全画面

電子ブック導入実績 **2571**社

ActiBookは、現在70以上の業種・用途で企業様に活用いただいております。
立ち読みからカタログ、社内資料の電子化など幅広く利用可能です。

印刷関連



出版関連



Web・広告
システム会社



小売・卸売
製造メーカー



その他



売上UP

閲覧機会の増加

One to Oneマーケティング

会員向けサービス

利便性向上（検索）

業務効率化

利便性向上（検索）

営業資料・マニュアル

ノウハウの蓄積
社内ログ管理

マルチデバイス

電子ブックとは

電子ブックの2大活用方法
・パブリック ・プライベート

事例紹介

提案の流れ

WEBカタログやWEB会社案内など、多くの方に関覧されることを前提とした活用方法



電子ブックとPDFの違い

	電子ブック	PDF
校正	紙のレイアウトと同じなので校正不要	紙のレイアウトと同じなので校正不要
印刷	◎ (PDF印刷も可)	◎
拡大	文字や画像の拡大が簡易的・直感的操作で可能	拡大すると縦、横共にスクロールバーでの操作が必要になり、わかりにくい
ユーザーアクション	Htmlの10倍のクリック率	平均直帰率html:46%～ 47%、PDF95%～96%
操作感	本物の本のようにめくって見れるので操作感が分かりやすく高齢者にも受け入れられやすい	縦スクロールの表示のため読み飛ばされやすい
表示時間	ストリーミング形式で表示 (ダウンロードしたページから表示されるためすぐに閲覧できる)	ダウンロード型なので200Pなら200Pすべてを読み込んでの表示なので閲覧まで時間がかかる
セキュリティ	会員機能で閲覧制限が可能	セキュリティソフトを導入しないといけない
付箋	付箋をつけ外部リンク、内部リンクへ誘導可能	付箋はつけられない
価格	有料	無料

※クリック率はyahoo!のビューティーのページで通常のHPのリンクと比べた比率です。

①アクション率が違う

yahooのファッションのページで電子ブックが採用されておりますが、そちらに設置されているリンクのクリック率が、通常のHPのリンクのクリック率に比べ**平均して10倍成果**を出しております。

②PDFはインターネット上での閲覧では嫌われる

gooリサーチの調べでは、PDFはインターネット上では、ユーザーから嫌われる傾向にあるという結果が出ております。嫌われるHPランキングでは第4位にランクインしており、1位を100としたときに、79点という高得点を取ってしまっております。

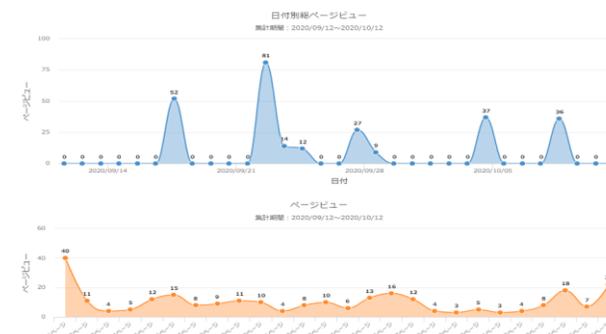
某ログ解析業者調べでは、Webサイトの平均直帰率は46%~47%なのに対し、PDFは**95%~96%**となっております。

③見られ方が違う

全く同じ媒体を電子ブックとPDFで見せたときに、どのような読まれ方の違いがあるのかを調査した実験がありました。その結果、電子ブックはPDFに比べて、**全頁確認されやすく最後まで読まれやすい**という特性があると出ております。

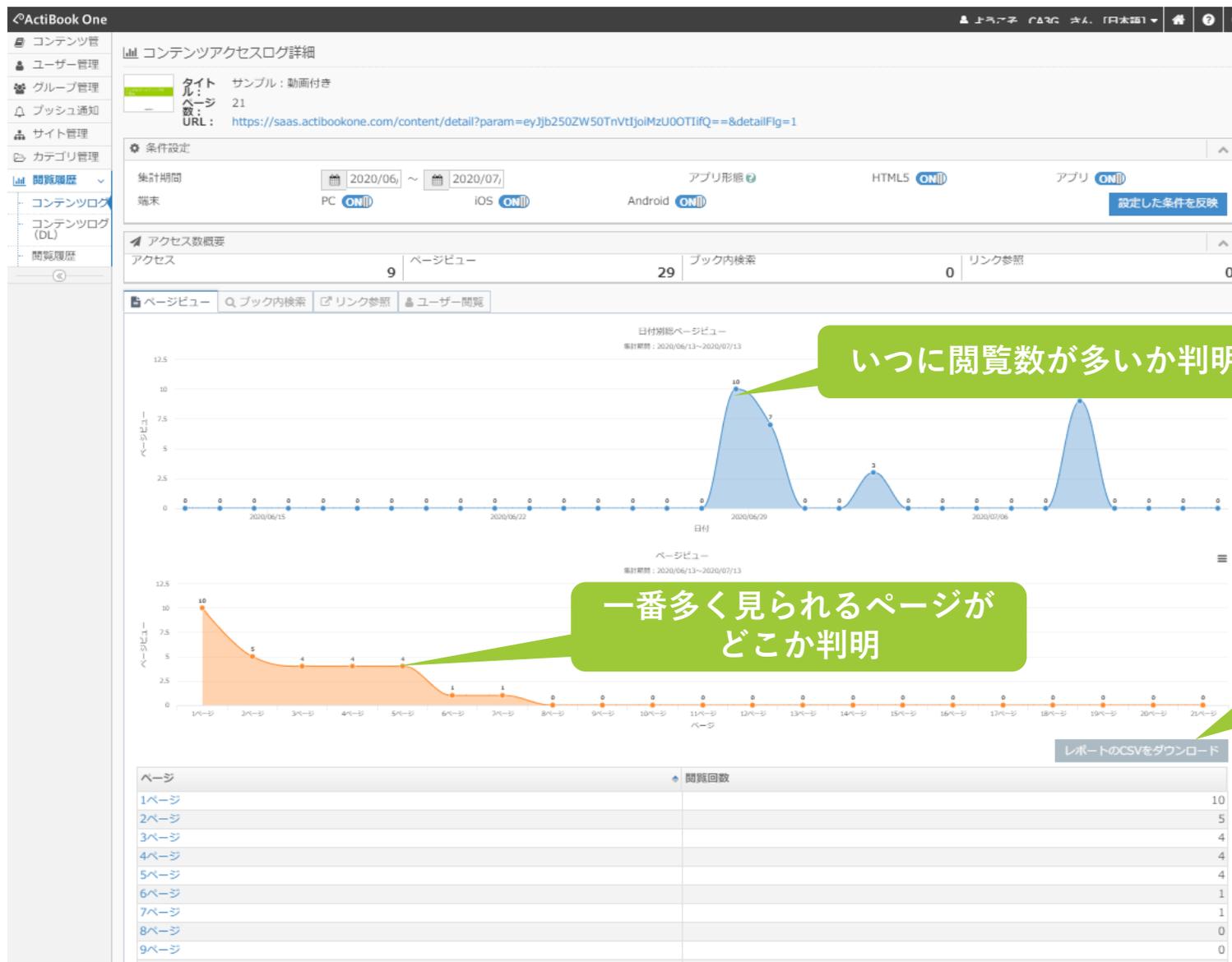
④人気のページがどこか分かる（ログデータの取得）

電子ブックでは、**どのページがどれくらい見られたかのデータを取得することが可能**です。よく見られたページやあまり見られなかったページを分析することにより**次のコンテンツ制作や他の施策に活かすことが可能**です。



上のグラフ：いつどれくらい見られたか
下のグラフ：どのページがどれだけ見られたか

ログ管理(コンテンツアクセスログ)



コンテンツごとの

- ①アクセス数
- ②ページビュー数
- ③ブック内検索ワード数
- ④リンク参照数
- ⑤ユーザー閲覧数

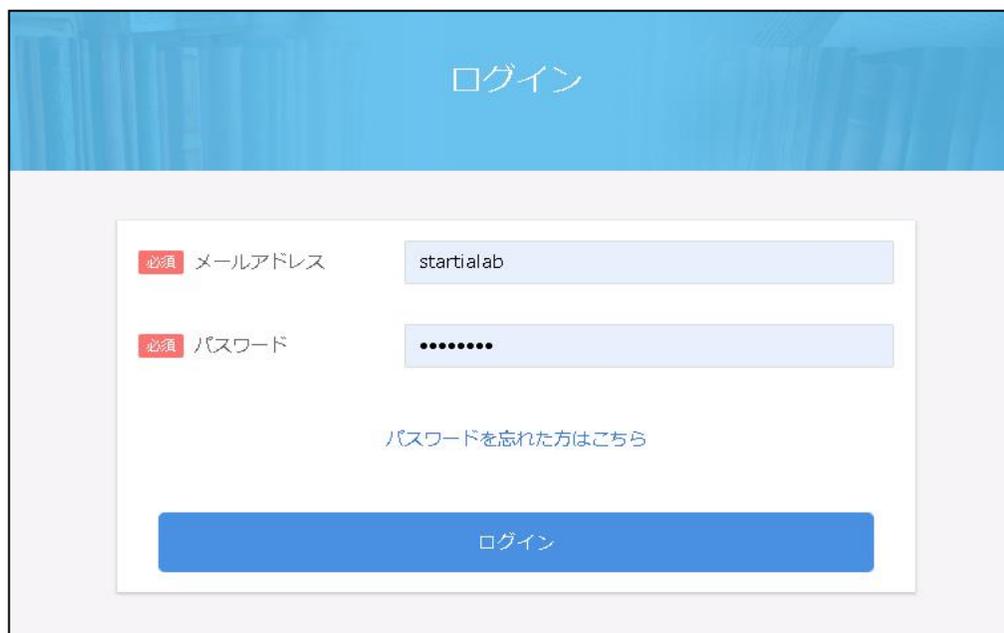
いつに閲覧数が多いか判明

一番多く見られるページがどこか判明

CSV出力も可能

プライベート（限定公開）での活用方法

特定のユーザーに電子ブックを閲覧させる活用方法



ログイン

必須 メールアドレス startialab

必須 パスワード

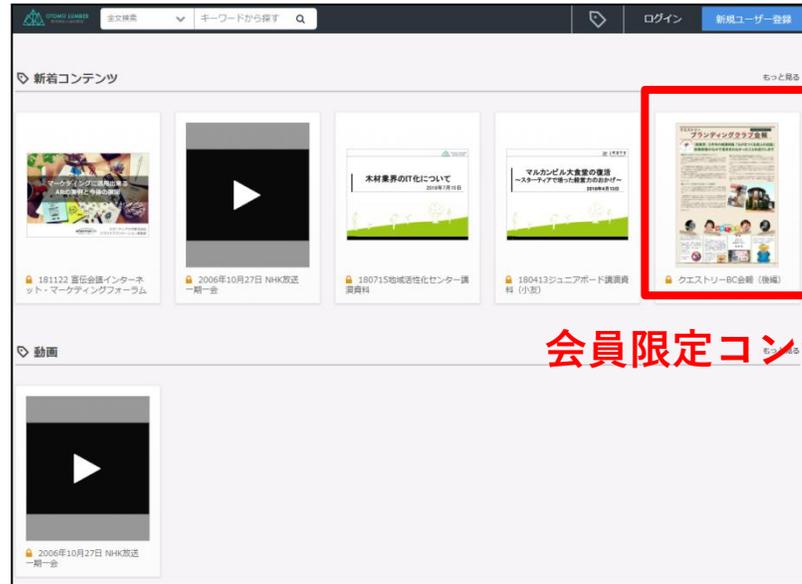
[パスワードを忘れた方はこちら](#)

ログイン



会員と非会員で閲覧できるブックを出しわけるケース

①HOME画面は誰でも閲覧可能



②「新規ユーザー登録」 (会員登録)

必須 メールアドレス ai.kimura@startialab.co.jp

必須 パスワード *****

パスワードを忘れた方はこちら

ログイン

新規ユーザー登録はこちら

ユーザー情報を入力してください。

必須 ユーザー名 例:山田太郎
15文字以内で入力してください。

必須 メールアドレス 例:example@mail.com
メールアドレスの形式で入力してください。

必須 パスワード
5文字以上、15文字以下の半角英数字で入力してください。

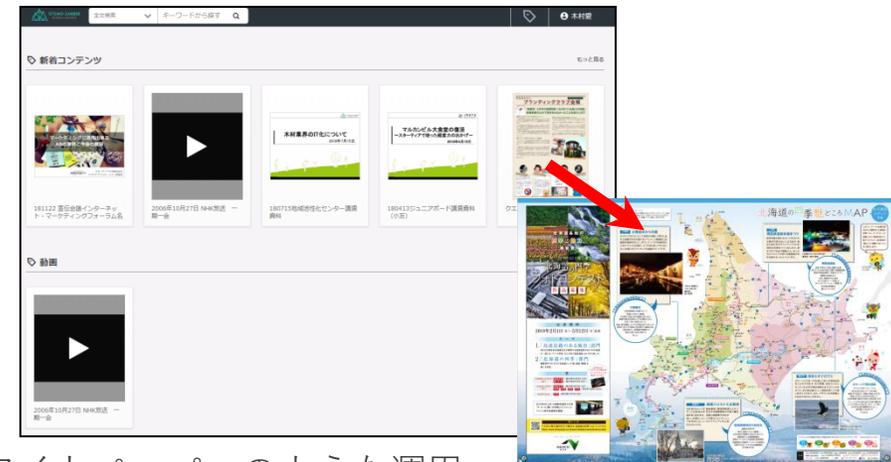
必須 パスワード確認用
5文字以上、15文字以下の半角英数字で入力してください。

利用規約をお読みの上、「利用規約に同意する」にチェックを付けて入力確認ボタンを押してください。

利用規約に同意する

キャンセル 登録

③ログイン後、閲覧可能になる



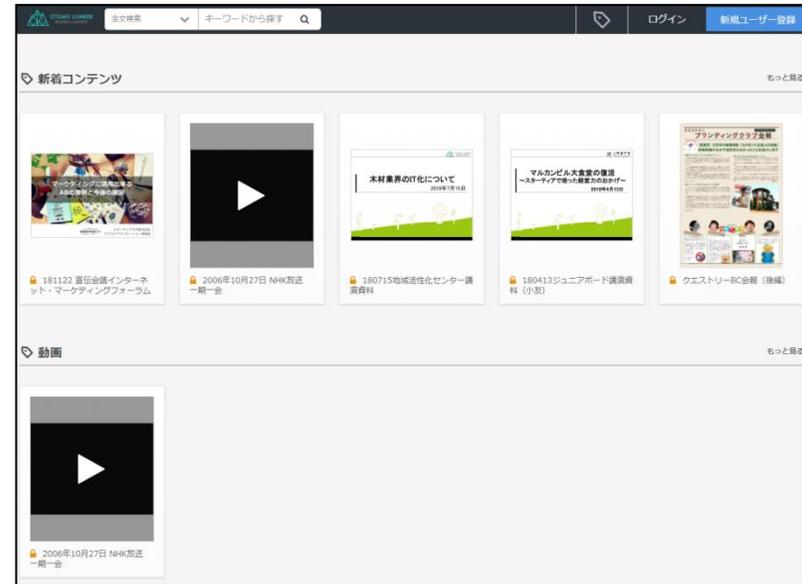
※ホワイトペーパーのような運用

会員にのみ閲覧させるケース

- ①HOME画面自体が閲覧不可
サイト管理者側でアカウント発行
許可されたユーザーのみログイン可能



- ②ログイン後、閲覧権限がある
コンテンツを閲覧可能



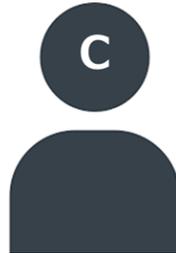
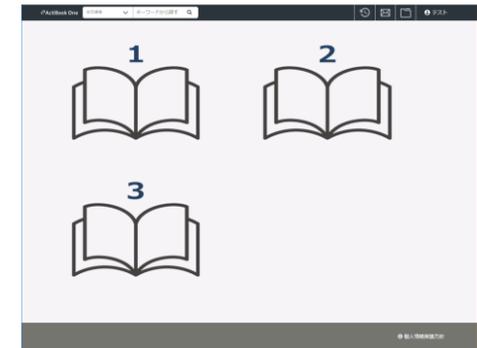
会員ごとに関覧コンテンツの出しわけが可能

電子ブックをカテゴリごとに分けたり、ユーザーごとに関覧できるコンテンツを指定するなどユーザー管理が可能。
ユーザー登録は手動・CSVインポートで一括登録

ユーザーごとに関覧できるコンテンツを設定可能



カテゴリ別にコンテンツを分けることが可能

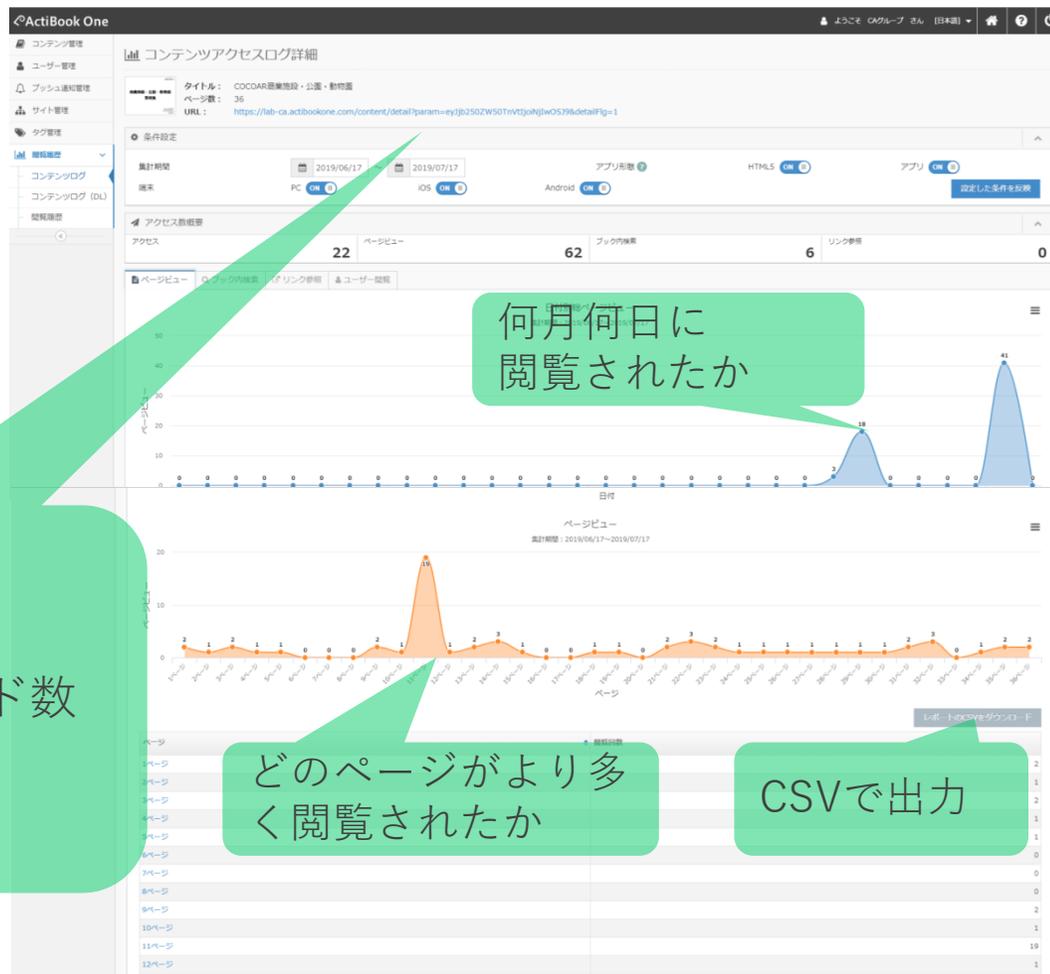


ActiBookの公開サイトを利用した場合があります

プライベート（限定公開）での活用方法

知識が無くてもログ分析が可能（管理画面で自動集計）

コンテンツ名	公開方法	種類	OS	端末	ユーザー名	閲覧開始日時	閲覧終了日時
sagemihara20190515	コンテンツのみ公開	直接	Windows	PCブラウザ		2020/04/03 17:34	2020/04/03 18:22
[送付用] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	直接	Windows	PCブラウザ		2020/04/03 17:14	2020/04/03 17:20
[送付用] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	直接	Mac	PCブラウザ		2020/04/02 17:57	2020/04/02 17:58
[送付用] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	直接	Windows	PCブラウザ		2020/04/02 16:25	2020/04/02 16:25
[送付用] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	他サイト	Windows	PCブラウザ		2020/04/02 15:13	2020/04/02 15:13
[提案書] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	直接	Windows	PCブラウザ		2020/04/02 10:36	2020/04/02 10:36
[送付用] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	他サイト	Windows	PCブラウザ		2020/04/01 22:14	2020/04/01 22:14
[提案書] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	他サイト	Windows	PCブラウザ		2020/04/01 15:23	2020/04/01 15:24
[提案書] CloudCircus_2020年度版	コンテンツのみ公開	他サイト	Windows	PCブラウザ		2020/03/31 16:49	2020/03/31 16:50



- ①導線
- ②OS
- ③端末
- ④ユーザー名
- ⑤閲覧開始日時
- ⑥閲覧終了日時

- ①アクセス数
- ②ページビュー数
- ③ブック内検索ワード数
- ④リンク参照数
- ⑤ユーザー閲覧数

電子ブックとは

電子ブックの2大活用方法
・パブリック ・プライベート

事例紹介

提案の流れ

JTBグランドツアー&サービス様

海外旅行を中心に展開する大手旅行代理店

【課題背景】

- ・友人や同居していない家族にツアーパンフレットを共有したいが郵送するのは面倒
- ・パンフレットを見たユーザーの熱を冷まさないうちに申込ページへ導線確保をしたい

【実施内容】

- ・ブック作成の内製化
- ・ログ確認による効果測定



電子ブックをご覧いただけます

<https://www.jtb-grandtours.jp/st/pamphlet/>

【結果】

- ・内製化による**制作コストの削減**が実現！
- ・ログ確認機能により、お客様の**興味・関心**が大きい**ツアーの可視化**ができるように！
- ・デジタルパンフレットからツアーページへの**スムーズなアクセス**を実現！

2020年3月発表のパンフレット



年末年始

2020年12月～2021年1月

[このパンフレットをみる](#)

2019年12月発表のパンフレット



オーストリア リーデルグラス紀行8日間

2020年6月・10月出発

[このパンフレットをみる](#)



春のシャンパーニュとパリ 7日間

2020年5月出発

[このパンフレットをみる](#)



フランスベッド様

ベッド国内販売トップシェアの老舗ベッドメーカー

【課題背景】

- ・ 製品データベースが欲しいが構築にコストがかかりすぎる
- ・ HPのアクセスの大半を締めるスマホユーザー向けに見やすいコンテンツを作りたい

【実施内容】

- ・ ブック作成の内製化
- ・ HP上で気になる製品をクリックすると電子ブックの該当ページへリンク
- ・ 製品ごとにYouTubeリンクをつけ詳細解説



電子ブックをご覧ください

<https://medical.francebed.co.jp/>

【結果】

- ・ データベース構築より安価に全商品を見せることが可能に
- ・ YouTubeリンクにより商品の**具体的なイメージ**を見せることができた
- ・ スマホ対応の電子ブック実現により、**スマホユーザーへの利便性向上!**



株式会社FDK 様

▼課題

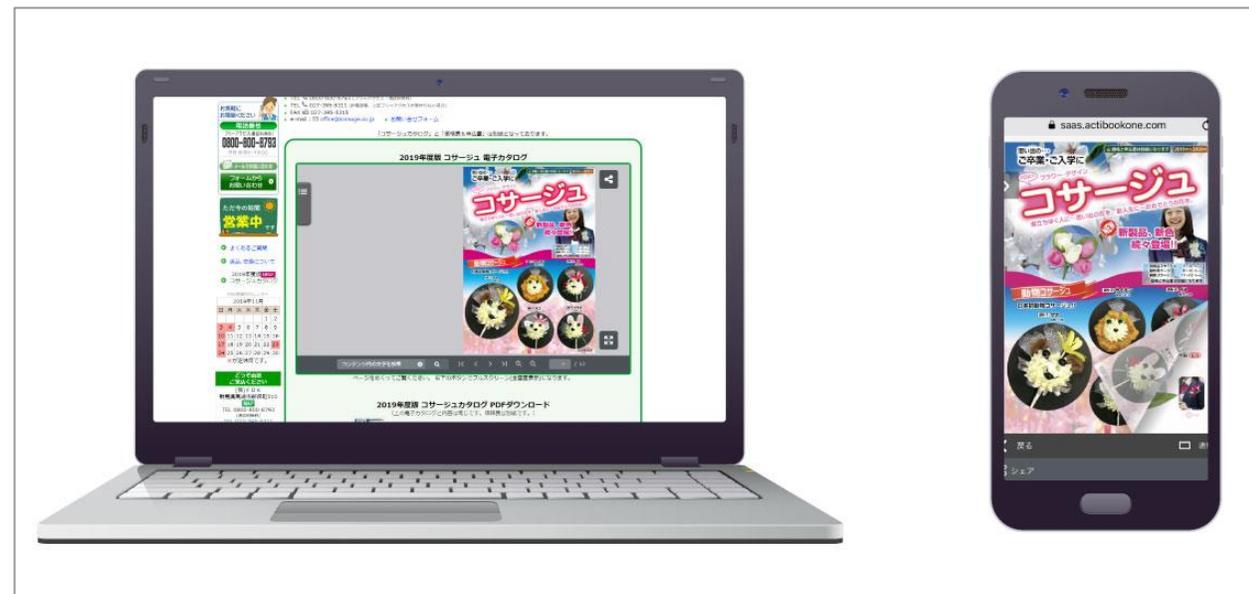
ウェブサイトに商品カタログをPDFでアップしていましたが、スマートフォンからだと見づらく、その都度ダウンロードしなければならないという課題があった。

▼課題に対してActiBookOneが評価されたこと

HTMLに作成した電子ブックを埋め込み、ダウンロード不要でウェブサイト上でそのまま閲覧できるため、スマートフォンからも見やすい形で公開でき多くのお客様が閲覧してくれた！

▼事例詳細はこちらご覧いただけます

<https://actibookone.jp/media/case/fdk>



店舗メニュー×デジタル化

1. 接触感染防止
1. メニューの消毒の手間が減る
1. メニュー詳細を見せる（見る）ことができる
1. シェアが可能



withコロナでは接触感染を防ぐために手に触れるものはすべて消毒しており、飲食店などのメニュー表もその対象。

従業員の時間も割くなか、自身のスマホでメニューを見せることで接触感染のリスクを予防できます。有名アミューズメント施設などでも、この取組を行っており、実際にデジタルシフトする飲食店や施設も増えることが予想されます。

▼取り組み： 電子ブック「品質管理365日」を公開

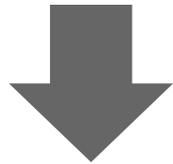
印刷事故防止に関する「品質管理365日」を出版。
第5集より電子化し公開。

印刷事故が発生すると、
事故原因・発生プロセスを分析して、再発防止に取り組んでいる。
印刷事故内容や原因の分析のみならず、
事故金額も公開している、大変珍しいケースだといわれている。

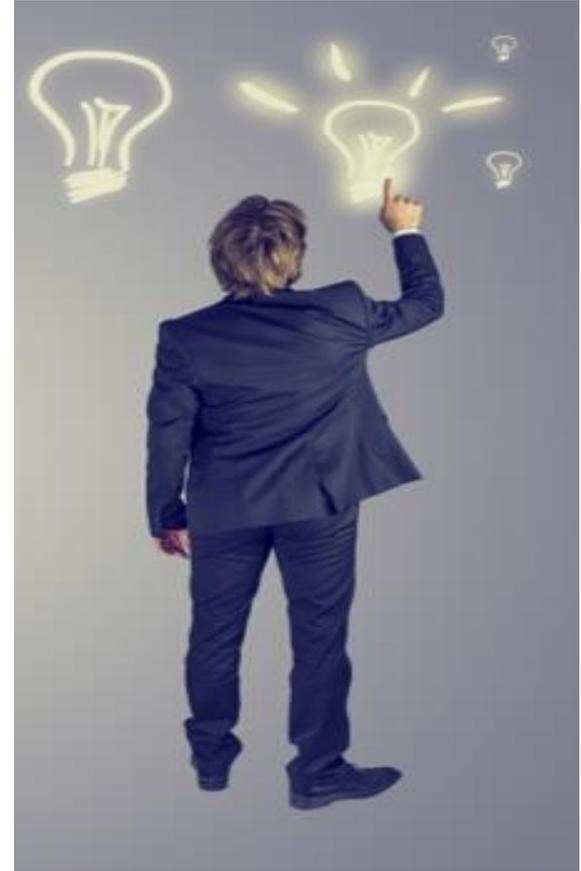


実施結果：大きな反響を生み、
業界紙のサイトなどでも好意的に記事として掲載

しかし、ログ分析してみると課題点が顕在化。



ログデータを活かして
第6集からは編集方針を変更



事例：富士精版印刷様

▼課題：ユーザーが検索をかけても、知りたい情報にたどり着けていない

→第5集までは、社内向けの事故報告書を本にまとめているだけで、あまり社外の読者を想定しておらず、自分たちでは気づかない点や見落としをしている点が明確になった。

▼気づかなかった点：「社内用語」と「専門用語」

→社内ではトラブル用語で「インキが湧く」という表現をしていたが、ネットで検索しても出てこない。ネットや専門書で調べてみると「インキの戻り」と表現する事が多い事が判明。言葉の取違えが重要なトラブルに結びつく可能性に。

▼実施内容：第6集を制作

→第5集のログ解析を編集方針に生かし、用語の見直しも行い、検索性と便覧性を高めた。

実際にご覧いただけます▶



①資料を電子化することで多くの人に見てもらえる

→Web掲載により媒体を持っていなくても不特定多数が閲覧できる。

②多数の閲覧からログとして数値などを可視化

→閲覧データを可視化させることで次回改善の根拠となる。

③改善の高速化

→ログが把握できることで次回に何をすべきなのかが顕在化しやすく、行動計画が立てやすくなる。

フォーエバーリビングプロダクツジャパン 様

ネットワークビジネスの大手企業、会員向けに電子カタログと動画を配信

【課題背景】

- ・ 100万人の会員に営業カタログを紙で郵送するには費用がかかる
- ・ 会員が営業活動を行うのは出先のカフェ、紙だと荷物が重く場所を取る
- ・ 最新の正しい情報を届けたい

【実施内容】

- ・ 会員向けに電子ブックポータルサイト化
- ・ 商品紹介の動画配信



電子ブックをご覧ください

<https://www.flpj.co.jp/app-download.html>

【結果】

- ・ 郵送費のコスト削減
- ・ 会員が出先で気軽に商品説明できるようになった
- ・ バックナンバーの横断検索ができ、利便性向上



某大手アパレル企業様

【課題背景】

- ・世界中の各言語ごとに店舗マニュアルがあり、紙の管理、更新コストが膨大
- ・スタッフの退職が多く、社内マニュアル流出の危険性がある

【実施内容】

- ・ipadを店内スタッフ用に配備
- ・電子ブックポータルサイト（公開サイト）を作り、マニュアルを掲載
- ・公開サイトはIP制限機能を使い、店内の指定wi-fiでなければアクセスさせない

【結果】

- ・管理コスト、更新コストの削減
- ・情報漏洩の防止
- ・社内ブランディング



【課題背景】

- ・ 保険の営業は顧客に伝える情報が厳しく決められており、一言一句正しいトークを覚える必要がある
- ・ セールスマニュアルが大量にある
- ・ 法律の改訂が多く資料の更新頻度が多い

【結果】

- ・ 更新作業のコスト削減
- ・ 検索の向上、時間短縮
- ・ 営業マンの満足度向上
- ・ セールストークの標準化

【実施内容】

- ・ セールスマニュアルを電子化
- ・ 文章の読み上げ音声データをブックに入れ、耳と目で暗記促進
- ・ 紙のように付箋、ペン機能を利用



電子ブックとは

電子ブックの2大活用方法
・パブリック ・プライベート

事例紹介

提案の流れ

電子ブックの活用シーン 例) 旅行



重要なのは**電子ブックの販売**ではなく、
ツール提供による**ログデータを蓄積**していくことです

Only One

STEP4. 有料化

STEP3. 改善提案

STEP2. ログ収集 (Marketing)

STEP1. 電子ブック無償提供





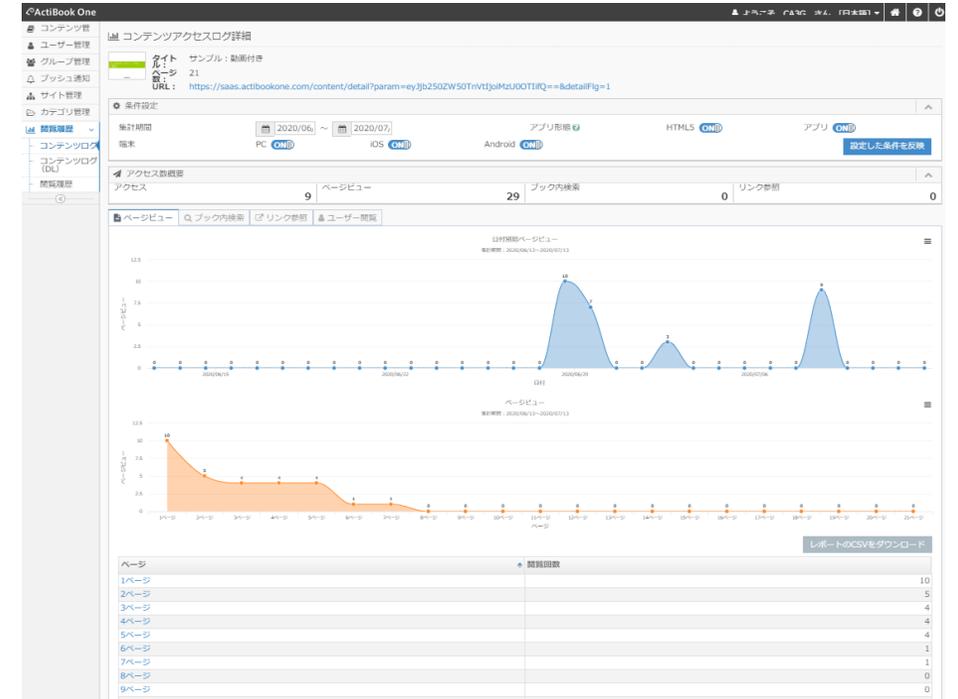
電子ブック活用して印刷物のログをとっていきませんか？今回は期間限定で無料で行います！

面白そうですね！
お金がかからないなら是非お願いします！



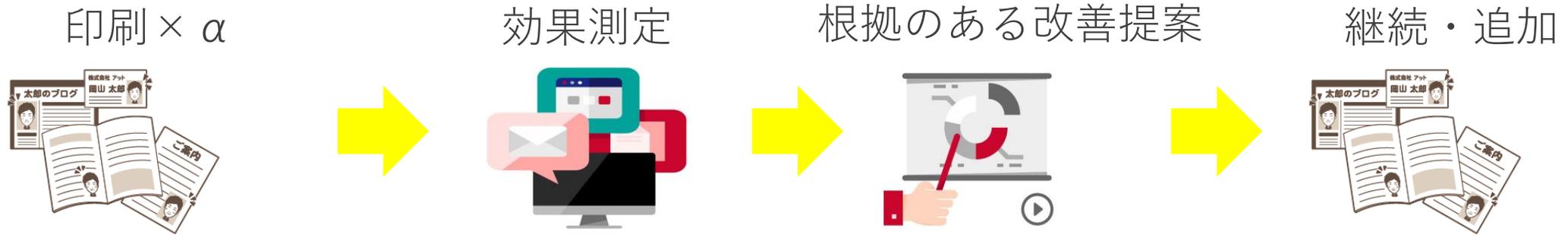
デジタル×アナログの取り組みをお客様に周知

20~30P目のアクセスが多く、商品Aをよく見ている傾向があります。
また、検索ワードでは商品Bに関することが多いですが、このカタログではそこが網羅できていませんね。



**無料期間を経て、ログをもとに効果を提示
このタイミングで有料化へ**

同業他社からだけでなく、異業種からも顧客を守る



制作物の効果測定が可能になることにより
単価アップ、コンペの勝率アップにつながる

デジタルマーケティング企業へ

これまで

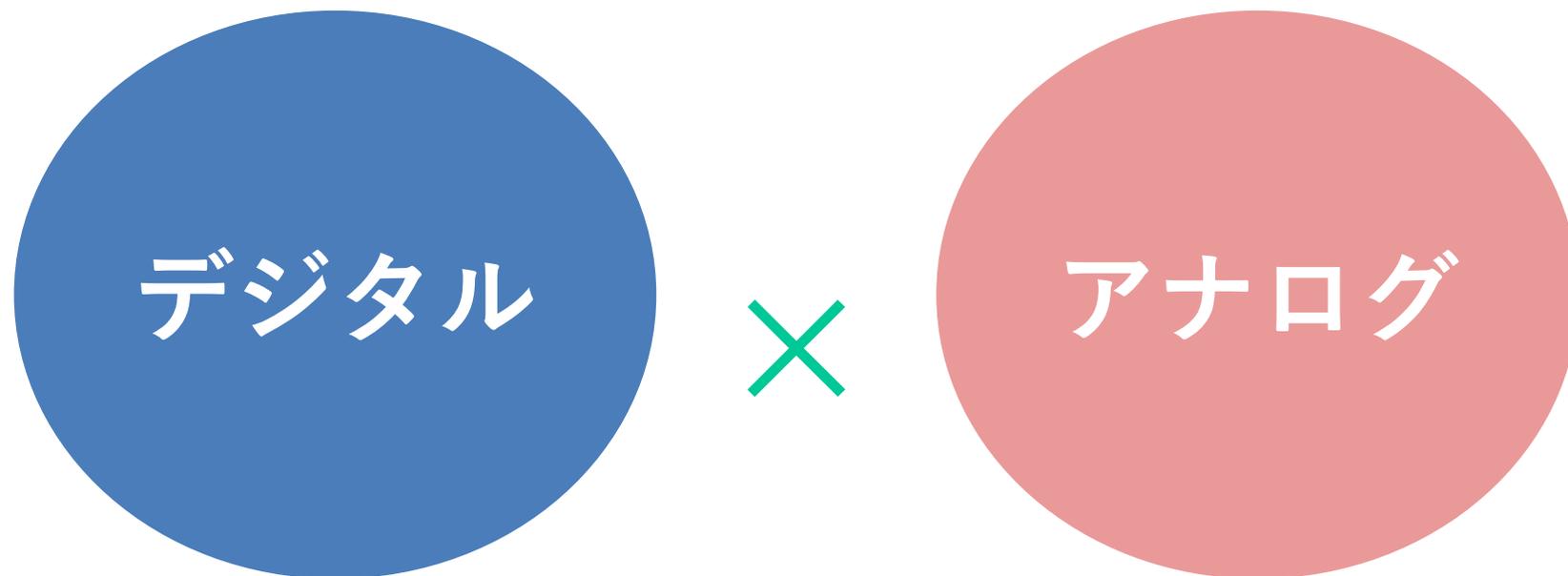
印刷物制作	50万円
電子ブック制作	10万円

ストック収益なし

将来

印刷物制作	50万円
企画立案	10万円

電子ブック管理費	月額1万円～
ログ解析	月額2万円～
販促コンサル	月額15万円～



MarketingでCreativeの価値を上げる