

2/26 (金) 14:00～15:00 オンラインセミナー

コロナ禍で増える 電子ブック活用シーンと 成果を上げるログ活用法



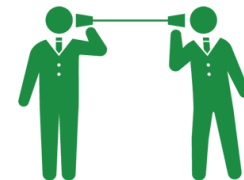
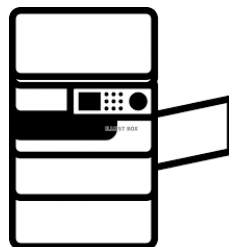
自己紹介

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
パートナーグループ 福岡支店
天本 清治（アマモト セイジ）

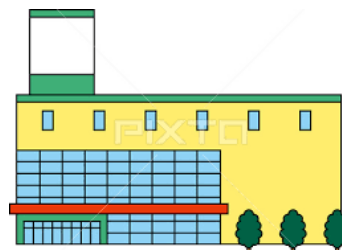
41歳・佐賀出身・二児の父
趣味：バスケット・ビリヤード



1



2



3

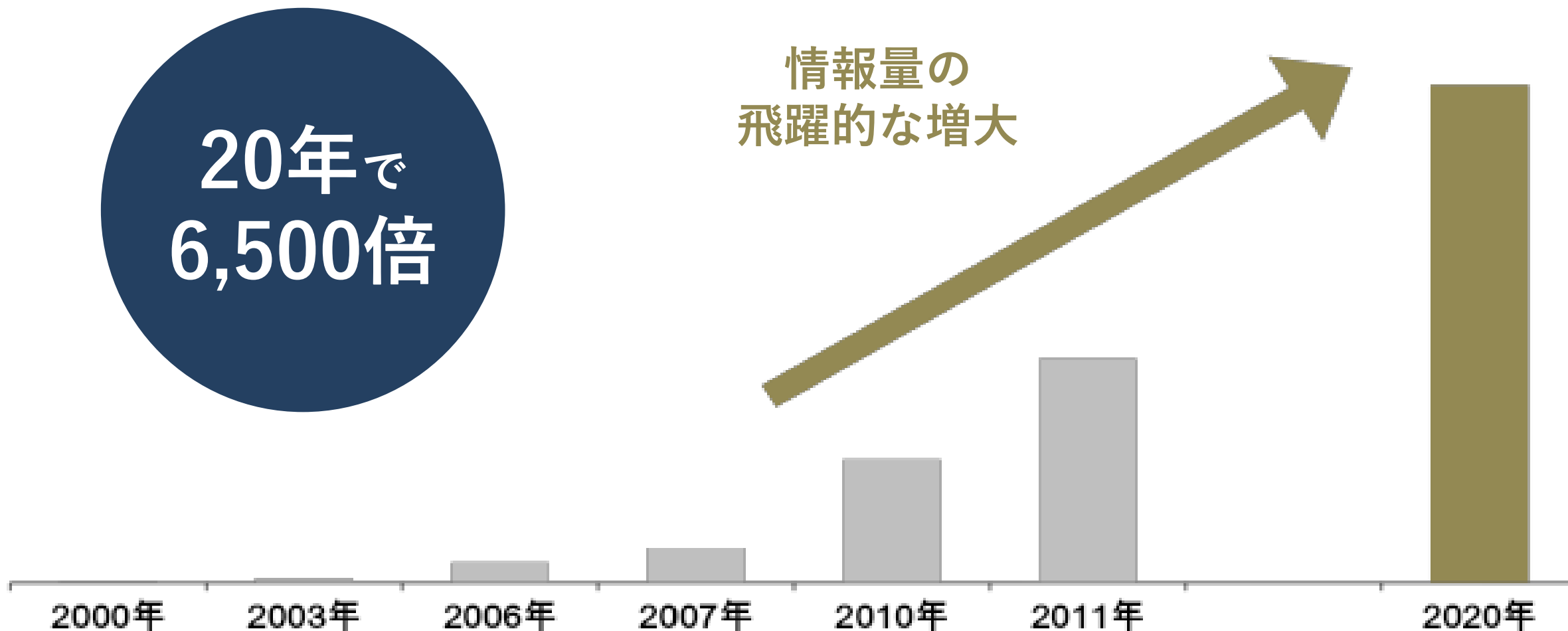


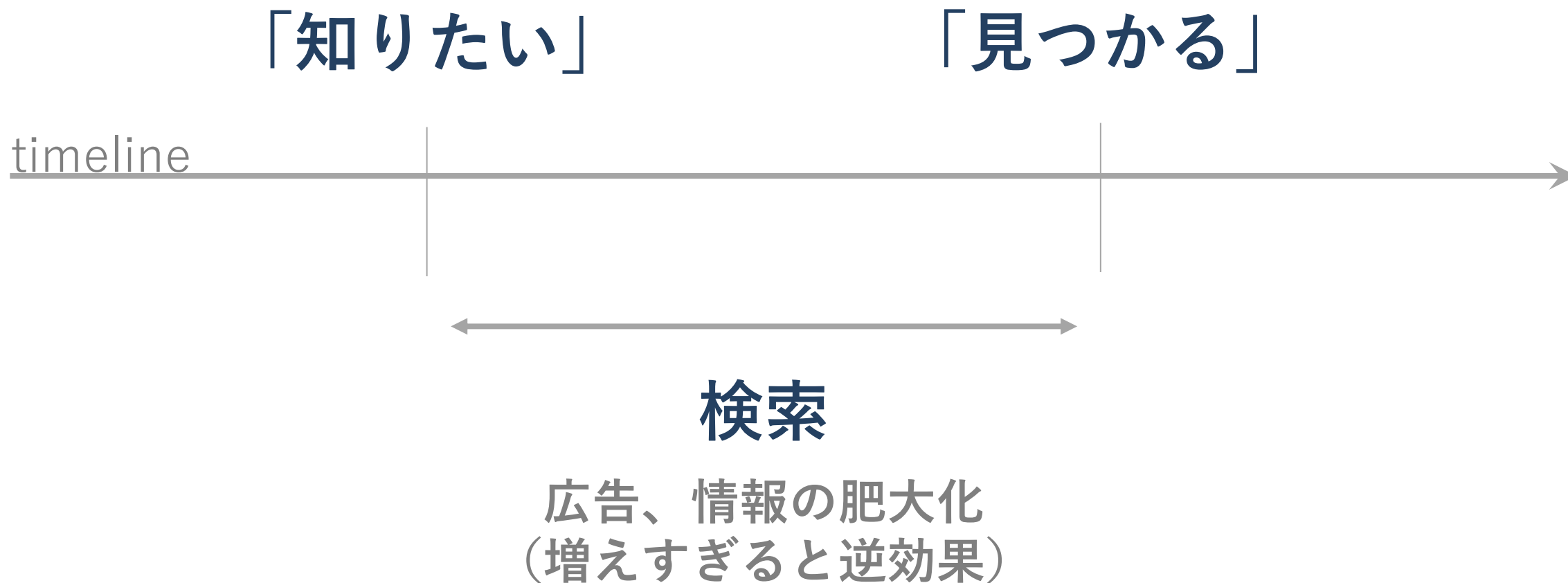
会社概要

社名	スターティアラボ株式会社
代表取締役	北村 健一
本社	〒163-0919 東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリス19F
拠点	【大阪支店】 〒530-0011 大阪府大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪 タワーA17階 【福岡支店】 〒812-0016 福岡県福岡市博多区博多駅南1-10-4 第二博多偕成ビル4階
TEL	0120-919-901
URL	https://www.startialab.co.jp/
資本金	150,000千円
設立	2009年4月1日
株主	スターティアホールディングス株式会社 東証1部3393（連結100%子会社）

20年で
6,500倍

情報量の
飛躍的な増大





「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」



ActiBook

電子ブック



COCOAR

AR(アプリ)



LESSAR

AR(ブラウザ)



BlueMonkey

CMS(WEB更新)



BowNow

MA(WEB解析)



AppGoose

アプリ



creca

スマホLP



Plusdb

データベース

電子書籍 リフロー型



電子書籍用として普及
文字サイズ変更により端末に最適化
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



カタログ、マニュアル、広報誌、資料など
主に**無料配布**の印刷物に普及
PDFを2次利用可で、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ActiBook(アクティブック)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ActiBook(アクティブック)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



SNSシェア
QRコード表示

コンテンツ内の文字を検索

印刷ボタン
ON/OFF設定可能

ペン機能
付箋機能

通常 拡大 全画面

ActiBookログの見方

ログ分析を活かした活用事例

コロナ禍で電子ブック活用が増えている理由

コロナ禍での活用事例

- ・ クイックウィン
- ・ 走りながら考える
- ・ 小さく生んで大きく育てる

「行動」と「時間」を大切にする



そのために使いやすさを追求

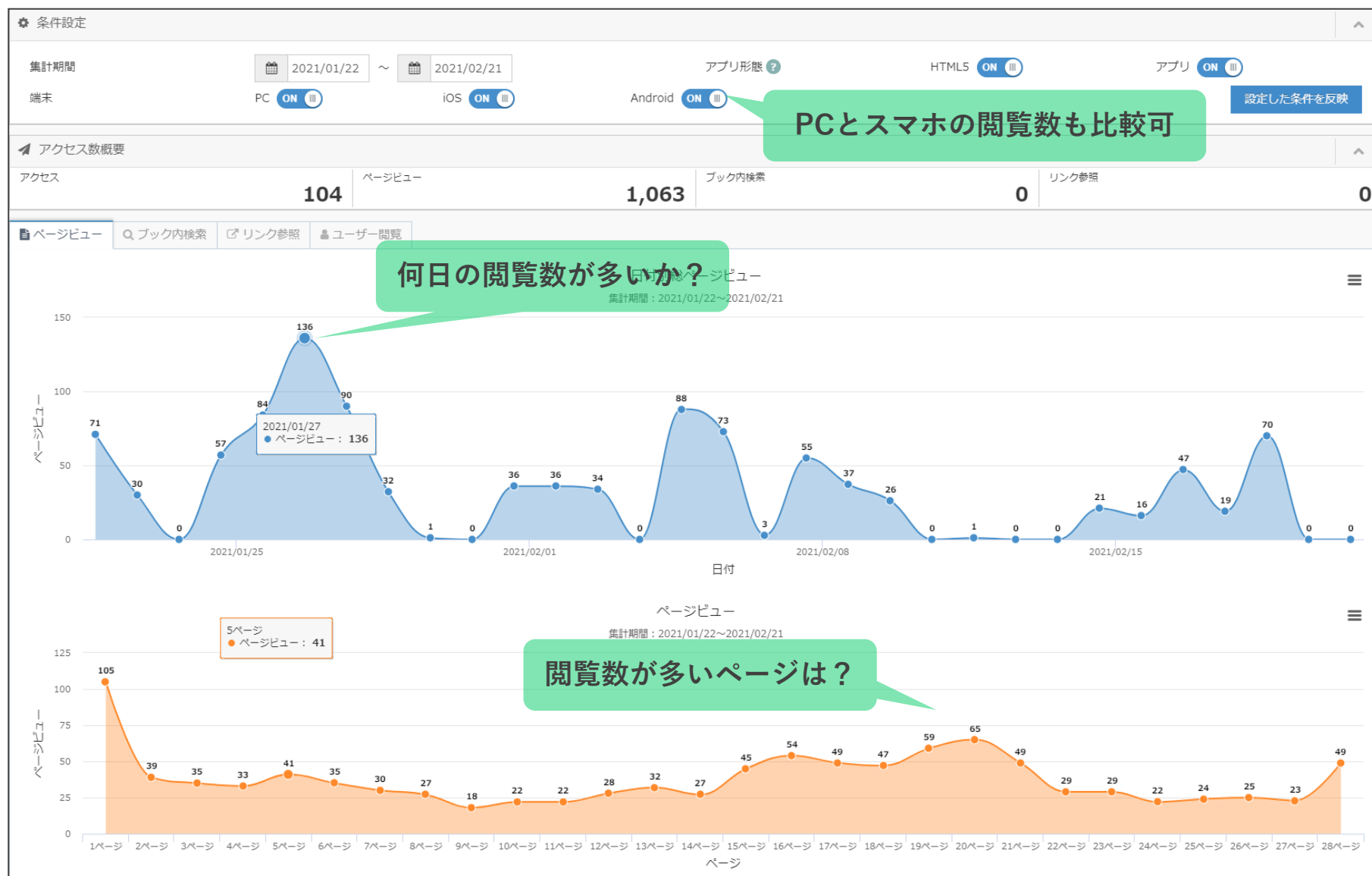
ログ閲覧（シンプルにして行動しやすく）

ブックごとの

- ①アクセス数
- ②ページ閲覧数
- ③ブック内検索ワード
- ④リンク参照数
- ⑤ユーザー閲覧(公開サイト)

会員登録を行うと
以下の情報取得可能

- ・名前
- ・最終離脱ページ
- ・滞在時間
- ・閲覧開始日時
- ・閲覧終了日時



ActiBookログの見方



ログ分析を活かした活用事例



コロナ禍で電子ブック活用が増えている理由



コロナ禍での活用事例

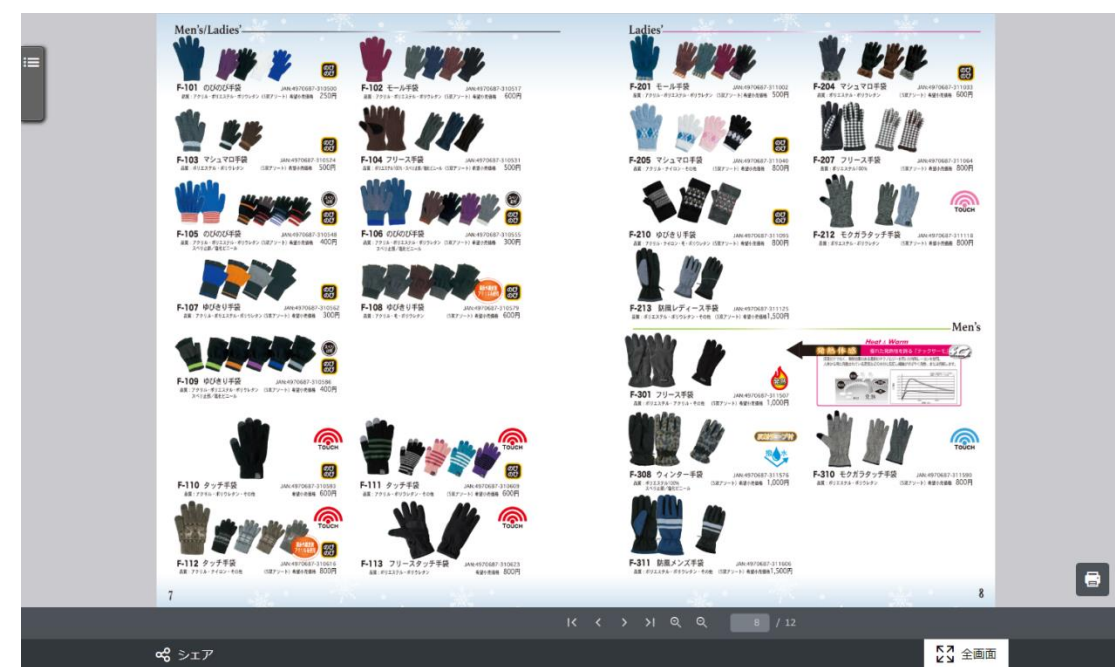
ログ確認機能をデジタルマーケティングツールとして活用

悩み：取り扱う商品点数が多く、カタログの更新頻度が毎月あり、都度外注が大変だった

活用：ログから**どの商品に興味を持っているのか分析**できるので、より良いカタログの作成にご活用

今後：公開サイトも活用し、ユーザー情報を把握ながらカタログ作成・商品開発につなげていきたい

※公開サイトとは、ActiBookの会員管理機能つき電子ブック公開システム



①一般公開（カタログ・パンフレット・広報誌など）

- ・ 不特定多数へ向けて発信するため、何が求められているか特定がしづらく、
沢山の情報を集めることで、**改善↔検証の繰り返し**が必要

②営業資料・限定公開

- ・ 社内や関係性のある会員に向けて情報発信するためアンケートも取得しやすいため、
比較的少ないログ情報(短期)でも改善可能

①一般公開の場合（ログは電子ブック単体で見ずに、導線も意識）



電子ブックのログだけだと、
興味がある部分に気づきにくい…

大事なのは、電子ブックに来る前に
どういうWEBページを通ったか？
の関連性がとても重要



ActiBook
(電子ブック)



BowNow
(WEB解析)

①一般公開の場合（WEB→電子ブックの導線例）

カタログ資料請求（フォーム）

お名前	性		名	
フリガナ	セイ		メイ	
Email				

閲覧者を特定



資料閲覧



PV詳細

A製品に興味！

日時	ページタイトル（マウスオーバー：アドレス）	滞在時間	読了率
2017-07-10 14:06:01	総合カタログ(電子ブック)	END	100%
2017-07-10 14:05:57	資料請求	00:05:00	70%
2017-07-10 14:05:52	製品A	00:00:13	20%
2017-07-10 14:05:49	導入事例-製品A	00:12:00	100%
2017-07-10 14:05:37	製品A	00:03:12	80%

閲覧順

× 閉じる

WEBだけでなく電子ブック(カタログ)まで見てるので興味度が高いと推測

- ①WEBだけでなく資料まで見てもらえたという興味度合いの測定
- ②閲覧数を増やす目的（PDFだと約5%しか見てもらえない）
- ③ページログ測定により、WEBページログの信憑性を向上

× 電子ブックのログだけで判断
○ WEB全体のログをフォロー

②営業資料の場合（CLM：クローズドループマーケティング）

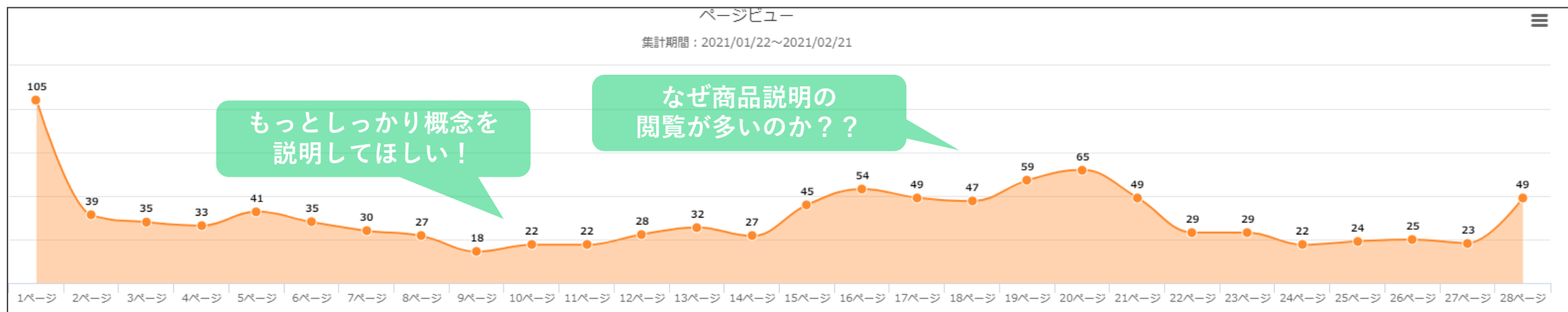
悩み：営業の提案力を強化したい（価格競争から脱却）

ログ：会社が注力している概念(9～10ページ)の閲覧数が少なく、商品説明の15～21ページが多い

推察：会社の**差別要素である概念の説明があまりされない**ままだと他社との違いがわかりづらく
結果的に顧客から価格だけの判断をされているのかも…

改善：概念ページを毎回話している営業から研修をしてもらおう！

同時に商品説明が多い営業にも理由をヒアリングすると何かわかるかも！



◆電子ブックをスマホで完結させるのは困難（絵がメインの漫画などは例外）

- ①人間の視認サイズは大昔から変わらず
- ②スマホ用にリデザインはコストがかかり過ぎ、ページも増大（ページめくりも負担）
- ③1500年前から変わらず、情報掲載に一定のスペースが必要（× A4➡スマホ）
- ④人間の視野角を考慮すると、未来も印刷デザイン自体は不変

以上のことから現状では**スマホの電子ブックは立ち読み程度にとどめ、**
「読みたい」と思わせてから、印刷物/PC/タブレットへの導線が効果的
(安価で省スペース収納可能なBluetooth対応などの電子ペーパーが普及すれば話は変わりますが…)

ActiBookログの見方



ログ分析を活かした活用事例

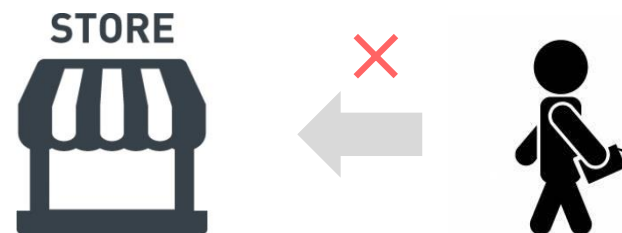


コロナ禍で電子ブック活用が増えている理由

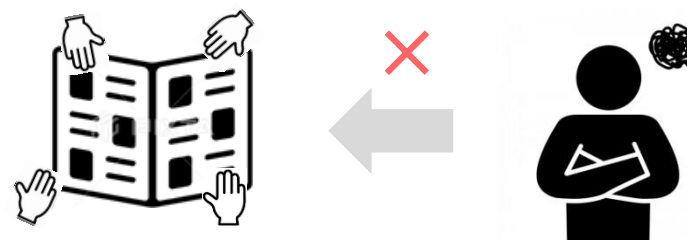


コロナ禍での活用事例

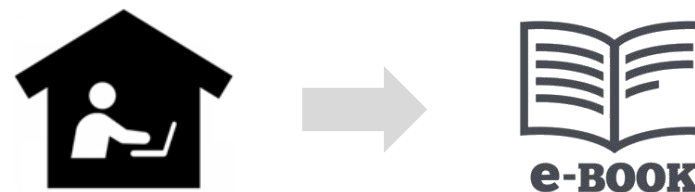
①外出自粛で印刷物に触れる機会が減少
(WEB上での資料閲覧が増えた)



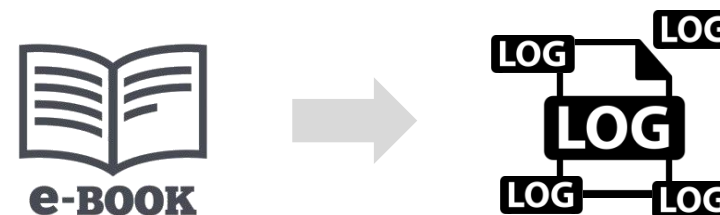
②置いてあるパンフレットを触りたくない
(多数の人が触った可能性あり)



③リモート商談が増えた
(閲覧早い、共有と修正が楽)



④CLMがしやすく営業強化のチャンス
(25ページの通り。リモート増でデータも貯めやすい)



ActiBookログの見方



ログ分析を活かした活用事例



コロナ禍で電子ブック活用が増えている理由



コロナ禍での活用事例

コロナ禍での活用例：置いてあるパンフレットを触りたくない

●コロナ禍において印刷物を見るユーザーのパターン例

- ①電子で立ち読みしてまで見たくない
- ②紙でもよいが持ち帰りたいほどじゃない
- ③興味あるが不特定多数が触ったパンフを触りたくない
- ④電子でも良いので読みたい(紙に抵抗ない or 興味がある)

●ユーザーに紙と電子の両方で読めるように配慮。

スマホの電子ブックは立ち読みから紙につなげる導線ですが、コロナを警戒して電子ブックでも良いと思うユーザーも増加

今までのCM→WEBの「続きはWEBで」が、今後は
2次元コード→紙の「続きは紙で」が増えるかも！？

②③④の対策イメージ図



リモート商談の資料にPDF、電子ブックどちらが最適か検証：結論は電子ブック！

【PDF】



- ・データ重いとメールで送れず共有が不便
- ・表示遅い(WEB上からの閲覧では全ページを読み込まないと表示されない)
- ・訂正が面倒(**拡散された場合に訂正や把握が困難**)
- ・ログとれない(PDFが見られた事しかわからない)

【電子ブック】



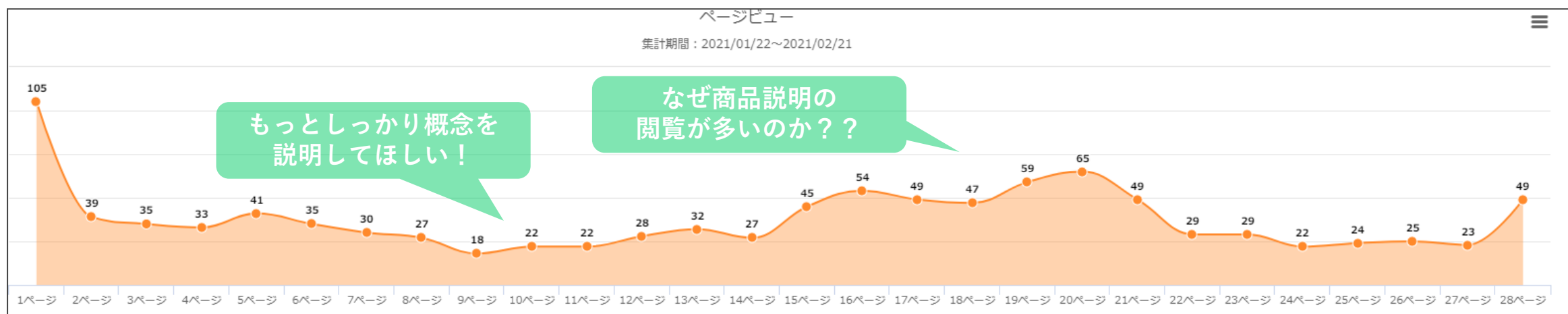
ActiBook

- ・**URL送るだけなので共有が楽**
- ・表示早い(閲覧ページのみを読み込み)
- ・訂正が楽(**拡散後も同じURLのまま修正が可能**)
- ・ログがとれる(ページ毎の閲覧数わかる)
- ・前後をまたがってページめくりができるので説明しやすい

コロナ禍での活用例：営業強化のチャンス

2年前までリモート商談は極わずかでしたので、営業のログも検証するほど収集できず。。
それが今では当たり前になり、多くのデータが貯まることで有効性が増し、改善がかけやすくなった。

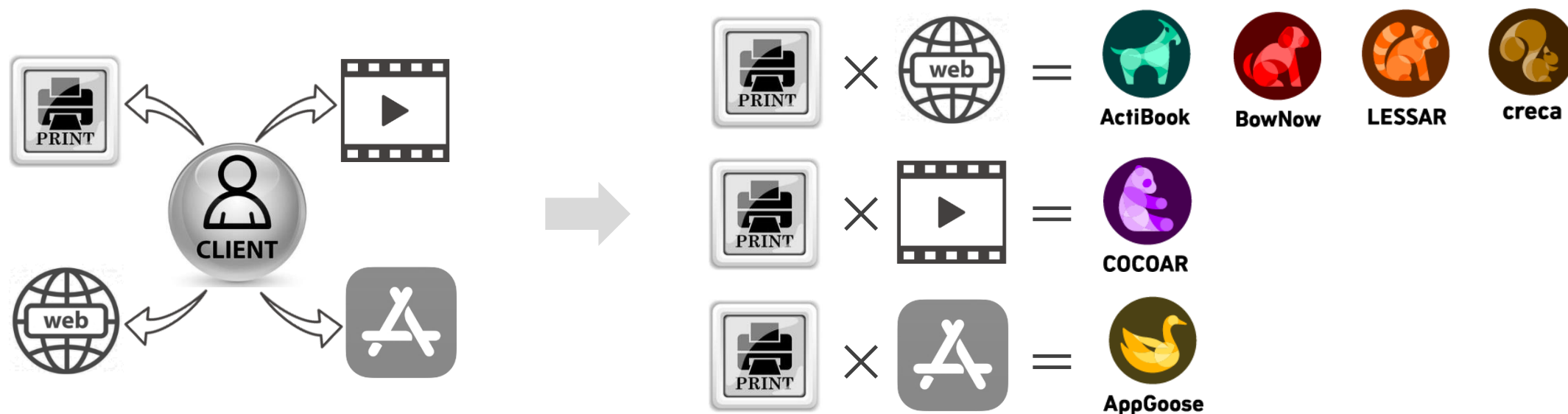
25ページでご説明した図



コロナ禍での活用例：まとめ

コロナ禍でコンテンツ制作にお金をかけにくいので、**なるべく在るものを有効活用！**

コンテンツは基本下記の4種類(印刷・映像・WEB・アプリ)で、既存のコンテンツ同士をつなげ、関連性を調べることで、効果的な販促活動は可能になります。



まずは**自社内に眠る宝の再認識から**始めましょう！

(会社が存続できたからには、必ず強みがあります！)



ご清聴ありがとうございました

アンケートへのご回答お願いいたします

セミナー資料はアンケート回答後にダウンロードできます