

- 目次 -

第1章 育成カリキュラムを作成するにあたって	1
1.1 育成カリキュラムの目的	1
1.2 テキストの概要と位置づけ	2
第2章 講座実施までの流れ	3
2.1 講座募集について	3
(1) 講座の募集方法および時期	3
(2) 講座の対象および人員	5
2.2 講座の実施時期および実施方法	6
(1) 講座日時および講座内容	6
(2) キャリアカウンセリング	7
(3) 講座開催会場	8
第3章 ヒューマンスキルと経営スキル	9
3.1 H01 再チャレンジの心構えと準備	9
(1) 講座開催詳細	9
(2) 講座概要	9
(3) 講座のねらい	9
3.2 H02 社会で求められる人材	13
(1) 講座開催詳細	13
(2) 講座概要	13
(3) 講座のねらい	13
3.3 H03 自己分析と自己PR	16
(1) 講座開催詳細	16
(2) 講座概要	16
(3) 講座のねらい	16
3.4 H04 自己コントロール	19
(1) 講座開催詳細	19
(2) 講座概要	19
(3) 講座のねらい	19
3.5 H05 仕事の進め方の基本	22
(1) 講座開催詳細	22
(2) 講座概要	22
(3) 講座のねらい	22
3.6 H06 顧客の印象を良くする文章の書き方	25
(1) 講座開催詳細	25
(2) 講座概要	25
(3) 講座のねらい	25
3.7 H07 相手に伝わる「伝え力」	28
(1) 講座開催詳細	28
(2) 講座概要	28
(3) 講座のねらい	28

- 目次 -

3.8	H08	色の効果を学ぶ色彩心理学	30
(1)		講座開催詳細	30
(2)		講座概要	30
(3)		講座のねらい	30
3.9	M01	財務諸表の概要と損益計算書の見方	33
(1)		講座開催詳細	33
(2)		講座概要	33
(3)		講座のねらい	33
3.10	M02	貸借対照表とキャッシュフローの見方	36
(1)		講座開催詳細	36
(2)		講座概要	36
(3)		講座のねらい	36
第4章 PC スキル			39
4.1	P01	Windows の基礎と設定	39
(1)		講座開催詳細	39
(2)		講座概要	39
(3)		講座のねらい	39
4.2	P02	便利なアクセサリ機能の紹介	45
(1)		講座開催詳細	45
(2)		講座概要	45
(3)		講座のねらい	45
4.3	P03	インターネットの基礎と設定	52
(1)		講座開催詳細	52
(2)		講座概要	52
(3)		講座のねらい	52
4.4	P04	Web デザイン基礎 (HTML と CSS)	61
(1)		講座開催詳細	61
(2)		講座概要	61
(3)		講座のねらい	61
4.5	P05	Web デザイン基礎 (ロゴ / バナー 製作)	68
(1)		講座開催詳細	68
(2)		講座概要	68
(3)		講座のねらい	68
4.6	P06	電子メールの基礎と設定	74
(1)		講座開催詳細	74
(2)		講座概要	74
(3)		講座のねらい	74
4.7	P07	電子メールの活用・DM 作成	78
(1)		講座開催詳細	78
(2)		講座概要	78
(3)		講座のねらい	78
4.8	P08	Word ビジネス文書作成	83

- 目次 -

(1)	講座開催詳細	83
(2)	講座概要	83
(3)	講座のねらい	83
4.9	P09 Word POP・はがき作成	88
(1)	講座開催詳細	88
(2)	講座概要	88
(3)	講座のねらい	88
4.10	P10 Excel 表計算機能	93
(1)	講座開催詳細	93
(2)	講座概要	93
(3)	講座のねらい	93
4.11	P11 Excel 集計・グラフ機能	98
(1)	講座開催詳細	98
(2)	講座概要	98
(3)	講座のねらい	98
4.12	P12 PowerPoint スライド作成	104
(1)	講座開催詳細	104
(2)	講座概要	104
(3)	講座のねらい	104
4.13	P13 PowerPoint アニメーション・資料作成	109
(1)	講座開催詳細	109
(2)	講座概要	109
(3)	講座のねらい	109
第5章 ネットショップスキル		113
5.1	N01 ネットショップの実例紹介	113
(1)	講座開催詳細	113
(2)	講座概要	113
(3)	講座のねらい	113
5.2	N02 ネットショップビジネスの概要	123
(1)	講座開催詳細	123
(2)	講座概要	123
(3)	講座のねらい	123
5.3	N03 ネットショップシステムの概要	130
(1)	講座開催詳細	130
(2)	講座概要	130
(3)	講座のねらい	130
5.4	N04 ネットショップの業界研究 / 企画運営 / マーケティング	133
(1)	講座開催詳細	133
(2)	講座概要	133
(3)	講座のねらい	133
5.5	N05 ネットショップシステム (EC-CUBE) のインストールと 基本設定及びカスタマイズ	145

- 目次 -

(1)	講座開催詳細.....	145
(2)	講座概要.....	145
(3)	講座のねらい.....	145
5.6	N06 ネットショップシステム (EC-CUBE) のテンプレート ...	152
(1)	講座開催詳細.....	152
(2)	講座概要.....	152
(3)	講座のねらい.....	152
5.7	N07 ネットショップシステム (EC-CUBE) のアクセスアップ	156
(1)	講座開催詳細.....	156
(2)	講座概要.....	156
(3)	講座のねらい.....	156
5.8	N08 ネットショップシステム (EC-CUBE) の運営管理	161
(1)	講座開催詳細.....	161
(2)	講座概要.....	161
(3)	講座のねらい.....	161
5.9	N09 ネットショップを成功に導く商品写真の撮影	165
(1)	講座開催詳細.....	165
(2)	講座概要.....	165
(3)	講座のねらい.....	165
第6章 実証講座の実施による検証		179
6.1	実証講座の企画	179
(1)	実証講座のカリキュラム構成.....	179
(2)	実証講座の一覧.....	180
6.2	実証講座の受講生募集	181
(1)	委員会 Web サイトの作成およびポータルサイトへの登録	181
(2)	チラシの設置・配布.....	182
6.3	実証講座の実施方法	183
(1)	講座の実施時期.....	183
6.4	実証講座の参加状況	186
(1)	受講生の構成比.....	186
(2)	1月講座の受講生参加状況.....	188
(3)	2月講座の受講生参加状況.....	189
(4)	考察.....	190
6.5	実証講座の実施アンケート	192
(1)	講座を知ったきっかけ.....	192
(2)	受講を決めたきっかけ.....	194
(3)	分野別の満足度.....	195
(4)	講座全体の満足度.....	196
(5)	講座の実施時間.....	197
(6)	講座の内容.....	199
(7)	講座の意見・感想.....	202
(8)	考察.....	203

- 目次 -

6.6	実証講座のキャリアカウンセリング実施	206
(1)	キャリアカウンセリングの日程	206
(2)	受講生データ	206
(3)	講座受講の理由	208
(4)	講座内容	208
(5)	就業キャリア	210
(6)	就業希望	210
(7)	カウンセリング記録	212
(8)	キャリアカウンセリング総評	221
第7章	総括	223

第1章 育成カリキュラムを作成するにあたって

1.1 育成カリキュラムの目的

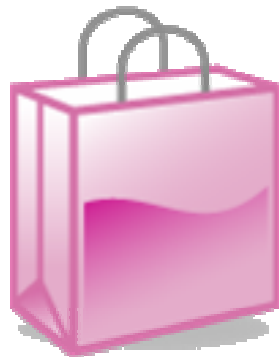
円高、株安、景気が足踏み状況にもかかわらず採用難が続くなど、地域の中小企業経営を取り巻く環境は厳しいものがある。

このような中、平成19年度の文部科学省委託事業において「若年離職者の再チャレンジを目指したネットショップ運営人材プログラム開発」を取り組み、地域の中小企業では大きな期待を持って受け入れられた。

特産品や独自商品を、インターネットにより全国に販売できるということは大きな魅力である。しかし、その運営人材がいないことも事実であった。

平成19年度の事業実施では、企業連携により、商用のショッピングモール(ビッダーズ)での店舗開店と運用の人材育成を行ったが、その結果、人材育成の必要性を認識するとともに、商用ショッピングモール運営のコスト問題も判明した。

なお、専修学校における授業一環として、このネットショップ店長育成を検討しており、将来的には、離職者の再教育にも活用できる内容としていくことを目的とし、「実践ネットショップ店長の育成カリキュラム」を作成した。



第1章 育成カリキュラムを作成するにあたって

1.2 テキストの概要と位置づけ

「ネットショップ店長の教育プログラム」では、地域の中小企業において、ネットショップ運営の全般を任せられる人材育成を目指す。

そのためには、フリーソフトを活用したネットショップ構築から、そのネットショップを実践的に運営する能力が必要とされる。

この目標を達成するための教育プログラムとして、フリーソフトを使いネットショップを立ち上げる「フリーソフトを活用したネットショップ構築テキスト」と、そのネットショップの実践的な運営を行うための「成功するネットショップの企画と運営テキスト」の2冊を開発し、この2冊のテキストを使い、実証講座を実施するためのテキストである「実践ネットショップ店長の育成カリキュラム」を開発した。

「ネットショップ店長の教育プログラム」の実証講座である「ネットショップ店長育成講座」では、120時間程度の授業を計画し、その育成カリキュラムを開発した。

本テキストでは、講座実施までの流れ、各講座の詳細、および実証講座の実施による検証・総括について記述を行った。

また、事業活動による教材開発と実証講座の関連図を以下に示す。

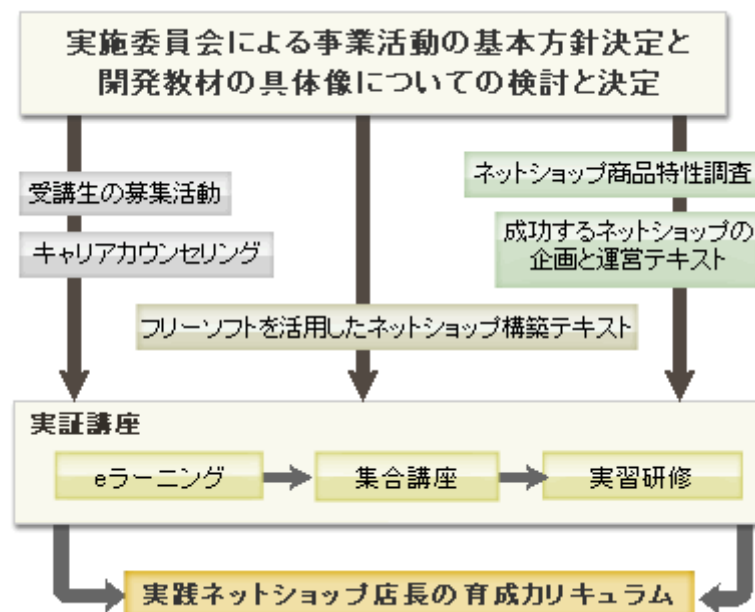


図 1-1 事業活動による教材開発と実証講座の関連図

本テキストを参考に、ネットショップ店長育成の為に学生の教育、あるいは離職者のための再教育として、授業を開講していただけたら幸いです。

第2章 講座実施までの流れ

2.1 講座募集について

(1) 講座の募集方法および時期

実証講座である「ネットショップ店長育成講座」の狙いは、ネットショップ運営の全てがわかるエキスパート育成であるが、若年離職者の将来に向けたカウンセリングを行い、地域の中小企業において再チャレンジの可能性と期待を教授することである。

したがって、カウンセリングの実施と実証講座を行うには、できるだけ多くの就職関連の機関に協力していただくと共に、平成20年12月から平成21年1月にかけて、以下の方法で募集を行った。

委員会 Web サイト

Web サイト内に、講座に関するコンテンツを配置し、以下のページを作成した。

- ・ 講座の募集要項
- ・ 実証講座の1月実施講座スケジュール
- ・ 実証講座の2月実施講座スケジュール
- ・ 申込みおよびお問い合わせフォーム



第2章 講座実施までの流れ



図 2-1 委員会 Web サイト 講座募集要項

第 2 章 講座実施までの流れ

各種ポータルサイトへの登録

の委員会 Web サイトに作成した募集に関するコンテンツを、より多くの方に閲覧していただく為、以下のポータルサイトへの登録を行った。

表 2-1 登録ポータルサイト一覧

ポータルサイト名	URL
福岡タウンネット	http://www.every-mail.com/fukuoka/
セミナーポータル情報サイト in 福岡	http://f-seminar.jugem.jp/
ふくおか Web	http://fukuoka.com/
google	http://www.google.co.jp/
goo	http://www.goo.ne.jp/

チラシの設置・配布

講座募集のためのチラシを作成し、就職に関連する各施設に設置または面談を行う方への講座ご案内のご協力をいただき、求職中の離職者を対象にチラシの配布を行った。

設置および講座ご案内のご協力をいただいた施設を、次ページの表に示す。

表 2-2 チラシ設置施設

施設名	詳細
福岡県若年者しごとサポートセンター	福岡市中央区天神 1 丁目 4 番 2 号 エルガーラオフィス 12 階
福岡県若者サポートステーション	福岡市中央区天神 1 丁目 4 番 2 号 エルガーラオフィス 12 階
若者ワークプラザ北九州	北九州市小倉北区浅野 3 丁目 8 番 1 号 AIM ビル 2 階
公共職業安定所	福岡県内各地のハローワーク

(2) 講座の対象および人員

「ネットショップ店長育成講座」では、35 歳以下の若年離職者を対象として、当初 10 名程度の募集を行った。

また、講座募集の Web サイトおよびチラシには、以下の項目を募集対象の詳細として掲載した。

- ・ ネットショップに関心がある方
- ・ 平成 21 年 1 月～平成 21 年 2 月の期間中に講座に参加できる方
- ・ パソコン（Windows）の基本操作ができる方（マウス操作および文字入力ができる程度）

第2章 講座実施までの流れ

2.2 講座の実施時期および実施方法

「ネットショップ店長育成講座」では、1コマ3時間の講座を、1月と2月にそれぞれ20コマずつ計40コマ120時間実施した。

また講座とは別に、希望者には1人あたり30分の個別のキャリアカウンセリングを行い、就職に関する相談を行った。

(1) 講座日時および講座内容

講座の受講生募集に関して、講座日時および講座内容を以下の表に示す。

表 2-3 実施講座日時および講座内容

日程	時間帯	実施講座	
		分類	タイトル
1月5日(月)	AM(9時~12時)	H	再チャレンジの心構えと準備
	PM(13時~16時)	N	ネットショップの実例紹介
1月6日(火)	AM(9時~12時)	N	ネットショップビジネスの概要
	PM(13時~16時)	N	ネットショップシステムの概要
1月7日(水)	AM(9時~12時)	H	社会で求められる人材
	PM(13時~16時)	H	仕事の進め方の基本
1月13日(火)	AM(9時~12時)	H	自己分析と自己PR
	PM(13時~16時)	P	Windowsの基礎と設定
1月14日(水)	AM(9時~12時)	P	便利なアクセサリ機能の紹介
	PM(13時~16時)	P	インターネットの基礎と設定
1月15日(木)	AM(9時~12時)	P	電子メールの基礎と設定
	PM(13時~16時)	P	電子メールの活用・DM作成
1月16日(金)	AM(9時~12時)	P	Webデザイン基礎(HTMLとCSS)
	PM(13時~16時)	P	Webデザイン基礎(HTMLとCSS)
1月19日(月)	AM(9時~12時)	P	Webデザイン基礎(ロゴ/バナー制作)
	PM(13時~16時)	P	Webデザイン基礎(ロゴ/バナー制作)
1月20日(火)	AM(9時~12時)	H	自己コントロール
	PM(13時~16時)	N	ネットショップの業界研究
1月21日(水)	AM(9時~12時)	N	ネットショップの企画運営
	PM(13時~16時)	N	ネットショップのマーケティング
2月6日(金)	AM(9時~12時)	M	財務諸表の概要と損益計算書の見方
	PM(13時~16時)	N	ネットショップシステム(EC-CUBE)のインストールと基本設定
2月9日(月)	AM(9時~12時)	N	ネットショップシステム(EC-CUBE)のカスタマイズ
	PM(13時~16時)	P	Word ビジネス文書作成

第2章 講座実施までの流れ

2月10日(火)	AM(9時~12時)	N	ネットショップを成功に導く 商品写真の撮影(1)
	PM(13時~16時)	N	ネットショップを成功に導く 商品写真の撮影(2)
2月12日(木)	AM(9時~12時)	H	顧客の印象を良くする文章の書き方
	PM(13時~16時)	P	Word POP・はがき作成
2月13日(金)	AM(9時~12時)	M	貸借対照表の見方
	PM(13時~16時)	P	Excel 表計算機能
2月16日(月)	AM(9時~12時)	N	ネットショップシステム(EC-CUBE)の テンプレート(1)
	PM(13時~16時)	N	ネットショップシステム(EC-CUBE)の テンプレート(2)
2月17日(火)	AM(9時~12時)	H	色の効果を学ぶ色彩心理学
	PM(13時~16時)	P	Excel 集計・グラフ機能
2月18日(水)	AM(9時~12時)	N	ネットショップシステム(EC-CUBE)の アクセスアップ
	PM(13時~16時)	P	PowerPoint スライド作成
2月19日(木)	AM(9時~12時)	H	相手に伝わる「伝え力」
	PM(13時~16時)	P	PowerPoint アニメーション・資料作成
2月20日(金)	AM(9時~12時)	M	キャッシュフロー計算書の見方
	PM(13時~16時)	N	ネットショップシステム(EC-CUBE)の 運営管理

(2) キャリアカウンセリング

午前・午後の講座終了後、希望者に対し、1人あたり30分の個別のキャリアカウンセリングを実施した。

キャリアカウンセリング実施日時は以下のとおりである。

表2-4 キャリアカウンセリング実施日程

日程	時間帯	実施人数
2月6日(金)	17時30分~19時00分	3名
2月13日(金)	16時00分~18時30分	5名
2月16日(月)	17時30分~19時00分	3名
2月18日(水)	17時00分~19時30分	5名
2月19日(木)	17時30分~18時30分	2名

第 2 章 講座実施までの流れ

(3) 講座開催会場

今回 20 日間の講座のうち、前半 10 日間（1 月）および後半 10 日間（2 月）を、それぞれ下記の会場で開催した。

・ 1 月講座開催会場

麻生教育サービス株式会社

〒812-0011

福岡市博多区博多駅前 3-25-24 八百治ビル 4F

TEL：092-482-7006

・ 2 月講座開催会場

麻生医療福祉専門学校

〒812-0016

福岡市博多区博多駅南 2-12-29

TEL：092-415-2288

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.1 H01 再チャレンジの心構えと準備

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年1月5日(月) 9:00～12:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・企業と仕事
企業とはどのようなものか？
組織で働く社員としての姿勢や組織の中の仕事とは何か？
- ・個人事業主としての働き方
個人事業としての必要なスキルや、会社員との違いについて
- ・基本的な心構え
雇用スタイルのそれぞれについて状態を知る
- ・仕事に適応しよう
円滑に仕事をするための基本的姿勢
- ・仕事が人を育てる
仕事を通してヒューマンスキルを磨くために、プラス発想をすることや成功と失敗について考える
- ・辞めなくなった時の考え方
現在の心境と照らし合わせ、今後のためのアドバイス
- ・勤務態度の心構え
20カ条の説明
- ・会社で成功する7カ条
会社に限らず、個人事業としても成功するためにはヒューマンスキルをあげていくこと、7カ条だけではなくそれぞれで項目を増やすことを考える

(3) 講座のねらい

今までのキャリアを活かしながら、新たな分野新たな職業へチャレンジする第一歩を踏み出すための心構えと準備について学ぶ。

再チャレンジの心構えと準備



企業と仕事

- 企業はその商品(物・サービス)をお客様に買ってもらう。その売上で、社員に給料を支払ったり将来への投資をしたり、企業活動に必要な費用をまかなう。
このおまは？ ⇒ 自ら「稼ぐ」
 - 企業は新しい競争の中・激しい変化の中にある。変化に対応し、成長発展し続けなければならない。現状にとどまっていたら...??? ちよつとでも気を抜くと...???
 - 常に健全な危機感を持ち、現状の改善・改革をしなければならない。企業は誰も助けはしてくれない、自らの力で生きていく
- 企業は自ら稼ぐために、その資産(人・物・金)を投入していく

企業と仕事

- 社員は？ その属する企業の成長発展のために貢献しなければならない！そのために全力を尽くすことが求められる

仕事とは？
その対象(人・物)に対して、働きかけをして、企業や自分がベクトルを合わせることで、企業が「利益を追求する」ことに寄与・貢献する

企業では、成果をださなければならない！

成果とは？
企業が「利益を追求する」ことに寄与・貢献すること。仕事は成果を出すこと

個人事業主として働き方

- 自己管理が必要
- 明確な目標設定
- 税務署に個人事業届けが必要
- 確定申告が必要
- 人脈づくりや営業スキルが求められる



すべてにおいて自己責任

基本的心構え

- 雇用スタイルの違いを考える
 - 正社員...雇用期間の定めのない社員(月給制など)
 - 契約社員...雇用期間が最初から定めのある社員のこと
 - 派遣社員...労働条件は契約により異なる。雇用主が派遣会社になる。(時給制)
 - パート...短時間労働者
 - アルバイト...副業的・臨時労働者。本職が別にある。その傍ら副業的に仕事をする場合。または、短期の労働時間など一時的に勤務する場合
 - フリーター...アルバイトに属し、年齢が15歳~35歳で学校に在籍しないものであり、定職につかず、専業アルバイトが5年未満

基本的心構え

- | フリーター編 | 会社員編 |
|--|---|
| 仕事以外の時間がたくさんとれる
→ べつ、1日の保証なし！
正社員より働く時間が自由
→ 生活が安定しない。
軽微なし！場所は自分で選べる！
→ 病気や怪我等などで働けないうち収入なし！
仕事でも仕事以外でも自分のやりたいことをやり易い
→ キャリアを積んでも給料が上がらぬ。
許めるのも比較的簡単。色々の経験ができる
→ 欠点を切り替えやすい。 | マネーから持参まで教育
→ 一生働けるには限らぬ。
仕事も目標も会社が用意する
→ 特殊技能を身につけた場合、他の仕事をするのも困難
給与は必ずもらえる。保証が充実
→ 会社が用意した目標を達成し、自分の目標を達成し、働く目的と会社の方針が同じなら仕事にやりがいを持つてる
→ 働く目的が会社の方針と違った場合、やりがいは感じられぬ。 |

基本的心構え


- 会社は正社員に対して、将来にわたって中核を担うことを期待
- 会社は正社員に対して、責任のある重要な役割と業務を担当させる
- 正社員は成果をだせば、お給料も上がる
- 自分の能力や仕事内容はお給料に見合った仕事をしているのかを常に考えることが必要

労働を提供して、その対価としてお給料をいただく
お給料に見合った仕事をする事が求められる

仕事に適応しよう

- 相手に通じる挨拶をする
- 仕事を好きになる
- あせらないで仕事に取り組む
- 時間が経てば、仕事に慣れる
- 悩みは一人で抱え込まない
- 気軽に相談できる同僚や先輩、社外の友人をもつ

<h2>2 仕事人が人を育てる</h2> <ul style="list-style-type: none"> • 仕事をする中で感じてきたことをあげましょう • ① ② ③ etc <p>本当に実力がつくのはいつなのか？を考える！</p> <ul style="list-style-type: none"> • 「机上の論理」より「現実の体験」を積み重ねることが、その人の評価をあげていく経験を活かす <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> • 周囲の評価も上がる 自分の武器(キャリア)になる 	<h2>2 プラス発想をもつ</h2> <p>コップに半分くらいの水しか残っていない時、どう考えるか</p> <pre> graph TD A[コップに半分くらいの水しか残っていない時、どう考えるか] --> B[「もう半分しか水がない」と考えるか] A --> C[「まだ半分残っている」と考えるか] B --> D[あなたは、どう考えますか？] C --> D </pre>
<h2>2 成功と失敗</h2> <ul style="list-style-type: none"> • 天才とは？ ⇒ 努力の継続をできる人のことをいう。 • 成功と失敗の差はほんのちよとしたところにあるから、そこに気がつくかどうか？ <p>↓</p> <p>背中合わせなので、成功が間近にあるの見過ごす。 成功目前 → あと少しの努力・あと少しの我慢 いかに多くの人たちがあきらめてしまうことか...</p>	<h2>2 道は開ける</h2> <p>人生は、自由に何の邪魔ものもなく歩めるようなまっすぐで楽な道下でなく、通る者にとっては迷路で自分で道を見つけていかなければならず、道に迷い、わけがわからなくなり、ときには、狭小路につきあたることもあるしかし、信念があれば、かならずや道は開ける。思っていたような道ではないかもしれないが、やがてはよかったとわかる道が</p>
<h2>2 3年間続ける神話</h2> <p>少なくとも 3年間は頑張ろう！！</p> <p>少なくとも3年間動めないとキャリアアップにならない、1~2年で辞めたら・・・</p> <p>3年間動めれば、会社のことも仕事もわかってくる。会社の中であなたは・・・</p> <p>とにかく、3年間は必死に一生懸命に頑張ること！なんでもやるとの気構を持つ！</p>	<h2>2 辞めなくなった時の考え方</h2> <p>会社は辞めたいときに辞めてはいけない</p> <p><会社を辞めない三原則></p> <ol style="list-style-type: none"> ①不遇な時に決して辞めない ②辞表がすぐに受理されそうなきは辞めない ③スピード決断しない
<h2>2 勤務態度の心構え20カ条</h2> <ol style="list-style-type: none"> 1. 始業時間30分前までは会社に書き、仕事を始められる体制を整える。 2. 出社したら、自分から大きな声であいさつをする。 3. 始業5分前までは、自分の仕事場に就く。 4. 出勤遅れ時を含めて人に不快感を与えない、その場に合う服装・身だしなみを心がける。 5. 勤務中の私語は慎もう。私用のメール・電話は厳禁。 6. 背筋を伸ばして姿勢をよくする。 7. 勤務中・会議中は携帯電話の電源を切るか、マナーモードにする。 8. いつも笑顔で、どんな時でも丁寧な顔をしないようにする。 9. お客様口には元気で丁寧に対応し、誠意をもって対応する。 10. 上司・先輩から呼びばれたら、必ず「ハイ」と返事を、する。 	<h2>2 勤務態度の心構え20カ条</h2> <ol style="list-style-type: none"> 11. 上司・先輩から呼びばれたら返事をしたら、メモと筆記用具は必ず持つ。 12. 指示を受けたら、必ず実行する。「できません」は禁句。 13. 指示を受けたら、必ず報告をする。報告をしてはじめて仕事が終わる。 14. 罵りの人はすべてが教科書。自分で勝手に判断せずに罵りの人に必ず聞く。 15. その日のことはその日に片付ける。 16. 一度注意されたら、二度と同じことを言われないようにする。 17. 用事がある場合、メールや電話ではなくできるだけ相手の顔を見て話を、(社内の場合) 18. 仕事で時間が空いたら、何もしないままで待つのではなく、自分から上司に仕事の指示を仰ぐ。 19. 電話口は精進言に出て、用件は必ず速報する。 20. 伝言は相手にわかるように丁寧に読みやすい字を書こう。



会社で成功する7か条

1. 「素直な心」を持つこと
2. 「我慢」と「頑張り」ができること
3. 前向きな姿勢でプラス発想ができること
4. 「自分はこうなりたい」「自分はこうしたい」という考えをもつこと
5. 素早く考え、素早く第一歩を踏み出すこと
6. やりだしたことは徹底してやりぬくこと
7. 相手の気持ちがわかり、相手にわかりやすく話を伝えることができること

©2018 株式会社 日本経済大学出版部 東京経済大学出版部 東京経済大学出版部 東京経済大学出版部 東京経済大学出版部 東京経済大学出版部 東京経済大学出版部

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.2 H02 社会で求められる人材

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年1月7日（水） 9:00～12:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・社会が求める人材
今の社会で求められる人材はそのような人かを考えながら自分のスキルと照らし合わせる
- ・企業として求められる能力
それに加え個人としての能力も同時に考える
- ・企業を取り巻くパラダイムチェンジ
今までのやり方や流れが大きく変わってきた状況を把握し、自分がどう動いていくか
- ・社会人基礎力
経済産業省が発表した社会人基礎力について考え、自分に補うスキルの磨き方を知る

(3) 講座のねらい

社会情勢が厳しくなった今、社会ではどのような人材が求められているか、まずは社会を知り、必要とされるスキルの把握で現状認識する。

社会で求められる人材



社会が求める人材とは

- ◆ その業界に興味がある人
- ◆ コミュニケーション能力がある人
- ◆ 論理的思考ができる人
- ◆ 責任感が強い人
- ◆ 明るい人
- ◆ 企画力がある人
- ◆ 発想豊かな人

コミュニケーション力
自立心・自尊心
全体を見渡せる見識
ストレス耐性が強い
明るくハンサムとした雰囲気

◆ それぞれの人について考えてみる
論理的思考がある人・実行力がある人・熱意・ハートのある人
柔軟性のある人・コミュニケーションできる人・逃げない人

社会が求める人材とは

- ◆ 人材確保にあたっての基本的な姿勢
 - ◆ 企業の基本的な方針
 - ◆ 企業が成長を続けるには、すぐれた人材が不可欠
 - ◆ 労働力が必要ではなく、人材が必要
 - ◆ 企業が求める人材とは？
 - ◆ 企業によって、業種・経営方針・伝統あるいは長期ビジョンがそれぞれ異なるように、求める人材は一律ではない。
 - 多様な人材を求めている
 - ◆ 求める人材に共通する基本的姿勢
 - ◆ 激しい競争社会の中、積極的で実力がある個性豊かな人材を求める傾向が強まる

企業として求められる能力



企業を取り巻く環境変化とパラダイム・チェンジ

- ◆ 産業社会・工業社会・大量生産・大量消費
- ◆ 製造業型組織・品質・コスト・納期
- ◆ ビジネス型・標準化・職業化・専門家
- ◆ 分業・役割・責任範囲・明確
- ◆ 高構造・マニュアル・制度
- ◆ 管理統制 指示待ち 依存 受身
- ◆ なすべきことが手続どおりになされている
- ◆ 減点法人事考課

- ◆ 情報社会、知識社会、知識創造
- ◆ サービス型組織・リニュー、ベネフィットの提供
- ◆ フラット組織、マーケット試行
- ◆ グローバル化
- ◆ 国境、業界、組織
- ◆ ネットワーク・パートナーシップ
- ◆ アドヴァンス
- ◆ 自己管理、自己責任、高度の自主性自律
- ◆ 選択の自由
- ◆ 協力の強化とチームの生産性
- ◆ 【求める人材】
自分で自分の役割の責任がとれる強み、個人
自分で自分の動機づけをほかり、自己成長
し続ける人
実践結果主義

【求める人材】
組織への忠誠、会社へ自分の人生を託す人
物事を正しく行う人
終身雇用、年功序列型組織環境

優良企業各社の求める人材

プロフェッショナルで、積極的に行動できる人材
“個性”を持ち、“ハーモニー”を活かせる人材
“幅広い視野”と“具体的な行動力”を持つ人材
高いコミュニケーション能力を持つ人材
スピード、継続力、変化対応力、を持つ人材
果敢に挑戦する人材
自ら考え、自ら行動できる人材
“考える力”を持っている人材
あれこれ考える前に一歩踏み出せる人材
無から有を創造できる人材

社会人基礎力

- ◆ 社会人基礎力とは？(経済産業省「社会人基礎力」の定義に基づき)
「職場や地域社会の中で多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力」のことであり、以下の3つの能力から構成される。

社会人基礎力の3つの能力



社会人基礎力

1. 「前に踏み出す力」(アクション)
～一歩前に踏み出し、失敗しても再び立ち上がり続ける～
業社会の仕事において、答えは一つに決まっておらず、試行錯誤しながら失敗を恐れず、自ら一歩前に踏み出す行動が求められる。失敗しても、他者と協力しながら、粘り強くやり続けることが求められる。
2. 「考え抜く力」(シンキング)
～疑問を持ち、考え抜く～
物事を正確に、かつ、常に問題意識を持ち課題を発見することが求められる。その上で、その課題を解決するための方法やプロセスについて十分に精査し、粘り強く考え抜くことが必要である。
3. 「チームで働く力」(チームワーク)
～多様な人々とともに、目標に向けて協力する力～
職場や地域社会等では、仕事の専門化や細分化が進んでおり、個人として、また組織としての付加価値を作り出すためには、多様な人との協力が求められる。自分の意見を的確に伝え、意見や立場の異なるメンバーも尊重した上で、目標に向けて協力することが必要である。

 <h2 style="text-align: center;">社会人基礎力</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 前に踏み出す力(アクション) <ul style="list-style-type: none"> ○ 主体性>>>物事に進んで取り組む力 例)指示を待つのではなく、自らやるべきことを見つけて積極的に取り組む。 ○ 働きかけ力>>>他人に働きかけ巻き込む力 例)「やらなきゃいけない」を呼びかけ目的に向かって周囲の人を動かしていく。 ○ 実行力>>>目的を達成し、確実に行動する力 例)定めたことだけでなく自ら目標を設定し、失敗を恐れず行動に移し、粘り強く取り組む。 ● 考え抜く力(シンキング) <ul style="list-style-type: none"> ○ 課題発見力>>>現状を分析し、目的や課題を明らかにする力 例)目標に向かって、自ら「ここに問題があり、解決が必要だ」と提案する。 ○ 計画力>>>課題の解決に向けたプロセスを明らかにし、準備する力 例)課題の解決に向けた複数のプロセスを明確にし、「その中で最善のものは何か」を検討し、それに向けた準備をする。 ○ 創造力>>>新しい価値を生み出す力 例)既存の発想にとらわれず、課題に対して新しい解決方法を考える。 <p style="font-size: small;">©2019 株式会社 労働政策研究・研修機構 (独立行政法人 労働政策研究・研修機構) 労働政策研究・研修機構 労働政策研究・研修機構 労働政策研究・研修機構</p>	 <h2 style="text-align: center;">社会人基礎力</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● チームで働く力(チームワーク) <ul style="list-style-type: none"> ○ 説明力>>>自分の意見をわかりやすく伝える力 例)自分の意見をわかりやすく整理した上で、相手に理解してもらうように的確に伝える。 ○ 傾聴力>>>相手の意見を丁寧に聴く力 例)相手の話しやすい環境をつくり、適切なタイミングで質問するなど相手の意見を尊重し出す。 ○ 柔軟性>>>意見の違いや立場の違いを理解する力 例)自分のルールややり方に固執するのではなく、相手の意見や立場を尊重し理解する。 ○ 状況把握力>>>自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力 例)チームで仕事をするとき、自分かどのような役割を果たすべきかを理解する。 ○ 規律性>>>社会のルールや人との約束を守る力 例)状況に応じて、社会のルールに合わせて自分の発言や行動を適切に律する。 ○ フォロウアップ力>>>決めたことの発生順に対応する力 例)プロセスを想定しているがあっても、状況の機転とプロジェクトに促して異力を振って対応する。 <p style="font-size: small;">©2019 株式会社 労働政策研究・研修機構 (独立行政法人 労働政策研究・研修機構) 労働政策研究・研修機構 労働政策研究・研修機構 労働政策研究・研修機構</p>
---	---

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.3 H03 自己分析と自己PR

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年1月13日（火） 9:00～12:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・なぜ自己分析が必要なのか
メリット・デメリット
- ・フローチャート
自分の希望する職業や適性がわからない場合の考え手順
いろんな可能性を模索したい人のための考え手順
- ・自己紹介文を書く
簡単な自己紹介をすることで、今でてくる性格や特徴などをまとめる
- ・自己分析シートの活用
3枚の自己分析シートを活用して、今までの振り返りと思い起こしを始める
- ・自己PR文作成
文章の添削を行う

(3) 講座のねらい

なぜ自己分析が必要なのか？自己分析のメリット・デメリットを知り、今までのキャリアを振り返りながら自己分析を行い、自己分析を行う中でどのようにして自己PRにつなげていくのかを学ぶ

自己分析と自己PR

なぜ自己分析が必要なのか？

- 自分自身のことは、意外と知らないことも多くあります。よりよい特徴を引き出し、自分スタイルの仕事探しにいかしていきましょう。自己分析がしっかりできていないと、今後の仕事は自分の適性とミスマッチな無駄な活動になります。

- これまでの自分の棚卸し
- 自分がどんな性格なのか、またはどんなタイプなのかを見つける
- 自分が就きたい仕事を見つける
- 自己分析も業界研究も一夜漬けではできない
- 今日考えたこと・思ひ浮かんだことは必ずメモをとる習慣をつける

自己分析は就職以外でも大いに役に立つ

自己分析を行うメリットとデメリットについて考えてみる

- 自己分析から仕事獲得まで

I 自分を掘り下げて考える

- 別紙1 私は…から始まる自分に関する20項目を、プライベートと仕事に分けて書き出しましょう。
 - 例 私は料理をするのが好きです。
- 別紙2 別紙1で書き出した項目の中から、2つ取り出して、なぜ？を掘り下げてみましょう。
 - なぜ料理が好きなのか？2つのなぜ？について考え、そのあとの結論を書き出す。

自分らしい生き方をするために

進路や適正がわからないときの考え方




どのような雇用形態の仕事でもその時を思い出してみる！

- リストアップ
 - 今までのキャリアで出来ること
 - 今までのキャリアはなくてもできそうなこと
 - リストを作成する
 - リスト①～⑤(出来ることかつ、できそうなことかつ)
- カップアップ
 - 「できそうなこと」で自分に足りない実力(スキル)をあげる
- シンキング
 - 自分に不足しているスキルをどう補うか手段を考える

* 自分に不足しているスキルの中で、たとえば専門的に学ぶ必要があればその費用も細かく書き出す

短所についての考え方

- 自分の性格が掴みかちな人…マイナス思考のくせのある人が多い
- 「細かい性格」を例に例える

<p> 自分の短所が気になるとき・・・</p> <p>《短所の裏面にある長所を探す》</p> <ul style="list-style-type: none">● 自分の気になる短所は？● 自分の気になる長所は？ <table border="0"><tr><td>1. ()</td><td>1. ()</td></tr><tr><td>2. ()</td><td>2. ()</td></tr><tr><td>3. ()</td><td>3. ()</td></tr></table> <p><small>Copyright © 2011 株式会社 労働政策研究・研修機構 東京都千代田区千代田1-1-1 労働政策研究・研修機構 東京都千代田区千代田1-1-1 労働政策研究・研修機構</small></p>	1. ()	1. ()	2. ()	2. ()	3. ()	3. ()	<p> 書き出してみよう 簡単な自己紹介文</p> <ul style="list-style-type: none">① 自分の性格や特徴② 自分の興味・関心③ 自分の生き方・信念・価値観④ 将来の夢や抱負⑤ 仕事(アルバイト)経験⑥ 友人関係⑦ 周囲の人々の自分に対する見方⑧ 自分の趣味⑨ その他一番アピールしたいことを一言で  <p><small>Copyright © 2011 株式会社 労働政策研究・研修機構 東京都千代田区千代田1-1-1 労働政策研究・研修機構 東京都千代田区千代田1-1-1 労働政策研究・研修機構</small></p>
1. ()	1. ()						
2. ()	2. ()						
3. ()	3. ()						

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.4 H04 自己コントロール

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 20 日（火） 9:00～12:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・自己コントロールするために ストレス基礎知識編
ストレスのしくみ
ストレスの善玉と悪玉を知る
ストレスの原因になりやすいもの
ストレスチェック
ストレスの有効活用・ストレス耐性について
メンタル不全になりやすい人の特徴
目標設定シートの記入
人生において目標設定する
コミュニケーションについて考える
- ・自己コントロール実践編
メンタルタフネスをつける「3つのR」
こころのリラックス法
こころの持ち方
音楽の持つ効果
職場としてのメンタルヘルス対策

(3) 講座のねらい

企業で働くにしても、個人で事業を行うにしても、社会人として自己コントロールは最重要課題である。目標設定のやり方を学びながら自己コントロール力を高めていく。

自己分析と自己PR



なぜ自己分析が必要なのか？

- 自分自身のことは、意外と知らないことも多くあります。よいいい特徴を引き出し、自分スタイルの仕事探しにいかしていきましょう。自己分析がしっかりできていないと、今後の仕事は自分の適性とミスマッチな無駄な活動になります。


- これまでの自分の棚卸し
- 自分がどんな性格なのか、またはどんなタイプなのかを見つける
- 自分が就きたい仕事を見つける
- 自己分析も業界研究も一夜漬けではできない
- 今日考えたこと・思ひ浮かんだことは必ずメモをとる習慣をつける



自己分析は就職以外でも大いに役に立つ

自己分析を行うメリットとデメリットについて考えてみる

- 自己分析から仕事獲得まで



I 自分を掘り下げて考える

- 別紙1 私は…から始まる自分に関する20項目を、プライベートと仕事に分けて書き出しましょう。
 - 例 私は料理をするのが好きです。
- 別紙2 別紙1で書き出した項目の中から、2つ取り出して、なぜ？を掘り下げてみましょう。
 - なぜ料理が好きなのか？2つのなぜ？について考え、そのあとの結論を書き出す。




自分らしい生き方をするために

進路や適正がわからないときの考え方

どのような雇用形態の仕事でもその時を思い出してみる！

- リストアップ**
 今までのキャリアで**出来ること**
 今までのキャリアは**なくてもできそうなこと**
 リストを作成する
 リスト①～⑤(出来ることかつ、できそうなことかつ)
- カップアップ**
 「できそうなこと」で自分に足りない実力(スキル)をあげる
- シンキング**
 自分に不足しているスキルをどう補うか手段を考える




* 自分に不足しているスキルの中で、たとえば専門的に学ぶ必要があればその費用も細かく書き出す



短所についての考え方

- 自分の性格が掴みかちな人…マイナス思考のくせのある人が多い
- 「細かい性格」を例に例える

□長所と短所は裏表□

 <h3>自分の短所が気になるとき・・・</h3> <p>《短所の裏面にある長所を探す》</p> <ul style="list-style-type: none">● 自分の気になる短所は？● 自分の気になる長所は？ <table><tr><td>1. ()</td><td>1. ()</td></tr><tr><td>2. ()</td><td>2. ()</td></tr><tr><td>3. ()</td><td>3. ()</td></tr></table> <p><small>2009.11 札幌経済大学 札幌校 学生生活支援課 札幌校 学生生活支援課 札幌校 学生生活支援課 札幌校 学生生活支援課</small></p>	1. ()	1. ()	2. ()	2. ()	3. ()	3. ()	 <h3>書き出してみよう 簡単な自己紹介文</h3>  <ol style="list-style-type: none">① 自分の性格や特徴② 自分の興味・関心③ 自分の生き方・信念・価値観④ 将来の夢や抱負⑤ 仕事(アルバイト)経験⑥ 友人関係⑦ 周囲の人々の自分に対する見方⑧ 自分の趣味⑨ その他一番アピールしたいことを一言で <p><small>2009.11 札幌経済大学 札幌校 学生生活支援課 札幌校 学生生活支援課 札幌校 学生生活支援課 札幌校 学生生活支援課</small></p>
1. ()	1. ()						
2. ()	2. ()						
3. ()	3. ()						

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.5 H05 仕事の進め方の基本

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年1月7日（水） 13:00～16:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・活動の原則を守り仕事を進める
それぞれの組織の中での必要なことを項目別に学ぶ
- ・指示系統を守る
指示系統はどのような流れでくるのか？基本的な流れを再度確認する
- ・正しい指示の受け方
指示を受けるだけでなく、意見がある時にはどのようにするのか
- ・的確に報告
ただ報告をするだけでなく、的確に報告するためにはどうすればよいか
- ・チームワークと協調性
社会で働くということは、協調性をもって仕事をしていくことなので、あらためて協調性について考える
- ・責任を果たす
仕事において最重要課題の責任について考える
- ・PCDAを廻す
仕事がうまくいくためのPCDAサイクルを身につける
- ・計画的に仕事をする
仕事の中で計画性をもち、仕事をやる遂げるために大事なことを学ぶ
- ・仕事をやり遂げる
仕事をやり遂げるための実施段階での進め方や心掛けることを学ぶ

(3) 講座のねらい

企業や個人事業として働くための仕事の進め方の基本を学ぶ。仕事を行う上での規則や、大事な報告の仕方などを学ぶ。

仕事の進め方の基本



活動の原則を守り仕事を進める

- 組織の要件
 - ①目的がある ②複数の人間の活動 ③決まりがある(ルール)
- 組織の中の活動の原則
 - ①指示系統 ②責任 ③補佐・指導 ④チームワークと協力
- 仕事の進め方のステップ
 - ①指示を受ける ②計画 ③実施 ④検討・処置 ⑤報告

指示系統を守り、自らの役割・責任を果たして、他のメンバーと協力し、組織の一人として行動することが必要

指示系統を守る

= 仕事は指示に始まり、PCDAを繰り返しながら進め、報告で終わる =

【指示系統】



指示は直属の上司から

仕事の円滑な進行と職場の信頼関係の維持にとって指示系統を守ることは重要

正しい指示の受け方

1. 指示を受けるとき
 - 明るい返事 最後までよく聞く 要点はメモを取る
 - 安請け合いはしない 要点を簡潔に復唱する
2. 意見がある時、受けがたい時 “謙虚な気持ちで素直に”

例えば・・・

- 他人の責任・仕事に関わる時
- 他に受けた指示などで時間的に無理なとき
- 直属の上司以外から指示を受けたとき

相手の立場、状況を考えて冷静に、事実に基づいてありのままに、率直に根拠となる資料をそろえて

的確に報告

1. 報告が必要な時
 - 仕事の成果が出たとき 情報を知らせるとき
 - 今までと違う変化があったとき
 - まかされた仕事の実施状況やなりゆきを知らせるとき
2. 留意点
 - 仕事が進んだらすぐに (タイミングも考える)
 - 必ず指示した人に (報告に仕事は完了)
 - 事実をありのままに (推測・意見とはハッキリ区別)
 - 簡潔にわかりやすく (メモを活用、話す前の準備)
 - 報告する人の状況も考える (予備知識があるか、多忙か)

仕事ができる人は報告が上手

的確に報告

- 報告の終わっていない仕事は、終わりではない
- 悪い報告ほど早く、後回しには絶対しない
- 失敗は失敗としていさぎよく

わからないことがあった場合、自分勝手に判断しない
指示した人に必ず質問する

失敗して、それを振り返り仕事を覚えていく

チームワークと協調性

仕事はチームワークでやる。チーム活動では「協力」と「責任」が大切
企業では、多様な人たちが力を合わせて仕事を進めている
多様な人がいるから成果がある

協調性とは？

ひとつの目標に向かって、様々な立場・性格の人が力を合わせ、心を含ませる協力体制をつくること。

協調性を発揮するために必要なものは？

責任を果たす


責任とは？
自分に任されていることはなにか？ということに意識し、いったん任されたことに就いては、いかなる障害も乗り越えて、自分の役割を期待されている通りに完全にやり遂げることが「責任を果たす」ということ

権限とは？

責任を果たすために自分の判断で行える範囲、まかされていること。権限は明文化されたものや圖書きだけでなく、様々なたちで認められている

権限を持つということは、そのことの結果について責任を負うということ

積極的に責任を果たしていくことが権限を広げていくことになる
企業は、責任を果たせる人に仕事を任せる

<h2 style="text-align: center;">PDCAを廻す</h2> <p>仕事がいまよりよくするには、次の4つのステップを踏むことが必要</p> <ol style="list-style-type: none"> ①仕事をする前に、まずしっかりと計画を立てる(Plan=プラン) ②計画にしたがって、その通りに実行する(Do=ドゥ) ③その結果が、計画したとおりだったかどうか確かめる(Check=チェック) ④もしうまくいっていないならば、その原因を見つけて処置をする (Action=アクション)  <p style="font-size: small; text-align: center;"> <small>©2017年 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー</small> </p>	<h2 style="text-align: center;">計画的に仕事をする</h2> <p>「計画の立て方」 仕事の成否の大半は「計画」で決まる 意識的な仕事の第一歩は「計画」を立てることから始まる</p> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <ol style="list-style-type: none"> 1. 目的を明らかにする 2. 事実をつかむ 3. 事実について考える 4. 案を立てる 5. 確かめる </div> <p style="font-size: small; text-align: center;"> <small>©2017年 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー</small> </p>
<h2 style="text-align: center;">仕事をやりとげる</h2> <p>目標に向かって頑張る目標を達成する力が求められる 自分の能力のすべてを注ぎ込んで最善を尽くす</p> <div style="border: 1px solid red; padding: 5px; margin: 10px 0; text-align: center;"> 最後までやり抜く粘り強さが大切 </div> <p>「実施段階での進め方」</p> <ol style="list-style-type: none"> ①計画に沿って実施する ②実施の途中においても、常に計画とのズレがないか気をつける ③ズレが大きい場合には、計画自体を変えることも必要 ④期日をよく考えながら実施する <p style="font-size: small; text-align: center;"> <small>©2017年 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー</small> </p>	<h2 style="text-align: center;">仕事をやりとげる</h2> <p>「実施段階で心掛けること」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・なんにでも「目的」「ねらい」がある 「目的」「ねらい」にあったやり方をする ・何事にも一生懸命に取り組む 「やったこと」(実績)はウソはつかない ・仕事とは試行錯誤の繰り返し 試行錯誤の中から自分の力がついていく ・時間・期日厳守 結果がすべて 期日のない仕事は仕事ではない <p style="font-size: small; text-align: center;"> <small>©2017年 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー 株式会社エヌティシー</small> </p>

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.6 H06 顧客の印象をよくする文章の書き方

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 12 日（木） 9:00～12:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・文章の基本
もっとも人の目に触れる機会が多いので、基本の上にテクニックをつける文章の作成にチャレンジする
- ・商材のPRの仕方
まず自分の目で確かめて感じたことを大ざっぱな骨組みとして構成を考える。これをもとに文章を書いてみる
- ・読みやすい文章にするために
大まかな骨組みに描写を加えて文章に肉付けをする
- ・文のチェックの仕方
二重敬語や「です・ます」「である」の混在、表現のズレなどからチェックする

(3) 講座のねらい

ネットショップを利用されるお客様とは、直接顔を合わせての販売ではなく、挨拶のメールやお礼メール、またはPR文章でコミュニケーションをとっていく。対面の販売でない分、文章でしっかり気持ちを伝える文章の組み立て方を学ぶ。

顧客の印象をよくする文章の書き方



文章を書く前の準備

- ◆ <ビジネスシーンを考える>
 - ビジネス社会は何で成り立っているのか？
- ◆ コミュニケーションのやり方を二つの要素に分ける
 - ① 直接伝える(直接対話)・間接的に伝える(間接対話)
 - ② 言葉で伝える(話す)・文字で伝える(書く)



「書く」ことは間接対話にかかせない手法！

文章を書く前の準備



- ◆ 現代社会で考える → 直接対話 ≤ 間接対話
間接対話の必要性…IT社会が生活に浸透

【ビジネス文書の役割】

1. 意思伝達の媒体
 2. 情報を記録する
- ビジネスの効率化を図るために文書を上手に活用する

【ビジネス文書作成の基本】

1. 目的をはっきりする
2. 的確・簡潔
3. 礼儀正しさ



文章の書き方の基本

- ◆ 書式・文体・用語法を正しく！
 - 書式…A4用紙に横書きが原則
 - 例外…縦書きにする必要があるものや表彰状・祝辞など
 - 文体…口語体で正確、簡潔
 - 「です」「ます」日常使用する口語体
 - 最初に結論、次に説明
 - SWHで必要なことを
 - 見出しと内容を一致させる
 - 要点はわかりやすく項目に分ける
 - 句読点は正しく
 - 文体は統一する



文章の書き方の基本

- ◆ 用語法…一般用語を使用
 - 流行りの造語などを使用しない
 - 言葉の重複をさける
 - 難しい熟語を多用しない
 - 文語調にしない
 - 専門用語、略語は注意して使う
 - 敬語は的確に



文章の意味を知る

- ◆ 「言葉で話すこと」と「文章で書くこと」の違い

- プリット
 - 数字や固有名詞の機能違いが分かる
 - 大勢に向けて正しく情報が伝わる
 - あとで読み直しができる
 - 事務次官を大幅に省力化できる
- デメリット
 - 修正や撤回ができない
 - 一方通行で相手の意思や反応がすぐに見えない



文章スタイル

- ◆ 相手に伝わる文章
「読みにくく、わかりにくい文章」
 - 手書きの場合…字が汚くて読めない
 - 内容が間違っただけで信頼できない
 - 漢字が多すぎ(ひらがなばかり)で読みにくい
 - 一つの文章がダラダラと長くて読むのが面倒
 - 文章が意味不明で何を言いたいのかわからない



相手への気配り不足



文章スタイル

- ① 伝えたい趣旨: 目的をはっきりとさせる
- ② 伝えたい内容: 項目を点検する
- ③ 伝える順番や書き方を考える

誰に向けて、何のために書くのか？
読む人は何を知らたがっているのか？



対象者のニーズをどう把握するか？
どうすれば顧客満足が高められるか？

 <h3>文章スタイル</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ ビジネス文書の5W1H<ul style="list-style-type: none">・ WHEN(いつ)・・・年月日・時間・ WHERE(どこで・どここの)・・・場所・所属・ WHO(だれが)・・・人名など・ WHAT(なぜ・なんのために)・・・理由・目的・ HOW(どのように)・・・手段・方法 <p>上記にプラスアルファしよう！</p> <ul style="list-style-type: none">・ WHOM(誰に)・・・宛先・対象者・ HOW MANY(どのくらい)・・・量・時間・主語 <p><small>2008.01.11 株式会社 中野経営学舎 東京都中央区新富1丁目1-10 中野経営学舎 5F 501号室 TEL:03-6262-1111 FAX:03-6262-1112</small></p>	 <h3>文章スタイル</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 確認しよう！ <p>〇〇課長へ……………</p> <ul style="list-style-type: none">●●会社の田中部長からお電話があり…………… <p>以来いただいたサンプルデータが揃わないので……………</p> <p>「あと2日ほど時間がほしい。……………」</p> <p>明日の打ち合わせの日程を変更願えませんか？……………</p> <p>備社次第、お電話ください」と伝言あり。……………</p> <p>〇月〇日 午後5時 鈴木</p> <p><small>2008.01.11 株式会社 中野経営学舎 東京都中央区新富1丁目1-10 中野経営学舎 5F 501号室 TEL:03-6262-1111 FAX:03-6262-1112</small></p>
 <h3>文章の組み立て</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 「起承転結」<ul style="list-style-type: none">・ 起…事実・現象・目標などを最初に示す・ 承…起を受けて話を広げる・ 転…別の分野に転じたり、問題が起きて話が曲がる・ 結…結論や解決を示す <p>新聞の4コマ漫画を思い出す！</p> <p><small>2008.01.11 株式会社 中野経営学舎 東京都中央区新富1丁目1-10 中野経営学舎 5F 501号室 TEL:03-6262-1111 FAX:03-6262-1112</small></p>	

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.7 H07 相手に伝わる「伝え力」

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年2月19日（木） 9:00～12:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・伝える順番を考える
内容の順番によって、その伝える印象が決まることを学ぶ
- ・言葉で伝えるときの注意点
評価が決まるのはどのような時か？自分の話し方のクセに気づくコツを学ぶ
自分のPRを「アウトバック」する
「内容」と「伝え方」について、PREP法を学ぶ
- ・言葉以外の伝え方
状況に応じてどのように話せばいいのか、声の大きさや抑揚のつけ方を学ぶ
自信がある人の話し方・自身がない人の話し方について学ぶ
話し方を工夫する
間合いも考える

(3) 講座のねらい

店長として、人を雇いマネジメントをするとき、もしくは社会の中で仕入れ時担当者とのやりとりで、まずは相手に誤解をあたえない話し方、自分の伝えたいことが確実に伝わる「伝え力」を身に付ける。

<h2>相手に伝わる「伝え力」</h2> <p>すべてのコミュニケーション力を鍛える</p>	<h2>上手に伝えるためのポイント</h2> <ul style="list-style-type: none"> ＜メラビアンの法則を活用する＞ <ul style="list-style-type: none"> 目から得る情報・・・55% 耳から得る情報38% 言葉から得る情報・・・7% <p>言葉だけでなく、表情や雰囲気、声のトーンでよりよい印象で伝える力をUP 仕事ができる人とはどんな人？ →人に好かれる人 どのような人が細かく分けて考えましょう</p> <p>「話す内容が」の言い方を工夫する！</p>
<h2>上手に伝えるためのポイント</h2> <ul style="list-style-type: none"> ＜電話の対応で考える＞ <ul style="list-style-type: none"> クレーム対応を初に足を投げ出して、ふんぞり返るようになって言ったとしたら・・・？ <p>企業の不祥事会見にみる伝わらない言い方 政治家にみる伝わらない言い方</p> <p>なぜ伝わらないかを考えてみましょう！ あなたの伝え力は？</p>	<h2>スキルアップの伝え方</h2> <ul style="list-style-type: none"> 「内容」と「伝え方」 何を最初にもってくるかで印象が違う！ ＝PREP法＝ <ul style="list-style-type: none"> POINT・・・結論、ポイントをまず示す REASON・・・理由をいう 新聞・雑誌、データなどを引用する EXAMPLE・・・具体例・実例 自分自身の体験こそその人しか話せない思いが伝わる Point・・・ポイント 主題を繰り返す 具体例・体験で詰わりとせず もう一度しっかり主題ポイントを繰り返す 本当にしつこいポイントはだめ押しするくらいで！
<h2>スキルアップの伝え方</h2> <ul style="list-style-type: none"> 自信がある人の話し方 <ul style="list-style-type: none"> 「断定表現」で言い切る！ 特に自分の過去の経験は言い切る！ 「絶対に！」「必ず！」をいった言い回し 自信がない人の話し方 <ul style="list-style-type: none"> 「思います」「考えます」を多用する！ 「私はコミュニケーション能力があると思います」 あるのか？ないのか？ 	<h2>スキルアップの伝え方</h2> <ul style="list-style-type: none"> ＜話し方を工夫する＞ <ul style="list-style-type: none"> 声の小さい人は、聞き取りにくくポンポンと話すのでどこが大切なかわからない 声に大小をつけて、メリハリを持たせるとどこが大切なかわかる。 <p>「大きな声」と「小さな声」を効果的に！</p> ＜間合いも考える＞ <ul style="list-style-type: none"> 話のメリハリには欠かせない「間」
<h2>スキルアップの伝え方</h2> <ul style="list-style-type: none"> 自分のPRを「アウトバック」する <ol style="list-style-type: none"> アウトバック・・・自分のPRを人に話す フィードバック・・・自分のPRに対して、その人から質問や「いい点」「悪い点」「改善案」の意見をもらう アウトバック・・・2の参考にPRを作成しなおし、それをまた別の人に話す フィードバック・・・2と同じように意見をもらう <p>人の頭を使い、組み立てていく！</p> 	

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.8 H08 色の効果を学ぶ色彩心理学

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年2月17日（火） 9:00～12:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：Office Naturals 草原 祥子

(2) 講座概要

- ・色彩心理学の概要

もっとも人の目に触れる機会が多いので、基本の上にテクニックをつける文章の作成にチャレンジする。色彩心理学の2つの見方、生理的作用・心理的作用について学ぶ

- ・各色の効果

色には様々な色があるが、基本となるポピュラーな色を与える効果を学ぶ

- ・並べる色の効果

単色だけで使う効果と、複色で使う効果がどのように視覚として感じるのかを学ぶ

(3) 講座のねらい

ネットショップで売上を伸ばすには、視覚効果も大切なポイントである。視覚効果を高める色づかいを色彩心理学から学び、見やすい・惹かれやすいホームページを作成する。

色の効果を学ぶ色彩心理学

色彩の基本

- 色が人の感覚に与える影響
 - 時間感覚を麻痺させる効果についての実験

赤い部屋
ピンクの壁紙と深紅の絨毯

青い部屋
ブルーの壁紙と水色の絨毯

それぞれの部屋に一人ずつ入り、何分後に部屋から出てくるか？

○分後

○分後

色彩の基本

- 照明で考えてみよう！
 - 青白い蛍光灯の下
 - 白熱灯の下

時間を短く感じる
温かみのある光のもと
ではゆっくり感じる

単純な事務作業では、どちらがいいか？

色の意味好

- 幼児と成人の好きな順位

幼児の好きな色順位	成人の好きな色順位
1. 黄色	1. 青
2. 白	2. 赤
3. ピンク	3. 緑
4. 赤	4. 白
5. 橙	5. ピンク
6. 青	6. すみれ
7. 緑	7. 橙
8. すみれ	8. 黄色

色の効果

- 暖色系… 赤・橙・黄などの長い波長の色を言う
太陽や日を暗示するので心理的に暖かさを感じさせる
- 寒色系… 青・緑青・青緑などの短い波長の色を言う
水、空、都などを暗示し、心理的に冷たさを感じさせる

【体感温度】
好き嫌いに関係なく、暖色系を見ると、実際に身体は暖まり温度も上昇する
逆に寒色系や薄暗いところでは、身体が寒く感じ、自律神経への刺激もないので体感温度は下がる

色の効果

- 《職場の統計的調査からみる色の効果》
 - ロンドンのある工場Ⅰ
女子従業員が欠勤が多く、原因を調査

青色光が原因

壁の色は？

鏡をのぞくとき、病人のように映って見えた青色光
青色光が病人をつくりだしていた！！

色の効果

- 《職場の統計的調査からみる色の効果》
 - ロンドンのある工場Ⅱ
灰色の機会が明るい色に塗られた！

士気が向上し事故が減少
定額賃金従業員が作業士数より多い！

次の問題発生！
工場のカフェテリアで21度の室温でも寒いと苦情
原因は青い壁

色の効果

- 《簡単な実験テスト》
一定温度の水をふたつのガラス容器に一杯いれ、一方は赤橙色に他方は青緑色に水を染める

手を入れて「どちらの温度が高いか？」

人々の感じる温度の調査結果
暖色系と寒色系では、その心理的溫度差(体感温度)は三度も開きがある。
例)ブルーのカーテンをピンクのカーテンに替えたら、部屋が暖かくなった

<p>色の効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ <心理補色と物理補色の色調効果> <ul style="list-style-type: none"> ◦ お互いの色を引き立てる補色と呼ばれる関係がある 赤に対して青緑 紫に対して黄緑 <p>物理補色</p> <p>チラシなどの広告・パッケージなどで目を引く組み合わせとして活用</p>	<p>色の効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ <心理補色と物理補色の色調効果> <ul style="list-style-type: none"> ◦ ある色をじっと見つめていて目をそらすと色の残像が現れる <p>心理補色の例</p> <p>ある精肉店が店内の壁を明るいクリーム色に塗り替えたところ、クリーム色の壁を見た後に青紫の残像の影響で肉の鮮度が悪く見え、売上不振になった。</p> <p>赤に対して青緑 紫に対して黄緑</p> 
<p>色の効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ <色の対比効果> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 絶対対比 <ul style="list-style-type: none"> ◦ 左側の■を十数秒見つめたあとに、目を右側の黄色に合わせると心理補色が現れ、色が重なって見える ◦ 同時対比 <ul style="list-style-type: none"> ◦ □色相対比、中央にある橙の色が、背景色によって変わって見える  	<p>色の効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ <色の対比効果> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 明度対比、中央にあるグレーの色が、背景色の明度に影響を受ける ◦ 彩度対比、中央にある青の色が、背景色の彩度に影響を受ける  

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.9 M01 財務諸表の概要と損益計算書の見方

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年2月6日（金） 9:00～12:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：森田 道稔

(2) 講座概要

- ・ 会計の目的を知る
会社の経営状況を表す会計
経営状況を外部に報告する財務会計
経営管理に有用な情報を提供する管理会計

- ・ 3つのレポート
損益計算書・貸借対照表・キャッシュフロー計算書
財務会計と管理会計の違い

- ・ 損益計算書
損益計算書の特徴
損益計算書に表される利益の計算方法

(3) 講座のねらい

会社の経営状況を表す3つの書類（貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書）の概要を学習し、財務諸表について理解する。また、損益計算書の特徴・作成方法について学習していく。損益計算書に表示される各利益（売上総利益、営業利益、経常利益、当期純利益）の計算方法について学習し、理解を深める。

財務諸表の概要と 損益計算書の見方

森田 道稔

会計の目的を知る(1)

● 会社の経営状況を表す会計

会計は…会社の経営状況をお金に換算し、報告書にまとめる手続き

経営者は…企業活動をお金に換算することで、さまざまな角度から自社の経営状況を把握することができます。

投資家や取引先なども同様に、金額に換算された情報から投資先や取引先の経営状況を把握し、彼らの評価や選定に使用します。

明確な基準である金額によって、会社の状況を表すこと

↓

会計の目的とします。

会計は…正確な経営状況を外部に報告するための**財務会計**
経営者に経営管理のための情報を提供するための**管理会計**

会計の目的を知る(2)

● 経営状況を外部に報告する財務会計

会計情報が投資先や融資先の評価用の情報として活用されるようになる

↓

投資家や銀行等金融機関は
会計の手続きに、より高い**信頼性**を求めようになりました。

↓

守るべき法律やルールが実現

正確な経営状況を外部に報告することを目的とし、
法律やルールにもとづいて行う会計

→ **財務会計**

会計の目的を知る(3)

● 経営管理に有用な情報を提供する管理会計

経営管理に有用な情報を経営者に提供することも

↓

会計が果たす大切な役割の1つです。

ただし、経営者が必要とする情報はさまざまであり、財務会計とは異なり、画一的に法律で規定するようものではありません。

財務会計の手続きを基本としながらも、予算と実績の対比、顧客数や単価等、財務会計では扱わない情報を活用しながら、**個々の会計独自の形式で発展**

会社独自の形式による会計 → **管理会計**

3つのレポート(1)

● 会社の経営状況を表す3つのレポート

会社の経営状況は、用途、特徴の異なる3つのレポートによって表されます。
損益計算書・貸借対照表・キャッシュ・フロー計算書

これらを総称して**財務諸表**といいます。

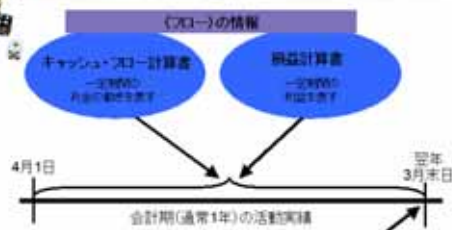
損益計算書 (P/L)	①一定期間の利益を表す。 ②1年区切りで各年分のレポートを作成する。 ③毎年リセットして、利益を貸借対照表へ記録する。
貸借対照表 (B/S)	①一時点の財産の状況を表す。 ②会計制度から、ずっと引き継がれる。
キャッシュ・フロー計算書 (C/F)	①一定期間のお金の動きを表す。 ②1年区切りで各年分のレポートを作成する。

3つのレポート(2)

● 財務会計と管理会計の違い

財務会計と管理会計では、財務諸表の作成時期や形式が、次のように異なります。

	財務会計	管理会計
作成時期	法律により、最低限、年に1回作成する必要がある。これを年次決算という。	大平の会社が、経営状態の定期的な把握のため、法令よりも短いサイクルの月次単位で決算を行っている。これを月次決算という。
形式	法令で定められた形式	財務会計レポートを基本として、予算実績対比、詳細情報、部署別情報等、会社の要望に合わせる。



損益計算書(1)

● 損益計算書の特徴

損益計算書 (Profit and Loss Statement: P/L (ピーエル)) は、一定期間の経営成績を表したものです。

このレポートは、以下の原則に準拠して作成されます。

① 発生主義の原則

費用は、それらが発生した期間に割り当てられるように計上します。

このルールを**発生主義の原則**といいます。



発生主義の原則が適用される例

損益計算書(2)

② 費用収益対応の原則と実現主義の原則

製品の製造にかかった費用や商品の仕入費用は、販売した時点で売上と同時に計上します。このように計上することによって、販売取引による利益が適正に集計されます。このルールを**費用収益対応の原則**とします。

また、売上は、契約や代金回収時ではなく、商品等の販売または役務の提供がされた時点で計上します。このルールを、**現実主義の原則**とします。

項目	前年度	今年度
売上高	100万円	100万円
仕入	70万円	70万円
利益	30万円	30万円

費用収益対応の原則、現実主義の原則が適用される例

損益計算書(3)

③ 総額主義の原則

損益計算書の各項目は、総額によって記載します。つまり、ある取引先に対して(販売と仕入)が各々10万円あった場合でも、その金額を相殺せず、両方を総額で計上します。このルールを**総額主義の原則**とします。

項目	金額	金額
I 売上高		6,839
II 売上原価		
1 期首商品棚卸高	108	
2 当期商品仕入高	6,973	
合計	7,081	
III 期末商品棚卸高	149	6,932
売上総利益		1,807
IV 販売費及び一般管理費	946	946
営業利益		861
V 営業外収益	168	168
VI 営業外費用	136	136
経常利益		893
VII 特別利益	162	162
VIII 特別損失	0	0
税引前当期純利益		1,055
法人税、住民税及び事業税		421
当期純利益		634

損益計算書(4)

損益計算書に表される利益の計算方法

損益計算書で表記する利益に関して、その計算式を以下に示します。

- ① 売上総利益(粗利益)・・・商品や提供したサービスから得られる利益(売価と原価の差)
売上総利益 = 売上高 - 売上原価
- ② 営業利益・・・会社の営業活動にもとづく利益(財務活動は含めない)
営業利益 = 売上総利益 - 販売費及び一般管理費
- ③ 経常利益・・・会社の経常的な活動にもとづく利益
経常利益 = 営業利益 + 営業外収益 - 営業外費用
- ④ 税引前当期純利益・・・経常利益に特別に発生した収益費用を加減した後の利益
税引前当期純利益 = 経常利益 + 特別利益 - 特別損失
- ⑤ 当期純利益・・・税引前当期純利益から税金等を差し引いた最終的な利益
当期純利益 = 税引前当期純利益 - 税金等

第3章 ヒューマンスキルと経営スキル

3.10 M02 貸借対照表とキャッシュフローの見方

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年2月13日(金) 9:00～12:00

平成21年2月20日(金) 9:00～12:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校(4号館)

T E L：092-415-2288

担当講師：森田 道稔

(2) 講座概要

- ・貸借対照表
貸借対照表の特徴
総額主義の原則
取得資産の減価償却と評価
資産の部・負債の部・純資産の部
貸借対照表を構成する主な勘定科目
- ・キャッシュフロー計算書
資金の流れを表す財務諸表の登場
キャッシュフロー計算書の特徴

(3) 講座のねらい

貸借対照表の特徴と作成方法について学習していく。貸借対照表を構成する主な資産の部、負債の部、純資産の部の内訳項目について理解する。

キャッシュフロー計算書の特徴と構造について学習していく。営業活動によるキャッシュフロー、投資活動によるキャッシュフロー、財務活動によるキャッシュフロー、キャッシュフロー計算書の形式(間接法・直接法)について理解を深める。

貸借対照表の見方

森田 道稔

貸借対照表(1)

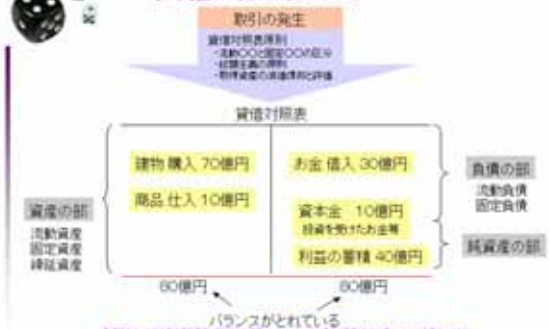
- 貸借対照表の特徴
 - 貸借対照表(Balance Sheet: B/S(びーず))は、会社の財政状態を表したものの
 - ・左側→資産の部(流動資産、固定資産、繰延資産に区分)財産の使途と状況を表示
 - ・右側→負債の部(流動負債、固定負債)と純資産の部
 - その財産の出所(他人からの借入、自己資金等)を表示
- 流動〇〇と固定〇〇の区分
 - 次の2つの基準に該当するものは、流動資産または流動負債の内訳として表記し、それ以外は固定資産の内訳として表記します

営業循環基準	本業の営業活動の過程で生じた資産・負債 (例:売掛金、買掛金、商品など)
1年基準 (ファイナールール)	営業活動の過程以外で生じた資産・負債で、決算日の翌日から1年以内に決算の子算があるもの (例:短期借入金、未払金) 引当金のうち、1年以内に使用される見込みのもの

貸借対照表(2)

- 総額主義の原則
 - 貸借対照表の各項目は損益計算書を作成する場合と同様に、その金額を相殺せず両方を総額で計上
- 取得資産の減価償却と評価
 - 貸借対照表に表示する資産のうち
 - ・土地、建物(不動産を除く)有形固定資産は、決算時に減価償却計算をして資産額を決定
 - ・有価証券や棚卸資産など資産の評価方法があるものは、期中時に調査・計算をして試算額を決定

貸借対照表(3)



貸借対照表(4)

貸借対照表を構成する主な勘定科目

勘定科目	金額(円)	勘定科目	金額(円)
現金	100,000	短期借入金	100,000
短期有価証券	200,000	長期借入金	200,000
短期貸付金	300,000	繰上返済金	300,000
短期貸付金	400,000	繰上返済金	400,000
短期貸付金	500,000	繰上返済金	500,000
短期貸付金	600,000	繰上返済金	600,000
短期貸付金	700,000	繰上返済金	700,000
短期貸付金	800,000	繰上返済金	800,000
短期貸付金	900,000	繰上返済金	900,000
短期貸付金	1,000,000	繰上返済金	1,000,000
短期貸付金	1,100,000	繰上返済金	1,100,000
短期貸付金	1,200,000	繰上返済金	1,200,000
短期貸付金	1,300,000	繰上返済金	1,300,000
短期貸付金	1,400,000	繰上返済金	1,400,000
短期貸付金	1,500,000	繰上返済金	1,500,000
短期貸付金	1,600,000	繰上返済金	1,600,000
短期貸付金	1,700,000	繰上返済金	1,700,000
短期貸付金	1,800,000	繰上返済金	1,800,000
短期貸付金	1,900,000	繰上返済金	1,900,000
短期貸付金	2,000,000	繰上返済金	2,000,000
短期貸付金	2,100,000	繰上返済金	2,100,000
短期貸付金	2,200,000	繰上返済金	2,200,000
短期貸付金	2,300,000	繰上返済金	2,300,000
短期貸付金	2,400,000	繰上返済金	2,400,000
短期貸付金	2,500,000	繰上返済金	2,500,000
短期貸付金	2,600,000	繰上返済金	2,600,000
短期貸付金	2,700,000	繰上返済金	2,700,000
短期貸付金	2,800,000	繰上返済金	2,800,000
短期貸付金	2,900,000	繰上返済金	2,900,000
短期貸付金	3,000,000	繰上返済金	3,000,000

キャッシュ・フロー計算書の見方

森田 道稔

キャッシュ・フロー計算書(1)

- 資金の流れを表す財務諸表の登場
 - 貸借対照表、損益計算書の2つのレポートからは読み取れない大切な情報
 - それが
 - 資金(お金)の流れ
- ・貸借対照表は、決算時に資金をどわげもっているか⇒ストック情報を提供
(会計期間にどれだけの資金が流入し、そして流出したかという資金の流れは把握できない)
- ・損益計算書は、会計期間中の収益や費用の発生⇒フロー情報を提供
(事業活動の結果である利益を計算するもの)
- 実際どれだけの資金が回収されたのか、どれだけの資金が流出したかという情報は把握できない
- 弱点を補うために…
- キャッシュ・フロー計算書(Cash Flow Statement: C/F(シーフ))が登場

キャッシュ・フロー計算書(2)

- キャッシュ・フロー計算書の特徴
 - 資金の動きという客観性が高い情報を提供するため、重要性が増しています
 - 例えば
 - 損益計算書で利益が計上されている会社が必ずしも利益に見合う資金があるとは限りません
 - 損益計算書が現金の出入り(現金主義)ではなく実際に取引を行った期間に取引金額を割り当てる(発生主義)によって計算されているから
 - 「赤字借入」が発生するのはこのような理由からです

第4章 PC スキル

4.1 P01 Windows の基礎と設定

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 13 日（火） 13:00～16:00

開 催 場 所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担 当 講 師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・パソコンの形状
デスクトップ型とノート型の違い、特徴およびメリット・デメリットについて
- ・パソコンおよび周辺機器
パソコンの 5 大装置、および接続を行い使用することのできる周辺機器について
- ・OS とは
OS とは何か、ファイルとフォルダについて、また階層構造について
- ・拡張子とは
Windows がファイルを識別するための拡張子について、拡張子の表示方法や拡張子の調べ方について
- ・ファイルの検索
ファイルの場所が分からなくなってしまった場合のファイルの検索方法について
- ・タスクバー
タスクバーの働き、タスクバーの整理方法について
- ・コントロールパネル
デスクトップの変更、電源の設定、日付・時刻の設定、マウスの設定等について
- ・ハードディスク
ハードディスクの容量の確認方法について
- ・周辺機器の接続
USB について、USB の接続・解除方法について

(3) 講座のねらい

ネットショップを運営するにあたり、使用する Windows について、操作を行う際に必要となってくる基礎知識や基本的な設定について理解する。

Windowsの基礎と設定



パソコンの形状

- ◆ デスクトップ型
- ◆ ノート型



デスクトップ型	ノート型
比較的安価	比較的高価
設置スペースが必要	持ち運びが可能
配線が多い	配線が少ない
拡張・増設しやすい	拡張・増設が難しい
大きなディスプレイを使用できる	ディスプレイが制限される



パソコンおよび周辺機器



パソコンの5大装置

- ◆ 入力装置
- ◆ 出力装置
- ◆ 記憶装置
- ◆ 中央処理装置(演算装置・制御装置)



入力装置

- ◆ コンピュータにデータを入力・命令を送信する装置
 - ・ 例) キーボード・マウス・スキャナ・タッチパネル・ペンタイザなど



出力装置

- ◆ 処理された結果を表示する装置
 - ・ 例) ディスプレイ・プリンタ・スピーカーなど



記憶装置

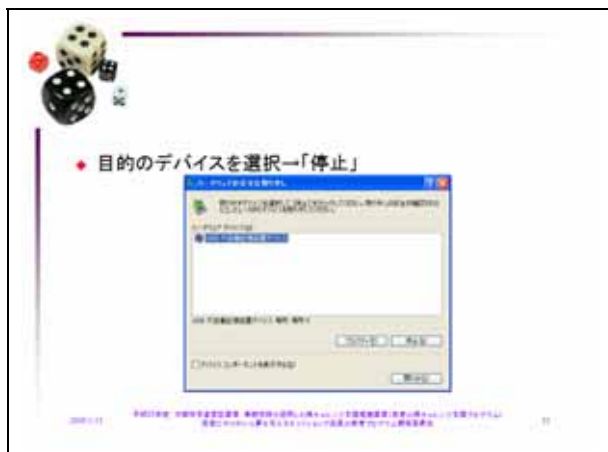
- ◆ データを記憶・保存する装置
 - ・ 主記憶装置・・・RAM・ROM
 - ・ 補助記憶装置・・・ハードディスクドライブ、CD-R・FD・MO・SDメモリーカードなど



<h2>中央処理装置</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 各種演算や制御を行う装置<ul style="list-style-type: none">• CPU・・・入力装置から与えられた命令をメモリに記憶し、実行する  <p>2009.11 10</p>	<h2>OSとは</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ OS(Operating System)<ul style="list-style-type: none">• パソコンが動作するために必要な基本となるソフトウェア• 様々なPCで共通のソフトウェアを使用できる• 周辺機器の制御• ファイルの管理• ネットワークの管理• 電源・アカウント・プログラムの実行管理 <p>2009.11 11</p>
<h2>ファイルとフォルダ</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ファイル<ul style="list-style-type: none">• Word・Excelなどのアプリケーションで作成したデータの集まり◆ フォルダ<ul style="list-style-type: none">• ファイルを入れて管理する   <p>2009.11 12</p>	<h2>階層構造</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ フォルダの中にファイルを入れ、整理することができる◆ フォルダは階層構造に整理されている <p>2009.11 13</p>
<h2>拡張子</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ Windowsはファイルの種類を拡張子で識別している<ul style="list-style-type: none">• 例) .doc・・・Word .xls・・・Excel◆ 拡張子辞典<ul style="list-style-type: none">• http://www.geocities.jp/shell_586/xt/ <p>2009.11 14</p>	<h2>拡張子を表示する</h2>  <p>2009.11 15</p>
<h2>拡張子を表示する</h2>  <p>2009.11 16</p>	<h2>ファイルの場所が分からない・・・</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ファイルの検索  <p>2009.11 17</p>

<h3>ファイルの検索</h3> <ul style="list-style-type: none">「ファイルとフォルダすべて」 →ファイル名を一部入力「検索」  <p>2008.11 17</p>	<h3>タスクバーとは？</h3> <ul style="list-style-type: none">現在起動しているアプリケーション等を表示する  <p>2008.11 18</p>
<h3>タスクバーの整理</h3> <ul style="list-style-type: none">タスクバー内で右クリック「プロパティ」  <p>2008.11 19</p>	<h3>コントロールパネル</h3> <ul style="list-style-type: none">コンピュータの各種設定を行うことができる  <p>2008.11 20</p>
<h3>デスクトップの変更</h3> <ul style="list-style-type: none">「コントロールパネル」→「画面」  <p>2008.11 21</p>	<h3>デスクトップの変更</h3> <ul style="list-style-type: none">「デスクトップ」タブ→任意の背景を選択  <p>2008.11 22</p>
<h3>電源の設定</h3> <ul style="list-style-type: none">「コントロールパネル」→「電源オプション」  <p>2008.11 23</p>	<h3>電源の設定</h3> <ul style="list-style-type: none">モニター・ハードディスク等の電源を設定  <p>2008.11 24</p>

<h2>日付/時刻の設定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「コントロールパネル」→「日付と時刻」  <p>2009.11 28</p>	<h2>日付/時刻の設定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「日付と時刻」タブ  <p>2009.11 28</p>
<h2>マウスの設定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「コントロールパネル」→「マウス」  <p>2009.11 28</p>	<h2>ハードディスクの容量を確認</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「スタート」→「マイコンピュータ」  <p>2009.11 28</p>
<h2>ハードディスクの容量を確認</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ アイコン内で右クリック→「プロパティ」  <p>2009.11 28</p>	<h2>ハードディスクの容量を確認</h2>  <p>2009.11 28</p>
<h2>USBとは？</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ キーボード・マウス・プリンタなどの周辺機器やUSBメモリなどとパソコンを接続する規格 ホットプラグに対応している  <p>2009.11 28</p>	<h2>USBの接続を解除するには？</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ タスクトレイ内の「ハードウェアの安全な取り外し」アイコンを右クリック  <p>2009.11 28</p>



第4章 PC スキル

4.2 P02 便利なアクセサリ機能の紹介

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 14 日（水） 9:00～12:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・アクセサリとは
メモ帳とは何か、また、メモ帳を用いて入力を行い、IME ツールバーを用いて行うことができる様々な入力について学習を行う
また、誤変換を行いやすい文字列の入力について、効率のよい入力方法についても学習する
さらに、部首による変換や、手書き入力、郵便番号から住所に変換する手順についても学習する
- ・ファイル・フォント
ファイルの保存方法、フォントとは何か、フォントやフォントサイズの変更を行う
- ・ごみ箱
ごみ箱とは何か、ファイルの削除方法、削除したファイルを元に戻す方法について
- ・電卓
電卓を使った計算方法について
- ・ショートカット
ショートカットの意味について、ショートカットの作成方法について
- ・システムツール
ディスクのクリーンアップ、デフラグの概要、使用方法について
- ・ペイントの使用
ペイントの概要、ペイントの使用法、画像の編集について
- ・動画・音声の閲覧・編集
Windows Media Player を用いた動画・音声の閲覧方法、Window ムービーメーカーの概要、動画・音声の加工方法、トリミング、タイトルの編集方法、保存方法について学習する

(3) 講座のねらい

Windows に搭載されているアクセサリを用い、文字入力や画像・絵の加工・編集が行えるよう、操作を習得する。また、パソコンを管理するシステムツールについて学習を行い、メンテナンスについて理解する。

便利なアクセサリ機能の紹介



アクセサリとは？

- ◆ Windowsに標準搭載されている、
実用的なアプリケーション



メモ帳とは？

- ◆ テキストエディタの一種
 - ・ メモ帳で作成したファイルは、
他の多くのアプリケーションで開くことができる



メモ帳を使ってみよう

- ◆ [スタート]→[すべてのプログラム]
→[アクセサリ]→[メモ帳]



半角英数字⇔日本語の切り替え

- ◆ [半角/全角]キー
- ◆ [IMEツールバー]→[入力モード]



次の文字列を入力してみよう








- ◆ バス地下
- ◆ 今日歯医者へ行く
- ◆ ドラやき
- ◆ FUKUOKA City(全角)
- ◆ HAKATA Station(半角)
- ◆ 100 Å







文節の移動・文節の変更

- ◆ 文節の移動
 - ・ 変換後、下線が表示された状態で
←→キー
- ◆ 文節の変更
 - ・ 変換後、下線が表示された状態で
Shiftキーを押したまま←→キー

ファンクションキーを使った 変換






- ◆ ひらがな変換
 - ・ 変換中にF6キー
- ◆ カタカナ変換
 - ・ 変換中にF7キー
- ◆ 半角カタカナ変換
 - ・ 変換中にF8キー
- ◆ 全角英数字変換
 - ・ 変換中にF9キー
- ◆ 半角英数字変換
 - ・ 変換中にF10キー

<h3>その他の変換</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「きごう」→変換 ◆ 「ろしあ」→変換 ◆ 「けいせん」→変換 <p>…など</p>	<h3>部首による変換</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「亼」という文字を入力するには??? <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 読み方が分からない漢字は部首入力できる 
<h3>「亼」を部首入力しよう</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「 にんべん」と入力 <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ F5キー <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 目的の文字をクリック 	<h3>「來」を手書き入力してみよう</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [IMEツールバー]→[IMEパッド]→[手書き] 
<h3>「來」を手書き入力してみよう</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [消去]をクリック →途中までドラッグで手書き →目的の文字が一覧に表示されたら <p>クリック</p> 	<h3>顔文字を入力しよう</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [IMEツールバー]→[ツール]→[プロパティ] 
<h3>顔文字を入力しよう</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [辞書/学習]→[Microsoft IME 話し言葉顔文字辞書]にチェック 	<h3>顔文字を入力しよう</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「かおもじ」と入力→変換 

<p>◆ 郵便番号から住所に変換しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [IMEツールバー]→[ツール]→[プロパティ] 	<p>◆ 郵便番号から住所に変換しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [辞書/学習]→[Microsoft IME 郵便番号辞書]にチェック 
<p>◆ 郵便番号から住所に変換しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 812-0013と入力→変換 ↓ ◆ 福岡県福岡市博多区博多駅東 	<p>◆ ファイルを保存する</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 名前を付けて保存 <ul style="list-style-type: none"> ◆ [ファイル]メニュー→[名前を付けて保存] ◆ 上書き保存 <ul style="list-style-type: none"> ◆ [ファイル]メニュー→[上書き保存] 
<p>◆ フォントとは</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 文字をコンピュータで表現するための文字の形 ◆ 明朝体やゴシック体など、さまざまなフォントがある <p>ABCDEF あいうえお</p>	<p>◆ フォントを変更してみよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [書式]メニュー→[フォント] 
<p>◆ フォントを変更してみよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ フォント名・スタイル・サイズを選択 	<p>◆ フォントを変更してみよう</p> 

<h2>使用できるフォントを確認する</h2>  <p>2008.04.14 印刷用紙を印刷するときに、フォントがインストールされていないと印刷できない場合があります。この場合は、印刷用紙の印刷前に、このフォルダを確認してください。</p>	<h2>ごみ箱とは</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 不要なファイルを一時的に保管する場所◆ ファイルを削除すると、ごみ箱へ移動する◆ ごみ箱の中にあるファイルは、削除前の元の場所へ戻すことができる
<h2>電卓を使ってみよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ [スタート]→[すべてのプログラム]→[アクセサリ]→[電卓] 	<h2>ショートカットを作成しよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ショートカットとは？<ul style="list-style-type: none">・ 良く使用するアプリケーションやフォルダなどを入り口だけ配置し、簡単にアクセスできるようにするもの・ 左下にショートカットを現す矢印が表示される 
<h2>電卓のショートカットを作成しよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ [スタート]→[すべてのプログラム]→[アクセサリ]→[電卓]内で右クリック→[送る]→[デスクトップ(ショートカットを作成)] 	<h2>ディスククリーンアップ</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ハードディスクの空き容量が少なくなったら…<ul style="list-style-type: none">・ 不要なファイルを削除する・ ディスククリーンアップで空き容量を増やす
<h2>ディスククリーンアップ</h2> <ol style="list-style-type: none">① [アクセサリ]→[システムツール]→[ディスククリーンアップ]② クリーンアップするハードディスクを選択③ 空き容量を自動計算 	<h2>ディスククリーンアップ</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 削除するファイルを選択 

<p>ディスク デフラグ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ハードディスク内の断片化(フラグメンテーション)したファイルを再配置する <ul style="list-style-type: none"> • ファイルが断片化すると、ファイルの読み込みに時間がかかる(動きが重くなる) 	<p>ディスク デフラグ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [アクセサリ]→[システムツール]→[ディスクデフラグ] 
<p>ディスク デフラグ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 分析を行うと、断片化されたファイルが表示される ◆ 最適化を行う(講座では行わない) 	<p>ペイントを使用しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ペイントとは <ul style="list-style-type: none"> • Windowsに標準装備されている画像編集ソフト ◆ ペイントを起動するには <ul style="list-style-type: none"> • [スタート]→[プログラム]→[アクセサリ]→[ペイント] 
<p>ペイントを使用しよう</p> 	<p>動画を見よう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Windows Media Player <ul style="list-style-type: none"> • Windowsに標準装備されている、動画・音楽鑑賞できるソフトウェア 
<p>Windows Media Player</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [アクセサリ]→[エンターテイメント]→[Windows Media Player] 	<p>音楽や動画を編集しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Windows ムービーメーカー <ul style="list-style-type: none"> • デジタルビデオカメラなどで撮影した動画や音声を加工・編集できるソフトウェア 

<h3>Windows ムービーメーカー</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 動画や音声を加工してみよう  <ul style="list-style-type: none">◆ ビデオやオーディオの切り込み◆ 効果やタイトル等の挿入◆ 保存方法の選択◆ 表示方法の切り替え	<h3>トリミングするには？</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ トリミング…部分的に削除すること◆ 動画や音声の終了地点をドラッグ 
<h3>冒頭にタイトルを作成するには？</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ [タイトルまたはクレジットの作成] → [ムービーの最初にタイトルを追加する] 	<h3>つくりかけのものを保存するには？</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ [ファイル] → [プロジェクトの保存] 
<h3>作り終わったものを動画として保存するには？</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ コンピュータに保存◆ ファイル名を入力◆ 保存場所を選択する	<h3>動画ファイルを作成してみよう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 音楽・画像・動画ファイルを組み合わせ、オリジナルの動画ファイルを作成しよう！◆ タイトルや画面切り替え効果なども使用してみよう！！ 

第4章 PC スキル

4.3 P03 インターネットの基礎と設定

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 14 日（水） 13:00～16:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・インターネットの概要
 - インターネットを閲覧するには何が必要であるか
 - インターネットで出来ること
- ・情報の検索・情報の発信
 - ニュースや気象情報、辞書・翻訳、地図や航空写真等を用いた情報の検索
 - 個人のブログや Web サイト、質問・回答コミュニティを用いた情報の発信
- ・インターネットを使う準備
 - 接続方法や回線の種類の選択
 - ADSL・FTTH・CATV の概要および使用する機器
- ・複数の PC を用いたインターネット接続
 - ルータの役割
 - 有線 LAN・無線 LAN・公衆無線 LAN
- ・プロバイダの選択
 - 料金体系・サービスの内容
 - プロバイダの比較方法
- ・Web サイトの閲覧
 - ブラウザの役割
 - お気に入りの登録・整理・インポート・エクスポート
 - ホームページの設定
 - 便利な操作
- ・インターネット接続の設定
 - 接続ツールを用いた設定
 - 手動での設定
 - ルータを用いた設定

(3) 講座のねらい

インターネットを用いたネットショップ運営に関して、ネット環境を整えるため、プロバイダの選択から利用プランの選択、申し込み、機器の接続およびインターネット接続設定までの一連の流れを理解する。

また、実際に Web サイトを閲覧する際に利用できる便利な操作等についても習得する。

インターネットの基礎と設定



インターネットを閲覧するには？

- ◆ インターネットが接続できる環境
 - ・ パソコン
 - ・ インターネット回線
- ◆ ブラウザ
インターネット上のWebサイトを閲覧するためのソフトウェア
(Internet Explorer、Netscape、Firefoxなど)



インターネットで出来ること

- ◆ ホームページ(Webサイト)の閲覧
- ◆ 情報の検索
- ◆ 情報の発信
- ◆ インターネットショッピング
- ◆ インターネットバンキング
- ◆ 音楽や動画の視聴
- ◆ 電子メール(eメール)の送受信



情報の検索

- ◆ ニュースや気象情報など
 - ・ 例) Yahoo!ニュース
<http://headlines.yahoo.co.jp/>
 - ・ 例) RKBローカルニュース
http://news.rkb.ne.jp/rkb_news/



情報の検索

- ◆ 国語・英語等の辞書・翻訳
 - ・ 例) エキサイト辞書
<http://www.excite.co.jp/dictionary/>
 - ・ 例) IT用語辞典 e-Words
<http://e-words.jp/>



情報の検索

- ◆ 地図や航空写真
 - ・ 例) googleマップ
<http://maps.google.co.jp/>
- ◆ 時刻表や乗換え・料金など
 - ・ 例) えきから時刻表
<http://www.ekikara.jp/>



情報の発信

- ◆ 個人のブログ・Webサイトなど
- ◆ 質問・回答コミュニティ
 - ・ 例) 教えて！goo
<http://oshiete.goo.ne.jp/>



インターネットバンキング

- ◆ 主に携帯電話で普及
 - ・ 例) 福岡銀行
<http://www.fukuokabank.co.jp/>
 - ・ 例) イーバンク銀行
<http://www.ekikara.jp/>
アプリケーションの利用方法
<http://www.ebank.co.jp/kojin/service/mobile/>

<h3>インターネットを使う準備</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 接続方法や回線の種類を選択する◆ プロバイダへ加入する (ISP:インターネットサービスプロバイダ)◆ パソコン・ブラウザを準備する◆ 接続の設定を行う 	<h3>接続方法の選択</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 回線の選択<ul style="list-style-type: none">◆ ダイアルアップ回線<ul style="list-style-type: none">・ アナログ回線・ISDN・携帯電話など◆ ブロードバンド(定額・高速通信・常時接続)<ul style="list-style-type: none">・ ADSL・ FTTH(光ファイバー)・ CATVなど◆ 有線か無線か 
<h3>ADSLとは</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 電話回線を用いて高速な通信を行う接続◆ 2001年頃から普及◆ 1つの電話回線で、音声通話およびデータ通信が可能◆ 速度:1M~50Mbps程度 (距離による減速あり)◆ ADSLモデムおよびスプリッタを使用	<h3>ADSLで使用する機器</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ ADSLモデム◆ スプリッタ 
<h3>FTTH(光ファイバー)とは</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 光ファイバーを用いて高速な光通信を行う◆ 2003年頃から普及◆ 速度:10M~100Mbps程度◆ 回線終端装置(ONU)を使用	<h3>FTTHで使用する機器</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 回線終端装置(ONU) 
<h3>CATV(ケーブルテレビ)とは</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ CATVのしきみをインターネットに利用して高速な通信を行う◆ 2003年頃から普及◆ 速度:1M~160Mbps程度◆ ケーブルモデムを使用	<h3>CATVで使用する機器</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ ケーブルモデム 

複数台のPCでインターネット

- ◆ ルーター(ブロードバンドルーター)
 - ◆ モデムと接続し、1本のインターネット回線で、複数台のPCからの接続を行うことができる。モデム機能を内蔵しているものもある。



LANとは?


- ◆ LAN(Local Area Network)
 - ◆ 家庭内やオフィス内で、複数台のコンピュータや周辺機器(プリンタなど)を接続し、データのやり取りができるようにするネットワーク



有線LANでのPC接続例




無線LANでのPC接続例



プロバイダの選択

- ◆ 料金体系
 - ・ 使用料金
 - ・ 最低契約期間や年間契約など
- ◆ サービスの内容
 - ・ ホスティングサーバ(Webページ開設レンタルスペース)
 - ・ IP電話
 - ・ ホットスポット(公共施設での無線接続サービス)
 - ・ キャンペーン内容(無料サービスなど)
 など...



プロバイダ比較サイト

- ◆ 価格.com プロバイダ
<http://kakaku.com/bb/>



各プロバイダの詳細を調べよう


- ◆ 「プロバイダ検索」をクリック




各プロバイダの詳細を調べよう







- ◆ 「住居タイプ」「回線タイプ」を選択



<p>各プロバイダの詳細を調べよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 都道府県をクリック、または郵便番号を入力 	<p>各プロバイダの詳細を調べよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 細かい条件を選択する ◆ 「この条件で探す」をクリックする 
<p>各プロバイダの詳細を調べよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 調べたいプロバイダの「詳細」をクリックする 	<p>各プロバイダの詳細を調べよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 回線スペックやサービスなどを調べる 
<p>各プロバイダの詳細を調べよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「価格.com プロバイダ」トップページへもどる ◆ 「プロバイダ」のロゴをクリック 	<p>公衆無線LAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ホットスポット (NTTコミュニケーションズ) <ul style="list-style-type: none"> ◆ http://www.hotspot.ne.jp/ ◆ BBモバイルポイント <ul style="list-style-type: none"> ◆ http://www.softbanktelecom.co.jp/consumer/wlan/
<p>お気に入りへ登録</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ お気に入りメニュー→お気に入りへ追加 ◆ アドレスバー内のアイコンをお気に入りメニュー内へドラッグ 	<p>お気に入りを整理しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「お気に入り」メニュー→「お気に入りの整理」メニューをクリック ◆ 「フォルダの作成」をクリック 

<p>お気に入りの整理しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「名前の変更」メニューをクリック ◆フォルダ名を入力する 	<p>お気に入りのインポート・エクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆作成したお気に入りを、別のパソコンにインポートすることができる 
<p>お気に入りのエクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「ファイル」メニュー →「インポートおよびエクスポート」をクリック 	<p>お気に入りのエクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「次へ」をクリック 
<p>お気に入りのエクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「お気に入りのエクスポート」をクリック ◆「次へ」をクリック 	<p>お気に入りのエクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆全てエクスポートする場合はFavoritesをクリック ◆「次へ」をクリック 
<p>お気に入りのエクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「参照」をクリック→保存先を選択 ◆「次へ」をクリック 	<p>お気に入りのエクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「完了」をクリック 

<p>お気に入りのエクスポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「OK」をクリック 	<p>お気に入りのインポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「ファイル」メニュー →「インポートおよびエクスポート」をクリック 
<p>お気に入りのインポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「次へ」をクリック 	<p>お気に入りのインポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「お気に入りのインポート」をクリック ◆「次へ」をクリック 
<p>お気に入りのインポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「参照」をクリック→保存先を選択 ◆「次へ」をクリック 	<p>お気に入りのインポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ インポートしたいフォルダをクリック ◆ 「次へ」をクリック 
<p>お気に入りのインポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「完了」をクリック 	<p>お気に入りのインポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「OK」をクリック 

<h2>◆ ホームページを設定しよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ここでのホームページとは？<ul style="list-style-type: none">◆ ブラウザを起動すると最初に表示されるページ 	<h2>◆ ホームページを設定しよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ホームページにしたいページを表示<ul style="list-style-type: none">◆ 「ツール」メニュー→「インターネットオプション」 
<h2>◆ ホームページを設定しよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 「全般」タブ◆ 「現在のページを使用」 	<h2>◆ インターネットの接続を設定しよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ プロバイダから支給された接続ツールを使用<ul style="list-style-type: none">◆ 例) フレッツ接続ツール http://flets-w.com/setsuzoku_tool/setsuzoku_tool/index.html◆ 手動で接続設定
<h2>◆ 手動で接続設定</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ルータ機能を持たないモデムを用いた接続<ul style="list-style-type: none">◆ 例) http://www.konomiti.com/IEsetuzo.html◆ ルータまたはルータ機能を持ったモデムを用いた接続<ul style="list-style-type: none">◆ 例) BroadStation設定ガイド http://buffalo.jp/download/manual/bro150/manual/index.html	<h2>◆ 便利な操作</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 現在のページを開いたまま、新規のリンク先を新しいウィンドウで開く 
<h2>◆ 便利な操作</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ テキスト(文字)の大きさを変更する 	<h2>◆ 便利な操作</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 文字のエンコードを変更する<ul style="list-style-type: none">◆ 例) Yahoo!KOREA http://kr.yahoo.com/ 

<h3>便利な操作</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 印刷プレビュー  <p>2009/1/14 印刷プレビュー機能は、印刷する前に印刷物の確認が可能な便利な機能です。印刷プレビュー機能は、印刷する前に印刷物の確認が可能な便利な機能です。</p>	<h3>便利なショートカットキー</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 新しいウィンドウを開く<ul style="list-style-type: none">・ ctrlキー+N◆ 全画面表示⇔標準表示の切り替え<ul style="list-style-type: none">・ F11キー◆ 更新<ul style="list-style-type: none">・ F5キー <p>2009/1/14 印刷プレビュー機能は、印刷する前に印刷物の確認が可能な便利な機能です。印刷プレビュー機能は、印刷する前に印刷物の確認が可能な便利な機能です。</p>
--	---

第4章 PC スキル

4.4 P04 Web デザイン基礎 (HTML と CSS)

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 16 日 (金) 9:00 ~ 16:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L : 092-482-7006

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一

(2) 講座概要

・HTML 編

HTML とは何か、タグの基本的な形について、ソースの確認方法について
ホームページを作るために必要なもの

html ・ head ・ body 要素、title 要素

シンプルな HTML の例

テキスト・フォント関連の要素

リスト要素

リンク要素

イメージ要素

パスについて

テーブル要素

プロフィールページの作成

・CSS 編

CSS とは何か、CSS のメリットについて、CSS の設定場所について

CSS の設定例について、要素に直接設定する場合・head タグにまとめる場合

外部ファイルとして読み込む場合・複数の要素に同じ設定を行う場合

クラスおよび定義済みクラスについて・ID の利用・状況依存セレクトタ・コメント
div と span の活用

代表的なプロパティについて (border ・ color ・ Margin ・ padding ・ height ・ width ・
background ・ text-align ・ text-indent 等)

プロフィールページの装飾

(3) 講座のねらい

ネットショップの商品説明等には、通常のホームページと同様、HTML というマークアップ言語 (プログラム言語) を使用する場合があります。また、ネットショップのシステムをカスタマイズする際にも、HTML は必要最低限の知識となる。

本講座では、ホームページを制作しながら、HTML および HTML を装飾する為の CSS について学習を行い、基本的操作を習得する。

Webデザイン基礎 (HTMLとCSS) HTML編



服部憲一
[ハイキックデザイン]
<http://hi-kick.jp>

ホームページは HTMLで書かれている



- HyperText Markup Language (ハイパーテキスト・マークアップ・ランゲージ、略称: HTML) は、ウェブ上のドキュメント (書類) を記述するためのマークアップ言語である
- シンプルなテキストを
<要素名>対象のテキスト</要素名>
のように「タグ」と呼ばれる記号 (<や>) で囲んでマークアップを行う
- Internet Explorer (以後IE) では以下のメニューで現在見ているホームページHTMLの確認が出来る
 - 「表示」メニュー → 「ソース」
 - 右クリック → 「ソースの表示」

Copyright © 2008 株式会社 服部 憲一. All rights reserved. 本資料は複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布、複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布を禁じます。

ホームページを作るために 必要なもの



- 「メモ帳」などのテキストエディタ
- GIMPなどの画像編集ソフト
- 公開するためのWEBサーバー
- WEBサーバーにファイルを転送するためのFTPツール (WinSCPやFFFTPなど)
- 欲張らなければ無料で制作・公開も可能

Copyright © 2008 株式会社 服部 憲一. All rights reserved. 本資料は複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布を禁じます。

html・head・body要素



- html要素はHTMLドキュメントとして最低限必要な要素であり、そのドキュメントがHTMLであることを表すものである。通常はその内部に「head」「body」の二つの要素を持っている
- Head要素には、主にドキュメントの補助的情報が記述されブラウザの画面には現れない部分
- Body要素はhead要素と対照的にブラウザの画面に表示される文章などを記述する

Copyright © 2008 株式会社 服部 憲一. All rights reserved. 本資料は複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布を禁じます。

title要素



- Html要素の中にheadやbodyがあるようにheadの中にもtitle要素がある。Title要素はページのタイトル (ブラウザの上部に表示される部分) となる。

```
<head>
<title>ページのタイトル</title>
</head>
```

Copyright © 2008 株式会社 服部 憲一. All rights reserved. 本資料は複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布を禁じます。

シンプルなHTMLの例



```
<html>
<head><title>はじめてのホームページ</title></head>
<body>
こんにちは
元気してますか?
</body>
</html>
```

Copyright © 2008 株式会社 服部 憲一. All rights reserved. 本資料は複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布を禁じます。

テキスト・フォント関連の要素 (位置関連1)



- 改行
 (終了タグがないことに注意!)
 - こんにちは
元気してますか?
- 段落を指定する <p> </p> (終了タグのあとに自動で行間を空ける)
 - (例) <p>段落1</p><p>段落2</p>
 - <p align="center">のように「要素」に備わっている「属性」を使用することによって細かな設定が可能
 - align="center" 段落の内容を中央に配置
 - align="left" 段落の内容を左に配置
 - align="right" 段落の内容を右に配置

Copyright © 2008 株式会社 服部 憲一. All rights reserved. 本資料は複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布を禁じます。

テキスト・フォント関連の要素 (位置関連2)



- 中央配置 <center>
 - (例) <center>この部分が中央配置</center>
- 記述したまま表示 <pre> (整形済みとして表示)
 - (例) <pre>改行するときは
{be}を使わずともよい</pre>

Copyright © 2008 株式会社 服部 憲一. All rights reserved. 本資料は複製、転載、頒布、貸与、譲渡、再配布を禁じます。

テキスト・フォント関連の要素(見出し・強調)

- 見出し文字を指定する<h> (1~6段階まで、数字の少ないほうが大きな見出し、重要な項目と認識される)
 - <h1>ホームページの作り方</h1>
 - <p>と同様align属性も使用可能
- 斜体にする(強調の意味もある。類似タグ<i>)
 - この部分を斜体します
- 太文字にする(emよりさらに強調の意味もある。類似タグ)
 - より強く強調します

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

テキスト・フォント関連の要素(装飾1)

- 打ち消し線(類似タグに<s><strike>)
 - 以前の内容
- 下線を引く<u>
 - <u>この部分に下線を引く</u>
- 大きめの文字<big>小さめの文字<small>(標準のフォントサイズよりも大きくまたは小さくする)
 - <big>この部分は大きく</big>
 - <small>この部分は小さく</small>

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

テキスト・フォント関連の要素(装飾2)

- 上付文字<sup>と下付文字<sub>
 - X²
 - H₂O

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

テキスト・フォント関連の要素(fontタグ)

- 文字のサイズや色を指定
 - 属性にはsizeとcolorがある
 - size="" 文字のサイズを指定(絶対もしくは相対指定)
 - color="" 文字の色を指定(カラーネーム又はコード)
 - face="" 文字(フォント)の種類を指定
 - (例) フォントサイズ5で色は赤フォントはMS明朝の例

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

リスト要素(マーク付きリスト)

- マーク付きリスト
 - (例)
 - マウス
 - キーボード
 - モニター
- リストマークは通常●(黒丸)だが、type属性で変更できる
- (例)
 - <li type="disc">マウス
- <li type="circle">キーボード
- <li type="square">モニター

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

リスト要素(番号付きリスト)

- 番号付きリスト
 - (例)
 - マウス
 - キーボード
- リストマークは通常数字だが、type属性で変更できる
- (例)
 - <li type="A">マウス
- <li type="a">キーボード
- <li type="I">モニター
- <li type="I">HDD

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

リンク要素

- クリックすると別のページなどに移動<a>
 - href属性でリンク先を指定、target属性を指定するとウィンドウを指定して開くことが出来る
 - (例) yahoo
 - Name属性を使用してページ内にアンカーを設定できる
 -
 - アンカーへのリンクは pointへのリンク のようにハッシュのあとに#をつけてアンカーを呼び出す

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

イメージ要素

- 画像を表示する(終了タグがないので注意)
 - src属性で表示する画像のパスを、width(幅)やheight(高さ)、border(枠線の太さ)を指定する事が出来る
 - (例)

© 2011年 株式会社エディテック 東京都中央区本町2-1-10 1F エディテックビル 03-5561-0101

パスの話

- Aタグやimgタグではリンク先や表示するファイルを指定するが「<http://hi-kick.jp/flour.jpg>」のような「どのサーバーの何のファイル」と言う指定の仕方(絶対指定)のほかにも「flour.jpg」や「./img/flour2.jpg」など「今開いているページから見てどこにあるファイル」(相対指定)が出来る。
- パスはフォルダとフォルダ、又はフォルダとファイルを「/」(スラッシュ)で区切る。
「/」は一つ上のフォルダ「./」は現在のフォルダを指す(./は省略可能)
「src="./img/flour.jpg"」のように「/」を先頭につけた場合はサーバーのルートを指すので注意

表(テーブル)要素(1)

表中にいくつ行があるのか、一行の中に何個セルがあるのかで表を表す<table>(表)<tr>(行)<td>(セル)

- (2行3列の例)

```

<table>
<tr>
<td>A1</td> <td> A2 </td> <td> A3 </td>
</tr>
<tr>
<td>B1</td> <td> B2 </td> <td> B3 </td>
</tr>
</table>
    
```

表(テーブル)要素(2)

- Table要素の属性には以下の物がある
 - Border テーブルの枠線の幅指定
 - WidthとHeight テーブルの幅・高さ指定
 - Cellspacing セル同士の間隔を指定
 - Cellpadding セル内の余白を指定
- <<caption>タグを使って表にタイトルをつけることも可能(align属性が有効)
 - <table>
 - <caption>表のタイトル</caption>
 - <tr>

表(テーブル)要素(3)

- trとtd要素の属性には以下の物がある
 - align属性(left:center:right) valign属性(top:middle:bottom)
- Tdの属性には以下の物がある
 - WidthとHeight セルの幅・高さ指定
 - Colspanとrowspan colは横方向にセルを結合(何個結合するのか) rowは縦方向にセルを結合
 - Nowrap セル内で自動改行させない
- 見出しセルが必要な場合はtdの変わりにthを使っても良い

表(テーブル)要素(4)

- Table・tr・td要素には以下のような共通の属性もある
 - Bgcolor 背景色を指定
 - background imgタグのように背景画像を指定
 - Borderとbordercolor 枠線幅とその色を指定

プロフィールページを作成してみましょう

- Q、今まで見てきたHTMLタグを使って自分のプロフィールページを作成してください。
 - 個人情報を特定するものは記載しないように。お名前は任意のニックネームを使ってください。
 - ファイル名は「index.html」としニックネームと同じ名前のフォルダを作成し(フォルダ名は半角英数)その中に保存してください。
 - リスト・表・イメージ要素は必須とします。
 - 他の受講生の各ページにリンクを張ってください。


Webデザイン基礎 (HTMLとCSS) CSS編


服部憲一
[ハイキックデザイン]
<http://hi-kick.jp>

CSSとは?

- 本来HTMLはシンプルに文書構造を表す・定義する為のものであった。
- 位置や色などの体裁に関しては各ブラウザの独自拡張タグなどにより統一が図りづらい状況となっていた。
- そこで体裁の部分のみをHTMLから切り離し別仕様とする為にCSS(Cascading Style Sheets)が提唱された(よってや<center>などの装飾用のタグなどは一律非推奨となっている)

<h2>CSSのメリット</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 特定のタグに一括でスタイルを指定したり、逆に限定して設定することも可能 ◆ HTMLと切り離されているので、大幅なデザイン修正の際にもHTMLをさわらなくてもよい ◆ 各要素に用意された属性だけでなく、様々な要素に複数のスタイルを設定する事が可能になった 	<h2>CSSの設定場所</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ CSSには <ol style="list-style-type: none"> 1 要素に直接設定 2 headタグ内にまとめて 3 外部ファイルとして読み込む。 の設定方法がある。 直接指定→head内での定義→外部ファイルに設定する という順に優先して適用される。
<h2>CSSの設定例 (要素に直接設定)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Style属性にCSSの「宣言」を記述する <ul style="list-style-type: none"> • (例) <code><p style="color:#ff0000; font-size:10px">文字</p></code> • 上記の設定例の場合「color」が属性(プロパティ)、コロン(:)で区切った隣の「#ff0000」がその値という。 • 一つのStyle属性に複数CSSの属性を持たせることができる。その場合はセミコロン(;)で区切る。 	<h2>CSSの設定例 (headタグ内にまとめて)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ headタグ内にCSSの「宣言」を記述する <ul style="list-style-type: none"> • (例) <code><html></code> <code><head></code> <code><title>CSSサンプル</title></code> <code><style TYPE="text/css"></code> <code><←</code> <code> p{</code> <code> color: red;</code> <code> font-size:10px ;</code> <code> }</code> <code></style></code> <code></head></code>
<h2>CSSの設定例 (外部ファイルとして読み込む)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ headタグ内にCSSファイルを読み込む記述をする <ul style="list-style-type: none"> • (例) <code><html></code> <code><head></code> <code><title>CSSサンプル</title></code> <code><link href="test.css" rel="stylesheet" type="text/css" /></code> <code></head></code> • 読み込むファイルにはheadに設定する場合のコメントアウト(<!-- -->)をはずしたCSSの宣言部分だけを記述する。 • <code><style TYPE="text/css"> @import url(xxx.css);</code> <code></style></code> <code><style TYPE="text/css"> @import "xxx.css";</code> <code></style></code> の設定も可能 </td> <td data-bbox="511 519 891 720"> <h2>CSSの設定例 (複数の要素に同じ設定)</h2> ◆ Headにまとめて設定する場合、外部ファイルにする場合は複数の要素に同じスタイルを設定することも可能 • (例) <code>H1, H2 { color:red; }</code> HTML要素(CSSではセレクタと呼ぶ)をカンマ(,)で区切り複数記述することにより、宣言をまとめる事が出来る。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="131 720 511 918"> <h2>CSSの設定例(クラス)</h2> ◆ 特定のHTML要素だけでなく、どの要素にも適用できるスタイルをまとめて「クラス」を定義することも出来る。 • (例) <code>.red { color: red; }</code> • クラス名は任意の半角英文字で一番初めにドット(.)を打つ • 実際HTMLの各要素にクラスを適用する場合は以下のようになる。(半角スペースを使って複数のクラスを設定することも可能) • (例) <code><p class="red big"></code>これはredクラスです。 <code></p></code> • 特定のHTML要素の為のクラスを定義することも可能 • (例) <code>h1.red { color: red; }</code> </td> <td data-bbox="511 720 891 918"> <h2>CSSの設定例 (定義済みクラス)</h2> ◆ 制作者が任意で定義できるクラスのほかに初めから用意されているクラスもある。 • <code>A:link { *** }</code> Aタグのリンク文字設定 • <code>A:visited { *** }</code> Aタグの訪問済みリンク文字設定 • <code>A:active { *** }</code> Aタグのクリック時のリンク文字設定 • <code>A:hover { *** }</code> Aタグのオンマウス時の設定 </td> </tr> </table> </div> <div data-bbox="474 947 522 963" data-label="Page-Footer"> <p>- 65 -</p> </div>-->	

<h2>CSSの設定例 (IDを利用する)</h2> <ul style="list-style-type: none"> HTML要素には識別するための「ID」を設定する事が可能。ただし「ID」はページの中で一意である必要がある(同じIDが複数設定されてはならない) <ul style="list-style-type: none"> (例) <code><p id="comment">新しいコメント</p></code> Idに対して個別のスタイルを設定する場合はシャープ(#)に続いてidを指定し設定を行う。 (例) <code>#comment { color:red; }</code> IDによる定義はクラスやHTML要素をセレクタとして指定した場合も優先して適用される。 	<h2>CSSの設定例 (状況依存セレクタ)</h2> <ul style="list-style-type: none"> CSSではより特定の状況にのみスタイルを反映する事が出来る設定が可能 <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>ul li { color:green; }</code> 上記の例ではul(マークアップリスト)が二重(入れ子)になっている場合に限り、そのli要素(実際のリスト項目)に対して色を緑にする設定を表している。
<h2>CSSの設定例(コメント)</h2> <ul style="list-style-type: none"> /*と*/を使ってCSSの設定にコメントをつけることも可能 <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>p { color:red; } /*pタグの色は赤にしています*/</code> 	<h2>CSSの設定例 (divとspanの活用)</h2> <ul style="list-style-type: none"> HTMLのdiv要素とspan要素は、ブロック(透明の枠で囲むようなイメージ)、インライン(行内のココからココまでというイメージ)で範囲を指定してCSSを設定することが出来る (例) <code><div class="red">文章</div></code> (例) <code>文章</code> 
<h2>CSSの設定例 (代表的なプロパティ1)</h2> <ul style="list-style-type: none"> Border 枠線の色、種類を設定するプロパティ。Borderの後に太さ、色、種類(スタイル)を順に設定すると要素の四方に設定した枠線が表示される <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>div { border: thick red solid; }</code> 太さはpxなどの数値とthin(細い) medium(中) thick(太い)で表す 種類はsolid(普通の線) double(二重線) dotted(点線)などで表す Border-style marginやpadding同様、上、右、下、左の順番にStyleを別々に指定する事も可能 <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>div { border-style: solid dashed double dotted; }</code> 	<h2>CSSの設定例 (代表的なプロパティ2)</h2> <ul style="list-style-type: none"> Color フォントに関しては文字色を、フォーム要素やhrなどの要素ではそれら要素自体の色を指定できる。 <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>p { color:red; }</code> Margin 要素の本来の範囲より外側に余白を取る。上・右・下・左で一括指定する方法とmargin-top、margin-right、margin-bottom、margin-leftと部分ごとの設定がある。pxやptなどの単位と%などの割合で指定することも可能 <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>.comment { margin: 0px 0px 0px 10px; }</code> ← 左側に10pxのmargin? (例) <code>.comment { margin-left: 10px; }</code> ← 左側に10pxのmargin?
<h2>CSSの設定例 (代表的なプロパティ3)</h2> <ul style="list-style-type: none"> padding marginと似ているが要素の本来の範囲の内側に余白をとる。padding-top、padding-right、padding-bottom、padding-leftと部分ごとの設定があるpxやptなどの単位と%などの割合で指定することも可能 <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>.comment { padding: 0px 0px 0px 10px; }</code> ← 左側に10pxのpadding? (例) <code>.comment { padding-left: 10px; }</code> ← 左側に10pxのpadding? Borderなどの設定を行っている場合はよりmarginと使い分けやすい。 Heightとwidth 要素の高さ(Height)や幅(width)を設定するプロパティ。pxやptなどの単位と%などの割合で指定することも可能 	<h2>CSSの設定例 (代表的なプロパティ4)</h2> <ul style="list-style-type: none"> Background 背景色や背景画像(並び方、スクロール、位置)を設定することが出来る <ul style="list-style-type: none"> (例) <code>body { background: #87ceeb url(back.gif) repeat-y fixed right top; }</code> 並び方にはrepeat-x(横方向に繰り返し並べる) repeat-y(縦方向に繰り返し並べる) no-repeat(1つだけ表示) repeat(縦横に敷き詰める・デフォルトの状態)などがある。 スクロールにはfixed(固定する・スクロールさせない) scroll(固定しない・スクロールさせる、デフォルトの状態)などが指定できる。 位置には横方向left(左) center(中央) right(右)と縦方向top(上) center(中央) bottom(下)を組み合わせて指定する事が可能

 <h3>CSSの設定例 (代表的なプロパティ5)</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ text-align テキストの表示位置を指定 (left/right)<ul style="list-style-type: none">・ (例) <code>p{text-align: right;}</code>◆ text-indent 1行目の字下げを指定するプロパティ<ul style="list-style-type: none">・ (例) <code>p{text-indent: 1em;}</code>・ 字下げの幅は数値+単位 (em、他) か % (割合) などで指定 <p><small>©2009-2010 株式会社 情報セキュリティ推進センター 東京都目黒区目黒3-20-15 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F</small></p>	 <h3>プロフィールページを装飾してみよう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ Q、先日作ったプロフィールページをCSSを使ってスタイルの設定を行ってください<ul style="list-style-type: none">・ Style属性・head内の定義・外部ファイルとして定義する三つの方法いづれの方法も最低一回使用して定義してください <p><small>©2009-2010 株式会社 情報セキュリティ推進センター 東京都目黒区目黒3-20-15 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F 目黒駅前ビル5F</small></p>
---	--

第4章 PC スキル

4.5 P05 Web デザイン基礎（ロゴ/バナー製作）

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 19 日（月） 9:00～16:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一

(2) 講座概要

- ・ ホームページで使う画像
画像の形式について・画像編集の必要性
- ・ 画像編集に必要なソフト
Photoshop・GIMP の紹介
- ・ GIMP を使ってみよう
portable 版の導入方法・GIMP の解凍ステップ
GIMP の起動・画面説明
作業ウィンドウ・ツールボックス・ダイアログ群
- ・ 色調補正
「色」メニューについて
- ・ ゴミを消す
スタンプツール
ぼかし/シャープ
- ・ 文字の挿入
テキストツールの使用方法
- ・ 画像の編集
切り抜きツール・画像の拡大/縮小
- ・ ファイルの保存
GIMP ファイル形式での保存・Web 用へのエクスポート
- ・ ボタン画像の作成
画像の新規作成・形の描画・合成用レイヤーの作成・グラデーション用レイヤーの作成・グラデーションの切り揃え・影の作成・ボタンのテキスト表示
- ・ ホームページの素材作成

(3) 講座のねらい

ネットショップの商品写真の修整やボタン・店名のロゴなど、画像を修正・制作するためには画像編集用のソフトについての知識が必要である。

本講座では、無料の画像編集ソフト「GIMP」について学習を行い、商品写真の修整やボタン・店名のロゴなど、画像の修正・制作の実習を交えて体験する。

Webデザイン基礎 (ロゴバナー制作編)

服部憲一
[ハイキックデザイン]
http://hi-kick.jp

ホームページで使う画像

- ◆ ホームページで使う画像にはJpeg(ジューベグ) Gif(ジフ)などの画像形式がある。
 - ◆ 商品画像などの写真はデジカメのファイルそのままではファイルサイズが大きすぎるため圧縮やリサイズ(サイズの調整)を行う。
 - ◆ Jpeg-扱える色数は1670万色で、微妙な色合いが必要な商品写真などに適したファイル形式。圧縮し過ぎるとモザイクがかかったように画像が荒れる。
 - ◆ Gif-扱える色数は256色でイラストなどあまり色数が多くないものを扱うのに適したファイル形式。色数が少ないファイルのデータを小さくする場合 Jpegよりもファイルサイズを小さく出来る。

画像編集の必要性

- ◆ ファイルサイズを適正なものにしてない場合 ホームページの表示に時間がかかる
- ◆ 商品画像などは色の補正などを行うと、より購買意欲が高まる
- ◆ 文字などを合成することによって、通常のHTMLテキストよりもいろいろなフォントを表現でき、訴求力が高まる

画像編集に必要なソフト

- ◆ PhotoShop(Adobe社)- 画像編集ソフトでは抜群の機能・知名度を持つプロ向けのソフト。
 - ◆ (バージョン:CS4の参考価格は99,750円)
- ◆ GIMP(GNU GPLの下で配布)- 無料で配布されている画像編集ソフト。一時期「PhotoShopキラー」と呼ばれたほど高性能で完成度の高い画像編集ソフト。様々なプラグインも配布されており、各OSでも使えたり、インストールせずに使える「portable」版などがあり大変便利!

GIMPを使ってみよう!

- ◆ USBメモリに入れて持ち運べるportable版を使ってみる!
- ◆ ダウンロードは http://portableapps.com/apps/graphics_pictures/gimp_portable (中央のダウンロードボタンをクリック)
- ◆ ダウンロードした GIMP_Portable_バージョン_paf.exeをクリックして解凍

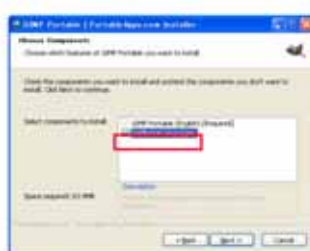
GIMP解凍ステップ1

- ◆ 「next」をクリック



GIMP解凍ステップ2


- ◆ 「Additional Languages」にチェックを入れ 「next」をクリック (日本語化)




GIMP解凍ステップ3

- ◆ 「browse」で解凍先を指定し「next」をクリック



<h2>GIMP解凍ステップ4</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「Finish」を押して完了！ 	<h2>GIMPの起動</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 解凍時に選択したフォルダにあるGIMPPortable.exeをクリック 
<h2>画面の説明</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 起動時には以下のような画面が表示される 	<h2>作業ウィンドウ</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 編集画像を表示するウィンドウ。「ファイル」メニューより画像を選択して開いたり、新規の画像(真っ白な背景のみ)の画像を作成し編集することができる。 <p>ウィンドウに画像をドラッグアンドドロップしても画像を開くことができる。</p> <p>画像編集の中心になるウィンドウ。</p>
<h2>ツールボックス</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ボックス上部には画像を編集するために画像の一部を選択する「選択ツール」や色を塗るための「ペン」「ブラシ」、画像を消すための「消しゴム」などのツールがまとめられている。 ◆ ボックス下部にはそれぞれツールのペン先や色などを選択するためのオプションが表示される。(ツールによって変化) 	<h2>ダイアログ群</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 高機能な操作のための機能ごとのウィンドウがまとめられている。 <ul style="list-style-type: none"> ◆ レイヤー・アニメのセル画のように画像の重なりを表現するため、画像同士の重なりを管理するウィンドウ ◆ チャンネル・印刷所でカラー印刷を行うときの「版」のように各色ごとの情報を取り扱うウィンドウ ◆ パス - 描画の後からでも編集が可能なパスを記憶しておき選択範囲などに利用するためのウィンドウ ◆ 履歴 - 作業内容を閲覧し必要であれば任意の作業ステップまで戻れる事が出来る
<h2>色調補正をしてみる</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 色調補正は「色」メニューから行う <ul style="list-style-type: none"> ◆ 画像が暗い場合・「色」→「明るさ・コントラスト」を選択。コントラストは画像の暗い部分と白い部分の色の差を調節する。 ◆ 色見が違ふ・色が薄い・濃い場合・「色」→「色相・彩度」を選択。画像が青味・赤味がかかっている場合は「色相」を、画像が暗い場合は「輝度」を色の濃さを調節する際には「彩度」を調節する。 ◆ 明るさや特定の色の増調をさらに細かく調整する - 「色」→「トーンカーブ」を選択。各チャンネルを指定して特定の増調を調整する。 	<h2>ゴミを消す</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ スタンプツール - 画像の一部分をコピー&ペーストする <ul style="list-style-type: none"> ◆ Ctrlキーを押したままにしてコピーモードにし、画像の特定箇所をクリック選択後はCtrlキーを離す ◆ そのまま画像をペーストしたい箇所まで再度クリックし、ドラッグする。ドラッグしている間はコピー元(+カーソル)も同じ間隔で移動する。不透明度やブラシの太さを変更して微調整する。

<h2>ぼかし/シャープ</h2> <ul style="list-style-type: none"> ぼかし/シャープツール - 画像の一部をぼかす・シャープにする <ul style="list-style-type: none"> ツール選択後ツールボックス下のオプションで「ぼかし」または「シャープ」を選んでモードを切り替える。不透明度やブラシの太さを変更して微調整する。 	<h2>文字の挿入</h2> <ul style="list-style-type: none"> テキストツール - 画像に文字(テキスト)挿入する <ul style="list-style-type: none"> ツール選択後ツールボックス下のオプションで「フォント」「大きさ」または「色」を選んで作業ウィンドウ上で任意の場所をクリックし表示される「GIMPテキストエディタ」ダイアログに表示したいテキストを入力。 テキストの表示範囲はテキストツールを選択し、テキストエリアの四隅に表示される四角形のマーカーをドラッグして調整を行う。 テキストを入力したら「レイヤー」ダイアログにテキスト用のレイヤーが作成される。レイヤーは順序を入れ替えたり、表示・非表示の設定ができる。
<h2>画像の切り抜き</h2> <ul style="list-style-type: none"> 切り抜きツール - 画像の必要部分だけを切り抜く <ul style="list-style-type: none"> ツール選択後画像の必要な部分をドラッグして選択し、切り抜く範囲を設定しEnterキーを押す。 ツールボックス下のオプションで現在のレイヤーのみ切り抜いたり、縦横比を設定して切り抜くことも可能 	<h2>画像の拡大縮小</h2> <ul style="list-style-type: none"> デジカメ画像のままだと画像サイズが大きくなるため画像の大きさを変更する <ul style="list-style-type: none"> 「画像」→「画像の拡大・縮小」を選択。「幅」「高さ」のいずれかを適切なサイズに変更。「リンク」オプション(鎖状のアイコン)が設定されている場合は「幅」「高さ」どちらかを修正すればその他の数値も比率を保持して自動で修正を行う。 Web用の画像は72dpiが一般的
<h2>GIMPファイル形式で保存する</h2> <ul style="list-style-type: none"> XCF形式でファイルを保存 <ul style="list-style-type: none"> 「ファイル」→「名前をつけて保存」で「画像の保存ダイアログ」を表示「画像名」「保存先」を指定してダイアログ下部の「ファイルタイプ」を選択して「GIMP XCF 画像」を選択・保存する。XCF形式で保存した場合レイヤーなどの編集情報も保持しているため再編集が容易である。但し編集専用のファイルであるため、ホームページに貼り付ける為にはエクスポートの作業が必要。 	<h2>ファイルをWeb用にエクスポートする</h2> <ul style="list-style-type: none"> JPEG・GIF形式でファイルを保存 <ul style="list-style-type: none"> 「ファイル」→「名前をつけて保存」で「画像の保存ダイアログ」を表示「画像名」「保存先」を指定してダイアログ下部の「ファイルタイプ」を選択して「Jpeg」又は「GIF」を選択・保存する。XCFの場合とは違って「ファイルエクスポート」の確認ダイアログが表示されるのでオプション設定後「エクスポート」を選択。 次に表示される保存ダイアログでオプションを選択するJPEGの場合は「画像ウィンドウでプレビュー」にチェックを入れて圧縮の設定を行い保存する。
<h2>GIMPでボタン画像を作る1</h2> <ul style="list-style-type: none"> 画像を新規作成する <ul style="list-style-type: none"> 「ファイル」→「新規画像」を作成(このときのサイズは横640px、縦400px程度。ツールボックスの背景色は「白」に設定) 「レイヤー」→「レイヤーを追加」で新規レイヤーを作成(通算2枚目)。 	<h2>GIMPでボタン画像を作る2</h2> <ul style="list-style-type: none"> ボタンの形を描く <ul style="list-style-type: none"> 新規レイヤーで作業ウィンドウの四辺にある「ルーラー」(定規)をワンクリックし「ガイド」をキャンバスに沿って引っぱり出し、横200px、縦80pxの矩形を作成する 「矩形選択」ツールでオプションの「角を丸める」に「15」を設定し先に設定した矩形をなぞり範囲を選択する。 「塗りつぶし」ツールで作成した範囲に黒色を塗る 

GIMPでボタン画像を作る3

- 合成用レイヤーを作成する
 - 前段階で真っ白のレイヤーと黒いボタンが描かれているレイヤーがあることを確認
 - 再度新しいレイヤー(通算3枚目)を作成。先の選択範囲を好きな色で塗りつぶす。
 - 「選択 → チャンネルに保存」をクリックして、選択範囲を保存。
 - 「選択 → 境界をぼかす」を選択。ぼかす量を「40」に指定。

GIMPでボタン画像を作る4

- グラデーション用のレイヤーを作成する
 - 新しいレイヤーを作成(通算4枚目)
 - 「グラデーション」ツールを選択し、前景色は先ほど塗った色、背景色は白に設定してオプションの「形状」を「線形」に設定し選択範囲の中央から上に向けてドラッグする。



GIMPでボタン画像を作る5

- ぼかしたグラデーションを切りそろえる
 - チャンネルダイアログで保存した選択範囲を選択し「チャンネルを選択範囲に置き換え」(下のピンク色の四角いアイコン)をクリックし、保存した選択範囲を指定。
 - グラデーションで塗りつぶしたレイヤーをアクティブにし、「選択 → 反転」(Ctrl + I)で選択範囲を反転させ、「編集 → 消去」(DEL)をクリック。
 - 「選択 → 「選択を解除」もしくは Ctrl+Shift+A で選択範囲を解除する。

GIMPでボタン画像を作る6

- ボタンに陰をつける
 - 黒く塗りつぶしたレイヤーをアクティブにし、「フィルター」→「ぼかす」→「ガウシアンぼかし」でぼかし半径を「10」に指定して「OK」をクリック。
 - 「フィルター」→「ガウシアンぼかし」を繰り返す。(Ctrl + F)でガウシアンぼかしを繰り返す、不透明度を「50」に。

GIMPでボタン画像を作る7

- ボタンにテキストを表示する
 - テキストツールを使って任意の文字を入力する。(テキストレイヤーが5枚追加される通算5枚目)

GIMPでボタン画像を作る8

- ボタン内に暗い部分を作る1
 - チャンネルダイアログで「選択マスクコピー」を選択範囲に指定し保存した選択範囲を再度表示。
 - 「移動」ツールを選択、さらに「選択範囲」のオプションを選択、元の位置より右上に選択範囲移動する。



GIMPでボタン画像を作る9



- ボタン内に暗い部分を作る2
 - 「選択」→「チャンネルに保存」をクリック。
 - チャンネルダイアログの一番最初に保存した「選択マスクコピー」を再度選択、「チャンネルを選択範囲に置き換え」(ピンクのアイコン)をクリック。



GIMPでボタン画像を作る10

- ボタン内に暗い部分を作る3
 - 続けて、「選択マスクコピー」の選択範囲から「選択マスクコピー#1」分の選択範囲を削除する。「選択マスクコピー#1」を選択し、「Ctrl」を押しながら「チャンネルを選択範囲に置き換え」をクリックする。



<h3>2-1 GIMPでボタン画像を作る11</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ ボタン内に暗い部分を作る4<ul style="list-style-type: none">・ 新しいレイヤーを一番上に作成し(通算6枚目)、選択領域を黒く塗りつぶす。・ 選択を解除し「ガウシアンぼかし」でぼかし半径を10%に指定し、(Ctrl + F)でガウシアンぼかしを2回繰り返す。  <p>2009.1.18 札幌市立大学情報学部 情報教育推進課 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部</p>	<h3>2-2 GIMPでボタン画像を作る12</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ ボタン内に暗い部分を作る5<ul style="list-style-type: none">・ レイヤーの不透明度を「20%」に指定。・ これで完成。後は切り抜きツールを使ってボタンの形に切り抜き、エクスポートを行う。 (下図の例では見やすいようにテキスト部分を非表示にしています)  <p>2009.1.18 札幌市立大学情報学部 情報教育推進課 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部</p>
<h3>2-3 ホームページの素材を作ってみましょう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ Q、オリジナルの画像素材を作成し前回作ったホームページに貼り付けてください。 <p>2009.1.18 札幌市立大学情報学部 情報教育推進課 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部 札幌市立大学情報学部</p>	

第4章 PC スキル

4.6 P06 電子メールの基礎と設定

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 15 日（木） 9:00～12:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・電子メール（e-mail）
電子メールとは
メーラーの起動・各部名称
- ・メールの形式
テキスト形式と HTML 形式（リッチテキスト形式）について
メールの形式変更について
- ・プレビューウィンドウ
プレビューウィンドウの表示 / 非表示
- ・電子メールの送受信
新規メールの作成・本文の作成
宛先・件名について
送信済みメールの確認
メールの受信
返信メールの作成
署名の作成・署名をつけたメールの送信
アドレス帳の登録 / 自動登録
添付ファイルの挿入
CC / BCC について
Web メールについて

(3) 講座のねらい

ネットショップを運営する際、インターネットを用いて、顧客と電子メールのやりとりを行う。本講座では、メーラーの基本的な操作を中心に、実際にメールの送受信を行い、知識や操作方法を習得する。

電子メールの基礎と設定



電子メール(eメール)とは？

- ◆ インターネット上で送受信を行うメール
 - インターネットの環境があれば、世界中のどこでも利用できる
 - 時間を気にせずに送受信できる
 - 相手が留守でも送信できる
 - 文字以外の音声・画像なども送受信できる

Copyright © 2008 by 株式会社 情報セキュリティ推進センター

メーラーの起動



- ◆ Outlook Express

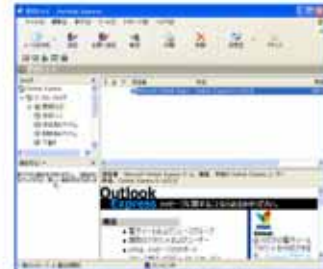


Copyright © 2008 by 株式会社 情報セキュリティ推進センター



各部の名称

- ◆ フォルダ一覧
- ◆ 連絡先
- ◆ メインウィンドウ
 - 電子メール一覧
 - プレビュー画面



Copyright © 2008 by 株式会社 情報セキュリティ推進センター



メールの形式

- ◆ テキスト形式
- ◆ HTML形式(リッチテキスト形式)

Copyright © 2008 by 株式会社 情報セキュリティ推進センター



メールの形式を変更するには

- ◆ [ツール]メニュー→[オプション]
→[送信]タブ→[メール送信の形式]

Copyright © 2008 by 株式会社 情報セキュリティ推進センター



プレビューウィンドウを非表示にしよう

- ◆ [表示]メニュー→[レイアウト]



Copyright © 2008 by 株式会社 情報セキュリティ推進センター



電子メールを送信するには

- ◆ 新規メールの作成
 - [ツールバー]→[メールの作成]



Copyright © 2008 by 株式会社 情報セキュリティ推進センター

<h3>電子メールを送信しよう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ となりの人に宛ててテキスト形式で自己紹介のメールを送信してみよう  <p>2008.11 2008年11月11日 2</p>	<h3>作成したメールを送信するには</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 宛先・件名・本文を入力◆ [ツールバー]→[送信] <p>2008.11 2008年11月11日 3</p>
<h3>送信したメールを確認するには</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ [フォルダー一覧]→[送信済みアイテム]◆ 送信されていないメールは…<ul style="list-style-type: none">◆ [フォルダー一覧]→[送信トレイ] <p>2008.11 2008年11月11日 4</p>	<h3>メールを受信しよう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ [ツールバー]→[送受信]  <p>2008.11 2008年11月11日 5</p>
<h3>返信メールを書こう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 返信したいメールを開く →[ツールバー]→[返信]  <p>2008.11 2008年11月11日 6</p>	<h3>署名とは？</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 本文の最後に、メールアドレスや名前などを自動的に挿入するもの◆ [ツール]→[オプション]→[署名]タブ  <p>2008.11 2008年11月11日 7</p>
<h3>署名をつけてメールを送信</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ となりの人に署名を挿入し、メールを書こう◆ [挿入]メニュー→[署名] <p>2008.11 2008年11月11日 8</p>	<h3>アドレス帳にメールアドレスを登録しよう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ Outlook Expressでは、返信すると自動的に連絡先に登録される◆ [ツール]→[アドレス帳] <p>2008.11 2008年11月11日 9</p>

第4章 PC スキル

4.7 P07 電子メールの活用・DM作成

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年1月15日（木） 13:00～16:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・メッセージルール
メッセージルールとは・メッセージルールの設定方法
- ・自動受信の設定
定期的に自動受信するには
- ・開封確認メッセージ
開封確認メッセージとは・開封確認メッセージの種類・送信方法
- ・アドレス帳のエクスポート/インポート
アドレス帳のエクスポート・アドレス帳のインポート
- ・HTMLメール
HTMLメールとは・HTMLメールの作成
HTMLメールの送受信
- ・電子メールの設定
アカウント情報について
電子メールの設定方法
- ・POP before SMTP
POP before SMTP について・送受信の種類
- ・エラーの対処
エラーの調べ方・よくあるエラーの実例

(3) 講座のねらい

店長として、人を雇いマネジメントをするとき、もしくは社会の中で仕入れ時担当者とのやりとりで、まずは相手に誤解をあたえない話し方、自分の伝えたいことが確実に伝わる「伝え力」を身に付ける。

電子メールの活用・DM作成



メッセージルールとは？

- ◆ 送信者やキーワードに合わせて、メールの仕訳や削除を行うルール
- ◆ [ツール]→[メッセージルール]→[メール]

※この内容は、Windows 10のバージョンによって異なる場合があります。

メッセージルールの設定

- ◆ 送信者別のフォルダに受信メールを入れる場合



※この内容は、Windows 10のバージョンによって異なる場合があります。

メッセージルールの設定

- ◆ 件名に指定した文字列が含まれるとき削除済みフォルダに自動的に移動する場合



※この内容は、Windows 10のバージョンによって異なる場合があります。

定期的に自動受信するには

- ◆ [ツール]→[オプション]→[全般]→[新着メッセージをチェックする]



※この内容は、Windows 10のバージョンによって異なる場合があります。

開封確認メッセージとは

- ◆ 送信した相手にメールを読んでもらえたか確認を要求できるメッセージ



※この内容は、Windows 10のバージョンによって異なる場合があります。

開封確認メッセージを送るには

- ◆ [ツール]→[オプション]→[確認メッセージ]→[開封確認メッセージの要求を通知する]



※この内容は、Windows 10のバージョンによって異なる場合があります。

アドレス帳のエクスポート


- ◆ [ファイル]→[エクスポート]→[アドレス帳]



※この内容は、Windows 10のバージョンによって異なる場合があります。

<h3>◆ アドレス帳のインポート</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ [ファイル]→[インポート]→[アドレス帳]  <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>	<h3>◆ HTMLメールとは？</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ リッチテキスト形式◆ 色つきの文字や背景・画像など、視覚的に訴えることができる <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>
<h3>◆ HTMLメールを作成するには</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ [メールの作成]◆ [書式]メニュー→[リッチテキスト (HTML)]  <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>	<h3>◆ HTMLメールを送信しよう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ となりの方へHTMLメールを送信しよう  <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>
<h3>◆ HTMLメールを送信しよう</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 皆さんへ、HTMLメールでお誘いメールを出してみよう！！  <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>	<h3>◆ 電子メールの設定方法</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ プロバイダから支給されているアカウント情報を準備する  <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>
<h3>◆ 電子メールの設定方法</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ [ツール]→[アカウント]→[メール]タブ→[追加]→[メール]◆ 参考サイト<ul style="list-style-type: none">◆ http://support.biglobe.ne.jp/settei/mailler/win-oe/oe6actset.html <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>	<h3>◆ POP before SMTPとは？</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 送信 (SMTP) サーバを通過する前に受信 (POP) サーバにアクセスして認証を行うシステム  <p><small>Copyright © 2010 Biglobe, Inc. All rights reserved. This document is for informational purposes only. Biglobe, Inc. is not responsible for any damage or loss of data resulting from the use of this document.</small></p>

 <h3>エラーが出たら？</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ エラーを調べる <ul style="list-style-type: none"> ✦ エラー番号とエラーの文章を控え、Googleなどで検索 	 <h3>よくあるエラー①</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ サーバーは接続を解除しました。サーバーまたはネットワークに問題があるか、またはアイドル時間が長すぎた可能性があります。 ◆ エラー番号：0x800ccc0f
 <h3>対処方法</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ POP before SMTPを試す ◆ サーバのタイムアウト時間を延長する ◆ 送信メールの容量を小さくする ◆ アカウントの設定を削除→再作成する ◆ Outlook Expressを削除→再インストールする 	 <h3>よくあるエラー②</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Host unknown (Host Not Found) ◆ User unknown ◆ 原因 <ul style="list-style-type: none"> ✦ メールアドレスが存在しない ✦ アドレス帳が壊れている
 <h3>対処方法</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ メールアドレスを確認する ◆ アドレス帳を確認する ◆ メールアドレスを入力し直す 	 <h3>よくあるエラー③</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ エラー番号：0x800ccc0e ◆ サーバーへの接続は失敗しました。 ◆ 原因 <ul style="list-style-type: none"> ✦ 受信時にウイルス対策ソフトなどがサーバへのアクセスを拒否している状態
 <h3>対処方法</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ファイアウォール機能を「切」にする ◆ メールアカウントを作成し直す 	 <h3>よくあるエラー④</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 受信者の1人がサーバーによって拒否されたためメッセージを送信できませんでした。 ◆ エラー番号:0x800ccc79 ◆ 原因 <ul style="list-style-type: none"> ✦ 複数の送信先の1つが間違っている ✦ 送信先のサーバーが受信を拒否している



対処方法

- ◆ メールアドレスを確認する
- ◆ 送信先のウイルス対策ソフトやサーバの容量などの状況を確認する

Copyright © 2011 株式会社エヌ・ティ・エス。本資料は、エヌ・ティ・エスの登録商標です。その他の登録商標、商標、サービス名は、それぞれの権利者に帰属します。

第4章 PC スキル

4.8 P08 Word ビジネス文書作成

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 9 日（月） 13:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・文字入力の基本および効率の良い入力方法
文字の便利な変換方法や、単語の登録等について学習を行う
また、効率よく早く入力を行えるよう、操作を行う
- ・見栄えの良い文字の装飾・レイアウト
ビジネス文書における見栄えの決め手となる、文字列の装飾について操作すると共に、フォントについて学習する
また、文書全体のページ設定・文字揃え、インデントや均等割り付けについても学習し、思い通りのレイアウトを行う
- ・文章の自動挿入
入力が面倒な季節の挨拶文や、記書きなどの自動挿入について学習する
- ・表作成
表の作成方法について学習し、より高度なビジネス文書を作成する
表割りや罫線の変更など、表の微調整も行い、思い通りの表を作成する

(3) 講座のねらい

Word で作成する機会の多いビジネス文書を、入力の基本操作を交えながら、実際に操作して習得する。

Word ビジネス文書作成

Word 2003

Word2003の起動

- ◆ [スタート]→[すべてのプログラム]
→[Microsoft Office]
→[Microsoft Office 2003]



完成した文書を開いてみよう

- ◆ [ファイル]メニュー→[開く]
- ◆ [標準]ツールバー→[開く]
- ◆ [作業ウィンドウ]→[開く]



画面の説明

- ① タイトルバー…ファイル名および現在起動しているアプリケーション名を表示する
- ② メニューバー…様々な機能が格納されている
- ③ ツールバー…良く使う機能がボタンで配置されている



画面の説明

- ① ルーラー…文字数を数えたり、字下げ等を設定する際に使用する
- ② 作業ウィンドウ…便利な機能を配置し、随時使用できる
- ③ ステータスバー…現在の作業状況などが表示される



ルーラーや罫線を表示するには？

- ◆ ルーラーの表示/非表示
[表示]メニュー→[ルーラー]
- ◆ 罫線の表示/非表示
[表示]メニュー→[グリッド線]
- ◆ 編集記号の表示/非表示
[標準]ツールバー→[編集記号の表示/非表示]

文書の新規作成

- ◆ [ファイル]メニュー→[新規作成]
- ◆ [標準]ツールバー→[新規作成]
- ◆ [作業ウィンドウ]→[新しい文書の作成]









名前をつけて保存

- ◆ [ファイル]→[名前をつけて保存]



<h3>上書き保存</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [ファイル]→[上書き保存] ◆ [標準]ツールバー→[上書き保存] 	<h3>効率の良い文書の作成方法</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 文字揃えやフォントサイズは気にせず、ベタ打ちを行う (文書作成後、文字揃え、文字書式の変更等を行う) ◆ なるべく短い文節で区切って変換を行う
<h3>あいさつ文ウィザード</h3> 	<h3>あいさつ文ウィザード</h3> <ol style="list-style-type: none"> 1. 「拝啓」と入力 2. [Enter]キーで確定 3. もう一度[Enter]キーを押す 
<h3>文字列の範囲選択</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 文字単位・・・ドラッグ、[Shift]+[←][→]キー ◆ 単語単位・・・ダブルクリック ◆ 行単位・・・左余白をクリックまたはドラッグ ◆ 段落単位・・・左余白をダブルクリック ◆ 文書全体・・・左余白を3回クリック 	<h3>文字揃え</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [両端揃え]・[中央揃え]・[右揃え] ◆ 全てのボタンが解除された場合は[左揃え] 
<h3>フォントの変更</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 標準は[MS明朝][10.5pt] ◆ 明朝体やゴシック体などには「等幅フォント」と「プロポーションアルフォント」がある 	<h3>インデント</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 水平ルーラーの「0」上に3種類のインデントマーカーがある 

<h2 style="text-align: center;">インデント</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 1行目のインデント <ul style="list-style-type: none"> - 段落の1行目のみ字下げを行う ◆ ぶら下げインデント <ul style="list-style-type: none"> - 段落の2行目以下のみ字下げを行う ◆ 左インデント <ul style="list-style-type: none"> - 段落全体の字下げを行う (1行目+ぶら下げ) 	<h2 style="text-align: center;">インデントを数値で指定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [ツール]メニュー→[段落] 
<h2 style="text-align: center;">記書きの挿入</h2> <ol style="list-style-type: none"> 1. 「記」と入力 2. [Enter]キーで確定 3. もう一度[Enter]キーを押す 	<h2 style="text-align: center;">インデントボタン</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 1文字分ずつ左インデントのインデントおよびインデント解除を行うことができる 
<h2 style="text-align: center;">均等割り付け</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 範囲選択した文字列を、任意の文字数分に広げる／縮める 	<h2 style="text-align: center;">タブとタブマーカー</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 文字列を途中から行中の任意の位置まで移動することができる。 
<h2 style="text-align: center;">ページ設定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 余白・1行の文字数・1ページの行数を変更する ◆ [ファイル]→[ページ設定] ◆ 左上余白をダブルクリック ◆ ルーラーの余白部分をダブルクリック 	<h2 style="text-align: center;">ページ設定</h2> <ol style="list-style-type: none"> 1. 用紙サイズと用紙の向きを選択する 2. 余白を設定する 3. 行数と文字数を設定する 

<h2>文字列の移動・複写</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 移動 <ol style="list-style-type: none"> 1. 文字列を範囲選択 2. 範囲選択内から移動先までドラッグ ◆ 複写 <ol style="list-style-type: none"> 1. 文字列を範囲選択 2. [Shift]キーを押したまま範囲選択内から移動先までドラッグ 	<h2>文字列のコピー・貼り付け・切り取り</h2>
<h2>表の挿入</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [罫線]メニュー→[挿入]→[表] ◆ [標準]ツールバー→[表の挿入] 	<h2>表の書式設定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [罫線]ツールバー ◆ [罫線]メニュー→[線種とページ罫線と網掛けの設定]
<h2>罫線ツールバーの表示</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [表示]→[ツールバー]→[罫線] ◆ [標準]ツールバー→[罫線] 	<h2>罫線ツールバー</h2>

第4章 PC スキル

4.9 P09 Word POP・はがき作成

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 12 日（木） 13:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・ 図形描画の基本操作

図形を描画する際に必要なツールバーの表示方法、オートシェイプやテキストボックスの描画方法について学習する

また、図形の塗りつぶしや、複数の図形のコピー・配置方法など、見栄えの良い装飾・便利な配置についてのレイアウトについても学習する

- ・ 商品 POP 作成

図形描画の機能を応用し、視覚的にインパクトのある商品説明や商品の価格告知ができる POP 作成を目指す

- ・ はがき宛名作成

あらかじめ Excel で住所録を作成することにより、Word を用いて一度に複数の宛名を印刷することができる

宛名印刷の手順について、操作を行いながら学習する

(3) 講座のねらい

Word の機能の一つである図形描画機能の基本的操作、および視覚的に効果のある図形の描画について、学習を行いながら商品 POP の作成方法を習得する。

また、はがき作成機能を用いて、DM 等を送る際に便利な宛名印刷の方法について、手順を追って操作できるようになる。

Word POP・はがき作成

Word 2003

図形描画ツールバー

- ◆ オートシェイプやテキストボックスなどさまざまな図形を描画できる
- ◆ 塗りつぶしの色や線なども変更することができる
- ◆ 図形描画ツールバーを表示するには…
 - [表示]→[ツールバー]→[図形描画]

図形を描画してみよう

- ◆ オートシェイプを使用して図形を描画する
- ◆ 良く使用するパレットは切り離すことができる



描画キャンバス

描画をここに作成します。

- 描画キャンバスを表示しないようにするには
 - ・ [ツール]→[オプション]→[全般]タブ→[オートシェイプの挿入時、自動的に新しい描画キャンバスを使用する]のチェックをはずす

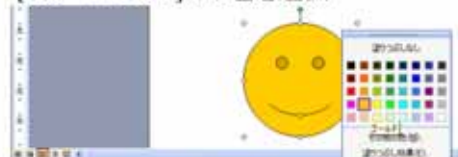
オートシェイプの挿入

- ◆ オートシェイプの種類を選択する
- ◆ 対角線状にドラッグする
 - [Shift]キー+ドラッグで縦横等しい長さのオートシェイプが挿入できる



塗りつぶしの色

- ◆ オートシェイプを選択→[図形描画]ツールバー→[塗りつぶしの色]右側▼ボタン→[カラーパレット]から色を選択



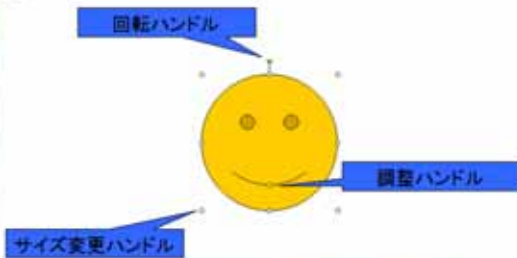
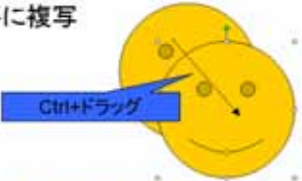

線の色





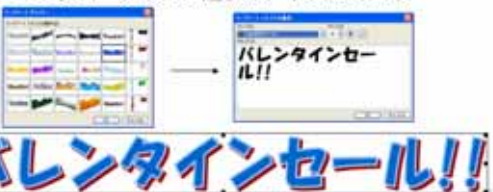

- ◆ オートシェイプを選択→[図形描画]ツールバー→[線の色]右側▼ボタン→[カラーパレット]から色を選択



オートシェイプの移動

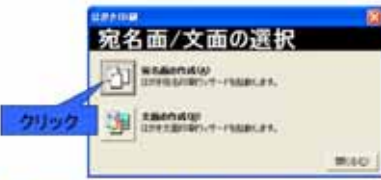
- ◆ 選択した状態…白いハンドルが表示
- ◆ オートシェイプ内をドラッグで移動
- ◆ または、矢印キーで移動
- ◆ [Ctrl]キー+矢印キーで細かく移動

<h2>オートシェイプの大きさを変更</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 白いハンドルをドラッグ <ul style="list-style-type: none"> - [Shift]キー+ドラッグで縦横等しい倍率で大きさを変更できる 	<h2>その他のハンドル</h2> 
<h2>オートシェイプの複写</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [Ctrl]キー+ドラッグ ◆ [Ctrl]キー+[Shift]キー+ドラッグで垂直・水平に複写 	<h2>図形の配置・整列</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [図形の調整]→[配置/整列] 
<h2>順序を入れ替える</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ オートシェイプ内で右クリック→[順序] 	<h2>影・3D</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ オートシェイプを選択→[図形描画ツールバー]→[影]または[3D] 
<h2>テキストの折り返し</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [図ツールバー]→[テキストの折り返し] 	<h2>テキストの折り返し</h2> 

<h3>テキストの折り返し</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 行内・・・ <ul style="list-style-type: none"> - 図形が文字扱いになる - 文字列と同じ動きをする  <p>おはよう</p>	<h3>クリップアート</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Word等で使用できるイラストや写真  <p>クリップアート</p>
<h3>クリップアートの挿入</h3>  <p>入力</p> <p>クリック</p> <p>クリック</p>	<h3>ワードアート</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Word等で使用できる、書式・デザインがセットされた飾り文字  <p>ワードアート</p>
<h3>ワードアートの挿入</h3> <ul style="list-style-type: none"> - ワードアートスタイルの選択 - フォント・サイズを選択、テキストの入力  <p>Valentine's Sale!!</p>	<h3>POPとは？</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Point Of Purchase (買い物のための広告) ◆ お客様の購買意欲を促進させる ◆ 商品のポイントを説明することができる <p>などの効果がある</p>
<h3>POPを作成してみよう</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ページ設定 <ul style="list-style-type: none"> - A4横サイズ - 余白・行数・文字数は任意 ◆ 用紙の倍率変更 <ul style="list-style-type: none"> - [標準]ツールバー→[ズーム] - または[Ctrl]キー+マウスのホイールを回転 	<h3>はがき宛名印刷</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ あらかじめ準備するデータ <ul style="list-style-type: none"> - 住所録・・・Excelで作成 


はがき宛名印刷をしてみよう

- ◆ [ツール]メニュー→[はがきと差し込み印刷] → [はがき印刷] → [宛名面の印刷]




差出人情報の入力

- ◆ アパート名等は[住所2]に入力




差し込み印刷ファイルの選択

- ◆ 住所録のExcelファイルを選択する。

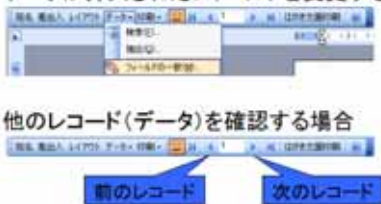


はがき宛名の完成



はがき宛名印刷ツールバー

- データが挿入されたフィールドを変更する場合
- 他のレコード(データ)を確認する場合



第4章 PC スキル

4.10 P10 Excel 表計算機能

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年2月13日（金） 13:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・表作成

Excelを用いた表を、文字入力の方法および罫線の作成・装飾、オートフィルなどの便利な入力方法について学習する

- ・四則演算基礎

Excelでは、普段の計算とは少し異なる順番で入力を行う

Excelでの四則演算の方法、セル参照による計算、四則演算を用いた多様な計算方法について学習する

- ・四則演算応用

複数のセルについて同じ計算を行う場合、数式をコピーすることで、操作を大幅に短縮できる

また、相対参照・絶対参照を組み合わせることで、複雑なセル参照をする計算に対応することができる

- ・基本的な関数

合計・平均・商品点数を数える関数など、基本的な便利な関数について学習する

(3) 講座のねらい

Excelの機能の1つである、表計算機能について習得する。

表の作成方法および装飾方法、また作成した表から、四則演算および基本的な関数を用いた計算方法について、操作を行いながら学習し、理解を深める。

Excel 表計算機能

Excel 2003

Excel2003の起動

- ◆ [スタート]→[すべてのプログラム]
→[Microsoft Office]
→[Microsoft Office Excel 2003]

画面の説明

- ① タイトルバー…ファイル名およびアプリケーション名を表示する
- ② メニューバー…様々な機能が格納されている
- ③ ツールバー…良く使う機能がボタンで配置されている



画面の説明

- ① 作業ウィンドウ…便利な機能を配置し、随時利用できる
- ② 行番号・列番号…行番号は数字・列番号はアルファベットで表される
- ③ セル…アクティブセルに入力できる



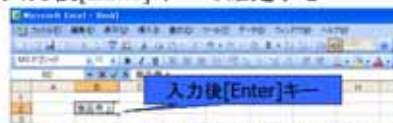
画面の説明

- ① 数式バー…入力した文字や式などが表示される
- ② 名前ボックス…現在選択されているセル番地などが表示される
- ③ シートタブ…入力するシートを選択できる



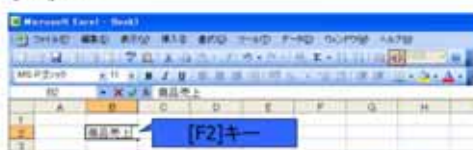
テキストの入力

- ◆ 入力したいセルをクリックし、アクティブセルにする
- ◆ 入力すると自動的に入力モードになる
- ◆ 入力後[Enter]キーで確定する



テキストの編集

- ◆ 編集するセルをダブルクリック
または
- ◆ [F2]キー



オートフィル

- ◆ フィルハンドルをドラッグ



文字揃え

◆ 範囲選択後、文字揃えを行う

セルを結合して中央揃え

◆ 範囲選択後、セルを結合して中央揃えを行う

罫線の作成

◆ 範囲選択後、罫線パレットから目的の罫線を選択する

セルの塗りつぶし

◆ 範囲選択後、[塗りつぶしの色]→[カラーパレット]から色を選択

範囲選択

- ◆ 行単位・列単位
 - 行番号・列番号をクリック(またはドラッグ)
- ◆ シート全体
 - 行番号および列番号の交差する部分をクリック

複数のセル範囲の入力

- ◆ 範囲選択後入力→[Enter]キーで次のセルへ
- ◆ [Shift]キー+[Enter]キーで前のセルへ

四則演算

通常の計算	Excelでの計算
2+3=5	=2+3
3-2=1	=3-2
2×3=6	=2*3
3÷2=1.5	=3/2

合計を計算する

1. 合計を表示するセルを選択
2. 「=」を入力
3. 計算するセルをクリック
4. 「+」を入力
5. 3～4を繰り返す
6. [Enter]キーで確定する

数式のオートフィル

- ◆ 数式の入ったセルを選択後、フィルハンドルをドラッグ

罫線や書式を壊さずにコピー

- [オートフィルオプション]→[書式なしコピー]

相対参照

- ◆ セル参照した数式をオートフィルするとオートフィルした方向に、数式のセル番地も移動する

絶対参照

- ◆ オートフィルをしても、計算に使用するセルを動かしたくない場合
 - セル選択後、[F4]キーを押す (行列番号の前に\$マークが挿入される)

数値の書式を設定する

- 桁区切りスタイル
- パーセントスタイル
- 通貨スタイル
- 小数点表示桁上げ
- 小数点表示桁下げ

SUM関数

- ◆ 合計を計算する
 - 合計を表示するセルを選択後、[オートSUM]

AVERAGE関数

- ◆ 平均を計算する
 - 平均を表示するセルを選択後、[オートSUM] 右側▼ボタン

COUNT関数

- 数値データの入力されているセルの個数を数える

MAX関数

◆ 選択範囲内の最大値を求める

The screenshot shows an Excel spreadsheet with a table of data. A formula bar at the top displays the formula `=MAX(D5:D7)`. A dropdown menu is open, showing options like '平均値', '標準偏差', '最大値', and '最小値'. The '最大値' (Maximum) option is selected. The spreadsheet data is as follows:

品名	数量	単価	金額
りんご	20	110	2200
バナナ	10	200	2000
オレンジ	5	110	550

MIN関数

◆ 選択範囲内の最小値を求める

The screenshot shows the same Excel spreadsheet as the previous one. The formula bar now displays `=MIN(D5:D7)`. The dropdown menu is still open, and the '最小値' (Minimum) option is selected. The spreadsheet data is the same as in the previous image.

第4章 PC スキル

4.11 P11 Excel 集計・グラフ機能

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 17 日（火） 13:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

・集計機能

Excel におけるデータベースの作成方法および仕組みについて学習する

大量のデータから、目的のデータのみを抽出できるオートフィルタについて操作を行う

データの並べ替え、目的のデータ抽出、特定の範囲に含まれるデータの抽出、トップテン機能、複数のフィールドから条件を設定する抽出、商品単位での集計操作等を行う

・グラフ機能

Excel には、棒グラフ・円グラフ・折れ線グラフなど、目的に応じてさまざまなグラフを作成することができる

それぞれの場面で適したグラフの選択方法や、基本的なグラフの作成方法について操作を行う

また、見栄えが良く、インパクトのあるグラフを作成するために、グラフの装飾方法、系列単位でのグラフ操作、特定のデータの強調方法、マーカー等の変更についても学習する

(3) 講座のねらい

Excel では、大量のデータを計算する際に、商品別や顧客別など、様々な単位を元に、抽出・集計を行う便利な機能がある。

また、グラフ化することにより、いつどの商品が売れているか、といったようなデータを視覚的に比較することができる。

この講座では、集計およびグラフ機能について学習し、様々な視点からデータを比較することができるようになることを目的とする。

Excel 集計・グラフ機能

Excel 2003

連続データのオートフィル

- ◆ 2個のデータを範囲選択後、オートフィル
- Excelが差分を読み取り、数値が増減する



離れた範囲の範囲選択

- ◆ 1箇所目・・・ドラッグ
- ◆ 2箇所目・・・[Ctrl]+ドラッグ



複数セルの一括入力

- ◆ アクティブセルに入力→確定
- [Ctrl]キー+[Enter]キー



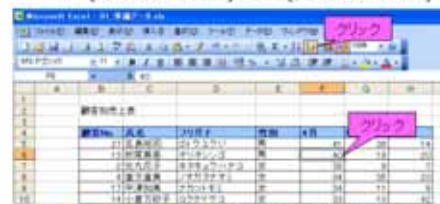
並べ替え

昇順で並べ替え	降順で並べ替え
1,2,3,4,5...	5,4,3,2,1...
あ、い、う、...わ、を、ん	ん、を、わ...う、い、あ
A,B,C...X,Y,Z	Z,Y,X...C,B,A



1つのフィールドを並べ替え

1. 基準となるフィールドの任意のデータをクリック
2. [降順で並べ替え]または[昇順で並べ替え]



練習

- ◆ 5月の売上が多い順に並べ替えしましょう
- ◆ 6月の売上が少ない順に並べ替えしましょう
- ◆ フリガナのアイウエオ順に並べ替えしましょう
- ◆ 男女順に並べ替えしましょう
- ◆ 顧客No.順に並べ替えしましょう

複数のフィールドを並べ替え

- ◆ [データ]メニュー→[並べ替え]



練習

- ◆ 4月の売上が多い順に、さらに4月の売上が同じであれば5月の売上が多い順に、さらに5月の売上げが同じであれば6月の売上が多い順に並べ替えましょう
- ◆ 確認後、顧客No.順に並べ替えましょう

オートフィルタ

- ◆ 条件に合うデータだけを抽出する機能
- ◆ データベース内をクリック
→[データ]→[フィルタ]→[オートフィルタ]

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2		顧客別売上表						
3		顧客No.	氏名	フリガナ	性別	4月	5月	6月
4	1	橋本太郎	タロウ	橋本	男	28	17	30
5	2	北川花子	ハナコ	北川	女	30	8	7
6	3	森田健太	ケンタ	森田	男	15	6	33
7	4	渡辺真実	マコト	渡辺	男	34	20	20

条件の抽出

- ◆ 右側▼ボタンをクリック
- ◆ 抽出中のフィールドの▼ボタンは青色表示

練習

- ◆ 性別が男性のレコードを抽出しましょう
- ◆ 6月の売上が7のレコードを抽出しましょう

複数フィールドの条件抽出

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2		顧客別売上表						
3		顧客No.	氏名	フリガナ	性別	4月	5月	6月
4	19	伊丹真実	マコト	伊丹	男	17	22	14
5	20	佐藤健太	ケンタ	佐藤	男	12	17	2

練習

- ◆ 性別が女性で、さらに5月の売上が8のレコードを抽出しましょう
- ◆ 5月の売上が17で、さらに6月の売上が2のレコードを抽出しましょう

オートフィルタの解除


- ◆ 一つのフィールドの抽出解除
- ▼ボタンをクリック→[すべて]
- ◆ すべてのフィールドの抽出解除
- [データ]→[フィルタ]→[オートフィルタ]

トップテン オートフィルタ

- ◆ ▼ボタンをクリック→[(トップテン)]

練習

- ◆ 6月の売上が低い方から10%のレコードを抽出しましょう
- ◆ 5月の売上が一番高いレコードを抽出しましょう




オートフィルタ オプション

- ◆ ▼ボタンをクリック右[オプション]






練習

- ◆ 5月の売上が25以上35以下のレコードを抽出しましょう
- ◆ 6月の売上が10未満のレコードを抽出しましょう
- ◆ フリガナが「カ」で始まるレコードを抽出しましょう



集計

- ① 集計を行いたいフィールドを基準に並べ替えを行う
- ② [データ]メニュー→[集計]





集計の削除





練習

- ◆ 男女のデータの個数を集計しましょう
- ◆ その後、さらに4月・5月・6月のデータの平均を集計しましょう



グラフ

- ◆ 円グラフ
 - 割合や構成比などを比べる場合に使用する
- ◆ 棒グラフ
 - 主にデータの大小を比べる場合に使用する
- ◆ 折れ線グラフ
 - 主にデータの推移を比べる場合に使用する



グラフの作成

- ① 表の中から必要な部分のみを選択する
- ② [標準]ツールバー→[グラフウィザード]




グラフウィザード

- ◆ グラフの種類・形式を選択
- ◆ データ範囲・系列を確認
- ◆ グラフオプションの選択
- ◆ グラフの作成場所の選択
 - 同じシート上に作成するか、他のシートに作成するか

グラフの構成

グラフの移動

- ◆ グラフエリアをドラッグ
- ◆ セルに合わせて移動する場合は [Alt] キーを押したままドラッグ

グラフの大きさの変更

- ◆ 黒いハンドルをドラッグ
 - ・ フォントサイズも連動して大きさが変更される
- ◆ フォントサイズを変更したくない場合は・・・
 - ・ [グラフエリアの書式設定] → [フォントタブ] → [自動サイズ調整] のチェックをはずす

グラフの色などの変更

- ◆ グラフ系列をクリック
 - 系列の中のさらに1つの要素だけ変更する場合は、もう一度変更する要素をクリック

値・パーセンテージの表示

- ◆ グラフエリア内で右クリック → [グラフのオプション] → [データラベル] タブ

棒グラフの作成

- ◆ 表の中から必要な部分だけ範囲選択する

グラフタイトルの引用

- ◆ [グラフエリア] をクリック → [数式バー] に 「=」 を入力 → タイトルが含まれるセルをクリック

 マーカーの種類・サイズ変更

◆ 変更する系列を選択一[データ系列の書式設定]



2008.02.17

本図は、Excel 2007 の「データ系列の書式設定」ダイアログボックスの「系列オプション」タブを示しています。このダイアログボックスには、データ系列の書式設定に関する様々なオプションが提供されています。図中のピンクの矢印は、系列を選択するための「系列」リストを指しています。

第4章 PC スキル

4.12 P12 PowerPoint スライド作成

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 18 日（水） 13:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

・スライド作成基礎

PowerPoint の基本的な操作方法、およびプレゼンテーションの元となるスライドの種類、作成方法について学習する

スライドの挿入・削除方法、スライドの移動方法、箇条書きのレベル変更について、操作を交えながら習得する

また、スライドのデザインの設定、スライド全体の配色の変更、文字の装飾、視覚的に訴えるクリップアート等の挿入方法についても学習を行う

・効果的なスライド作成

スライド作成の時間が無い場合に有効なインスタントウィザード、複数人で別ファイルに作成したスライドのインポートなど、効率の良いスライド作成に便利な操作について学習を行う





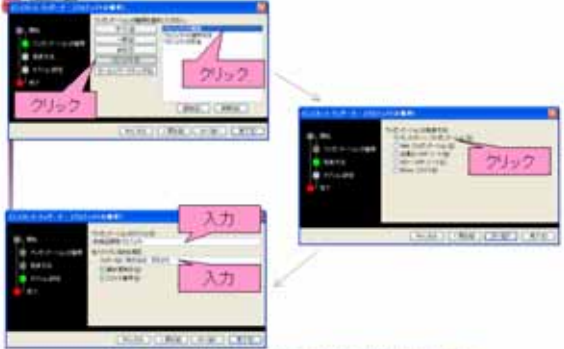
また、組織図や図表を用いたスライドの作成、表の挿入や罫線・文字列配置・サイズの調整、写真の明るさやコントラストの調整、背景色の透明化など、PowerPoint 上で効率よく作業ができる方法についても学ぶ





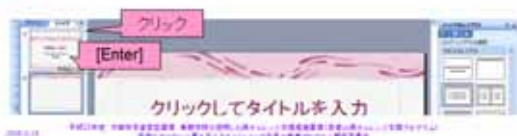



(3) 講座のねらい

PowerPoint では、スライドを作成し、プロジェクタ等を用いて商品などのプレゼンテーションを行うことができる。

また、HTML 形式で保存することで、インターネット上に公開することもできる。

この講座では、スライドの基本的な作成方法から、文字やクリップアート・画像などを挿入するプレースホルダの使い方、大量のスライドを作成する際に便利な機能などを中心に学習を行い、効率よくプレゼンテーションを作成できる方法を習得する。

<h3>PowerPoint スライド作成</h3> <p>PowerPoint 2003</p>	<h3>PowerPoint2003の起動</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [スタート]→[すべてのプログラム] <ul style="list-style-type: none"> →[Microsoft Office] →[Microsoft Office PowerPoint 2003]
<h3>画面の説明</h3> <ol style="list-style-type: none"> ① タイトルバー…ファイル名およびアプリケーション名を表示する ② メニューバー…様々な機能が格納されている ③ ツールバー…よく使う機能がボタンで配置されている 	<h3>画面の説明</h3> <ol style="list-style-type: none"> ④ 作業ウィンドウ…便利な機能を配置し、随時使用できる ⑤ スライドペイン…スライドを直接編集するための領域(プレースホルダに文字列を入力する) ⑥ アウトラインペイン…スライドの一覧を表示 
<h3>画面の説明</h3> <ol style="list-style-type: none"> ⑦ ノートペイン…発表するセリフやスライドの説明を入力するための領域 ⑧ ステータスバー…現在のスライド番号やデザインの種類などが表示される 	<h3>インスタント ウィザード</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ デザインとプレゼンテーションの大まかな流れが入力されたスライドを選択できる ◆ プレゼンテーション作成の時間があまり無い場合などに使用する
<h3>インスタント ウィザードの使用</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [その他の作業ウィンドウ] <ul style="list-style-type: none"> →[新しいプレゼンテーション] →[インスタント ウィザード] 	

<h3>2.1 インスタント ウィザードの使用</h3> <ul style="list-style-type: none"> - アウトラインペインにスライドの一覧が表示される 	<h3>2.2 デザインテンプレートの適用</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [その他の作業ウィンドウ] → [スライドのデザイン] → 目的のデザインテンプレートをクリック 
<h3>2.3 配色の変更</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [スライドのデザイン]作業ウィンドウ[配色] → 目的の配色をクリック 	<h3>2.4 プレースホルダへの入力</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 入力するプレースホルダ内をクリック - 入力時はプレースホルダの枠が斜線に変更される - 入力完了後は、プレースホルダ外をクリック 
<h3>2.5 新規スライドの挿入</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [アウトラインペイン] → 挿入する前ページのスライドをクリック → [Enter]キー ◆ [書式設定]ツールバー → [新しいスライド] 	<h3>2.6 レイアウトの変更</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [その他の作業ウィンドウ] → [スライドのレイアウト] → 目的のレイアウトを選択 
<h3>2.7 レベルの変更</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ レベルを変更する箇条書きをクリック → [アウトライン]ツールバー → [レベル下げ]または[レベル上げ] 	<h3>2.8 写真や絵の挿入</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [コンテンツプレースホルダ] → [図の挿入] - 自由な位置に写真や絵を挿入する場合は、[図形描画ツールバー] → [図の挿入]を選択する 

写真や絵の挿入

◆ [コンテンツプレースホルダ] → [図表または組織図を挿入します]

挿入される

図表・組織図の挿入

◆ [コンテンツプレースホルダ] → [図表または組織図を挿入します]

クリック

アイコンをクリックしてコンテンツを追加

図表スタイルギャラリー

◆ [図表] ツールバー → [図表スタイルギャラリー] → 目的のスタイルを選択

クリック

クリック

図形の挿入・テキストの入力

◆ [図表] ツールバー → [図形の挿入]

クリック

クリップアートの挿入

◆ [その他の作業ウィンドウ] → [クリップアートの挿入] → [検索] ボックスにキーワードを入力

- [図形描画] ツールバーまたは [コンテンツプレースホルダ] からでも選択できる

入力

選択

クリック

透明な色に設定

◆ 図を選択 → [図] ツールバー → [透明な色に選択]

クリック

クリック

表の挿入

◆ [コンテンツプレースホルダ] → [表の挿入]

送料

選択

クリック

クリック

アイコンをクリックしてコンテンツを追加

表のサイズ調整

◆ サイズ変更ハンドルをドラッグ

送料(クール送料・税込み)

福岡県内	その他九州	関東・関西	東北・北海道
525円	640円	1,050円	1,260円

ドラッグ

ドラッグ

<h3>表内の文字列配置</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 縦の配置: [罫線]ツールバー → [上揃え]・[上下中央揃え]・[下揃え] ◆ 横の配置: [書式設定]ツールバー → [左揃え]・[中央揃え]・[右揃え]  <p>送料(クール送料・税込み)</p> <table border="1"> <tr> <td>福岡県内</td> <td>その他九州</td> <td>関東・関西</td> <td>東北・北海道</td> </tr> <tr> <td>525円</td> <td>840円</td> <td>1,050円</td> <td>1,260円</td> </tr> </table>	福岡県内	その他九州	関東・関西	東北・北海道	525円	840円	1,050円	1,260円	<h3>テキストボックスの挿入</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [図形描画]ツールバー→[テキストボックス] →挿入したい場所をクリック 
福岡県内	その他九州	関東・関西	東北・北海道						
525円	840円	1,050円	1,260円						
<h3>オートシェイプの挿入</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [図形描画]ツールバー→[オートシェイプ] 	<h3>明るさとコントラストの調整</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [図]ツールバー → [コントラスト(強)(弱)] または [明るさ(強)(弱)] 								
<h3>スライドのインポート</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 挿入する位置のスライドをクリック→[挿入]メニュー→[ファイルからスライド]→[プレゼンテーションの検索]タブ 	<h3>練習</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ネットショップで売ってみたい商品について、説明するためのスライドを作成してみましょう。 								

第4章 PC スキル

4.13 P13 PowerPoint アニメーション・資料作成

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 19 日（木） 13:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

・アニメーション効果

スライド単位、あるいは文字列・画像・クリップアートごとなどにアニメーション効果を用いて、それぞれのオブジェクトを動かす方法について学ぶ

また、画面切り替え効果を用いて、スライドを切り替える際にも、視覚的效果をつけることができる

これらの機能を駆使して、効果的にアニメーションを利用し、プレゼンテーションを行う方法について学習を行う

・様々な資料作成

PowerPoint では、プレゼンテーションのためのスライド作成だけでなく、さまざまな資料を作成することができる

発表者のための資料作成

配布物のための資料作成

Web 上で公開するための資料作成

等、様々な場面での資料作成方法について学習する







・プレゼンテーション時の操作

実際にプレゼンテーションを行う際の全画面表示、スライドの進め方、ペン機能を用いた画面への書き込み等、実際のプレゼンテーション時に有効な操作方法について学習する

また、展示会等で無人でプレゼンテーションを自動実行する方法についても学習を行う

(3) 講座のねらい

PowerPoint では、スライドに文字や画像を入力・表示するだけでなく、アニメーション効果を用いて、さらに視覚的にインパクトのあるプレゼンテーションを行うことができる。また、聴講者に対するスライドだけでなく、発表者のためのノート機能や、資料作成のための様々な印刷・保存方法、プレゼンテーション時のスライドの操作方法について、操作を身に付けることを目的とする。

<h2 style="text-align: center;">PowerPoint アニメーション・資料作成</h2> <p style="text-align: center;">PowerPoint 2003</p>	<h2 style="text-align: center;">スライド一覧表示</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 画面表示切り替えボタン ◆ [表示]メニュー→[スライド一覧] 
<h2 style="text-align: center;">スライドの入れ替え</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ スライドをドラッグ - スライドをダブルクリックすると、標準表示に戻る 	<h2 style="text-align: center;">画面切り替えの設定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [スライド一覧]ツールバー→[画面切り替え] ◆ [スライドショー]メニュー→[画面切り替え] ◆ [その他の作業ウィンドウ]→[画面切り替え]
<h2 style="text-align: center;">画面切り替え効果</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 目的の画面切り替えを選択→[すべてのスライドに適用] - 画面切り替え効果が設定されたスライドは、左下に星型のアイコンが表示される 	<h2 style="text-align: center;">アニメーションの一括設定</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [その他の作業ウィンドウ]→[スライドのデザイン]→アニメーションの一括設定 
<h2 style="text-align: center;">アニメーションの追加</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [その他の作業ウィンドウ]→[アニメーションの設定] ◆ 効果を追加したいオブジェクトをクリック→[効果の追加] 	<h2 style="text-align: center;">アニメーションの削除</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 削除したい効果をクリック ◆ 右側▼ボタン→[削除] 

<h2>アニメーションのタイミング</h2> <p>クリック時・直前の動作と同時・直前の操作の後</p>	<h2>アニメーションの軌跡</h2> <p>◆ [効果の追加] → [アニメーションの軌跡]</p>
<h2>軌跡を描く</h2> <p>◆ 開始地点から終了地点までドラッグする</p>	<h2>スライドショーの実行</h2> <p>◆ スライドショー</p> <ul style="list-style-type: none"> - [スライドショー]メニュー → [実行] - [F5]キー <p>◆ 現在のスライドからのスライドショー</p> <ul style="list-style-type: none"> - 画面表示切り替えボタン - [Shift]+[F5]キー
<h2>スライドショー中の操作</h2> <p>◆ スライドを進める</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ショートカットツールバー[→]ボタン ・ [→]キー・[]キー・[PageDown]キー ・ [enter]キー・[Space]キー <p>◆ スライドを戻す</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ショートカットツールバー[←]ボタン ・ [←]キー・[]キー・[PageUp]キー ・ [BackSpace]キー 	<h2>ペン機能</h2> <p>◆ [スライドショー]ツールバー → ペンを選択</p> <p>◆ [Ctrl]キー+[P]キー</p>
<h2>消しゴム</h2> <p>◆ [スライドショー]ツールバー → 消しゴムを選択</p> <p>◆ [E]キー</p>	<h2>リハーサル</h2> <p>◆ スライドショーが自動的に切り替わるよう設定できる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ [スライド一覧]ツールバー[リハーサル] ・ [スライドショー]メニュー[リハーサル] <p>- スライド左下に切り替えのタイミングが表示される</p>

第5章 ネットショップスキル

5.1 N01 ネットショップの実例紹介

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 5 日（火） 13:00～16:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：アイスリーラボ 瑠璃垣 孝一

(2) 講座概要

- ・ ネットショップとは
ネットショップとはなにか、ネットショップを閲覧するには何が必要かを学ぶ
- ・ ネットショップの閲覧
ブラウザを用いたインターネットの閲覧方法、およびインターネット上からネットショップを探し出し、閲覧する方法を学ぶ
URL の入力による閲覧、検索エンジンを用いた閲覧を行う
- ・ どういう商材が売れているか
ショッピングモールの売れ筋ランキング等を参考に、現在どのような商材が売られているかを把握する
また、同じ商品でも、価格が安く販売されているネットショップを検索する
- ・ 買い物の流れを見てみよう
ショッピングモールを例に、ネットショップで買い物をする際、どのような流れで購買が出来るか、また送料や支払い方法などについて学習する
- ・ 検索エンジンの種類
ロボット型検索エンジンおよびディレクトリ型検索エンジンを用いて、目的の商品を検索し、どのようにたどり着くか、複数の商材を例に比較を行う
- ・ ショッピングモール
特産物や地域に特化したショッピングモール、書籍や CD に特化したショッピングモールなど、複数のショッピングモールを閲覧し、特色を比較する
- ・ ネットショップの取引形態
B to B、B to C など、取引形態別に特化したネットショップを閲覧し、比較を行う
- ・ 業界別ネットショップ
パソコン、自然食品など、業界によるネットショップの違いについて比較を行う
- ・ EC-CUBE
ネットショップを構築するためのフリーウェア「EC-CUBE」の紹介および、EC-CUBE を用いたネットショップを閲覧し、特徴を掴む

(3) 講座のねらい

売れ筋の商材やネットショップのしくみ、取引形態等について、実際にネットショップを閲覧しながら把握を行う。

ネットショップの実例講座

ネットショップを見てみよう

ネットショップとは？



- ◆ インターネット上に作成した、商品を扱う仮想店舗
- ◆ 複数の店舗が一つに集まって出来たネットショップを「モール」と呼ぶ

ネットショップを閲覧するには？

- ◆ インターネットが接続できる環境
 - ・ パソコン
 - ・ インターネット回線
- ◆ ブラウザ
インターネット上のWebサイトを閲覧するためのソフトウェア
(Internet Explorer、Netscape、Firefoxなど)



インターネットで出来ること

- ◆ ホームページ(Webサイト)の閲覧
- ◆ 情報の検索
- ◆ 情報の発信
- ◆ インターネットショッピング
- ◆ インターネットバンキング
- ◆ 音楽や動画の視聴
- ◆ 電子メール(eメール)の送受信



Internet Explorerを起動しよう

- ◆ スタートメニューからInternet Explorerを選択
- ◆ デスクトップからアイコンをダブルクリック



ネットショップを見てみよう

- ◆ 例) 楽天市場
<http://www.rakuten.co.jp/>



ネットショップを閲覧するには？

- ◆ ネットショップサイトのURLを入力
- ◆ 「検索エンジン」によるネットショップの検索




URLとは？

- ◆ URL: Uniform Resource Locator
 - ・ ホームページの住所を表す<http://www.abcde.com/index.html>



<h2>URLの入力</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ アドレスバーにURLを入力する (例) 楽天市場 http://www.rakuten.co.jp/  <ul style="list-style-type: none"> ◆ 移動ボタンをクリックする 	<h2>アドレスバーを表示するには？</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 表示メニューをクリック ↓ ◆ ツールバーをポイント ↓ ◆ アドレスバーにチェックを入れる 
<h2>どういう商材が売れているか見てみよう</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ランキングタブをクリック 	<h2>売れている商材を見てみよう</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ それぞれの店舗へジャンプ * (各店舗に会社概要なども記載されている) 
<h2>買い物の流れを見てみよう</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 買い物案内をクリック ↓ ◆ お買い物をしてみようをクリック 	<h2>支払い方法を見てみよう</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ お支払い・送料をクリック 
<h2>支払い方法を見てみよう</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 支払い方法、送料・手数料の有無、支払先などをチェックする 	<h2>主な支払い方法</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 代金引換 ◆ クレジットカード ◆ コンビニ決済 ◆ 銀行振込 ◆ プリペイドカード <p>など</p> 

<h2>お気に入りへ登録</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ お気に入りメニュー→お気に入りへ追加◆ アドレスバー内のアイコンをお気に入りメニュー内へドラッグ  <p>27</p>	<h2>練習</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 以下のネットショップのURLを入力し、サイトを表示しましょう。その後、お気に入りに登録しましょう。 <p>スカイマークWebサービス http://www.skymark.co.jp/</p>  <p>28</p>
<h2>飛行機を予約するには？</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 搭乗日をプルダウンメニューより選択◆ 航路をプルダウンメニューより選択◆ 空席照会をクリック  <p>29</p>	<h2>飛行機を予約するには？</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 目的の便・プランをクリック◆ 人数を選択◆ お客様情報を入力  <p>30</p>
<h2>検索エンジンとは？</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ 検索エンジン(サーチエンジン)  <p>インターネット上のWebページや画像などの情報を検索するWebサイト</p> <p>31</p>	<h2>検索エンジンの種類</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ロボット型(全文検索型)検索エンジン<ul style="list-style-type: none">• Webサイトの情報を自動的に収集し、入力したキーワードを含むWebサイトを検索する◆ ディレクトリ型検索エンジン<ul style="list-style-type: none">• カテゴリを選択し、そのカテゴリに登録されているWebサイトの中から探す <p>32</p>
<h2>代表的な検索エンジン</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ ロボット型検索エンジン Google http://www.google.co.jp/◆ ディレクトリ型検索エンジン Yahoo!JAPAN http://www.yahoo.co.jp/   <p>33</p>	<h2>人気商品をキーワード検索しよう</h2> <ul style="list-style-type: none">◆ (例) google http://www.google.co.jp/◆ 商品のキーワードを入力 例) 生キャラメル  <p>34</p>

<p>2 人気商品をキーワード検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 目的の検索結果をクリック 	<p>2 ネットショップをカテゴリ検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Tokyo Life <ul style="list-style-type: none"> ◆ http://www.tokyolife.co.jp/ ◆ ライフスタイル提案型のショッピングモール <ul style="list-style-type: none"> ・ カタログ感覚 ・ セレクトショップ感覚 
<p>2 ネットショップをカテゴリ検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ (例)オンラインモールのカテゴリの中から「Tokyo Life」を検索する ◆ Yahoo!JAPANを表示 ↓ ◆ カテゴリ一覧をクリック ↓ ◆ ビジネスと経済をクリック ↓ 	<p>2 ネットショップをカテゴリ検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ショッピングをクリック ↓ ◆ ショッピングをクリック ↓ ◆ オンラインモールをクリック ↓ ◆ Tokyo Lifeをクリック 
<p>2 ネットショップをキーワード検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ビidders ◆ auと提携し、携帯からの商品購入が可能 ◆ http://www.bidders.co.jp/ 	<p>2 ネットショップをキーワード検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> (例)「ビidders」を検索する ◆ Googleを表示 ↓ ◆ 検索ボックスにビiddersと入力 ↓ ◆ Google検索ボタンをクリック 
<p>2 練習</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ビiddersの中から、カテゴリ検索により青汁を検索しましょう。 	<p>2 カテゴリ検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ カテゴリからヘルス/ビューティーをクリック ↓ ◆ 健康食品をクリック ↓ ◆ 自然食品をクリック 

<p>練習</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ビiddersの中から、キーワード検索によりクリスマスツリーを検索しましょう。 	<p>キーワード検索しよう</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 検索ボックスにクリスマスツリーと入力 ↓ ◆ 検索ボタンをクリック 
<p>その他のネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ナインモール <ul style="list-style-type: none"> ・九州の特産・名産・物産を中心に紹介 ・ http://www.9mall.jp/index.html 	<p>その他のネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 福岡よかもん市場 <ul style="list-style-type: none"> ・ 福岡県中小企業振興センターが運営 ・ http://www.yokamon.jp/ 
<p>その他のネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Amazon <ul style="list-style-type: none"> ・ 書籍やCD等が充実、売れ筋額や発売日順等による検索ができる。 ・ 口コミによる評価を閲覧できる ・ http://www.amazon.co.jp/ 	<p>練習</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Amazonの中で、J-POPのポップスのCDを発売日順に表示しましょう。また、価格の安い順に表示しましょう。 
<p>その他のネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 価格.com <ul style="list-style-type: none"> ・ ネットショップの価格を比較 ・ http://kakaku.com/ 	<p>練習</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 価格.comの中で、液晶テレビ売れ筋ランキング1位の商品のネット価格の最安値を調べましょう。また、店頭価格の最安値を調べましょう。 

その他のネットショップ

- ◆ 買いパラ
 - ・特典のあるネットショップの検索、都道府県別検索など可能
 - ・ <http://www.kaipara.net/>



ネットショップの取引形態

- ◆ B to B (Business to Business)
 - ・ 企業と企業の取り引き
 - ・ 事務用品の取り引き、
 - ・ 工業用部品や食材・材料の調達、仕入れなど
 - ・ 例) ASKUL、ねじNo1.com、すかいらーく調達サイトNETSEAなど

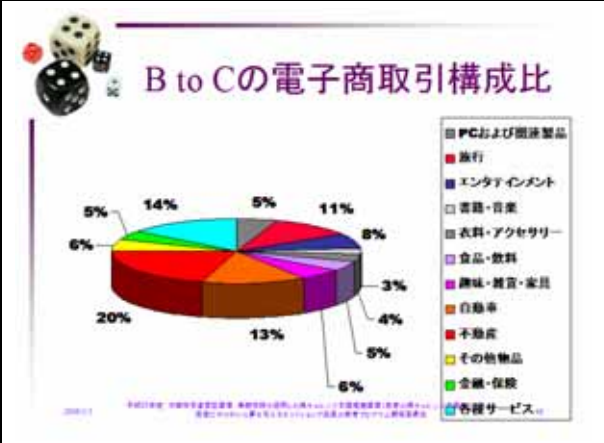


ネットショップの取引形態

- ◆ B to C (Business to Consumer)
 - ・ 企業と一般消費者の取り引き
 - ・ 消費者向け商品の販売
 - ・ オンライントレードやウィルス対策などサービスの提供
 - ・ チケットなどの販売
 - ・ 楽曲などのダウンロード販売など
 - ・ 例) ユニクロ、iTunes storeなど

ネットショップの取引形態

- ◆ C to C (Consumer to Consumer)
 - ・ 一般消費者同士が行う取り引き
 - ・ インターネットオークションなど
 - ・ 例) Yahoo!オークション、モバオウ、など



B to Bのネットショップ

- ◆ ASKUL
 - ・ 事務用品を中心に、法人向けの販売を行う
 - ・ <http://www.askul.co.jp/>



B to Bのネットショップ

- ◆ ねじNo1.com
 - ・ ねじ専門の法人向け販売
 - ・ <http://www.neji-no1.com/>



B to Bのネットショップ

- ◆ すかいらく調達サイト
 - 材料を調達する業者が、価格を入札できる
 - http://www.infomart.co.jp/auction/buyer_top.asp?bcd=BSpjzxH7



B to Bのネットショップ

- ◆ NETSEA(ネッシー)
 - 仕入れ・卸のWeb展示会サイト。
 - http://www.infomart.co.jp/auction/buyer_top.asp?bcd=BSpjzxH7



B to Cのネットショップ

- ◆ ユニクロオンラインストア
 - オンライン限定の商品やサイズも販売している
 - <http://store.uniqlo.com/jp/>



B to Cのネットショップ

- ◆ iTunes
 - iTunes内で、楽曲をダウンロード購入できる
 - iTunes限定配信の楽曲もある
 - (マニュアルサイト: <http://www.moto.co.jp/iTMSguide/>)



C to Cのネットショップ

- ◆ Yahoo!オークション
 - 個人で出品および入札が可能なオークション
 - <http://auctions.yahoo.co.jp/>



C to Cのネットショップ

- ◆ モバオク
 - パソコンだけでなく携帯から利用可能なオークション
 - <http://www.mbok.jp/>



業界別ネットショップ

- ◆ デル オンラインストア
 - パソコンのパーツ・性能を選択し、PCを購入できる
 - <http://www1.jp.dell.com/>



業界別ネットショップ

- ◆ Vector
 - 企業・個人が作成したフリーウェア・シェアウェアをダウンロードできる。企業の製品も販売している
 - <http://www.vector.co.jp/>



<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ T-Shirts Trinity <ul style="list-style-type: none"> 登録されているTシャツを買うだけでなく、Tシャツをデザインし販売できるドロップシッピングショッピングモール http://www.ttrinity.jp/ 	<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 田舎の日曜日 <ul style="list-style-type: none"> マクロビオティック商品のスイーツや天然酵母パン等、アレルギーの方やベジタリアンに配慮した商品を扱う http://www.inakanonichiyoubi.com/ 
<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 椒房庵 (しょぼうあん) <ul style="list-style-type: none"> 明太子ブランド、明太子の他、予算から贈答品を選択できる http://www.shobo-an.co.jp/ 	<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ えきから時刻表 <ul style="list-style-type: none"> 電車・飛行機等の時刻・料金検索だけでなく、提携している飛行機や高速バスの予約・購入もできる http://www.ekikara.jp/ 
<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ じゃらんnet <ul style="list-style-type: none"> 観光やビジネスでのホテル・宿の予約ができる宿泊料金に応じてポイントが加算され、次回以降の宿泊が割引になる http://www.jalan.net/ 	<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 東京八重洲ホール <ul style="list-style-type: none"> 貸会議室の空室照会および予約ができる http://www.yaesuhall.co.jp/ 
<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Handmade Craft Search <ul style="list-style-type: none"> 手作り商品を専門に検索・購入できる個人も多数出店している http://handmade-craft.net/ 	<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ シャボン玉石けん <ul style="list-style-type: none"> 無添加せっけんの販売、製品を使用しているクリーニング店の検索もできる https://www.shabon.com/shop/ 

<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ダイビングショップ ハーモニー <ul style="list-style-type: none"> ◆ スキューバダイビングのツアー販売や、ダイビング講習の申し込みを受け付けている ◆ http://www.harmony-diving.com/ 	<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 美容室 ヘアメイクAir <ul style="list-style-type: none"> ◆ インターネット限定のセットコースを設定 ◆ http://www.hairmake-air.net/ 
<p>業界別ネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 那珂川の仕立て屋 <ul style="list-style-type: none"> ◆ タンスに眠っている反物を着物に仕立て直す反物の購入も可能 ◆ http://www2.csf.ne.jp/~sachi-70/ 	<p>EC-CUBEとは？</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ネットショップサイトを構築するためのパッケージソフトウェア ◆ フリーソフトである ◆ テンプレートをもとに、さまざまなレイアウトのネットショップを作成できる
<p>EC-CUBEを用いたネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ みやざき便.com <ul style="list-style-type: none"> ◆ 知名度や販売力の無い生産者・製造者を応援バックアップするため、4社合同のネットショップ ◆ http://www.miyazakibin.com/ 	<p>EC-CUBEを用いたネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 長寿健康コンビニ <ul style="list-style-type: none"> ◆ 長寿・還暦に関するギフトの専門サイト ◆ http://www.henomix.net/ecshop/ 
<p>EC-CUBEを用いたネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 榊原豆腐店 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 豆乳を使用したデザートや豆腐を販売 ◆ http://www.1028sakakibara.com/ 	<p>EC-CUBEを用いたネットショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ What's New! <ul style="list-style-type: none"> ◆ 様々な新商品を紹介するポータルサイト ◆ 買い物機能を使用せず、商品カタログのような使い方をしている ◆ http://whatsnews.jp/ 

第5章 ネットショップスキル

5.2 N02 ネットショップビジネスの概要

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年1月6日（火） 9:00～12:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一

(2) 講座概要

- ・従来の通販とネットショップの比較および現状について
ネットショップとはなにか、ネットショップビジネスの形式について深く学習を行う
また、個人のネットショップ市場の規模推移・利用平均値・ネットショッピング
暦と消費金額の相関、オンラインショッピングユーザの割合、ユーザの衝動買い
度等について学習を行う
さらに、ネットショップ市場における新規出店数、退店数などについて把握を行
う
- ・ネットショップのメリット・デメリットと商材・関連法規
ネットショップと実店舗について、購入者側の立場で商品の選択基準・信頼度・
価格やアクセス等について比較を行う
一方、販売者側の立場で開店資金、経費、販促・広告、商品代金の回収、ターゲ
ット等について比較を行う
また、ネットショップで販売しやすい商材、販売しがたい商材、中古・リサイク
ル品・飲食物・アルコール・薬品・ペット等の生体等を販売するにあたっての注
意点・法知識について学習するその他、ネットショップを運営するにあたって、
必要な法知識、広告表示義務、誇大広告の禁止、ワンクリック詐欺、個人情報保
護法、迷惑メール等に関して知識を養う
- ・ネットショップの形態と必要な知識
B to B、B to C、B to G、C to C とは何か、またそれぞれの形態でのネットショップ
の特色について学習を行う
また、ネットショップネットショップに関する決済・配送の方法について学習を
行う

(3) 講座のねらい

無店舗・低予算でパソコン一台あれば始められるネットショップなどのネットビ
ジネス。実際には取り扱う商品によって申請や免許・法律の知識が必要である。ま
た、売上を伸ばすためにはまとまった広告費・宣伝費が必要になる場合もある。
本講座で、ネットビジネスを始めるに当たり、必要な知識を習得する。

ネットショップビジネスの概要



服部憲一
[ハイキックデザイン]
<http://hi-kick.jp>



そもそもネットショップビジネスとは？

- 昔では「オンラインショップ」「ネットショップ」「Webショップ」などと呼ばれるインターネット通販を利用したビジネス。
- 包括的に「eコマース」等と呼ばれることもある。
- 実例
 - Amazon (書籍・ファッション・家電など)
<http://www.amazon.co.jp>
 - aecomshop.com [スーパー「イオン」のオンラインショップ]
<http://www.aecomshop.com/>
 - イセタンオンラインショッピング [デパート「伊勢丹」のオンラインショップ]
<https://www.isetan.co.jp/cm2.jsp?shops/index.jsp>



ネットショップビジネスの形式 (1)

- ◆ B to B (Business to Business)
 - Business to Businessと呼ばれる、「企業」対「企業」で行われる取引の事である。資材・事務用品のようなものから、人材の派遣や公共交通機関の予約なども含まれる。時に迅速な対応を求められる事もあり、その点でも電子商取引のメリットを生かした取引形態と言える。



ネットショップビジネスの形式 (2)

- ◆ B to C (Business to Consumer)
 - Business to Consumerと呼ばれる「企業」対「一般消費者」との間で行われる取引のことを言い、従来の小売店と消費者の取引をネット上で行うものであり、いわゆる「ネットショップ」と呼ばれるものの大半はこの販売形態のことを指すと考える。



ネットショップビジネスの形式 (3)

- ◆ C to C (Consumer to Consumer)
 - Consumer to Consumerと呼ばれるもので「一般消費者」対「一般消費者」での取引のことを言い、ネットオークションなど必要に応じて一般消費者が商品の販売を行うような取引形態を指す。例として挙げるならYahoo!オークション (<http://auctions.yahoo.co.jp/>) などが有名。ただ企業ほど責任を負う姿勢がなく、トラブルに発展する事が多い。



ネットショップビジネスの形式 (4)

- ◆ B to G (Business to Government)
 - Business to Governmentと呼ばれるもので政府が企業と取引を行い、政府調達をすることを指す。公共事業や資材調達などがこれに含まれる。



個人のネットショッピング市場規模推移

- 2006年のネットショッピングの市場規模は4兆2,980億円、成長率は27%となっている。2005年の市場規模3兆3,710億円からの拡大を成し遂げているわけで、まだまだ成長の余地は残っている。(株式会社富士通総研 2007年8月)



PCネットショッピング利用平均値

- 2007年1年間のネットショッピングの利用回数は平均11.6回、合計10万6,174円となっており、実際にいずれも微増している(株式会社富士通総研 2007年8月)





ネットショッピング歴と、年間の利用平均値

- ネット利用歴で見ると、実質5年以上の15.2回・15万9,436円と実質2年以内の8.3回・7万2,482円とで、ほぼ倍の開きがある。
ネット利用歴の長い消費者は、利用歴の短い消費者よりも多く消費する事がわかる
(株式会社富士通総研 2007年8月)



“非”オンラインショッピングユーザーはいまや少数派、約5%

- 民間企業に勤務する20代～60代の男女331人に調査したところ、オンラインショッピングをしたことがないユーザーはいまや少数派で、わずか4.9%だった
(逆にオンラインショッピングを行った経験があるのは312人)
- 前述のオンラインショッピングを行った312人に対して、ネットでの買い物にPCと携帯電話、どちらを使用しているか(していたか)聞いてみた。
「PCのみ」が84.6%(264人)と圧倒的で、「PCと携帯電話、両方」は14.7%(46人)という結果になった。
- 「PCのみ」と回答した264人のショッピング頻度のトップは、「年に数回程度」39.0%、次いで「月に1回程度」30.7%、「月に数回程度」17.4%だった。
(社団法人エプソンマーケティング 2007年10月18日)



オンラインショッピングでの衝動買い4割が経験(1)

- 20～34歳の男女を対象に「オンラインショップ利用者の消費動向」を調査、
- オンラインショップ利用者は、3年前より自宅で過ごす時間が増えた傾向にあり、インターネット利用のために外出時間が減少したととらえられる。
- その一方、外でのショッピング時間もオンラインショップ利用者は一週間に129分と平均で13分多く、**オンラインショップ利用者は買い物自体に積極的である**と言える。



オンラインショッピングでの衝動買い4割が経験(2)

- 実際、欲しい(欲しかった)ものを持っているという人はオンラインショップ非利用者に比べ11.4%高いにもかかわらず、とても欲しいものがたくさんあるいくつかあると答えた人もオンラインショップ利用者の方が4.3%高く、**物欲が高いことが分かる。**
- 事前にインターネットで商品を探ることで、悪い情報を知って買うのをやめたり(オンラインショップ利用者の46.3%)、何を買ったらいいか余計に分らなくなったり(オンラインショップ利用者の33.9%)する人も多いようだ。



オンラインショッピングでの衝動買い、4割が経験(3)

- 逆に初めて知ったモノの新鮮さに惹かれて**思わず買ってしまった(オンラインショップ利用者の39.6%)人も多く、インターネットは有効な購買機会を提供しているとも言える。**
(MI・F1 総研調べ 2008年10月30日)



ネットショップビジネスは儲かるかも!?

- 前項までの資料ではネットショップビジネス市場は確実に成長し、購入手段としての認知度も上がっていることは確か。
- 「ネットで買い物したこと無いよ!」と思っけても着メロや待ち受け画面など携帯電話を通じてダウンロード決済を行った経験はあるはず。
- ただネットショップが必ず儲かるとは言えない。
楽天によると、今年1月から3月までの退店数は836店、全体(1万5781店)の5%にあたる。同社は「規模からすれば特に多い印象はない」と意に介さないが、前期の802店舗から増加。一方、新規出店数は1460で前2126から大幅減少(ZAKZAK 2006/06/28)
- ただ開業に出店するだけでなく、どういった商品・売り方がネットショップに向いているのか知っておく必要がある。
次の項ではネットショップと実店舗の比較を行う。



ネットショップと実店舗の違い一覧 (購入者側)









	実店舗	ネットショップ
購入	営業時間内	24時間可能
商品の入手	店頭で手渡し(即日)・場合により配達	基本的に配達のみ(後日)
商品の選択の基準	手に取る・試着・味見	写真・説明文
商品に関する質問	店員に直接聞く	メール・電話
信頼度	高い(実店舗を構えているため、何かあっても警察等に通報できる)	低い(単なるネット上のデータである為、実感がつかめない)
価格	店舗価格	店舗価格+送料
アクセス	移動時間がかかる(数分～数時間)	数クリック(数秒)



ネットショップと実店舗の違い一覧 (販売者側)





	実店舗	ネットショップ
開店資金	店舗改装費・敷金・礼金等(数百万円)	サービス契約料・PC購入費(数十万)
経費(仕入れ以外)	テナント料・光熱費(数十万)	ネット接続料・電気代(数千円)
販促・広告	看板・紙媒体・テレビ広告等	看板・紙媒体・テレビ広告に加えてネット広告等が活用できる
商品代金の回収	原則即日(現金払い・カード)	後払いの場合がある
ターゲット	実店舗の近郊の消費者に限られる	インターネットに接続している全世界の消費者

<h2>ネットショップのメリット</h2> <ul style="list-style-type: none"> 24時間購入・販売が可能(消費者・店舗側共に) 副業としても運営可能(店舗側) 開店・運営に関わるコストが実店舗に比べて格段に安い(店舗側) ターゲットが地域に縛られない(店舗側) ネット検索からの誘導が可能(店舗側) アクセスに時間がかからない(消費者側) 他店舗との比較が比較的楽に出来る(消費者) 商品検索などの機能があり商品が見つかりやすい(消費者側) 	<h2>ネットショップのデメリット</h2> <ul style="list-style-type: none"> 商品の入手までに時間がかかる(消費者) 商品を手にとって確認する事が出来ない(消費者・店舗側) 商品代金に送料がかかる。(消費者・店舗側) 質問対応に時間がかかる、細かなニュアンスが伝わらない場合もある(消費者・店舗側) 詐欺に遭いやすい(消費者・店舗側) 味気ない(消費者)
<h2>質問です。(1)</h2> <ul style="list-style-type: none"> Q1. ネットショップのメリット・デメリット、また個人的な経験や主観からネットショップの商材としてふさわしいものを3つあげてください。(なぜそう思うのか理由も教えてください) (例)A. 書籍 理由 実際に売り場に行く商品が多すぎて商品を見つけにくいので商品検索があるほうが便利。近くに小さなお店がなく探している本が無い場合、探している本があるかどうかわからない離れた別の店舗に行くよりも、ネットで買ったほうが確実。 	<h2>質問です。(2)</h2> <ul style="list-style-type: none"> Q2. ネットショップのメリット・デメリット、また個人的な経験や主観からネットショップの商材としてふさわしくないものを3つあげてください。(なぜそう思うのか理由も教えてください) (例)A. 生鮮野菜 理由 すぐ必要なものなので配送に時間がかかると困る。どんなに安くても送料のことを考えると近くのスーパーで買ったほうが断然安い。
<h2>販売しやすい商材</h2> <ul style="list-style-type: none"> 希少価値の高いもの・他では売っていないもの <ul style="list-style-type: none"> 地域限定商品・現在発売されて無い商品・人気がありすぎて在庫の無い商品 コンサートチケット・ブランドバックなど 鮮度を問われないもの 同じ鮮度を問われる食料品でも冷凍食品などは販売しやすいといえる 送料が安いもの <ul style="list-style-type: none"> 書籍・CDなどは冊子小送料金が適用される 配送中破損のリスクが少ないもの <ul style="list-style-type: none"> 衣料品など 	<h2>販売しがたい商材</h2> <ul style="list-style-type: none"> 希少価値の無いもの・どこでも売っているもの <ul style="list-style-type: none"> 日用雑貨・生鮮食品は近くのスーパーのほうが便利で安い 送料が高いもの <ul style="list-style-type: none"> 大型家具や家電、水槽など 配送中破損のリスクがあるもの <ul style="list-style-type: none"> ガラス製品・陶器類、ペットなどの生体などは死着の恐れもある 手にとって、または試着して確かめなければならないもの <ul style="list-style-type: none"> 靴・スーツ、場合によっては毛布やマフラーなど肌触りが重要な選択要素である場合など
<h2>中古(リサイクル)品を扱う</h2> <ul style="list-style-type: none"> 古物営業法では営業所の所在地を管轄する公安委員会(窓口は警察署)より「古物商の許可」を取得する必要がある。また、警察署への書類提出のほかに、プロバイダから交付されたURL通知書の写しを公安委員会へ提出する必要がある。 ※なお、「電気用品安全法(PSE法)」により、2006年4月以降、電気用品の販売はリサイクル商品でも原則としてPSEのマークが必要。詳しくは、経済産業省「電気用品安全法のページ・経過措置の対策」でご確認。 	<h2>飲食物を扱う</h2> <ul style="list-style-type: none"> 食品衛生法では海外から輸入して販売する際には事前に審査を受け、食品衛生法に基づく検査が必要になる。また、食材を加工し販売する場合保健所に必要書類を提出し、食品衛生法に基づく資格と営業許可が必要である ※ただし、山で採った山菜や、農家から農産物を直送したり、缶詰、スナック菓子などの加工食品を国内より仕入れて販売する場合は、許可や届け出は不要。

 <h2>アルコールを扱う</h2> <ul style="list-style-type: none"> 酒税法では、ネットでの酒類販売は2都道府県以上の広範な地域の消費者が対象となるので、一般的に流通しているお酒を取り扱うことは出来ず、販売できるのは地酒や輸入で仕入れた洋酒などのみに限られる(品目ごとの課税移出数量が、すべて3,000キロリットル未満である製造者が製造、販売する酒類)。また酒類を販売するにあたっては、酒税法に基づいた通信販売酒類小売業の免許が必要。 ※ただし、ウイスキーボンボンやブランドケーキなどは対象外。 	 <h2>薬品を扱う</h2> <ul style="list-style-type: none"> 薬事法では、海外より化粧品やサプリメント、医薬品を輸入して販売する際には、その成分に販売できないものが含まれていないかどうか検査が必要で、申請は各都道府県の業務課などの担当窓口より行う。また、効果・効用などの説明表現には薬事法に基づく規制があり、商品の説明や宣伝に、不当表現や誇大表示がないか注意が必要。 厚生省は2009年6月の改正薬事法の施行に伴い、インターネットを含めた通信販売での医薬品販売を規制する方針。9月に薬事法改正に伴う省令案として、整腸剤など副作用のリスクが低い医薬品を除く一般医薬品について、インターネットを含む通販を禁止する方針を打ち出した。風邪薬や発毛剤などの一般医薬品は「対面販売」を原則とし、改正薬事法の施行と同時に通販できなくなる恐れがある。
 <h2>ペットなど生体を扱う</h2> <ul style="list-style-type: none"> 動物愛護管理法は、犬や猫、小鳥などのペット類を販売する際に関わる法律である。ネットショップで動物を取り扱う際は動物愛護管理法に基づき、都道府県知事に対する動物取扱届出書の提出及び登録が義務づけられている。また、人に危害を加える恐れのある特定動物に関しても、別途事前に許可が必要。 	 <h2>取り扱う商品によっては免許・資格も必要！</h2> <ul style="list-style-type: none"> 取り上げた品目のほかにも、たとえば花火やキャンプ用のガスコンロなどは危険物扱いとなり、消防署や警察署からの許可が必要。自分が販売したい商品は、法的な手続きが必要かどうか、事前によく調べる必要がある。
 <h2>ネットショップを運営するにも法知識が必要！</h2> <ul style="list-style-type: none"> ネットショップを開店・運営するにあたり訪問販売、通信販売、電話勧誘販売等の販売形式をとる場合、国が定めた特定商取引法やその他関連法規を守る必要がある。 詳しくは経済産業省の特定商取引(http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/tokutei/index.html)の項に詳細があり、ネットショップ運営の際には必ず目を通しておく必要がある。 	 <h2>ネットショップは特定商取引法を守って！</h2> <ul style="list-style-type: none"> ネットショップだけではなくFAXや郵便(カタログ販売)などを行う場合も特定商取引法を守る必要がある。 以下のような場合は、特定商取引法が適用されない。 <ul style="list-style-type: none"> 営業のため又は営業として契約するもの 海外にいる人に対する契約 国、地方公共団体が行う販売または役務の提供 特別法に基づく組合、公務員の職員団体、労働組合がそれぞれの組合員に対して行う販売または役務の提供 事業者がその従業員に対して行った販売または役務の提供の場合など
 <h2>特定商取引法に指定されている商品</h2> <ul style="list-style-type: none"> 特定商取引法における訪問販売、通信販売、電話勧誘販売に関する規定は、政令で指定された商品・権利・役務についてのみ対象になる。 http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/tokutei/gaiyo/siteisyohuin.htm また指定商品のうち一部の消耗品は、使用した場合に、クーリング・オフができるので、注意が必要。 	 <h2>特定商取引法の広告表示義務(1)</h2> <ul style="list-style-type: none"> 1) 販売価格(役務の対価)(送料についても表示が必要) 2) 代金(対価)の支払時期、方法 3) 商品の引渡時期(権利の移転時期、役務の提供時期) 4) 商品の引渡し(権利の移転)後におけるその引取り(返還)についての特約に関する事項(その特約がない場合にはその旨) 5) 事業者の氏名(名称)、住所、電話番号 6) 事業者が法人であって、電子情報処理組織を利用する方法により広告をする場合には、当該販売業者等代表者または通信販売に関する業務の責任者の氏名 7) 申込みの有効期限があるときは、その期限

<h3>特定商取引法の広告表示義務(2)</h3> <ul style="list-style-type: none"> 8) 販売価格、送料等以外に購入者等が負担すべき金銭があるときは、その内容およびその額 9) 商品に隠れた瑕疵がある場合に、販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容 10) いわゆるソフトウェアに係る取引である場合には、そのソフトウェアの動作環境 11) 商品の販売数量の制限など、特別な販売条件(役務提供条件)があるときは、その内容 12) 請求によりカタログなどを別途送付する場合、それが有料であるときは、その金額。 	<h3>特定商取引法の広告表示義務(3)</h3> <ul style="list-style-type: none"> 12) 請求によりカタログなどを別途送付する場合、それが有料であるときは、その金額。 13) 電子メールによる商業広告を送る場合には、事業者の電子メールアドレス 14) 相手方の承諾等なく電子メールによる商業広告を送る場合には、そのメールの件名欄の冒頭に「未承諾広告※」
<h3>特定商取引法の広告表示義務(4)</h3> <ul style="list-style-type: none"> 実際にネットショップを閲覧してどのように表示しているのか確認してみましょう！ (事業者の氏名(名称)、住所、電話番号や商品の引渡し時期などがどのように表示されているか確認してみましょう！) 	<h3>特定商取引法・誇大広告等の禁止</h3> <ul style="list-style-type: none"> 誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するため、前述の広告表示義務の表示事項などについての「著しく事実と相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、もしくは有利であると人を誤認させるような表示」は禁止されている。 (健康食品などは要注意！！)
<h3>特定商取引法・前払式通信販売の承諾等の通知</h3> <ul style="list-style-type: none"> 1) 申込みの承諾の有無(承諾しないときは、受け取ったお金を直ぐに返す旨と、その方法を明らかにしなければならない。) 2) 代金(対価)を受け取る前に申込みの承諾の有無を通知しているときは、その旨 3) 事業者の氏名(名称)、住所、電話番号 4) 受領した金銭の額(それ以前にも金銭を受け取っているときは、その合計額) 5) 当該金銭を受け取った年月日 6) 申込みを受けた商品とその数量(権利、役務の種類) 7) 承諾するときは、商品の引渡し時期(権利の移転時期、役務の提供時期) (期間または期限を明らかにすることにより行わなければならない。) 	<h3>顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為(ワンクリック詐欺)の禁止</h3> <ul style="list-style-type: none"> 例えば、インターネット通販において、 <ul style="list-style-type: none"> 1) あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示していないこと 2) 申込みをする際に、消費者が申込み内容を容易に確認し、かつ、訂正できるように措置していないこと を「顧客の意に反して売買契約等の申込みをさせようとする行為」として禁止し、行政処分の対象としている。
<h3>個人情報保護法(1)</h3> <ul style="list-style-type: none"> ネットショップでは商品発送や顧客管理のため個人情報を取り扱うため、個人情報保護法を守らなければならない。 などの情報を取り扱う場合を守るべき法律であり、ネットショップに限らず顧客との取引のある一般的な企業・店舗においても同じ事が言える。 この法律ではこのような情報を何のために使うのか企業側は本人に伝えなければならない。また本人に伝えた以外の目的に情報を使ったり、勝手に他の人に情報を渡してはならない。 本人から情報の内容について問い合わせがあった場合は、企業側は答える必要があるとしている。 	<h3>個人情報保護法(2)</h3> <ul style="list-style-type: none"> 会社名・会社住所・会社電話番号・所属・メールアドレス・氏名・住所・電話番号・年齢・性別・職歴・学歴・出生情報生年月日・本籍・血液型・家族構成・パスポート番号・免許証番号・クレジットカード番号などが該当すると思われる。 前述のような情報を本人に確認を取らずに取得・収集した場合や取得した情報を勝手に使用する・または転売するなどした場合は懲罰の対象となりうる場合があるので注意したい。

第5章 ネットショップスキル

 <h3>② 広告(迷惑)メールに関して</h3> <ul style="list-style-type: none">• あらかじめ、特定電子メールの送信をるように求める旨または送信をすることに同意する旨を送信者または送信委託者に対し通知した者以外にメールを送信することは違法！• 受信者が送信の停止を求めた場合は、その意思に反して特定電子メールを送信することは原則禁止される。 <p><small>© 2017 株式会社エディオン。本資料は、株式会社エディオンが「特定電子メールの送信を制限する等の法律」に基づき作成されたものであり、この資料を複製、転載、改題、または、この資料の全部または一部を、この資料と同様の形式で利用することを禁じます。</small></p>	 <h3>② 広告(迷惑)メールに関して</h3> <ul style="list-style-type: none">• 罰則に関しては以下、主なものを挙げる。なお、平成20年法改正により、一部の違反につき法人に対する罰金が大幅に引き上げられた。<ul style="list-style-type: none">• 1年以下の懲役又は100万円以下の罰金(法人は3000万円以下の罰金)<ul style="list-style-type: none">◦ 送信者情報を行った時(34条1号)◦ 7条の規定に基づく措置命令(受信者の同意等の記録保存に関するものを除く)に違反した場合(同条2号)• 100万円以下の罰金<ul style="list-style-type: none">◦ 7条の規定に基づく措置命令(受信者の同意等の記録保存に関するものに限る)に違反した場合(35条1号)◦ 28条1項の規定に基づく報告・検査の拒否、もしくは虚偽の報告をした場合(同条2号)<p><small>© 2017 株式会社エディオン。本資料は、株式会社エディオンが「特定電子メールの送信を制限する等の法律」に基づき作成されたものであり、この資料を複製、転載、改題、または、この資料の全部または一部を、この資料と同様の形式で利用することを禁じます。</small></p>
 <h3>② 決済</h3> <ul style="list-style-type: none">• ネットショップではいろいろな決済方法がある。<ul style="list-style-type: none">◦ 銀行振り込み(前払い・後払い)◦ カード決済(一括・分割)◦ 代金引換• カード決済に関しては大変便利であるため是非導入したいが、導入に関しては個人レベルでは難しい面もあるのでカード決済代行などのサービスを利用してカード決済を行うことが出来る。(ASPなどではオプションとして利用できるところが大半) 消費者の観点では出来るだけ後払いしたいのが本音 実際には未払い等はごく少数とのデータも <p><small>© 2017 株式会社エディオン。本資料は、株式会社エディオンが「特定電子メールの送信を制限する等の法律」に基づき作成されたものであり、この資料を複製、転載、改題、または、この資料の全部または一部を、この資料と同様の形式で利用することを禁じます。</small></p>	 <h3>② 配送</h3> <ul style="list-style-type: none">• 工夫次第で送料を抑えることができる。<ul style="list-style-type: none">◦ 書籍・CDなどは冊子小包サービスを利用すると定型の小包よりも安くなる◦ ASPサービスによっては割引料金で送ることも可能◦ ある程度出荷量が多くなれば直接配送業者と割引料金の交渉が出来る場合も◦ 現在はコンビニで伝票を出力してカウンター出荷できる便利なサービスも。 (yahoo! ゆうパック https://takuhai.yahoo.co.jp/ypack/init) <p><small>© 2017 株式会社エディオン。本資料は、株式会社エディオンが「特定電子メールの送信を制限する等の法律」に基づき作成されたものであり、この資料を複製、転載、改題、または、この資料の全部または一部を、この資料と同様の形式で利用することを禁じます。</small></p>

第5章 ネットショップスキル

5.3 N03 ネットショップシステムの概要

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成21年1月6日（火） 13:00～16:00

開催場所：麻生教育サービス株式会社

T E L：092-482-7006

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一

(2) 講座概要

- ・ ネットショップシステムの比較

ネットショップはどのように動いているのか、サーバのしくみについて学習すると共に、ネットショップシステムについて、ASP・SaaS、オープンソースなど、また、ショップ型・モール型、販売形式など、システムの種類について比較を行う

- ・ EC-CUBE の機能

オープンソースの日本発ネットショップシステムである EC-CUBE について、利点や入手方法について学び、基礎的な機能について概要を学習する

- ・ EC-CUBE での受発注シミュレーション

EC-CUBE を用いたネットショップを開店する際、実際にどのような受注、発注を行い、運営を行っていくのか、シミュレーションにて体験する
後に行われる EC-CUBE サイト構築に向けて概要を学習する

(3) 講座のねらい

ネットショップのシステムとしては、システム料を払ってネットショップのシステムを利用するもの、プログラムをサーバにインストールして利用するものなど、様々なタイプがある。

本講座では、それらの様々なタイプの代表的なシステムを紹介するとともに、以降の講座で実際に運用を行う「EC-CUBE」を紹介する。

ネットショップシステムの概要



服部憲一
[ハイキックデザイン]
<http://hi-kick.jp>

ネットショップは どのように動いているの？



- サーバーと言われるネット上のパソコンに、ネットショップのプログラムがインストールされて動いている
- 通常は月額数千円でレンタルしたサーバー上でプログラムを動かしている。
レンタルサーバー以外にもサーバーとプログラムを一緒にレンタルするASP・SaaSと言ったサービスもある。

手元のパソコンでも サーバーになるの？



- あまりお勧めは出来ません
 - サーバーは24時間稼働する必要があり広く普及しているWindowsマシンではフリーズの可能性も高く、ハッカーに狙われる可能性があるため顧客情報漏えいの心配がある
 - IPアドレスがコロコロ変わってしまう
 - サーバー管理の仕事が増える
- 通常はLinuxと呼ばれるOSがインストールされたパソコンでApacheと呼ばれるサーバー用のソフト等をインストールしてサーバーとして運営する

そもそもネットショップのプログラムは どうやって作られているの？



- PHPやperl、JAVAなどが一般的（WEB開発言語と呼ばれるもの）。
- 基本的にはホームページを作る際に使用するHTMLに動的な処理を行わせるためにそれらの言語を組み合わせて使用
- 普段見ているホームページのソースコードを実際に確認してみましょう！

ネットショップシステムの種類



- ネットショップはWeb上のサービスをレンタルするものからサーバーに専用のソフトをインストールするまたはネットショップを自分で制作する方法などがある。
 - ASP・SaaS
 - オープンソース
 - 自分で作ってみる

ASP・SaaS



- ASP（エーエスピー：Application Service Provider）やSaaS（ソース：Software as a Service）はネットショップのシステムを月額数千円～数万円でレンタルする方式。
 - インストール、それに伴うサーバーなどの知識が要らない
 - 大手のサービスであれば知名度もあり、初めからある程度のアクセスが期待できる
 - 手数料などが発生する
 - デザインの変更・外部リンクなどにある程度制約がある

オープンソース


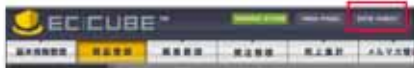




- オープンソースとは、ソフトウェアの著作権者の権利を守るのであれば無料で入手できたり改造・再配布が出来るソースコードまたはプログラムである。
 - デザインの変更・外部リンク・機能の改造などに制約は無い
 - 通常の場合無料で使える
 - インストール、それに伴うサーバーなどの知識が必要
 - まったく知名度の無い状態からはじめるので取り扱う商品によってはある程度の広告費も必要

自分で作ってみる



- プレーンなHTMLページに商品説明とメールアドレスを載せるだけでも代替可能。
無論他のWeb言語を駆使して、ASP並みに作り込む事も可能
 - デザインの変更・外部リンク・機能の改造などに制約は無い
 - 自分で作る所以無料
 - 各Webプログラムの知識が必要（HTMLレベルなら比較的楽）
 - まったく知名度の無い状態からはじめるので取り扱う商品によってはある程度の広告費も必要

<h2>ショップ型とモール型</h2> <ul style="list-style-type: none"> ネットショップは、店舗単位ごとに展開されるのが通常(ショップ型)だが、ショッピングモールや商店街のように複数の店舗が集まって一つの大きな店舗のように扱われる場合がある(モール型)。 <ul style="list-style-type: none"> モール型はASP・SaaSに良く見られる形式 モール自体知名度があるため各店舗はその恩恵を受けることが出来る モール型は能大な店舗や商品に埋もれて見つけてもらえない場合もある 	<h2>販売形式</h2> <ul style="list-style-type: none"> ネットショップは、定価で売ることが一般的であるが価格を消費者に決定させるオークション形式や複数の消費者で大量の受注があった場合値引きを行う共同購入などの形式もある。 <ul style="list-style-type: none"> 主にASP・SaaSで実装されている機能である Yahoo!オークションや楽天各店舗の共同購入などが有名である。
<h2>Yahoo!オークション (ASP・モール型・オークション販売形式)</h2> <ul style="list-style-type: none"> 言わずと知れたネットオークションの代表。月額300円程度と売り上げごとに手数料がかかる。次のステップから確認のために実際に商品を販売してみる。まずはhttp://auctions.yahoo.co.jp/にアクセスし、講師の指示とhttp://special.auctions.yahoo.co.jp/html/guide/sell_flow4.htmlの補足を確認しながら出品を行う。 	<h2>ECCUBE (オープンソース・ショップ型・定価販売形式)</h2> <ul style="list-style-type: none"> オープンソースの日本発ネットショップシステム。 <ul style="list-style-type: none"> 完全に日本語対応している。 モバイルに対応している。 デフォルトのテンプレートでも問題なく最小限のカスタマイズで利用できる。 以上の利点がある。 配布ページ(株)LOCKON ECCUBEページ http://www.ec-cube.net/
<h2>ECCUBEで商品のアップを行う</h2> <ul style="list-style-type: none"> ECCUBE管理画面から上部「商品管理」メニューから「商品登録」メニューでそれぞれの項目を記入する。「※」印は必須 	<h2>ECCUBEで商品のアップを確認する</h2> <ul style="list-style-type: none"> ECCUBE管理画面から上部「SiteCheck」をクリック。実際に商品が販売されているサイトを確認する。 
<h2>ECCUBEで商品を購入してみる</h2> <ul style="list-style-type: none"> ECCUBEサイト上で先ほど登録した商品を実際に購入してみる。どのようなステップで商品を購入するのか、登録のフローを確認してみる。 	<h2>ECCUBEで受注状況を確認してみる</h2> <ul style="list-style-type: none"> 購入者には定型の受注確認メールが届く事と、管理画面「受注管理」の「受注管理」「ステータス管理」メニューを使って実際に受注管理をシミュレーションしてみる。 

第5章 ネットショップスキル

5.4 N04 ネットショップの業界研究 / 企画運営 / マーケティング

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 1 月 20 日（火） 13:00～16:00
平成 21 年 1 月 21 日（水） 9:00～16:00
開催場所：麻生教育サービス株式会社
TEL：092-482-7006
担当講師：森 淳

(2) 講座概要

- ・ ネットショップの今
2008 年ネットで最も「瞬間的」に売れたものは何か、ネットショップの特徴、モバイル通販について、ネットショップ、モール、EC の違い等
- ・ ネット通販の現状（流通額推移と今後の予測）
B to C EC、B to B EC（企業間電子商取引）についての市場規模の推移等
- ・ ネットショップの現状 2（価格帯）
日本の小売全体から見たネット通販流通額、売れている価格帯等
- ・ ネットショップの現状 3（商品種類）
ネットショップでの商品別・業種別での売れ行きの推移等
- ・ ネットショップで売れるもの売れないもの
- ・ 出店までの道のり
企画・サイト作成・運営までの流れ
- ・ 出店の前に
支払い方法・配送方法・送料 / 手数料・返品 / 交換について
- ・ ネットショップの選び方
タイプ別のネットショップ選択方法
- ・ ネットショップマーケティング
新規顧客・リピーターへのマーケティング方法、アクセス解析等
- ・ マス広告とセグメント広告
ブログの活用方法や広告の種類、リピーター獲得方法等
- ・ ネットショップ運営の注意点
店舗の一日のスケジュール、トラブル回避方法等

(3) 講座のねらい

「ネットショップの今」を鳥瞰する。ネットショップについて「何が」「どのくらい」「どうやって」売れているのかを学習する。また店舗立ち上げ後のシミュレーションを通して、ネットショップを企画・運営するイメージを持ち、売れるネットショップを作るための顧客獲得方法についても習得する。

<h2>ネットショップの業界研究</h2>	<h2>はじめに</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 皆様のご経験・ご状況 ◆ 講座の概要 ◆ 講師紹介 ◆ ネットショップとは？
<h2>講師について</h2> <p>森 淳 (ハコブネ) 福岡出身、元プログラマー、現通販コンサルタント、SE</p> <p>趣味:マラソン、野球(元ホークス応援団)、子育て?</p> <p>http://www.ikkakuju.com/</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 銀行振込ネット決済 ◆ 検索エンジン埋め込みの仕組み ◆ 楽天・アマゾン・Yahoo! JAPANの検索最適化 ◆ 検索キーワードの最適化 ◆ 商品の検索順位 ◆ 商品の表示順 ◆ 商品の表示順と送料 ◆ 検索順位と送料 ◆ 検索順位と送料 	<h2>今回のセミナーの目的と範囲</h2> <h3>ネットショップの現状と概要をつかむ</h3> <p>ネットショップ立ち上げの流れ</p> <pre> graph LR A[準備作業] --> B[発送作業] B --> C[集客] subgraph A [準備作業] A1[店舗開設] A2[商品設定] A3[送料設定] A4[決済準備] end subgraph B [発送作業] B1[出荷作業] B2[梱包・送料・手配] B3[運送手配] B4[出荷完了] end subgraph C [集客] C1[広告掲載] C2[顧客対応] C3[問い合わせ] end </pre>
<h2>2008年ネットで最も「瞬間的」に売れた商品番号</h2> <h3>一番売れたのは、メモリーカード</h3> <ol style="list-style-type: none"> 1 microSDカード/メモリーカード 2 ガウニー(洗濯用柔軟剤) 3 レジンス(アッシュ/白/インナー) 	<h2>ネットショップの特徴</h2> <h3>簡単に開業できるが、失敗も多い。</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「実店舗を持たない」人を選び取り、誰にでも簡単に無駄な時間や出費を対して「簡単に」開業できる。 ◆ しかし、ネットショップも一つの販売になるので、計画を立てないで失敗の確立も高い。 ◆ 会社にならなくても、副業として運営・管理することができる上に、収入を得ることが出来る。 ◆ 忙しい分、時間が取れない。現在に入っている、時間に縛られず買い物ができる事は魅力のひとつと言える。 ◆ そうした中で生まれた産業がネットショップである。24時間営業の上に、品物も豊富な事から、現在の社会状況とニーズに即した産業。 ◆ ネットショップ経営手段は、個人宅で、または大手ネットショップモールを使用するという二つの方法があるが、出店する規模により、収入も大きく違ってくる。
<h2>ネットショッピングの今 (ネットショップの業界研究)</h2> <h3>ネットショップの現状を把握する</h3>	<h2>ネットショップ、モール、ショッピングサイト、EC・・・</h2> <h3>ネットショップ ≠ ECではない</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ネットショップ = ショッピングサイト ◆ ネットショップ ≠ ショッピングモール ◆ ネットショップ ≠ EC (Electric Commerce) <p>出典EC --- エレクトロニクス技術を用いたネットワーク上で行われるサービス全般 狭義EC --- インターネット技術を用いたシステムを指す (BtoC)</p>

ネット通販の現状 (BtoC EC(消費者向け電子商取引)市場規模について)

前年比21.7%増。今後も増加傾向

図表 5.2.2 日本におけるBtoC-EC市場規模の増減

年次	2005年	2006年	2007年(推定値)
金額	140兆円	168兆円	170兆円(21.7%増)
伸び率	-	20.0%	1.2%
前年比	-	14.3%	15.5%

2008.12.28

ネット通販の現状 (BtoB EC(企業間電子商取引)市場規模について)

BtoB市場も拡大傾向

図表 5.2.3 日本におけるBtoB-EC市場規模の増減

年次	2005年	2006年	2007年(推定値)
金額	200兆円	240兆円	245兆円(22.5%増)
伸び率	-	20.0%	2.1%
前年比	-	14.3%	15.5%

2008.12.28

ネット通販の現状 (日本の小売全体からみた、ネット通販流通額)

小売全体の3.9% 来年度には7~10%へ

2008.12.28

ネットショップの現状 (業種別)

情報通信業、総合小売業が牽引

図表 5.2.4 日本における2007年BtoC-ECの業種別構成

2008.12.28

ネットショップの現状 (業種別)

衣料・アクセサリー関連が29.5%増

業種	2006年		2007年		2007年(推定)	
	金額(億円)	前年比	金額(億円)	前年比	金額(億円)	前年比
総合小売	6,333	1.8%	8,369	2.2%	10,136	21.7%
衣料・アクセサリー関連	500	0.8%	649	2.9%	819	26.3%
情報通信	1,475	0.2%	2,093	0.9%	2,519	20.0%
飲食・宿泊・旅行	223	0.4%	283	1.3%	343	24.7%
教育・娯楽	835	1.6%	1,174	1.7%	1,434	22.1%
電気・電機	2,826	3.0%	3,711	3.2%	4,491	23.7%
医薬品・健康食品	204	0.4%	273	0.8%	333	25.3%
その他(不動産・保険)	1,472	0.0%	1,492	0.0%	1,512	1.3%

2008.12.28

ネットショップの現状 (業種別)

宿泊・旅行、飲食関連で28%増

業種	2006年		2007年		2007年(推定)	
	金額(億円)	前年比	金額(億円)	前年比	金額(億円)	前年比
旅行・宿泊	1,200	0.2%	1,540	1.3%	1,980	28.6%
飲食	210	0.4%	270	1.3%	340	25.9%
娯楽	400	0.8%	510	1.3%	620	21.6%

2008.12.28

ネットショップの現状 (業種別)

情報通信業で25%増

業種	2006年		2007年		2007年(推定)	
	金額(億円)	前年比	金額(億円)	前年比	金額(億円)	前年比
情報通信	1,475	0.2%	2,093	0.9%	2,519	20.0%
総合小売	6,333	1.8%	8,369	2.2%	10,136	21.7%
電気・電機	2,826	3.0%	3,711	3.2%	4,491	23.7%
教育・娯楽	835	1.6%	1,174	1.7%	1,434	22.1%
旅行・宿泊	223	0.4%	283	1.3%	343	24.7%
その他(不動産・保険)	1,472	0.0%	1,492	0.0%	1,512	1.3%

2008.12.28

ネットショップの現状 (商品別)

書籍・食品・衣料関連は依然としてインターネット上の代表商品

2008.12.28

<h2>ネットショップの現状(利用率)</h2> <p>図表 5.1-1 インターネットショップの利用率</p> <p>女性は全世代に。 男性は30, 40代中心</p>	<h2>ネットショップで売れるものの原則</h2> <p>“身近では手に入らない商品”</p>
<h2>ネットショップの現状(限定商品)</h2> <p>季節モノ (例) 秋・冬・・・コート類 イベントモノ (例) クリスマスケーキ</p>	<h2>ネットショップで売れない(売ってはいけない)もの</h2> <p>政治・宗教・ネットワークビジネス・暴力団関係者の出店 法外で販売・所持が規制されているもの 先行負債、モラルに反するもの 商品に関する契約等で譲渡・転売が禁止されているもの 悪用されるおそれのあるもの 青少年の保護育成上好ましくないもの 危険なもの 他人の権利・利益を侵害する可能性のあるもの</p>
<h2>ネットショップに関わるIT用語</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ blog(ブログ) ◆ メルマガ ◆ アフィリエイト(アソシエイト) ◆ SEO ◆ Yahoo!(ヤフー) ◆ Google(グーグル) ◆ IT 	<h2>ネットショップに関わるマーケティング用語</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ パレートの法則(80対20の法則) ◆ 原価率 ◆ ロングテール
<h2>ネットショップに関連するサイト・企業</h2> <ul style="list-style-type: none"> ■ フロバイダ ■ レンタルサーバー業者 ■ ネットメール運営会社 ■ Google Adwords ■ Yahoo! Japan Openhouse ■ アフィリエイト仲介会社 ■ 宅配業者 ■ 印刷機関 ■ 制作会社・ネットコンサルティング ■ クレジット決済会社 ■ アクセス解析会社 ■ サイト制作/デザイナー ■ ドロップシッピング運営会社 ■ ネットショップ構築ASP会社 ■ ショッピングカートASP会社 ■ ドログ運営会社 ■ 広告代理店 ■ 成金・成金サービス会社 	<h2>ネットショップのセキュリティ・情報漏えい</h2> <p>重大な脅威にさらし、150以上の個人情報を漏えい</p> <p>「楽天市場」が「楽天市場」で「楽天市場」の個人情報を漏えいしたことが判明した。楽天市場は、この問題を深刻に受け止めて、迅速に対応している。また、この問題を深刻に受け止めて、迅速に対応している。また、この問題を深刻に受け止めて、迅速に対応している。</p>

ご清聴ありがとうございました。

明日のネットショップの企画・運営
でお会いしましょう。

ネットショップの企画運営

実際の出店にかかる作業・行動を把握する

ネットショップ開設・運営にかかる費用

項目	内容	費用(千円)
経費工事費・什器備品等費	内装設備費(机・椅子等)	100
	PC・モニター・キーボード	400
	備品その他	100
設置費	小計	600
	WEBサイト作成	300
	ショッピングカート設置費	600 (1年間)
	仕入れ	100
	営業許可費	90 (営業許可申請)
	小計	1,190
その他費用	500	
合計	2,294	

出店までの道のり

```

    graph TD
      A[企画] --> B[ネットショップ企画]
      B --> C[ネットショップ開設代行作成]
      C --> D[サイト制作]
      D --> E[構築・業者選定]
      E --> F[運営]
      F --> G[アクセス分析・顧客対応・商品開発などPDCAの循環]
      subgraph SiteCreation [サイト制作]
        D1[モバイル型]
        D2[ASPタイプ]
        D3[独自タイプ]
        D4[Yahoo! 楽天市場 エッジ等]
        D5[サイト制作 独自ドメイン取得 SSLメール設定 サーバレンタル等]
      end
  
```

出店までの道のり

- 商品を決める
- どこで売るか？
 - 誰が売るか？
 - 誰に売るか？
 - どうやって売るか？

商品の決め方

何かで1位の商品ではないと売れない

- これまでにない商品を考える
- 強い競争相手がいない商品
- 何々専門の商品、特殊用途の商品
- シンデレラ商品
- 大量生産しにくい商品
- 保存が難しい商品
- 人の能力が中心となるもの

販売する商品の決め方

- オリジナル商品の製作
自分で材料を購入して、パソコンなどで商品を作成。または、メーカーなどに委託するケース。
- ネット上の卸問屋
ネット上専用の卸問屋があり、多種多様な商品を揃えておいて誰でも入れることができる。新しい商品も揃っているのが特徴。
- 卸問屋にしているネットショップから仕入れる
ネットショップの中心は卸問屋の仕入れルートを利用して、小売と平行して卸問屋を利用する場合は仕入れの自由度が高い。
- 海外からの直輸入
海外に工場など、直接に工場訪問して商品を仕入れるケースと、現地の発注業者とメーカーと連携して商品を仕入れるケース。
- 見本市・展示会
最近、ネットショップで売ることができるようになってきており、直接商品を手に取りながら仕入れが可能。
- 一時的卸問屋
仕問屋だけでなく、直接の工場に店舗を設けて仕入れも可能。最近では、ネットショップでの販路を確保してきておくと、チャンスは多い。

出店までの道のり

- 商品を決める
- どこで売るか？
 - 誰が売るか？
 - 誰に売るか？
 - どうやって売るか？

ネットショップの選び方

タイプは3つ

- 1 自社オリジナルサイト
運用コストが一番高いが、リスクが低い
- 2 ASP・CMSサイト
運用コストはもう少しかかるが、テンプレートの選択など、立ち上げ・運用面が便利
- 3 ショッピングモール
楽天市場、Yahoo!ショッピングといった独自モールの存在。運用コストが低い、集客力も高い

ネットショップの選び方

本店・支店の考え方

※独自ドメイン店

- 1 本店
自社オリジナルサイト
運用コストが一番高いが、リスクが低い
- 2 ASP支店
ASP
運用コストの低いASPサービスを利用して、稼働を即けておける
- 2 楽天支店
モール
モール内の集客力を活用して、ユーザーを集める

ショップの特徴 (独自ドメイン店)

【メリット】

- ・ネットショップの名前を使用した、世界に一つだけのオリジナルのURLを使用して開店できる
- ・ネットショップのデザインを自分の好きなようにカスタマイズすることができる
- ・月々の利用料のみであれば売り上げが自分のショップの収入となる
- ・顧客データが集まるため独自の販促活動ができる
- ・検索エンジン対策が柔軟にできる

【デメリット】

- ・WEBサイト制作のため、HTMLなどの知識が必要となる
- ・集客が「モール」より困難になる
- ・店舗運営などのノウハウや外部の情報に自ら習熟しなければならぬ

ショップの特徴(モール)

【メリット】

- ・モールが持っている顧客が見込み客となる
- ・モール内で露出を回ることができる
- ・モール内の検索エンジンや検索サービスで検索される
- ・モール内での運営方法を学ぶシステムがある
- ・「レビュー」と「人気」を演出することができる

【デメリット】

- ・モールの名前が入ったURLしか利用できない
- ・モールの画一的なデザインしか利用できない
- ・売上げの一定割合をモールに手数料として支払うため売上げが多いほど支払う金額も大きくなる
- ・顧客データを持ち出すことが出来ず、独自の販促活動が行えない

ネットショップの選び方 (モール)

楽天・ヤフーが代表

楽天市場

楽天市場はインターネット検索・通販分野が最も伸びるショッピングモール。フォーマットが統一された、ユーザーフレンドリーなショッピングサイト。また、実店舗に直結する店舗への集客効果も、ネットショップが注目している。

Yahoo!ショッピング

Yahoo!ショッピングが幅広い品ぞろえと、最新の決済・送料・送料補償などのサービスで、ユーザーに人気を集めている。Yahoo!ポイントも導入してさらに注目を集めている。

ネットショップの選び方 (ASP)

数多くのASPが存在

E-STORE

ネットショップ構築から成功まで完全サポート。E-STORE構築、集客、決済などネットショップ運営に必要な機能が全て標準搭載されたオールインワンサービス(ショップサーバ)

Color Me Shop!Pro

ショッピングカート付ネットショップ構築ASPサービス。検索に特化したショッピングカート。

ネットショップの選び方 (自社)


HTMLがわからなくても作れる

- デザインに自信あり
Dream weaver / Homepage Builder などを使い、自前で作成
- オープンソースを活用
ECCUBE / OS Commerceなどをサーバにインストールして利用
- ソフトを活用
ネットショップ作成用のPCソフトも販売されている。
(代表) ネットショップ・オーナーズ

[流れ] Yahoo!ショッピングの場合

1. 資料請求 (090-1111-1111)
2. まずはFAXでお申し込み (060-1111-1111)
3. 出店費の納付の送付 (060-1111-1111)
4. Yahoo!ショッピング取得とスターアップクルの購入 (060-1111-1111)
5. 出店準備作業 (060-1111-1111)
6. 開店前チェック (060-1111-1111)
7. 店舗オープン (060-1111-1111)

出店までの所要
資料請求から1~2ヶ月

 <h2>[流れ]楽天市場の場合</h2> <ol style="list-style-type: none"> 資料請求 (200~400) <ul style="list-style-type: none"> 店舗開設の申し込み、お問い合わせの受付 まずはPAKでお申し込み (200~400) <ul style="list-style-type: none"> PAKの申し込み、PAKの返送 出店申込み書の送付 (200~400) <ul style="list-style-type: none"> 出店申込み書の提出、審査の受付 契約締結(アカウントオープン) <ul style="list-style-type: none"> アカウントの開設、パスワードの発行 出店料の入金 <ul style="list-style-type: none"> アカウントの開設完了 各種決済・配送プログラムの申込 (200~300) <ul style="list-style-type: none"> クレジットカード決済の申込、送料の決定 店舗開業 (200~400) オープン宣言 <ul style="list-style-type: none"> 店舗のオープン宣言 <p style="text-align: right;">出店までの目安 資料請求から1~2ヶ月</p>	 <h2>出店の前に(準備するもの)</h2> <ul style="list-style-type: none"> パソコン本体 <ul style="list-style-type: none"> ストアの制作・運営のためだけでなく、商品画像のデータ保存したり商品データの一括アップロードなどを考慮して、容量や性能を選びましょう インターネットへの接続環境 <ul style="list-style-type: none"> 光ファイバーやケーブルテレビ、ADSL等のブロードバンド回線が主流です デジタルカメラ <ul style="list-style-type: none"> インターネットショップは商品を実際に手に取ることができないため、商品画像のとりとめが大切です。デジタルカメラは、撮影可能な画素数や、画像をどのような方法でパソコンに取り込むのか、というポイントを考慮して選びましょう。ホワイトバランスを調整できるものを選ぶと、より実際の色に近い画像の撮影ができます プリンタ <ul style="list-style-type: none"> 注文が入ったときに、商品に同梱する納品書などをプリントします
 <h2>出店の前に(準備するもの)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ウイルス対策ソフト <ul style="list-style-type: none"> メールでお客様とのやり取りをする際に、ウイルス対策ソフトは必要不可欠です。万が一、お客様にウイルスメールを送ってしまったり、お客様に迷惑をおかけすることになり、ストアとしての信用を損ねてしまうことにもなります。プロバイダでウイルス対策のサービスを提供しているところもあります。 画像処理ソフト <ul style="list-style-type: none"> デジタルカメラを購入する際に付属されているものや、安価なものでは1万円程度で購入ができます。Adobe社のPhotoshop Elementsなどが人気があるようです。 テキストエディタやHTML自動生成ソフト <ul style="list-style-type: none"> HTMLタグを編集するために使用する。秀丸などのテキストエディタ、ホームページビルダーなどのHTML自動生成ソフトがあると便利です。 	 <h2>出店の前に(決済方法決定)</h2> <ul style="list-style-type: none"> クレジットカード決済サービス <ul style="list-style-type: none"> インターネットでのショッピングを利用するお客様には、クレジットカード決済の人数はダントツに高く、オンラインショッピングを利用している人のうち、55.6%の人が最もよく使用する決済方法としてクレジットカード決済をあげていますので、クレジットカード決済は押さえておきたいものです。
 <h2>出店の前に(決済方法決定)</h2> <ul style="list-style-type: none"> コンビニ決済 <ul style="list-style-type: none"> 自宅や職場の近所にあるコンビニエンスストアで24時間支払が可能で「コンビニ決済」は、利用者にとって手軽で便利な決済方法です。また、クレジットカードが主流を占めるのに対して、まだまだ「はじめて購入するお店でクレジットを使用するのは不安」と感じているお客様がいらっしゃるというのも事実です。 	 <h2>出店の前に(決済方法決定)</h2> <ul style="list-style-type: none"> 配送業者による商品代引 <ul style="list-style-type: none"> 商品と引き換えにお客様に現金を支払っていただく商品代引は、いたずら注文による被害の防止もでき、マーチャント様にとって安心のできる決済方法です。お客様の視点から考えても、支払いをしたのに商品が届かないといったトラブルを心配する必要もないので、備えておきたい支払方法です。オンラインショッピングを利用している人のうちよく利用する決済方法の第2位が商品代引というデータもあります(インターネット白書2006)。各大手配送業者が商品代引サービスを行っていますのでお問い合わせのうえ、ご検討ください。
 <h2>出店の前に(決済方法決定)</h2> <ul style="list-style-type: none"> 配送業者による商品代引 <ul style="list-style-type: none"> 佐川急便のe-コレクトなど配送時の決済にクレジットカードやデビットカードが利用できるサービスもあります。商品代引のデメリットは、必ず代引手数料が発生する点です。その代引手数料をマーチャント様側で負担するのか、お客様にご負担いただくのか、商品の価格や利益率などを考慮して決める必要があります。「〇〇円以上購入で代引手数料無料」という運営をされているマーチャント様もいらっしゃいます。 	 <h2>出店の前に(決済方法決定)</h2> <ul style="list-style-type: none"> 銀行振込と郵便振替、現金書留 <ul style="list-style-type: none"> 銀行振込と郵便振替という決済方法は、マーチャント様側で特別な手続きがいらず、手軽に始められるという利点があります。しかし、必ずお客様が支払う現金とマーチャント様から商品を送る間に、タイムラグが発生するので、安心感という点では商品代引に劣ってしまいます。いたずら注文や代金の回収、お客様の利便性などいろいろな観点から検討して先払いにするか・後払いにするかを決定する必要があります。

<h2>インターネットショッピングでの支払方法</h2> <h3>クレジットカード有無で売上げがかわる</h3> <p>図表 売上100万円のインターネットショップでの支払方法別</p> <p>クレジットカード決済 現金決済</p> <p>クレジットカード決済は現金決済よりも売上げが約1.5倍高いことが確認できる。</p>	<h2>出店の前に(配送方法決定)</h2> <ol style="list-style-type: none"> ① 配送料金 <ul style="list-style-type: none"> 商品の大きさ・重さごとの、異なる配送料金を調べましょう。 離島の料金も調べると共に、配送ができない地域があるか、という点も確認しましょう。 ② 配送にかかる日数 <ul style="list-style-type: none"> 集荷から配送までにかかる日数を調べましょう。 また、集荷が可能な曜日や時間、年末年始や連休の対応も確認しておきましょう。 ③ 時間指定の有無 <ul style="list-style-type: none"> 配送日や配達時間の指定サービスがあるかどうか、またある場合にはその内容についても確認しましょう。 								
<h2>出店の前に(配送方法決定)</h2> <ol style="list-style-type: none"> ④ 冷蔵便・冷凍便の有無 <ul style="list-style-type: none"> 食品や飲み物などを扱う場合は、冷蔵品や冷凍品の発送サービスがあるか否か、確認しましょう。 ⑤ 配送にかかる日数 <ul style="list-style-type: none"> 商品代引サービスを利用する場合は、手数料がいくらかかるのか、またクレジットカードやデビットカードなど現金以外の決済について対応しているか、調査をしましょう。 ⑥ その他 <ul style="list-style-type: none"> 集荷の頻度、両物の重さや大きさの制限、請求の方法、営業所の場所なども確認しておきましょう。 	<h2>出店の前に(配送方法決定)</h2> <h3>ネットショップのハードルは配送料</h3> <h4>→「1円でも安く交渉」</h4> <ol style="list-style-type: none"> ① 複数の業者と交渉中であることを話す ② 実績のある店・会社に紹介してもらう ③ ショップの将来のビジョンを話す ④ 割引してほしいサイズ・エリアを絞って交渉 ⑤ 「1日0個以上で割引」という交渉 								
<h2>出店の前に(送料・手数料)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 配送料金 <ul style="list-style-type: none"> ストアの送料設定には、下記のようなパターンがあります。 それ以外にも料金と条件を組み合わせて使う場合もあります。 <table border="0"> <tr> <td>● 均一料金:</td> <td>例) 全国一律600円</td> </tr> <tr> <td>● 地域別の料金:</td> <td>例) 北海道と沖縄は1,000円、それ以外は600円</td> </tr> <tr> <td>● 入金額による条件:</td> <td>例) 購入金額が10,000円以上(税抜き)の場合は送料無料</td> </tr> <tr> <td>● 購入数量による条件:</td> <td>例) 3個以上ご購入の場合は送料無料</td> </tr> </table> 	● 均一料金:	例) 全国一律600円	● 地域別の料金:	例) 北海道と沖縄は1,000円、それ以外は600円	● 入金額による条件:	例) 購入金額が10,000円以上(税抜き)の場合は送料無料	● 購入数量による条件:	例) 3個以上ご購入の場合は送料無料	<h2>出店の前に(送料・手数料)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 料金の設定は、配送業者の料金を元に、商品の大きさや重さ・利益率なども考慮して設定しましょう。 ● 複雑な料金設定にすると、お客様が安心してショッピングを楽しむことができないだけでなく、トラブルの原因ともなりますので、わかりやすい料金設定の表示をする必要があります。
● 均一料金:	例) 全国一律600円								
● 地域別の料金:	例) 北海道と沖縄は1,000円、それ以外は600円								
● 入金額による条件:	例) 購入金額が10,000円以上(税抜き)の場合は送料無料								
● 購入数量による条件:	例) 3個以上ご購入の場合は送料無料								
<h2>出店の前に(送料・手数料)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● また、送料は税込みの価格を表記しましょう。 ● 離島など、配送料金が明確に決められない場合は、目安となる料金を表記して、注文の際に事前に確認していただくように、表記をしましょう。 <ul style="list-style-type: none"> ● 例) 離島・一部地域や、商品サイズや重量による一部の商品については別途配送料がかかる場合がございます。 ● 別途かかる料金に関しては、ご注文前にお問い合わせください。 ● (mail: info@***.jp 担当: 矢風) 	<h2>出店の前に(送料・手数料)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 手数料 <ul style="list-style-type: none"> ● 代引手数料や、コンビニ決済手数料など、支払に関する手数料を決めましょう。 ● 送料と同様で、購入金額が一定以上なら無料にする、などの条件をつける場合もあります。 ● 銀行振込や郵便振替の手数料は、決済金額によって手数料が変わることもありお客様にご負担いただくストアが多いようです。 ● 手数料をお客様にご負担いただく場合は、その旨を店舗情報ページに記載するようにしましょう。 ● また、インターネットショッピングではカード決済手数料をお客様の負担にすることは、カード会社の利用規約で禁止されています。 								

<h2>出店の前に(返品・交換)</h2> <p>① お客様の都合による返品・交換</p> <ul style="list-style-type: none"> • 受け付ける場合は、どの範囲まで受け付けるか？ • (生鮮食品や特注品など、商品の特性によって応じないなど) • 受け付ける場合は、商品到着からの期限を設けますか？ • 送料はマーチャント様が負担されますか？ お客様に負担していただきますか？ • 配送業者の指定を設けますか？ • 返品・交換の際の連絡窓口はどこになりますか？ 	<h2>出店の前に(返品・交換)</h2> <p>② 数量違いや商品違い、不良品の場合はどのように対応しますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> • 受け付ける場合は、商品到着からの期限を設けますか？ • 代替品がない場合は、ご返金の対応としますか？ • 送料はマーチャント様が負担されますか？ お客様に負担していただきますか？ • 配送業者の指定を設けますか？ • 返品・交換の際の連絡窓口はどこになりますか？
<h2>ネットショップにかかわる諸手続き・法律</h2> <p>開業時に3つの書類を税務署に提出</p> <p>1 個人事業の開業届出書 2 青色申告承認申請書 3 個人事業の開始申告書</p>	<h2>ネットショップにかかわる諸手続き・法律</h2> <p>知らなかったでは済まされない。</p> <p>景品表示法 景品表示法は、不当な表示や過大な景品類の提供による顧客の誘引を防止することにより、公正な競争を確保し、もって消費者の利益を保護することを目的とする法律</p> <p>薬事法 薬事法は、日本国における医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療機器に関する運用などを定めた法律</p>
<h2>ネットショップにかかわる諸手続き・法律</h2> <p>知らなかったでは済まされない。</p> <p>個人情報保護法 日本における個人情報保護のために制定された事業者に対する個人情報保護の義務を規定した法律</p> <p>著作権法 著作権法は、著作権の範囲と内容について定める法律で、知的財産の保護・盗作への罰則などに関する取り決めを定めた法律</p>	<h2>ネットショップにかかわる諸手続き・法律</h2> <p>知らなかったでは済まされない。</p> <p>PL法 製造物責任法とは、製造物の欠陥により損害が生じた場合の製造業者等の損害賠償責任について定めた法規</p> <p>特定商取引法 特定商取引(訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引並びに業務提供誘引販売取引をいう。以下同じ。)を公正にし、及び購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を通正かつ円滑にし、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする(第1条)法律である。</p>
<h2>ネットショップにかかわる諸手続き・法律</h2> <p>知らなかったでは済まされない。</p> <p>電子消費者契約法 電子消費者契約法とは、電子商取引などにおける消費者の操作ミスの救済、契約の成立時期の転換などを定めた法律</p> <p>古物営業法 古物営業法は、盗品等の売買の防止、遠やかな発見等を図るため、古物営業に係る業務について必要な規制等を行い、もって窃盗その他の犯罪の防止を図り、及びその被害の迅速な回復に資することを目的として制定された法律</p>	<p>ご清聴ありがとうございました。</p> <p>明日のネットショップのマーケティングでお会いしましょう。</p>

<h2>ネットショップのマーケティング</h2> <p>売れる店舗の作り方を把握する</p>	<h2>ネットショップマーケティング</h2> <ul style="list-style-type: none"> 市場・顧客 (Customer) 競合 (Competitor) <p>他を知り自分を知り、今後どうしていくか？</p> <ul style="list-style-type: none"> 自社 (Company)
<h2>ネットショップの重視基準</h2> <p>消費者が重要だと考えるポイントとずれていないか？</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 代金支払方法 ② サイトのセキュリティ ③ 事業者の連絡先 ④ 配送状況 	<h2>消費者の行動を知る (ネットショップをやらない理由)</h2> <p>利用者の不安を取り除くことも重要</p>
<h2>消費者の行動を知る (どうやって商品を決める?)</h2> <p>7割近くの人が比較を利用する</p>	<h2>同業他社のベンチマーク</h2> <p>同業他社をマークしておく</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品、サービスの品質はどうか？ 価格はどうか？ 買いやすさはどうか？ 検索エンジン順位はどうか？
<h2>アクセス解析</h2> <p>アクセス解析で訪問者の動きをつかむ</p> <p>(アクセス解析をするポイント)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① アクセスページの順位 ② 来訪元の順位 ③ どのキーワードで来店したか？ ④ どのページから去っているか？ ⑤ 検索エンジン順位 	<h2>ネットショップマーケティング</h2> <p>作っただけは売れない。人を呼び込め。</p>

<p>ネットショップマーケティング (新規顧客獲得) ブログ活用 (無料)</p>   <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>	<p>ネットショップマーケティング (新規顧客獲得) リスティング広告(P4P) (有料)</p> <p>検索エンジンのキーワードに連動 よりセグメントされたユーザーにアピールできる。</p>   <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>
<p>ネットショップマーケティング (新規顧客獲得) アフィリエイト広告 (無料)</p> <p>パートナーサイトと提携して、完全成功報酬型で運用 ノリスク回避が可能だが運用面で難あり</p>  <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>	<p>ネットショップマーケティング</p> <p>つかんだお客は離すな</p> <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>
<p>ネットショップマーケティング (リピーター) 成功の秘訣はリピーター獲得にあり</p> <ul style="list-style-type: none"> ○店長手作りのメルマガ配信 →忘れられないため ○TEL/FAXなどを利用してアプローチ →購入が途絶えているお客様には直接 ○お客様の声をしっかりと聞く →クレームは神の声と捉える <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>	<p>購入者の声を集める 第三者の声が「購入の決め手」となる</p> <ul style="list-style-type: none"> ○商品発送メールを送信するときに依頼しておく。 (プレゼントをつけても可) ○商品と一緒にアンケート用紙を添付しておく。 (返信切手、返信封筒も入れておく)  <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>
<p>ある店舗の 一日のスケジュール</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 9時出社 ● 掃除、スタッフとの打ち合わせ <ul style="list-style-type: none"> ・ まずは事務所の掃除から ・ 簡単な報告は、掃除しながら実施終わり次第、MTG開始 ● 受注確認 (初めての購入者へ確認の電話) <ul style="list-style-type: none"> ・ 初めての購入者には、必ず電話で確認する ・ 注文内容や配達日支払い方法などを確認 ● 納品書をプリントアウトし、商品を棚からピックアップし 発送作業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 納品書に書かれている「商品名」を確認しながら発送準備 <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>	<p>ある店舗の 一日のスケジュール</p> <ul style="list-style-type: none"> ● メール対応 <ul style="list-style-type: none"> ・ 購入者からの「有難うメール」などには必ず返信している ● メルマガ作成、サイト更新、ブログ更新 <ul style="list-style-type: none"> ・ メルマガは週1配信、サイト更新は都度 ・ ブログは毎日書くことを心がけている ● 発注した商品が到着、最終梱包 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品の最終確認、最後までミスがないか確認する ● 宅配業者が集荷 <ul style="list-style-type: none"> ・ その日の注文はできるだけ同日発送を心がけている ・ 集荷の時間も調整しておく。 <p><small>※この内容は、この冊子で学ぶ内容です。権利関係は、この冊子の発行元である株式会社ネットショップスキルラボに帰属します。</small></p>

ネットショップでのトラブル回避

トラブル対応も予測しておく

図表 5-3-1 運営したリアル店舗の内容

※この内容は、中野市立大学卒業生、専攻科生が作成したもので、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。

まとめ

ネットショップオーナーになる皆様へ

ネットだから特別なことはありません。
リアル店舗運営で重要なことは、
ネットショップでも同じです。

買う人は同じ人間です。

※この内容は、中野市立大学卒業生、専攻科生が作成したもので、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。

ネットショップをやったよかったこと

購入していただいたお客様からの
「ありがとう」の声

※この内容は、中野市立大学卒業生、専攻科生が作成したもので、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。

ご清聴ありがとうございました。

千里の道も一歩から。
頑張ってください。

※この内容は、中野市立大学卒業生、専攻科生が作成したもので、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。

資料(ネット卸業者一覧)

アパレル卸業 ○オンライン卸売代理店 http://www.on-line-shop.jp	ペン用品 ○ペントクラブハンター http://www.pentoclub.com	金飾 ○お宝飾ジャパン http://www.o-hoeshi.jp
アパレル卸業 ○スーパーデパート http://www.superdepot.jp	レディースカジュアル ○Ge-hayw ay http://www.ge-hayw ay.com	アパレル ○タマロン http://www.tamaron.co.jp
衣類 ○GOMEN online http://www.gomen-online.com	木製玩具 ○WOODEN TOYS ナカ 木 http://www.wooden-toys.com	衣類系 ○Web屋敷的屋敷 http://www.web-ya.com
ダイエットや健康、美容 ○インターネット情報 http://www.kyrya.jp	オリブオイル ○オリブオイル卸売代理店 http://www.oliveoil.com	

※この内容は、中野市立大学卒業生、専攻科生が作成したもので、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。

資料(ネット卸業者一覧)

ジュエリー、アクセサリー ○441064.COM http://www.441064.com	ダイエット、健康食品 ○おのり達人 http://www.onori.com	100円アイテム ○マルシェ100円 http://www.marshet100.com
アパレル卸業 ○NETSWEA http://www.netswea.jp	古着関係 ○トリーチックス http://www.treex.com	ガーデニング ○レインウォレフト http://www.reinwoleft.com
食品 ○お菓食品 http://www.detsuokakaba.com	アクセサリー ○Framka http://www.framka.com	アソブ卸業 ○Asier Field http://www.asierfield.com
香水や化粧品 ○ベルモ http://www.bermo.com/supply.html		

※この内容は、中野市立大学卒業生、専攻科生が作成したもので、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。また、必ずしもこの内容で済むとは限りません。

第5章 ネットショップスキル

5.5 N05 ネットショップシステム（EC-CUBE）のインストール と基本設定及びカスタマイズ

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 6 日（金） 13:00～16:00

平成 21 年 2 月 9 日（月） 9:00～12:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一

(2) 講座概要

・ EC-CUBE のインストール

EC-CUBE をインストールする為に必要な環境、サーバの用意、データベースの用意、EC-CUBE のファイルダウンロード方法、ファイルを転送する為の設定およびファイル転送作業、インストール画面の設定、エラー表示の解消方法およびパーミッションの変更、サイト情報の入力、データベース情報の入力、データベースの初期化、サイト情報提供の確認、等について操作を行う

・ EC-CUBE の初期設定

管理画面について、フロントページのサイトチェック、店舗基本情報の入力、Shop マスタ、特定商取引法、配送設定、支払い方法設定、ポイント設定、メール設定、SEO 管理、会員規約設定、郵便番号 DB 登録、定休日管理、新着情報管理等について操作を行う

・ バナー・ボタン類の変更

GIMP を用いた看板（ロゴ画像）等の作成、EC-CUBE 内での変更について操作を行う

・ CSS のカスタマイズおよびブロック編集

ブロックと呼ばれるパーツ群を配置し、レイアウト設定を行う





また、HTML での作成、CSS の編集、ソースの貼り付けなどでのブロック配置・追加方法についても学習を行う






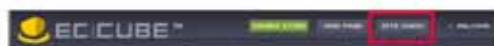


(3) 講座のねらい


無料でネットショップが構築できるオープンソース「EC-CUBE」は、ブラウザを介して数ステップの情報を設定するだけで簡単にインストールでき、様々な機能を利用することができる。


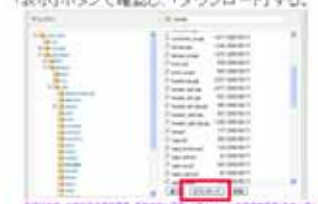

本講座では、実際に EC-CUBE のインストールから店舗情報などの基本的設定を行い、さらにバナー等を作成して、自分好みの店舗カスタマイズが出来るようにする。





<h2 style="text-align: center;">ネットショップシステム (EC-CUBE)の インストールと基本設定編 カスタマイズ編</h2> <p style="text-align: center;">版部憲一 [ハイキックデザイン] http://hi-kick.jp</p>	<h2 style="text-align: center;">EC-CUBEのインストール</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 必要な環境 <ul style="list-style-type: none"> - OS: UNIX(Linux) 又は Windows - 言語: PHP5.0以上、又は4.1以上 - ライブラリ: freetype2 2.1.x以降、gd 2.0.x以降(画像生成用) - データベース: PostgreSQL 7.4.x以降、又はMySQL4.1以上(MySQL5.x系を含む) - 詳細: http://www.ec-cube.net/product/system.php - セキュリティ: 必須ではないがSSLの導入が望ましい(ペリサイン・セコム・ジオトラスト等 年間数万円の費用)
<h2 style="text-align: center;">サーバーの用意1</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 自分でサーバーを立てる！ <ul style="list-style-type: none"> - 基本的に無料であるが、OSのインストールの知識やLinuxであればコマンド操作なども覚える必要も、 - さらにセキュリティなどの知識も必要、 - 固定IPの回線の確保は意外と高くつく。 (http://www.snt.com/bizit/service/internet/ip_b_flets/) - いろんな機能・ソフトを自由にインストールできるのは魅力 - 上級者向き、 	<h2 style="text-align: center;">サーバーの用意2</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ サーバーをレンタルする。 <ul style="list-style-type: none"> - 月額のコストがかかるが、既にサーバーが安全に動作する事が保障されているため、システムの運営だけに専念できる、 - 固定IPの回線を別途に引くよりも割安(数千円程度)、 - 同じレンタルサーバーでEC-CUBEのインストールを行っているユーザーの情報などをネット上で検索し参考にてできる、 - 共用SSLなどが使える場合は格段にコストが抑えられる - そのときにデータベースやPHPのバージョン、ライブラリの有無が条件をクリアしているか必ず確認をする。(下記は推奨サーバー一覧) http://www.ec-cube.net/partner/search.php
<h2 style="text-align: center;">データベース(DB)の用意</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ データベース: PostgreSQL 7.4.x以降、又はMySQL4.1以上を用意し、事前にデータベースとユーザーを作成し <ul style="list-style-type: none"> - データベース名 - ユーザー名 - ユーザーのパスワード を控えておく。 ◆ 通常はコマンドラインから操作を行うがスーパーユーザーを作った後に「phpAdmin」などのDB管理アプリを使っても良い 	<h2 style="text-align: center;">EC-CUBE のファイルを ダウンロードする</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ EC-CUBEのサイト(http://www.ec-cube.net/)より最新版のファイルをダウンロードする。 ◆ 通常は「Var2」の最新版。 ◆ Windows環境でファイルを解凍する場合は通常「Zip」を選択する。 ◆ 解凍すると「html」と「data」というフォルダができるので確認する。
<h2 style="text-align: center;">ファイル転送前の設定1</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ サーバーのroot(一番上のディレクトリ)上に「data」と「html」を転送した場合 ◆ http://hi-kick.jp/html/ 又は、http://hi-kick.jp/html/index.phpとなる。 ◆ http://hi-kick.jp/などでアクセスさせたい場合は設定ファイルに若干修正を加える。 	<h2 style="text-align: center;">ファイル転送前の設定2</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「html/define.php」をテキストエディタ(秀丸・TeraPad等、メモ帳は文字コードの扱いが怪しいので避ける)で開く。3行目・6行目あたりのソースを修正 <ul style="list-style-type: none"> - define("HTML2DATA_DIR", "../data/"); を - define("HTML2DATA_DIR", "data/"); に修正 - define("DATA_DIR2HTML", "../html/"); を - define("DATA_DIR2HTML", "html/"); に修正 ◆ EC-CUBEのルートに「html」の中身と「data」フォルダを配置する

<h2>2 ファイルを転送する！</h2> <ul style="list-style-type: none"> • FFFTPやWinSCPなどのFTPクライアントを使用して、サーバーのディレクトリにEC-CUBEのファイル群を全てアップする。 • 稀にタイムアップの時間が短かったりディレクトリ階層が極端に深い場合はエラーになる場合があるのでディレクトリ毎分割してアップする。 	<h2>2 インストール画面を開く</h2> <ul style="list-style-type: none"> • インストールしたURLに「/install/」をつけてブラウザで開く。 • 例) <code>http://hi-kick.jp/eccube/</code> にインストールした場合 <code>http://hi-kick.jp/eccube/install/</code> となる。
<h2>2 エラー表示を解消する</h2> <ul style="list-style-type: none"> • インストール画面にアクセスすると不具合がある場合はエラーメッセージが表示されるので、言われたとおりに対応を行う。 • (EC-CUBEディレクトリ)/data/cash/ と (EC-CUBEディレクトリ)/html/install/temp/ にFTPクライアントでパーミッション「777(707等)」を設定する。 	<h2>2 パーミッションとは？</h2> <ul style="list-style-type: none"> • UNIX系のサーバーではディレクトリ・ファイル毎に、「ファイル所有者」「所有者のグループ」「その他」のそれぞれのユーザーが、「読み取り(r) (4)」「書き込み(w) (2)」「実行(x) (1)」のそれぞれの作業が「出来る」「出来ない」かを記号や数字を用いてあらわすものである。 • よく使われる設定値 (ファイル所有者・所有者のグループ・その他の順) <ul style="list-style-type: none"> • HTMLファイル・画像ファイル → 644 rw-r--r-- • CGI実行ファイル → 755 rwxr-xr-x • CGIが格納されているディレクトリ → 755 rwxr-xr-x • CGI JavaScriptのライブラリ → 644 rw-r--r-- • ログなどの保存用ファイル → 666 rw-rw-rw-
<h2>2 インストールを開始する</h2> <ul style="list-style-type: none"> • 前述のディレクトリのパーミッションが適切に設定出来たらインストール画面が表示されるので「次へ進む」を選択。 	<h2>2 再度パーミッションを設定する！</h2> <ul style="list-style-type: none"> • インストールの最大の難関。インストールに許してもらえないまで、とりあえず言われたとおりに設定し続ける。 
<h2>2 必要ファイルの自動コピー</h2> <ul style="list-style-type: none"> • パーMISSIONの設定が終わると次の画面では必要なファイルが自動でコピーされる。 	<h2>2 サイト情報の入力</h2> <ul style="list-style-type: none"> • 米印の部分は全て埋める。SSLを導入している場合はURLの「http://」の部分を「https://」に変更しておく (通常「WEBサーバーの設定」はデフォルトでOK) 

<h2>データベース情報の入力</h2> <ul style="list-style-type: none"> 先に作成したデータベースの情報を入力。 	<h2>データベースの初期化</h2> <ul style="list-style-type: none"> EC-CUBEで使用するDBのテーブルなどを自動で生成する。 
<h2>サイト情報提供の確認</h2> <ul style="list-style-type: none"> 任意で「はい」「いいえ」を選択。 	<h2>インストール完了！</h2> <ul style="list-style-type: none"> この画面が出ればひとまずインストール完了！！後は「管理画面」のリンクをクリックし設定したIDとパスワードで管理画面にログインする。 
<h2>ログイン後の画面</h2> <ul style="list-style-type: none"> 管理画面にログインするとシステムの情報画面「MainPage」が表示される画面上部にはメニューが並んでいる。 	<h2>「SiteCheck」してみる</h2> <ul style="list-style-type: none"> 管理画面は確認できたが、実際に購入者に公開するページ（フロント側）がどのようなになっているか画面上部の「SiteCheck」リンクをクリックして確認してみる。 
<h2>基本情報の入力</h2> <ul style="list-style-type: none"> 店舗の基本的な情報の編集は、管理画面上部の「基本情報管理」を選択し各画面で情報の入力・編集を行う。 	<h2>「Shopマスタ」</h2> <ul style="list-style-type: none"> フロント側の「このサイトについて」に表示される項目は「基本情報管理」→「Shopマスタ」で編集する。 

<h2>「特定商取引法」</h2> <ul style="list-style-type: none"> ネットショップは「特定商取引法」に従って販売責任者等の情報を公開する事が義務づけられている。「基本情報管理」→「特定商取引法」で入力を行う。 	<h2>「配送設定」</h2> <ul style="list-style-type: none"> フロント側の購入画面では配送方法や配送時間、また送料を地域から自動で算出する。それらの情報の設定を「基本情報管理」→「配送設定」で行う。 
<h2>「支払方法設定」</h2> <ul style="list-style-type: none"> フロント側の購入画面では支払い方法を選択することができる。それらの情報の設定を「基本情報管理」→「支払方法設定」で行う。 	<h2>「ポイント設定」</h2> <ul style="list-style-type: none"> EC-CUBEでは会員登録時・購入金額に応じて「ポイント」を付与する事が出来る。「基本情報管理」→「ポイント設定」ではそれらの設定が行える。 
<h2>「メール設定」</h2> <ul style="list-style-type: none"> EC-CUBEでは商品の注文受付時に購入者に向けて確認メールなどを配信する。それらメールのテンプレートの文言を「基本情報管理」→「メール設定」で設定することができる。 	<h2>「SEO管理」</h2> <ul style="list-style-type: none"> SEOとは「Search Engine Optimization」(検索エンジン最適化)の意味で、「基本情報管理」→「SEO管理」で設定することができる。用意されている各ページに「ページの制作者(Author)」「ページの説明(description)」「ページに含まれる語句(keyword)」を設定することができる。 Keywordはカンマ(,)区切りで、その他項目も左側を基点に15-30文字前後で適切な語句を設定する。 
<h2>「会員規約設定」</h2> <ul style="list-style-type: none"> ネットショップにおいて会員としてユーザー登録する場合の規約を編集することができる。 	<h2>「郵便番号DB登録」</h2> <ul style="list-style-type: none"> ユーザーが商品を購入した際、個人情報を入力する場合に郵便番号から住所を自動表示する機能がある。この項目では「日本郵便」のサイト http://search.post.japanpost.jp/jpcscde/download.html からダウンロードできる郵便番号のデータファイル(KEN_ALL.CSV)をインストールして郵便番号による住所の自動入力を実現する。 ダウンロードしたCSVファイルの文字コードをUTF-8 (var2系の場合)に変更し(TeraPadなどで開いて任意の文字コードで保存しなおす)サーバー上の「data/download/KEN_ALL.CSV」と差し替え。「郵便番号DB登録」ボタンを押すと読み込みが開始されデータとして登録される。 

<h2>「定休日管理」</h2> <ul style="list-style-type: none"> この項目ではお店の定休日を設定できる。 デフォルトで祝日の設定がされている 	<h2>看板(ロゴ画像)を変える1</h2> <ul style="list-style-type: none"> インストール直後はデフォルトのロゴ画像になっているため3点ほど書き換えるとオリジナリティーが出る。 
<h2>看板(ロゴ画像)を変える2</h2> <ul style="list-style-type: none"> 変更する画像は以下の通り <ul style="list-style-type: none"> user_data/packages/ default /img/header/logo.gif (ヘッダー部、左上のロゴ) user_data/packages/ default /img/header/bg.gif (ヘッダー部、営業時間などが記載された背景画像) user_data/packages/ default /img/main/image.gif (メイン画像) (default の部分はテンプレート名) 	<h2>看板(ロゴ画像)を変える3</h2> <ul style="list-style-type: none"> 既存の画像をダウンロードする。 <ul style="list-style-type: none"> 「コンテンツ」→「ファイル管理」で先の画像を選択。 「表示」ボタンで確認し、「ダウンロード」する。 
<h2>看板(ロゴ画像)を変える4</h2> <ul style="list-style-type: none"> 画像編集ソフト(GIMP等)で各ファイルのサイズ(幅・高さ)を参考に新しい画像を作成し、同名で保存。アップロードを行う。 	<h2>「新着情報管理」</h2> <ul style="list-style-type: none"> フロント側の中央には「新着情報」が表示されているがこれもデフォルトのままでは意図しない文言なので「コンテンツ管理」→「新着情報管理」で編集を行う。
<h2>「レイアウト設定」</h2> <ul style="list-style-type: none"> フロント側では左右に「ブロック」と呼ばれるパーツ群を配置できる。「デザイン管理」→「レイアウト設定」で水色の矩形で表示されている「ブロック」をドラッグし「保存」することでブロックの配置や追加・削除が出来る。 ブロックは同画面内の「新規作成」ボタンや、「デザイン管理」→「ブロック編集」で新規作成を行うことが出来る。 	<h2>「ブロック編集」</h2> <ul style="list-style-type: none"> 「ブロック名」「ファイル名」とブロックの内容を記述するテキストエリアからなり、内容にはHTMLなどでコンテンツを作成することができる。商品情報やバナー画像、ブログパーツのソースなどを貼り付けることで、ページへ自由にブロックを追加・配置できるようになる。

 <h3>「ヘッダー・フッター編集」</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ フロント側には看板画像や「Myページ」「会員登録」などのボタンが表示されている「ヘッダー」部とコピーライト（著作権マーク）などが表示されるフッター部に分かれるが、それらを「デザイン管理」→「ヘッダー・フッター編集」で編集することができる。特にフッターの著作権表示部分はカスタマイズが必要なので必ず編集すること。 <p><small>©2009 EC-CUBE 株式会社エスピーエス</small></p>	 <h3>CSSの編集1</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ EC-CUBEではCSSを使用して細部のデザインを制御している。◆ CSSに関しては「デザイン管理」→「CSS編集」でCSSの入力画面を開くことができる。◆ 但し、デフォルトでは「@import」で複数のCSSファイルを読み込んでいる為、全てを自分で記述する場合は「@import」の記述部分を削除し記述しなおす。 <p><small>©2009 EC-CUBE 株式会社エスピーエス</small></p>
 <h3>CSSの編集2</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ もし既存のスタイルの修正にとどめるのであれば、「コンテンツ管理」→「ファイル管理」で該当のCSSを探し、ロゴ画像のときと同様にダウンロードしてから修正し、再アップを行う。◆ その際にはブラウザのソースや、「デザイン管理」→「ページ詳細設定」メニューで各ページのソースを開き、HTML側の構造を把握しながら編集を行う。 <p><small>©2009 EC-CUBE 株式会社エスピーエス</small></p>	 <h3>オリジナルの店舗を開店してみよう！</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 基本情報やロゴ・CSSを編集して自分好みの店舗を開店させてください。 <p><small>©2009 EC-CUBE 株式会社エスピーエス</small></p>

第5章 ネットショップスキル

5.6 N06 ネットショップシステム (EC-CUBE) のテンプレート

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 16 日 (月) 9:00 ~ 16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校 (4 号館)

T E L : 092-415-2288

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一

(2) 講座概要

- ・テンプレートの概念と予備知識
テンプレートとは何か、テンプレート技術について学習を行う
また、テンプレートの予備知識として、PHP の記述方法、変数・配列・演算子・文字の出力・If - else 文、比較演算子・For 文、関数についても学習を行う
さらに、PHP と組み合わせて使うテンプレートエンジンである Smarty の使用方法、Smarty での記述方法、パラメータ管理について学習を行う
- ・テンプレートの切り替え
テンプレートの切り替え、テンプレートの追加、テンプレートの編集について操作を行う
また、Smarty・CSS を用いたテンプレートの改造についても学習を行い、画面サイズの変更、メイン画面のフォントや列のサイズ等の変更を行う
- ・オリジナルテンプレートの作成
一通り学習したデザイン変更の知識を元に、それぞれオリジナルのテンプレートを作成する

(3) 講座のねらい

無料でネットショップが構築できるオープンソース「EC-CUBE」では、店舗情報や商品情報だけでなく、テンプレートを切り替えて、概観を一括で変更することも可能である。

本講座では、テンプレートの切り替え方、テンプレートの修正方法、オリジナルテンプレートの作成方法について学習し、独自のデザインを用いたネットショップの作成ができる知識と操作を習得することを目的とする。

<h2 style="text-align: center;">ネットショップシステム (EC-CUBE) テンプレート編</h2> <p style="text-align: center;">服部憲一 [ハイキックデザイン] http://hi-kick.jp</p>	<h2 style="text-align: center;">EC-CUBEのテンプレート</h2> <ul style="list-style-type: none"> Webページのデザインのみを変更する際、古くは直接HTMLを修正して色や画像などを直接入れ替えていたが、そのようなデザイン部分をコンテンツ(記事部分)と切り離し簡単に入れ替えが出来るようにしたのがテンプレート テンプレートさえ入手できればHTMLやCSSが分からなくても簡単にデザインを変更可能 Smartyと呼ばれるテンプレート技術を使用している
<h2 style="text-align: center;">テンプレートを切り替えてみる1</h2> <ul style="list-style-type: none"> テンプレートをダウンロードする <ul style="list-style-type: none"> EC-CUBEテンプレート研究所(http://eccube.sooma-ri.jp/) 有限会社アドバンテック(http://advntech.jp/) テンプレートファイル「.tar.gz」形式 「デザイン管理」→「テンプレート追加」で「テンプレート名」「テンプレートコード」(ディレクトリ名などに使用)とテンプレートファイルを選択してアップロードを選択する。 	<h2 style="text-align: center;">テンプレートを切り替えてみる2</h2> <ul style="list-style-type: none"> 「デザイン管理」→「テンプレート設定」で先にアップロードしたテンプレートを選択 「この内容で登録」を選択。 テンプレートは「ダウンロード」することも可能。いったん自分のパソコンに保存して編集することも可能である。
<h2 style="text-align: center;">テンプレートの予備知識 (PHP)</h2> <ul style="list-style-type: none"> HTMLでは静的(制作時のまま)なWebページしか実現できないがPHPは動的(ユーザーの操作に応じて一枚のページに変化を与えることができる)なページを作成する事が可能。HTMLの中に<? 記述 ?>や<? php 記述 ?>などの形で埋め込まれているもの。 HTMLと違いPHPを処理できるサーバー上で処理を行い結果としてHTMLを返すため、PHPのインストールされていないパソコンで直接ファイルをクリックして動作を確認できない。 	<h2 style="text-align: center;">PHP-変数</h2> <ul style="list-style-type: none"> 変数 <ul style="list-style-type: none"> \$符号のように「\$」記号がついているのは「変数」といわれるもの。ユーザーが入力した値やプログラムで計算した結果などが入る箱のようなもの 変数には「型」と呼ばれるデータの種類の種類が用意されている 整数型・浮動小数点数型・・・一般的な数字 文字列型・・・一般的な文字。代入の場合は「」(ダブルクォーテーション)で囲む(数字を"で囲むと文字列と判断) Boolean型・・・真偽の値を表す。この値は、TRUEまたはFALSE
<h2 style="text-align: center;">PHP-配列</h2> <ul style="list-style-type: none"> 配列 <ul style="list-style-type: none"> 変数を「箱」とすると配列は箱の中に引き出しが数個ある「タンス」のようなもの。 \$array = array(1, 2, 3); \$array [1] //インデックス番号は「0」から始まるため「1」番の引き出しには値「2」が入っている。 array(6 => 5, 13 => 9, "a" => 42); のよう引き出しの名前や番号で指定して代入することも出来る 	<h2 style="text-align: center;">PHP-演算子</h2> <ul style="list-style-type: none"> 演算子 <ul style="list-style-type: none"> + 加算 17 + 5 2つ以上の値の足し算を行う - 減算 17 - 5 2つ以上の値の引き算を行う * 乗算 17 * 5 2つ以上の値の掛け算を行う / 除算 17 / 5 2つ以上の値の割り算を行う % 剰余 17 % 5 割り算したときの割り切れなかった数を求める (例) \$a=1; \$b=2; \$c; \$e=\$a+\$b; // \$eの値は3 「=」は算数のときのよりに「同じ」と解釈せずに、右の値を左に変数などに「代入」する記号である。

<h2>PHP-出力</h2> <ul style="list-style-type: none"> 文字の出力 <ul style="list-style-type: none"> Printやechoを使う「」(ドット)で文字列同士や変数と文字列をつなぐことも出来る。 (例) <pre>print ("お星のあいさつは～", \$hensu); echo "お星のあいさつは～", \$hensu; ?></pre> 	<h2>PHP-If - else文</h2> <ul style="list-style-type: none"> If - else文 <ul style="list-style-type: none"> if文は条件(丸括弧())で囲まれた箇所とあわせて「もし～ならば」をあらわす構文。条件と合えば「 と 」(中括弧・カール)で囲んだ範囲を実行する。違う条件も提示する場合は「else if」を使用し、提示した条件に当てはまらない場合の処理は「else」に指定する。 <pre>\$a = 10; \$b = 20; if (\$a > \$b) { print "\$aは\$bより大きい"; } elseif (\$a == \$b) { print "\$aと\$bは等しい"; } else { print "\$aは\$bより小さい"; }</pre>
<h2>PHP-比較演算子</h2> <ul style="list-style-type: none"> 比較演算子 <ul style="list-style-type: none"> > や～などのように2つの値を比較するときに用いられる。 == ... 右辺と左辺が等しい場合はTrue != ... 右辺と左辺が等しくない場合はTrue < ... 右辺が左辺より大きい場合はTrue <= ... 右辺が左辺より大きい、または等しい場合はTrue > ... 左辺が右辺より大きい場合はTrue >= ... 左辺が右辺より大きい、または等しい場合はTrue 	<h2>PHP-For文</h2> <ul style="list-style-type: none"> For文 <ul style="list-style-type: none"> 「～を繰り返す」を実現するための構文「変数～が～から始めて～になるまでの間繰り返す」という記述を行う。その際ループ用変数の値を一つずつ増やすためにインクリメント(++)を使用する事が多い。 <pre>for (\$i = 0; \$i <= 7; \$i++) { echo "ループ \$i 回目
"; }</pre>
<h2>PHP-関数</h2> <ul style="list-style-type: none"> いくつかの処理をまとめて関数として名前を付け、呼び出すことが出来る。 呼び出す際には「引数」と呼ばれる値を渡すことが出来、処理した結果を「戻り値」として渡すことも出来る。 <pre>function square(\$num){ return \$num * \$num; } echo square(4); // '16'を出力</pre> 	<h2>テンプレートの予備知識 (Smarty)</h2> <ul style="list-style-type: none"> PHPと組み合わせて使うテンプレートエンジン。Smartyの記述を埋め込むことによってデザインが簡単に切り替えられるようにするもの。 PHPと同じくサーバーにインストールされ、サーバー上で処理を行う。 <!--{Smarty.const. ～}-->のようにSmartyで定義した「～のデータを埋め込んでいる」という風に利用する。
<h2>Smarty-よく見るSmarty</h2> <ul style="list-style-type: none"> <!--{Smarty.const.SITE_URL}--> <ul style="list-style-type: none"> - HPで定義されている「サイトURL(http://～)」を呼び出す <!--{Smarty.const.SSL_URL sfTrimURL}--> <ul style="list-style-type: none"> - PHPで定義されている「SSLサイトURL(https://～)」を呼び出す。 <!--{Smarty.const.URL_DIR}--> <ul style="list-style-type: none"> - PHPで定義されている「URLディレクトリ(/)」を呼び出す 	<h2>Smarty-パラメータの管理</h2> <ul style="list-style-type: none"> <!--{TPL_DIR}--> のように「Smarty.const.」がついてないSmarty変数の一部は管理画面「基本情報管理」→「パラメーター設定」から設定も可能。

第5章 ネットショップスキル

5.7 N07 ネットショップシステム（EC-CUBE）のアクセスアップ

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 18 日（水） 9:00～12:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一


(2) 講座概要

- ・検索エンジン対策（SEO）について
アクセスアップ前の確認事項、SEO とは、検索エンジンの国内シェア、検索エンジンの順位の付け方について学習する
また、Google について、攻略方法、掲載順序の基準について、チェックされる HTML の構造化・最適化、間違った HTML の用法、HTML の文法チェック方法についても学習する
また、リンク集への登録方法およびメリット・デメリットについても確認を行う
- ・ネット広告について
検索エンジンへの登録方法、および有料広告の掲載方法について学習する
- ・メールマガジン・プレゼント企画等
リピーターを増やすためのメールマガジン発行、ブログの作成とアクセスアップ機能、有料のバックリンクについて、サイトマップの作成等について学習する
また、懸賞サイトへのプレゼント出品によるユーザの導入についても学習する
- ・アクセス解析について
どれだけアクセスがあったかを確認するためのアクセス解析について



(3) 講座のねらい

ネットショップは開店しただけでは思う通りのアクセスがあるとは限らない。検索エンジン対策（SEO）や広告などからサイトを多くの人に知ってもらうことが大切である。

本講座では、検索エンジンに登録する方法や、ネット広告・プレゼント企画などにサイトの PR する方法について学習する。

<h2>ネットショップシステム (EC-CUBE)の アクセスアップ編</h2> <p>服部憲一 [ハイキックデザイン] http://hi-kick.jp</p>	<h2>アクセスアップの前に確認</h2> <ul style="list-style-type: none"> Webページは作った直後は誰にも知られていない。 検索エンジンに検索対象となるように登録申請したり、他のWebページやブログなどから紹介されて始めて検索エンジンの検索結果として表示され、アクセスが増えるにつれて売り上げが伸びていく。 ただ間髪にアクセスを伸ばしても 訪問先のサイトが信頼できない・不必要なものであれば再度訪れてもらうのは難しい。 このことは実店舗も同じ。
<h2>SEOって？</h2> <ul style="list-style-type: none"> SEOとは(Search Engine Optimization)の略であり、検索エンジン(Yahoo!やGoogle等)の検索結果の上位を目指すための検索エンジン最適化の手法などを指す。 SEOとは、即ち各検索エンジンに気に入られるWebページを目指すことである。 検索エンジンはそれぞれ好みが違う。(同じキーワードでも検索結果が違うのはこの為) 	<h2>検索エンジンの国内シェア</h2> <ul style="list-style-type: none"> Yahoo!Japan … 55%前後 Google … 30%前後 その他 … BIGLOBE、MSN、gooなど それぞれ3%前後 Yahoo!はライトユーザーが多く、Googleはヘビーユーザーが支持 海外ではGoogle、アジアでは百度(バイドゥ)
<h2>検索エンジンの順位の付け方</h2> <ul style="list-style-type: none"> 検索エンジンはいくつかのチェック項目を確認し、各項目毎に点数をつけ、その結果順位を決定していると思われる。 GoogleはGoogleツールバーなどでサイトランク(人気度)を確認できる。(このサイトランクが検索結果に反映されていると考えられている。) 	<h2>Google攻略</h2> <ul style="list-style-type: none"> Yahoo!は基本的に掲載順位の基準は非公開。よってより基準がオープンなGoogleを参考に対策を立ててみる。 Yahoo!もディレクトリ型(担当者が有益なサイトをジャンル毎に手動で登録)からGoogleと同じロボット型(クローラー等と呼ばれる情報収集プログラムによる登録)に移行している為、基本的なSEO対策はどちらでも有効になってきていると考えられている為。
<h2>Googleの掲載順序の基準について1</h2> <ul style="list-style-type: none"> ウェブのリンク構造全体を調べ、どのページが最も重要かを判断・DBに保存(インデックスに保存)。 ハイパーテキスト一致分析を通じて、現在行っている検索に関連のあるページを特定。Googleは、全体の重要度と検索クエリとの関連性を組み合わせ、最も関連性の高い、信頼の置ける結果を提供。 PageRankは、リンク数を数えるのではなく、ページAからページBへのリンクを、ページAによるページBへの投票として解釈。ページの重要度は、ページが受けた投票数。 	<h2>Googleの掲載順序の基準について2</h2> <ul style="list-style-type: none"> Googleのページのコンテンツも分析は、各ページのテキストを単にスキャンするのではない(この方法はサイトの運営者によってメタタグで操作される可能性がある→SEOスパム) ページのコンテンツ全体と要素をフロント、分割構造、および各単語の厳密な位置という観点から分析している(200以上のチェック要素)。(HTMLでコンテンツの構造化・最適化が必要)

<h2>HTMLの構造化・最適化1</h2> <ul style="list-style-type: none"> 以下のHTML要素は重要な項目としてチェックされていると思われる。 Head要素 <ul style="list-style-type: none"> Title要素 <ul style="list-style-type: none"> <title>SEO対策 </title> Meta要素 keyword属性 (キーワードをカンマ区切りで4・5個) <ul style="list-style-type: none"> <meta name="keywords" content="SEO対策 アクセスアップ hi-kick.jp" /> Meta要素 description属性 (100文字以内) <ul style="list-style-type: none"> <meta name="description" content="SEO対策 やってます！" /> 	<h2>HTMLの構造化・最適化2</h2> <ul style="list-style-type: none"> Body要素 <ul style="list-style-type: none"> 見出し要素 (h1~h6 h2の間にh1が含まれているなどは×) 強調要素 (strong・em) リンク要素 (ここをクリック!)などは勿体無い) <ul style="list-style-type: none"> 福岡のホームページ制作会社ハイキックデザイン リンク要素・イメージ要素のalt属性・title属性 <ul style="list-style-type: none"> 表要素 caption要素
<h2>間違ったHTMLの用法</h2> <ul style="list-style-type: none"> 段落要素と改行要素 <ul style="list-style-type: none"> 改行するだけの見た目だけの段落分けはクローラーには判断できない 表要素 (table) でレイアウトしない <ul style="list-style-type: none"> 表はクローラーなどは左側から順に読んでいくので、それらのテキストを並べても意味がつかない場合も 強調の為にBタグやFontタグで大文字にしない <ul style="list-style-type: none"> クローラーには重要な文字と言う事が伝わっていない 	<h2>HTMLの文法チェック</h2> <ul style="list-style-type: none"> HTMLが適切に記述されているかチェックできる。(あくまで文法的に) <ul style="list-style-type: none"> W3C HTML Validation Service [W3C] <ul style="list-style-type: none"> http://validator.w3.org/ Another HTML-lint [k16さん] <ul style="list-style-type: none"> http://openlab.ring.gr.jp/k16/htmlint/htmlint.html
<h2>バックリンク(被リンク)を増やす</h2> <ul style="list-style-type: none"> サイトランクを上げるためなるべく有益(サイトランクの高い)サイトからリンクを受けるようにする。 外部からのみでなく内部リンクも重要(サイトランクの特性を生かす) <ul style="list-style-type: none"> 検索エンジンに1ページインデックスされれば内部リンクで他のページも手スル式にインデックスされる可能性も 	<h2>「リンク集」に登録する</h2> <ul style="list-style-type: none"> 「リンク集」とは同じジャンルのホームページを登録しているサービス 有料・無料・相互リンクなど様々な形式があるので注意。 有名なリンク集である場合サイトランクの向上も 有害なリンクを増やす弊害も
<h2>メールマガジンを発行してみる</h2> <ul style="list-style-type: none"> メールマガジン(メルマガ)はリピーターを増やす。メルマガ発行サービスでは読者登録ページを作ってくれるので、間接的にバックリンクを受けることにも 「まぐまぐ」 <ul style="list-style-type: none"> http://www.maz2.com/ 「Yahoo!メルマガ」 <ul style="list-style-type: none"> http://merumaga.yahoo.co.jp/ 「メルマ」 <ul style="list-style-type: none"> http://melma.com/ 	<h2>ブログを書いてみる</h2> <ul style="list-style-type: none"> ブログは更新しやすく、RSSフィールドやping機能などアクセスアップの機能も豊富 自分で作った複数のブログから本命のサイトにリンクを貼ることも可能。(但しやりすぎはSEOスパムと認識される可能性も) FC2 http://blog.fc2.com/ Yahooブログ http://blogs.yahoo.co.jp/ Ameba http://ameblo.jp/

<h2>2.1.1 ブログのアクセスアップ機能</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● RSSフィールド <ul style="list-style-type: none"> - 記事を更新するとRSS (RDF Site Summary/Rich Site Summary) 形式のデータを提供する。いろいろなサービスが情報元として引用する可能性も。 ● Ping <ul style="list-style-type: none"> - 更新したことを特定のサイトに知らせる機能。通常のWebページはクローラーが不定期に巡回してくるが、pingは自動的に更新の告知が可能。 ● ユーザー間の記事の閲覧も有効 	<h2>2.1.2 有料のバックリンク (審査登録サービス)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 有料でサイトランクの高いサイトに被リンクを受けることが出来るサービスも ● その前に、コンテンツ自体がユーザーにとって有益なものであるか再度確認！ <ul style="list-style-type: none"> - アクセスが増えても完成度の低いサイトは売り上げには繋がらない ● X-recommend http://www.xlisting.co.jp/Service/Xrecommend/index.html ● Yahoo!ビジネスエクスプレス http://business.yahoo.co.jp/bizx/index.html
<h2>2.1.3 サイトマップを作成する</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 検索エンジンのクローラーにサイト全体の構成を知らせる為のファイル。(Googleでも推奨) <ul style="list-style-type: none"> - http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=49218&hl=ja - http://info.search.yahoo.co.jp/archives/002861.php ● 自動でサイトマップを生成してくれるツールも ● 作成したサイトマップはFTPでサーバにアップ <ul style="list-style-type: none"> - (Googleの場合はウェブマスターズツールで登録) 	<h2>2.1.4 検索エンジンに登録する</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● Google http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl ● Yahoo! http://submit.search.yahoo.co.jp/add/request ● MSN http://search.msn.co.jp/docs/submit.aspx ● 一括登録 <ul style="list-style-type: none"> - 実際にはポータル各社バックエンドにYST (yahoo!の検索技術)などを導入しており、複数に登録しても結果が変わらない場合も
<h2>2.1.5 検索エンジンに広告を掲載する</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 検索エンジンの検索結果の上位に食い込めない場合、有料広告を打つことも出来る。 ● Google Adwords https://adwords.google.co.jp/ ● Overture http://ov.yahoo.co.jp/ 	<h2>2.1.6 プレゼント企画</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● プレゼント情報を掲載した懸賞サイトにプレゼントを出品し、ユーザーをサイトに誘導する ● 懸賞応募の際にコメントなどの入力が許可されている場合など、サイト内に一文字ずつキーワードを配置しサイトを巡回しなければ応募できないような仕組みも有効 ● サイトランクが高い懸賞サイトの場合はバックリンクの恩恵も
<h2>2.1.7 アクセス解析の導入</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● どれだけアクセスがあったか確認を行うツール。 ● 無料のCGIやサービスなどがある。 ● FC2アナライザー <ul style="list-style-type: none"> - http://analysis.fc2.com/ 	<h2>2.1.8 アクセス解析の導入 (FC2の例1)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● アクセス解析ツールには解析用のHTMLタグなどが用意されている (下図は管理画面左下の「設定」メニュー) 

第5章 ネットショップスキル

5.8 N08 ネットショップシステム（EC-CUBE）の運営管理

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 20 日（金） 13:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：ハイキックデザイン 服部 憲一


(2) 講座概要



- ・商品管理について
カテゴリ登録・商品登録・商品登録の入力項目とタグの使用・サブ情報と関連商品・規格登録・商品マスタ（規格の選択・商品の複製・削除）商品の並べ替え等について学習を行う
また、商品を管理するにあたっての注意点についても学ぶ
- ・受注管理について
商品の受注があった場合の各ステータス管理等について学習する
- ・売上管理について
期間・商品・年代別等の売上集計、グラフの自動生成等について学習する
- ・顧客管理について
ショップから様々なお知らせを発信するためのコンテンツ管理（新着情報管理、オススメ管理、アンケート管理、キャンペーン管理）やメルマガの配信内容設定等について学習する
また、ユーザ情報の検索、閲覧、情報修正や、SHOP用メモ、ポイントの修正等についても学習する



(3) 講座のねらい

EC-CUBE では、実際に商品が売れた場合など、伝票もワンクリックで印刷できたり、売上データを必要な条件抽出ができる等、運営管理についても多くの機能を持っている。

本講座では、ネットショップの運営管理に関する機能について学習を行う。

<h2>ネットショップシステム (EC-CUBE)の 運営管理</h2> <p>版部憲一 [ハイキックデザイン] http://hi-kick.jp</p>	<h2>EC-CUBEの運営管理</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ インストールからデザインの設定が終われば、商品のアップや顧客対応などの運営・管理業務が主たるものとなる。 ◆ EC-CUBEのシステムでは商品の一括アップから売上データのグラフ化など、便利な機能が予め用意されている。
<h2>商品管理</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 商品の管理に関しては通常以下のようなフローとなる <ol style="list-style-type: none"> 1. カテゴリ登録 2. 商品登録 3. 規格登録 4. 商品マスタ(規格の選択・商品の複製・削除) 5. 必要に応じて商品の並び替え 	<h2>商品管理(カテゴリ登録)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 商品登録時に商品の「カテゴリ」を選択するために事前に作成する必要がある。 ◆ カテゴリの下にさらにカテゴリを作成することも可能(但し階層が深すぎるとユーザーが選択時に煩わしい) ◆ CSVファイルでの一括登録も出来る <ol style="list-style-type: none"> 1. 「カテゴリ管理」→「>> CSV出力項目設定」→「CSV Download」を選択、ローカルで編集(MS EXCELが便利) 2. 「カテゴリ登録CSV」で先に編集したCSVを登録
<h2>商品管理(商品登録)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ECCUBE管理画面から上部「商品管理」メニューから「商品登録」メニューでそれぞれの項目を記入する。「※」印は必須 	<h2>商品の管理 (商品登録の入力項目)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 商品登録に関わらず ※印のある入力項目は必須。 ◆ 詳細情報などHTMLタグが許可されている入力項目では、以下のタグなどが有効 <ul style="list-style-type: none"> ◆ <code><table><tr><td>~</td></tr></table><a></code> ◆ 画像類は縦横幅をなるべくそろえておく、サイズが変わるとたて横の比率が壊れたり、無理に拡大縮小し、画像の劣化の恐れも
<h2>商品の管理 (商品登録の入力項目 (オプション部分))</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 「サブ情報」 <ul style="list-style-type: none"> - 「サブタイトル」は見出し・キャッチコピー、「サブコメント」は具体的な内容、「サブ画像」「サブ拡大画像」はメイン画像とは異なる見せ方の商品写真(商品中身のアップなど)を掲載するのに適している ◆ 「関連商品」 <ul style="list-style-type: none"> - 商品詳細ページのメインコメント下に表示する「その他のオススメ商品」に表示される商品を選択。「変更」ボタンをクリックすると、別ウィンドウが開くので、そこから商品を選択。 	<h2>商品の管理(商品規格登録)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 商品には「サイズ」や「色」など同一商品にも更に「規格」を設ける必要がある。 ◆ 規格では規格内の項目「分類」毎に「商品コード」「在庫」「通常価格」「販売価格」などを設定できるので大変便利 ◆ 商品登録後、「商品マスタ」メニューで「規格」項目を選択することで設定が可能

<h2>商品の管理(商品マスタ)</h2> <ul style="list-style-type: none"> 上部メニュー「商品管理」→「商品マスタ」では、既に登録されている商品の情報を検索して、各商品の編集・確認・規格登録・削除に進むことができる。 「カテゴリ」と同じく、CSVでの一括登録も可能 <ul style="list-style-type: none"> CSVの内容はDownloadして確認 その際のcsvの出力項目設定は「カテゴリ」の手順に準じる 	<h2>商品の管理(商品並び替え)</h2> <ul style="list-style-type: none"> カテゴリ毎に商品の表示順位を変更することができる。 今の表示位置から上下の移動か、カテゴリの何番目に表示するかを選択し、登録する。
<h2>コンテンツ管理</h2> <ul style="list-style-type: none"> ショップからの様々なお知らせなどを発信するためにコンテンツを作成・管理することができる。 「コンテンツ管理」では <ul style="list-style-type: none"> 各種画像やスクリプトファイルなどをサーバー上にアップロード・削除する「ファイル管理」 一括登録用csvダウンロード時の表示項目を設定できる「csv出力項目設定」(各メニューの「>> csv出力項目設定」とリンクなどの機能もある) 	<h2>コンテンツ管理(新着情報管理)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ブロック「新着情報」で表示する内容を記述する 
<h2>コンテンツ管理(オススメ管理)</h2> <ul style="list-style-type: none"> ブロック「おすすめ商品」で表示する内容を記述する 	<h2>コンテンツ管理(アンケート管理)</h2> <ul style="list-style-type: none"> アンケート管理機能を利用すると、ユーザーからのアンケートなども簡単に行うことができる アンケートのタイトルや質問内容を設定し作成。生成されたアンケートURLを新着情報やメールマガジンに記述しアンケートを取る アンケート結果はCSVとしてダウンロード可能 キーワードを設定したプレゼント企画などにも利用できる
<h2>コンテンツ管理(キャンペーン管理)</h2> <ul style="list-style-type: none"> 期間限定で販売する商品やプレゼントの告知など期間を決めてオリジナルのキャンペーン専用デザイン(フッター・ヘッダーも個別編集可能)表示するページを作成する 同様の「機能」に「デザイン管理」→「ページ詳細設定」があるが、期間や商品の埋め込みが用意されていないなどの違いがある 	<h2>受注管理</h2> <ul style="list-style-type: none"> 商品の受注があった場合に各ステータス(対応状況)を変更したり、料金などの細かな設定、購入情報などが確認できる。 PDFで印刷用の帳票を表示し、保存・印刷できる 「受注管理」→「ステータス管理」では、まとめてステータスを変更できる。

 <h3>顧客管理</h3> <ul style="list-style-type: none"> 商品購入や会員登録したユーザーの情報を検索し、閲覧・情報の修正ができる。 SHOP用メモ(好みなどをメモしておく)とメールマガジンの絞り込み配信などに便利)やポイントの修正なども行える。 <p style="font-size: small;">©2008 L2株式会社 本資料はL2株式会社製です。無断で複製・改訂・転載することを禁じます。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。</p>	 <h3>売り上げ集計</h3> <ul style="list-style-type: none"> 期間・商品・年代などカテゴリ別に、どの商品がどの期間にどれだけ売れたのか確認ができる。 グラフなども自動生成するために視覚的にも分かりやすい仕組み。 毎月の経理の際に便利 <p style="font-size: small;">©2008 L2株式会社 本資料はL2株式会社製です。無断で複製・改訂・転載することを禁じます。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。</p>
 <h3>メルマガ管理</h3> <ul style="list-style-type: none"> 「配信内容設定」画面では条件検索を行いメルマガの送信先を絞り込む事が可能 <ul style="list-style-type: none"> 特にメールの配信形式には注意。HTML形式の場合は携帯電話で受信できない場合(文字数制限もある)もあるので考慮する 「テンプレート設定」でメールのテンプレート(オススメ情報など)を設定することも可能 <ul style="list-style-type: none"> {name}を記述することでユーザー毎の名前を差し込む事が可能 「配信履歴」でメールの配信履歴の確認が可能 <p style="font-size: small;">©2008 L2株式会社 本資料はL2株式会社製です。無断で複製・改訂・転載することを禁じます。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。</p>	 <h3>システム管理</h3> <ul style="list-style-type: none"> 「メンバー管理」では管理者アカウントの新規作成・編集が可能(権限の設定は無い)。 「バックアップ管理」では特定のデータのバックアップ(ダウンロードも可能)とリストア(復元)をすることが可能。 <p style="font-size: small;">©2008 L2株式会社 本資料はL2株式会社製です。無断で複製・改訂・転載することを禁じます。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。L2株式会社は、この資料の著作権を保有しています。</p>

第5章 ネットショップスキル

5.9 N09 ネットショップを成功に導く商品写真の撮影

(1) 講座開催詳細

講座実施日時：平成 21 年 2 月 10 日（火） 9:00～16:00

開催場所：麻生医療福祉専門学校（4号館）

T E L：092-415-2288

担当講師：九州産業大学 齋藤 光範

(2) 講座概要

- ・デジカメの基本
デジカメでは、ただシャッターを押すだけでなく、どのようにしてきれいな写真を撮るかを学ぶ
また、ピントや目的に合わせた画素数について理解する
- ・写真の保存
撮影した写真はどこに保存されるのか、またメモリーカードの種類について
- ・デジカメとパソコンの接続
USB ケーブルや IEEE1394 ケーブルでの接続、カードリーダーの接続等について
- ・Web に使用する写真データ
写真を Web で使用する際の注意点、JPEG や GIF 等、画像の形式について学習する
また、画像ファイルのリサイズ、画像処理の方法について操作を行う
- ・GIMP による画像処理
GIMP のインストール、簡易マニュアルの閲覧、画面説明について学習する
また、画像の切り抜き、色調整、画像の保存、背景の透明化等について操作を行う
- ・撮影実習
実際に商品を用いて写真撮影を行う
接写モードやズーム・望遠撮影・広角撮影・露出補正・ホワイトバランス等の操作を行う
また、小物商品の撮影機材を設置した撮影も行う

(3) 講座のねらい

ネットショップを成功に導くには、分かりやすく綺麗な写真を使用する必要がある。この講座では、ネットショップ用しゃしんの撮り方と画像処理の方法を講義と実習で行う。フリーソフトの GIMP を使用し、照明機材とミニスタジオは自作可能なものを使用し、工夫と創意で撮影に取り組むことができるようになる。

デジカメでWeb用の写真を作る

プロ並に撮影しよう
費用がなくても写真をしっかり処理

九州産業大学 芸術学部 写真映像学科
西藤 光範

デジカメの基本

デジカメってシャッター押せば写るのが多い。しかし同じ撮るんだったらきれいな写真を撮りたい少しだけ工夫してみよう。

- ◆デジカメは手ブレすると写真が台無し。
- ◆しっかり構えて写す。三脚を使用するのが良い。
- ◆ケータイみたいに片手でカメラを持って、前に突き出して撮ると手が動きやすくて、手ブレするので注意。
- ◆ケータイでもしっかり構えて、手を伸ばさないと自分が前に出ていけば良い。
- ◆ズームレンズがついていても、大きく撮りたい時にはズームレンズに頼らず近づいて撮る方が良い。
- ◆商品撮影では逆みが少ないように離れて望遠で撮るのが良い。

デジカメの基本

ピントをしっかり合わせよう。オートフォーカスのカメラは必ずピントが合うとは限らない。オートフォーカスのピントは真ん中にあるものに合う。

2人の記念写真を2人並んで撮ったら、真ん中には誰もいない。ピントを合わせるものがないうから、遠くにある後の建物とかにピントが合ってしまうと2人はピンボケになる。ピントを合わせたい所でシャッターを軽く半押ししてピントが合ったらそのまま、カメラを元の位置に戻して、シャッターを押し込めば、シャッター半押し時にピントを合わせた所にピントが合う。これがピントロック。

- 写真は光がないと写らない。デジカメでも暗いときれいな写真にならない。ストロボ等の照明を使うと良い写真になる。光には色味があり、蛍光灯だったら青味や黄味になる。電球ではオレンジ味となる。光の色味を調べてきれいな色にするのが、ホワイトバランス調整。綺麗な写真を撮るにはホワイトバランスを調整するのが良い。

デジカメの基本

デジカメとかケータイで、良く画素数って言っているけど、これ！

- ◆画素数とは、写る写真が細かいところまできれいに写るかどうかの目安になるもの。
- ◆デジカメの性能を示しているが、撮った写真を何に使うかで画素数に大きなものはいらないうちもある。
- ◆今は35万画素くらいから、300万とか500万画素の新製品も出ている。プロ用では1000万画素から4000万画素以上のカメラもある。

デジカメの基本

参考のために画素数と写真撮影の目的を分けてみる。

35万画素位：テレビで見たりホームページで見たり、メールで送ったりするのに十分使えるカメラ。チャットカメラもこの画素数のものが多い。

100万画素位：原書や写真のLサイズ位できれいにプリントできる。

200万画素位：A4位までならきれいにプリントできるし、カメラが安い。

300万画素から400万画素：A3位の大きさまできれいにプリントできる。

500万画素位：高画質な写真が撮れて大きくプリントしてもきれいな。

1000万画素から2,200万画素以上：一眼レフデジカメ等で、ハイアマチュアやプロのカメラマンのためのもの。

画素って何

画素というのは、写真が写る画面を細かく分けて、その一つ一つを赤、黒、灰色というように被写体が持っている色や明るさを記録する小さな点のこと。

これが沢山集まって並べば写真になる。画素とは普通は小さな正方形や長方形。

30万画素 CCD or CMOS 撮像素子の例 (640×480)

正方形1個が1画素

640分割

480分割

撮像素子とは

135mmフィルムの大きさ

APSフィルムの大きさ

2/3インチCCDの大きさ

普通CCDといっているもの？

撮像素子とは、これまでのカメラではフィルムにあたる。CCDやCMOSが使われている。フィルムカメラではフィルムのサイズが大きい程きれいな写真になるが、デジカメも撮像素子が大きいときれいな写真になる。撮像素子は通常CCDと言っているけれど、これが大きく画素数が多いほど綺麗な写真となる。

2/3インチCCDとかカメラの説明書やカタログに書いてあるから、CCDのサイズのこと。

撮った写真はどこにある？

写真はメモリーカードに入るといけれど、

どんなデジカメでもケータイでも、撮った写真をデータとして記録してくれるメモリーカードがある。このメモリーカードに書き込んで記録するため、見た時に見られる。メモリーカードは種類が多い。

メモリーの種類

- ◆スマートメディア
 - データが2MB程度入るものが多い。
 - 現在は大容量のxDピクチャーカードに移行している
- ◆コンパクトフラッシュ
 - データが2MB程度入るものや、もっと沢山入る1GBから16GBのものもある。

撮った写真はどこにある？

- ◆メモリスティック メモリスティックプロデュース
Sonyのデジカメに使う。16GBの5.1入りのものがある。
- ◆マイクロフロッピー
コンパクトフロッピーと同じように使える小さなハードディスク。1GBや16GBのものもあり、コンパクトフロッピーを使うデジカメで使える。
- ◆SD CARD...主に松下電気の製品に採用されています。1GBのものもあります。まだ少ないですが、自分の持っているデジカメがカードのメモリーカードに接続しているか確認してください。メモリーカードのフォーマットはPCで出来ます。

デジカメはパソコンにどうやってつなぐ

カメラとコンピュータを直接つなぐ

デジカメ/パソコンはUSBケーブルやIEEE1394ケーブル(Liנק)で直接コンピュータとつないで画像データのやりとりができるようになるものが多い。デジカメが接続されたことを、パソコンが自動的に認識してViewerソフトが立ち上がるというのが一般的。

ドライバとViewerソフトがインストールされていないと出てこない場合もあるので注意。ドライバとViewerソフトは使うWindowsの種類によって異なるので確認してから使用する。デジカメのメモリーカードに記録されている画像データがViewerで見えてパソコンに取り込まれた家では無いので間違わないように。

USBケーブルを使っているデジカメに付属している場合が多いが、デジカメの種類によってカメラ側のコネクタの形が違っているものがあるので、メーカー純正のケーブルや、デジカメ付属のケーブルを使う必要がある。

デジカメはパソコンにどうやってつなぐ

カメラとコンピュータを直接つなぐ

USBケーブル タイプBの例 IEEE1394ケーブル 後ピン4ピン/前ピン4ピンの例

メモリーカードからパソコンにデータを入れるには

カードリーダーをパソコンに接続して、転送する方法があります。これは、コンピュータには「リムーバブルメディア」として認識されますから、必要に応じて抜き差しすることができます。沢山のメモリーカードを使って撮影した場合など便利です。カードリーダー、ドライバをインストールして、USBで接続します。使うメモリーカードに合わせた機種を購入する必要がありますが、複数のメモリーカードに対応した機種もあります。また、書き込みが可能なカードリーダーもあります。

メモリーカードからパソコンにデータを入れるには

USB2.0接続 33種カード対応 カードリーダーの例

xD-Pictureカード	SDHCメモリーカード	メモリスティック
xD-Pictureカード(Type1)	SDメモリーカード	マジックゲートメモリスティック
xD-Pictureカード(TypeH)	(スタンダードモデル)	メモリスティック
スマートメディア	SDメモリーカード	(メモリーセレクト機能付き)
コンパクトフラッシュ Type I	(ハイスピードモデル)	メモリスティックPRO
コンパクトフラッシュ Type II	miniSDHCカード	メモリスティックPRO HighSpeed
CF-Express	miniSDカード	メモリスティックPRO Duo
マイクロフロッピー	マルチメディアカード	マジックゲートメモリスティックDuo
microSDHCカード	MMC4.0	メモリスティックDuo
microSDカード(TransFlash)	RS-MMC	(マジックゲートと高速データ転送)
	RS-1MMC4.0	メモリスティックPRO Duo HighSpeed
		メモリスティックPRO-HG Duo
		メモリスティックPro Duo

カードアダプタを使う

メモリーカードからノートパソコンに写真データを入れる？カードアダプタを使うとできる

ノートパソコンにはカードスロットという、カードアダプタを入れるスロットがある。このスロットにデジカメで使っているメモリーカードに合ったカードアダプタを入れるとメモリーカードを差し込めるようになる。

もちろんデジカメを直接USBでノートパソコンにつないでもできる。メモリーカードをこのアダプタに差し込んだらパソコンは新しいドライブが出来たと考えて、画像データの取り込みが出来るとなる。

カードアダプタを使う時はドライバソフトが必要というものがほとんどだから使いやすい。

ノートパソコンに写真を


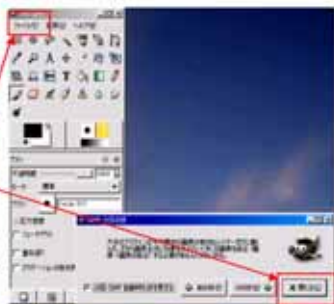
メモリーカードからノートパソコンに写真データを入れる？

カードアダプタを使うとできる。USB使用のカードリーダーライターも利用可能。

ノートパソコンカードスロット用 3種カード対応 カードリーダーの例

Webに使用する写真データとは？

1. ホームページに使用する写真や画像はデータサイズが小さいこと
 - GIFでは100KByte程度、JPGでは50KByte程度で考える
2. 画像の質が良いこと
 - 質を劣化させない画像変換を行うこと
3. 切り抜きを行う場合には透明データを抱えるデータ形式とすること
4. 特殊なデータ形式は使用しないこと
 - JPG GIF PNG の3種の形式から考える
5. 200万画素以上のカメラで撮影する。元々良い画質のものでないで処理で良くすることは出来ない。サムネイル画像は別途作ること
 - 高画質大画面の画像を縮小しても良い画像にはならない

<p>Webに使用する写真データとは？</p> <p>JPEG</p> <ol style="list-style-type: none"> データサイズが小さくても画質が良い <ul style="list-style-type: none"> --- 50KByte程度でも写真の画質は実用に耐える --- 画像の処理時には劣化しない形式PSD、BMP、PICTで扱う 1670万色を取り扱える - 24bit処理 切り抜きを行う場合には透明データが扱えない データ形式は --- JPEG、JPEG 	<p>Webに使用する写真データとは？</p> <p>GIF</p> <ol style="list-style-type: none"> データサイズが小さいと画質が低下する <ul style="list-style-type: none"> --- 100KByte程度で写真の画質は実用に耐える --- 画像の処理時には劣化しない形式PSD、BMP、PICTで扱う 256色で表示される - 8bit処理 透明データが扱えるので切り抜きなどに使用すると効果が高い データ形式は --- GIF
<p>Webに使用する写真データとは？</p> <p>PNG</p> <ol style="list-style-type: none"> 可逆圧縮でGIFよりデータサイズが小さくても画質が良い 対応ブラウザは Internet Explorer 4.0以上 Netscape4.0以上 --- 80KByte程度でも写真の画質は実用に耐える 280万色を取り扱える --- 最高で48bit処理 透明データを扱えるが対応しているブラウザのバージョンが限定される データ形式は --- PNG まだ一般的になっていないが将来は画質も良く有望 	<p>写真をホームページに載せる前に</p> <p>撮影した写真をホームページに載せる時は、写真画像をそのまま貼り付けないで一工夫しましょう。</p> <p>画像ファイルの大きさは先に述べた画素数です。デジタルカメラの画素数とは、写真を構成するドットの数のことです。</p> <p>300万画素程度ではA4サイズ以上にプリントするときたなく見えます。しかしパソコンのディスプレイで見るとは充分すぎてファイルサイズも大きすぎ、ホームページに表示すると時間がかなりかかります。</p> <p>ホームページ用に速く見ることのできる、適したサイズにリサイズします。一度リサイズすると元の大きさに戻してもきれいなものとはならないので、写真のオリジナルデータはそのまま保存して、コピー画像データをリサイズしましょう。</p>
<p>写真データの処理の仕方は？</p> <p>かなり使いやすく無料で使えるフリーソフトを使用しよう</p> <p>画像処理ソフト「GIMP2」</p> <p>http://www.geocities.jp/gimproject/gimp2.0.html</p> <p>オンラインマニュアル</p> <p>http://www.geocities.jp/gimpfile/gum_jp/index.html</p>	<p>ギンプ 2</p> <p>ギンプ 2</p> <p>GIMP2.6導入簡易マニュアル> Paint Shop Pro (PSP) などと同様に画像を加工するソフトです、高機能でありながら完全にフリーで使えるレタッチツールなのです。(for Windows 版)</p> <p>簡易説明書にリンク</p> <p>パソコン初心者から超初心者まで強いです。ここをクリックして下さい。 アドレスは http://www.geocities.jp/gimproject/manual/gimp2.0-manual.pdf</p>
<p>GIMP 2.6</p> <p>ポータブルタイプアイコン(インストールは必要ありません)</p>  <p>GIMPPortable.exe</p> <p>アイコンをダブルクリックして下さい。このソフトはPhotoShopタイプのレイアウトにしています。VISTA対応</p>	<p>GIMP 2.6</p>  <p>プラグインなどを調べて立ち上がりますので、立ち上がるまでにしばらく時間がかかります。立ち上がると右のような画面が出ます。</p> <p>「今日の技」を聞いて「ファイル」→「開く」</p> <p>で画像ファイルを開くと次のページのようなウィンドウが開きます。</p>

第5章 ネットショップスキル

GIMP 2.6

画像を開いた時の画面
GIMP 2.6をフォトショップの仕様としているもの

GIMP 2.6

プラグインなどを調べて立ち上げますので、立ち上がるまでにしばらく時間がかかります。立ち上がると名のような画面が出ます。「今日の特殊効果」で「ファイル」→「タイロガー」→「レイヤー」→「フォトショップ」と同様にレイヤーがコントロールでき、メニューレイアウトもそっくりなレイアウトが出来ます。

GIMP 2.6 拡大・縮小

「ファイル」の下にあるアイコンの「拡大縮小」アイコンで、拡大縮小します。図の角にカーソルを持って行きドッキングして大きさを変えます。終わったら「拡大縮小」ボタンを押して終了です。「縦横比」は指定しない場合は「1.0」にして下さい。

GIMP 2.6 切り抜き

「ファイル」の下にあるアイコンの「自動選択ツール」アイコンをクリック後、背景色の部分をクリックします。「選択範囲」→「選択範囲の反転」により必要な画像だけを選択した状態になります。次のページに示すようにこの画像だけをWeb用の画像として保存します。

GIMP 2.6 切り抜き

このページに示すようにこの画像だけをWeb用の画像として保存します。背景を透明とする為、前ページで選択した背景色部分により「編集」→「消去」をクリックして消去します。ごծりした場合は「レイヤー」→「フローティングの固定」をクリックして下さい。

GIMP 2.6 切り抜き

このページに示したものは背景色の部分が透明になっています。この画像をファイル形式GIFとして保存すると、Webのページに貼付した時背景は消えて見えます。このような場合が多いので、背景を消さなくても良い場合はこの処理は必要ありません。

GIMP 2.6 色調整

色味を正しくする為に調整します。「ツール」→「色ツール」→「カラー」(ワンス)等のように「色ツール」の下にある機能を利用して階調や色、彩度、明度を調整して好ましい色とします。このソフトでは「ホワイトバランス」の調整は出来ませんが、調整時に必ず「ホワイトバランス」を合わせて読んで下さい。

GIMP 2.6 保存

GIF形式で保存します。「ファイル」→「別名で保存」とすると右のウィンドウが開きます。「1」は背景色の部分が透明になっています。保存「名前」を付けます「他のフォルダの参照」をクリックして保存するフォルダを指定します。「ファイルタイプ」の選択(拡張子で判別)をクリックして「GIF」を選択します。保存をクリックします。

GIMP 2.6 保存

「保存」を押すと「ファイルのエクスポート」のウィンドウが開きます。何もせずに「エクスポート」を押して下さい。すると「GIF警告」が開きますからそのまま「OK」を押せば保存されます。

GIMP 2.6

保存したGIFファイルをWebに貼り付けると
画像をWebにインポート(ダウンロード)すると右の画像のように背景が透明となります。

写真データの処理の仕方は?

画像サイズとデータ量を減らすには
かなり使いやすく無料で使えるフリーソフトを使用しよう

画像一括コンバーター「D-ORDERS!」
<http://www.vector.co.jp/soft/win95/art/se338069.html>

縮小専用+拡大専用「Syuku_Kaku」
<http://weblog.buzzmedia.jp/archives/2007/11/>

画像関係フリーソフト・シェアウェア
http://www.insoft.net/sw_convert.htm#batchgoo

縮小専用+拡大専用「Syuku_Kaku」の使い方

Syuku_Kakuのアイコンをダブルクリックすると右のウィンドウが開きます。使い方は簡単です。拡大縮小する大きさを選べます。GIF形式を選びます。透明保存をチェックしておいて下さい。保存先を指定してファイル名をつけます。色の補正も出来ます。大きさや色の変更を行うファイルをここへドラッグして下さい。

フォーカスロック

写したいものが中心にない場合、ピントはずれてしまいます。オートフォーカスは、中心でピントを合わせます。中心に何も無い場合は、写したい物にピントは合わずに、中央にある関係のない物にピントは合ってしまう。フォーカスロックとは、あらかじめピントを合わせておいて、固定することです。

1. まず、ピントを合わせたいものを中心にする。
2. 次に、シャッターボタンを半分押し、ピントを合わせる。
3. シャッターボタンを半分押ししたまま撮りたい構図に変えシャッターを押し込む。

以上のような操作で、フォーカスロックをすることができます。シャッターボタンを半分押しすると、ピントを合わせる音がしますから分かると思います。

撮影実習

ここからは実際の撮影です

- ネットショップでは写真と文章が決め手
- 写真はきれいで知りたいところが見えるものを
- 文章は気の利いたキャッチコピーと嘘のない、分かりやすいコピーを。
- 小物商品はどう撮影すればネットショップに適した写真になるでしょう。

接写モード

- ◆ 近づいて写す場合にカメラのフォーカスが合うためには、近づける距離が決まっています。近接撮影距離が70cmのカメラの場合は70cm以上近づいてピントを合わせることは出来ません。
- ◆ 更に近づいて大きく写したい場合は、接写モード(マクロモード・花のマーク)にして撮影するとかなり近づいて大きくシャープに写せます。

接写モード

文字や標榜をはっきり示す為に近づいて大きく写したい場合は、接写モード(マクロモード・花のマーク)にして撮影する。

かにかみそ
ずわいがに、かにみそ、小麦粉、コーン油、卵白、食塩、カニエキス、砂糖、香辛料、増粘多糖類、乳化剤、調味料(アミノ酸等)、pH調整剤、酒精、ソルビット、液状オリーブ油、酸味料、酸化防止剤(EDTA-Ca・Na) (原材料の一部に大豆を含む)

内容量 80g
賞味期限 容器下部に記載
賞用上の注意 開封後は、直ちに食べ直してください

ズームで望遠撮影を活用

ズーム倍率の利用は遠くのものを書くときには望遠に、近くでも広い範囲を写すときには広角にすればいいという訳ではありません。望遠(テレ)撮影と広角(ワイド)撮影には出来る写真に決定的な違いがあります。望遠(テレ)撮影と広角(ワイド)撮影で主要な被写体の大きさを同じ大きさとして写せます。

違いは次のようになります。

◆望遠(テレ)撮影の特徴

1. 背景の写る範囲が狭くなる。
2. ピントの合う範囲が狭く少し離れた物や近いものにピントが合わない。
3. 主要な被写体の歪み方が小さく歪みの少ない写真が撮れる。
4. 背景と主要な被写体の距離感が近づいて見える。

ズームで望遠撮影を活用

左側は広角(ワイド)撮影で近づいて撮ったため形が歪んでしまった例。

右側の写真が望遠(テレ)撮影の特徴である「主要な被写体の歪み方が小さく歪みの少ない写真が撮れる」を利用した写真。

上下の幅がかなり異なっている 上下の幅が殆ど同一となっている

ズームで広角効果を活用

ズーム倍率の利用は遠くのものを書くときには望遠に、近くでも広い範囲を写すときには広角にすればいいという訳ではありません。望遠(テレ)撮影と広角(ワイド)撮影には出来る写真に決定的な違いがあります。望遠(テレ)撮影と広角(ワイド)撮影で主要な被写体の大きさを同じ大きさとして写せます。

違いは次のようになります。

◆広角(ワイド)撮影の特徴

1. 背景の写る範囲が広くなる。
2. ピントの合う範囲が広く少し離れた物や近いものにピントが合う。
3. 主要な被写体の歪み方が大きく、誇張された遠近感の写真が撮れる。
4. 背景と主要な被写体の距離感が離れて見える。

被写界深度を利用する

レンズは一点に光を集める性質があります。

人間の目は一点にしかピントが合っていないのに、その前後に焦点の合っていると考えてもよい範囲がありこの範囲のことを「被写界深度」といいます。

被写界深度は絞りを絞るほど深く、絞りを開けるほど浅くなります。

被写界深度は、レンズ焦点距離によっても違い、広角にするほど被写界深度は深くなり、望遠にするほど浅くなります。

また焦点の手前側より、遠くの方が広くなる性質もあります。

絞りを解放に近くなると、奥の方も近くもボケてしまいますが、絞りを絞ると、ピントの合う範囲はかなり広くなり、近くも遠くもあまりボケません。

被写界深度の式

許容円乱内が点と見なせればピントが合っているのと同じ写真効果となる。

$$t_1 + t_2 = t \quad \text{全被写界深度}$$

$$t_1 = \frac{k \cdot r}{P - k} \quad t_2 = \frac{k \cdot r}{P + k}$$

$$P = \frac{f \cdot (焦点距離)}{Fno \cdot (絞り値)}$$

被写界深度を利用する

下のアニメーションのように奥行き方向のピントの合う範囲(被写界深度)は、絞りを絞るほど深く、絞りを開けるほど浅くなります。

これを利用して写真を撮影すると全体にピントが合っているような写真を撮ることが出来ます。

絞りの状態 (F値が大きいと通る光が少なくなる)(F値が大きいとピントの合っている範囲が奥行き方向に深くなる)

ピントの状態

被写界深度を利用する

被写界深度は、絞りを絞るほど深く、絞りを開けるほど浅くなります。

左の写真は絞りを明けていたため側面や上面の奥がボケています。

右の写真は絞って撮ったため全体にピントが合っています。

<h2>露出のモード</h2> <h3>露出モードを理解する…絞りとシャッタースピードの関係</h3> <p>カメラで撮影する場合、重要なのが「絞り」と「シャッタースピード」の関係です。この関係で、適切な露出というものが決まります。自動露出の撮影モードは、この2つの組み合わせ方を、撮影する対象によって変化させたものです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆プログラムオート「P」 絞りとシャッタースピードの2つとも自動で設定されます。このモードしかないカメラでは露出補正はオーバーアンダー設定を利用します。 ◆絞り優先モード「A」 自分で絞りを決め、シャッタースピードをカメラが自動で判断し設定するモードです。 	<h2>露出のモード</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆シャッタースピード優先モード「S」 自分でシャッタースピードを決め絞りをカメラが自動で判断し設定します。 ◆マニュアルモード「M」 絞りとシャッタースピードともに自分で決めます。 <p>デジカメでは撮影結果がすぐに見えますから、写真や露出の知識が特になくともマニュアルモード「M」モードで撮影可能です。</p>
<h2>露出補正</h2> <p>自動露出で設定した値をずらして撮影をする必要がある場合があります。このような時には「露出補正」を利用します。</p> <p>マニュアル撮影の場合には少しずつ絞りを変えて撮影して良い結果を得ることも出来ます。</p> <p>自動露出モードでの露出補正は、カメラによって違いますが、補正を1/3絞りずつもしくは1/2絞りずつ変化させられる補正モードがあります。この値を変化させて写真を撮影すれば補正が出来ます。</p> <p>+方向で写真が明るくなります。 -方向で写真が暗くなります。</p>	<h2>露出補正</h2> <p>白い物や黒い物を自動露出で写すと、明るくなりすぎないように、暗くなりすぎないように撮影されてしまう為、白い物が白くならず、黒い物が黒くなりません。このような時には必ず露出を補正しましょう。</p> <p>絶対に失敗したくない場合は露出補正を段階的に全てしておいて後で良いものを選ぶことも出来ます。デジカメは撮影時に結果を確認できるメリットを利用して補正を決定することも可能です。</p>
<h2>露出補正</h2> <p>自動露出で設定した値をずらして撮影をする必要がある場合があります。このような時には「露出補正」を利用します。</p> <p>左の写真は「露出補正」を-として暗くなった写真。右の写真は「露出補正」を+として明るくなった写真。</p> 	<h2>ホワイトバランスの調整</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆色が正しく表現する為には、照明光の色温度(色味)と撮影する色温度(色味)のモードを合わせる必要があります。このための設定が「ホワイトバランス調整」です。 ◆最近のカメラには「オートホワイトバランス」機能がありますが、これに頼れば良い色になるといことはありません。 ◆デジタルカメラには、「ホワイトバランス」を手動で設定できるものもあり、正しい発色を期待するのなら「ホワイトバランス」を調整した方が望んでいる色になります。
<h2>ホワイトバランスの調整</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆一般的に「晴天」モード(日光モード:5500K)に撮影モードを合わせて、熱明にタングステン電球を使用するとオレンジっぽい色味になります。正しい色味にしたければ撮影時のホワイトバランスを「タングステン電球:3000K」に合わせるとオレンジ味がなくなり正しい色になります。 ◆蛍光灯の場合は「蛍光灯」モードに、自然光の場合は「晴天:5500K」に合わせると良い結果になります。窓から外の光が入っていると光が混合されますので、撮影した色を確認しながらマニュアルでホワイトバランスをとる必要があります。デジカメのモニターで確認して良い結果のものを使用します。 	<h2>目に見える光の範囲と照明光の色味</h2> <p>光には色味があるのでホワイトバランス調整を</p> 

<h2>ホワイトバランスの調整</h2> <p>左の写真はホワイトバランスが正しくない場合。右の写真は正しく調整した場合で色の再現が全く異なっていることが分かります。(蛍光灯による撮影)</p>  <p>2008.03.18</p>	<h2>混合光源は使用しないのがベスト</h2> <p>窓際などから外の光が入っている場合や、部屋の照明と撮影用照明が異なる場合など光が混合されて再現された写真の色は良い結果になりません。</p> <p>このような場合を混合光源といいますが写真撮影では出来るだけこのような照明は避けましょう。部屋の照明には蛍光灯が多く使用されていますがこの蛍光灯にも色温度(色味)があり写真撮影用とは異なります。</p> <p>白色蛍光灯(西日本の一般的な蛍光灯照明)では黄味が強くなります。 昼白色蛍光灯(東日本の一般的な蛍光灯照明)では青味が強くなります。 タングステン電球ではオレンジ味が強くなります。</p> <p>混合光源での撮影を避けるには部屋の照明は消します。 窓の近くでの撮影は避けて、出来ればブラインド等を下ろしておきましょう。</p> <p>2008.03.18</p>
<h2>混合光源は使用しないのがベスト</h2> <p>窓際などから外の光が入っている場合や、部屋の照明と撮影用照明が異なる場合など光が混合されて再現された写真の色は良い結果になりません。</p> <p>左が蛍光灯とタングステン電球による混合光源による照明で正しい色とはなっていません。右が蛍光灯だけの照明(ホワイトバランスは蛍光灯に一致)の結果です。</p>  <p>2008.03.18</p>	<h2>三脚を利用してブレのない写真を撮る</h2> <p>手でカメラを持って撮影すると、必ず手ふれという状態が生じます。</p> <p>撮影時にカメラが固定されていない為カメラが若干動いて、写真全体がブレしてしまう現象です。</p> <p>このような写真は小さい画面で見ている場合は鮮明に見える場合もありますが、大きくすると不鮮明になっている場合が多いのです。</p> <p>カメラは三脚で固定して撮影するとびっくりするくらい鮮明な写真が出来ます。</p> <p>携帯電話のカメラで撮影した場合も手ふれは良く経験すると思います。</p> <p>2008.03.18</p>
<h2>三脚を利用してブレのない写真を撮る</h2> <p>手でカメラを持って撮影すると、必ず手ふれという状態が生じます。</p> <p>左はブレている写真、ピンとも合っていない。 右は三脚を利用してブレしていない写真でピンもしっかり合っている。</p>  <p>2008.03.18</p>	<h2>小物商品の撮影機材と照明機材</h2> <p>小物撮影用ボックス・テント</p> <p>このような撮影セットは自作可能なので購入しなくても良いが購入してもかなり安価なものである。</p> <p>また白い紙とトレーシングペーパー及び黒い紙があればそれを使用してでも撮影出来る。</p>  <p>2008.03.18</p>
<h2>小物商品撮影の為に照明機材</h2>  <p>照明は近くから行うので明るい照明機材はあまり必要としない 室内照明や窓からの明かりでも撮影可能な場合もある。</p> <p>2008.03.18</p>	<h2>照明の基本</h2> <p>照明による光のあたり方には</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆順光(正面から光があたる) ◆サイド光(横から光があたる) <p>順光(正面から光があたる)</p> <p>カメラ内蔵のストロボを使用するとこの状態になります。通常は余り良い結果は得られません。不透明な商品のロゴや文字等をはっきり写したし時には良い結果が得られます。</p> <p>サイド光(横から光があたる)</p> <p>通常はこの状態の光が多いのでいちばん自然に見えます。照明光源を少し後にして、後方側面からの照明の場合は、影が綺麗に出て結果も良くなります。</p> <p>2008.03.18</p>

<h2>照明の基本</h2> <h3>照明による光のあたり方には</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆逆光(後ろから光があたる) <p>完全な逆光では写したい物が綺麗には見えませんが、透明な被写体などでは、透明感と輪郭の強調のためにこの照明が必要になります。サイド光と合わせて使用します。</p> ◆トップ光(真上から光があたる) <p>商品の輪郭が充分表現できない時などに、真上から照明すると効果のある場合があります。</p> <p>照明方法の違いによって写真中の「光」:明るい と 「影」:暗い部分の表現が変わります。</p> 	<h2>撮影の基本</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆背景を整理 <p>スタジオがなくても自分の部屋の机の上や、会社の事務所で写せるのですが、その場合には写真に写る範囲にあるものを全て片付けましょう。</p> ◆全体を写す <p>商品全体を写す時は、ロゴや模様にはテカリが入らないように、商品全体の状況が分かるように、小物と一緒に写して大きさが分かるようにしましょう。</p> ◆部分を写す <p>細かい文字や細かいデザインを見たい時に有利です。見せたいところ、お客さんが知りたいと思うところを部分的に大きく写しましょう。</p>
<h2>撮影の基本</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆背景を整理 <p>写真に写る範囲にあるものを全て片付けましょう。</p> ◆全体を写す <p>商品全体の状況が分かるようにしましょう。</p> 	<h2>撮影の基本</h2> <ul style="list-style-type: none"> ◆部分を写す <p>細かい文字や細かいデザインを見せたい時に有利です。見せたいところ、お客さんが知りたいと思うところを部分的に大きく写しましょう。</p> 
<h2>撮影の基本</h2> <h3>商品と写す小物の役割</h3> <ul style="list-style-type: none"> 商品の大きさを伝えるために一緒に写して不自然さがなく商品イメージを補うことができる小物の例です。これらと一緒に写す以外に実際の商品の包装を解いて中身を写し入れる方法もあります。 よく知られている植物の葉、竹、タケノコ、たまご、醤油の瓶、とっくり、トマ、ミカン、ぶどう、スプーン、フォーク等 雰囲気を大事にしての小物の場合は <ul style="list-style-type: none"> 部屋の照明器具を遠くにぼんやり写す 携帯電話や財布、DVD等と事務用品の組み合わせ 急須やコーヒーカップとお茶やコーヒーの組み合わせ等 	<h2>撮影の基本</h2> <h3>テカリの入れ方と効果</h3> <p>「テカリ」とは光っているのではなく光っているものが写り込んでいるのが殆どです。「テカリ」には光る商品の場合にはあった方が良いでしょう。ラベルやロゴ、模様が光って見えずじまになる場合は無い方が良いでしょう。「テカリ」があります。不要な「テカリ」がある場合、何が写っているのかを調べて、被写体の向き、位置、カメラの位置などを変えて、防ぎましょう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆テカリを防ぐには <ul style="list-style-type: none"> ・写り込んでいる照明を消灯する。 ・黒い紙などで写り込んでいる照明の光を遮る。 ・商品の位置や向きを変えてみる。 ・カメラの位置を変えてみる。
<h2>撮影の基本</h2> <h3>テカリの入れ方と効果</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆テカリを防ぐには <ul style="list-style-type: none"> ・写り込んでいる照明を消灯する。 ・黒い紙などで写り込んでいる照明の光を遮る。 ・商品の位置や向きを変えてみる。 ・カメラの位置を変えてみる。 <p>右の写真はラベル部分に「テカリ」が入り文字が読みにくくなっている。</p> 	<h2>撮影の基本</h2> <h3>テカリの入れ方と効果</h3> <ul style="list-style-type: none"> ◆テカリを防ぐには <ul style="list-style-type: none"> ・写り込んでいる照明を消灯する。 ・黒い紙などで写り込んでいる照明の光を遮る。 ・商品の位置や向きを変えてみる。 ・カメラの位置を変えてみる。 <p>右の写真は全体に「テカリ」をなくし文字等を読み易くした例。</p> 

<h3>撮影の基本</h3> <h4>テカリの入れ方と効果</h4> <p>◆テカリを入れて光っているように見せるには</p> <ul style="list-style-type: none"> ・照明を写り込ませる。 ・白い紙などの写り込みを作る。 ・商品の位置や向きを変えてみる。 ・カメラの位置を変えてみる。 <p>右の写真はフタの部分に「テカリ」を見せるため光源の写り込みを入れた物で光っている様子が分かる。</p> 	<h3>撮影の基本</h3> <h4>ディフューザー</h4> <h5>トレーシングペーパーや白い紙の効用</h5> <ul style="list-style-type: none"> ◆トレーシングペーパー <ul style="list-style-type: none"> 光を柔らかく広い範囲からの照明とする テカリを軽減する ◆白い紙 <ul style="list-style-type: none"> テカリを軽減する 望ましい写り込みを作る 反射させて柔らかな補助照明として使用する 透明なものの後ろに、商品と同じ形に切り抜いて密着して置きバックライトの代わりとする。 
<h3>撮影の基本</h3> <h4>レフ板</h4> <h5>トレーシングペーパーや白い紙、黒い紙の効用</h5> <p>カメラが写り込むのを避ける。白紙、黒紙</p> <p>テカリを軽減する、若しくは無くす。白紙、黒紙</p> <p>影を演出する。黒紙</p> <p>補助光として商品の影の部分を見やすくする。 トレーシングペーパー、白紙、黒紙</p> 	<h3>撮影の基本</h3> <h4>シャープな影とやわらかい影</h4> <p>光が照明光源から直接あてると、光の影は硬くなりシャープに出ます。写真ですべての影がシャープに出ると影が目立ってしまいます。ライトの位置、角度で影が目立たないように出来ますが、トレーシングペーパーや拡散板を光源と被写体の間に使用すると影がやわらかくなります。下の写真は缶詰上部のテカリをなくすために、トレーシングペーパーを上部の光源の前に使用して更にやわらかい照明とした物です。</p> 
<h3>撮影の基本</h3> <h4>シャープな影とやわらかい影</h4> <p>光が照明光源から直接あてると、光の影は硬くなりシャープに出ます。右の写真は影を少しシャープにして、見かけをばっちりすることで缶詰の中身が分かりやすくなりました。影はいつでも添えればよいと言う訳ではありません。この写真では奥のピンが少し甘かったですね。</p> 	<h3>撮影の基本</h3> <h4>商品撮影</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. 透明なビンや半透明のビン <p>商品の後側からライティングすると透明感が強調されます。この場合、上斜め前方からラベルやロゴがしっかり写るように一つ照明がいます。</p> <p>ライティングの結果は実際にデジカメのモニターで確認してライトの位置（正面の奥か、斜め奥か等）角度、被写体との距離を調整します。</p> 2. 不透明なビン <p>不透明な瓶だけでなく不透明なものについては前方からの照明が大事です。しかし内蔵ストロボを使用したときのように真っ正面からは照明しないようにしましょう。</p> <p>光っている質感や光っていない質感は「テカリ」のあるなしで表現できます。</p>
<h3>撮影の基本</h3> <h4>商品撮影</h4> <h5>透明なビンや半透明のビン</h5> <p>商品の後側からライティングすると透明感が強調されます。この場合、上斜め前方からラベルやロゴがしっかり写るように一つ照明がいます。</p> <p>ライティングの結果は実際にデジカメのモニターで確認してライトの位置（正面の奥か、斜め奥か等）角度、被写体との距離を調整します。この例でも見えにくいようにした後からの照明があります。</p> 	<h3>撮影の基本</h3> <h4>商品撮影</h4> <h5>不透明なビン</h5> <p>不透明な瓶だけでなく不透明なものについては前方からの照明が大事です。しかし内蔵ストロボを使用したときのように真っ正面からは照明しないようにしましょう。</p> <p>光っている質感や光っていない質感は「テカリ」のあるなしで表現しています。</p> 

<p>撮影の基本</p> <p>商品撮影</p> <p>3. 透明な袋に入った商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影する。(見えないうちに商品の後を支える。) <p>透明なものの後ろに、商品と同色に近い紙を切り抜いて密着して置きバックライトの代わりにするか、バックライトを使用する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆光沢感を表現する。 <p>写り込みを過度に与えることで光沢感のある質感として見せられます。</p> <p>照明的な写り込みがしっかりしていると「強い光沢」として見え、写り込みがない場合には「光沢の無いもの」として見られます。</p>	<p>撮影の基本</p> <p>商品撮影</p> <p>透明な袋に入った商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影する。 ◆光沢感を表現する。  <p>立てて写すことで撮影すると写真のように「立体感」がわかりにくくなる。透明な袋でも冷凍食品などでは写真のように中が完全に見えることはない。袋から商品を出した写真も必要である。光沢感を出すには白い物や光源を適度に写り込ませると良い。</p> <p>左の写真は立てて撮影している。みその質感を出すため鏡はオーバーホールに調整。光沢感を出すためカメラを入れている。</p>
<p>撮影の基本</p> <p>商品撮影</p> <p>4. 不透明な袋に入った商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影する。(見えないうちに商品の後を支える。) ◆袋のテクニカルが必要なテクニカルとして表現する。適度にテクニカルがないと光沢のある質感として見せられない。 ◆ロゴやラベルの強調 <p>ロゴやラベルの色により使い分けますが、黒い紙や白い紙による反射や写り込み、遮光効果により強調されます。明るい色の場合は黒い紙を写り込ませると読みやすくなります。</p>	<p>撮影の基本</p> <p>商品撮影</p> <p>不透明な袋に入った商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影する。 ◆袋のテクニカルが必要なテクニカルとして表現する。 ◆ロゴやラベルの強調 
<p>撮影の基本</p> <p>商品撮影</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影します。 <p>右の例では袋の下方が傾いているため、立てるための道具として小さな三脚を使用している。100円ショップで手に入ります。下の例では、後ろに箱を置いています。</p>  	<p>撮影の基本</p> <p>商品撮影</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影します。 <p>右の例では、先程の立てるための道具の三脚を消した物です。</p> 
<p>実際の撮影での注意-1</p> <p>撮影する物は大事に扱う</p> <p>撮影する物はいつでも大事にしましょう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆宝石類は素手で触ってもだめです。もちろん落としたりなくしたりしてはいけません。撮影のための保険には入れません。 ◆値段の高い物から安い物までいろいろありますが、安くても一つしかない場合もあります。汚したりしないように大事にしましょう。 ◆洋服類はできればマネキンに着せましょう。なければ立体ハンガーを作成して利用します。 ◆商品が理解しやすく、分かりやすい撮影を心がけましょう。 ◆照明と背景が大事です。しっかり設定しましょう 	<p>実際の撮影での注意-2</p> <p>撮影する場所は</p> <p>展示場なども利用</p> <p>撮影する場所はいつでも自宅などでなくても良い。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆高価な物や運べない物は相手先での撮影も考えましょう。もちろん照明や背景も確認してから撮影に入ります。 <p>例は博多蔵の献上館で博多蔵の帯の撮影です</p> 

<h3>実際の撮影での注意-3</h3> <p>撮影する場所は 展示場なども利用</p> <p>◆大きな物やレイアウトが大変なものも相手先での撮影を考えましょう。もちろん照明は現場の照明で間に合わせますが混合光源にならないようにします。もちろん背景も確認してから撮影に入ります。例は博多蔵の献上館でのウェディングドレスの撮影です</p> 	<h3>実際の撮影での工夫-1</h3> <p>◆広角(ワイド)側での撮影より、被写体から離れて望遠(テレ)側での撮影が商品の形を歪ませない。右の例では、望遠レンズで離れて左と同じ大きさに撮影した物です。</p> 
<h3>実際の撮影での工夫-2</h3> <p>◆カメラの水平はしっかりとっておこう。</p> <p>商品が傾いて撮影されるのを防ぎましょう。もしこのようになっただけでコンピュータで直せますが最初から傾いていない方がやっぱり良いですから。</p> 	<h3>実際の撮影での工夫-3</h3> <p>◆バックにも工夫を</p> <p>右の例では、バックにグラデーションのあるものを使用しています。左の例では近づいて広角(ワイド)で撮影したため少し歪みも出ています。</p> 
<h3>実際の撮影での工夫-4</h3> <p>◆黒い物の撮影</p> <p>右の例では、バックに明るい色を配置し黒い被写体を際立たせています。この時の露出は自動露出を使用してはいけません。背景の白い部分により露出がずれるため、必ずマニュアルで確認しながら撮影します。</p> 	<h3>実際の撮影での工夫-5</h3> <p>◆ディスプレイの撮影</p> <p>右の例では、携帯電話とそのディスプレイを同時に撮影しています。この場合もマニュアル露出として、携帯電話本体の露出とディスプレイの露出が合うようにディスプレイの明るさを調整していきます。明るさの調整ができない機種では偏光フィルター等を利用します。</p> 
<h3>実際の撮影での工夫-6</h3> <p>◆説明用の画面も撮影</p> <p>右の例では、携帯電話の使用状態と閉じた状態を撮影しています。</p> 	<h3>実際の撮影での工夫-7</h3> <p>◆置き方も工夫しましょう</p> <p>右の例では、景品として提供するつむりのペンのセットを撮影しています。ただ並べるだけより置き方に工夫をした方が商品が良い物に見えます。小道具にレンズキャップを置いています。</p> 

第6章 実証講座の実施による検証

6.1 実証講座の企画

(1) 実証講座のカリキュラム構成

今回の実証講座において、習得するスキルを「ヒューマンスキルおよび経営スキル」、「PCスキル」、「ネットショップスキル」に分類し、カリキュラム構成を行った。

以下に、スキル別によるネットショップ店長育成のカリキュラム構成の図表を示す。

ネットショップ店長育成のカリキュラム構成（ヒューマンスキル／経営スキル）

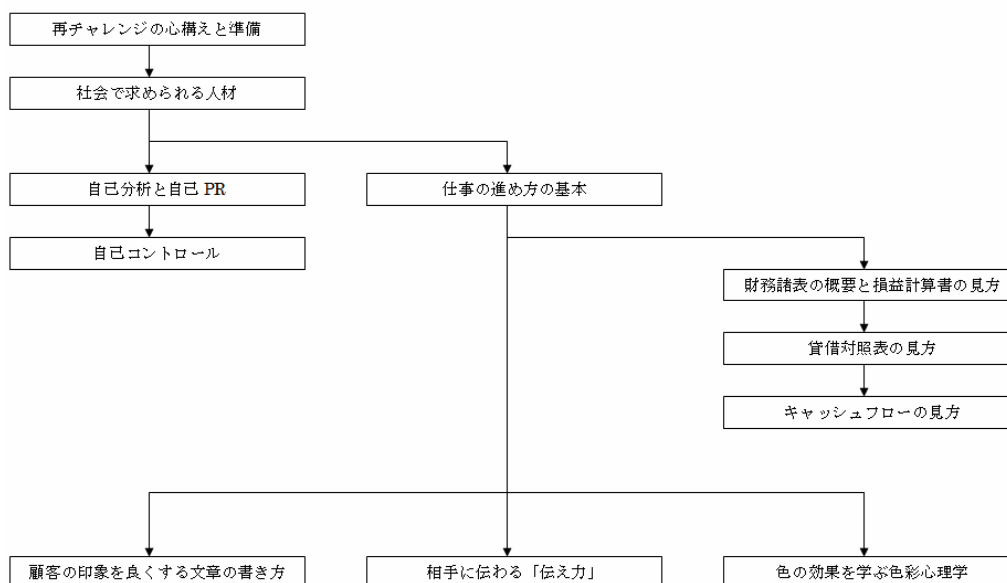


図 6-1 ネットショップ店長育成のカリキュラム構成（ヒューマンスキル／経営スキル）

ネットショップ店長育成のカリキュラム構成（PCスキル）

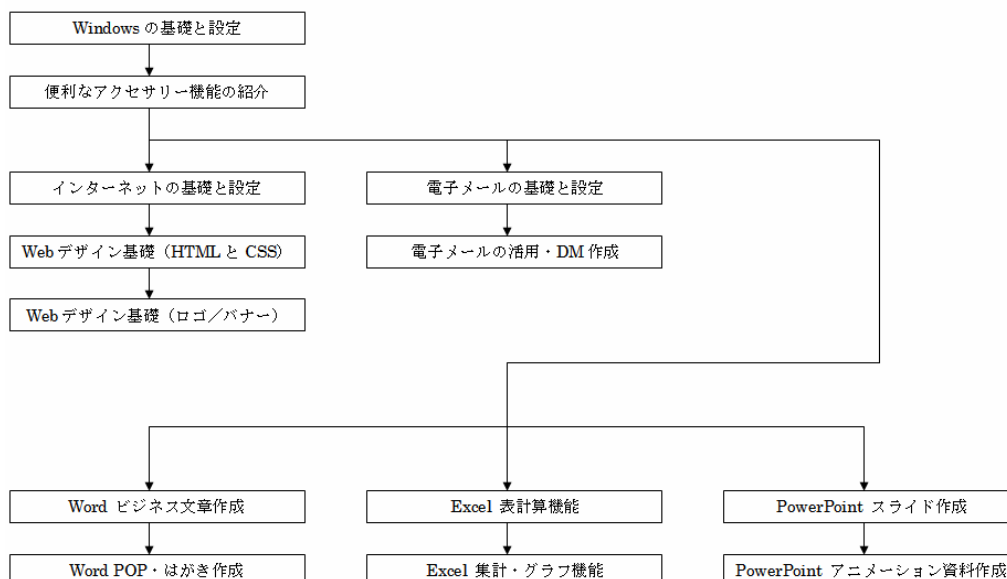


図 6-2 ネットショップ店長育成のカリキュラム構成（PCスキル）

第6章 実証講座の実施による検証

ネットショップ店長育成のカリキュラム構成 (ネットショップスキル)

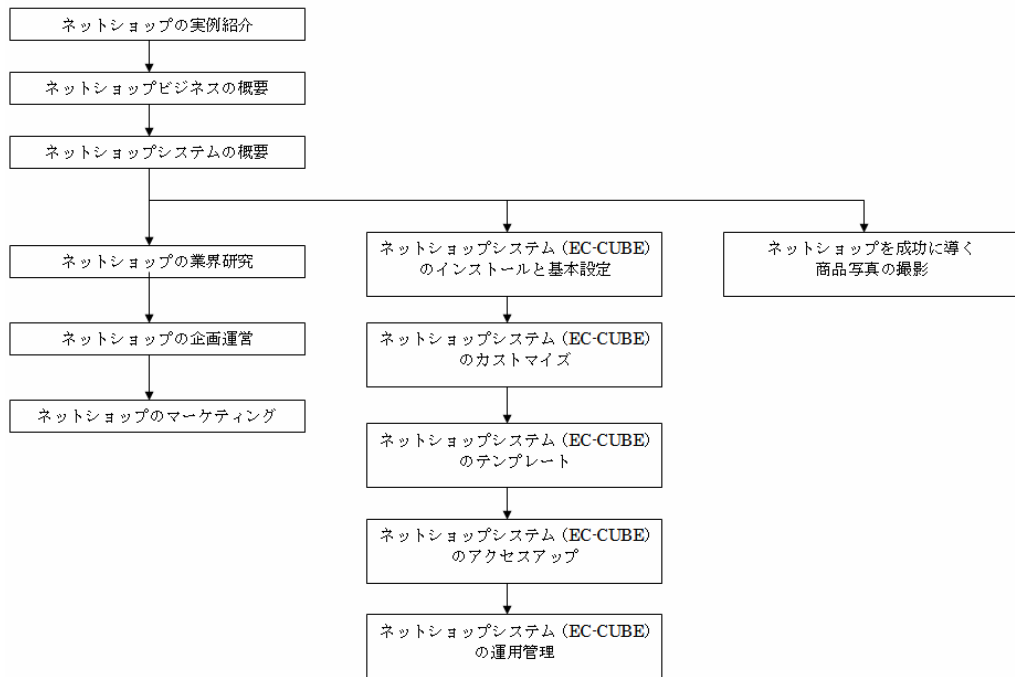


図 6-3 ネットショップ店長育成のカリキュラム構成 (PC スキル)

(2) 実証講座の一覧

つづいて、カリキュラム構成に沿ったスキル分類による講座一覧、講座の形式および講座のボリュームを、以下に示す。

平成20年度文科省委託事業 ネットショップ店長育成講座 講座一覧

分類	No	講座項目 名称	講座形式		講座ボリューム		
			座学	実習	単位(時間)	テキスト(枚数)	
ヒューマンスキ ルと 経営スキル	H01	再チャレンジの心構えと準備	○		3	17	
	H02	社会で求められる人材	○		3	10	
	H03	自己分析と自己PR	○		3	4	
	H04	自己コントロール	○		3	8	
	H05	仕事の進め方の基本	○		3	12	
	H06	顧客の印象を良くする文章の書き方	○		3	11	
	H07	相手に伝わる「伝え力」	○		3	7	
	H08	色の効果を学ぶ色彩心理学	○		3	12	
	M01	財務諸表の概要と損益計算書の見方	○		3	11	
	M02	貸借対照表とキャッシュフローの見方	○		6	8	
	ヒューマンスキルと経営スキル 合計					33	100
	PCスキル	P01	Windowsの基礎と設定		○	3	33
P02		便利なアクセサリ機能の紹介		○	3	46	
P03		インターネットの基礎と設定		○	3	58	
P04		Webデザイン基礎(HTMLとCSS)		○	6	42	
P05		Webデザイン基礎(ロゴ/バナー)		○	6	35	
P06		電子メールの基礎と設定		○	3	22	
P07		電子メールの活用・DM作成		○	3	25	
P08		Word ビジネス文章作成		○	3	30	
P09		Word POP・はがき作成		○	3	29	
P10		Excel 表計算機能		○	3	26	
P11		Excel 集計・グラフ機能		○	3	33	
P12		PowerPoint スライド作成		○	3	30	
P13		PowerPoint アニメーション資料作成		○	3	20	
PCスキル 合計					45	429	
ネットショップスキル	N01	ネットショップの実例紹介	○	○	3	72	
	N02	ネットショップビジネスの概要	○		3	44	
	N03	ネットショップシステムの概要	○		3	16	
	N04	ネットショップの業界研究/企画運営/マーケティング	○		9	73	
	N05	ネットショップシステム (EC-CUBE) のインストールと基本設定及びカスタマイズ		○	6	44	
	N06	ネットショップシステム (EC-CUBE) のテンプレート		○	6	21	
	N07	ネットショップシステム (EC-CUBE) のアクセスアップ		○	3	27	
	N08	ネットショップシステム (EC-CUBE) の運用管理		○	3	20	
	N09	ネットショップを成功に導く商品写真の撮影	○	○	6	101	
	ネットショップスキル 合計					42	418
講座合計					120	947	

図 6-4 ネットショップ店長育成講座 講座一覧

第6章 実証講座の実施による検証

6.2 実証講座の受講生募集

(1) 委員会 Web サイトの作成およびポータルサイトへの登録

「2章 講座実施までの流れ」でも記述したが、今回の講座開催にあたり、委員会 Web サイト内に、講座に関するコンテンツ「募集要項」・「1月講座スケジュール」・「2月講座スケジュール」・「お問い合わせフォーム」を配置した。

また、作成したコンテンツをより多くの方に閲覧していただくために、以下の5ヶ所のポータルサイトへ登録を行った。

表 6-1 登録ポータルサイト一覧

ポータルサイト名	URL
福岡タウンネット	http://www.every-mail.com/fukuoka/
セミナーポータル情報サイト in 福岡	http://f-seminar.jugem.jp/
ふくおか Web	http://fukuoka.com/
google	http://www.google.co.jp/
goo	http://www.goo.ne.jp/

また、登録の効果を実証するため、2009年3月17日現在、さまざまなキーワードを用いて、googleにて検索を行った。

検索結果に表示された順位を以下に示す。

表 6-2 各キーワードによるサイト順位 (2009年3月17日現在)

検索キーワード	ヒットしたサイト	検索順位
店長 講座 博多	福岡タウンネット	1位
	委員会 Web サイト	2位
	セミナーポータル情報サイト in 福岡	3位
ネットショップ 講座 福岡市	福岡タウンネット	1位
	セミナーポータル情報サイト in 福岡	3位
	委員会 Web サイト	5位
講座 ネット 福岡市	福岡タウンネット	2位
	セミナーポータル情報サイト in 福岡	10位
講座 ネット 博多	福岡タウンネット	1位
博多 無料 講座	福岡タウンネット	2位
就職活動 講座 博多 1月	委員会 Web サイト	3位
無料 講座 福岡市	福岡タウンネット	4位
就職活動 講座 福岡市 1月	セミナーポータル情報サイト in 福岡	6位
セミナー 2月 ネット 福岡市	セミナーポータル情報サイト in 福岡	10位

第6章 実証講座の実施による検証

また、詳しくは「6-5. 実証講座の実施アンケート」で述べるが、受講生にアンケートを行った結果、Web サイトで講座を知った受講生が 15%いることから、検索サイトおよびポータルサイトに講座を掲載することが有効であると同時に、就職や講座に関連するキーワードで Web サイトを検索し、応募した受講生が多いことが考えられる。

(2) チラシの設置・配布

「2章 講座実施までの流れ」で記述したとおり、今回「福岡県若年者しごとサポートセンター」・「福岡県若者サポートステーション」・「若者ワークプラザ北九州」・福岡県内各地の「ハローワーク」にチラシを設定していただいた。

その結果、半数近くの受講生が、チラシを手に取り、今回の実証講座に応募した。

ハローワーク、若年者しごとサポートセンター共に、離職者のための就職支援施設であり、就職の意識が強い求職者が応募する可能性が高いことが伺えると同時に、これらの就職支援施設にチラシを設置することは、非常に有効であると考えられる。

講座を知ったきっかけ

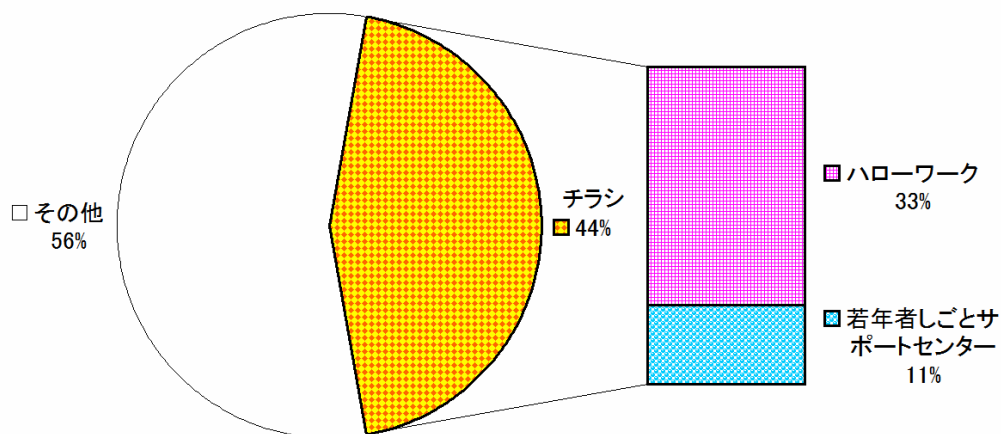


図 6-5 受講生の男女構成比

第6章 実証講座の実施による検証

6.3 実証講座の実施方法

(1) 講座の実施時期

講座の実施時期について、当初6名程度の少人数で12月開講を予定していたが、十分な数の希望者を獲得できず、改めて1月開講を予定し、募集を行ったところ、最終的に30名の希望者を獲得することができた。

この現象について検証したところ、福岡労働局のWebサイトより、関係性が深いと思われるデータがあり、このデータを元に考察を行った。

(福岡労働局 Web サイト：<http://www.fukuoka-plb.go.jp/>)

まず、福岡県の有効求人倍率であるが、福岡県は、全国と比べ低い傾向にある。

平成21年1月の有効求人倍率は、全国では0.67倍であったが、福岡県は0.53倍であった。

また、平成18年度をピークに、平成20年11月までは有効求人倍率は緩やかに減少していたが、平成20年12月では、0.03倍減少しており、通常よりも下げ幅が大きいことが分かった。



図 6-6 有効求人倍率の推移

出所：福岡労働局 (<http://www.fukuoka-plb.go.jp/>)

第6章 実証講座の実施による検証

次に、新規求職者数の推移であるが、今年度（平成20年度）は、前年度（平成19年度）および前々年度（平成18年度）と比べ、全体的に求職者数が多い傾向にあるが、3年間を通じて、12月は求職者数が大幅に減少する傾向にある。

対して、翌月の1月は、大幅に求職者数が増加する傾向にある。今年度も平成20年12月の新規求職者数が19,995人であるのに対して、翌月の平成21年1月には、新規求職者数が30,674人と、1.5倍以上増加している。



図 6-7 新規求職者数の推移

出所：福岡労働局（<http://www.fukuoka-plb.go.jp/>）

さらに、雇用保険受給者数を調べると、新規求職者数同様、1月に大幅に受給者数が増加することが分かった。

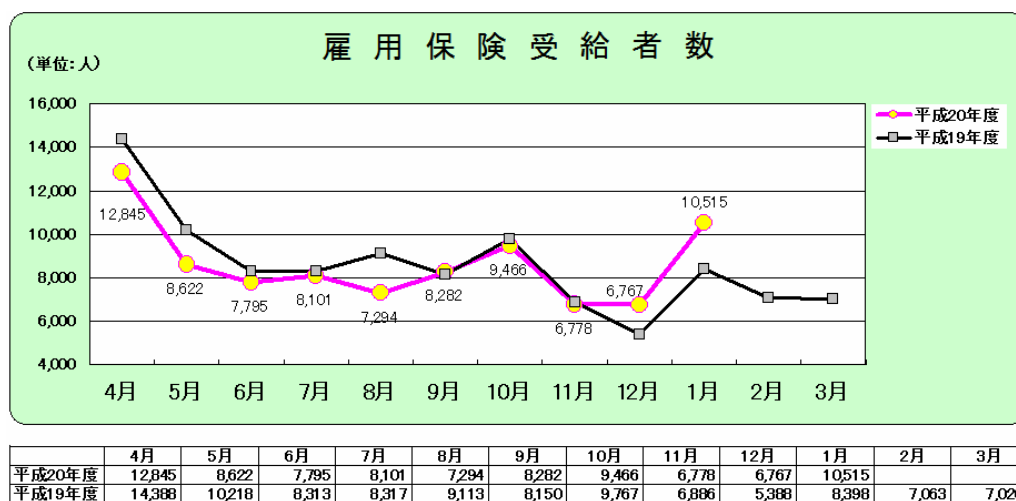


図 6-8 雇用保険受給者数

出所：福岡労働局（<http://www.fukuoka-plb.go.jp/>）

第6章 実証講座の実施による検証

新規求職者数および雇用保険受給者数が増加することは、ハローワークでの給付手続き人数の増加することが考えられる。

また、就業支援施設での就職活動の人数も、同様に増加すると考えられる。

このことから、1月からの講座開催は、就職を希望する受講者を獲得する機会が増加する意味において有益であったと考えられる。

また、前項のハローワーク等における「就業支援施設へのチラシ設置・配布」に関して、チラシを手にする相対的人数が増え、高い効果が得られたと考えられる。

第6章 実証講座の実施による検証

6.4 実証講座の参加状況

(1) 受講生の構成比

1月・2月の講座受講人数は、合計30名であった。1月の講座を受講した12名のうち、11名が引き続き2月も受講し、2月の講座からは新たに18名の受講生が参加した。

講座人数の内訳、および受講生の構成比を以下に示す。

表 6-3 1月および2月の男女別受講生数

月	男性	割合	女性	割合	合計
1月	8名	66.7%	4名	33.3%	12名
2月	18名	62.1%	11名	37.9%	29名
1月・2月合計	19名	63.3%	11名	36.7%	30名

男女別構成比

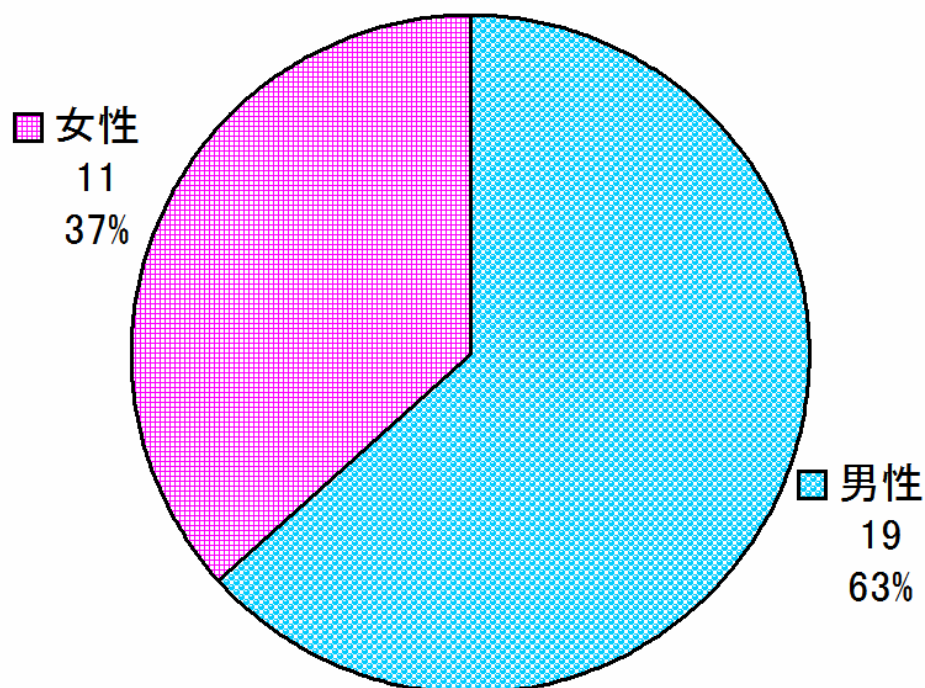


図 6-9 受講生の男女構成比

第6章 実証講座の実施による検証

表 6-4 1月および2月の年代別受講生数

月	20代	30代	40代	50代	不明	合計
1月	5名	4名	1名	0名	2名	12名
2月	7名	8名	8名	4名	2名	29名
1月・2月合計	7名	8名	8名	4名	3名	30名

年代別構成比

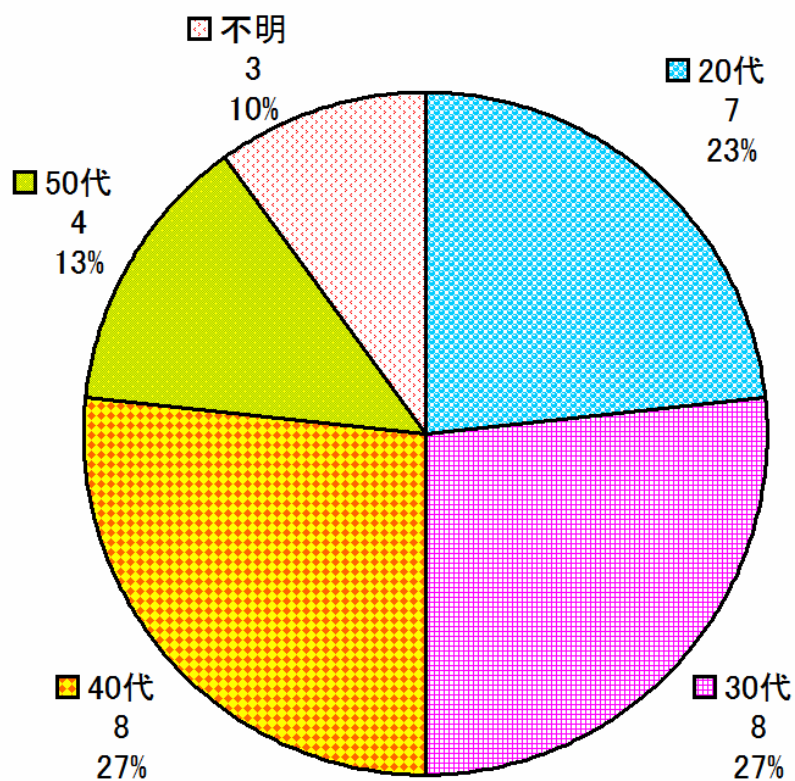


図 6-10 受講生の年代構成比

第6章 実証講座の実施による検証

(2) 1月講座の受講生参加状況

1月講座では、通し受講8名、部分受講4名、計12名の受講生が参加し、通し受講の受講者のうち6割以上の5名が全日程欠席せずに受講した。またこのうち半数の4名が無遅刻無欠席であった。

参加状況の詳細および出席簿を以下に示す。

表 6-5 1月講座受講生参加状況

受講スタイル	受講人数	うち無欠席人数	無欠席割合	うち無遅刻・無早退人数	無遅刻無早退割合
通し受講	8名	5名	62.5%	4名	50.0%
部分受講	4名	4名	100.0%	4名	100.0%
合計	12名	9名	75.0%	8名	66.7%

1月講座出席簿

出席番号	性別	年齢	1/5		1/6		1/7		1/13		1/14		1/15		1/16		1/19		1/20		1/21	
			AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM
1	男	21	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2	男	33	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
3	女	31	○	○	○	○	×	○	○	○	○	×	×	○	○	△	○	△	○	△	○	○
4	男		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	○	○	○	○	○	-	-
5	男	23	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
6	男		○	○	○	○	○	○	×	×	△	○	△	○	○	○	○	○	△	○	○	○
7	男	25	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	△
8	男	23	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9	女	36	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
10	女	28	-	-	○	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	女	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○
12	男	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○

図 6-11 1月講座出席簿

記号は以下の情報を表す

- : 出席
- ×
- △ : 遅刻および早退
- : (部分受講のため) 不参加

第6章 実証講座の実施による検証

(3) 2月講座の受講生参加状況

2月講座では、通し受講 18名、部分受講 11名、計 29名の受講生が参加し、通し受講の受講者のうち6割以上の11名が全日程欠席せずに受講した。またこの中の半数の9名が無遅刻無欠席であった。このうち4名は、1月・2月通して無遅刻無欠席であった。

参加状況の詳細および出席簿を以下に示す。

表 6-6 2月講座受講生参加状況

受講スタイル	受講人数	うち無欠席人数	無欠席割合	うち無遅刻・無早退人数	無遅刻無早退割合
通し受講	18名	11名	61.1%	9名	50.0%
部分受講	11名	6名	54.5%	3名	27.3%
合計	29名	17名	58.6%	12名	41.4%
1月・2月通し受講	7名	5名	71.4%	4名	57.2%

2月講座出席簿

出席番号	性別	年齢	2/6		2/9		2/10		2/12		2/13		2/16		2/17		2/18		2/19		2/20	
			AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM
1	男	21	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2	男	33	○	○	○	×	○	○	×	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○
3	女	31	○	○	○	○	○	○	×	×	△	○	○	○	×	×	△	○	○	○	△	○
4	男		○	○	○	-	-	-	-	-	○	-	○	○	-	-	○	-	-	-	○	-
5	男	23	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
7	男	25	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○
8	男	23	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9	女	36	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
10	女	28	○	-	-	-	-	-	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-
11	女	40	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
12	男	38	○	○	○	○	△	○	-	-	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
13	女	43	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
14	男	27	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
15	女	25	○	○	×	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
16	女	40	○	○	×	×	×	×	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17	男	54	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○
18	男	44	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	×
19	男	59	○	○	○	○	○	×	○	○	○	○	×	×	×	×	-	-	-	-	-	-
20	男	37	○	○	○	○	○	○	×	○	○	○	○	○	△	○	○	○	×	○	×	×
21	男	30	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
22	男	46	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	○
23	女	42	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
24	男	38	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
25	男	51	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×
26	女		-	-	○	○	○	△	-	-	-	-	○	×	-	-	-	-	-	-	-	-
27	女	56	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-
28	女	35	-	-	-	-	×	×	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
29	男	43	-	-	○	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	△	○	×	×
30	男	41	-	-	-	-	-	-	△	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

図 6-12 2月講座出席簿

記号は以下の情報を表す

- ：出席
- ×
- △：遅刻および早退
- ：(部分受講のため)不参加

第6章 実証講座の実施による検証

(4) 考察

実証講座の受講者出席状況から、全受講生 30 名のうち、1 割を超える 4 名の受講生が、20 日間の講座を無遅刻無欠席で受講した。

2 ヶ月間の通し受講者だけで計算した場合、6 割近くの受講者が無遅刻無欠席で受講したことになる。

また期間の途中からの応募などでの部分受講者は 3 割強の受講者が無遅刻無欠席で受講した。

2 ヶ月間の受講スタイル別の受講生参加状況の表およびグラフを以下に示す。

表 6-7 2 ヶ月間の受講スタイル別受講生参加状況

受講スタイル	受講人数	うち無欠席人数	無欠席割合	うち無遅刻・無早退人数	無遅刻無早退割合
通し受講	7 名	5 名	71.4%	4 名	57.2%
部分受講	23 名	11 名	47.8%	8 名	34.8%

通し受講者の出席状況

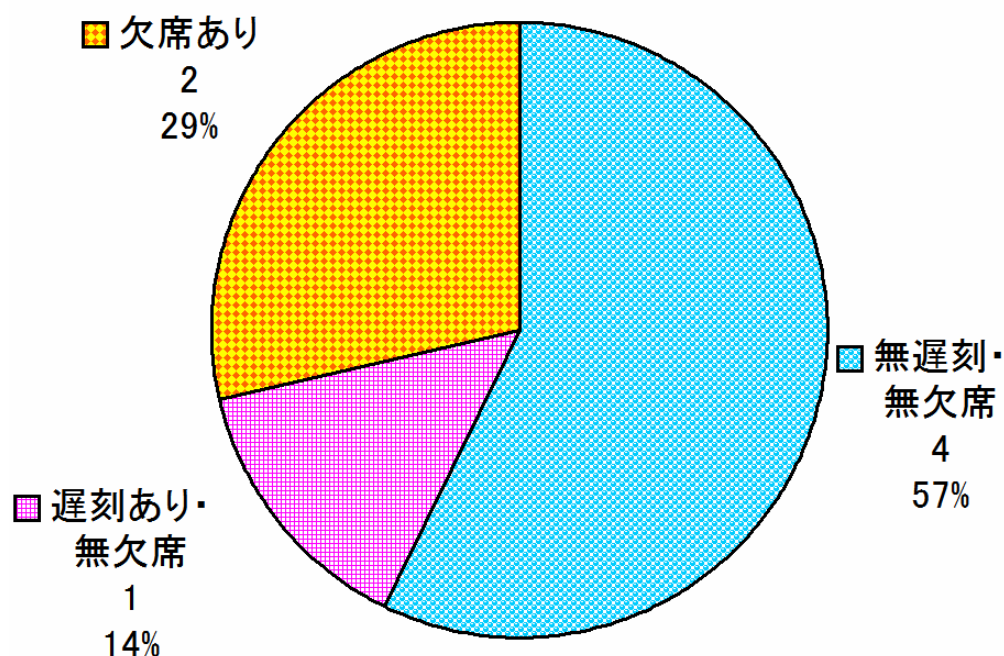


図 6-13 通し受講者の出席状況

第6章 実証講座の実施による検証

以上の結果より、出席状況から実証講座を考えた場合、自由に欠席ができる状況で、多くの受講生が無遅刻無欠席、あるいは無欠席で受講している事から、本実証講座は、受講生にとって、非常に有益である事が考えられる。

また、図 6-3 および図 6-4 の出席簿からも分かる通り、ヒューマンスキルと経営スキル、PCスキル、ネットショップスキルの全ての分類スキルにおいて、受講生の高い出席率が示されている。

この事から、「ネットショップ店長育成講座」は、非常に関心が高く、また受講する者にとって有益な講座であり、今後も需要が継続されるものであると考えられる。

部分受講者の出席状況

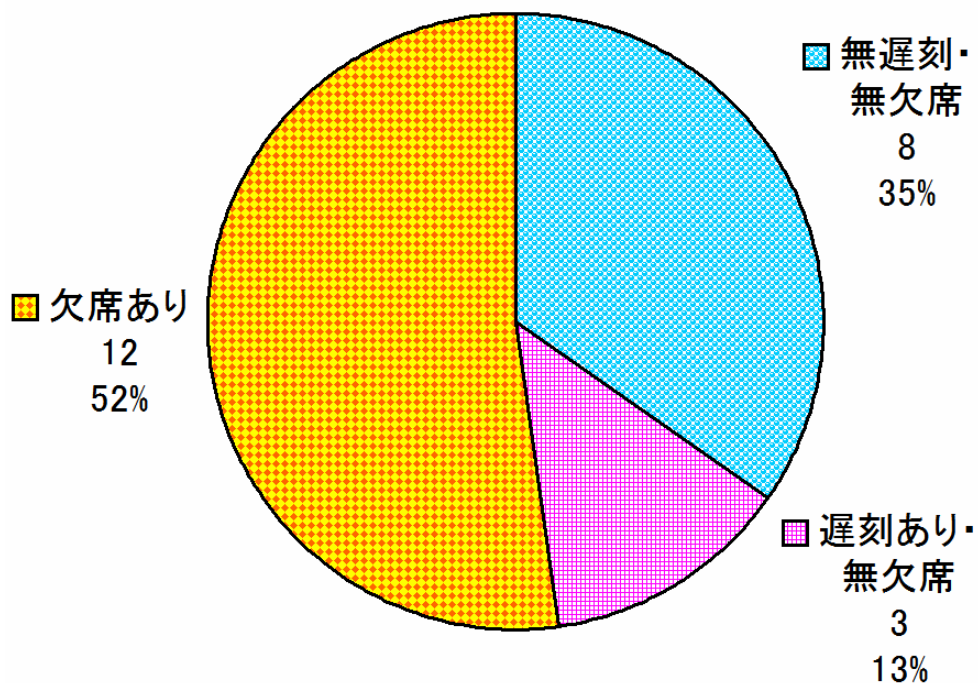


図 6-14 部分受講者の出席状況

第6章 実証講座の実施による検証

6.5 実証講座の実施アンケート

1月講座および2月講座終了後、受講生に対し、アンケート調査を行った。
アンケートの内容は以下のとおりである。

講座全体に関するアンケート

- ・講座を知ったきっかけ
- ・講座の受講を決めたきっかけ
- ・実施講座は貴方にとって有効であったか
- ・実施講座のカリキュラムについての意見・感想（記述式）

講座別アンケート

- ・講座の時間は適切であったか
- ・講座の内容は理解できたか
- ・講座の満足度
- ・講座についての意見・感想（記述式）

上記のアンケートに関し、集計を行い、設問ごとにグラフを作成した。
報告としてまとめたものを項目ごとに以下に記す。

(1) 講座を知ったきっかけ

最初に、講座を知ったきっかけについての集計表および円グラフを以下に示す。

表 6-8 講座を知ったきっかけ

媒 体	人数
ハローワーク	9名
知人からの紹介	7名
Web サイト	4名
若者しごとサポートセンター福岡	3名
兄からの紹介	1名
西日本新聞および文科省ホームページ	1名
その他	2名

講座を知ったきっかけ

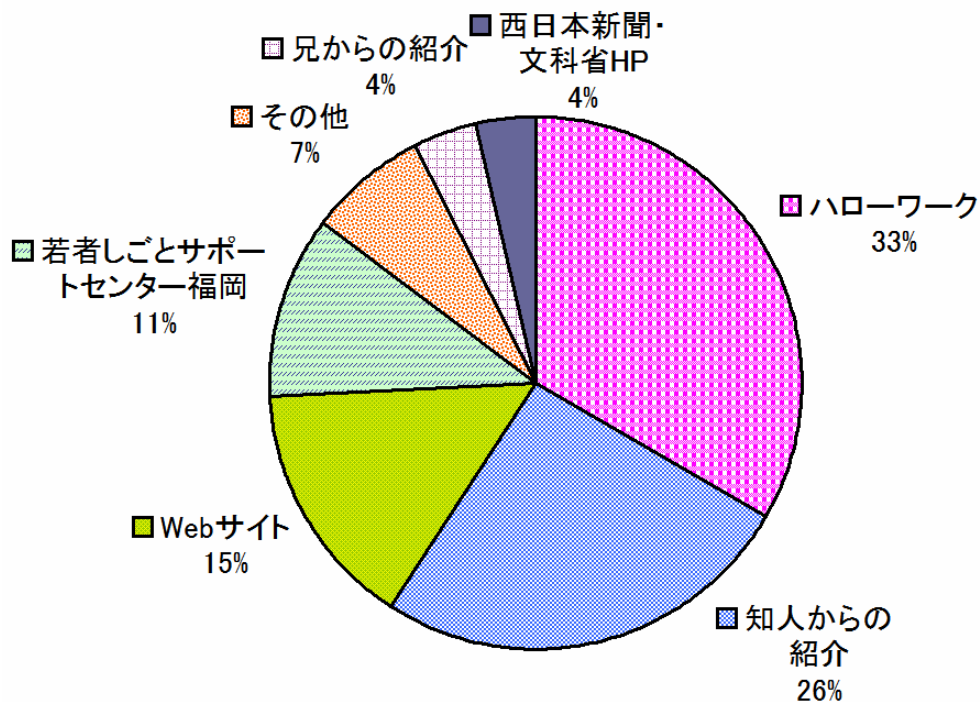


図 6-15 講座を知ったきっかけ

講座を知ったきっかけでは、全体の 1/3 の受講生（33%、9 名）が、「ハローワーク」に設置していただいたチラシを元に応募していることが分かった。

次に多かったものが、「知人からの紹介」（26%、7 名）であるが、ヒアリング調査より、すでに本講座を受講している受講生からのすすめで応募した受講生も複数存在した。

続いて多かったのが、「Web サイト」で本講座の開催を知った受講生（15%、4 名）である。google 等の検索サイトより、本講座を掲載していた委員会ホームページおよび掲載の許可をいただいたポータルサイトがヒットした。

ホームページ内に設置した応募フォームからの応募、および電話による応募があった。

次に多かったものが、「若者しごとサポートセンター福岡」（11%、3 名）である。

ハローワークと同じく、施設内に設置していただいたチラシを手にとって応募していることが分かった。

続いて各 1 名（4%）の回答があったのが、「兄からの紹介」および「西日本新聞および文科省ホームページ」である。

「兄からの紹介」では、兄弟での応募があり、兄からのすすめで受講を決めたようである。

また、「西日本新聞および文科省ホームページ」では、ヒアリング調査より、新聞に掲載されていた文科省のホームページの URL にアクセスし、そこから当講座を知り、応募したとの事であった。

第6章 実証講座の実施による検証

(2) 受講を決めたきっかけ

次に、受講を決めたきっかけについての集計グラフを以下に示す。

受講を決めたきっかけ(複数回答可)

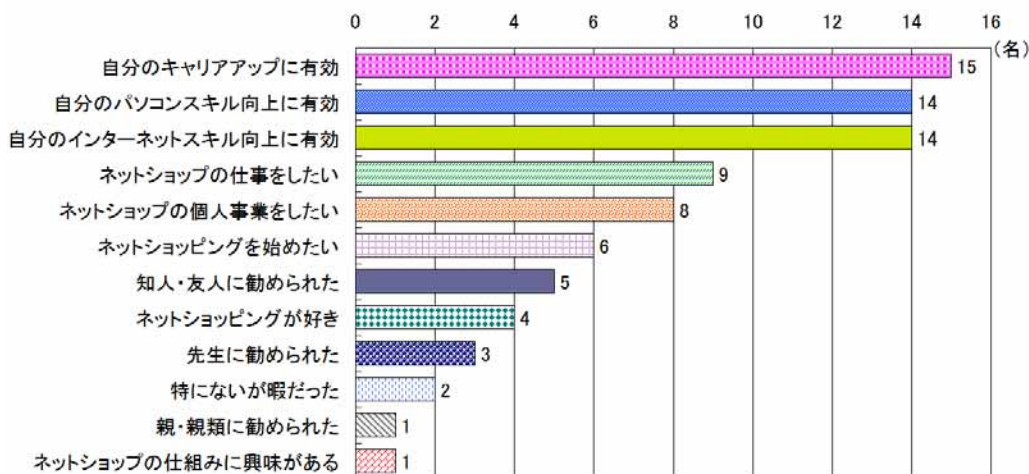


図 6-16 受講を決めたきっかけ

受講を決めたきっかけでは、各受講生が当てはまる全ての項目に対して複数回答を行った。

半数の受講生(15名)が、「自分のキャリアアップに有効」と回答している。

また半数近くの受講生(14名)が、「自分のパソコンスキル向上に有効」、「自分のインターネットスキル向上に有効」と答えている。

続いて、「ネットショップの仕事をしたい」(9名)、「ネットショップの個人事業をしたい」(8名)と回答した受講生が多かった。

さらに、「ネットショッピングを始めたい」(6名)、「知人・友人に勧められた」(5名)、「ネットショッピングが好き」(4名)、「先生に勧められた」(3名)、「特にないが暇だった」(2名)、「親・親類に勧められた」(1名)、「ネットショップの仕組みに興味がある」(1名)との回答が続いた。

全体的に就職につながることを期待した回答が多く伺えた。

詳しくは考察のページで述べることとする。

第6章 実証講座の実施による検証

(3) 分野別の満足度

続いて、講座の分野別の満足度についての集計グラフを以下に示す。

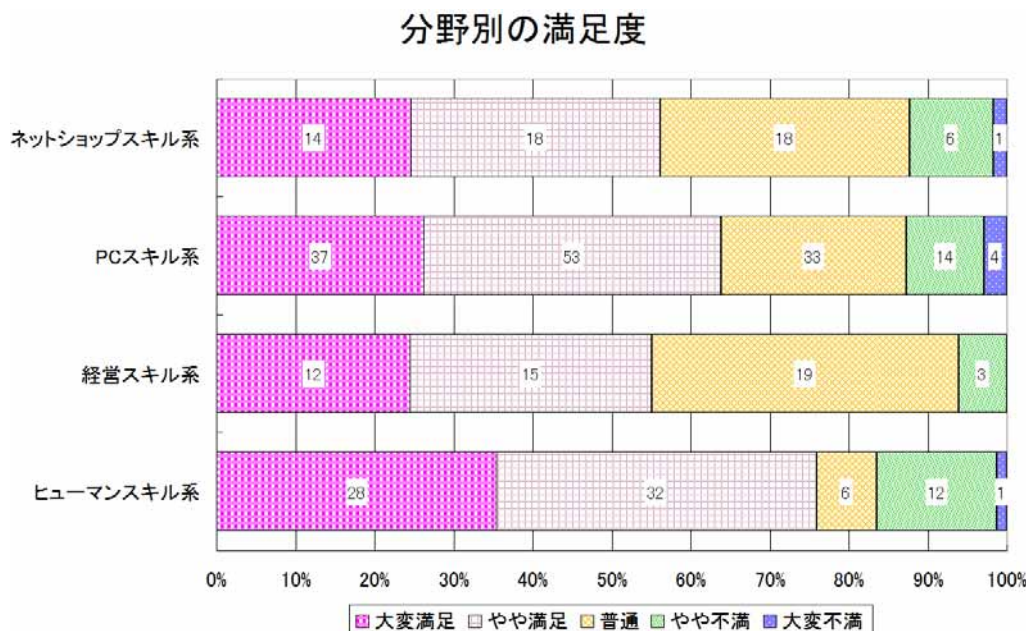


図 6-17 分野別の満足度

分野別の満足度では、講座ごとに「大変満足」・「やや満足」・「普通」・「やや不満」・「大変不満」の5段階で回答し、それぞれの講座の分野別（ネットショップスキル系・PCスキル系・経営スキル系・ヒューマンスキル系）で集計を行った。

いずれの分野も、「大変満足」との回答が3割近くを占めた。特に、ヒューマンスキル系では35%近く「大変満足」との回答が得られた。

また、「大変満足」および「やや満足」を合わせた結果では、いずれの分野も半数以上の受講生から好評を得た。

PCスキル系では6割を超え、ヒューマンスキル系では8割近くの受講生から良好な回答を得た。

以上の結果より、本講座の分野別の内容は、各分野とも受講生にとって実りの多い講座であったことが伺える。

詳しくは考察のページにて述べる。

第6章 実証講座の実施による検証

(4) 講座全体の満足度

次に、講座全体の満足度についての集計表および円グラフを以下に示す。

表 6-9 講座を知ったきっかけ

媒体	人数
大変満足	13名
やや満足	6名
普通	7名
やや不満	1名
大変不満	0名

講座全体の満足度

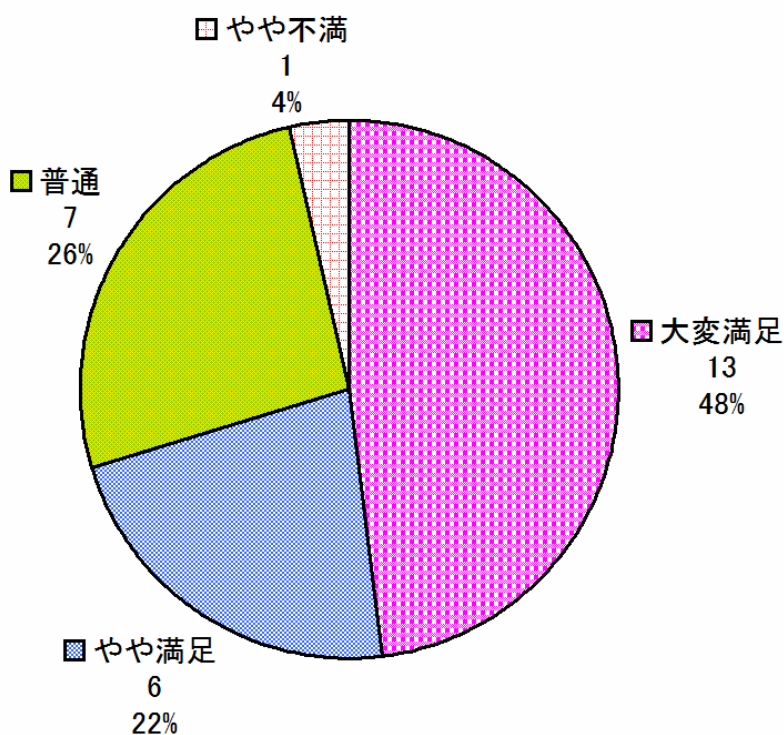


図 6-18 講座全体の満足度

講座全体の満足度も、前項の分野別の満足度同様、概ね好評の回答を得ることができた。

半数近くの受講生が「大変満足」(13名、48%)と回答し、「やや満足」(6名、22%)と合わせると7割の受講生から好評な回答を得ている。

また、「普通」(7名、26%)と回答した受講生を合わせると良好な回答は全体の96%にのぼる。

詳しくは考察のページで述べることとする。

第6章 実証講座の実施による検証

(5) 講座の実施時間

続いて、講座の実施時間について、集計グラフを以下に示す。

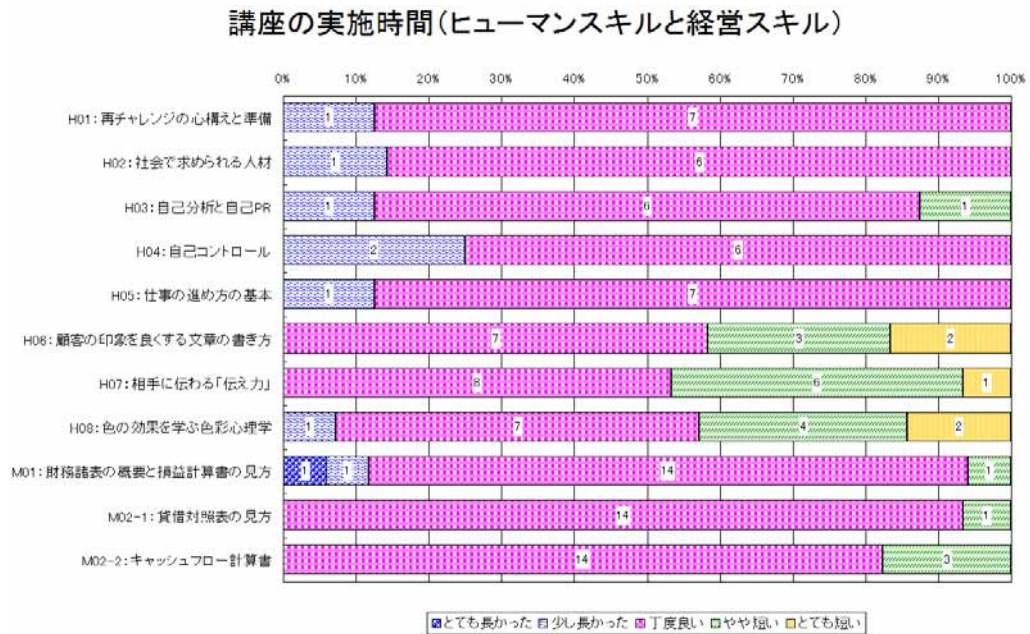


図 6-19 講座の実施時間 (ヒューマンスキルと経営スキル)

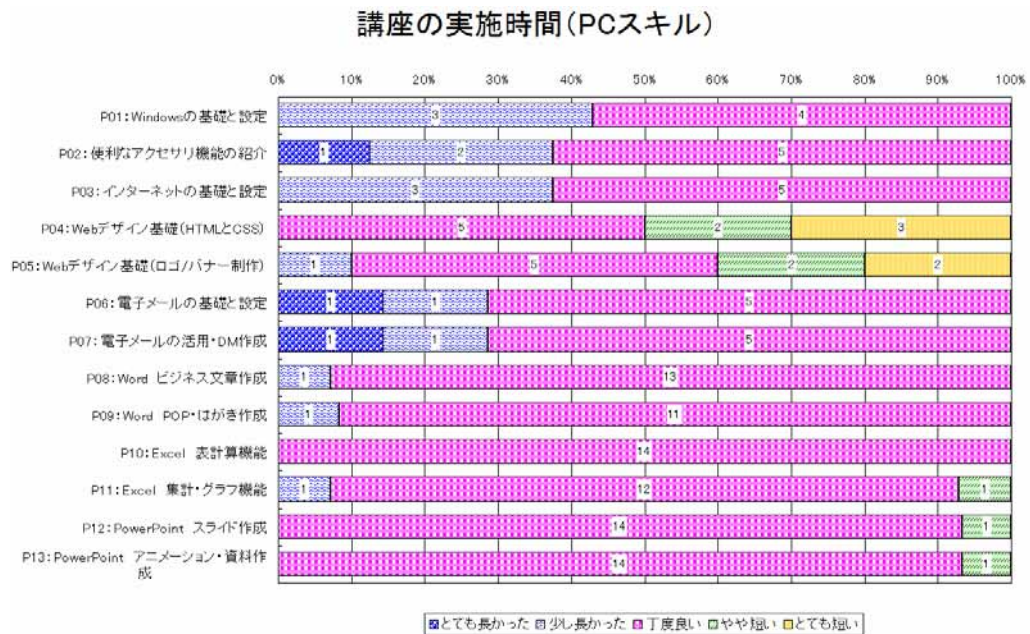


図 6-20 講座の実施時間 (PCスキル)

第6章 実証講座の実施による検証

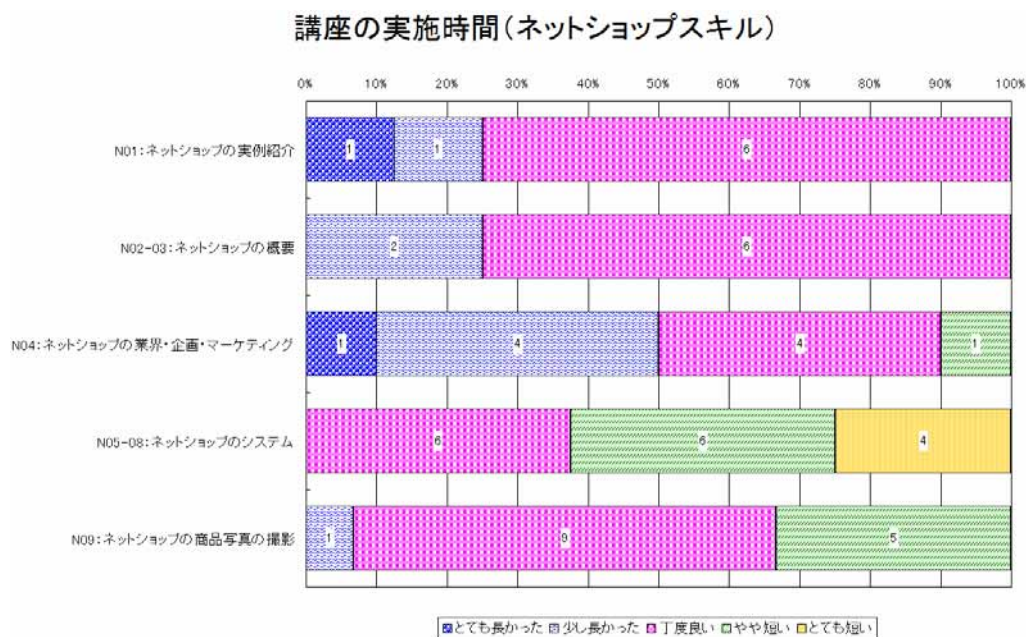


図 6-21 講座の実施時間(ネットショップスキル)

講座の実施時間については、講座によって差が現れた。

まず、ヒューマンスキルであるが、就職活動に大きく関わる H01～H05 の講座は、概ね「丁度良い」との回答を得た。

いっぽう、ネットショップ運営に大きく関わる H06～H08 の講座は、半数以上の受講生は「丁度良い」と答えているが、「やや短い」、「とても短い」と回答した受講生もいた。

次に、経営スキルは、概ね「丁度良い」との回答を得ており、受講生に対して適度なボリュームであることが分かった。

続いて、PC スキルであるが、Windows の基本的な P01～P03 および電子メールに関する P06～P07 の講座では、基本的な内容であり、概ね「丁度良い」との回答を得ているが、若干時間を長く感じている受講生もいることがわかった。

これに対して、Web デザインに関する P04～P05 の講座では、半数の受講生が「丁度良い」と回答し、残りの受講生は「やや短い」、「とても短い」と回答している。

また、Office (Word・Excel・PowerPoint) 関連の P08～P13 の講座では、ほとんど、あるいは全ての受講生が「丁度良い」と回答しており、経営スキル同様、受講生に対して適度なボリュームであることが分かった。

最後に、ネットショップスキルであるが、ネットショップの実例紹介および概要に関する N01～N03 の講座では、7割を超える受講生は「丁度良い」と回答しているが、「少し長かった」、「とても長かった」と回答する受講生もいた。

第6章 実証講座の実施による検証

また、ネットショップの業界・企画・マーケティング(N04)の講座では4割の受講生が「丁度良い」と回答し、半数の受講生が「少し長かった」、「とても長かった」と回答した反面、「少し短かった」と回答した受講生もいた。

これに対して、EC-CUBEを用いたネットショップのシステム(インストール・基本設定・カスタマイズ・テンプレート・アクセスアップ)に関する講座(N05~N08)では、4割近くの受講生は「丁度良い」と回答しているが、残りの受講生は「やや短い」、「とても短い」と回答していることがわかった。

さらに、商品の写真撮影に関する講座(N09)では、6割近くの受講生は「丁度良い」、3割強の受講生が「やや短い」と回答している反面、「少し長かった」と回答した受講生もいた。

(6) 講座の内容

次に、講座の内容について、集計グラフを以下に示す。

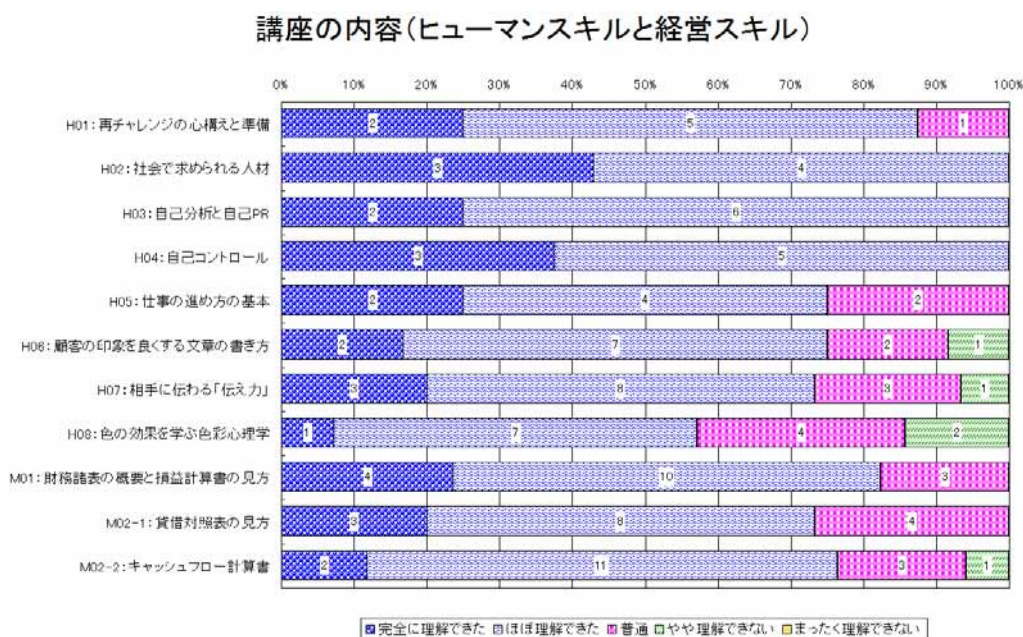


図 6-22 講座の内容(ヒューマンスキルと経営スキル)

第6章 実証講座の実施による検証

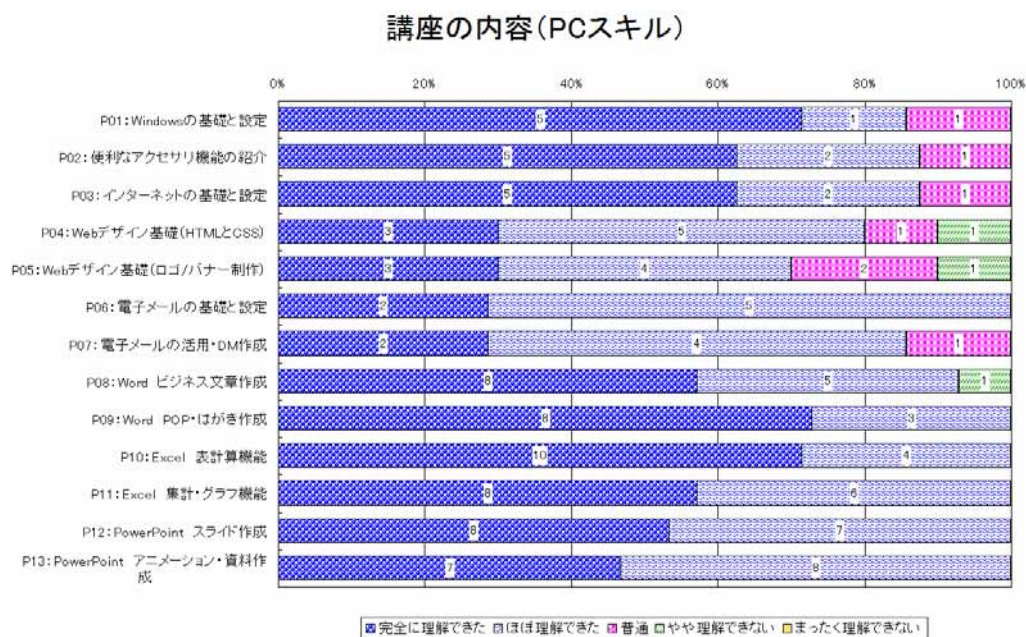


図 6-23 講座の内容 (PC スキル)

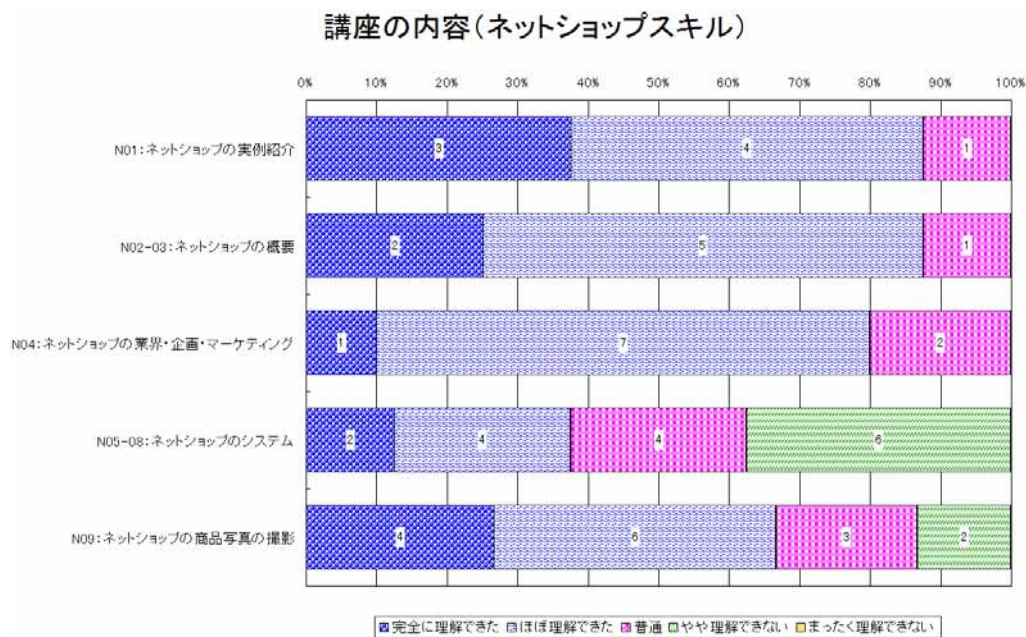


図 6-24 講座の内容 (ネットショップスキル)

講座の内容については、概ね良好な回答を得たが、講座によって若干の差が現れた。

まず、ヒューマンスキルであるが、就職活動に大きく関わる H01～H05 の講座は、概ねあるいは全ての受講生から「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」との回答を得た。

第 6 章 実証講座の実施による検証

いっぽう、ネットショップ運営に大きく関わる H06～H08 の講座は、若干「やや理解できない」と回答した受講生もいたが、5割～7割を超える受講生は「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」と答えている。

次に、経営スキルは、8割前後の受講生は「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」との回答を得ており、受講生に対して適度な難易度であることが分かった。

続いて、PCスキルであるが、Windowsの基本的な P01～P03 および電子メールに関する P06～P07 の講座、Office (Word・Excel・PowerPoint) 関連の P08～P13 の講座では、9割近く～すべての受講生から「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」との回答を得ており、受講生に対して適度な難易度であることが分かった。

いっぽう、Webデザインに関する P04～P05 の講座では、1名の受講生は「やや難しい」と回答しているが、7割～8割の受講生が「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」と回答している。

最後に、ネットショップスキルであるが、ネットショップの実例紹介および概要に関する N01～N03 の講座では、9割近くの受講生は「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」と回答しており、受講生に対して適度な難易度であることが分かった。

また、ネットショップの業界・企画・マーケティング (N04) の講座でも、8割の受講生が「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」と回答し、受講生に対して適度な難易度であった。

これに対して、EC-CUBE を用いたネットショップのシステム (インストール・基本設定・カスタマイズ・テンプレート・アクセスアップ) に関する講座 (N05～N08) では、4割弱の受講生は「やや理解できない」と回答しているが、同じく 4割近くの受講生は「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」と回答していることがわかった。

さらに、商品の写真撮影に関する講座 (N09) では、約 1割「やや理解できない」と回答した受講生もいたが、7割近くの受講生は「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」と回答している。

第6章 実証講座の実施による検証

(7) 講座の意見・感想

つづいて、講座やカリキュラムに対する意見・感想について記述されたものについてまとめた。

主なものや、特徴的なものについて、以下に列挙する。

- ・ヒューマンスキル系の講座は、職につけない者にとって非常に有益な講座であると思った。
- ・PCスキル講座とネットショップスキル講座の受講者レベルに大きな開きがあると感じた。講座を2つに分けるか、講座の軸足を再考するなどの見直しが必要であると思った。
- ・実習を伴う講座は10名くらいの受講生が適当であると思う。
- ・PC講座を集中して実施した後に、ネットショップスキル講座を実施する配分が良いと思った。
- ・講座科目が飛び飛びの時間割になっていたが、1科目を集中して実施したほうが良いと思った。
- ・ネットショップ体験談の授業を聞きたかった。
- ・ネットショップ講座自体はとても良いアイデアの講座だと思った。
- ・講座の全体的な時間がもう少し長くても良いと思った。特にEC-CUBEについては時間が不足していた。
- ・ネットショップのサイト制作だけでなく、在庫の管理法や商品の仕入れ方などの講座も実施してほしかった。
- ・ネットショップを開設するにあたって、ネットショップを維持していく勉強および具体的なフォローについての道を開いて欲しい。

第6章 実証講座の実施による検証

(8) 考察

実証講座の実施アンケートから読み取ることが出来る考察を述べる。

まずは、「講座を知ったきっかけ」であるが、まず全体の3割を超える受講生が「ハローワーク」、1割強の受講生が「若者しごとサポートセンター福岡」と回答しており、半数近くの受講生がこれらの就職支援施設でチラシを手に取り応募している事がわかる。

また、「受講を決めたきっかけ」で、約半数の受講生が「自分のキャリアアップに有効」、「自分のパソコンスキル向上に有効」、「自分のインターネットスキル向上に有効」と回答していることから、本講座では、就職につなげる意識が非常に高い受講生が集まったと考えられる。

さらに、「ネットショップの個人事業をしたい」と考えている受講生も3割程度いることから、企業への就職だけでなく、独立も視野に入れ、受講していると考えられる。

また、「講座を知ったきっかけ」で次に多い「知人からの紹介」、および「兄からの紹介」であるが、ヒアリング調査より、すでに本講座を受講している受講生や兄弟からのすすめで応募した受講生が複数いることから、本講座が受講生にとって有益な講座であると考えられる。

つづいて「講座を知ったきっかけ」の「Web サイト」であるが、今回の講座開催にあたり、ポータルサイトである「福岡タウンネット」、「セミナーポータル情報サイト in 福岡」、「ふくおかWeb」、「google」、「goo」に登録を行った。

さまざまなキーワードを用いた検索結果および順位については、「6-2. 実証講座の受講生募集」に記述している。

以上の検索結果、また Web サイトで講座を知った受講生が15%いることから、検索サイトおよびポータルサイトに講座を掲載することが有効であると同時に、就職や講座に関連するキーワードで Web サイトを検索し、応募した受講生が多いことが考えられる。

第6章 実証講座の実施による検証

次に、講座の実施時間に関しては、就職活動に大きく関わるヒューマンスキル、経営スキル、Windows 基礎および Office 関連の PC スキルに関しては、概ね「丁度良い」との回答をいただき、ボリュームとして適量であったことが伺える。

また、ネットショップ運営に大きく関わるヒューマンスキル、Web デザインに関する PC スキル、EC-CUBE を用いたネットショップスキルでは、「丁度良い」と回答した受講生も多かった反面、「やや短い」、「とても短い」と回答した受講生も多かった。

続いて、講座の難易度であるが、講座の実施時間同様、こちらも概ね良好な回答を得ることができた。就職活動に大きく関わるヒューマンスキル、経営スキル、Windows 基礎・Office 関連の PC スキル、ネットショップの実例・概要関連のネットショップスキルに関しては、多くの受講生が「完全に理解できた」、「ほぼ理解できた」と回答している。

いっぽう、ネットショップ運営に大きく関わるヒューマンスキル、Web デザインに関する PC スキル、EC-CUBE を用いたネットショップスキルでは、こちらも講座の実施時間に比例して「やや理解できない」と回答する受講生が若干存在した。

しかし、分野別の満足度、講座の満足度では、受講生から非常に好評を得ており、また、講座の実施時間のアンケートで「やや短い」、「とても短い」との回答を得ていることから、これらの講座へもっと多くの時間を割当てることで、さらに受講生の理解を深めることができるかと大いに考えられる。

外側：講座全体の時間
内側：ネットショップシステムの時間

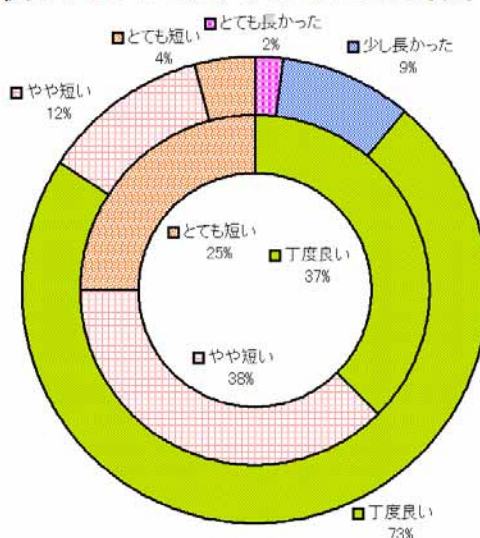


図 6-25 講座全体の時間およびネットショップシステムの時間

第6章 実証講座の実施による検証

また、記述式の講座の意見・感想より、PCスキルとネットショップスキルのレベルの開き、時間割の構成が各スキル交互に実施したことについての意見があった。

比較的平易なPCスキル講座を先に実施し、その後にネットショップスキルの講座を行ったほうが良いとの意見も複数寄せられた。

さらに、実習系の講座に関しては、10名程度の受講生が適当との意見や、ネットショップの体験談や在庫管理・商品仕入に関する講座を行って欲しいとの意見もいただいた。

また、ネットショップ開設後に関して、ネットショップを維持していくための勉強や具体的なフォローについての要望も寄せられた。

このことより、講座としては、好評ではあるが、さらにより良い講座を目指すにあたり、工夫を行う必要があると考えられる項目について、以下に示す。

ネットショップに関するスキル、EC-CUBE等を操作するためのアプリケーションおよびWebデザインの知識に関する講座にける時間をさらに増やす。

講座を実施する順番について、実習系の講座に関しては、先にWindows、Officeに関する基本的な講座を行い、その後、Webデザイン、EC-CUBE等の講座を行う。

実習系の講座については受講者数を減らす、講座を複数に分ける、あるいはサブ講師を配置し、操作の分からない受講生については随時フォローができる体制を整える。

講座終了後も、ネットショップ開設後の維持について、問題解決を図ることができる、受講者同士あるいは受講者と講師のコミュニティ等を作成する。

これらの工夫により、さらにより良い講座への改善ができることが考えられる。

最後に、分野別の満足度では、「ネットショップスキル系」、「PCスキル系」、「経営スキル系」の分野で3割前後の受講生が「大変満足」と回答している。「やや満足」を含めると、いずれの講座も5割～6割以上の好評な回答、また「普通」を含めると9割前後の良好な回答を得ることができた。

特に「ヒューマンスキル系」では、7割を超える受講生が「大変満足」、「やや満足」と多くの受講生が好評な回答を示し、「普通」を含めると、一人を除くすべての受講生から良好な回答を得た。

さらに、講座全体の満足度でも、7割を超える受講生が「大変満足」、「やや満足」と好評な回答を示し、「普通」も含めて96%の受講生から満足度に対して良好な回答を得た。

このことから、本講座は、再就職を考えている受講生にとって、非常に有益な講座であったことが伺える。

第6章 実証講座の実施による検証

6.6 実証講座のキャリアカウンセリング実施

(1) キャリアカウンセリングの日程

2009年2月6日(金)・13日(金)・16日(月)・18日(水)・19日(木)の5日間にわたり、希望者に対して講座終了後に1人あたり30分間の個別キャリアカウンセリングを実施した。

キャリアカウンセリング実施日程の詳細を以下の表に示す。

表 6-10 キャリアカウンセリング実施日程

日 程	時 間 帯	実施人数
2月6日(金)	17時30分～19時00分	3名
2月13日(金)	16時00分～18時30分	5名
2月16日(月)	17時30分～19時00分	3名
2月18日(水)	17時00分～19時30分	5名
2月19日(木)	17時30分～18時30分	2名

(2) 受講生データ

次に、キャリアカウンセリングを希望した受講生のデータを以下に示す。

キャリアカウンセリング希望者は、26名中18名であった。

このうち、男性は13名、女性は5名であった。

つづいて、キャリアカウンセリング希望者の年代および性別について、以下の表およびグラフに示す。

表 6-11 キャリアカウンセリング年代別希望者

年 代	男 性	女 性	合 計
20代	5名	0名	5名
30代	4名	2名	6名
40代	2名	3名	5名
50代	2名	0名	2名

第6章 実証講座の実施による検証

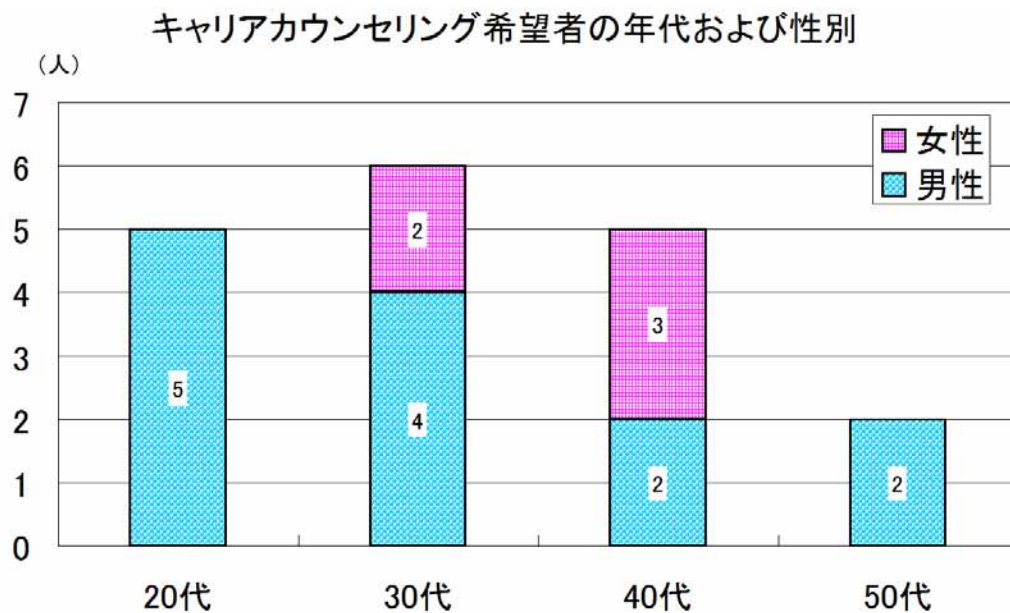


図 6-26 キャリアカウンセリング希望者の年代および性別

年代別に見ると、30代が一番多く6名、つづいて、20代および40代が5名、50代が2名であった。

30代を中心にキャリアカウンセリングに興味を持ち、希望した受講生が多いことが伺える。

性別で見ると、男女で異なる傾向が見られた。

男性は20代が一番多く5名、つづいて30代が4名、40代および50代が2名と、世代が若いほど希望者が多かったことが分かった。

これに対し、女性は40代が一番多く3名、つづいて30代が2名であり、40代を中心に希望者が集まった。

第6章 実証講座の実施による検証

(3) 講座受講の理由

つづいて、キャリアカウンセリングを希望した受講生が講座を受講した理由についてヒアリングを行った結果を、以下のグラフに示す。

以下の結果より、キャリアカウンセリング希望者のうち、「職業講座なので希望した」と11名の受講生が回答し、6割を超える結果となった。

また、「ネットショップをやってみたい」と回答した受講生は約4割の7名であった。

キャリアカウンセリング希望者の講座受講理由

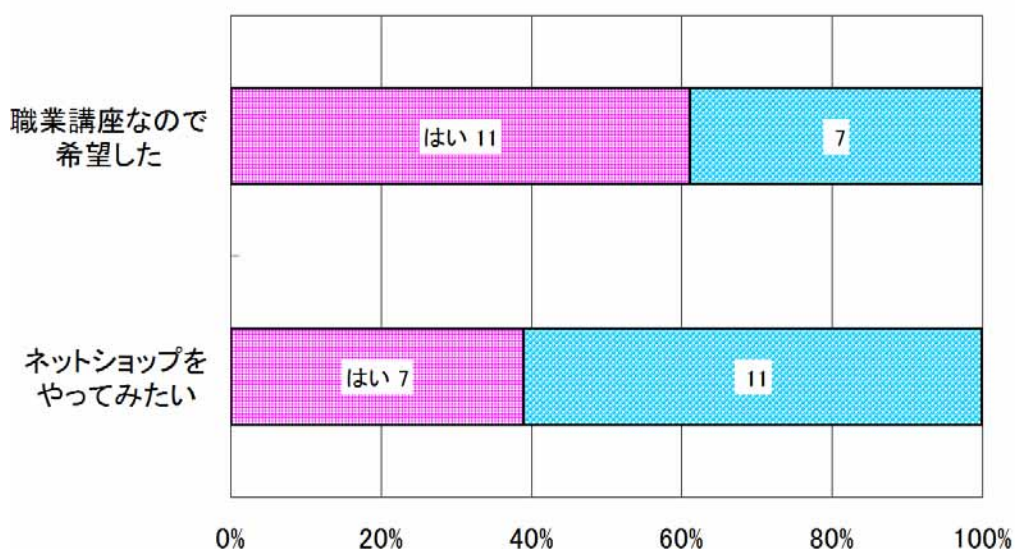


図 6-27 キャリアカウンセリング希望者の講座受講理由

(4) 講座内容

次に、キャリアカウンセリング希望者の、講座内容の難易度について、ヒアリングを行った結果を実習系・座学系に分けて次ページのグラフに示す。

実習系の講座では、対照的な回答が得られた。

「PCスキル系」は、すべての受講生が「やさしかった」、ほとんどの受講生が、今までのPCスキルの確認・復習ができ、非常に役に立ったと回答した。

これに対し、「ネットショップスキル系」の講座では、1名の受講生を除き、非常にためになったが「むずかしかった」との回答を得た。

なお、「易しかった」と回答した1名の受講生は、もともとネットショップ運営を経験していたことがヒアリングにより分かった。

第6章 実証講座の実施による検証

キャリアカウンセリング希望者の実習系講座難易度

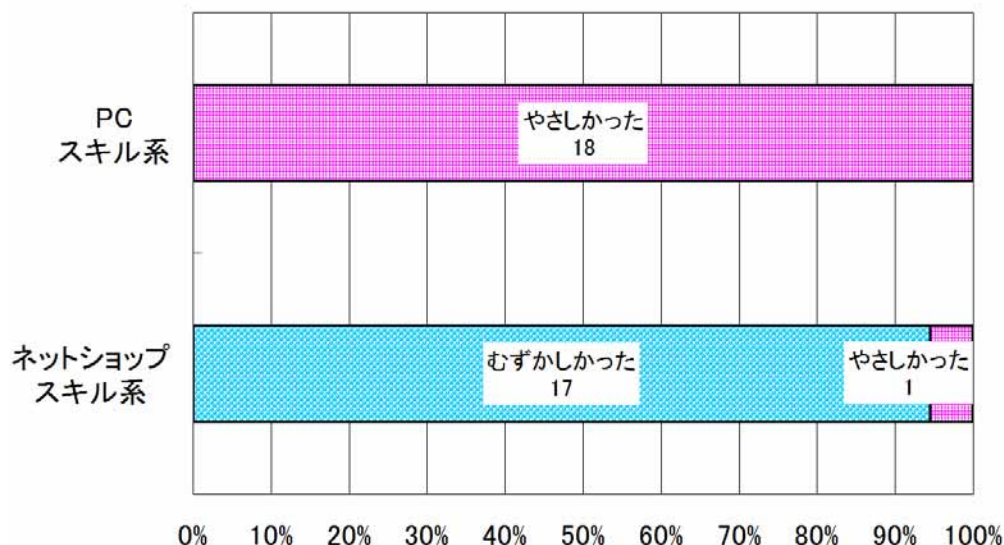


図 6-28 キャリアカウンセリング希望者の実習系講座難易度

キャリアカウンセリング希望者の座学系講座難易度

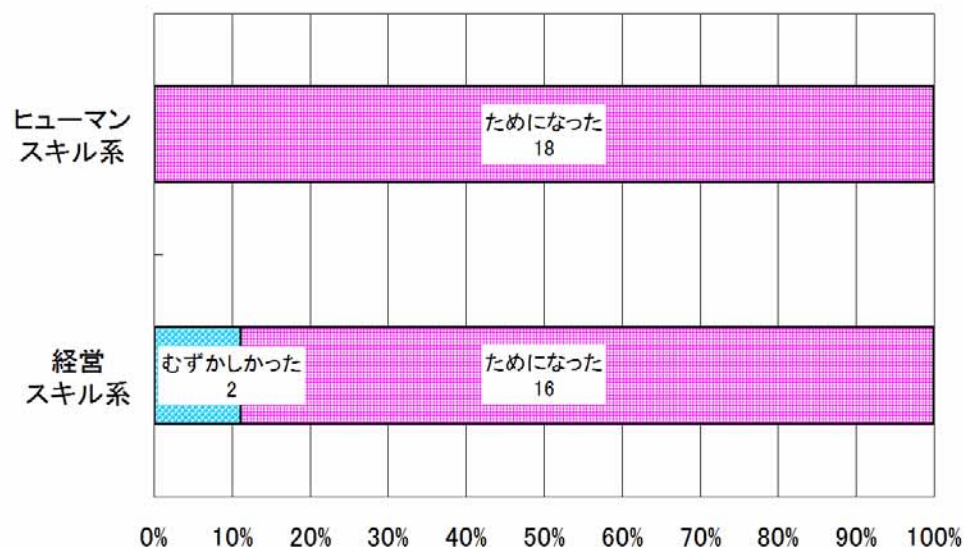


図 6-29 キャリアカウンセリング希望者の座学系講座難易度

次に、座学系の講座であるが、こちらは、「ヒューマンスキル系」、「経営スキル系」とともにやさしかった、非常に「ためになった」との回答を得た。

ヒューマンスキル系ではすべての受講生が、自己分析や目標設定、話し方・伝え方など非常に「ためになった」と回答したが、経営スキル系は、18名中2名の受講生が「むずかしかった」と回答した。

この2名は20代男性の受講生であり、専門の言葉や会計という分野が、難しいと感じたようである。

第6章 実証講座の実施による検証

(5) 就業キャリア

つづいて、キャリアカウンセリング希望者における就業キャリアの有無について、以下のグラフに示す。

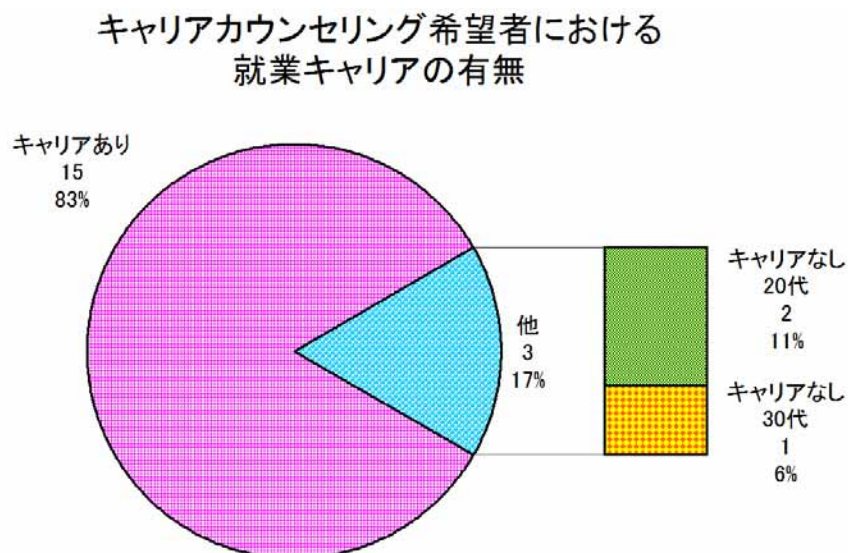


図 6-30 キャリアカウンセリング希望者における就業キャリアの有無

ヒアリングの結果より、18名中15名の受講生が、今までに就業経験があり、3名の受講生は、まだ正社員としての就業経験がないことがわかった。

就業経験がない3名の受講生のうち、2名は20代、1名は30代であった。

(6) 就業希望

次に、キャリアカウンセリング希望者における就業希望について、次ページのグラフに示す。

第6章 実証講座の実施による検証

キャリアカウンセリング希望者における就業希望

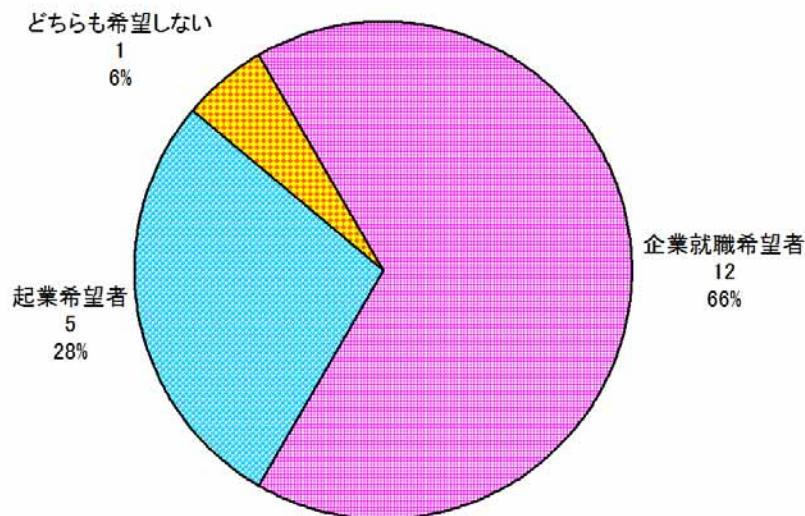


図 6-31 キャリアカウンセリング希望者における就業希望

ヒアリングの結果より、全体の 1/3 である 12 名が「企業への就職」を希望し、3 割近くの 5 名がネットショップ事業を「起業」したいと希望していることがわかった。

また、1 名の受講生が、「どちらも希望しない」と回答しているが、この受講生はまだ結婚したばかりであり、この先何をするのか、はっきりとした目標が定まっていない様子であった。

また、受講期間中に、この中から 2 名の就職が決定し、就業した。

就職が決定した 2 名の詳細を以下に示す。

表 6-12 受講期間中に就業した受講者詳細

年代	性別	詳細
50代	男性	SE 職（正社員）
40代	女性	市職員（臨時職員）

このうち、市の臨時職員に就職が決定した受講生は、今までも市の職員としてキャリアを積んでいた。

ヒアリングにより、市の臨時職員として働きながら、ネットショップの事業を立ち上げたいということがわかった。

第6章 実証講座の実施による検証

(7) カウンセリング記録

つづいて、各カウンセリング希望者の「受講の理由」、「現在状況のヒアリング」、「希望勤務形態」、「前職を辞めた理由」、「将来の目標」、「講師の評価・所感」についての記録を以下に示す。

面談 No.	1	性別	男性
出席番号	5	年齢	23 歳
受講の理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 専門学校時代の先生より紹介を受けた ・ 何もやっていない毎日が苦痛だったため、生活リズムを取り戻したく受講した 		
現在状況のヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・ 貯金も 30 万円を切ってきたので、早く仕事を見つけない ・ 悩んでいても仕方が無い 		
希望勤務形態	<ul style="list-style-type: none"> ・ 正社員 		
前職を辞めた理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 退職する直前、最後の出向先にてきちんと仕様書が下りて来ず、4 ヶ月経過してもやる事がなかったが、納期は延びず、納期直前は大変なことになると思い出向先を辞めさせてもらった ・ 自社で社内開発に就いてもやる気が出ず、このままであると会社に迷惑がかかると思い、休息とやる気を出すために退社 		
将来の目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自分一人の力でゲームを作る（プログラム、グラフィック、シナリオ、音楽） ・ コミケにサークル参加 ・ フィギュアをフルスクラッチで作成 		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・ 明るく、前向きでとてもポジティブ ・ 理解力も高く、講座の課題も素早く取り組む姿勢が伺える ・ 自己分析もきちんとできており、生活態度も計画的に行っている ・ 退職時には 100 万円貯蓄があり、その貯蓄の切り崩しで今まで生計を立てている ・ アルバイトなどは特に行っていない ・ 希望職種はプログラマー、グラフィッカー、ゲーム・PC 関係の仕事 ・ 働くのであれば、好きなことをやっていたい 		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	2	性別	男性
出席番号	8	年齢	23歳
受講の理由	・専門学校時代の先生より紹介を受けた		
現在状況のヒアリング	・専門学校在学中に統合失調症になり、2007年11月より療養中		
希望勤務形態	・正社員が難しい状態、もしくは正社員勤務後に独立・起業を考えている		
前職を辞めた理由	・就業経験なし：単発アルバイト経験は若干あり		
将来の目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ゲームの企画・制作・プログラマー希望 ・自分好みのゲームを制作している会社を希望 		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・とても「こうでなければならない」と自分の中で決めつけが多い ・深く考えすぎるところが多い ・自分で納得するまで動かない ・統合失調症で集中できなくなったと本人が自覚しているが、講座の範囲ではそれは見受けられない ・プレッシャーにとっても弱い ・働くということの実績がアルバイト経験でもないので、ヒューマンスキルアップのトレーニングが必要 		

面談 No.	3	性別	男性
出席番号	7	年齢	25歳
受講の理由	・専門学校時代の先生より紹介を受けた		
現在状況のヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・スキル不足で、自分の能力が世間で通用するのか不安 ・卒業してからの空白について問われると答えづらい 		
希望勤務形態	・正社員が安定しているため希望		
前職を辞めた理由	・就業経験なし：短期アルバイト勤務		
将来の目標	<ul style="list-style-type: none"> ・プログラマーに限らず、PC関連を希望 ・地区も福岡に限らず、大阪、東京でも可 		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・正社員で仕事をする上で、スキル不足を感じているが、アドバイスとして資格の勉強を勧めても、首をたてになかなか振らない ・短期アルバイトで、接客を主に行っている ・電気店アルバイト：商品の搬入出・出荷・検品・接客 ・アミューズメント施設アルバイト：接客・レジ・館内清掃 ・働くにあたり、不安からか理屈が多く前に進まないため、時間をかけたキャリアカウンセリングが必要 		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	4	性別	女性
出席番号	11	年齢	40歳
受講の理由	・友人がネットショップを開設するので、その業務を手伝うため		
現在状況のヒアリング	・一からネットショップを自分で立ち上げる気持ちはないが、更新やアップ作業を手伝うため、少しでも知識を身に付けたい		
希望勤務形態	・正社員は強く希望していない ・複数の友人が起業するため、それを手伝いながら派遣で就労してもいいと考えている		
前職を辞めた理由	・前職は20年8ヶ月勤務 ・早期退職のため、会社都合で退社		
将来の目標	・派遣で少し仕事をしながら、友人の仕事を手伝う ・できればホームページ更新や画像のアップなどの仕事が希望		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・意識も高く、マナーもしっかり身につけており、正社員での経験キャリアが講座の中でも活かされている ・今まで転職経験が一度しかないため、自己分析をするのが始めて ・自己分析講座では、なかなか自分が見えずに時間がかかっていた ・起業するにあたってのメリット・デメリットなどの質問が多い ・講座を学ぶ意識も高く、自分に足りないものもよく把握している ・受講生同士ではあまり喋らないが、講師とはよく喋る ・性格も明るく前向き 		

面談 No.	5	性別	男性
出席番号	1	年齢	21歳
受講の理由	・しごとサポートセンターのすすめ		
現在状況のヒアリング	・父親が来年定年のため、一刻も早く就職したい		
希望勤務形態	・雇用形態についての把握ができていない		
前職を辞めた理由	・就労経験なし		
将来の目標	・早く職に就き、安定した生活を送りたい。また、以前製造関係のセミナーを受けたので、それを活かした仕事をしたい		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・講座内容についてきているのは3割程度で、非常にまじめではあるが、テンポがとても遅く、理解に時間がかかる ・コミュニケーション能力が低いので、単純作業業務が適していると思われるが、速度が遅いため、困難である ・就労経験が数日しかなく、アルバイトの経験もないので、非常に厳しい状態 ・しごとサポートセンターなどのセミナーや相談には、よく通っているようだが、身につけている様子がない ・まわりとのコミュニケーションもとろうとしないので、職業スキルをつけるにはとても時間が必要 		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	6	性別	女性
出席番号	9	年齢	36歳
受講の理由	・ネットショップに興味があったため		
現在状況のヒアリング	・考えていたよりネットショップが難しく、経理やマーケティングも理解できない為、前職のパンを作る仕事を希望		
希望勤務形態	・就労するというより、自分で何かできる範囲のことをやりたい		
前職を辞めた理由	・パン講師は好きな仕事だが、時間に追われ一人ひとりを見ることができず、時間内に終わらせることだけに集中しなければならなかった為、時間に終われないパン作りで人に教えたい		
将来の目標	・自営でパンの教室や販売		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・講座の受講態度もとてもよい ・講座の進み具合も一番早く身につけている ・目標設定もきちんとできている ・自己分析・目標設定などで書くことはできるが、それを具体的に動くことができない ・パンの講師を前職でしていたので、今現在もそれを強く希望 ・まず勤務するのか、自分自身でやるのかをヒアリングし、勤務では考えていないとのことなので、できることを一緒に考え、まずは自宅でパンを製造し、それを小売するルートから考え、自宅もしくは場所を借りてパン教室をする計画を立てる 		

面談 No.	7	性別	女性
出席番号	3	年齢	31歳
受講の理由	・兄に勧められて受講		
現在状況のヒアリング	・結婚し、結婚式の準備まで何かしようと思った		
希望勤務形態	・特に正社員希望でもなく、ボランティアなどでもよい		
前職を辞めた理由	・結婚による転居の為、通勤が困難なことにより、寿退社		
将来の目標	<ul style="list-style-type: none"> ・事務かホスピスのような医療系の仕事 ・医療事務ではない 		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒューマンスキル講座では、欠席や遅刻が多いが、理由は病院通いや結婚式の準備など ・特にネットショップを希望してはいない ・受講態度は非常にまじめで、性格もおとなしい ・以前大病を患ったため、医療関係の仕事を希望 ・具体的に病気の方々をケアする仕事（ホスピス） ・ホスピスの講座を受講予定、そのような就労があれば紹介してほしいと希望 		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	8	性別	男性
出席番号	2	年齢	33 歳
受講の理由	・ 現在もチケットをネットで売買しており受講		
現在状況のヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・ 8 年間アルバイト勤務 ・ 大学時代になぜ就職活動しなかったのか尋ねたところ、足が悪いことを説明するのが面倒だったため ・ 障害者認定がおりれば障害者枠で就職できるが、今の段階ではそれができない 		
希望勤務形態	・ 特に正社員希望でもない		
前職を辞めた理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社員がほかの人に対しての暴言が酷かった ・ インターネットを始めて夜更かしが多くなり、生活のリズムがとりづらかった 		
将来の目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 足が悪いので、動きが少ない業種が希望 ・ 正社員希望、電車通勤ができるところ 		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・ にこにこ印象は良く、受講態度もよく聞いている ・ 足が悪く、走ることができないが、障害者認定がおりず ・ 就職から逃げている感じが大きい ・ 現在自分の持ち家があり、生活はイベントのチケットをネットで売買しているため、生活費に困らず、今のままでも不自由はない為、危機感・職業観がない 		

面談 No.	9	性別	男性
出席番号	4	年齢	46 歳
受講の理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ デザイン系を学びたい Access - SQL - PHP の流れ ・ 職業を紹介してもらえないのではないかと志望 		
現在状況のヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自分の知らない知識を学ぶので面白い、HTML の知識をつけたい ・ ネットショップの知識を使ってデータベースをやりたい 		
希望勤務形態	・ 正社員・総務・人事・ネットワーク管理、PC を活かせる仕事		
前職を辞めた理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ システムの保守・運用管理等の職種に従事 ・ ほとんど不満や人間関係で退職 		
将来の目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生活のできる程度の仕事で、ずっと続けられるようになりたい ・ 人に教えることが嫌いではないので、インストラクタ職なども考えている 		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・ 退職理由が非常に後ろ向きな点が多いので、面接での対応に注意するようにアドバイス ・ 企業とソフト会社の橋渡しの仕事を希望している様子 ・ 自分の性格も踏まえ、裏方的な仕事に力を発揮できると考えている ・ 現在独身であり、生活できる程度で、と就職に対する意欲が低下している様子が、発言の中から多々伺える ・ 年齢・キャリアで今できることを見つけ、決して卑下せずに仕事を探すチャレンジを怠らないようにアドバイス 		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	10	性別	男性
出席番号	24	年齢	39歳
受講の理由	・起業することを目的としているので、一般的に学びたい		
現在状況のヒアリング	・就職活動で11社受けるがほとんどが書類選考に受からず ・起業することを90%以上考えている		
希望勤務形態	・ネット販売による小売業からの業務立ち上げ希望		
前職を辞めた理由	・技術営業・企画・設計・開発を経験。海外での駐在経験有 ・残業が非常に多く、1週間に2~3人退職する職場環境		
将来の目標	・企画した商品で企業 ・短期目標：経済的基盤を作り、事業の立ち上げ黒字化に力を注ぐ ・中期目標：5年後年商5億円、独立商品の確立 ・長期目標：年商10億円、経営の安定		
講師の評価・所感	・非常に優秀で、どの講座も真面目に前向きに取り組んでいる ・内容はすべて把握しており、非の打ちどころが無い ・意識も非常に高く論理的、独立に向けて動き出している様子		

面談 No.	11	性別	女性
出席番号	13	年齢	43歳
受講の理由	・健康食品のネット販売をしたい為、ノウハウを学びたい		
現在状況のヒアリング	・就職が決まり、講座終了後から勤務する		
希望勤務形態	・臨時職員を行いながらネットショップを立ち上げたい		
前職を辞めた理由	・期間満了のため		
将来の目標	・食と健康に関する仕事 ・信頼できる仲間と福利厚生がしっかりしている職場で仕事をしたい ・将来できれば独立したい		
講師の評価・所感	・ネットショップの立ち上げにすごく意欲を持っているが、自宅の住所などを載せたくない、個人名を挙げたくないなど、ネットショップを開設するにあたり必要なことを避けている傾向にあり、本当にネットショップをやりたいのか疑問に思う点が多い ・半年で部署移動し、この先臨時職員でやってく決意がある様子 ・自分の意思ややりたいことには何が必要で何ができないのか、またはできるのかを良く思案するようにアドバイス ・仕事に対する意識がとても低い		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	12	性別	男性
出席番号	12	年齢	38歳
受講の理由	・何か就職活動に役立つのではないかと思い志望		
現在状況のヒアリング	・講座を受講し、個人でネットショップを立ち上げるのは難しいと判断		
希望勤務形態	・正社員		
前職を辞めた理由	<ul style="list-style-type: none"> ・システム開発、アウトソーシング人材派遣会社の営業を経験 ・1社目は祖母の介護を父一人で行うのは大変だと思い退職 ・2社目は管理職になり残業手当がつかず士気がダウンし退職 		
将来の目標	<ul style="list-style-type: none"> ・配偶者がおり、生活の安定が第一 ・ルート営業や訪問販売以外の営業であれば出来る ・介護職も検討している 		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・あまりやりたいことについての限定がなく、なんでもこなす ・仕事を正社員で携わりたいと希望している ・あまり積極的ではないが、介護などの仕事も視野に入れている ・誠実なので介護職は向いている要素があるが、給料が安い点が気になるとのことで、調べてから検討することをアドバイスする 		

面談 No.	13	性別	男性
出席番号	25	年齢	51歳
受講の理由	・将来の独立を考えているため受講		
現在状況のヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・システム開発のプロジェクトを経験 ・前職の紹介で内定 		
希望勤務形態	・正社員を希望		
前職を辞めた理由	・結婚により福岡に永住するため		
将来の目標	60歳以上になって、福岡で独立することを考えている		
講師の評価・所感	・ヒアリング時には、就職が内定し、東京での開発プロジェクトに参加決定		

面談 No.	14	性別	男性
出席番号	17	年齢	54歳
受講の理由	・何か就職に役立つのではないかと受講を希望		
現在状況のヒアリング	・年齢的に厳しいので、独立を考えている		
希望勤務形態	・正社員があれば希望、独立も考えている		
前職を辞めた理由	・給与未払いのため		
将来の目標	・今まで経験した広告代理業、もしくはサービス業を希望		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・非常に面倒見が良く、丁寧に教えることができる ・管理職を経験しており、人の話をまとめることにも長けている 		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	15	性別	男性
出席番号	14	年齢	27歳
受講の理由	・どんな仕事に向くのか迷っているため		
現在状況のヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・専門学校福祉学科を卒業後、派遣での製造業を経験 ・福祉の仕事は精神的にも肉体的にも厳しいことを学校の実習で感じたので、福祉の仕事をする気持ちは無い ・できれば自宅の近くで働きたい 		
希望勤務形態	・正社員があれば希望、独立も考えている		
前職を辞めた理由	・派遣で契約満了のため		
将来の目標	・ネットショップの仕事であればアルバイトでも可		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・仕事を探す範囲がとても狭く、自宅の近くだけで探しても絶対数が少ないことの説明をする ・通勤がきついとのことであったが、通っている人はたくさんおり、通勤がきついのでは仕事もできないので、再度優先順位はなんであるかをしっかり考えるようにアドバイス ・依存的傾向があるので、働くということは自立することを話す 		

面談 No.	16	性別	男性
出席番号	22	性別・年齢	48歳
受講の理由	・なにか出来ることがあるかと思い、受講を希望		
現在状況のヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・長年、複数の企業で医薬品業界の営業職に従事 ・年齢的に難しいと思うので、他の仕事で探している 		
希望勤務形態	・正社員を希望		
前職を辞めた理由	・派遣切りのため		
将来の目標	・博多人形の弟子入りをしているが、それだけでは食べていけないので、その穴埋めをできる仕事を探したい		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・職業についてあまり考えている様子は伺えず ・趣味がトライアスロン本人もそこまで生活に困ることはなく、趣味に差し障りがない程度での仕事を考えているとのこと ・趣味が多趣味なので、優先順位と将来をよく考えた上で活動をおこすようにアドバイスする 		

第6章 実証講座の実施による検証

面談 No.	17	性別	男性
出席番号	20	年齢	37歳
受講の理由	・ ネットショップを現在行っており、さらに学びたいと思い受講		
現在状況のヒアリング	・ 現在ネットショップを運営している		
希望勤務形態	・ フリーでネットショップを行う		
前職を辞めた理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 以前広告代理店を開業、プロダクションアシスタント、デザイン制作等の仕事にも従事 ・ 再度独立を考えているため 		
将来の目標	・ 実家に帰り、生活費があまりかからない環境なので、再度独立を検討したい		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・ 非常に客観的に講座に参加している ・ ネットショップの知識もあるので、とても前向き ・ 家族もあり、今後の生活・仕事に対するビジョンはしっかりと計画ができています 		

面談 No.	18	性別	女性
出席番号	23	年齢	42歳
受講の理由	・ ネットショップを始めて独立したいため		
現在状況のヒアリング	・ ネットショップを検討しつつ、就職活動を行う		
希望勤務形態	・ 正社員を希望		
前職を辞めた理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療事務・福祉相談・先物取引営業等に従事 ・ 勤務時間が長く、休みもなかなか取れない状況 ・ 相場により給与が左右されるので、生活が不安定になるため退職 		
将来の目標	・ 福岡市内で正社員営業の仕事に就きながら生活を安定させ、ネットショップもその合間に行いたい		
講師の評価・所感	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業職を希望しているが、年齢的なことと女性だということで、最終的に断られるとのことで、女性が多い職場にも目を向けて活動することも検討するように指導 ・ ネットショップに関しては、正社員で仕事をしながら副業的にやりたい様子 ・ ネットショップ経験者の受講生にも積極的に話を伺っており、前向きである ・ 講座の中でも発表やPRがとても上手 ・ 営業経験から、説明することにも長けている 		

第6章 実証講座の実施による検証

(8) キャリアカウンセリング総評

キャリアカウンセリングを行った結果、現在までの就職活動期間については、それぞれの差があることがわかった。

就職活動期間が長い受講生は4年であったが、その他の受講生は、活動期間が1年～数ヶ月、短い期間では昨年秋に退職した受講生もいた。

カウンセリングを行った中で、求職者全員が明確な目標を持つことができるように、ヒューマンスキル講座の中で自己分析を行った。

また、自己分析講座を受講していない受講生に関しては、カウンセリングの中で、目標を決めることができるように目標設定を行い、就職に関して具体的な活動計画を立て、講座の期間が終了しても、一人で就職活動が進められるように指導を行った。

また、企業へ就職をするのか、また起業するのかについては、20代の受講生については全員が「企業への就職」を希望した。

これに対して、40代以上の受講生については、「企業への就職」するのか、またはネットショップあるいは今までのキャリアに関わる仕事について「起業」するのか、思案している受講生がほとんどであった。

これらの受講生に対しては、ネットショップを始める場合でも、自分の考えで何をするのかを考え出せていない状態であったので、年齢的に少しは自分の目で見ても確かめ、動いた方がよいことを話し合った。

また、就業への焦りから、講座を受講することにより、仕事の紹介をしてもらえるという、依存型の傾向も大いに見られたため、自らの力で就職をしていく、という意識を持つように指導を行った。

第7章 総括

今回の実証講座では、「ヒューマンスキル系」、「経営スキル系」、「PCスキル系」、「ネットショップスキル系」と大きく分けて4系統のべ120時間の講座を行ったが、いずれの系統も、受講生から非常に好評な回答を得ることができた。

また、2ヶ月通して無遅刻無欠席の受講生が4名おり、また通し受講と部分受講を合わせても半数以上の受講生が無欠席で講座に通ったことを考えると、受講生にとって、本講座が非常に有益なものであったと考えられる。

また、本講座を募集した結果、非常に就職に関して意識の高い受講生が集まったことも、今回非常に大きな収穫であった。

同時にキャリアカウンセリングを行うことにより、就職に関して悩みや迷いを持つ受講生に対し、円滑な就職活動を行う為の指導を行うことができた。

また、好評を得ながらも、今回の実証講座での反省点は、ネットショップの操作実習関連の講座の時間数が少なかったという点、PCスキルおよびEC-CUBEや写真撮影等のネットショップスキル、操作実習関連の講座では、人数を調整する、あるいはサブ講師を配置するべきである点、ネットショップの体験談や、在庫管理・商品仕入に関する講座の要望、ネットショップ開設後のフォローができるコミュニティの作成等である。

これらの点を改善し、さらにより良い講座を開催していきたい。

また、今回の事業活動を行ったことにより、実際にネットショップに興味を持ち、運営を始めようと検討している受講生がいることや、実際に本講座を授業に組み込む検討をしている専門学校もあることから、本事業活動が実際に活用されるという、大変喜ばしい結果を生んでいる。

今後は、本講座において、さらにネットショップの店長育成の為の内容充実を図るとともに、地域企業の商品・特産物の販売活性化、また地域におけるネットショップ店長人材・雇用の活性化につながれば幸いである。

