

## - 目次 -

第1章 ネットショップビジネスの概要	1
1.1 ネットショップの現状と概要	1
(1) ネットショップの概要	1
(2) 一般的な小売業とネットショップの違い	1
(3) 電子商取引の形式	2
(4) ネットショップ立ち上げの流れ	4
(5) 市場認識	5
(6) ネットショップの特徴	14
(7) ネットショップで売れない(売ってはいけない)もの	17
1.2 実際の出店にかかる作業・行動を把握する	18
(1) 出店までの道のり	18
(2) 商品を決める・商品の決め方	19
(3) 仕入れ	23
(4) ネットショップの選び方	24
(5) 出店前に準備すること	25
(6) 決済方法の種類	26
(7) 配送方法	27
(8) 送料・手数料	28
(9) 返品・交換	29
(10) ネットショップにかかわる諸手続き・法律	30
第2章 ネットショップの開店準備	33
2.1 ネットショップの基礎用語	33
2.2 ネットショップの出店場所	35
(1) ASP・SaaS	38
(2) 無料ECパッケージ	40
(3) Webページ・ブログ	45
(4) アフィリエイト・ドロップシッピング	50
2.3 ネットショップの決済方法・配送方法	53
(1) 決済方法	54
(2) 配送サービス	57
2.4 ネットショップのセキュリティ	60
第3章 ネットショップ開店と運営	63
3.1 EC-CUBEの開店方法と初期設定(レンタルサーバー編)	63
(1) サーバーの準備	63
(2) データベースの準備	64
(3) EC-CUBEのインストール	67
(4) インストール画面を開く	69
(5) パーMISSIONの確認	72
(6) 必要ファイルの自動コピー	72
(7) サイト情報の入力	73

## - 目次 -

(8)	データベース情報の入力.....	74
(9)	データベースの初期化.....	74
(10)	サイト情報提供の確認.....	76
(11)	インストール完了.....	76
(12)	再インストールする場合.....	77
(13)	管理画面へのログイン.....	80
(14)	管理画面.....	80
(15)	フロント側を確認してみる.....	82
(16)	基本情報の設定.....	82
(17)	看板・ロゴの編集.....	97
(18)	新着情報の編集.....	101
(19)	ヘッダー・フッターの編集.....	102
(20)	CSS の編集.....	103
3.2	EC-CUBE の運営方法.....	107
(1)	商品管理.....	107
(2)	受注管理.....	123
(3)	顧客管理.....	129
(4)	売り上げ集計.....	130
(5)	メルマガ管理.....	133
(6)	コンテンツ管理.....	140
(7)	デザイン管理.....	149
(8)	システム管理.....	152
第 4 章	商品写真撮影・修正基礎.....	153
4.1	デジタルカメラの基本.....	153
(1)	画素数とは.....	157
(2)	撮影素子.....	159
(3)	データの保存媒体（メモリーカード）.....	160
(4)	データの転送（パソコンとの接続）.....	161
4.2	ネットショップで使用する画像データ.....	164
4.3	撮影の基本.....	167
(1)	フォーカスロック.....	167
(2)	接写モード.....	169
(3)	ズームで望遠撮影を活用する.....	170
(4)	ズームで広角効果を活用する.....	171
(5)	被写界深度を利用する.....	172
(6)	露出のモード.....	174
(7)	露出補正.....	178
(8)	ホワイトバランス.....	180
(9)	光源・照明について.....	182
(10)	撮影機材.....	184

## - 目次 -

4.4	撮影のテクニック	190
(1)	背景を整理	190
(2)	全体を写す	190
(3)	部分を写す	191
(4)	商品と写す小物の役割	191
(5)	テカリの入れ方と効果	191
(6)	ディフューザー	193
(7)	レフ板	194
(8)	シャープな影とやわらかい影	194
(9)	透明なビンや半透明のビン	195
(10)	不透明なビン	196
(11)	透明な袋に入った商品	196
(12)	不透明な袋に入った商品	197
(13)	商品の形を歪ませないコツ	198
(14)	カメラの水平はしっかりとっておく	198
(15)	バックにも工夫を	199
(16)	黒い物の撮影	200
(17)	ディスプレイの撮影	201
(18)	説明用の画面も撮影	201
(19)	置き方の工夫	201
(20)	色の対比も考える	202
(21)	透明な物	202
(22)	商品の文字をはっきり	203
(23)	黒を写り込ませる	203
(24)	反射の強い部分と弱い部分	204
第5章	ネットショップの集客方法	205
5.1	ネットショップの集客方法概要	205
(1)	訪問者のアクセス経路	205
(2)	アクセス解析	207
5.2	SEO（検索エンジン対策）	210
5.3	バックリンク（被リンク）を増やす	218
(1)	「リンク集」に登録する	218
(2)	ソーシャルブックマークを活用する	219
(3)	ブログを活用する	219
(4)	メールマガジンを発行してみる	220
5.4	検索エンジンに広告を掲載する	221
5.5	プレゼント企画	222

# 第1章 ネットショップビジネスの概要

## 1.1 ネットショップの現状と概要

この教材ではネットショップの概要から開店方法・商品写真の撮影、アクセスアップや運営にいたる知識やノウハウを学べる内容となっている。

この第1章ではいまから勉強するネットショップについての概要を学んでいくこととする。

### (1) ネットショップの概要

ネットショップとは「E COMMERCE」また「オンラインショップ」「バーチャルショップ」などと呼ばれ、主にインターネットを利用して商品を取引する「電子商取引」の事を指す。

歴史的には、1991年ごろインターネットの商業利用が始まった。それまでは電話・カタログなどを使った通信販売が一般的であったが、1993年ごろにはアメリカのインターネットのネット上で通信販売を行うネットショップが出現したと言われている。

それまでは、生産者や一般消費者などが実店舗を構え商品を販売する場合は、それに伴うテナント料・高熱費・広告料などの諸費用がかかる為、商材があるにもかかわらず物販を断念していた。しかし、テナント料よりもはるかに通信費のコストが安い事。検索サイトが一般消費者に日常的に活用される事となり、従来のテレビコマーシャル、雑誌広告などの高額な広告を必ずしも利用しなくともある程度の露出が可能な事。受注をフォームやeメールにて行う事により事実上24時間対応できる事。またネットであれば実店舗のように所在地の制限を受けにくく遠隔地の受注も獲得しやすい事など様々なメリットから、企業はもとより生産者が直接販売を行ったり、一般消費者が起業するなど、いままでの通信販売の枠を超えて新たな販路と認知されるまでとなった。

### (2) 一般的な小売業とネットショップの違い

日本において一般的に生産者から消費者まで商品が流通する経路としては

生産者（メーカー、農家、漁民） 一次卸業者・仲買 二次卸業者 小売業者 消費者

と言う形が一般的である。

日本においては、卸業者・仲買または、扱う商品の種類によっては「問屋」などと呼ばれる業種が存在し、生産者と小売店の間で商品の売買を行っている。特に生産者側では商品を大口で購入する得意先でもある。それ以外でも生産者側からもたらされる商品についての情報や、小売側からもたらされる消費者の嗜好などの情報源にもなり、鎌倉時代にはその原型が出来ていたと言われている。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

しかし、そのような卸業者・仲買を通す場合、各々で利益を価格に上乗せするため、どうしても消費者に負担を強いる形になる。

最近では不況やそれに伴うデフレなどの影響から流通業界自体が再編される傾向にある。メーカー直販や小売店が直接生産者から買い付けるなど卸業者・仲買を通さない取引が増加傾向にあり、各小売店での価格差が開いている場合もある。

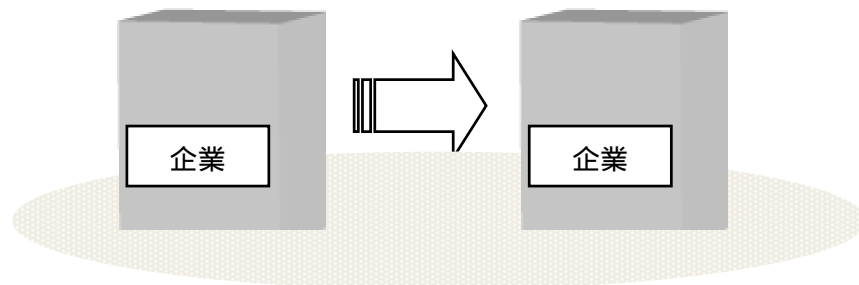
ネットショップに関しても、生産者やメーカーが直接消費者と取引できる為、価格を下げやすくなるなどのメリットがある。

但し、生産者やメーカーが小売店などにも同じ商品を供給している場合は小売店にとって不利な価格設定にならないよう、直売する商品の価格を小売店での販売価格に同調もしくは高めに設定する場合もある。

### (3) 電子商取引の形式

ネットショップにおける電子商取引は販売者・消費者の関係を略して表記する場合がある。

B to B

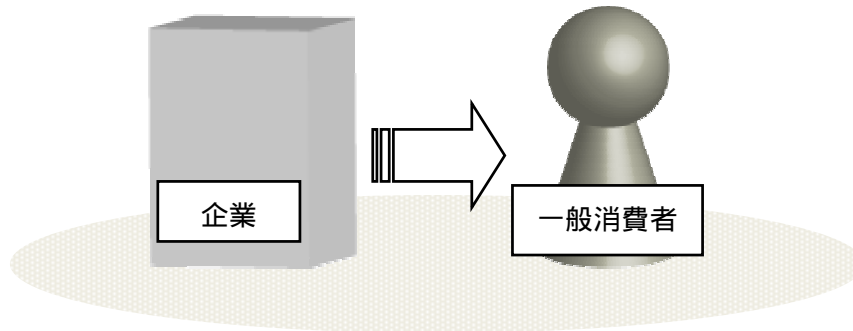


Business to Business と呼ばれ、「企業」対「企業」で行われる取引の事である。資材・事務用品のようなものから、人材の派遣や公共交通機関の予約なども含まれる。例えば事務用品を定期的に購入する企業とそれを供給する企業のような業務形態の場合、アスクル (<http://www.askul.co.jp/>) などはその代表例である。

その他にも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。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

B to C

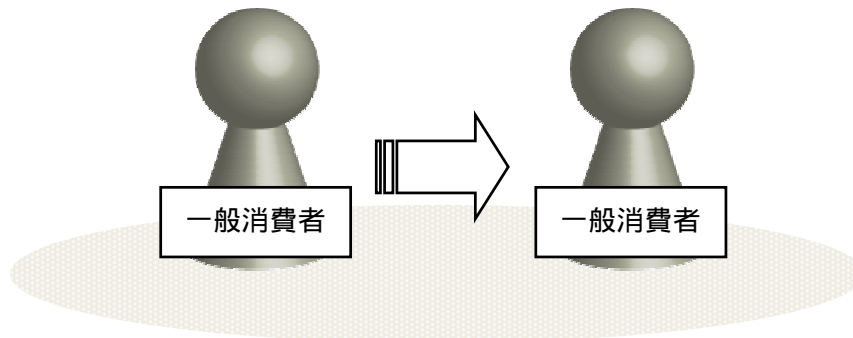


Business to Consumer と呼ばれる「企業」対「一般消費者」との間で行われる取引のことを言い、従来の小売店と消費者の取引をネット上で行うものであり、いわゆる「ネットショップ」と呼ばれるものの大半はこの販売形態のことを指すと言える。

有名なところでは、

楽天市場 (<http://www.rakuten.co.jp/>) や Amazon.com (<http://www.amazon.co.jp/>) などが良く知られており、この技術読本で主に解説する販売形態である。

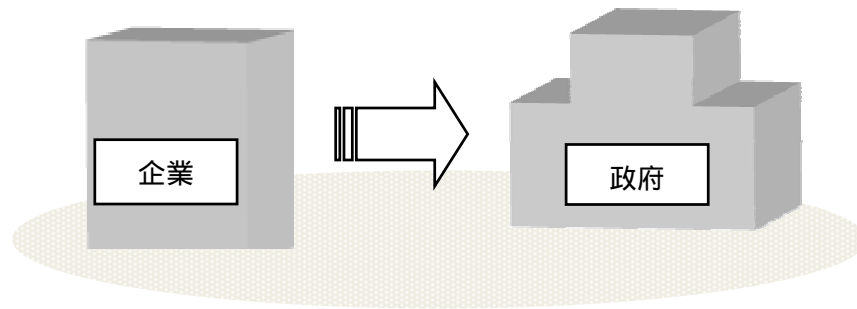
C to C



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。

# 第1章 ネットショップビジネスの概要

B to G



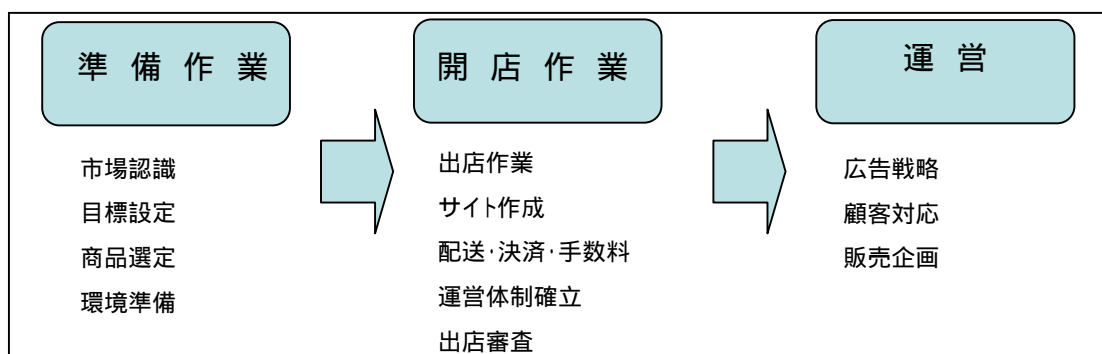
Business to Government と呼ばれるもので政府が企業と取引を行い、政府調達をすることを指す。公共事業や資材調達などがこれに含まれる。

## (4) ネットショップ立ち上げの流れ

ネットショップを開店・運営する作業は大きく3つのステップに分けられる。

始めに準備作業として、市場の認識・目標の設定・品目の選定・環境の準備などの作業を行い、その後に開店作業として出店作業・サイト作成・配送や決済の準備、運営体制を確立して実際に出店を行う。

ここまでの準備・開店作業でも、かなりの時間と労力・資金を使ってそれらの作業を行うが、ネットショップは出店後の運営こそが一番大事であり広告戦略や顧客対応など販売企画などと織り交ぜながらショップの経営を軌道に乗せなくてはならない。



本項では主に「準備作業」に関して学んでいくこととする。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### (5) 市場認識

2008年ネットで最も「瞬間的」に売れた商品番付

ネットショップを行う場合には先に売りたい商品があるケースと、参入するという漠然とした計画のみが先行する場合もある。

どちらのケースでも「とりあえず開店してみる」というスタンスではなく、一度市場の状況を認識し、それらの情報を元に計画を立てるほうが失敗し難い事は言うまでもない。

それでは、まず去年一番何が売れたのか？という点について見てみる。

1. microSD カード|メモリーカード
2. ダウニー|洗濯用柔軟剤
3. レギンス|ファッション(インナー)
4. 無地 Tシャツ|ファッション
5. ムートンブーツ|靴(レディース)
6. アベンヌウォーター 300ml|化粧水
7. ETHIQUE(エティック) レースキャミソール|ファッション(インナー)
8. ボルヴィック フルーツキスレモン 500ml 48本|ミネラルウォーター
9. デュラムセモリナ 100%パスタ 3kg|食品
10. BBクリーム|化粧品



内容を確認してみると、売り上げ第1位の「microSD カード|メモリーカード」は近年低価格化が進み、また大容量のメモリーカードに対応した携帯電話・コンパクトカメラなどの普及から買い替えが進んだと思われる。またそれらがネットショップなど通信販売で伸びてきた理由としては秋葉原など特定の地域では価格競争が激しく、他の地域からすればかなり安い価格設定となっている場合も多い点、これらの商品が軽量で送料がさほど掛からない点から通信販売してもメリットがあると考えられたと推測できる。



## 第1章 ネットショップビジネスの概要

これら送料の負担を考えてもメリットのほうが大きい商品はネットで成功しやすい傾向がある。

2位の「ダウニー|洗濯用柔軟剤」に関しては雑誌やネットから口コミで評判が広がり、尚且つ元々海外の製品であった為、近隣の店舗では取り扱ってない場合はネットで取り寄せるしかないと言った事情があると思われる。

こちら希少品や人気商品などは在庫切れや、そもそも近くに取り扱っている店舗が無い場合などは取り寄せるしか方法が無い為、ネット販売に有利と考える事が出来る。

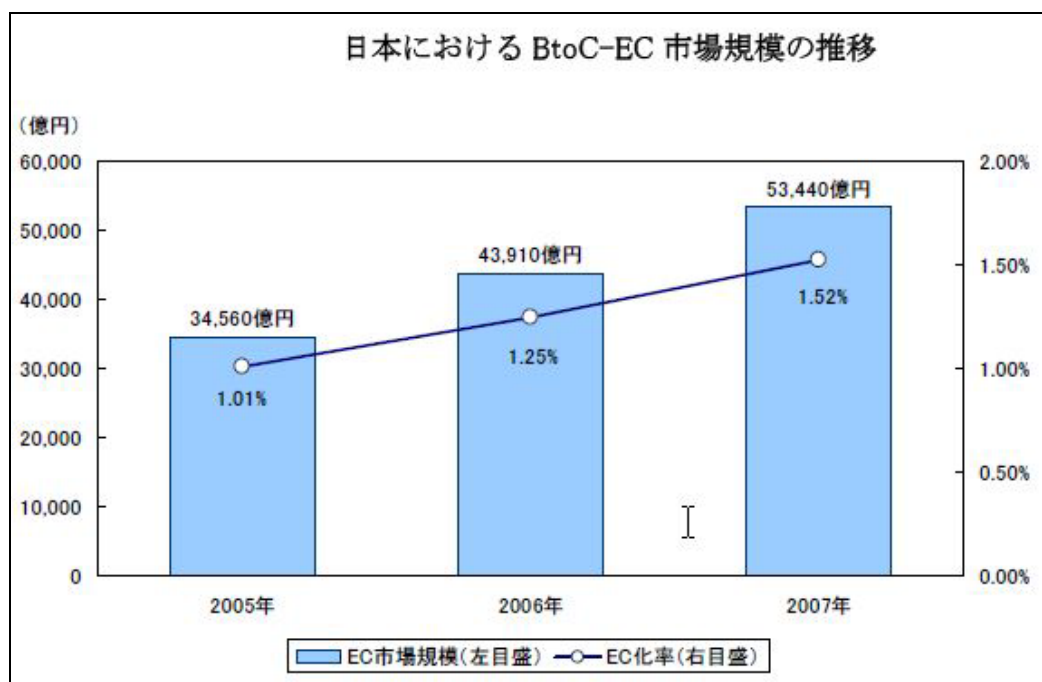
最後に3位の「レギンス|ファッション(インナー)」等は考えられる理由の一番には選択肢の多さと思われる。

女性物の商品は多用なニーズがあり実店舗で全てのニーズに対応することは土台無理である。ネットの場合は複数店舗を自由に検索・比較し好きなものだけを選択して購入できる点が反映されていると考えられる。

またレギンスはファッション誌等でも頻繁に新しいデザインや他のアイテムとの組み合わせが提案されたり、各メーカーでも売れ筋の商品としてPRを行いそれらの広告や記事を見て購買意欲をそそられた消費者が購入したと言う事が考えられるだろう。

それから上着や靴などは事前に試着などの必要があるが伸縮性のある素材の為、試着などの必要もないことからネットで買いやすい商品であったとも考えられる。

前年比21.7%増。今後も増加傾向



## 第1章 ネットショップビジネスの概要

上記の図は日本における BtoC 取引（企業と消費者間の取引）の推移について表したものであるが、EC 化率は毎年 1% 以上は順調に推移している事が分かる。

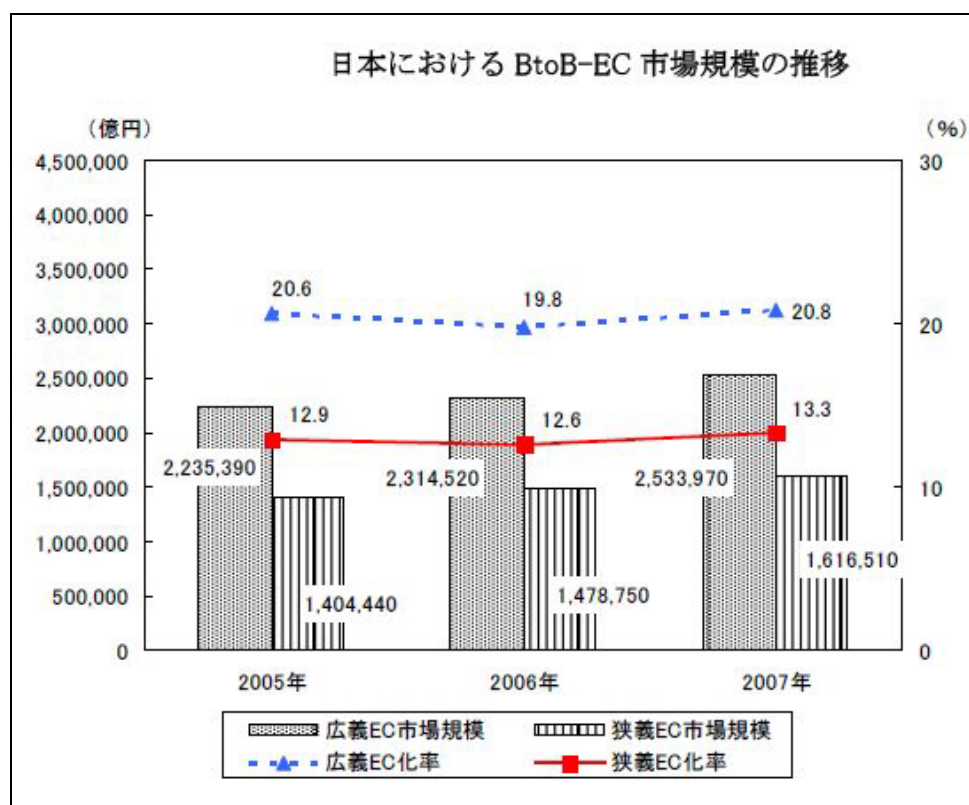
	2005年	2006年	2007年(前年比)
日本	3.5兆円	4.4兆円	<b>5.3兆円</b> (21.7%増)
米国	15.9兆円	19.3兆円	22.7兆(17.6%増)
中国	-	-	3450億円(230億人民元)
韓国	-	-	1.2兆円(10.2兆W)

電子商取引（でんししょうとりひき、Electronic commerce、e コマース、Electronic Trading）は、インターネットや専用線のようなコンピュータネットワーク上での 電子的な情報交換によって、商品やサービスを分配したり売買したりすること。

また市場化率に合わせて市場規模も 2006 年から 2007 年の前年比では 21.7%の伸びを記録している。

今後も成長の余地がある市場と見てまちがいないであろう。

### BtoB 市場も拡大傾向



## 第1章 ネットショップビジネスの概要

	2005年	2006年	2007年(前年比)
日本	140兆円	148兆円	162兆円(9.3%増)
米国	92兆円	95兆円	104兆円(8.7%増)

こちらはBtoB取引(企業と企業間の取引)のデータ。

こちらも市場規模が前年比約10%増となっており、更にEC化が進んでいる事が分かる。

ちなみにデータ中「狭義EC」「広義EC」等の語句があるが、その意味は以下の通り。

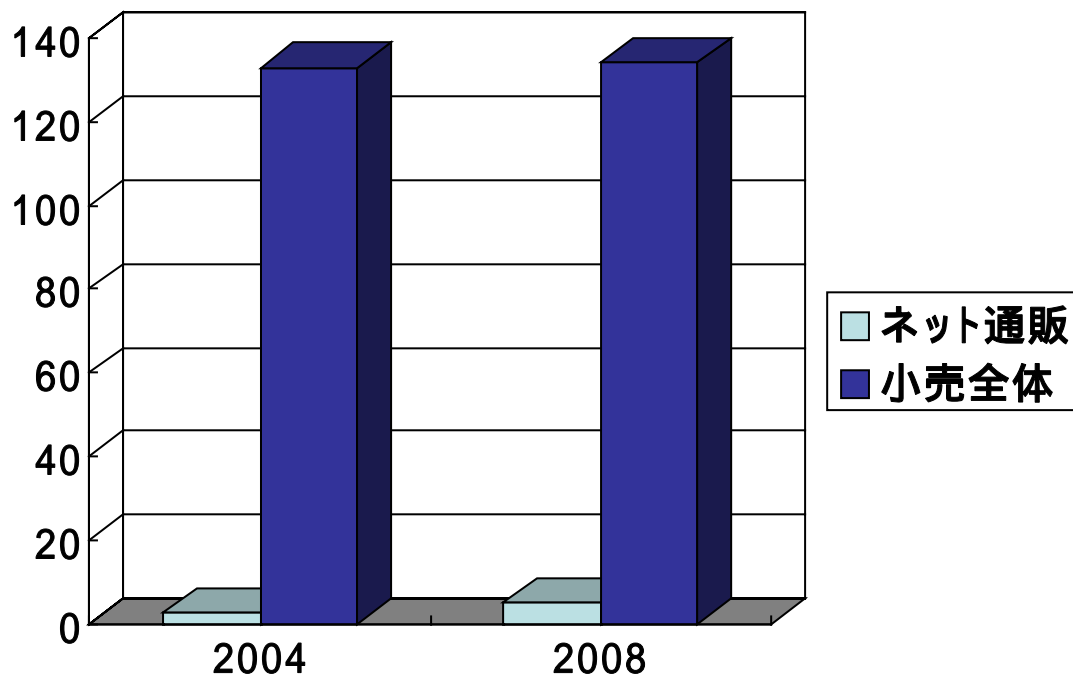
狭義EC：インターネットによる商取引

広義EC：インターネットによる商取引に加えて、インターネット以外のVANや専用線などによるコンピュータ・ネットワークシステムを介した商取引も含む

小売全体の3.9% 来年度には7~10%へ

日本の小売全体からみたネット通販流通額は以下の通り。

まだまだ小売全体の極々一部分であるが、逆に成長・参入の余地が見込めると言える。

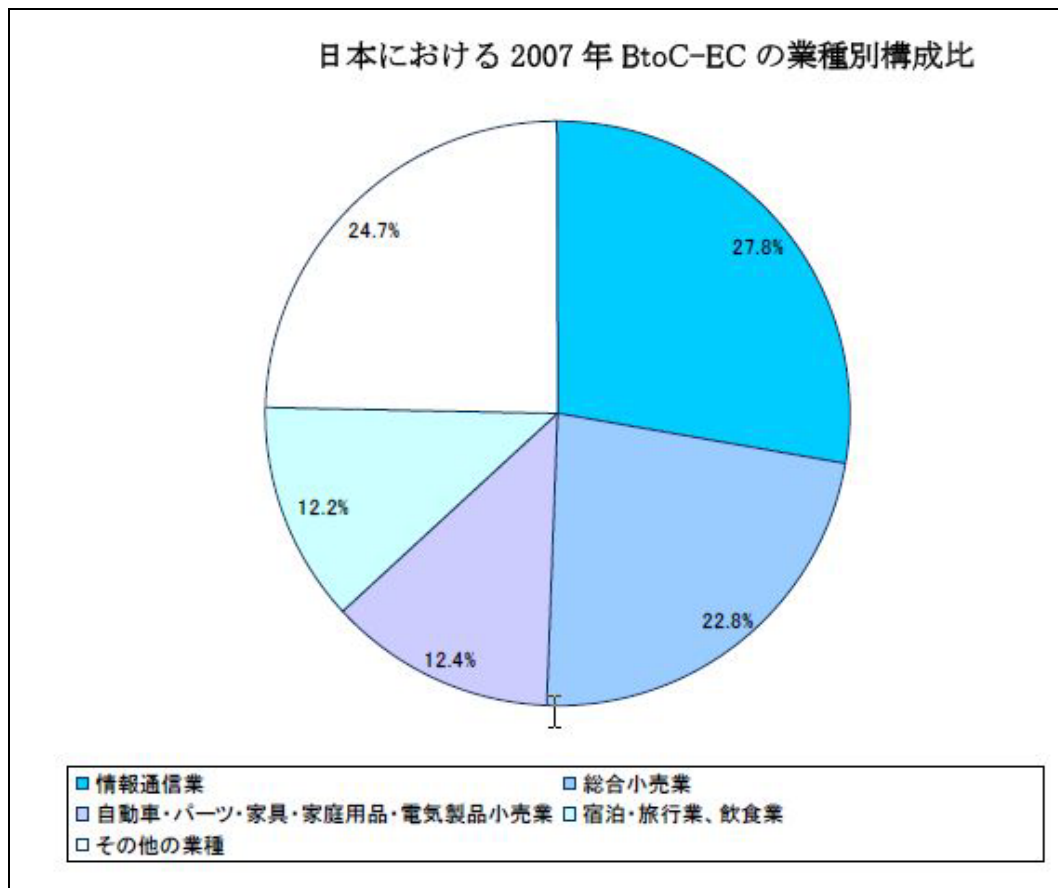


## 第1章 ネットショップビジネスの概要

情報通信業、総合小売業が牽引

下記の図は BtoC における業種別構成比を表したものである。

1位は情報通信業であるが、それに続いて総合小売・家具・家電製品など生活に密着した業種もシェアを広げていることから EC が一般的になっている傾向がうかがえる。



またその他の業種も大きなシェアを占めることから、様々な業種が EC を活用している事が分かる。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

衣料・アクセサリ関連が29.5%増

業種	2005年		2006年		2007年			
	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	対前年比	EC化率	
小売業	総合小売	8,320	1.89%	9,860	2.23%	12,190	123.6%	2.78%
	衣料・アクセサリ小売	320	0.25%	440	0.34%	570	129.5%	0.45%
	食料品小売	1,470	0.25%	2,040	0.34%	2,510	123.0%	0.42%
	自動車・パーツ小売	220	0.12%					
	家具・家庭用品小売	630	1.49%	5,710	1.71%	6,650	116.5%	2.04%
	電気製品小売	3,800	3.91%					
	医薬化粧品小売	830	0.93%	1,110	1.25%	1,410	127.0%	1.47%
	スポーツ・本・音楽・玩具小売	1,510	0.82%	1,950	1.06%	2,220	113.8%	1.22%

このデータでは小売業でのEC規模が近年ますます大きくなっている事が分かる。  
2007年のEC市場規模の前年比は軒並み前年以上である。

宿泊・旅行、飲食関連で28%増

業種	2005年		2006年		2007年			
	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	対前年比	EC化率	
サービス業	宿泊・旅行	3,590	3.12%	5,080	2.18%	6,510	128.1%	2.71%
	飲食	210	0.18%					
	娯楽	680	0.45%	870	0.57%	990	113.8%	0.63%

こちらはサービス業のデータ。  
サービス業についても市場規模が3割程度増えているという数値になっている。

情報通信業で25%増

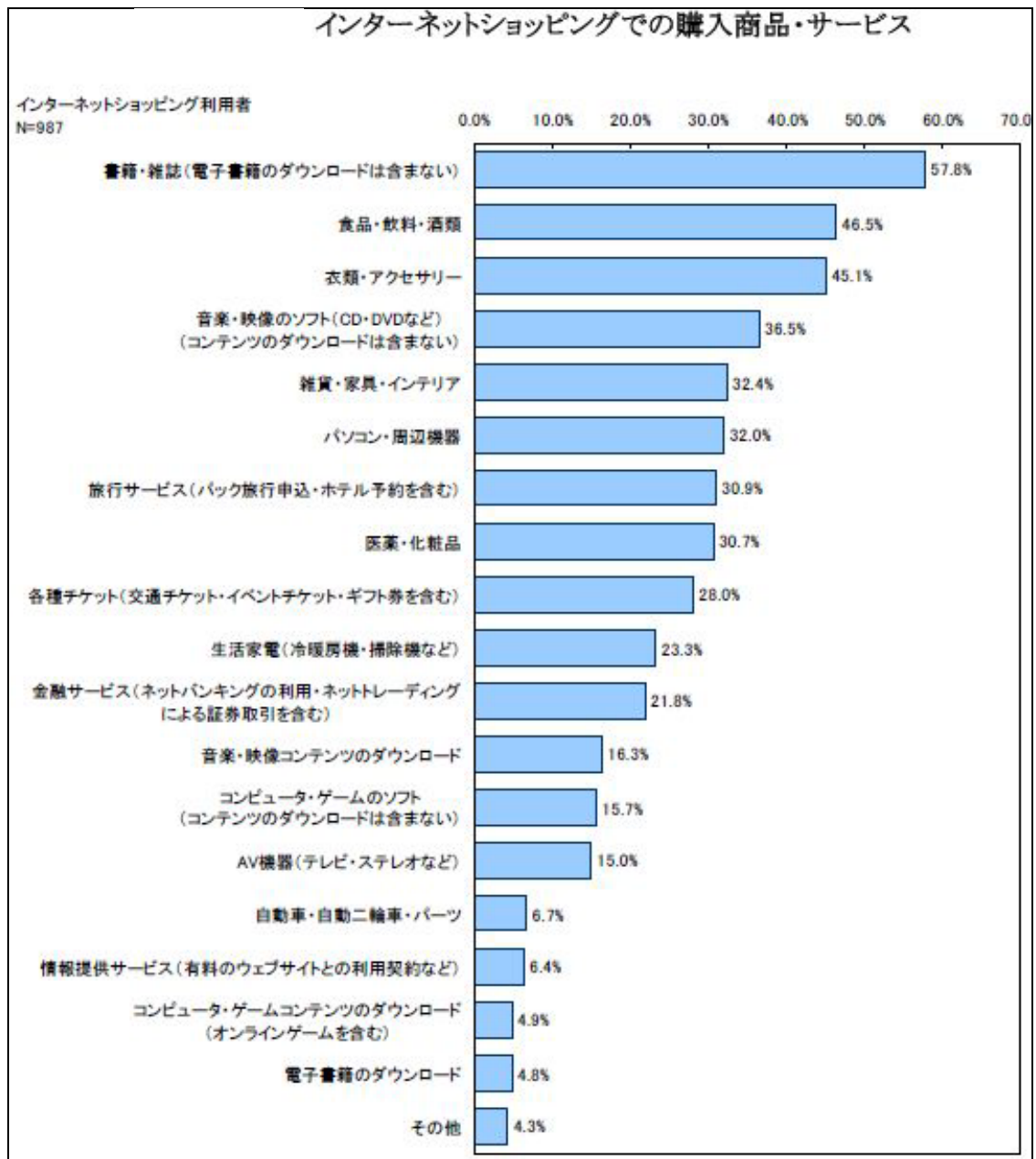
業種	2005年		2006年		2007年		
	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	対前年比	EC化率
建設業	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
製造業	1,200	N/A	1,350	N/A	1,510	111.9%	N/A
情報通信業	8,580	N/A	11,900	N/A	14,880	125.0%	N/A
運輸業	1,900	N/A	2,110	N/A	2,370	112.3%	N/A
金融業	850	N/A	960	N/A	1,010	105.2%	N/A
卸売業	330	N/A	530	N/A	620	117.0%	N/A
その他サービス業	120	N/A					

情報通信業に関しては元々EC化が進んでいたこともあったのか

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

他の業種に比べて若干伸びが少なかったが、それでも25%台の成長となっている。

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

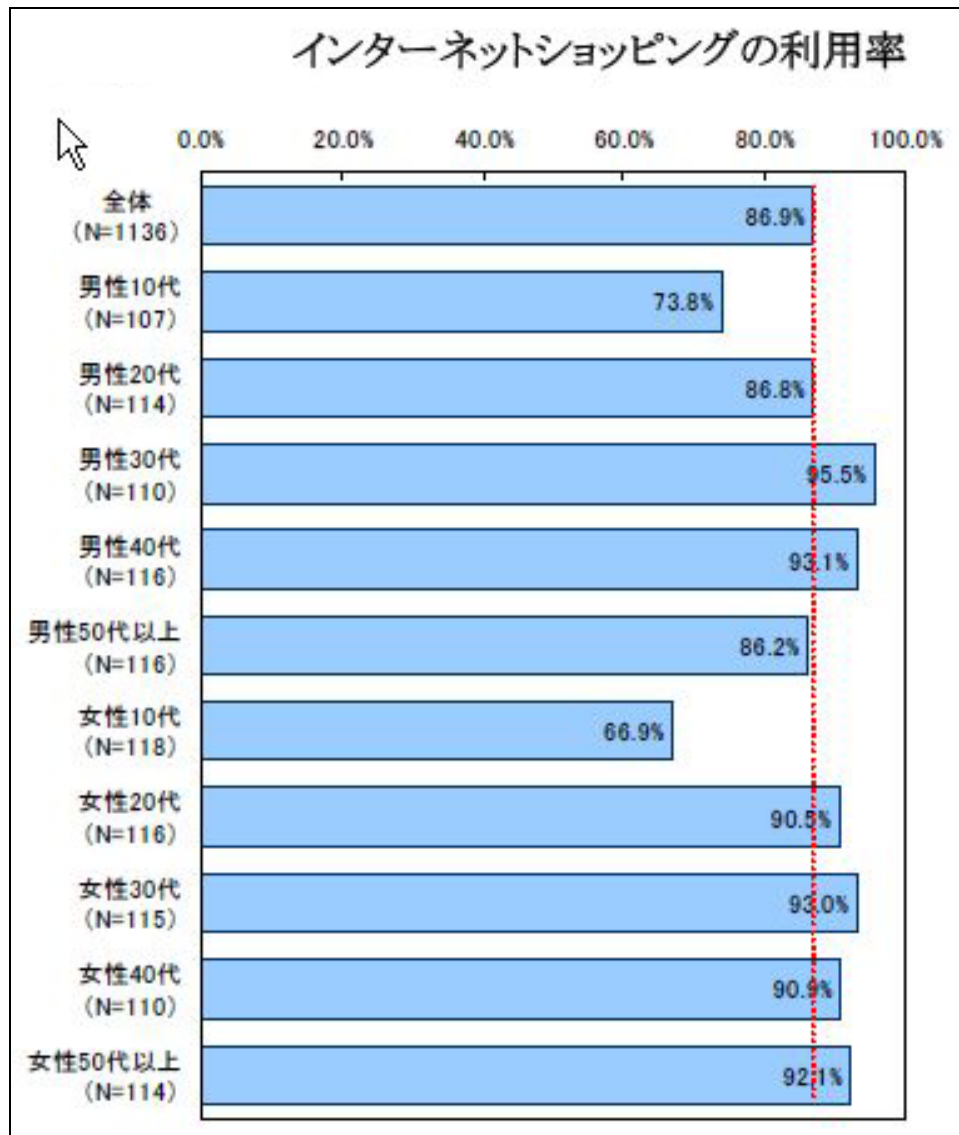


こちらのデータはどのような商品をネットで購入したのかというデータ。

これらを見ていくと、やはり冊子小包・メール便などで送る事が出来るため、配達に掛かる日数も短めで送料が安い書籍・雑誌類・CDなどの軽くて小さく配送の際にも壊れにくい商品や、特に触ったり直接肉眼で確認しなくても良い商品が上位にランクしている印象がある。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

女性は全世代に。男性は30, 40代中心



こちらのデータはネットショッピング利用者の性別・年代別のデータ  
女性は10代を除いた全般的な年代で全体平均を上回っている事が注目すべき点である。

このデータとこれまでのデータから女性・もしくは男性の30代40代をターゲットに絞り、売れ筋の商品を加味した戦略などが立てられるのではないだろうか。

もっともこれらのデータは他の企業・店舗も把握しているであろう。

逆に小さな店舗であれば、大手が手を出さないようなターゲットに絞って隙間を縫う様な事業展開も良いのかもしれない。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### (6) ネットショップの特徴

前項では既に売れた商品から幾つかの推測を行ったが、それらが売れた理由には必ずネットショップと実店舗の特性・特徴の違いから、何らかのメリットが見出されそのメリットに符合した商品が売れているように思われる。

ではそれらネットショップと実店舗の違いを考えていく過程として、まずネットショップの特徴について考えていくこととする。

#### ネットショップの特徴

- 「実店舗を持たない・人を選ばない」と、誰にでも簡単に無駄な時間や出費を抑えて「簡単」に開業できる。
- しかし、ネットショップも一つの商売になるので、計画を立てないと失敗の確立も高い。
- 会社に在籍しながらでも、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。
- 忙しくなり、時間が取れない現在において、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、個店を開く、または大手ネットショップモールを使用するといった2つの方法があるが、出店する規模により、収入も経費も大きく違ってくる。

またネットショップのメリット・デメリットに関しても考えてみる。



# 第1章 ネットショップビジネスの概要

## ネットショップのメリット

### 1. 運営コストが安い

一般小売店のように実店舗で販売を行う場合、月々のテナント料・光熱費・広告費はもとより、店舗の外装・内装費用・敷金・礼金・保証金など出店する際にかなり高額な費用がかかる。しかし、ネットショップであれば必要な経費は仕入れ代金・担当者の人件費を除き、インターネットの通信費、更新を行う為のマシンの購入費用程度であり、もとよりマシンを購入済みの場合は極々少ない資金で開店・開業する事が出来る。

### 2. 所在地に左右されない(商圏が広い)

ネットショップは文字通りネット上で販売を行う為、販売者の所在地が何処であろうとユーザーにはさほど関係なく閲覧・購入が可能である。また、ネットの特性を生かし日本語のみならず他国語で商品説明ページを作成した場合、他国の消費者にも販売を行う事が出来る。従来の実店舗であれば獲得できなかった遠方のユーザーを獲得できるという事はネットならではのメリットと言える。

### 3. 24時間販売が可能

ネットショップは受注フォームやeメールなどWeb上のシステムを使用している為、実店舗のように販売員が随時対応しなくとも消費者の好きな時間に商品の閲覧・購入が出来る。つまりは事実上24時間販売が可能であり、消費者の購買衝動が起こった際に即商品の購入に繋げる事が出来る。

### 4. 副業が可能

前述したが、ネットショップはWeb上のシステムによって受注を行っており、販売員が常時接客をするわけではない為、実店舗のように販売員が随時対応しなくとも運営が可能な場合がある。その利点を活かして、すでに実店舗を持つ小売店が店頭販売している同じ商品をネットショップで販売したり、主婦・会社員が家事や勤務時間外で物販を行う事が可能である為、副業として運営する事が可能である。また運営コストが安い事で利益が少なくとも長期間運営が行い易いと言う事も、副業としての運営が多い理由と言える。

# 第1章 ネットショップビジネスの概要

## ネットショップのデメリット

### 1. 商品を手にとれない

これはネットショップの宿命と言えるデメリットであり、実店舗のように商品を手にとって肌触りや大きさ、重さなどを実感する事が出来ない。またどんなに良く撮影された商品画像であっても、実際肉眼で見たときの色のギャップなどが生じる場合もあり、必然的に販売する商材に向き・不向きが出てくると言える。

### 2. 送料

販売価格はショップの企業努力である程度の設定が可能であり、それによって他店舗と価格競争を行う事が可能であるが、実店舗と比べて送料が別途かかる。消費者としては商品価格+送料で一つの商品価格と認識する為、価格競争が激しく、さほど希少価値の無い日用品などに関しては圧倒的に実店舗での販売が有利と言える。

### 3. 配送

ネットショップは商品を宅配便などで消費者に届ける為、どうしてもその間の輸送時間がかかってしまう。特に今すぐ必要と言う状況においては実店舗の方が有利である。

### 4. 個人情報漏洩のリスク

ネットショップはその特性上、消費者にネット上で個人情報の入力を行わせる必要がある。その為、どうしてもブラウザに保存された Cookie などから入力履歴・個人情報が漏洩したり、目的のネットショップを偽装して主に口座情報やクレジットカード情報などの個人情報を入力させ個人情報を引き出す、「フィッシング詐欺」なども横行しておりリスクが高いと言える。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

前述の内容と合わせて以下のような事もメリット・デメリットとして挙げられる。

ネットショップのメリット	ネットショップのデメリット
開店・運営コストが安い	商品を手にとれない
店舗所在地に左右されない(商圏が広い)	送料がかかる
24時間販売が可能	配送の時間がかかる
副業が可能	個人情報漏洩のリスクがある
広告・宣伝が比較的安価で容易	運営にある程度のPCスキルが必要
マイナーな商品でも比較的販売が可能	ネット上の競合店が多い
ネットショップ自体がカタログとして活用できる為、その分の印刷コストがかからない	配送先を偽ったり、代金の未払いなどの被害に遭いやすい
多様な決済方法を利用しやすい	検索エンジンの検索結果に売上が左右されやすい
情報や音楽などデータ類もダウンロード販売なども手軽に販売・購入しやすい	通常店舗に比べてユーザーの滞在時間が比較的短く出入りも容易な為、通常店舗のように「折角来たのだから何か買っていこう」も「もう少しじっくり商品を見てみよう」などの気持ちが起こりにくい

### (7) ネットショップで売れない(売ってはいけない)もの

前項ではネットショップの特徴について学んだが、同じようにネットショップでは販売できないものについても挙げてみた。

ほとんどは実店舗でも同じく販売できないものである。

特に一時期個人的なオークションなどでテレビやビデオのダビング品などを売っているユーザーも多かったが、実際に告発や検挙にいたるケースも増えているので安易にそのような商品を販売する事がないようにしたい。

- **法令で販売・所持が規制されているもの**  
鉄砲・刀剣類、麻薬、盗品、医薬品成分、ワシントン条約規制、不正改造自動車・バイク
- **公序良俗、モラルに反するもの**  
使用済み下着・制服、盗撮写真・ビデオ、犯罪手引き、モザイク除去機器
- **商品に関する契約等で譲渡・転売が禁止されているもの**  
預貯金や証券の口座、通帳、クレジットカード、キャッシュカード、携帯電話(開通)

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

- **悪用されるおそれのあるもの**  
免許証、パスポート、保険証、個人情報・IDカード、入館証、社員章、バッジ、制服
- **青少年の保護育成上好ましくないもの**  
アダルトグッズ、児童ポルノ
- **危険なもの**  
爆発物、毒物、スタンガン、催涙スプレー
- **他人の権利・利益を侵害する可能性のあるもの**  
偽ブランド品、レプリカ、著作権侵害のCD・DVD、肖像権侵害の画像

### 1.2 実際の出店にかかる作業・行動を把握する

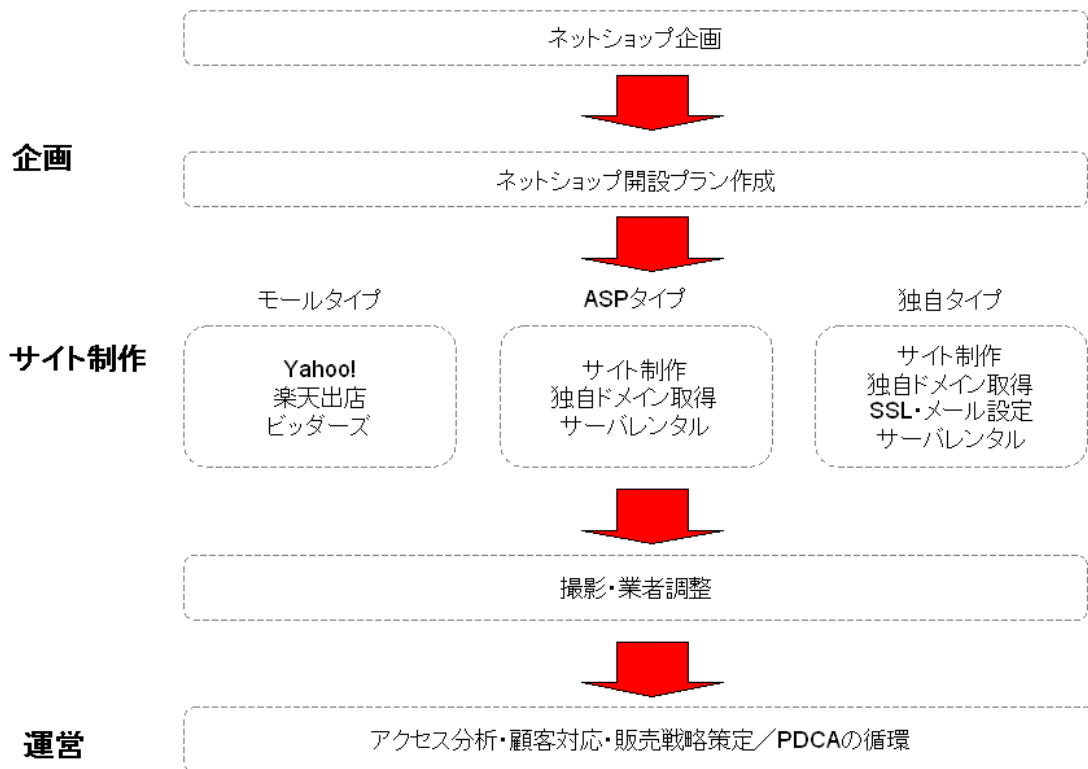
この項では実際に出店にかかる作業・行動を把握する。

#### (1) 出店までの道のり

ネットショップ開店までは様々な作業・工程があるという事が前述の通りであるが、もう少し具体的に表したのが次からのステップ表である。

企画を行い、プランを作成したら予算やスキルに合わせて開店するネットショップのシステムを選定する。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要



出店までの道のり大まかに把握できた。

では実際どのようなことを考慮し、企画しなければならないのか大まかには以下のようなになるだろう。

1. 商品を決める
2. どこで売るか？
3. 誰が売るか？
4. 誰に売るか？
5. どうやって売るか？

ではこれらの項目について考えてみることにする。

### (2) 商品を決める・商品の決め方

冒頭のデータの話からも、ネットで売れている商品があるというのは認識できると思うがそれらを項目として挙げると次のようなものがあるだろう。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

- 何かで1位の商品ではないと売れない
- 身近では手に入らない商品
- 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
- 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
- 人の能力が中心になるもの

以上幾つかのキーワードを出してみたが、ネットショップは地域や規模関係なく、様々な競合店がネット上でひしめき合っている。

見方によれば実店舗よりも厳しい状況であり、ありきたりな商品を当たり前の値段で販売しては、膨大な数の検索結果に埋もれてしまうのは目に見えている。

売る為には商品選択で如何に差別化をするか・オリジナリティを出すかが課題である。

また前述のネットショップのメリット・デメリットの側面からネットショップにおいて販売し易い商材、販売しがたい商材というのも考えられるだろう。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### 販売し易い商材

- ・希少価値の高いもの・他では売っていないもの
- ・鮮度を問われないもの
- ・送料が安いもの
- ・配送中破損のリスクが少ないもの

上記項目を見てみると、ネットショップではどうしても商品を配送するという性質上、消費者の手元に届くまでの間に鮮度が落ちるもの・何らかのリスクを伴うもの、また折角商品価格を押さえても送料を加味すると近隣の実店舗で購入した方が安くなるものでは、やはり消費者の購買意欲削ぐ結果になる。

例えば生鮮食料品などは鮮度の面から、また価格の面でも近隣のディスカウントストアなどと競争を行うのは難しい。

販売し易い商材とは近隣の実店舗と比較して、希少価値があり配送に関してリスクを負わないものと定義する事が出来ると言える。

例えば、

家電・ファッション・おもちゃ及びゲーム・音楽や映画などのCDやDVDなど通常店舗でも取り扱いがあるが価格が安いもの。市場に出回る絶対数が少なかったり、例え送料がかかっても人気で品薄の商品などは、ネット検索で絶えずユーザーが探し求めているため売りやすい商品と言える。

### 販売し難い商材

- ・希少価値の無いもの・どこでも売っているもの
- ・送料が高いもの
- ・配送中破損のリスクがあるもの
- ・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

上記項目を見てみると、当たり前であるが前項の販売しやすい商材の正反対である事がわかる。

どこにでも売っていて、それに送料がかかるのであればよほど値引きしなければ売れないことは当たり前である。また、大きな家電・家具などは送料が高額になる場合もあるので地域の配送サービスのある店舗などと比べると割高感を感じる場合がある。

また配送中破損や腐食、ペットなどでは病気や死亡してしまう場合などがあり、取り扱いの難しい商品などは保証などのリスクを考えなければならないためショップ側からすれば販売し難い商材と言える。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

例えば、野菜・魚・肉などの生鮮品、日用的なシャンプーや洗剤類などは周辺の大型ディスカウントストアやスーパーなどに価格面で対抗するのは難しいためあまり向いていない商材と言える。また配送中のストレスで体調を崩しやすいペット類や破損の恐れのあるガラス・陶器類などはクレームが発生しやすい商品である。

販売し易い商材	販売し難い商材
流行に左右され、今すぐ欲しいという購買意欲を湧かせる家電・ファッション・おもちゃやゲーム・音楽や映画などのCDやDVDなど	配送中鮮度の落ちやすい野菜・魚・肉などの生鮮品
限定商品のスイーツやブランド物のバッグなど、市場に出回る絶対数が少なかったり人気で品薄の商品など	価格面で大型店舗に対抗し難い日用品
ダウンロード販売ですぐに購入できる情報や音楽・プログラムなどのコンテンツ・データ類	配送中のストレスで体調を崩しやすいペット類
店舗によって価格差の少ない書籍など	配送中破損の恐れのあるガラス・陶器類
もとより送料がかかる、お中元・お歳暮などのギフト用セット	試着が必要な靴やスーツなど
郵便で発送でき、送料が小額で抑えられるチケット類など	重量やサイズが大きく、送料が多くかかる家具や家電類

以上これらの情報を元に、「売りやすく・売れる商品」を探し出し販売することこそネットショップ繁盛の第一歩であると言えるだろう。



## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### (3) 仕入れ

売れると思われる商品も安定して供給してくれる仕入先が無ければ継続して店舗運営する事が出来ない。

また問屋などでは一定の仕入額以上でないとは契約してくれないところもあるので、そのような資金が無い場合はネットや小額でも卸してくれるような業者を探す必要があるだろう。



最近では特にネット上の卸サービスなども最新情報の確認がしやすい為便利

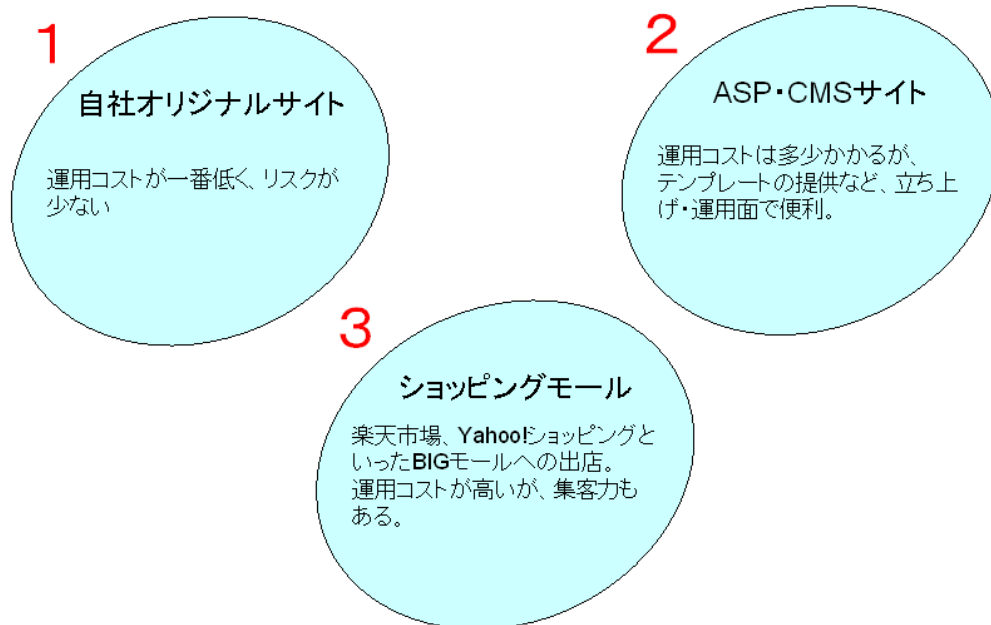
#### 【ネット上の仕入れサービス】

- 「ネッシー」 <http://www.netsea.jp/>
- 「アパレルネット」 <http://www.apparel-net.jp/>
- 「卸ネット」 <https://www.oroshi.net/>
- 「電腦卸」

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### (4) ネットショップの選び方

ネットショップは大きく分けて3種類ほどに分類できる。



それぞれの詳しい特徴に関しては2章で述べるが、一般的なのは「3」のショッピングモールに出店する方法。

知名度の高い大手ショッピングモールへの出店は集客力もあり安心できるが、毎月のランニングコストもある程度かかる事を把握しておかなければならない。

ASP・CMSなどもランニングコストもかかるが大手ショッピングサービスほど高額ではない。但し知名度には劣る部分もある。

また自分でホームページを立ち上げることも可能。一番ランニングコストを抑える事が出来るかもしれないが集客や更新を如何にこなすかが問題として残る。

以上それぞれメリット・デメリットがあるので、どの出店方法が自分に合うのかよく考えてみる事。

## 第 1 章 ネットショップビジネスの概要

### (5) 出店前に準備すること

ネットショップを開店するに当たって以下のものは準備しておくこと  
商品によっては申請や許可書が必要なものがあるので注意が必要。

- **パソコン本体**  
ストアの制作・運営のためだけでなく、商品画像のデータを保存したり商品データの一括アップロードなどをすることを考慮して、容量や性能を選ぶこと。
- **インターネットへの接続環境**  
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。
- **デジタルカメラ**  
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、商品画像がとても大切。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ぶこと。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る。
- **プリンタ**  
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する。
- **ウイルス対策ソフト**  
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。万が一、顧客にウイルスメールを送信してしまうと場合によっては訴訟になる可能性も。ストアとしての信用を損ねてしまうことにもなる。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る。
- **画像処理ソフト**  
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る。Adobe 社の Photoshop Elements などが人気がある。
- **テキストエディタや HTML 自動生成ソフト**  
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 自動生成ソフトはがあると便利。

## 第1章 ネットショッピングビジネスの概要

### (6) 決済方法の種類

- **クレジットカード決済サービス**

インターネットでのショッピングを利用する消費者には、クレジットカード決済の人気はダントツに高く、オンラインショッピングを利用している人のうち、55.6%が最もよく使用する決済方法としてクレジット決済をあげている、クレジット決済は押さえておきたい。

- **コンビニ決済**

自宅や職場の近所にあるコンビニエンスストアで24時間支払が可能な“コンビニ決済”は、利用者にとって手軽で便利な決済方法。

また、クレジット決済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」と感じている消費者がいるのも事実。

- **配送業者による商品代引**

商品と引き換えに消費者が現金を支払う商品代引は、いたずら注文による被害の防止もでき、店舗側にとって安心のできる決済方法。

消費者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。

オンラインショッピングを利用している消費者のうち、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る（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る。

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る。

商品代引のデメリットは、必ず代引手数料が発生する点。その代引手数料を店舗側で負担するのか、購入者が負担するのか、商品の価格や利益率などを考慮して決めていく必要がある。

「1000円以上購入で代引手数料無料」という運営をしている店舗もある。

- **銀行振込と郵便振替、現金書留**

銀行振込と郵便振替という決済方法は、店舗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る。

しかし、必ず購入者が支払う現金と店舗側から商品を発送する間に、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う。

いたずら注文や代金の回収、購入者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る。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### (7) 配送方法

ネットショップの取引は、商品を配送する必要がある為業者やサービスの選定は予め重要な作業。

その際にも以下の項目を是非把握しておきたい。

- 配送料金  
商品の大きさ・重さごとの、県別の配送料金を調べておく。  
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、という点も確認する。
- 配送にかかる日数  
集荷から配送までにかかる日数を調べておく。  
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する。
- 時間指定の有無  
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する。
- 冷蔵便・冷凍便の有無  
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、確認する。
- 配送にかかる日数  
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する。
- その他  
集荷の頻度、荷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する。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

業者にもよるがある程度の発送数があれば割引料金などもある為、交渉してみるのも良い。

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 個以上で割引」という交渉

### (8) 送料・手数料

ネットショップの取引には前述の商品配送に伴う送料や料金振込みや代引きの際の手数料などが掛かってくる。

このような料金に関しても把握しておくこと。

- 配送料金

ストアの送料設定には、下記のようなパターンがある。

それ以外にも料金と条件を組み合わせる場合もある。

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

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・利益率なども慮して設定する。

複雑な料金設定にすると、購入者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るので、わかりやすい料金設定の表示をする必要がある。

また、送料は税込みの価格を表記する。

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もらえるように、表記をする。

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: 服部)

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

- 手数料

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る。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る。

銀行振込や郵便振替の手数は、決済金額によって手数料が変わることもあり購入者負担のストアが多い。手数料を購入者が負担する場合は、その旨を店舗情報ページに記載するようにする。

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購入者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る。

### (9) 返品・交換

ネットショップでは返品などの対応についても事前に消費者へ告知しておかなければならない。

その為にも開店前にどのような対応を行うのか考えておく必要がある。

#### 1. お客様の都合による返品・交換

受付ける場合は、どの範囲まで受付けるか？

(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)

受付ける場合は、商品到着からの期限を設けるか？

送料は店舗側が負担するのか？

購入者に負担してもらうか？

配送業者の指定を設けるか？

返品・交換の際の連絡窓口はどこになるか？

#### 2. 数量違いや商品違い、不良品の場合はどのように対応するか？

受付ける場合は、商品到着からの期限を設けるか？

代替品がない場合は、返金の対応とするか？

送料は店舗側が負担するのか？

購入者に負担してもらうか？

配送業者の指定を設けるか？

返品・交換の際の連絡窓口はどこになるか？

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### (10) ネットショップにかかわる諸手続き・法律

個人でネットショップを開店する場合には、開業時に3つの書類を税務署に提出する必要がある。

#### 1 個人事業の開業届書

#### 2 青色申告承認申請書

#### 3 個人事業の開始申告書

いずれも税務署で簡単に手続きできる。

その他ネットショップを開店・運営するに当たっては関連法規を遵守する義務がある。

ネットショップ又は取り扱う商品に関する法律は次のようなものがある。

#### 古物営業法

自分の所有物を処分する目的ならば問題ないが、業務として本や時計、衣類、パソコンなどの中古（リサイクル）品を扱う際は、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。



## 第1章 ネットショップビジネスの概要

### 食品衛生法

飲食物に関する法律であり、食品だけでなく食器や子どもの口に含む可能性があるベビー用品や子ども向けの玩具を販売する際にこの法律が関わる。これらの商品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。

### 酒税法

酒類を扱う場合に関わる法律。ネットでのお酒販売は、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。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デーケーキなどは対象外です。

### 薬事法

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関わってくる法律である。輸入健康食品を販売する際には、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薬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。

### 動物愛護管理法

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業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。

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。

## 第1章 ネットショップビジネスの概要

また、ネットショップを開店・運営するにあたり一番基本的な項目として訪問販売、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/consumer/contents1.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。

特定商取引法では前述の送料や手数料なども前もって消費者に告知する義務などもあるので注意が必要

表示事項		販売価格・送料その他消費者の負担する金額	
		全部表示したとき	全部表示しないとき
代金等の支払時期	前払の場合	省略できない	省略できる
	後払の場合	省略できる	省略できる
代金等の支払方法		省略できる	省略できる
商品の引渡時期等	遅滞なく行う場合	省略できる	省略できる
	それ以外	省略できない	省略できる
返品特約		省略できる	省略できる
販売業者の氏名等		省略できる	省略できる
法人であって情報処理組織を使用する広告の場合に法人においては代表者名または責任者名		省略できる	省略できる
申込みの有効期限		省略できない	省略できない
商品の隠れた瑕疵に関する販売業者の責任	負う	省略できる	省略できる
	負わない	省略できない	省略できる
ソフトウェアを使用するための動作環境		省略できない	省略できない
販売数量の制限など特別の販売条件		省略できない	省略できない
請求により送付する書面の価格		省略できない	省略できない
(電子メールで広告するとき)電子メールアドレス		省略できない	省略できない
(相手方の承諾等なく電子メールで広告するとき、そのメールの件名欄の冒頭に)未承諾広告		省略できない	省略できない

## 第2章 ネットショップの開店準備

この章ではネットショップの開店場所や決済方法・配送サービスやセキュリティなど、ネットショップを開店する前に知識として必要な項目について学習していく。

### 2.1 ネットショップの基礎用語

ネットショップを実際開店するに当たり、技術的な用語などが多く使われ、混乱する場合も多い。

以下に良く使われるネットショップ開店準備の際によく使われるの基礎用語についてまとめてみた。

一度簡単に目を通しておくと、後の項目も把握しやすいと思われる。

用語	意味
Web サーバー	<p>ホームページを公開する為のマシン（パソコン）や、そのマシンにインストールされているホームページを公開する為のアプリケーションを指す。</p> <p>サーバーマシンの OS（オペレーティングシステム）には Windows の他にも Linux や Unix などがあり、一般的に Web サーバーといわれれば Linux や Unix の環境が多い。</p> <p>一方ホームページを公開する為のアプリケーションでは Linux や Unix 環境では Apache や Windows 環境では IIS（インターネット インフォメーション サービス）などの組み合わせが一般的である。</p> <p>Linux や Apache、IIS といった OS やアプリケーションは基本的に無料でダウンロード・インストールできる。</p> <p>Linux（Fedora）：<a href="http://fedoraproject.org/ja/">http://fedoraproject.org/ja/</a> Apache：<a href="http://www.apache.jp/">http://www.apache.jp/</a> IIS： <a href="http://www.microsoft.com/japan/windowsserver2003/iis/default.msp">http://www.microsoft.com/japan/windowsserver2003/iis/default.msp</a> （Windows Server 製品のコンポーネント（機能）として利用可能）</p>
データベース（DB）	<p>Microsoft Access のようにデータを管理する為のアプリケーション。但し Web 上で利用される DB はサーバー上のプログラムやコマンドラインから操作を行う形を取る。有名な DB に MySQL や PostgreSQL などがある。</p>

## 第2章 ネットショップの开店準備

用語	意味
PHP	<p>Hypertext Preprocessor の略。動的に HTML データを生成することによって、動的なウェブページを実現することを主な目的としたプログラミング言語で、処理の速さや記述の柔軟さから様々な Web コンテンツが PHP で記述されている。</p> <p>本教材で紹介している EC-CUBE もこのプログラムで記述されている。</p> <p>同じような Web で使われるプログラミング言語には「Perl」や「Ruby」など宝石の名前をもじったものが多い。(そのほかにも ASP や Java など同様のプログラミング言語)</p> <p>これらの言語は Web サーバ側で処理されてその結果を HTML としてブラウザに返す為、Web サーバ側にそれらのプログラムを解釈できるように、あらかじめ設定されておかなければならない事に注意。</p>
HTML	<p>HyperText Markup Language の略。ホームページはこの HTML で記述されたものであり、Web サーバに配置された HTML データを Web ブラウザで閲覧する事ができる。</p> <p>前述の PHP などのプログラミング言語は、ユーザーの反応や入力・処理された結果によって HTML を動的に生成するものであり、それらプログラミング言語を介さないプレーンな HTML で作成されたホームページを、静的と言う言い方をする場合もある。</p> <p>HTML ファイルを作成する際には特別なアプリケーションは必要なく、Windows 付属のメモ帳などでも作成が可能である。</p>
JavaScript	<p>サン・マイクロシステムズの「Java」と混同されがちであるが <u>まったく別のもの</u>であることに注意。PHPやその他Web言語の多くがサーバー側で動作し処理を行うのに対し、JavaScriptはブラウザで解釈・処理を行う。ブラウザ側で処理を行う為サーバーに負担を掛けないなどのメリット、PHPなどがインストールされていないサーバー環境でも動的なコンテンツが作成可能になるというメリットが上げられる。デメリットとしてはブラウザ間で動作に若干の違いが出るという点である。</p>
SSL	<p>インターネット上で情報を暗号化して送受信する通信の方法。ネットショップなどでは個人情報のやり取りを行う為にユーザーのパソコンとサーバー間でそれらのデータがそのままやり取りされるのは安全でないといえる。</p> <p>サーバー側で SSL に対応していればそれらのデータを暗号化して送受信する為により安全なやり取りが出来る。</p>

## 第2章 ネットショップの開店準備

用語	意味
Telnet	Linux や Unix サーバーは遠隔のパソコンからコマンド操作ができるようになっている。 通常 Web サーバーにはファイルをアップロードする FTP クライアントなどで接続する場合があるが、サーバーを直接設定する場合などはこのような Telnet や後述する SSH などを使用する必要がある。
SSH	SSL と混同される事があるが、Telnet 同様遠隔からサーバーを操作する通信方法。 Telnet の違う点としては、通信の内容が暗号化されているという点。
FTP	Web サーバー上に HTML ファイルや画像データなどのファイルを転送する為の通信方法。 FTP 通信を行うソフトとしては、 FFFTP : <a href="http://www2.biglobe.ne.jp/~sota/">http://www2.biglobe.ne.jp/~sota/</a> や WinSCP : <a href="http://winscp.net/eng/index.php">http://winscp.net/eng/index.php</a> などがあり無料で利用できる。
ショッピングカート	ネットショップの買い物カゴシステム。 ユーザーが商品を自由に選択・数量の調整ができるため大変便利である。
フォーム	ホームページ上で氏名や住所などを入力する為の入力欄。 <u>フォーム単体ではメールなどを送る事が出来ないことに注意!</u> データを送信する為には PHP や Perl などのプログラムにデータを渡し、メールとして送信してもらうなどの仕組みが必要。 レンタルされているフォームなどはそれらの仕組みも含めて利用できる。
ショッピングモール	複数のネットショップあつまった「商店街」のような形態を指す。
SEO	検索エンジン最適化の意で、ホームページは単に作成しただけでは検索エンジンの表示結果の上位に表示されずらい、その為 HTML の見直しや外部からリンクを貼ってもらうなどの対策が必要である。
ドメイン	<a href="http://hi-kick.jp">http://hi-kick.jp</a> などインターネット上に存在するコンピュータやネットワークにつけられる識別子。インターネット上の住所のようなもの。 年間 7 千円程度の更新料金を払えば契約が可能である。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 2.2 ネットショップの出店場所

ネットショップを開店する場合、予算やスキルに応じて様々なシステムから選択することができる。

例えば、既存のショッピングモールなどの領域をレンタルする方法や自分でサーバーを用意し、ショッピングカートのシステムを構築する方法等がある。

前者は様々な販売支援の為にサービス提供やショッピングモール内の商品検索結果からのアクセスなど、ショッピングモール自体の知名度やアクセス数の恩恵を受けることができ、ほとんどの操作を入力フォームから行うという点では技術的に初心者向けであるが、数万円に及び毎月の出店料など比較的経費がかかること、また運営会社によっては自社のホームページにさえリンク出来ないなどの制約や、顧客情報やアクセス状況などの運営に必要な情報が有料であったり、他のシステムに移行時に引き継げなかったり若干デメリットもある。

The screenshot shows the Rakuten website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Rakuten logo and various menu items like 'オークション', '共同購入', 'ゲーム', etc. Below the navigation bar is a search bar and a '検索' button. The main content area features several promotional banners, including one for 'Tokyo Disney Resort 25th' and another for 'ポイント10倍'. There are also several category links and a 'my Rakuten' section on the right side.

(ASP型ショッピングモールサービスの「楽天」)

対して、後者はオープンソース(著作者の権利を守るなど、使用条件を守れば自由に使用できる)のショッピングカートシステムや、アクセス数に応じたレンタルサーバーなど適切な選択をすれば、既存のASPサービスよりも比較的コストを抑えることができる。

またデザインの変更などカスタマイズも容易であるが、各サービスや技術精通しなくてはならない点、また一からSEO対策をしなければならない点など、自分でそれらの技術について学習する意思や時間がない場合は、既存のサービスをレンタルする方が良い。

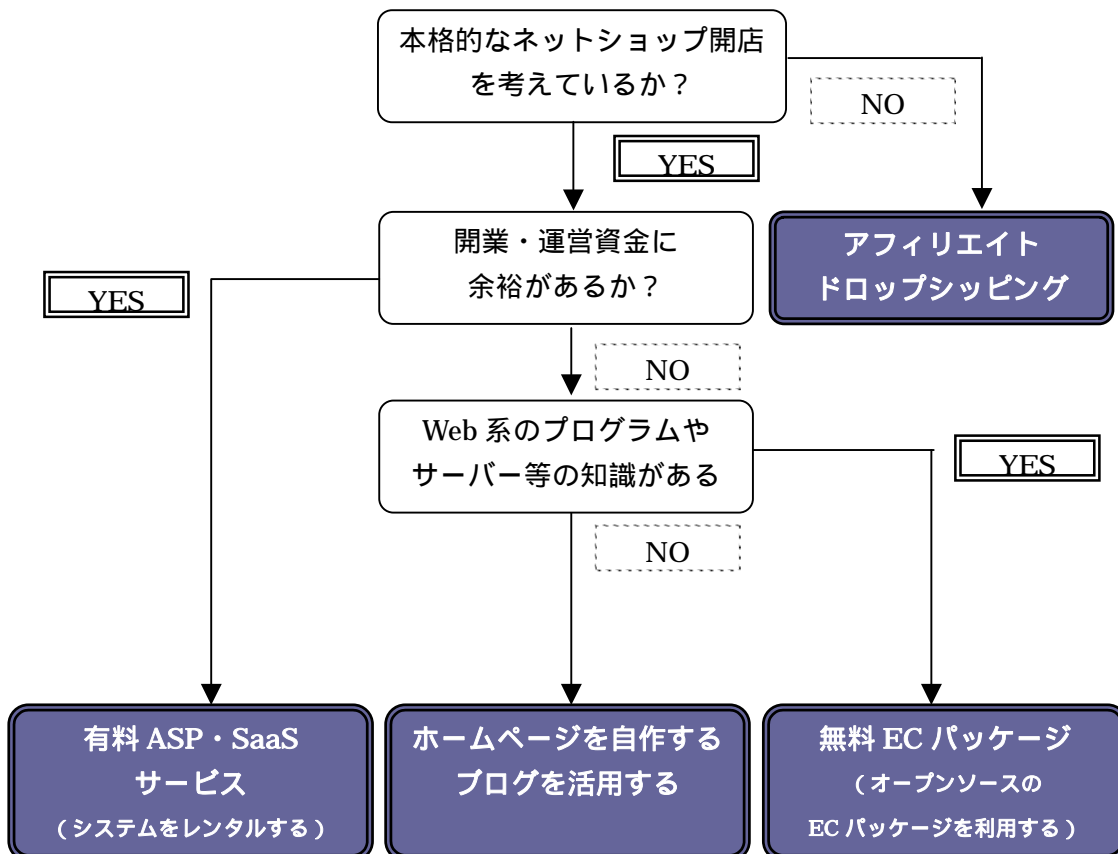
## 第2章 ネットショップの开店準備



(オープンソースのショッピングカートシステム「EC-CUBE」)

またそれらのスキルや予算がない場合は、商品画像や商品の説明などを HTML ページで作成し、レンタルフォームやメールで連絡を取るなどの最低限の方法でも運営することが出来る。

この項では、それら様々なネットショップの开店場所に関して学習を行うが、自分の環境に応じた开店場所に絞って学習することもできる。



## 第2章 ネットショップの開店準備

### (1) ASP・SaaS (システムをレンタルする)

開店までの期間	数日～1ヵ月程度
運営コスト	月額数千円～5万円程度
必要なスキル	文書入力・簡単な画像補正

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である。通常システムのインストールやそれに伴うサーバーなどの知識はほとんど必要ない。

サービスの内容には基本的な商品管理や顧客管理・売り上げ管理機能のほかにも、オークションや共同購入など定価販売以外の様々な商品の販売形式や、メールマガジン配信機能・アフィリエイト機能（ユーザーのホームページやブログなどに商品や店舗の広告を挿入してもらい、その広告経由で発生した売り上げに対する報酬を支払う）・プレゼント機能や各種決済機能（カード決済など）や配送サービスを割安で利用できるなど、ネットショップをより快適に運営できるよう各種オプションが用意されている。

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が、競合店舗も多く出店しているためサービス内での商品検索を行った場合など多量な検索結果に埋もれてしまう弊害などもある。

また、月額の基本料金（数千円～数万円）や商品が売れた際には販売手数料（2～6%程度）、システムのオプション機能を利用した際のシステム料などが別途発生し、デザインの変更・外部リンクなどにある程度制約もある。

大手のサービスの場合は出店の際に出店審査などを行う場合があり（販売する商品などが法的に問題ないかなど）、法人として出店する場合は登記簿謄本が必要であったり、個人事業主として開店する場合も直年の確定申告書などの書類が必要な場合もある。通常申し込みから1ヶ月程度の審査・準備期間が必要な場合があるので注意が必要。

月額の料金に関しても大手のサービスの場合、数か月分先払いする場合もあり初期導入費用なども合わせると30～50万円程度の費用がかかることも注意が必要である。

次項ではそれらASP・SaaSのサービスについて表にまとめてみた。尚、各サービス料金プランが複数用意されているものに関しては初心者向けの導入プランを記載している。



## 第2章 ネットショップの開店準備

ASP・SaaSのサービス一覧表（以下の情報は2009年1月末現在）

サービス名	コスト	特徴
楽天市場 <a href="http://www.rakuten.co.jp/">http://www.rakuten.co.jp/</a> 「がんばれ！プラン」  最低契約期間1年 登録商品数5,000	初) 32,000円 (マニュアル費用) 月) 19,500円	4000万人を超えるショッピングモール型ASPの草分け的存在。 球団なども保有するなど一般消費者にも知名度は高い。 ヘビーユーザーも多く、楽天大学(有料)などショップ運営者のサポートなども行っている。
Yahoo! ショッピングストア <a href="http://shopping.yahoo.co.jp/">http://shopping.yahoo.co.jp/</a> 「レギュラープラン」  最低契約期間6ヶ月 登録商品数無制限	初) 19,950円 (マニュアル費用) 月) 19,800円	日本における検索エンジンのシェア第1位のYahoo!Japanが展開するショッピングモール型ASPサービス。 関連サービスとしてYahoo!オークションがあるがオークションサービスとしてもシェア第1位であり、オークションASPへの同時開店プランなども用意されている
Bides(ビidders) <a href="http://www.bidders.co.jp">http://www.bidders.co.jp</a> 「ライトプラン - ショッピングモールプラン」  最低契約期間1年 登録商品数500	初) 60,000円 (マニュアル費用) 月) 20,000円	Yahoo!オークションと並び、オークションサービスとして国内で大きなシェアを持つ。 その理由としては各インターネットプロバイダのポータルサイトや、その他大手ポータルサイトのオークションやショッピングのサービスを提供しており、携帯電話キャリア「au」の公式ショッピングサイトと連携を行っていたり、若年層に人気の携帯ゲームサイト「モバゲー」とも連携するなどモバイル部門に力を入れている。

## 第2章 ネットショップの開店準備

サービス名	コスト	特徴
<p>ショップサーブ  <a href="http://shopserve.jp/">http://shopserve.jp/</a>                      「ベーシックプラン+ライトコース」</p> <p>最低契約期間 6 ヶ月                      登録商品数 100</p>	<p>初) 10,000 円                      (サイト制作費用)                      月) 4,800 円</p>	<p>前述の ASP サービスでは独自ドメインが持てなかったり、別途オプションサービスで契約しなければならないなどコストがかかるが本サービスでは無料で独自ドメインが持てるのが魅力。</p> <p>コースによって顧客数が制限されている点はデメリットであるが、ランニングコストの安さとドメインを引き継いで別サービスに移行できるなどのメリットもある。</p> <p>また自作の CGI など利用できるなど自由度も高い。</p>
<p>MakeShop  <a href="http://www.makeshop.jp">http://www.makeshop.jp</a>                      「ビジネスショッププラン」</p> <p>最低契約期間 1 ヶ月                      登録商品数 100</p>	<p>初) 10,500 円                      (初期設定費用)                      月) 3,150 円</p>	<p>デザインテンプレートが豊富で顧客制限もない比較的自由度の高いサービス。</p> <p>管理者権限なども複数用意されており、店舗スタッフごとに商品管理やデザイン管理など役割を割り振ることも出来る。</p> <p>ビギナー用に月額費用無料・初期費用のみを有料のプランもあるが、扱える商品点数が 50 と若干少ない為、本格的なサービス加入の前のリサーチとして活用するのも良い。</p>
<p>Shop-Maker.  <a href="http://www.shopmaker.jp/">http://www.shopmaker.jp/</a>                      「スタンダードサーバプラン + Professional カート」</p> <p>最低契約期間 6 ヶ月                      登録商品数 6,000</p>	<p>初) 10,500 円                      (初期設定費用)                      月) 4,200 円</p>	<p>ネットショップを丸ごとレンタルする従来の CMS(コンテンツマネージシステム)の形式とは別に既存の Web ページやブログに貼り付けてカートのみ利用することができるなどユニークなシステム。</p> <p>他のサービスと比べて同価格帯では登録商品数が多いのも魅力である。</p>

ASP・SaaS を利用する際には各サービスで指定される方法(書面や FAX など)により契約を行えば数日から 1 ヶ月程度で開店が可能である。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### (2) 無料 EC パッケージ (オープンソースの EC パッケージを利用する)

開店までの期間	即日～数週間
運営コスト	レンタルサーバーの月額費用など
必要なスキル	Web プログラム (PHP・HTML 等やデータベースの操作スキル サーバーから構築する場合はサーバについての知識も必要 その他運営に関しては文書入力・簡単な画像補正

オープンソースとは、ソフトウェアの著作権者の権利・配布元が定めるライセンス (条項) 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。

基本的にデザインの変更・外部リンク・機能の改造などに制約は無いが、無論それに伴うスキルが必要となったり、またライセンスによれば自分でカスタマイズしたソースコードも一般に公開する必要があるとする物もある。

通常レンタルサーバー (共用) などと契約し、取得したサーバー領域に各自でインストール・設定を行う。

インストール後は有料の ASP や SaaS などと同じように運営することができるが、運営コストはサーバーのレンタル料金のみであるため ASP や SaaS などよりも割安である場合も多く、また販売手数料なども課金されないため格段にコストを抑える事が可能である。

但し、インストールの際には Web 言語の (PHP や Perl 等) や HTML や CSS などの Web ページに関する知識、ならびにデータベース (MySQL や PostgreSQL) 等の知識も必要であるため、より多くのスキルが必要といえる。

またサーバー自体を自分で用意する場合であれば当然サーバーやネットワークの知識などが必要になるが固定 IP の回線を別途引くことなどを考えるとレンタルサーバーを利用するほうがコスト面でも運営管理作業の面でも運営者側の負担が少なくよりショップの運営に注力できると思われる。

集客の面では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である為検索連動型などのインターネット広告やアフィリエイトサービスなどを用いてアクセス数を増やす努力も必要になる。

次項では、それらオープンソースの EC パッケージの一覧を記載している。

## 第2章 ネットショップの開店準備

オープンソースのECパッケージ一覧表（以下の情報は2009年1月末現在）

LinuxなどのOS上でApacheなどのWebサーバーが動作している事が前提。

パッケージ名	動作環境	特徴
EC-CUBE <a href="http://www.ec-cube.net/">http://www.ec-cube.net/</a>	言語 PHP4.1.x以降 PHP5.0.x以降 ライブラリ freetype2 2.1.x以降 gd 2.0.x以降 データベース PostgreSQL 7.4.x以降 MySQL4.1以上 （MySQL5.x系を含む）	国産のオープンソースのECパッケージ。 それまでは国外のソースコードを日本語化して運用する場合がほとんどであったが、日本語対応の最新版のリリースが遅れがちであったり、文字コードの違いによるバグなども多かった。 ZenCartで実装が遅れがちであった携帯電話に早くから対応しており、他のオープンソースのECパッケージよりもデフォルトのデザインテンプレートの完成度が高い為少ないカスタマイズで完成度の高いショップを構築する事が可能。 また後述のZenCartなどよりも機能面では劣る部分もあるが、必要最小限度の機能実装により、初心者でも各機能の把握がしやすいという面もある。

## 第2章 ネットショップの开店準備

パッケージ名	動作環境	特徴
ZenCart <a href="http://zen-cart.jp/">http://zen-cart.jp/</a>	言語 PHP 4.3.x データベース MySQL 3.2.x Apache 1.3.x	<p>後述する osCommerce から派生したシステムであり、ダウンロード形式で音声ファイルやプログラムファイル画像などの電子データを販売する事が出来たり、開店したネットショップで使える割引チケットや金券なども発行する事が出来るなど、EC-CUBE と比べてかなり豊富な機能が用意されている。</p> <p>ただそのためにネットショップの管理者が全ての機能を把握し難く、管理メニューの構造自体もやや複雑で分かりにくいものである為、使いこなすまでに時間を要する。</p> <p>またデフォルトのテンプレートが EC-CUBE の物と比べてデザイン面で若干見劣りするという点もあり、開店直後から本格的にデザインの修正を行わなくてはいけない面も初心者にはデメリットに感じられる部分である。</p>

ホーム ログイン 検索キーワードを入力

powered by **zen cart** the art of e-commerce ここにタグライン・キャッチコピーなどを入れてください。

ハードウェア ソフトウェア DVDムービー ギフト券

**カテゴリ**

- ハードウェア->(4)
- ソフトウェア(3)
- DVDムービー->(6)
- ギフト券(2)

新着商品 ...  
全商品 ...

**ホーム**

おめでとうございます!  
オンラインショップ構築ソフト Zen Cart 日本語版のインストールに成功しました。  
ゲストさん、いらっしゃいませ。**ログイン**しますか?

メインページ[サンプル文章]

この部分は、管理者画面の[追加設定・ツール]>[定番ページの編集]の define\_main\_page.php で編集できます

この部分のテキストを取り除くには定番ページの編集で削除してください。

**2月の新着商品**





**レコード会社**

選択してください  
HMV Group

**音楽ジャンル**

選択してください  
Jazz  
Rock

**商品検索**

検索キーワードを入力して

## 第2章 ネットショップの开店準備

パッケージ名	動作環境	特徴
osCommerce <a href="http://www.bitscope.co.jp/tep/">http://www.bitscope.co.jp/tep/</a>	言語 PHP 4.1.x 以上 データベース MySQL	ZenCart は元々この osCommerce から派生したものであり、osCommerce.com を拠点として国際的なオープンソース・コミュニティによって開発が進められており十数ヶ国語に翻訳され、稼動してる実績がある。日本語へのローカライズと日本独自の支払い方法や配送手段への対応についても、osCommerce 日本語化プロジェクト ( <a href="http://sourceforge.jp/projects/tep-j/">http://sourceforge.jp/projects/tep-j/</a> ) によって作業が進められている。  多言語対応（複数の通貨単位にも対応）とダウンロード販売やチケットの販売など豊富な機能が特徴

The screenshot displays the osCommerce storefront. The top navigation bar includes links for 'アカウント情報', 'カートを見る', and 'レジに進む'. The main content area is titled '5月の新着商品' (New Arrivals for May) and features a grid of movie posters with their titles and prices. On the left, there is a 'カテゴリ' (Category) sidebar with sub-categories like SF, アクション, アニメ, コメディ, スリラー, and ドラマ. Below the categories is a '最新商品' (Newest Products) section with 'The Wheel Of Time' for 9,990円. A search bar is also present. On the right, there is a 'ショッピングカート' (Shopping Cart) section showing 'カートは空です...' (Cart is empty...), a 'ベストセラー' (Best Sellers) list with 10 items, and a '特価商品' (Special Price) section featuring 'マトリックス' (The Matrix) for 3,000円. A 'レビュー' (Reviews) section is partially visible at the bottom right.

## 第2章 ネットショップの開店準備

本テキストでは、初心者でも分かりやすい管理インターフェースをもつという理由から主にこの EC-CUBE のインストールを前提に構築の手順などについて述べることとする。次では EC-CUBE のインストールが確認されているレンタルサーバーの一覧を記載する。

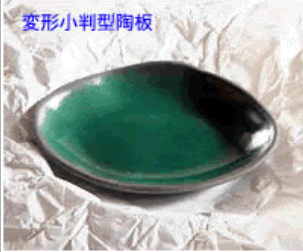
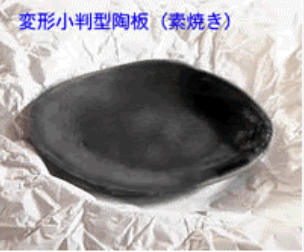
EC-CUBE サポートのレンタルサーバーの一覧表  
(以下の情報は 2009 年 1 月末現在)

レンタルサーバー名
KAGOYA Internet Routing <a href="http://www.kagoya.net/">http://www.kagoya.net/</a> 通常のインストールのほかに、サーバーの独自のコントロールパネルからインストール先を選択するだけの簡単操作で EC-CUBE をインストールできる。  専用サーバー 専用サーバープラン：¥8,400~/月、初期費用無料 等
WADAX <a href="http://www.wadax.ne.jp/">http://www.wadax.ne.jp/</a> 簡単な設定でインストール可能  Next Style 共用サーバー：¥1,995~/月、初期費用¥3,000~ 等 インストール方法
使えるねっと <a href="http://tsukaeru.net/">http://tsukaeru.net/</a> 簡単インストールツールを提供。  「アドバンス」：¥580~/月、初期費用¥500 等
ラピッドサイト <a href="http://www.rapidsite.jp/">http://www.rapidsite.jp/</a> GMO ホスティング&セキュリティ株式会社のホスティングサービス「ラピッドサイト」の「VPS サービス」で EC-CUBE が標準装備。 2.0 系の標準インストールは未対応。個別に手動でインストールは可能。  VPS のすべてのプラン RV-3 シリーズ：¥12,600~/月、初期費用¥10,500
アイル <a href="http://home.isle.ne.jp/">http://home.isle.ne.jp/</a> マルチドメイン対応共用サーバー「Infinito」にて EC-CUBE が標準搭載。  ¥2,940~/月、初期費用¥19,950 等
Joe'sウェブホスティング <a href="http://www.joeswebhosting.net/">http://www.joeswebhosting.net/</a> 全共用サーバー、専用サーバー Joe's の素(フルマネージド)のコントロールパネル CPanel から、EC-CUBE をワンタッチでインストールできる(無償)。また、バージョンアップのつど、検証の上問題の生じない限り、最新版にアップデート(無償)。 1.0 系は手動でインストールも可能。  国内設置の全共用サーバー(高速セキュリティ、大容量セキュリティ、高速大容量セキュリティ)：¥788~/月、初期費用無料 等

## 第2章 ネットショップの開店準備

### (3) Web ページ・ブログ

ネットショップを開店するに当たり、あまりコストを掛けたくない・又は掛けられない場合で、尚且つオープンソースの EC パッケージをインストールする各種の知識や技術がない場合は無料の Web サーバーにホームページを作成・もしくは無料のブログサービスをレンタルし、商品情報や自分のメールアドレスなどを記載し、販売を行うこともできる。

	商品番号「C」 変形小判型陶板 3500円 縦約15cm・横約20cm 上薬のかかったタイプ。 光沢があり上品なデザインです。 小判型ですのでお魚等をお載せ頂いてもちょうど良いデザインです。		商品番号「D」 変形小判型陶板 2500円 縦約15cm・横約20cm 変形小判型陶板素焼きバージョンです。 色は、やや黒色気味のグレーでシンプルなデザインです。 素焼きですので表面はやや、ざらついた感じとなりお肉料理などを熱いうちにお出しする際鉄板の代わりとして重宝します。
<p>&lt;&lt;まずはじめにご覧下さい。&gt;&gt; <a href="#">訪問販売法(通信販売の法規)に基づく表記</a></p> <p>ご注文フォーム</p> <p>お名前 <input type="text"/></p> <p>お名前 (フリガナ) <input type="text"/></p> <p>郵便番号 <input type="text"/> 住居表示 <input type="text"/></p>			

(発注用のフォームがあれば小規模のネットショップとして成り立つ場合も)

無料の Web サーバーは自宅でインターネットを閲覧する為に契約したインターネットプロバイダの基本サービスとして提供されている場合も多く、若干学習が必要であるが Windows などに付属している「メモ帳」などのアクセサリやアプリケーションなどでも HTML で Web ページを作成することができるため、ネットショップの運営に関してだけに言えば、新規の出費や月々の運営コストなどほぼ無料で行うこともできる。

また HTML に関しては他のサービスでも商品説明などに使用する場合も多く、どの開店形式でもいつれ学習すべきものであるため、後学の為に一度作成して見るのも良い。

ブログに関しては管理画面側にワープロソフトのようにフォントの操作や画像の挿入などがボタンやメニューなどで簡単に設定できるテキストディタなども付属している為、更に作業の難易度が低い。



## 第2章 ネットショップの開店準備

The screenshot shows a web-based blog editor. On the left, there is a sidebar with navigation options: 'カテゴリの編集', 'テンプレートの設定', 'プラグインの設定', 'リンクの設定', 'プロフィールの編集', 'モブログの設定', 'パスワードの変更', 'ツール', and 'FC2サービス'. The 'ツール' section includes 'ファイルアップロード', 'ログのインポート', 'データのバックアップ', 'ユーザータグの編集', 'スレッドテーマの編集', '画像縮小', and 'ブログ書籍化'. The 'FC2サービス' section includes 'アクセス解析 [解説]', 'クリエイター', '拍手', 'ホームページ', and 'ミニブログ PIYO'. The main editing area features a toolbar with icons for text formatting (bold, italic, underline, link, etc.) and a text input field. The text in the field reads: '水槽置き始めて二年くらいになります、そのときに買ったアマゾンソドっていう水草に、最近になって蕨が生えて来たのに気がきましたw', '「あー、蕨が生えてるな」', 'ぐらいいに思ってた二週間ぐらいいに改めて見てみると蕨の節々に実のようなものがついて', '「種が出来たのか？」', 'って思ってたんですが、花のつぼみでしたw'. Below the text are buttons for '記事を保存' and 'プレビュー'.

(ブログの記事入力画面はワープロソフトの要領で簡単に入力が可能)

HTML も難解であると及び腰になる場合には、ブログで商品画像を貼り付け説明を記述し、メールや送信フォームで注文を受ける事となる。

この開店方法のデメリットとしては、ショッピングカートなどでは数クリックで買い物完了するのに対し、メールアドレスしか記載していない場合はメーラーを開いて商品名や数量などを入力する手間をユーザー側に強いる点、また出先で借りている(ネットカフェなど)PCからメール送信を行う場合、メーラーの設定を変更しないとメールの送受信が出来ないなどの点が上げられる。(もし送信フォームなどをレンタルして設置している場合問題はない)

またブログのシステムによっては規定の広告以外の商用利用が出来ない場合なども、事前に規約を確認する必要もある。

ベストの選択ではないかもしれないが、資金面や技術面をクリアできるまではこのような出店方法で経験を積み、他の開店方法へ移行することも出来るだろう。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 【無料レンタルできるブログサービス一覧】

ブログサービス	特徴
FC2 ブログ <a href="http://blog.fc2.com/">http://blog.fc2.com/</a>	<a href="http://fc2.com/">http://fc2.com/</a> から関連サービス共通のIDを取得することによって、ショッピングモールやアフィリエイトなどの各種サービスを無料で使うことも可能。
ライブドアブログ <a href="http://blog.livedoor.com/">http://blog.livedoor.com/</a>	FC2同様、様々な関連サービスがあり、複数人による更新などもサポートしている
Seesaa <a href="http://blog.seesaa.jp/">http://blog.seesaa.jp/</a>	動画も配信できる高機能ブログ。商用利用も明言されており、安心して利用できる。

### 【レンタル可能な送信フォーム（発注用のフォーム）一覧】

ブログサービス	特徴
FC2 メールフォーム <a href="http://form.fc2.com/">http://form.fc2.com/</a>	<a href="http://fc2.com/">http://fc2.com/</a> から関連サービス共通のIDを取得することによって利用できる。ショッピングモールやアフィリエイトなどの各種サービスを無料で使うことも可能。
フォームマン <a href="http://www.formman.com/">http://www.formman.com/</a>	管理画面から簡単に項目の作成追加が可能。
CGI-Maker <a href="http://www.cgi-maker.com/">http://www.cgi-maker.com/</a>	CSV のデータとしてアンケート内容をダウンロードできたり、携帯用のフォームにも対応。
カンタンフォームメール <a href="http://www.kantanform.jp/">http://www.kantanform.jp/</a>	100項目までの設定が可能で、自動返信・データダウンロードなどの機能がある。
フォームズ <a href="http://www.formzu.com/">http://www.formzu.com/</a>	ファイル添付や統計機能、フォームの分割などにも対応。
Form Mail jp <a href="http://formmail.jp/">http://formmail.jp/</a>	質問形式に答えていくとフォームを作成する事が出来る。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 【無料ホームページサービス一覧】

ブログサービス	特徴
XREA <a href="http://www.xrea.com/">http://www.xrea.com/</a>	PHP や CGI なども設置でき、他のホームページサービスでは許可されていない様々な設定も出来る。 データベースが使用できるのも特徴。
CSC <a href="http://server.csx.jp/">http://server.csx.jp/</a>	ドメインがあれば無料で利用できる。CGI、PHP が利用可能。
IsWeb <a href="http://isweb.www.infoseek.co.jp/">http://isweb.www.infoseek.co.jp/</a>	CGI、SSI が利用可能。
FC2Web <a href="http://web.fc2.com/">http://web.fc2.com/</a>	サブドメインが利用できアフィリエイト広告挿入も可能。無料ホームページには運営側の広告が自動挿入されるのが一般的だが、本サービスでは広告の自動挿入はない。
トクトク <a href="http://tok2.com/">http://tok2.com/</a>	CMS ツールを使えば HTML タグを意識せずにコンテンツの作成・管理が可能。
忍者ホームページ <a href="http://www.ninja.co.jp/hp/">http://www.ninja.co.jp/hp/</a>	ディスク容量無制限で携帯サイトにも対応。こちらも CMS ツールが付属
ナスカ <a href="http://web1.nazca.co.jp/">http://web1.nazca.co.jp/</a>	ブラウザからの FTP アップも可能。アフィリエイト広告も利用可能。
ぶっとび、ねっと <a href="http://www.buttobi.net/">http://www.buttobi.net/</a>	PHP・CGI・SSI・FTP・TELNET が使え、容量無制限。

(上記以外でもインターネットプロバイダなどと契約時にも、無料のホームページが利用可能な場合もあるので確認してみると良い。)

---

## 第2章 ネットショップの開店準備

### (4) アフィリエイト・ドロップ SHIPPING

前項までは、あくまで手元に売りたい商材があることを前提として話を進めてきたが、それ以前に商材・資金はないが物販を体験したいと言う希望があれば、既存の商材や店舗を紹介して紹介料を得る「アフィリエイト」や「ドロップ SHIPPING」等のサービスも利用する事が出来る。

ただ、元々仕入れを行わず売り上げの数パーセントを紹介料金として得る形なので、実際のところ期待できるほどの収入は得られないと考えたほうがいだろう。

しかしながら消費者のニーズに合わせて商品リンクを入れ替えたり、SEO などに配慮しながらサイトを構築する為、ネットショップの導入前の練習としては有効といえるだろう。

#### アフィリエイト

成功報酬型広告またはアフィリエイト・プログラム (Affiliate Program) とも呼ばれ、個人の Web サイトに広告を貼り付け、その広告経由でアクセスや商品の売り上げが発生した場合に Web サイトの管理者へ報酬が支払われるサービス。

広告を貼り付ける Web サイトは事前に審査が行われ、コンテンツの内容によっては広告掲載を断られる場合もある。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 【アフィリエイトサービス一覧】

ブログサービス	特徴
A8net <a href="http://a8.net/">http://a8.net/</a>	ブログ・メールなど、それぞれのメディアに記載できる広告を配信できる。 アフィリエイト用のブログサービスなども利用できる。
バリューコマース <a href="http://valuecommerce.ne.jp/">http://valuecommerce.ne.jp/</a>	複数の広告をランダムに表示する事が出来る、ローテーション広告など管理面で扱いやすい機能が実装されている。
アクセストレード <a href="http://accesstrade.net/">http://accesstrade.net/</a>	着メロ・不動産の検索システムなどを提供し、ポータルサイトのようなアフィリエイトサイトを運用できる。
トラフィックゲート <a href="http://www.trafficgate.net/">http://www.trafficgate.net/</a>	商品ごとにリンクが貼れる機能など、よりドロップshipping的な運用が可能。
リンクシェア <a href="http://www.linkshare.ne.jp/">http://www.linkshare.ne.jp/</a>	こちらも商品ごとにリンクが貼れる機能など、よりドロップshipping的な運用が可能。 その他動画のリンクや広告内容がローテーションするダイナミックリンクなどの機能がある。

アフィリエイトなら、バリューコマース！携帯でもブログでも

**ValueCommerce/Affiliate**  
Japan's Leading Affiliate Service Provider

E mail :  [ログインできない？](#)  
Password :  [Log in](#)

HOME パートナー ECサイト アフィリエイト導入事例 アフィリエイトのノウハウ お問い合わせ

[サイトマップ](#) [会社概要](#) [メンテナンス情報](#)

アフィリエイトのベストサービスブランド、バリューコマースへようこそ。

新着EC 季節特集 おすすめ おすすめ おすすめ

**アフィリエイトプログラム開始**

**e-casio**  
カシオグループのショッピングサイト  
カシオマーケティングでは、アフィリエイトプログラムにご参加いただけるパートナーサイト様を募集中です。

**Selpoi**  
女性ファッションを引き立てる小物を紹介

**モバイル 携帯アフィリエイト**  
新しい 携帯アフィリエイト  
登録はこちら▶

**アフィリエイト新規登録**

初心者でも簡単！  
携帯やブログですぐに始められます。

[アフィリエイトとは？▶](#)

## 第2章 ネットショップの開店準備

### ドロップ SHIPPING

通常サイト上に商品ごとのリンクを貼り付け、外見上はネットショップに似たサイトを構築できる無在庫販売サービス。

アフィリエイトと明確に違うのは、商品の売値を広告掲載側がある程度設定できるという点、ショッピングカートなどのシステムも利用でき、消費者側の操作感としては極めてネットショップに近い点などが上げられる。

また売値を設定できる為、全体的にアフィリエイトよりも利益率が高い傾向がある。

広告主は複数で様々な商品を手供しているが、その中で統一性をもった商品選択を行うとちょっとした専門店を構築できるものも面白い。

#### 【ドロップ SHIPPING サービス一覧】

ブログサービス	特徴
もしもドロップ SHIPPING <a href="http://www.moshimo.com/">http://www.moshimo.com/</a>	商品を選んでいくだけでネットショップのようなページが作成できる「超できすぎくん」などがあり、手持ちの Web サイトやブログに簡単に貼り付ける事が可能
リアルドロップ SHIPPING <a href="http://ds.realmarket.jp/">http://ds.realmarket.jp/</a>	従来の個別商品リンク (Ds-Media) と通常のネットショップシステム (Ds-Store) が利用できる。特に Ds-Store は HTML を貼り付ける作業などが必要ないため管理が楽。
電腦卸 <a href="http://ds.d-064.com/top.do">http://ds.d-064.com/top.do</a>	従来のドロップ SHIPPING とは違い、販売店側が仕入れ料金を前払い・サービス上の仮想通貨として保持し、商品販売時に卸業者に支払わなければ発送が出来ないシステム。一見実店舗の仕入れや販売に近いものがあるが、商品が売れた時にしか仮想通貨を支払うこともない為、無在庫販売の形式であるといえる。
Club T <a href="http://clubt.jp/">http://clubt.jp/</a>	自分でデザインした画像データを T シャツやマグカップなどにプリントし販売できるユニークなサービス。プリントする T シャツなどは定価で、それに各クリエイターの利益分を上乗せした価格が売値となる。
UpSold.com <a href="http://www.upsold.com/">http://www.upsold.com/</a>	Club T と同等のサービス。団扇などユニークな素材にプリントし販売できる。

## 第2章 ネットショップの開店準備

後半の Club T などでは自分で書いたイラストや撮影した写真などをアップロードし、Tシャツやマグカップなどに貼り付けてオリジナル商品のデザインを行うことからネットショップとドロップシッピングの中間的なニュアンスを持つユニークなシステム。



(画像やイラストさえあればオリジナルのグッズを販売できる。レイアウトも簡単)

このように商材がなくてもネットショップを疑似体験し、多少ながら利益を売ることも可能である。

以上のように、様々な環境に応じてネットショップのシステムは選択可能であり、必ず資金や技術がないと開店できないというものではない。

最近では商圈を広げる為にネットショップを選択するオーナーも増え、システム費用・広告費用など資金をふんだんに投資する事も多くなってきたが、ネットショップが実店舗に比べローコストで展開できるという長所を生かし、初心者が積極的に取り組むことも可能である。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 2.3 ネットショップの決済方法・配送方法

ネットショップでは商品の支払方法や配送方法などにバリエーションがあると様々なユーザーを取り込む事ができる。

例えば若い世代向けに、ゲームや洋服などを販売する際にカード決済のみを強いるのは無理がある。

まだ就職もしていない学生などではクレジットカード自体を持っていない場合がほとんどであり、ユーザーは商品自体に興味があっても結局決済方法の面で他のショップに顧客を奪われてしまう。

また、配送方法についても同じで、特に配送料金を顧客が負担する場合、顧客は少しでも安い配送料金を望むはずであるし、大型・重量のある商品である場合、配送サービスによって価格に開きが出る場合もある。

その他にも ASP や SaaS によっては配送業者と業務提携を行っている場合もあり、一般料金よりもかなり割安で商品を発送することも可能である。

#### (1) 決済方法

決済方法には通常、銀行振り込み、代金引換、カード決済などが良く用いられるが、最近ではコンビニで決済できるシステムなども増えてきた。

また、若いユーザーを対象とした商品を販売する場合、クレジット決済に変わって携帯電話の請求と合算して後払いできる決済方法なども増えて来ている。



## 第2章 ネットショップの開店準備

### 【決済方法一覧】

支払方法	メリット	デメリット
カード払い	<p>【消費者】</p> 振込みに行かなくて良い。 現金がなくても買える。 <p>【店舗】</p> 即時決済可能なので、お客を逃がしにくい。 (決済に手間がかかると、購入意欲が冷めてしまう消費者も)	<p>【消費者】</p> 事前に契約が必要。 <p>【店舗】</p> 初期費用(審査や審査料金)や月額契約料、決済ごとに手数料などがかかる。
代金引換	<p>【消費者】</p> 後払いなので安心。 <p>【店舗】</p> 消費者が安心して購入できる為、販売しやすい。	<p>【消費者】</p> 代引き手数料がかかる。 受け取り時にその場にいなければならない。 <p>【店舗】</p> 代引き手数料がかかる分、消費者が割高と感ずる場合も。
銀行振込み	<p>【消費者】</p> 代引きなどに比べて若干手数料が安い。 <p>【店舗】</p> 前払いの場合、入金確認後に商品の発送ができるので安心。	<p>【消費者】</p> 振り込み手数料がかかる。 銀行に行く必要がある。 <p>【店舗】</p> 後払いの場合支払いが踏み倒されないか不安。 消費者の都合により料金の回収に遅れる恐れも。

## 第2章 ネットショップの開店準備

支払方法	メリット	デメリット
携帯決済	<p>【消費者】 携帯電話があれば決済できるので便利。 カードを持ってない若者でもオンラインで決済が可能。</p> <p>【店舗】 即時決済可能なので、お客を逃がしにくい。 携帯電話を良く使う若者を取り込みやすい。</p>	<p>【消費者】 比較的限度額が小額。</p> <p>【店舗】 初期費用（審査や審査料金）や月額契約料、決済ごとに手数料などがかかる。</p>
コンビニ支払い	<p>【消費者】 買い物のついでに支払えるので便利。</p> <p>【店舗】 コンビニを利用することでATMに並ぶ暇がない消費者や、クレジットカードを所持していない消費者にも利用してもらいやすい。</p>	<p>【消費者】 コンビニに行く必要がある。</p> <p>【店舗】 クレジットカードの導入同様、導入時に審査があったり、月額や決済ごとの手数料などがかかる。</p>

カード決済は直接カード会社と契約するには審査の面や導入コストの面で難しい面がある、また携帯決済・コンビニなども同じく通常は決済代行会社などと契約する形が一般的である。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 【決済代行会社一覧】

決済サービス
株式会社ネットプロテクションズ <a href="http://www.netprotections.com/card/tokucho.html">http://www.netprotections.com/card/tokucho.html</a>
GMO ペイメントゲートウェイ株式会社 <a href="http://www.gmo-pg.com/solution/service/">http://www.gmo-pg.com/solution/service/</a>
株式会社 ゼウス <a href="http://www.cardservice.co.jp/service/connection/linkpoint.html">http://www.cardservice.co.jp/service/connection/linkpoint.html</a>
株式会社ゼロ <a href="http://www.zeroweb.co.jp/services/index.html">http://www.zeroweb.co.jp/services/index.html</a>
株式会社イーコンテキスト <a href="http://www.econtext.co.jp/service/settlement/settlement_02.html">http://www.econtext.co.jp/service/settlement/settlement_02.html</a>
株式会社デジタルチェック <a href="http://www.digitalcheck.co.jp/">http://www.digitalcheck.co.jp/</a>
イプシロン株式会社 <a href="http://www.epsilon.jp/service/credit.html">http://www.epsilon.jp/service/credit.html</a>
株式会社エクストラコマース <a href="http://www.24card.jp/">http://www.24card.jp/</a>
ヤマトフィナンシャル株式会社 <a href="http://www.yamatofinancial.jp/service/at_3.html">http://www.yamatofinancial.jp/service/at_3.html</a>
テレコムクレジット株式会社 <a href="http://www.telecomcredit.co.jp/">http://www.telecomcredit.co.jp/</a>

上記は各ショップが個別に契約する形であるが、楽天・Yahoo!ショッピング・ビッダーズなどの大手モールは簡単な申請で各種決済に対応できるオプションなども用意されている。

### (2) 配送サービス

決済方法と同じく配送サービスも選択次第では消費者や店舗側どちらでもコストを抑える事が可能である。

また料金のみならず規格外の商品などは、選択できる業者・サービスに限られる為、注意が必要である。

その他、購入者の荷物受け取りの利便性なども意識しなければならない  
例えば忙しく自宅にいる時間が不規則な場合は、郵便局止めやコンビニに受け取りなどのサービスが便利と思うユーザーも少なくない。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 【配送サービス一覧】

決済サービス	特徴
ヤマト運輸 <a href="http://www.kuronekoyamato.co.jp/">http://www.kuronekoyamato.co.jp/</a>	複数の決済方法が選べる「オークション宅急便」はIDを取得すれば個人情報を相手に知られずに取引が可能。 <a href="http://www.kuronekoyamato.co.jp/auction/auction.html?id=kojintop">http://www.kuronekoyamato.co.jp/auction/auction.html?id=kojintop</a>  また新聞受けや郵便受けに入るサイズの書籍・パンフレットなどは「クロネコメール便」等のサービスも有効。 <a href="http://www.kuronekoyamato.co.jp/mail/mail.html?id=kojintop">http://www.kuronekoyamato.co.jp/mail/mail.html?id=kojintop</a>
佐川急便株式会社 <a href="http://www.sagawa-exp.co.jp/">http://www.sagawa-exp.co.jp/</a>	大きな家具や家電をスタッフの2名で指定された場所にお荷物を設置する「大型家具・家電設置輸送」は大型の商品を配送するには都合が良い。 <a href="http://www.sagawa-exp.co.jp/business/service/addition/index.html#05">http://www.sagawa-exp.co.jp/business/service/addition/index.html#05</a>  また新聞受けや郵便受けに入るサイズの書籍・パンフレットなどは「佐川メール便」等のサービスも有効。 <a href="http://www.sagawa-exp.co.jp/business/service/transport/h-mail.html">http://www.sagawa-exp.co.jp/business/service/transport/h-mail.html</a>
日本通運 <a href="http://www.nittsu.co.jp/">http://www.nittsu.co.jp/</a>	3辺の合計が170cm、30kg、30万円のいずれかを超える荷物でも取り扱う「アロー便」は規格外の商品を取り扱う場合大変使い勝手の良いサービス。 <a href="http://www.nittsu.co.jp/pelican/service/allow_p/index.html">http://www.nittsu.co.jp/pelican/service/allow_p/index.html</a>
日本郵便 <a href="http://www.post.japanpost.jp/index.html">http://www.post.japanpost.jp/index.html</a>	Yahoo!オークションから利用できる「yahoo!ゆうパック」はネット上から伝票を作成でき、荷物をコンビニに持ち込み発送する事も可能。 料金も通常の料金よりも安いなどのメリットもある。 <a href="https://takuhai.yahoo.co.jp/ypack/init">https://takuhai.yahoo.co.jp/ypack/init</a>

## 第2章 ネットショップの開店準備

配送サービスとしては生鮮食品を配送する為の冷凍・冷蔵の配送サービスや、書籍やパ  
ンフレット・CDなどの比較的軽い・小さいサイズを送る事が出来るメール便などのサービ  
スなどは良く使われる。

各社概ね梱包した荷物の縦・横・高さの合計と重量でサイズを分けており、3辺の合計  
が60cm以内・重量は2kg程度から、160cm以内・30kg前後までが規定となっており、3  
辺の長さや重量がそれよりも多くなると配送できるサービスが限られてくる。

商品を出品する場合は配送料金の明示もトラブルを避ける為に必要な手段である。(オー  
クションなどの場合は入札料金よりも配送料金のほうが高くなる場合も稀にあるため)

その他取り扱いえない商品として生体(ペットなどの生き物)などに関しては不慮の事故  
による死亡や体調不良・観賞魚などは輸送中のビニール袋の破損による、水漏れをおこし  
た場合など保障が出来ないなどの理由で、個人が発送する場合は預かる事が出来ないと断  
られる場合もある。

また、最近では送り状も手書きではなくネット上から作成したり、あらかじめ登録した  
配送先に簡単に送るサービスなどもあるため、活用すると事務処理の手続きなども軽減で  
きる。

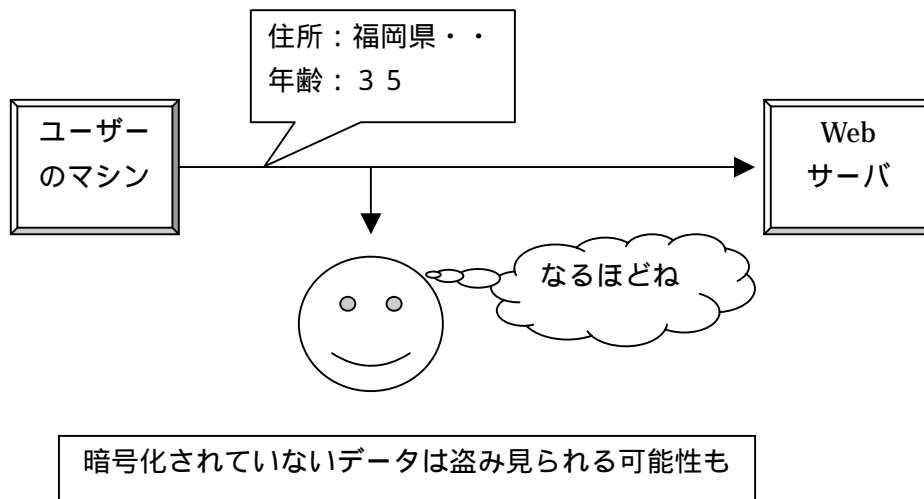
### 【送り状作成サービス】

決済サービス
ヤマト運輸 <a href="http://www.kuronekoyamato.co.jp/services/okurijyo.html">http://www.kuronekoyamato.co.jp/services/okurijyo.html</a>
佐川急便株式会社 <a href="http://www.e-collect.jp/business/add/ehiden/index.html">http://www.e-collect.jp/business/add/ehiden/index.html</a>
日本通運 <a href="http://www19.nittsu.co.jp/ehakko/top/index.htm">http://www19.nittsu.co.jp/ehakko/top/index.htm</a>
日本郵便 <a href="http://www.post.japanpost.jp/lpo/webprint/index.html">http://www.post.japanpost.jp/lpo/webprint/index.html</a>

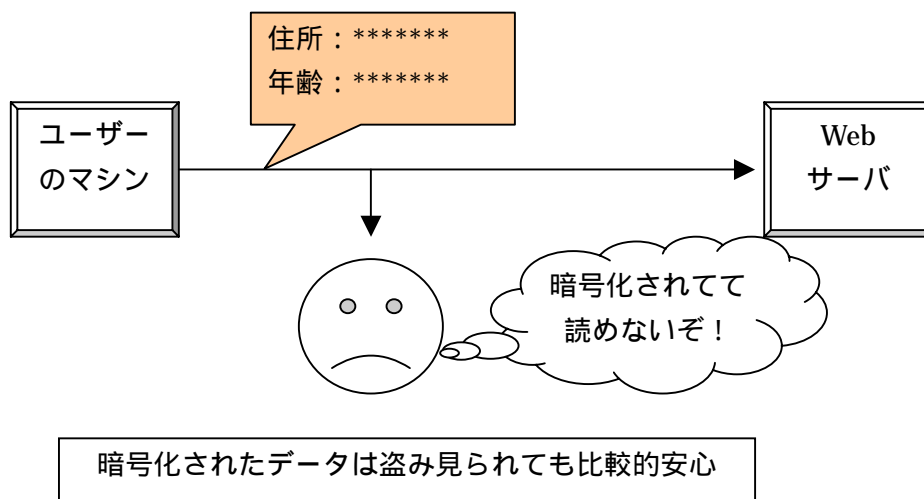
## 第2章 ネットショップの开店準備

### 2.4 ネットショップのセキュリティ

ネットショップ上の取引では住所や氏名、クレジットカード番号といった個人情報の入力送受信を行うが、ユーザーのパソコンとサーバー間でそれらのデータがそのままやり取りされるのは安全でないといえる。



場合によっては第三者が送受信されているユーザーの個人情報を盗み出して悪用する可能性も考えられるため万が一に盗まれた際にも内容が分からないようにデータを暗号化する必要がある。



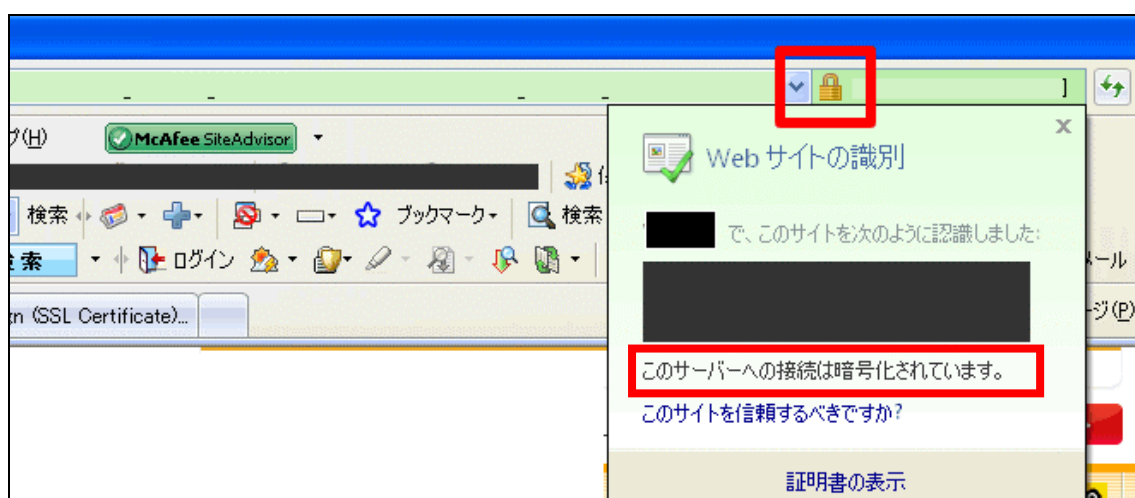
このようなユーザーのパソコンとサーバー間のデータの暗号化技術に **SSL** (Secure Socket Layer) というものがある。

## 第2章 ネットショップの开店準備

SSL はまずセキュリティ会社などから「サーバー証明書」を発行してもらい、サーバーとしての身元の保証を行う。

その後サーバー側にサーバー証明書をインストールし、その際に暗号の際に使用する「公開鍵」(暗号化のための元データ)を設定する。

これらの設定がされたサーバーにアクセスする際には通常の「http://」ではなく「https://」の SSL 用の URL でアクセスを行うとブラウザは「サーバー証明書」を確認しサーバーから渡された「公開鍵」(暗号化のための元データ)を使って送信するデータを暗号化し、送信を行う。



( https://からの URL でアクセスすると、アドレスバーに鍵マークが表示され、暗号化されている旨のメッセージが表示されている。)

一方、データを受信したサーバーは暗号化されたデータを復号化(暗号化されたものを暗号化前の状態に戻すこと)し処理を行う。

SSL には共用の Web サーバーに予めインストールされている共用 SSL とドメイン単位で証明を行う専用 SSL がある。

SSL の導入、更新にはそれなりに費用がかかるため、それらの費用が捻出しにくい場合は共用 SSL が使えるサーバーを選んで契約すると良い

但し、その場合証明書自体は別のドメインで契約されているので https://でアクセスする際、ドメインが証明書がインストールされているドメインのものに変更する必要があるなどの弊害もあるので注意する。

## 第2章 ネットショップの開店準備

### 【SSL 証明書発行サービス】

企業名
ベリサイン <a href="http://www.verisign.co.jp/ssl/">http://www.verisign.co.jp/ssl/</a>
グローバルサイン <a href="http://jp.globalsign.com/">http://jp.globalsign.com/</a>
セコム <a href="http://www.secomtrust.net/service/ninsyo/forweb.html">http://www.secomtrust.net/service/ninsyo/forweb.html</a>
クロストラスト <a href="http://crosstrust.co.jp/">http://crosstrust.co.jp/</a>

### 【共用 SSL が利用できる Web サーバー】

サービス名
ラピッドサイト <a href="http://www.rapidstite.jp/function/ssl/shared.html">http://www.rapidstite.jp/function/ssl/shared.html</a>
アスカサーバー <a href="http://asuka.netassist.jp/support/sharessl/">http://asuka.netassist.jp/support/sharessl/</a>
アイル <a href="http://home.isle.ne.jp/service/iclusta/option/ssl/isle.html">http://home.isle.ne.jp/service/iclusta/option/ssl/isle.html</a>
CPI <a href="http://www.cpi.ad.jp/service/server/function/ssl/">http://www.cpi.ad.jp/service/server/function/ssl/</a>

以上この章ではネットショップ開店までに必要な準備・知識について学習してきた。次の章では実際にネットショップ開店の手順について学習する事とする。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

本章では HTML やブログ、オープンソースのシステム EC-CUBE での開店・運営方法についても学習を行う。

EC-CUBE の開店方法については別冊の教材「フリーソフトを活用したネットショップ構築テキスト」にも詳細が記載されているが、データベースのコマンド操作が含まれていたり、自前で設置したサーバーでのインストールが前提になっているなど、中・上級者向けの内容となっている為、本教材では補足としてより難度を落としたレンタルサーバーの開店方法について学習することとする。

また ASP に関して開店手続きは書面での契約などが主であり、特に技術的に難しい作業などは発生しない。

出店後は契約時に配布される管理マニュアルなどを参考に運営・管理を行う為、本テキストではそれらの解説については省略する。

### 3.1 EC-CUBE の開店方法と初期設定（レンタルサーバー編）

#### (1) サーバーの準備

EC-CUBEのインストールが出来るサーバー環境の詳細については、別冊の教材「フリーソフトを活用したネットショップ構築テキスト」や本教材「2.2 ネットショップの出店場所」の「(2) 無料ECパッケージ」の項にも記載しているが、今回はEC-CUBEのインストールがサポートされているレンタルサーバーの中から「KAGOYA Internet Routing」(以後「カゴヤ」) <http://www.kagoya.net/> でのインストールを前提として話を進める。

尚、参考までに使用しているプランは共用サーバー「スタンダード 20」であり、初期費用は無料、基本料金は ¥2,100 とコスト的にも低価格であり、サーバディスク容量は 20GB、メール容量は 3GB、基本メールアカウント数は 10 個と、商品画像ファイルなどでサーバー容量を圧迫しがちなネットショップ構築用のサーバーとしては十分なスペックとなっており、EC-CUBE のインストーラーも無料で使えるため簡単にネットショップを構築できる。

「カゴヤ」を初めとしたレンタルサーバーは FAX や Web からの契約によって比較的簡単に契約できる。

料金をクレジットカードで決済する場合は即日サーバーを使用することもできる場合もあるため急いでいる場合はそのように契約すると良い。

契約の詳細な手順に関しては各レンタルサーバーの手順に従って契約を進める。

契約が終了するとサーバーを管理する為の管理画面と、それにログインする為の ID やパスワードを取得できるので、それを使用してサーバーの管理画面にログインする。ちなみに、カゴヤの場合管理画面の URL は <http://cp.kagoya.net/> となっている。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

User Control Panel

ログイン

アカウント名とパスワードを入力し、「ログイン」ボタンをクリックしてください。  
コントロールパネルはブラウザのクッキーが無効になっておりませんと機能しません。ログインに失敗する場合は  
クッキーの設定をお確かめください。  
パスワードを忘れた場合

アカウント名:

パスワード:

ログイン

管理画面にログインすると様々なメニュー項目が表示される。

レンタルサーバーでは、自分で設置したサーバーではコマンド操作していたり、設定ファイルを手作業で修正していた部分を簡単なメニュー操作で行うことができる。

### (2) データベースの準備

EC-CUBE の際にはデータベース準備をしなければならないが、通常はコマンドラインで操作を行うなど、初心者には操作が難しいが、こちら管理画面から簡単に用意できる。

但し、カゴヤの場合はデータベース 1 個につき 月額 525 円程度のオプション料金がかかるので注意が必要。

(カゴヤでは作成したデータベースの操作が視覚的に行えるツール「phpMyAdmin」も用意されており、データベース内のデータを直接修正したい場合などには大変便利である。)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

管理画面の左のメニューより「Web サイト」を選択

KAGOYA Internet Routing

アカウント: [ ] ログアウト

HOME

一般

- ユーザー情報
- アフィリエイト
- ご紹介キャンペーン
- ライセンス購入

システム

- Webサイト
- メール設定
- ドメイン設定
- SSL
- 接続サービス

EasyCGI

- 掲示板
- CMS
- チャット
- Webメーラー

コントロールパネルの使い方

1. 左側のメニューより、目的に応じて項目をクリックしてください。
2. 各ページ上側のメニューより、目的に応じて項目をクリックしてください。
3. ご利用後は、右上の「ログアウト」ボタンよりログアウトしてください。

新着情報

日付	題名
2009-01-27	【KIR EasyCGI案内】サイボウズOffice7.0(基本セット/ケータイ)バージョンアップのお知らせ
2009-01-21	【KIR 緊急/重要】「Movable Type 4.23」セキュリティアップデートのお知らせ(セキュリティホール/不具合修正)
2009-01-15	【KIR 緊急/重要】「Nucleus CMS v3.31 SP3」へのアップグレードのお願い(セキュリティホール/不具合修正)
2009-01-14	【KIR お知らせ】「ユニバーサルサービス料」改訂のお知らせ
2009-01-08	【KIR EasyCGI案内】Konboard 3.1.5 新バージョン提供開始のお知らせ

メンテナンス情報

日付	題名
2009-02-20	フレックスサービス メンテナンスのご案内(神奈川/埼玉/福島エリア)

管理画面上部の「Web サイト」メニューより「MySQL」メニューを選択

KAGOYA Internet Routing

アカウント: [ ] ログアウト

HOME

一般

- ユーザー情報
- アフィリエイト
- ご紹介キャンペーン
- ライセンス購入

システム

- Webサイト
- メール設定
- ドメイン設定
- SSL
- 接続サービス

EasyCGI

- 掲示板
- CMS
- チャット
- Webメーラー

システム > Webサイト

- サーバー情報
- 選択ドメイン設定
- ディスク利用
- サブFTPアカウント
- アクセス制限
- CRON設定
- サイト転送量集計
- カウンター
- PHP設定変更
- MySQL
- ログサービス
- ユーティリティ
- バージョン管理

サーバー情報

mysql (結果なし)

お客様のご利用されているサーバー情報です。

基本情報

項目	内容
取容サーバー名	[ ]

PHP情報

項目	内容
バージョン	PHP 5.2.8
INSTALLED PACKAGES, CHANNEL PEAR.PHP.NET:	
-----	
PACKAGE	VERSION STATE
Archive_Tar	1.3.2 stable
Auth_SASL	1.0.2 stable
Console_Getopt	1.2.3 stable

## 第3章 ネットショップ開店と運営

管理画面MySQL設定画面の下部にある「MySQLデータベースの新規作成・追加」項目で「データベース名」を任意のものに設定、「文字照合順序」を通常は「utf8\_general\_ci」に設定。データベースを始めて作成する場合は「パスワード」項目もそれぞれ設定しておく。

データベース名は以下の文字が利用できます  
a から z までの半角英小文字  
0 から 9 までの半角数字

**パスワード**

- パスワードは3～12文字の文字列を設定してください
- パスワードは以下の文字が利用できます  
a から z までの半角英小文字  
A から Z までの半角英大文字  
0 から 9 までの半角数字

**注意**パスワードはお客様のアカウント名や、その他安易に類推できる語句の利用は避けてください。人名や一般名詞など、辞書に記載されている単語を使用するのは危険です。

項目	内容
ユーザー名	<input type="text"/>
データベース名*	<input type="text"/>
文字照合順序	特に指定のない場合はそのままご利用ください。 utf8_general_ci
パスワード*	<input type="password"/>
確認*	確認のため同じパスワードをもう一度入力してください。 <input type="password"/>

追加

**料金表**

項目	料金
MySQL月額費用(データベース単位)	¥525

(データベース初回設定時)

MySQLデータベースを追加する場合、データベース名を入力し、「追加」ボタンを押してください。

- 二つ目以降のデータベースを作成される際は、初回に設定したパスワードと共通となります。データベースごとこのパスワードを変更することはできません。

**データベース名**

- データベース名は、hi-kick【任意の名前(16文字以内)】となります。
- データベース名は以下の文字が利用できます  
a から z までの半角英小文字  
0 から 9 までの半角数字

項目	内容
ユーザー名	<input type="text"/>
データベース名*	<input type="text"/>
文字照合順序	特に指定のない場合はそのままご利用ください。 utf8_general_ci

追加

**パスワード変更**

MySQLデータベースへの接続パスワードを変更することができます。新しいパスワードを入力し、「パスワード変更」ボタンを押してください。

- 新しいパスワードは全てのデータベースへの接続に共通で用いられます。
- 既にEasyCGIなどで、MySQLへの接続を行うプログラムをご利用になっている場合、そのプログラムでのMySQLへの接続ができなくなります。ご注意ください。

**パスワード**

パスワードは3～12文字の文字列を設定してください

(2個以上のデータベース設定時には、データベース名と文字照合順序のみ設定)

カゴヤではデータベース初回設定時に入力したパスワードと、ユーザー名(管理画面の

## 第3章 ネットショップ開店と運営

ユーザー名と同じもの)は各データベース共通なので注意する。

パスワードを忘れた場合は「MySQL データベースの新規作成・追加」項目下の「パスワード変更」項目でも変更が可能であるが、既に追加したデータベースは変更前の古いパスワードで稼動している為、一斉に動作しなくなる為注意が必要。

これらの設定に関しては後のEC-CUBEの設定で必要になる為、**必ず控えを取っておくこと!**また、全角文字は使えないので注意する。

### (3) EC-CUBE のインストール

ここで、通常は EC-CUBE のファイルをダウンロードし、FTP クライアント (FFFTP や WinSCP など) などでアップロード、パーミッションの変更を行うが 300 箇所を超えるパーミッションの変更は初心者には辛い作業である。

幸いにも EC-CUBE をサポートしているレンタルサーバーの多くは自動のインストーラファイルのアップロードからパーミッションの設定までを行う事が出来るため初心者にも分かりやすい。

管理画面の左のメニューより「E-commerce」を選択。

**データベースのバックアップ]**

- データベースのバックアップを行うには「DUMP」ボタンを押してください。

**データベースのリストア]**

- バックアップしたデータからデータベースのリストアを行うには「RESTORE」ボタンを押してください。

**【注意事項】**

- KAGOYA Internet Routingではお客様のデータについて一切の責任を負いません。大切なデータは定期的にバックアップしてください。
- データベースを削除するには削除したいデータベースにチェックをいれ、「削除」ボタンを押してください。
- 削除したデータベースは復活できません。
- 使用中のデータベースはお客様のホームディレクトリ中に、`/home/ユーザーアカウント/etc/dbbackup/データベース名.gz` というファイル名で毎日一回圧縮保存されます。万一の場合に備え、このファイルをバックアップされることをおすすめします。

**【便利なツール】**

- phpMyAdminをインストールすると、より使いやすいインターフェースでデータベースを利用することができます。

SQL	SQLボタンでSQLコマンドが実行できます。
DUMP	バックアップするにはDUMPボタンで表示されたSQLリストを保存してください。
RESTORE	リストアするには、バックアップデータをアップロード後、「RESTORE」ボタンを押し、画面の指示に従ってください。
削除	削除するにはチェックし、削除ボタンを押してください。

データベース名	サイズ	SQL	Dump	Restore	削除
hi_kick_01	1988 Kbyte	SQL	DUMP	RESTORE	<input type="checkbox"/> 削除
hi_kick_02	124 Kbyte	SQL	DUMP	RESTORE	<input type="checkbox"/> 削除
hi_kick_03	5864 Kbyte	SQL	DUMP	RESTORE	<input type="checkbox"/> 削除
hi_kick_04	4076 Kbyte	SQL	DUMP	RESTORE	<input type="checkbox"/> 削除

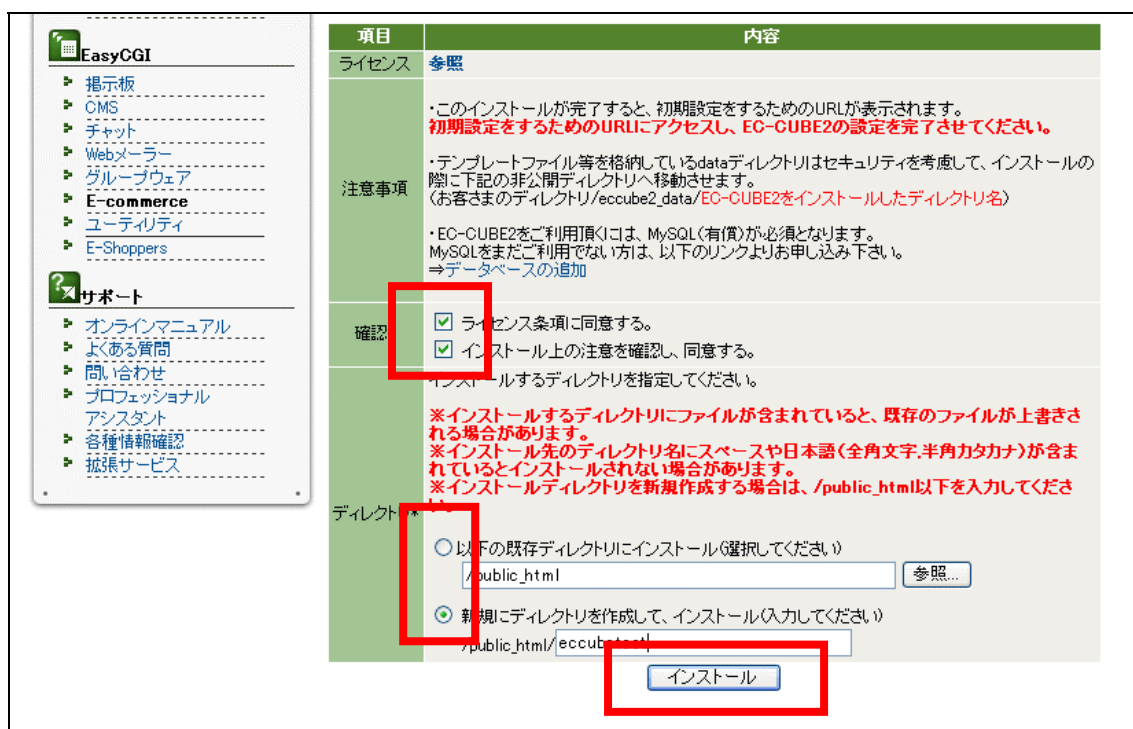
## 第3章 ネットショップ開店と運営

管理画面上部の「E-commerce」メニューより「EC-CUBE2」を選択



「EC-CUBE2」のインストール画面で「確認」の2箇所をチェックを行い、インストール先の「ディレクトリ」(サーバー上のフォルダ)を選択する。

既にFTPクライアントなどで作成したディレクトリを選択しても良いし、この設定画面でディレクトリを新規作成し、同時にインストールすることもできる。(この画面ではディレクトリを新規作成しインストールを行った)



## 第3章 ネットショップ開店と運営

「EC-CUBE2」のインストール画面で画面最下部の「インストール」ボタンを押すとインストールが完了し、インストールされたディレクトリやアクセスする際のURLなどが表示されるので、これも必ず控えておく。

The screenshot shows the EasyCGI E-commerce management interface. The main content area displays the installation completion message for EC-CUBE2 version 2.1.2b. Below the message is a table with the following data:

項目	内容
ディレクトリ	/public_html/eccubetest
アクセスするためのURL	http://[redacted]/eccubetest/
初期設定をするためのURL	http://[redacted]/eccubetest/install/

The text below the table states: "独自ドメインを使用している場合はURLが異なることがあります。" and provides a link for more information: "この機能についてのご質問はこちらに".

### (4) インストール画面を開く

では、いよいよ EC-CUBE の設定を行う。

先ほどのカゴヤの管理画面上、EC-CUBE のインストール終了画面で表示された「初期設定をする為の URL」もしくは「アクセスするための URL」をクリックするか、既に管理画面を閉じた場合は控えていたそれらの URL をブラウザに入力し、アクセスを行う。

本来ならば EC-CUBE のインストール画面にアクセスする場合は「初期設定をする為の URL」が適切であるが、未設定 EC-CUBE の場合「アクセスするための URL」にアクセスしても自動的に「初期設定をする為の URL」へ移動するので、結果的にアクセスするのはどちらでも良いということになっている。

「初期設定をする為の URL」が表示されたら「次へ」のボタンをクリックして次の画面に進む。



この時に各ファイルがインストールされているディレクトリ階層は以下の通り

root

eccube2\_data ( EC-CUBE のインストール時に自動生成 )

インストールディレクトリ名 ( data ディレクトリのデータ )

public\_html ( EC-CUBE のインストール時に自動生成 )

インストールディレクトリ名 ( html ディレクトリのデータ )

### 【もし手動でEC-CUBEをインストールする場合の設定】 (管理画面からインストールした場合は必要ないので注意)

通常 EC-CUBE の公式サイトからインストールデータをダウンロードし、圧縮データを解凍すると「html」「data」の二つのディレクトリが存在し、それらをサーバー上のインストールフォルダにアップロードし設定を行うが、カゴヤの管理画面から自動インストールした場合は「html」フォルダの中身はインストールの際に指定した **public\_html** 以下のディレクトリにコピーされ、「data」の中身はサーバーの **root**( FTP などアクセスできる。、サーバー最上部のディレクトリ)上に自動で作成された「**eccube2\_data**」内に格納される。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

このように「html」と「data」を分ける理由としては「data」にはそのまま閲覧されると困る各種の設定ファイルなどが格納されている為ブラウザでアクセスできる「public\_html」以下ではなく、root上に新たなdata用のディレクトリを作成し、格納を行っている。

もしカゴヤの自動インストーラーを使わず、手動で「data」ディレクトリをブラウザでアクセスできない階層に配置したい場合は設定ファイルを変更する必要がある。

インストール用のデータ「html/define.php」(htmlディレクトリ内の「define.php」)をテキストエディタ(推奨は秀丸・TeraPad等、Windows付属のメモ帳は文字コードshift-jisで保存してしまうので文字化けなどの可能性がある)で開く。

### 3行目・6行目あたりのソースを修正

「HTML2DATA\_DIR」というのは「html」ディレクトリから見た「data」ディレクトリの位置、「DATA\_DIR2HTML」というのは逆に「data」ディレクトリから見た「html」ディレクトリの位置を指定するものである。

もし先ほどのように public\_html 以下に「html」の内容を展開するディレクトリ、rootに「data」の内容を展開するディレクトリを作成する場合は

```
define( " HTML2DATA_DIR ", " ../data/ " ); を  
define( " HTML2DATA_DIR ", " ../../data ディレクトリ/ " ); に修正  
define( " DATA_DIR2HTML ", " ../html/ " ); を  
define( " DATA_DIR2HTML ", " ../public_html/インストールディレクトリ " ); などに修正する。
```

手動でインストールする場合は必要に応じて以上の設定を行う。

無論管理画面からインストールした場合はこれらの設定の必要はない。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

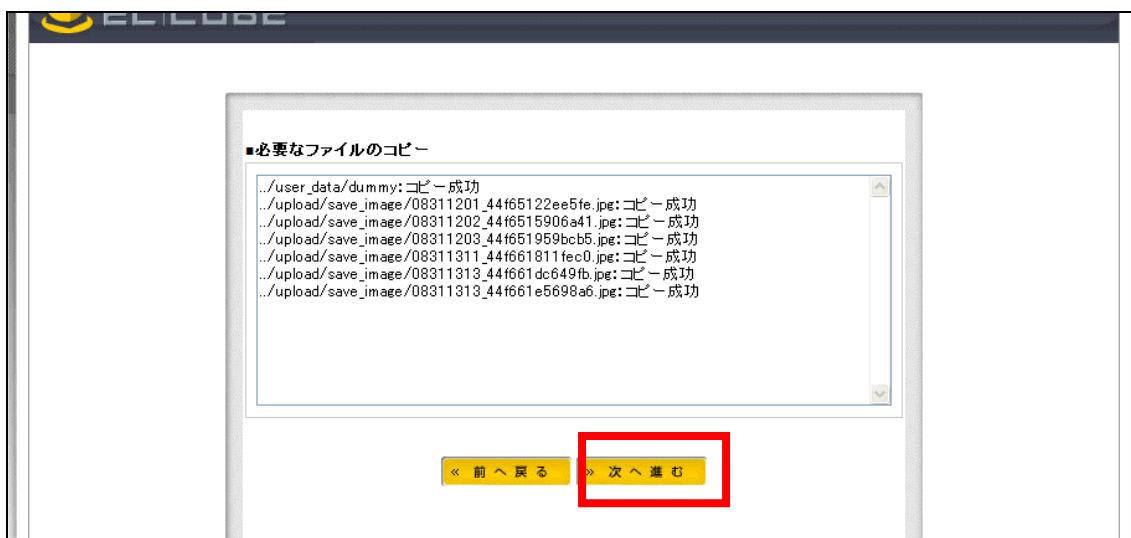
### (5) パーMISSIONの確認

通常はこの画面で 300 点ほどのファイルのパーMISSION設定を行うが、先ほどのカゴヤの管理画面からインストールを行った際にはこれらの設定は既に終わっているので「次へ」で次の画面に進む事が出来る。



### (6) 必要ファイルの自動コピー

次の画面では自動で作業が進む為、特に問題なければ「次へ」で進む。





## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (8) データベース情報の入力

ここでは先にカゴヤの管理画面で設定した(3.1 EC-CUBEの開店方法と初期設定(レンタルサーバー編)を参照)データベースの設定項目を入力する。

■データベースの設定  
※インストールの前に新しくDBを作成しておく必要があります。

DBの種類※	MySQL
DBサーバ※	127.0.0.1
ポート	
DB名※	■■■■■■■■■■
DBユーザ※	■■■■■■■■■■
DBパスワード※	●●●●●●●●

« 前へ戻る >> 次へ進む

この時「DBの種類」には「MySQL」を指定する。

「DBサーバ」の設定、「ポート」の設定はそのままで「次に進む」

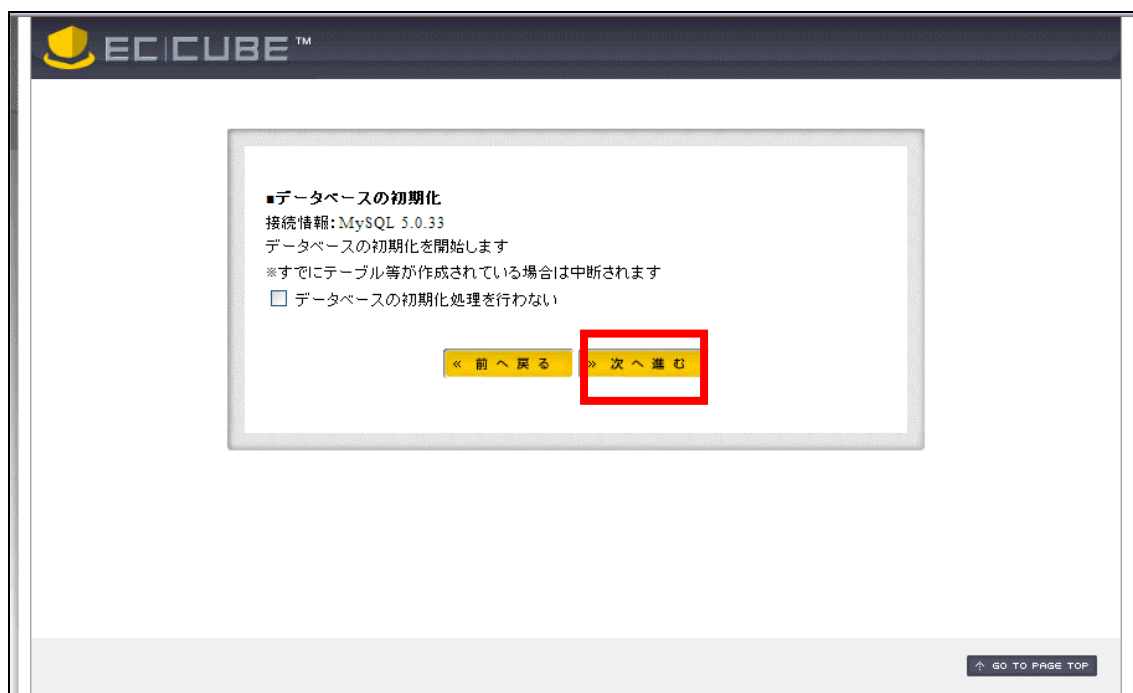
もしデータベースの設定を忘れてしまった場合は、再度カゴヤの管理画面からデータベースを作成する。

### (9) データベースの初期化

データベースの設定が適切なものであればデータベースの初期化の画面に進む事が出来る。

この画面でも、特に設定する項目はない為「次へ」で進む。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



次の画面では EC-CUBE で使用するデータテーブルなどが自動で作成される。



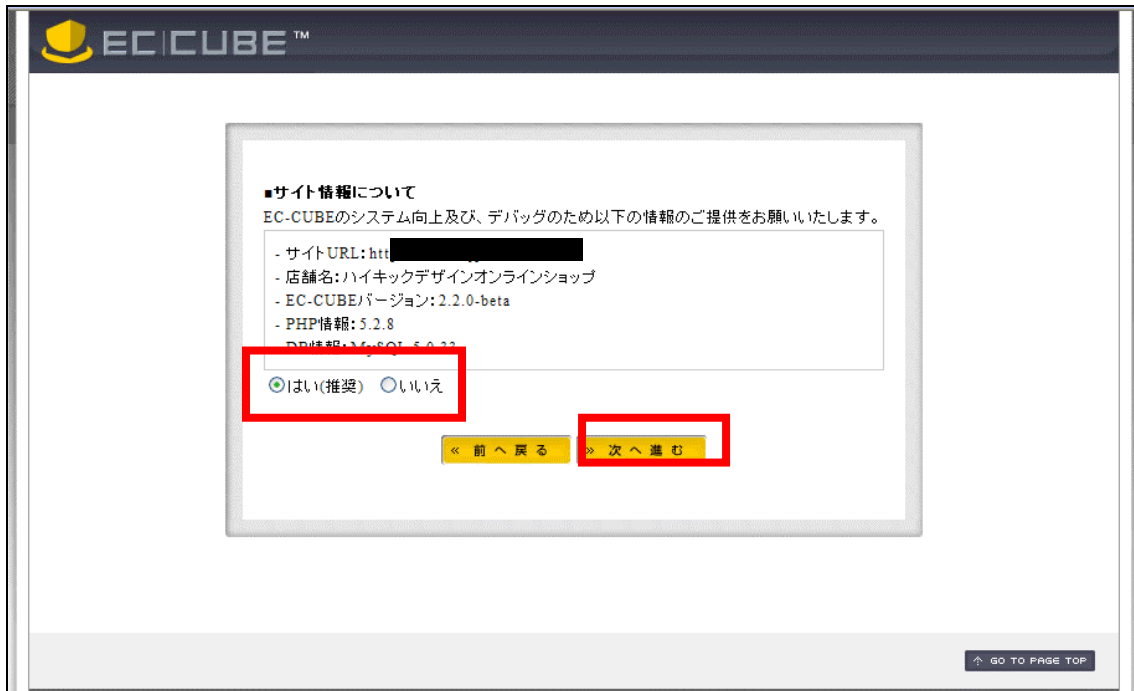
## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (10) サイト情報提供の確認

次の画面では EC-CUBE の開発元に、バグの修正などに必要なエラー情報などのデータを送信するか・否かの選択を行う。

この選択はどちらを選んでもインストールには特に関係ない。

選択が終わったら「次へ」で進む。



The screenshot shows the EC-CUBE installation interface. At the top left is the EC-CUBE logo. The main content area is a dialog box titled "■サイト情報について" (About Site Information). Below the title, it says "EC-CUBEのシステム向上及び、デバッグのため以下の情報のご提供をお願いいたします。" (We request you to provide the following information for EC-CUBE system improvement and debugging). The dialog lists the following information:

- サイトURL: http://[redacted]
- 店舗名: ハイキックデザインオンラインショップ
- EC-CUBEバージョン: 2.2.0-beta
- PHP情報: 5.2.8
- DB情報: MySQL 5.0.22

At the bottom of the dialog, there are two radio buttons: "はい(推奨)" (Yes (Recommended)) which is selected, and "いいえ" (No). Below the dialog are two buttons: "◀ 前へ戻る" (Back) and "▶ 次へ進む" (Next), both highlighted with red boxes. At the bottom right of the main window, there is a "↑ GO TO PAGE TOP" button.

### (11) インストール完了

ここまで進む事が出来れば EC-CUBE のインストールが完了である。

パーミッションの設定などの煩わしい作業がない為、作業時間的にもかなり短縮されるものであるし、作業に間違いも起こりにくい為インストールエラーも起こりにくい。

もし続けて管理画面から EC-CUBE の設定を行いたい場合はこの画面中央の「管理画面」のリンクをクリックして管理画面に進む事が出来る。



### (12) 再インストールする場合

#### **【この項は必要があれば設定を行うものであり、問題なければ設定の必要はない】**

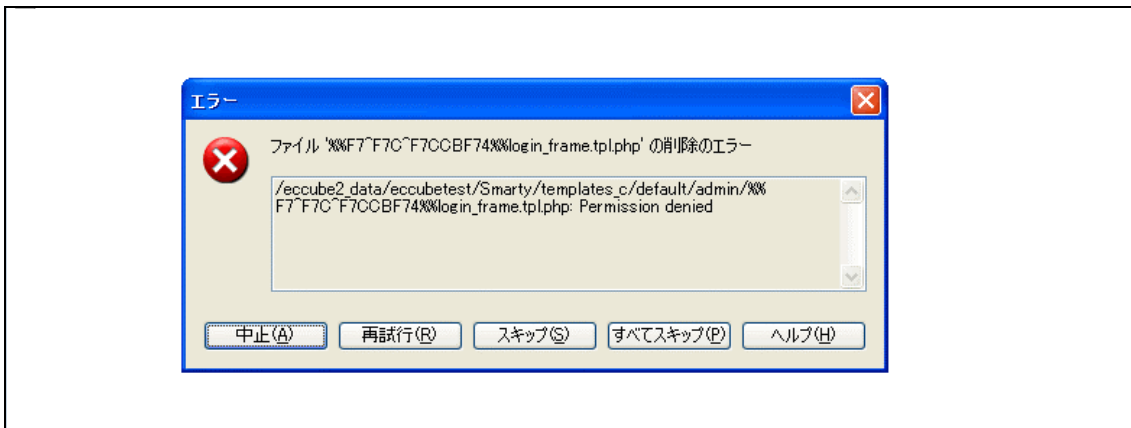
もしインストール後に管理パスワード忘れてログインできなくなったり、運営中何らかの理由で障害が発生し、再度 EC-CUBE を同じディレクトリに再インストールする場合は注意が必要である。

EC-CUBE を既にインストールしたディレクトリに先の手順で上書きしようとする、「既にディレクトリが存在」する旨のエラーが表示される。

その為、インストールディレクトリとデータディレクトリのいずれも削除する必要がある。

その際に FFFTP や WinSCP などの FTP クライアントでサーバーに接続し、ディレクトリごと削除しようとしても途中でエラーを起こしてしまう場合がある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



理由はファイルの所有者権限の問題などでそのようなエラーが表示されるが、FTP クライアントではファイルの所有者を変更できない為、カゴヤの管理画面で所有者権限を変更する。

カゴヤ管理画面から「web サイト」「ユーティリティ」「ファイル所有変更」と選択し、表示される「ファイル所有変更」画面で任意のディレクトリを選択。

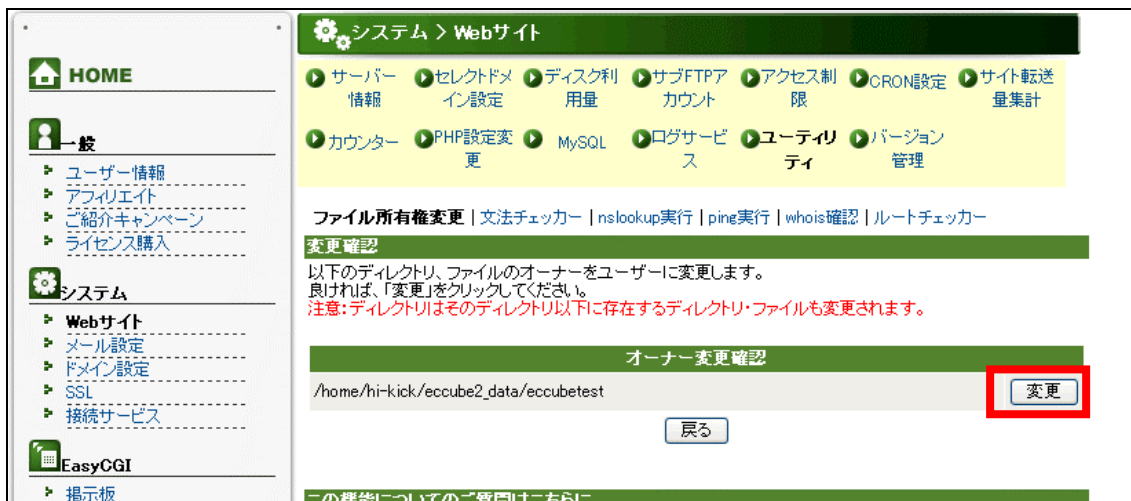
画面下部の「オーナー変更」プルダウンメニューを選択後、「実行」ボタンをクリックする。

ファイル/ディレクトリ	パーミッション	オーナー/グループ	サイズ	更新日時	URL
.	drwxr-xr-x	root/root	4.0K	Feb 10 16:15	
..	drwxr-xr-x	hi-kick/kirusr	4.0K	Feb 6 08:00	
<input checked="" type="checkbox"/> eccubetest	drwxr-xr-x	hi-kick/kirusr	4.0K	Feb 10 19:01	
monbu08	drwxrwxrwx	hi-kick/kirusr	4.0K	Feb 6 09:17	
monbu08ec	drwxr-xr-x	root/root	4.0K	Feb 9 11:07	

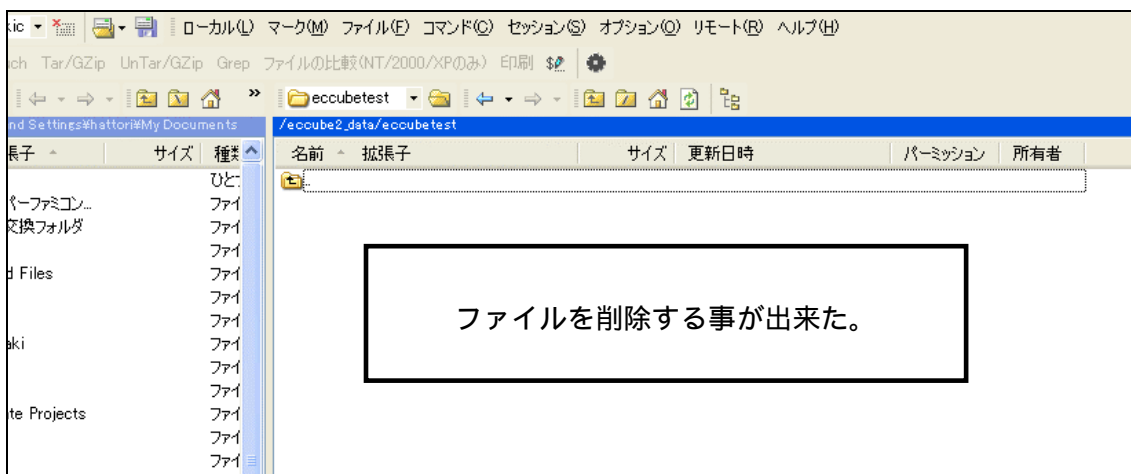
次の画面で「変更」ボタンを押して所有者を変更する。



## 第3章 ネットショップ開店と運営



この作業を行うことによって削除できなかったディレクトリを削除する事が出来る。



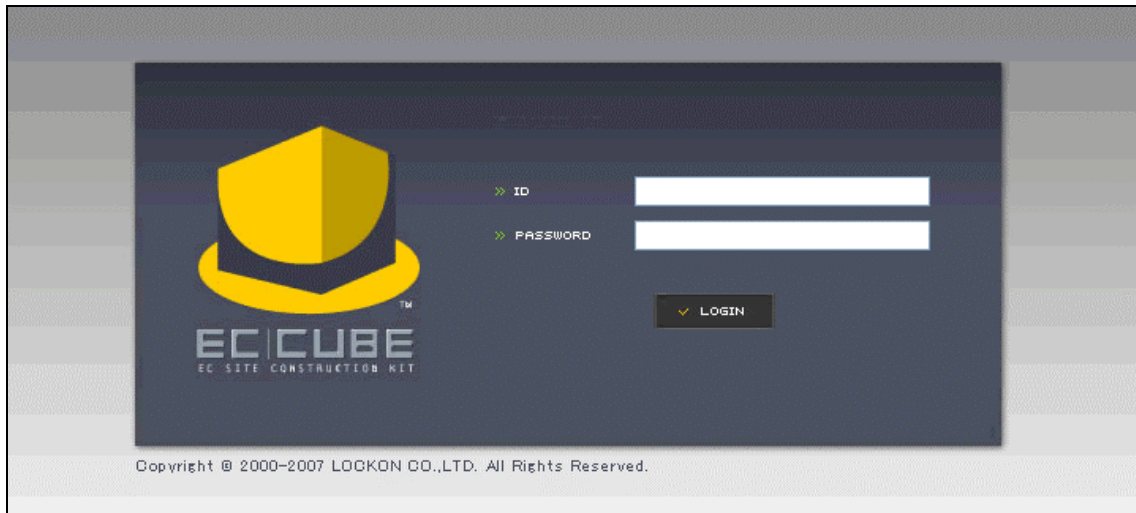
プログラムからファイルやディレクトリを作成する際に、しばしユーザーが削除できない権限でそれらのファイルを作成する場合もあるので注意が必要である。

もしこれらの作業を行ってもディレクトリなどが削除できない場合は、更に上位のディレクトリの所有者権限が適切でない場合もあるのでチェックする必要がある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (13) 管理画面へのログイン

インストールが完了したら EC-CUBE の管理画面にアクセスできる。  
ココではインストール時に設定した ID 名とパスワードを入力する。



### (14) 管理画面

管理画面にログインできたら管理画面を確認してみる。

WELCOME! 管理者様

基本情報管理 | 商品管理 | 顧客管理 | 受注管理 | 売上集計 | メルマガ管理 | コンテンツ管理 | デザイン管理 | システム設定

システム情報	
EC-CUBEバージョン	2.2.0-beta
PHPバージョン	PHP 5.2.8
DBバージョン	MySQL 5.0.33
詳細	<a href="#">システム設定&gt;システム情報</a>

ショップの状況	
現在の会員数	0名
昨日の売上高	2,859円
昨日の売上件数	1件
今月の売上高(昨日まで)	2,859円
今月の売上件数(昨日まで)	1件
昨日のレビュー書き込み数	0件
顧客の保持率(全会社)	0%

2009/02/06  
EC-CUBEプロジェクトへの寄付を募集しております。  
EC-CUBEでは、ご利用の皆様からの寄付を募集しております。皆様のご協力をお願いいたします。

2009/02/05  
写真撮影代行サービスを行っております。  
EC-CUBEオーナーズストアにて、写真撮影代行サービスを行っております。商品写真を撮影するお時間のない方、撮影機材やモデルの用意が難しい方に朗報です！詳しくは[こちら](#)から！3月31日まで、撮影代行サービス1万円以上お申込の方全員に『EC-CUBE公式ガイドブック』をプレゼント中です。

2008/12/05  
EC-CUBE2.3.3をリリースしました。  
EC-CUBE2.3.3をリリースしました。  
[こちらのページ](#)からダウンロード可能です。  
修正内容の詳細は[リンク先](#)を確認してください。

2008/11/11  
11/4公開のお支払い情報ページのご対応頂いた方への

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### メインメニュー

様々な管理メニューが配置されており、クリックすると管理画面左側に更に詳細なサブメニューが展開される。

### システム情報

EC-CUBE のバージョンや PHP のバージョンなどが表示される。

### ショップの状況

現在の売り上げや会員数などが表示されている。

### EC-CUBE からのお知らせ

セキュリティ情報など開発側から重要なお知らせが表示される。パッチや新バージョンの情報なども表示される為、チェックしておくが良い。

### 「OwnersStore」「MainPage」「SiteCheck」メニュー

「OwnersStore」メニューは「EC-CUBEオーナーズストア」<http://store.ec-cube.net/> で購入したEC-CUBEのテンプレートや各種モジュールをインストールする為の管理メニューを提供する。

欲しい機能を、手軽に導入！ EC-CUBE オーナーズストア。

EC-CUBE™  
OWNERS STORE

▶ ご利用について ▶ Q&A ▶ お問い合わせ

決済サービス ▶

販売促進ツール ▶

デザインテンプレート ▶

ようこそ  
服部 憲一様  
ログアウト

MYページ

カゴの中を見る

zaiko robot  
在庫ロボット  
面倒くさい在庫管理の悩みを解消。  
EC-CUBE、楽天店、Yahoo!ショッピング店の在庫管理を  
自動化できます！

ただ今、お申込みいただくと、  
EC-CUBE店の初期費用が無料！ **¥31,500 → ¥0**

詳細はこちら

EC-CUBE、楽天店、  
Yahoo!ショッピング店の在庫連携！  
zaiko robot  
ただ今、EC-CUBE店の初期費用が無料！

決済サービス  
カード決済、コンビニ決済、  
普及済サービス会社連携モジュール、無料配付中！！

NEWS RSS

2009-01-21 「写真撮影・  
画像加工」を専属カメラマン  
が行う『撮影代行サー  
ビス』を開始いたしました！

## 第3章 ネットショップ開店と運営

「MainPage」は管理画面ログイン直後のページに移動する事が出来、「SiteCheck」はEC-CUBEのフロントページ（購入者がアクセスするページ）を確認する事が出来る。

### (15) フロント側を確認してみる

管理画面の「SiteCheck」メニューをクリックし、フロントページを確認する。



EC-CUBEのインストールが終わって直後の状態では、画像などにEC-CUBEのロゴなどが入っており、表示するデータもテスト用のものが表示されているだけでそのままオリジナルの店舗として使えない為、修正を行う必要がある。

### (16) 基本情報の設定

EC-CUBEのインストール後店舗自体にかかわる情報を修正する場合は、メインメニューの「基本情報管理」を選択し、画面左に表示される各サブメニューを選択する。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

これらの情報は開店時に最低限確認・修正が必要なものなので目を通しておく必要がある

基本情報設定のサブメニューは以下のものがある。

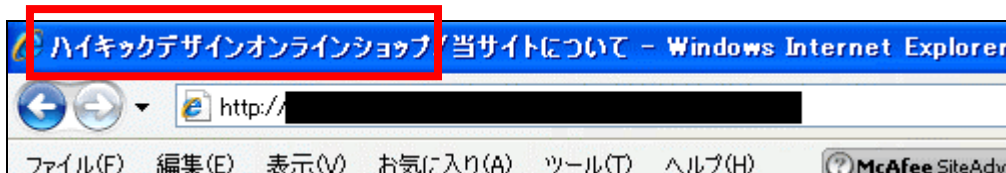
「Shop マスタ」

フロント側の「当サイトについて」に表示される内容。  
店舗運営者の情報を表示し、連絡先などの開示を行う。

The screenshot shows the 'Shop マスタ' (Shop Master) page. On the left, there is a sidebar with a shopping cart icon and '現在のカゴの中' (Current Cart) showing 0 items and 0 yen. Below that is '商品カテゴリ' (Product Category) with '食品(2)' (Food (2)) selected. The '当サイトについて' (About This Site) menu item is highlighted with a red box. The main content area is titled '当サイトについて' and contains a table with the following information:

店名	ハイキックデザインオンラインショップ
会社名	ハイキックデザイン
住所	[REDACTED]
電話番号	[REDACTED]
FAX番号	[REDACTED]
メールアドレス	[REDACTED]
営業時間	AM9:00～PM18:00
取扱商品	陶器・磁器・食器・焼酎サーバーなど
メッセージ	ハイキックデザインオンラインショップでは、厳選した商品をお届けしています

同時に、ブラウザのタイトル部分に表示される内容が、「Shop マスタ」の「店名」部分となる



「特定商取引法」

ネットショッピングを行う場合、特定商取引法に定められた複数の項目をサイト上に明示しなければならない。

この項目に入力されたものは、フロント側の「特定商取引に関する法律」欄に表示される。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

The screenshot shows the '特定商取引に関する法律に基づく表記' (Legal Information) page. On the left, there is a sidebar with navigation links: '現在のカゴの中' (Current Cart), '商品数: 0点', '合計: 0円', 'カゴの中を見る', '商品カテゴリー', '食品(2)', '当サイトについて', 'お問い合わせ', and '特定商取引に関する法律' (highlighted in red). The main content area contains a table with the following information:

販売業者	ハイキックデザイン
運営責任者	服部憲一
住所	[Redacted]
電話番号	[Redacted]
FAX番号	[Redacted]
メールアドレス	[Redacted]
URL	[Redacted]
商品以外の必要料金	代引き手数料・振込み手数料・送料など
注文方法	ショッピングカートでのみ受付
支払方法	銀行振り込み、代引き、クレジットカード決済
支払期限	商品到着より1ヶ月以内

### 「配送設定」

EC-CUBE では「基本情報設定」「支払方法設定」で支払方法毎に配送業者を指定する事が出来る。

The screenshot shows the '支払方法設定' (Payment Method Settings) page. The left sidebar has '基本情報管理' (Basic Information Management) selected, with '支払方法設定' (Payment Method Settings) highlighted in red. The main content area shows a table with the following columns: '支払方法' (Payment Method), '手数料(円)' (Fee (Yen)), '利用条件' (Usage Conditions), '配送サービス' (Delivery Service), '編集' (Edit), '削除' (Delete), and '移動' (Move). The '配送サービス' column is highlighted in red and contains 'サンプル業者' (Sample Vendor) for all listed payment methods.

支払方法	手数料(円)	利用条件	配送サービス	編集	削除	移動
郵便振替	0	0円 〰 無制限	サンプル業者	編集	削除	下へ
現金書留	0	0円 〰 無制限	サンプル業者	編集	削除	上へ 下へ
銀行振込	0	0円 〰 無制限	サンプル業者	編集	削除	上へ 下へ
代金引換	0	0円 〰 無制限	サンプル業者	編集	削除	上へ

この「配送設定」ではその際に指定する配送業者を指定する事が出来る。

「配送設定」で指定できるのは「配送時間」、地域別又は全国一律の「配送料登録」、その他に「伝票 No.URL」があるが、こちらは現バージョンの EC-CUBE では特に反映する部分がない。データベースにはデータとして登録されている為、後の拡張の際に何かしらの関連機能が実装されると思われる。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 「支払方法設定」

ここでは、支払方法とその手数料、利用条件を設定する事が出来る。

手数料に関しては実際購入者負担の場合が多く設定することも少ないかと思うが、例えば、郵便振込みで購入額が1万円以下は200円の手数料、1万円以上の場合は300円の手数料と表示したい場合はそのように設定する。

また配送サービスに関しても同じく、同じ支払方法でも金額に応じて1万円以上の場合はサービスとして、料金を安く設定した配送サービスを割り当てるなど出来る。

支払方法	手数料(円)	利用条件	配送サービス	編集	削除	移動
郵便振替	0	0円 ~ 無制限	サンプル業者	編集	削除	下へ
現金書留	0	0円 ~ 無制限	サンプル業者	編集	削除	上へ 下へ
銀行振込	0	0円 ~ 無制限	サンプル業者	編集	削除	上へ 下へ
代金引換	0	0円 ~ 無制限	サンプル業者	編集	削除	上へ

設定された項目は、商品購入の際の「お支払方法・お届け時間の設定」で選択・確認する事が出来る

選択	お支払方法
<input checked="" type="radio"/>	郵便振替
<input type="radio"/>	現金書留
<input type="radio"/>	銀行振込
<input type="radio"/>	代金引換

お届け日指定: 09/02/18(水) お届け時間指定: 午前

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 「ポイント設定」

商人購入時のポイント付与率と会員登録時の付与ポイントを設定できる。

基本情報管理 | 商品管理 | 顧客管理 | 受注管理 | 売上集計 | メールマガ管理 | コンテンツ管理 | デザイン管理 | システム設定

基本情報管理 | ポイント設定

SHOPマスタ  
特定商取引法  
配送設定  
支払方法設定  
ポイント設定  
メール設定  
SEO管理

ポイント設定

ポイント付与率 \*  % 小数点以下切り捨て

会員登録時付与ポイント \*  pt

※ この内容で登録する

商人購入時のポイント付与率は商品登録時の初期値として使用され、商品個別に別の付与率が設定されている場合はそちらが優先される。

通常価格	<input type="text" value="1700"/> 円 (半角数字で入力)
販売価格 *	<input type="text" value="1650"/> 円 (半角数字で入力)
在庫数 *	<input type="text" value="98"/> 個 <input type="checkbox"/> 無制限
ポイント付与率 *	※ ポイント付与率が入力されていません。 <input type="text" value="5"/> % (半角数字で入力)
発送日目安	2~4日後

(商品登録は「商品管理」「商品登録」)

### 「メール設定」

この項では、「注文受付」「注文キャンセル受付」「取り寄せ確認」それぞれの場合に配信される確認メールのテンプレートを編集できる。

メールの件名や本文(本文中の冒頭の部分「ヘッダー」と後半の部分「フッター」のみ編集可能)文字数の確認機能もついているため、購入者の連絡先に携帯電話のアドレスが多い場合は文字数を確認しながら編集することも可能である。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

基本情報管理 / メール設定

メール設定

テンプレート \* 注文受付メール

メールタイトル \* ご注文ありがとうございます。

この度はご注文いただき誠に有難うございます。下記ご注文内容にお間違えがないかご確認下さい。

文字数カウント  
今までに入力したのは 0 文字です。

### 「SEO 管理」

SEO とは、「検索エンジン最適化」の意であり、検索エンジンの検索結果の上位に表示されやすいページを目指すための技術やノウハウのことである。

HTML の要素<head>内にはブラウザやクローラー(検索エンジンのデータを収集する為のプログラム)に様々な文書情報を伝える<meta>要素を記述する事が出来るが、それらを各ページ毎に編集できるのがこの項目である。

基本情報管理 / SEO管理

TOPページ index.php >> 非表示

メタタグ: Author (上限50文字)

メタタグ: Description (上限50文字)

メタタグ: Keywords (上限50文字)

>> この内容で登録する

商品一覧ページ products/list.php >> 非表示

メタタグ: Author (上限50文字)

メタタグ: Description (上限50文字)

メタタグ: Keywords (上限50文字)

>> この内容で登録する

## 第3章 ネットショップ開店と運営

編集できる<meta>要素は以下の通り。

- 「Author」：文書（ページ）の作者情報（例：ハイックアクアリウム）
- 「Description」：文書（ページ）の概要（例：熱帯魚や水草を売っています）
- 「Keywords」：文書（ページ）に関連のあるキーワード（例：熱帯魚,グッピー）

特に「Description」「Keywords」はクローラーが情報として重点的に確認・収集している項目とも言われ、SEO的にも出来るだけ設定しておきたい項目である。

「Keywords」に入力する内容は「熱帯魚,グッピー,エンゼルフィッシュ,コリドラス」のように、各キーワードをカンマ（,）で区切る必要がある。

また各項目はあまり長すぎない事が良いとされており「Description」は40文字から80文字程度、「Keywords」には5~10個キーワードを指定するのが一般的。

検索エンジンによってデータとして読み込む最大文字数などが違う場合があるので重要な語句はなるべく文章の前半に記述するほうが良いとされている。

その他にも検索エンジンによりヒットするように、ショップの内容とまったく関係のない有名人の名前や検索数の多い言葉などを羅列することも最近の検索エンジンでは「SEOスパム」（迷惑なSEO対策）とみなされ検索順位を逆に下げってしまう可能性があるので注意が必要。

### 「会員規約設定」

この項目では購入者が会員登録時に確認する「会員規約」を編集する事が出来る。

The screenshot shows a web management interface with a top navigation bar containing: 基本情報管理, 商品管理, 顧客管理, 受注管理, 売上集計, メールマガ管理, コンテンツ管理, デザイン管理, システム設定. The main content area is titled '会員規約登録' (Member Terms Registration). On the left is a sidebar menu with items like SHOPマスタ, 特定商取引法, 配送設定, etc. The main form has two fields: '規約タイトル\*' (Terms Title) with a text input and '(上限100文字)' (Max 100 characters) label, and '規約内容\*' (Terms Content) with a large text area and '(上限1000文字)' (Max 1000 characters) label. Below the form is a yellow button labeled 'この内容で登録する' (Register with this content). At the bottom, there is a table with columns: 規約タイトル, 編集, 削除, 移動. The table contains one row: 第1条(会員) with links for 編集, 削除, and 下へ.

## 第3章 ネットショップ開店と運営

現在のカゴの中

商品数: 1点

合計: 1,733円  
送料手数料無料まであと48,267円(税込)です。

商品カテゴリ

食品(2)

当サイトについて  
お問い合わせ  
特定商取引に関する法律

### ご利用規約

**【重要】会員登録をされる前に、下記ご利用規約をよくお読みください。**  
規約には、本サービスを使用するに当たってのあなたの権利と義務が規定されております。「規約に同意して会員登録をする」ボタンをクリックすると、あなたが本規約の全ての条件に同意したことになります。

#### 第1条 (会員)

1. 「会員」とは、当社が定める手続に従い本規約に同意の上、入会の申し込みを行う個人をいいます。2. 「会員情報」とは、会員が当社に開示した会員の属性に関する情報および会員の取引に関する履歴等の情報をいいます。3. 本規約は、すべての会員に適用され、登録手続時および登録後にお守りいただく規約です。

#### 第2条 (登録)

1. 会員資格 本規約に同意の上、所定の入会申込みをされたお客様は、所定の登録手続完了後に会員としての資格を有します。会員登録手続は、会員となるご本人が行ってください。代理による登録は一切認められません。なお、過去に会員資格が取り消された方やその他当社が相応しくないと判断した方からの会員申込はお断りする場合があります。2. 会員情報の入力 会員登録手続の際には、入力上の注意をよく読み、所定の入力フォームに必要事項を正確に入力してください。会員情報の登録において、特殊記号・旧漢字・ローマ数字などはご使用になれません。これらの文字が登録された場合は当社にて変更致します。3. パスワードの管理 (1)パスワードは会員本人のみが利用できるものとし、第三者に譲渡・貸与できないものとします。(2)パスワードは、他人に知られることがないように定期的に変更する等、会員本人が責任をもって管理してください。(3)パスワードを用いて当社に対して行われた意思表示は、会員本人の意思表示となり、その責任を当社等はすべて会員が責任となります。

(ここで編集した内容はフロント側の会員登録時に「会員規約」として表示される)

「条」毎に追加・移動・削除が出来る。

店舗の運営方針に合わせて確認・編集を行う。

### 「郵便番号 DB 登録」

商品購入時の「お客様情報入力」で郵便番号を元にして住所を自動入力する機能があるが、その際郵便番号と住所のデータを登録する為の項目。

基本情報管理

基本情報管理

- SHOPマスタ
- 特定商取引法
- 配送設定
- 支払方法設定
- ポイント設定
- メール設定
- SEO管理
- 会員登録設定
- 郵便番号DB登録**
- サイト管理設定
- 定休日管理

http://hi-kick.kir.jp/monbu08ec/88/admin/basis/zip\_install.php - Windows Internet Explorer

http://hi-kick.kir.jp/monbu08ec/88/admin/basis/zip\_install.php

EC|CUBE  
EC SITE CONSTRUCTION KIT  
INSTALLING...

0% 50% 100%

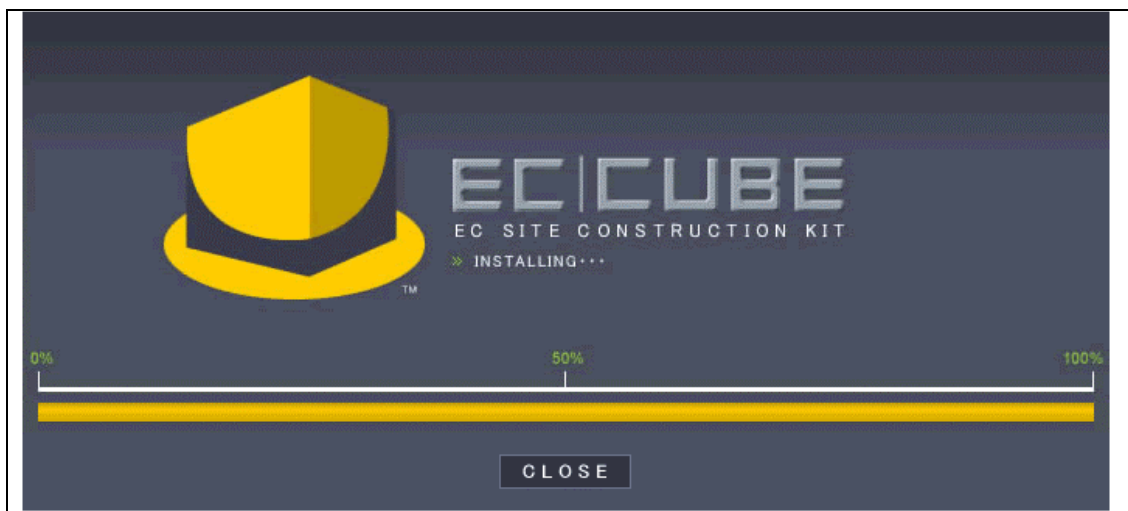
待機中: http://hi-kick.kir.jp/monbu08ec/88/ad

不明なゾーン

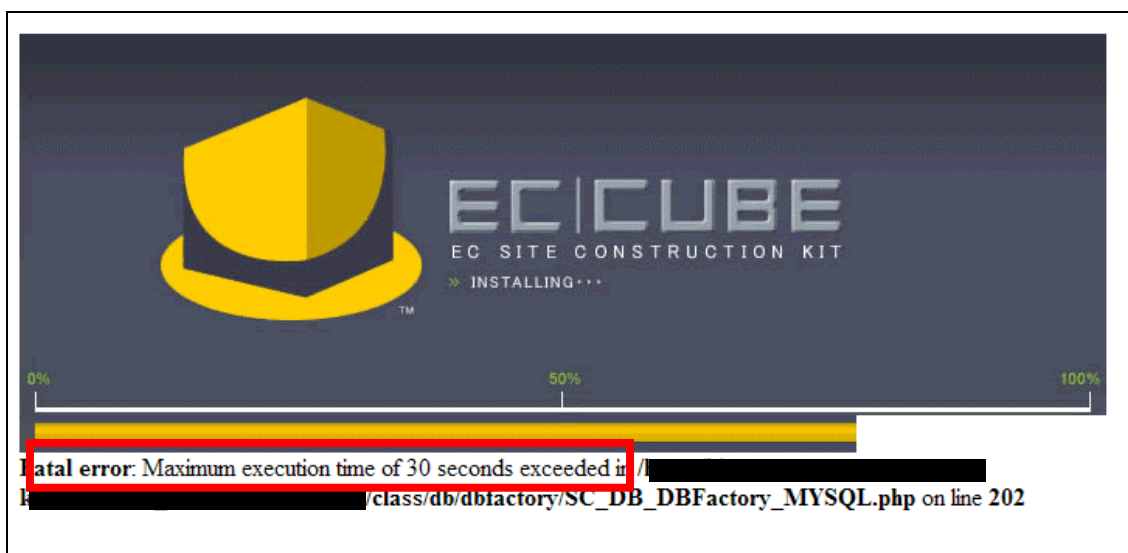
100%

## 第3章 ネットショップ開店と運営

メニューをクリックすると別ウィンドウでデータの読み込みの進捗がローディングバー（黄色い横棒）で表示され 100%になった時点でデータを読み込んだことになる。



但し、カゴヤのサーバーでは 30 秒以上同じプログラムを作動し続けるとエラーになるので下記のようなエラーが出た場合は再度メニューをクリックし読み込みを再開し 100%になるまで繰り返す。



（Fatal error: Maximum execution time of 30 seconds exceeded in ~ は 30 秒の時間制限に引っかかった時に出るエラー。その他のメニューでも同じようなエラーが出る場合は、同じく繰り返すと解消する場合もある。）

インストール時にはそのバージョンのリリース時点での住所データを使ってデータを読み込む事が出来るが、リリースより時間がたったバージョンを使用していたり、郵便番号が新しくなった場合は、それらのデータを更新する必要がある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

更新用の最新データに関しては「日本郵便」のサイト  
<http://search.post.japanpost.jp/zipcode/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）を上書きしデータを更新する。

郵便番号データダウンロード

各種郵便番号データのダウンロードはこちらからどうぞ。

住所の郵便番号(CSV形式)

読み仮名データは平角カタカナになっています。

- 読み仮名データの促音・拗音を小書きで表記しないもの  
例: ホンカイドウ
- 読み仮名データの促音・拗音を小書きで表記するもの  
例: ホッカイドウ

事業所の個別郵便番号(CSV形式)

- 事業所の個別郵便番号

便利機能

- 郵便番号検索
- 料金計算
- お届け日数を調べる
- 郵便窓口をさがす
- 再配達のお申し込み
- 追跡サービス
- お手紙文例集

便利機能の一覧

商品・サービス

(任意の項目を選択)

<a href="#">宮城県</a> (10,513Byte)	<a href="#">千葉県</a> (25,344Byte)	<a href="#">東京都</a> (24,834Byte)	<a href="#">福岡県</a> (46,264Byte)
<a href="#">佐賀県</a> (12,926Byte)	<a href="#">長崎県</a> (26,393Byte)	<a href="#">熊本県</a> (26,992Byte)	<a href="#">大分県</a> (26,845Byte)
<a href="#">宮崎県</a> (13,431Byte)	<a href="#">鹿児島県</a> (22,588Byte)	<a href="#">沖縄県</a> (11,384Byte)	<a href="#">全国一括</a> (1,726,598Byte)

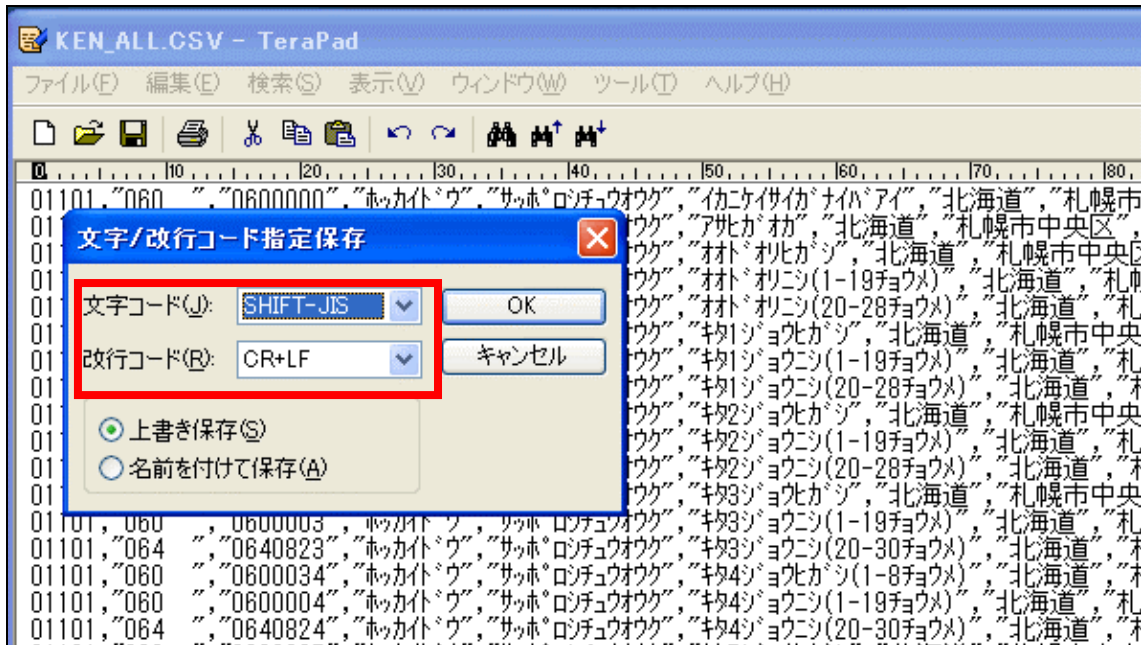
差分データのダウンロード

差分データ	新規追加データ	廃止データ
●平成21年1月30日更新分	<a href="#">(2,838Byte)</a>	<a href="#">(1,768Byte)</a>

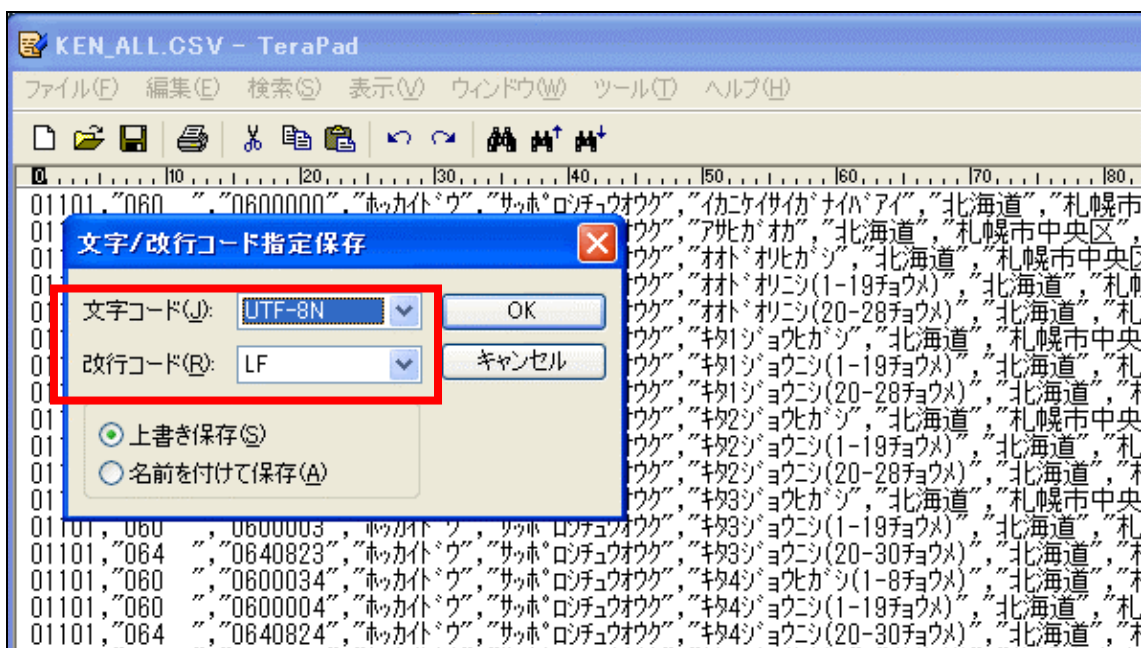
(「全国一括」を選択、このページの冒頭には更新日なども記述されているのでインストールした EC-CUBE のリリース日を比べて更新日新しいようであればダウンロードすると良い)

### 第3章 ネットショップ開店と運営

ただ、ダウンロードした CSV ファイルは文字コード既存のデータと違う為（日本郵便からダウンロードした直後は文字コードが「SHIFT-JIS」）別途 UTF-8（var2 系の場合）に変更する必要がある。



（日本郵便からダウンロードした直後は文字コードが「SHIFT-JIS」となっている。画像は TraPad で「ファイル」メニュー 「文字/文字コード指定保存」で別の文字コードに保存する前に現在の文字コードが表示されている画面）



（EC-CUBE 上の既存のデータファイルは文字コード「UTF-8N」、改行コードも「LF」となっている）

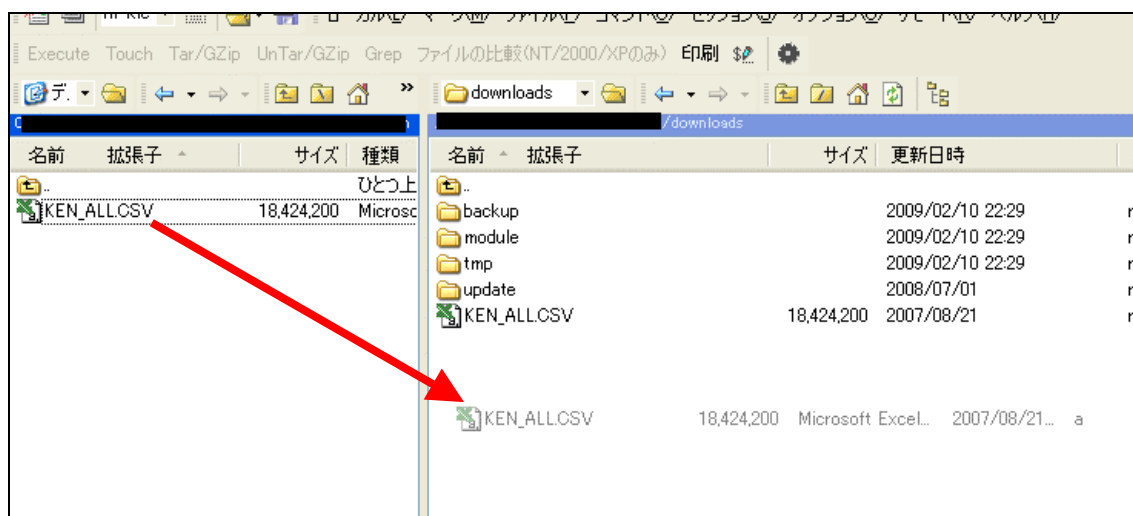
## 第3章 ネットショップ開店と運営

尚、文字コードが変更できるテキストエディタはフリーソフトで TeraPad (<http://www5f.biglobe.ne.jp/~t-susumu/library/tpad.html>) などがある。

データの文字コードが変更で来たら FTP クライアント (FFFTP や WinSCP) などで、サーバー上の

「data/download/KEN\_ALL.CSV」

と差し替え、(カゴヤで EC-CUBE の ver 2 をカゴヤの管理パネルからインストールした場合は「eccube2\_data/インストールディレクトリ名/data/download/KEN\_ALL.CSV」となっている。)



(FTP クライアントでファイルを上書きしているところ)

再度「郵便番号 DB 登録」ボタンを押し更新を行うとデータとして登録される。

### 「サイト管理設定」

この項目では「トラックバック」機能を有効にするか・否かを設定する事が出来る。トラックバックとは、ブログなどで別のブログの記事を引用する際に指定された URL を引用先とすることで引用された記事の管理者が引用されたことを知る事が出来る機能である。

通常はそのように引用されたブログ側にもどのブログやサイトから引用されたのかと一言一覧を自動作成する為に双方で相互リンクを結ぶ結果となる。

SEO (特に Google に対して) では有益なサイトからの外部リンクを受けたサイトは、検索エンジンから評価を上げる事が出来る為、トラックバックは有益なサイトの記事を引用しサイトの評価を上げる事が出来る便利な機能であるといえる。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

The screenshot shows a management interface with a top navigation bar containing: 基本情報管理, 商品管理, 顧客管理, 受注管理, 売上集計, メールマガ管理, コンテンツ管理, デザイン管理, システム設定. Below this is a sub-menu for '基本情報管理' with 'サイト管理設定' selected and highlighted in red. The main content area is titled 'サイト管理設定' and contains a table with the following data:

管理タイトル/管理内容	選択項目	編集
トラックバック機能 トラックバック機能を使用するかどうかを決定します。	有効	編集

(「サイト管理設定」でトラックバック機能を「有効」で「編集」をクリックするとトラックバックが有効になる)

The screenshot shows a product page for 'おなべ' (Nabe). The page includes a sidebar with a total price of 1,733 yen and a category list. The main content area shows the product image, name, and price (1,733 yen). The '詳しくはこちら' button is highlighted in red.

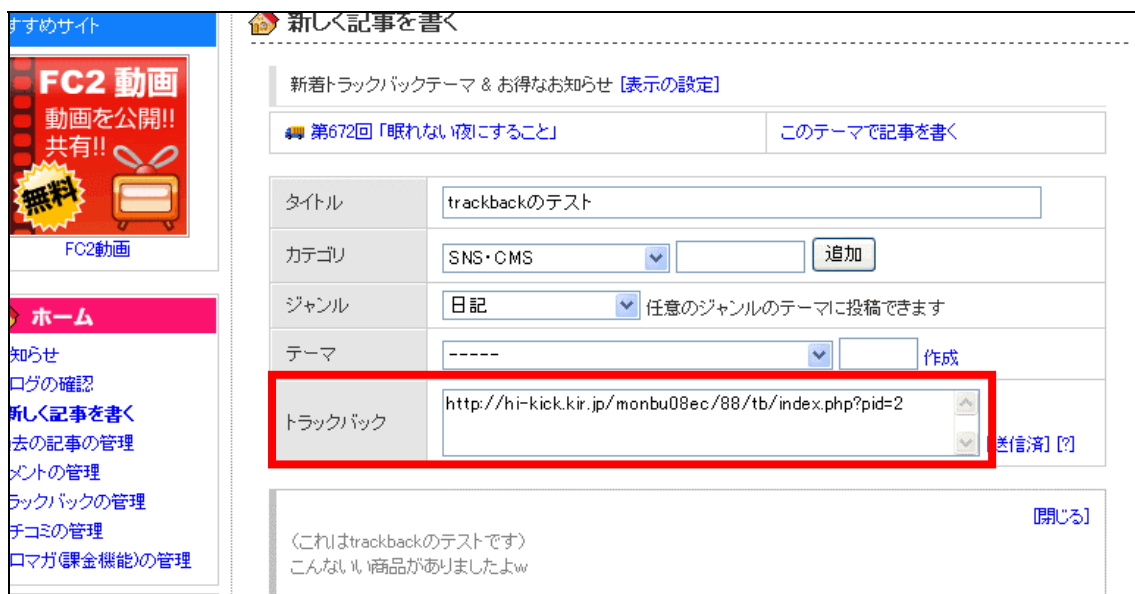
(商品購入画面の「詳しくはこちら」をクリックするとトラックバックの情報が表示される)



## 第3章 ネットショップ開店と運営



(「トラックバック先 URL」やトラックバックしたブログやサイトの情報が表示される)



(消費者が、ショップの商品を気に入ってブログの記事を書く時、ブログの管理パネルで用意される「トラックバック」欄に EC-CUBE 側で先ほど設定した「トラックバック先 URL」を利用してトラックバックする事が出来る。画像は FC 2 ブログの管理画面)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

商品名  商品コード

投稿日 年 月 日 ~ 年 月 日

検索結果表示件数 10 件 [この条件で検索する](#)

>> 検索結果一覧 1件 が該当しました。 [CSV DOWNLOAD](#)

投稿日	商品名	ブログ名	ブログ記事タイトル	状態	編集	削除
2009/02/11 15:28	おなべ	駆け出しWeb屋ここでコケてます:汗	trackbackのテスト	非表示	<b>編集</b>	削除

(トラックバックされたか調べる際には「商品管理」「トラックバック管理」を選択。任意の条件で検索するとトラックバック情報が表示される。「編集」をクリックするとトラックバックされたことを表示するか・否かを選択できる)

商品管理

トラックバック管理

トラックバック設定

商品名	おなべ
ブログ名	駆け出しWeb屋ここでコケてます:汗
ブログ記事タイトル	trackbackのテスト
ブログ記事内容	(これはtrackbackのテストです) こんにちは商品がありましたよw
ブログURL	http://fugoo.blog93.fc2.com/blog-entry-74.html
投稿日	2009/02/11 15:28
状態	<b>表示</b>

[検索画面に戻る](#) [この内容で登録する](#)

(トラックバックされたことを表示するか・否か選択)

この商品に対するトラックバック

この商品のトラックバック先URL

<http://hi-kick.kir.jp/monbu08ec/88/tb/index.php?pid=2>

**2009/02/11 trackbackのテスト from 駆け出しWeb屋ここでコケてます:汗**  
これはtrackbackのテストです) こんにちは商品がありましたよw

(トラックバックされたことが商品の詳細画面で表示された)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 「定休日管理」

ショップの定休日を設定できる項目。  
ここで設定された休日は「カレンダー」ブロックに繁栄される。

タイトル	日付	編集	削除	移動
test	2月12日	編集	削除	下へ
元旦(1月1日)	1月1日	編集	削除	上へ 下へ
成人の日(1月第2月曜日)	1月14日	編集	削除	上へ 下へ

(試しに2月12日を定休日に指定してみた)

2009年2月の定休日

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

2009年3月の定休日

(カレンダーブロックに設定が反映された)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (17) 看板・ロゴの編集

インストール直後の EC-CUBE には看板の部分やロゴの部分に予め用意された画像が使われておりそのまま使えないのでとりあえず3点ほど画像を修正する。



今回編集する画像ファイルは以下の位置に存在している

- user\_data/packages/ default /img/header/logo.gif  
(左上のロゴ)
- user\_data/packages/ default /img/header/bg.gif  
(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)

まずはこれらのファイルをダウンロードする。

EC-CUBE 管理メニュー「コンテンツ管理」、「ファイル管理」メニューを開く。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

このメニューではFTPクライアントがなくとも、デザイン等に関するファイル類をアップロード・ダウンロードする事が出来る。

ここで先ほどの画像ファイルの位置にある画像を選択する。

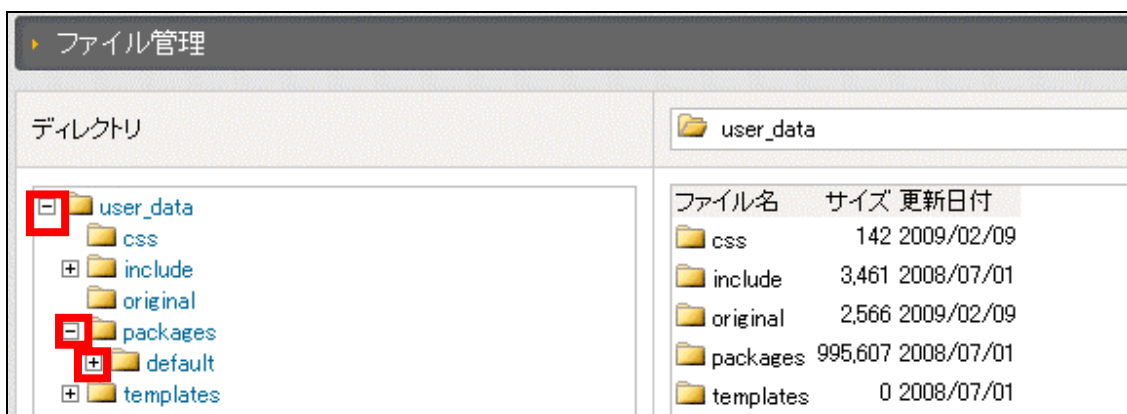
「user\_data/packages/default/img/header/logo.gif」  
の場合は、

「user\_data」ディレクトリの「packages」ディレクトリの中にある「default」ディレクトリの中にある「img」ディレクトリの中にある「header」ディレクトリの中にある「logo.gif」

と言う風に読み替えると分かりやすい。

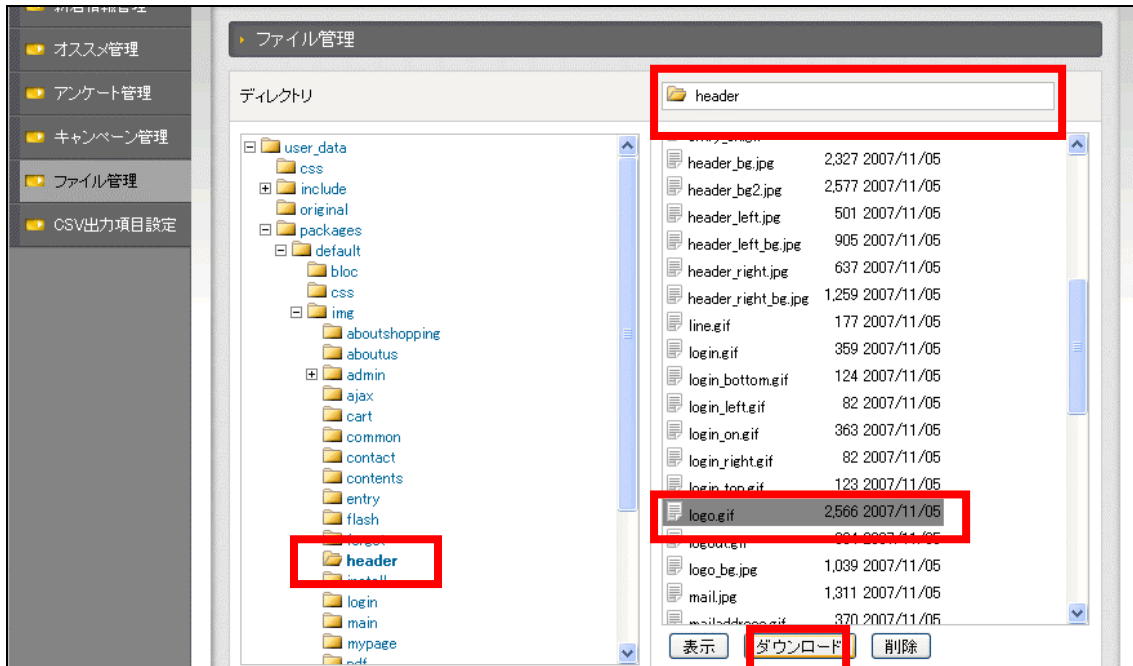
ではファイル管理画面で操作を行う。

ファイル管理画面では左側に「user\_data」ディレクトリを頂点として、ディレクトリの横にある「+」マークをクリックすることでディレクトリを展開する（開く）事が出来る。



この方法で[user\_data]「package」「default」「img」の順に展開し最後の「header」がディレクトリ現れたら、ディレクトリ名をクリックして画面左のファイルビューから「logo.gif」を選択し、画面下部の「ダウンロード」を選択。  
ダウンロードを行う。

### 第3章 ネットショップ開店と運営

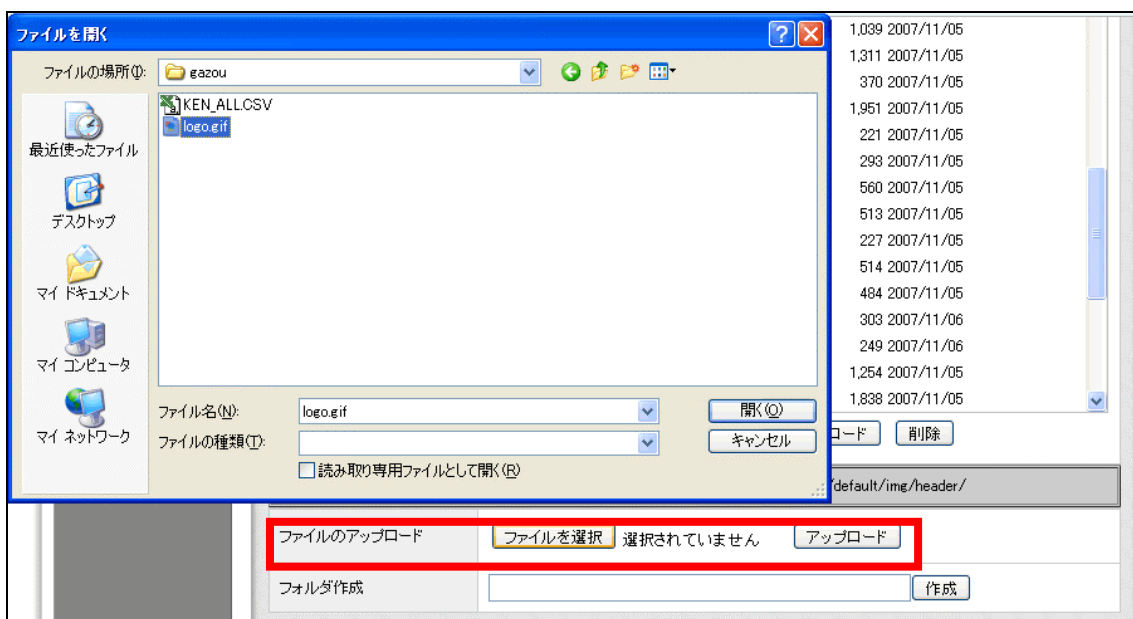


(任意のディレクトリ名を選択すると画面右側のファイルビューからそのディレクトリ内にあるファイルの一覧を確認する事が出来る。その際ファイルビューの画面上部には現在のディレクトリ名が表示される。

今回は「logo.gif」を選んで「ダウンロード」を選択。ブラウザによってはダブルクリックしてもダウンロードが可能。ファイルの確認を行いたい場合は「表示」をクリックする)

ダウンロードできたら画像編集ソフトで編集を行い、アップロードを行う。

アップロードはダウンロードと同じく「ファイル管理」メニューでダウンロードした時と同じディレクトリを選択し、「ファイル管理」画面下部の「ファイルのアップロード」項目で「ファイルを選択」で任意の画像を選び、「アップロード」をクリックする。



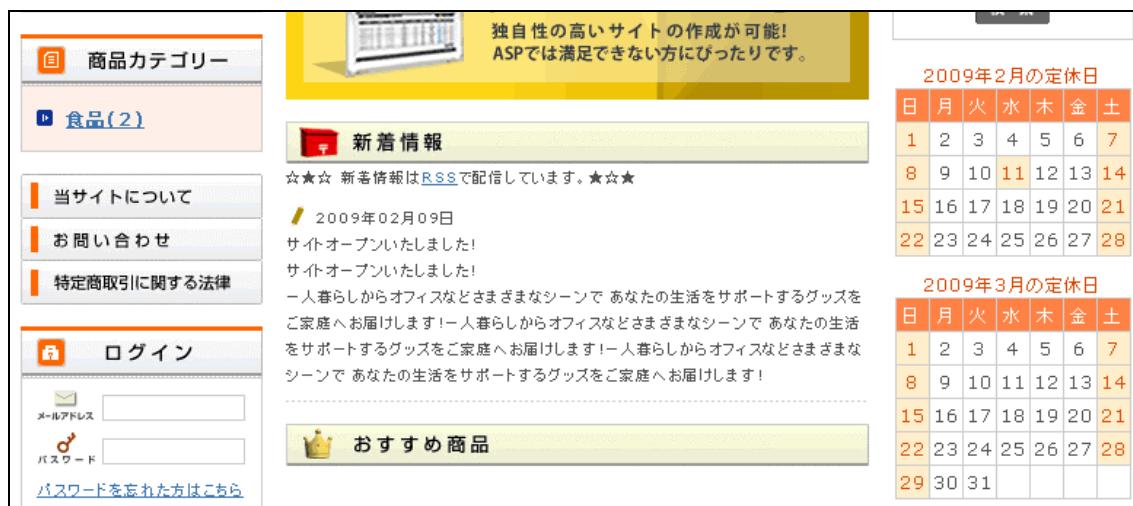
## 第3章 ネットショップ開店と運営

アップロードが終わるとフロント側の logo 画像の表示が切り替わっている。(適切にファイルをアップしても画像が切り替わっていない場合はブラウザが昔の画像を表示している場合があるので再読み込み(「f5」キー)などを行う)



### (18) 新着情報の編集

フロント側 TOP 画面では「新着情報」ブロック内に店舗の新着情報を表示する事が出来る。



インストール直後はテスト用の文字列が入力されているので適切な内容に書き換える変更方法は「コンテンツ管理」「新着情報管理」で、「日付」「タイトル」「本文」など各項目に適切な内容を記入し、「この内容で登録する」ボタンで保存を行う。

保存した内容は画面下部の「登録済み新着情報」の一覧から「編集」を選択し再編集することも出来る

## 第3章 ネットショップ開店と運営

新規登録

日付 \* 2009年 2月 11日

タイトル \*   
 (上限200文字)

URL   
 (上限300文字)

リンク  別ウィンドウで開く

本文作成   
 (上限3000文字)

この内容で登録する

登録済み新着情報

順位	日付	タイトル	編集	削除	移動
1	2009/02/09	サイトオープンいたしました!	編集	削除	

追加された新着情報は新しいものから順に上から表示される。

商品カテゴリ

食品(2)

当サイトについて

お問い合わせ

特定商取引に関する法律

ログイン

メールアドレス

パスワード

パスワードを忘れた方はこちら

独自の高いサイトの作成が可能! ASPでは満足できない方にびったりです。

新着情報

☆☆☆ 新着情報はRSSで配信しています。☆☆☆

2009年02月11日  
Newアイテム登場!「タジン鍋」  
材料を入れてふたをして電子レンジでチンするだけで調理完了!!とてもヘルシーな調理器具「タジン鍋」登場です!!

2009年02月09日  
サイトオープンいたしました!  
まだまだ商品数は少ないですが、続々新商品をアップする予定です!!お見逃しなく!!

おすすめ商品

2009年2月の定休日

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

2009年3月の定休日

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



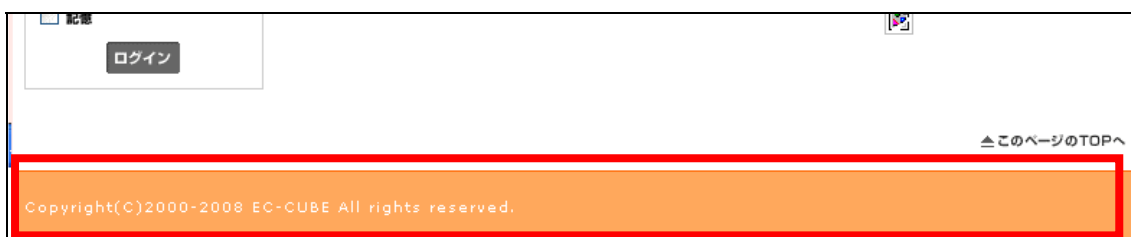
## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (19) ヘッダー・フッターの編集

インストール直後の状態では著作権の表示などが適切ではないので、フッターの編集を行う。

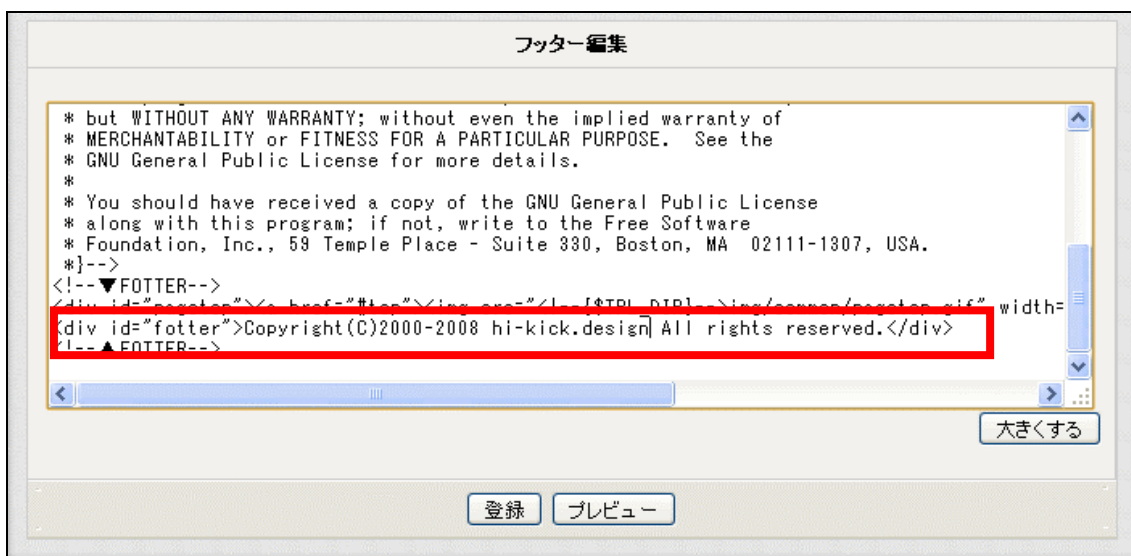


(看板画像・ロゴ画像などが配置されているのがヘッダー部)



(著作権などが表示されているのがフッター部)

「デザイン管理」 「ヘッダー/フッター管理」を選択するとショップ画面上部の「ヘッダー」とショップ画面下部の「フッター」の編集エリアが表示されるので適切な内容に編集する



(著作権表示はフッターのこの部分)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (1) CSS の編集

ショップのイメージは背景やボタンなどの色やデザインに左右されることも多い。ホームページを作成する際に HTML で文章を記述し、そのデザインを定義するのが「CSS」(カスケーディング・スタイル・シート)である。

EC-CUBE でも、各ページの文字の大きさや色、背景色や背景画像などデザインに関する項目は CSS により定義されている。

CSS は HTML ページの<head>要素内に直接定義されているか、外部から

```
<link rel="stylesheet" href="/インストールディレクトリ/user_data/css/common.css" type="text/css" media="all" />
```

のようにファイル毎読み込んでいる。

上記の例も EC-CUBE のトップページに読み込まれている CSS ファイルの所在を表すものであり、各 HTML 要素のスタイルに関してはそれら CSS ファイルの中に定義されている。

では、CSS を使ってページの背景色を変更してみる。

まず始めに「コンテンツ管理」「ファイル管理」から「user\_data/packages/default/css」内の「main.css」をダウンロードする。

「main.css」内の内容を確認すると 11 行あたりから「body」の定義がある。HTML の「body」要素はページの背景色を定義できるのでその部分を定義している箇所を探し、背景色を変更してみる。

下記網掛け部分には `background-color: #ffe9e6;` の指定がある。

「#」から始まる記号による色の指定は「カラーコード」と呼ばれる。

```
@charset "utf-8";

(中略)

body {
    font-family: Verdana,Arial,Helvetica,sans-serif;
    color: #555555;
    background-color: #ffe9e6;
    font-size: 72.5%;
    line-height: 150%;
```

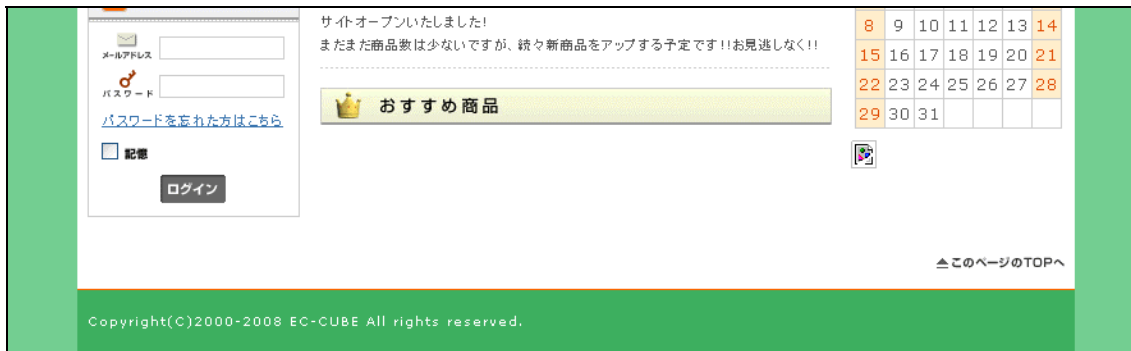
## 第3章 ネットショップ開店と運営

今回は分かりやすいように #ffe9e6 の部分を任意の色、今回は例として淡いグリーンを指定する #73CE91 に置き換える。

同じくフッターの背景色もオレンジなので、こちら先ほどより若干濃いグリーン #3DAF5F などに変更してみる。(main.css の 416 行付近)

```
#fotter {  
  width: 764px;  
  margin: 0 auto;  
  padding: 15px 8px;  
  border-top: 1px solid #ff6600;  
  background-color: #ffa85c;  
  font-size: 90%;  
  color: #fff;  
  text-align: left;  
}
```

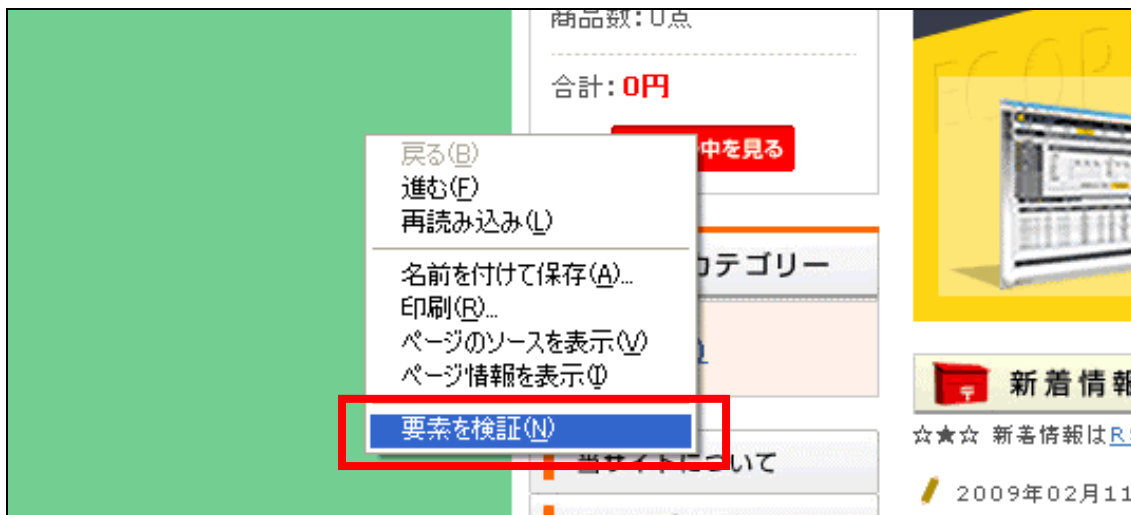
たったこれだけの修正でショップのイメージが大きく変わる。



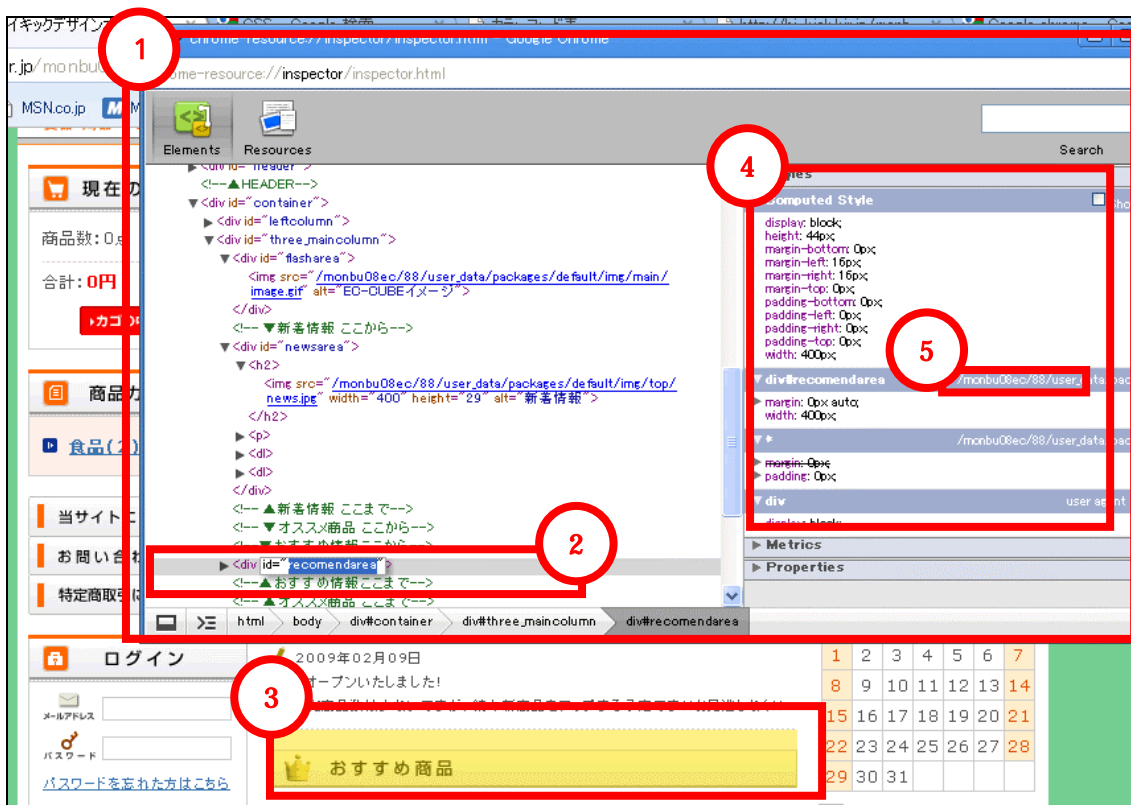
また、どの HTML 要素にどの CSS が設定されているか初心者には分かりにくいですが検索エンジン大手 Google 社が開発し無償で配布している Web ブラウザ「Google chrome」( <http://www.google.co.jp/landing/chrome/> )の「要素を検証」機能を使うと大変分かりやすい。

任意のページを Google chrome で開き、右クリックしてコンテキストメニューより、「要素を検証」を選択する。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



「要素を検証」を選択すると別ウィンドウでそのページの HTML ソースと、それに係わる CSS などを表す画面（下図 の部分）が表示される。



前述の画面上で HTML 要素を選択すると（ の部分） Google chrome のホームページを開いているウィンドウで該当の要素が黄色くハイライトが当たる（ の部分）。

またその要素に適用されているスタイルの設定値が表示され（ の部分） そのスタイルが定義されている CSS の位置も表示される（ の部分）。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

これらの情報を元に任意の HTML 要素に適用されているスタイルとそれを定義している CSS を見つけ出し、ダウンロードし、設定を行い、再度同じディレクトリにアップロードして上書きを行うという作業を繰り返し任意のデザインに修正していく。

以上がインストール後、最低限修正・確認を必要とする項目である。

### 3.2 EC-CUBE の運営方法

前項まででショップを立ち上げるところまでが学習できた。

ここでは実際に商品を販売したり、売り上げを集計するなど日ごろの運営に関して学んでいくこととする。

#### (1) 商品管理

ネットショップでは、商品の更新作業が日常業務において大きなウェイトを占めている。

商品の管理に関しては通常以下のようなフローとなる。

カテゴリを登録する

商品を登録する

規格を登録

商品マスタで商品の管理を行う（規格の選択・商品の複製・削除）

必要に応じて商品の並び替えを行う

では、それぞれの作業について見ていくこととする。

カテゴリを登録する

商品登録時に商品の「カテゴリ」を選択するためにも事前に作成する必要がある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

商品登録

商品ID

商品名 \*  (上限50文字)

商品カテゴリ \*

>食品>なべ

>雑貨  
>食品  
>食品>お菓子  
>食品>お菓子>アイス

公開・非公開 \*  公開  非公開

(商品登録時にカテゴリを選択するが、事前にカテゴリを作成しておくことそれらの作業がスムーズに進む。)

カテゴリを追加するには「商品管理」「カテゴリ管理」で、カテゴリ管理画面を開く。

基本情報管理 商品管理 顧客管理 受注管理 売上集計 メルマガ管理 コンテンツ管理 テザイン管理 システム設定

商品管理 商品登録

商品マスタ  
商品登録  
商品登録CSV  
カテゴリ管理  
商品並び替え  
レビュー管理  
トラックバック管理

カテゴリ登録

カテゴリ設定(最大5階層まで)

CSV DOWNLOAD >> CSV出力項目設定

▼ホーム

- 6 食器
- 2 雑貨
- 1 食品

調理器具  登録 (上限50文字)

ID	カテゴリ名	編集	削除	移動
6	食器	編集	削除	下へ
2	雑貨	編集	削除	上へ 下へ
1	食品	編集	削除	上へ

この画面でカテゴリを登録する。

カテゴリはこの画面で表示位置を上下に移動したり再編集・削除が可能である。

もしカテゴリの下に更にカテゴリを作成したい場合は、既存のカテゴリを選択し、新規のカテゴリを追加すればよい。

ただ、あまりに階層が深すぎるとユーザーが選択時に煩わしい場合もあるので注意が必要。

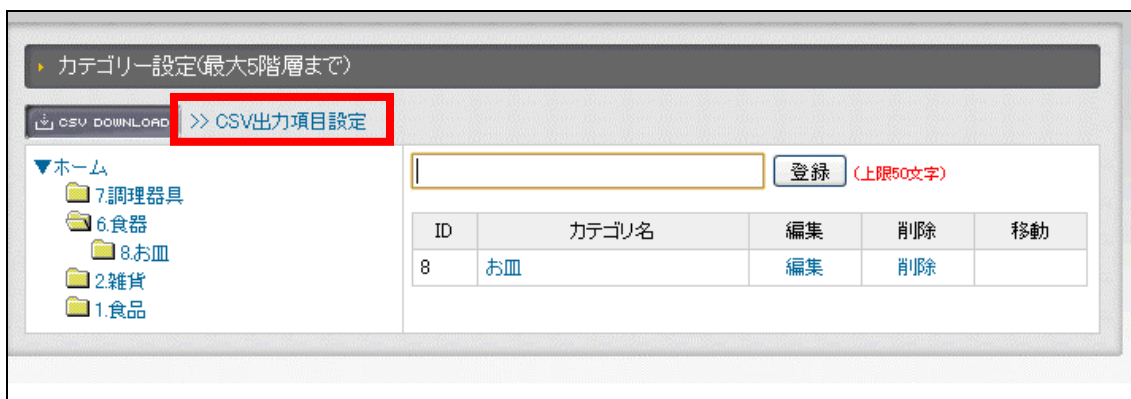
### 第3章 ネットショップ開店と運営



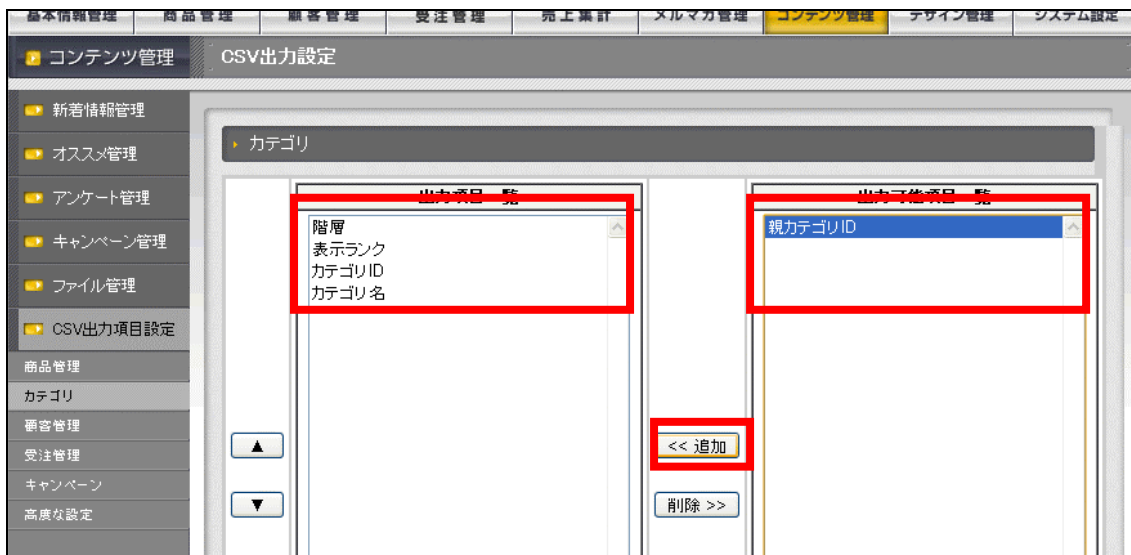
(この例では画面左のカテゴリのツリー表示で「食器」カテゴリを選択し、「お皿」カテゴリを追加した。ツリー表示で「お皿」カテゴリがインデントしている事で「食器」カテゴリの下層カテゴリとして「お皿」カテゴリが存在することが分かる)

もし登録するカテゴリが多い場合は CSV ファイルでの一括登録も出来る

「カテゴリ管理」 「>> CSV 出力項目設定」で CSV に出力する項目を追加し



出力項目を設定したら (通常は全て出力したほうが細かな設定が出来る)



## 第3章 ネットショップ開店と運営

「CSV Download」を選択、



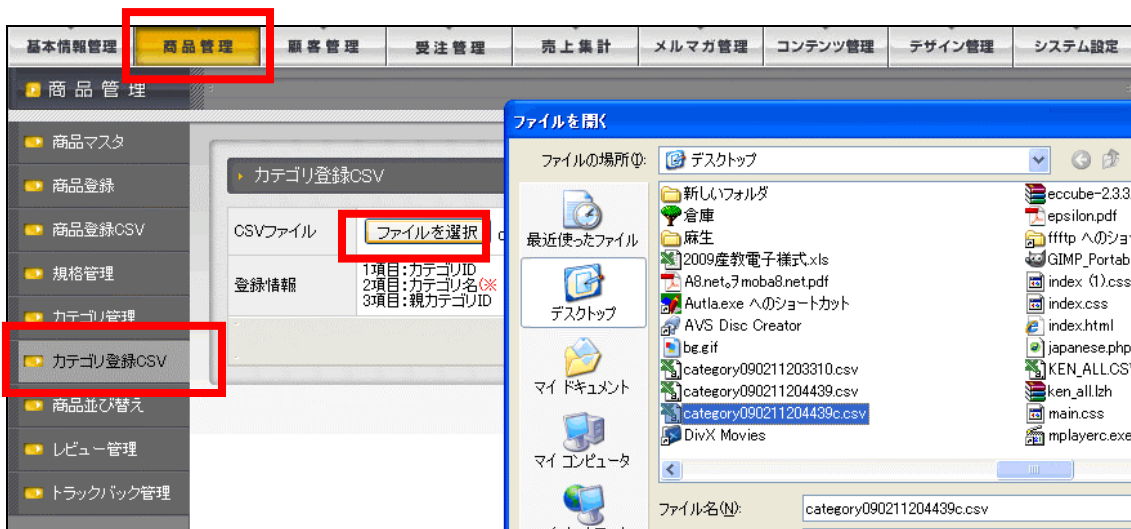
ダウンロードした CSV ファイルを、ローカル (自分のパソコン) で編集する。  
(Microsoft EXCEL が便利)

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	カテゴリID	カテゴリ名	表示ランク	階層	親カテゴリID							
2	7	調理器具	8	1	0							
3	6	食器	7	1	0							
4	8	お皿	6	2	6							
5	2	雑貨	5	1	0							
6	1	食品	4	1	0							
7	4	なべ	3	2	1							
8	3	お菓子	2	2	1							
9	5	アイス	1	3	3							
10												
11												

(表示ランクは表示順序を、親カテゴリは親のカテゴリの ID を[親がない場合は「0」]、階層は数字が小さいほうが上位の階層[TOPの階層は「1」]を現している。)

登録が出来たら「商品管理」「カテゴリ登録 CSV」で編集した CSV を「ファイルを選択」で選び、画面下部の「この内容で登録」で先に編集した CSV を登録する。





## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 商品を登録する

カテゴリの登録が終わったら、次に商品の登録を行う。

「商品管理」「商品登録」で商品登録画面を開く。

ここで設定登録できる項目は以下の通り、商品名や検索ワード・メインコメントなどは検索エンジンの検索対象になるので、手を抜かずちゃんと記述すること。

項目数 (*は必須項目)	説明
商品 ID	商品追加時に自動で割り振られる ID 番号。
商品名 * (上限 50 文字)	商品名を入力
商品カテゴリ *	カテゴリ管理で登録したカテゴリを「登録」する
公開・非公開 *	商品の公開・非公開を選択
商品ステータス	商品ページに選んだステータスのアイコンを追加する
商品コード *	任意の商品コードを入力。上限 50 文字
通常価格	定価を入力。単位は円、半角数字で入力
販売価格 *	店舗で販売する価格を入力。単位は円、半角数字で入力
在庫数 *	在庫を指定。無制限も設定可能
ポイント付与率 *	販売価格に対して何%ポイントを付与するかの値
発送日目安	発送日目安を選択

## 第3章 ネットショップ開店と運営

項目数 (*は必須項目)	
購入制限 *	一回の注文で購入できる個数指定。在庫数の少ない人気商品などに設定。無制限も設定可能
メーカーURL	メーカーのURLがある場合は上限 300 文字まで入力可
検索ワード	商品ページの Meta タグに入力する値。複数の場合は、カンマ(,)区切りで入力。上限 99999 文字
一覧-メインコメント *	商品に関するコメント、上限 200 文字
詳細-メインコメント(タグ許可)*	商品に関するコメント、HTML タグが使用可能。上限 99999 文字
一覧-メイン画像 *	jpg・gif・png 形式の画像サイズは[130×130]
詳細-メイン画像 *	jpg・gif・png 形式の画像サイズは[260×260]
詳細-メイン拡大画像	jpg・gif・png 形式の画像サイズは[500×500]

以上が主な商品情報。

The screenshot shows a web interface for an online shop. On the left, there's a sidebar with a shopping cart icon and text '現在のカゴの中' (Current Cart), showing '商品数: 0点' (0 items) and '合計: 0円' (Total: 0 yen). Below that is a '商品カテゴリ' (Product Category) section with 'ファッション(2)' (Fashion 2), 'Tシャツ(2)' (T-shirts 2), and '食品(2)' (Food 2). The main content area is titled 'ファッション' (Fashion) and shows '2件の商品がございます。' (2 items available). A product card for 'daizu右Tシャツ' (daizu right t-shirt) is displayed, featuring a t-shirt image, a 'NEW' badge, and a '残りわずか' (Low stock) badge. The product description says 'しゃくれ犬daizuちゃんのオリジナルTシャツです。' (It's the original t-shirt for the dog daizu). The price is listed as '価格(税込): 2,310 円'. A 'カゴに入れる' (Add to cart) button is visible at the bottom right of the product card. The size selection dropdown is set to '選択してください' (Please select).

(商品一覧の際の表示。この時のコメントは「一覧-メインコメント」のもの。ステータスで設定したアイコンなども表示されている)

## 第3章 ネットショップ開店と運営



(商品一覧画面の「詳しくはこちら」をクリックするとより詳細な情報を表示。ここで表示されるコメントは「詳細-メインコメント(タグ許可)」の部分)

商品には上記情報の入力欄の下に表示される「サブ情報表示/非表示」「関連商品情報表示/非表示」ボタンをクリックし、各情報を入力することで、更に追加情報などを追加することも出来る。



(通常折りたたまれた状態になっているが各ボタンをクリックすることで、追加情報を入力できる。)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 【サブ情報】

「詳しくはこちら」以降で表示される詳細説明とそれに付随するタイトルや画像などの情報。

サブ情報を設定すると「商品登録」画面の「詳細-メインコメント」より優先的にこちらの情報が掲載される。



(サブ情報の表示エリア)

サブ情報は最大5項目設定できる。

項目数 (*は必須項目)	
詳細-サブタイトル	追加のコメントのタイトル、上限 50 文字
詳細-サブコメント	追加のコメント、HTML タグが使用可能。上限 99999 文字
詳細-サブ画像	jpg・gif・png 形式の画像サイズは[200×200]
詳細-サブ拡大画像	jpg・gif・png 形式の画像サイズは[500×500]

### 【関連商品】

ジャンルの近い商品や、セットで買うと便利な商品などを組み合わせて表示する事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



(商品の詳細説明画面で、その他オススメ商品を設定する事が出来る)

関連商品は最大6個まで登録可能。



「変更」ボタンをクリックし、登録したい商品を別窓で「カテゴリ」もしくは「商品名」で検索する。

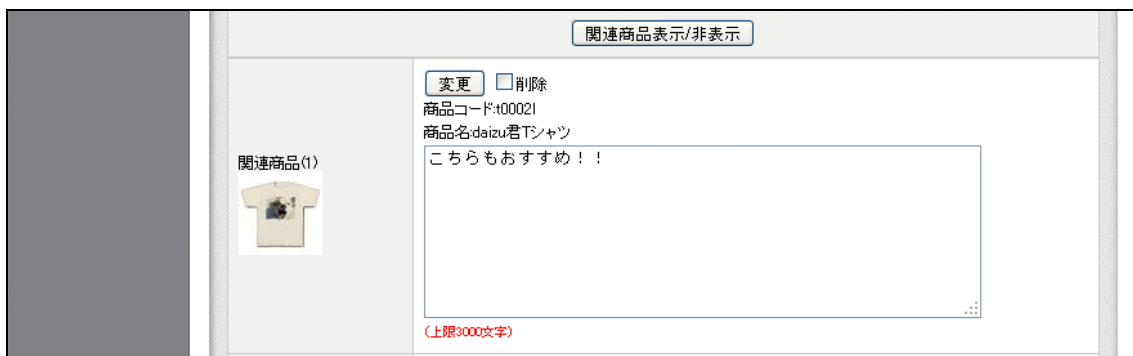
該当する商品があれば「決定」をクリックして関連商品を登録する。

### 第3章 ネットショップ開店と運営



(カテゴリを選択、もしくは商品名を入力した後に「検索を開始」をクリックすると、商品の一覧が出てくるので、任意の商品の「決定」をクリックする)

関連商品が追加できたら、コメントを入力。



全ての作業が終わったら「確認ページへ」をクリックする。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

確認ページでは今まで入力した情報が一覧で表示される。

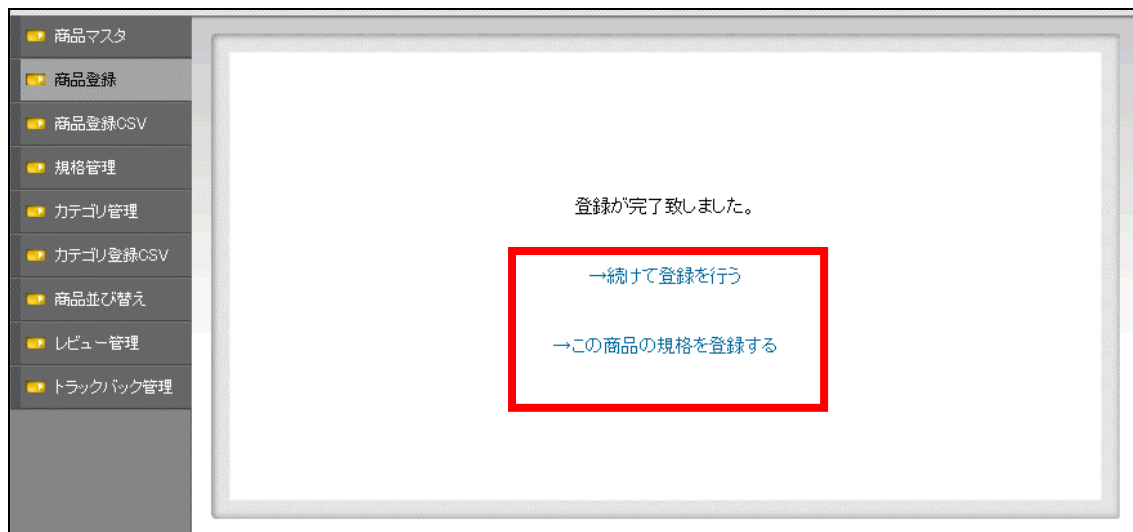
商品登録	商品登録
商品登録CSV	商品名 daizu君Tシャツ
規格管理	商品カテゴリ >ファッション>Tシャツ
カテゴリ管理	公開・非公開 公開
カテゴリ登録CSV	商品ステータス <span>NEW</span> <span>残りわずか</span>
商品並び替え	ポイント付与率 5%
レビュー管理	発送目安 1週間以降
トラックバック管理	購入制限 2個
	メーカーURL
	検索ワード オリジナルTシャツミックス犬わんちゃん,犬daizu,ダイズちゃん
	一覧-メインコメント しゃくれ犬daizuちゃんのオリジナルTシャツです。
	詳細-メインコメント <b>しゃくれ犬daizuちゃん</b> のオリジナルTシャツです。
	一覧-メイン画像 

問題なければ画面下部の「この内容で登録」を選択し、修正があれば「前のページに戻る」を選択する。

<a href="#">« 前のページに戻る</a>	<a href="#">» この内容で登録する</a>
<a href="#">↑ GO TO PAGE TOP</a>	

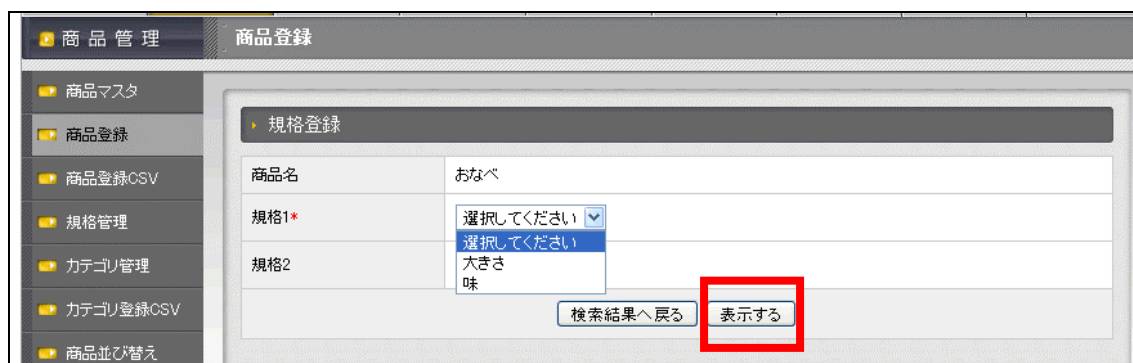
登録完了の表示が出た後に、続けて商品の登録を行うか、商品の規格を登録するかを選択できる。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



商品の規格とはTシャツの「S」「M」「L」等のサイズや、アイスクリームの「抹茶味」「バニラ味」「ストロベリー味」など、同じ商品でもいくつかバリエーションがあるものに関してそれらの設定が出来るものである。

先の画面で「この商品の規格を登録する」を選択すると、商品名の下に2箇所規格を選択するプルダウンメニューが表示される。



ここで選択できるのは「商品管理」「規格管理」で予め登録されたもので規格を設定する場合は、最低一つは選択する必要がある。

規格を選択したら「表示する」ボタンをクリックすると、それぞれ分類別に商品コードや在庫・価格を付ける事が出来る。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

入力が終われば、「この内容で登録する」を選択する。

登録を行うと商品登録時と同じく確認画面が表示されるので、問題なければ再度「この内容で登録する」を選択する。

### 規格を登録

先の商品登録の際に選択する事が出来た規格を登録する。

「商品管理」 「規格管理」で規格管理画面を表示

## 第3章 ネットショップ開店と運営

「規格名」を入力し「この内容で登録する」を選択すると画面下部に「規格」が登録されるので「編集」をクリックして「分類」登録画面に移動する。

規格名 (登録数)	分類登録	編集	削除	移動
大きさ (3)	分類登録	編集	-	下へ
味 (3)	分類登録	編集	-	上へ

分類の登録画面では「分類名」を入力し、「この内容で登録する」をクリックすると任意の分類を追加する事が出来る。

不要になった分類は削除・修正が必要な場合は編集で修正が可能である。  
また「移動」でプルダウンメニューでの表示順序を入れ替える事が出来る。

人気の分類は一番上に移動しておき、デフォルトの状態にしておくで購入者に優しい。

分類名	編集	削除	移動
ブルー	編集	削除	下へ
グレー	編集	削除	上へ 下へ
ブラック	編集	削除	上へ 下へ
レッド	編集	削除	上へ

## 第3章 ネットショップ開店と運営

商品マスタで商品の管理を行う（規格の選択・商品の複製・削除）

「商品管理」「商品マスタ」では、既に作成した商品情報の再編集や規格の選択・商品の複製・削除が出来る。

この画面ではまず各種検索条件を設定し、「この条件で検索する」をクリックする。

画面下部には入力した条件にマッチする商品が表示されるので（条件に何も指定しない場合は、全ての商品が表示される）「編集・規格の選択・商品の複製・削除」等の各項目を選択して作業を行う。

The screenshot displays the product management interface. On the left is a sidebar menu with options like '商品登録', '規格管理', and 'カテゴリ管理'. The main area is titled '検索条件設定' (Search Condition Setting) and contains several input fields: '商品ID', '商品コード', 'カテゴリ', '登録・更新日', '規格名称', '商品名', '種別' (with '公開' and '非公開' checkboxes), and 'ステータス' (with checkboxes for 'NEW', '残りわずか', 'ポイント2倍', 'オススメ', '限定品'). A search button 'この条件で検索する' is at the bottom of the filter section. Below the filter section, there are buttons for '検索結果一覧 4件 が該当しました.', 'CSV DOWNLOAD', and 'CSV出力項目設定'. The bottom part of the screenshot shows a table of search results with columns for '商品ID', '商品画像', '商品コード (価格(円))', '商品名 (カテゴリ >> URL表示)', '在庫 種別', and a set of action buttons: '編集', '確認', '規格', and '削除 複製'. The '複製' button is highlighted with a red box.

商品ID	商品画像	商品コード (価格(円))	商品名 カテゴリ >> URL表示	在庫 種別	編集	確認	規格	削除 複製
4		-	daizu君Tシャツ	-				
		-	>ファッション>Tシャツ	公開				
		-	ダニエル君Tシャツ	-				

「編集」はその商品の「商品登録」画面を開いて情報を再編集するものであり、「確認」はその商品の販売ページを別ウィンドウで表示する。

「規格」は商品登録後の「規格登録」画面を開いて規格を登録するものであり、「複製」は同じ商品情報で「商品登録」画面を開き情報を修正後別の商品として登録するものである。

「削除」は商品情報を削除するものである。

また、商品マスタでは「カテゴリ管理」と同じく、商品を CSV ファイルでダウンロードする事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



「カテゴリ管理」と同じく、まずは「CSV 出力設定」を行い、「CSV Download」を選択。編集した CSV ファイルは「商品管理」「商品登録 CSV」でアップロードできる。

CSV の各項目は商品登録時のものと同じであるが、「公開フラグ」を「2」に設定すると商品を非表示設定に出来る為、何かしらの理由で一旦商品を非公開にしたい場合などに、それらの作業がまとめてできる。

必要に応じて商品の並び替えを行う

「商品管理」「商品並び替え」ではカテゴリ毎に商品の表示位置を変更する事が出来る。



(左のカテゴリのツリー表示で任意のカテゴリを選択。右の商品表示で何番目に移動するのか、下に移動するなどを選択して順序を入れ替える。カテゴリの順序に関しては先に説明した「商品管理」「カテゴリ管理」で行う)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (2) 受注管理

商品登録まで作業ができるようになれば、商品を実際に販売する事が出来るようになり、商品の受注も発生してくる。

それら受注の管理は「受注管理」から行う。

#### 受注管理

「受注管理」 「受注管理」で受注管理画面を開き、現在の受注状況を確認する事が出来る。

この画面では商品マスタと同じく、条件を指定して受注を絞り込んで表示する事が出来る。(何も指定しなければ全ての受注が表示される)

表示された各受注の「帳票」では受注内容を反映した納品書などをPDFで作成する機能であり、(但しプログラム側で不具合がある為修正する必要がある。詳しくは後述する)通知は受発注に係わるメールを送付する機能である。(「基本情報管理」 「メール設定」で編集したメールを送信する事が出来る)

受注日	受注番号	顧客名	支払方法	購入金額 (円)	全商品発送日	対応状況	帳票	編集	メール	削除
2009/02/11 12:42	3	匿名利用	郵便振替	1,378	未発送	新規受付	帳票	編集	通知	削除
2009/02/11 12:22	2	匿名利用	代金引換	2,859	未発送	新規受付	帳票	編集	通知	削除
2009/02/09 14:39	1	匿名利用	銀行振込	2,859	未発送	新規受付	帳票	編集	通知	削除

Copyright © 2000-2007 LOCKON CO.,LTD. All Rights Reserved.

## 第3章 ネットショップ開店と運営

「編集」をクリックすると、「受注履歴編集」画面が開き現在の対応状況を設定する「対応状況」や、送付先、商品の金額・個数・支払い方法や配送時間などが設定できる。

「対応状況」では「入金済み」や「発送済み」などを選択する事が出来、それらの設定が先の条件検索の一覧表示にも反映される為、対応状況が確認しやすくなる。

これら対応状況の管理は、荷物の未発送や振込先の連絡などの連絡忘れなどを防ぐ為にも必ず管理を行いたい。

The screenshot shows the '受注履歴編集' (Order History Edit) interface. At the top, there are navigation tabs: 基本情報管理, 商品管理, 顧客管理, 受注管理 (selected), 売上集計, メルマガ管理, コンテンツ管理, デザイン管理, システム設定. Below these, there are sub-tabs: 受注管理 and 受注履歴編集. The main content area is divided into sections: 帳票 (Invoice) with a '帳票の作成' (Create Invoice) button; 対応状況 (Status) with a dropdown menu set to '新規受付' (New Reception); 発送日 (Shipping Date) set to '未発送' (Not Shipped); 顧客情報 (Customer Information) section containing a table with fields like 受注番号 (Order No.), 受注日 (Order Date), 顧客名 (Customer Name), メールアドレス (Email Address), 住所 (Address), and 備考 (Remarks); 配送先情報 (Shipping Information) section with input fields for 名前 (Name) and 名前(カナ) (Name in Kana).

▼お客様情報			
受注番号	1	顧客ID	(非会員)
受注日	2009/02/09 14:39		
顧客名	服部 憲一	顧客名(カナ)	ハットリケンイチ ケンイチ
メールアドレス	hattori@hi-kick.jp	TEL	090-3196-4698
住所	〒822-0031 福岡県直方市植木227-2ファンテージ21 A棟101号室直方市		
備考			

▼配送先情報			
お名前	服部 憲一	お名前(カナ)	ハットリケンイチ ケンイチ

また、ここでは「帳票の作成」を行う事が出来る。

これは PDF で印刷可能な納品書など帳票を作成する機能である。

但し、カゴヤの管理パネルから自動インストールした場合帳簿を作成する部分のプログラムに不具合があるため、この機能を有効にする際には PHP ファイルの修正が必要である（出筆時のバージョン「2.2.0-beta」で確認）

## 第3章 ネットショップ開店と運営



(「帳票の作成」をクリックすると別ウィンドウで、エラー画面が表示される)

エラーの内容としては「data」ディレクトリ内の「pdf」ディレクトリにある「japanese.php」の2行目あたりにある

```
require('../../data/pdf/fpdf.php');
```

の記述にエラーがあり、指定された「../../data/pdf/fpdf.php」にあるファイルが読み込まない(「require」は外部のファイルを読み込むの意)と言う旨のエラーの為、この部分を修正する必要がある。

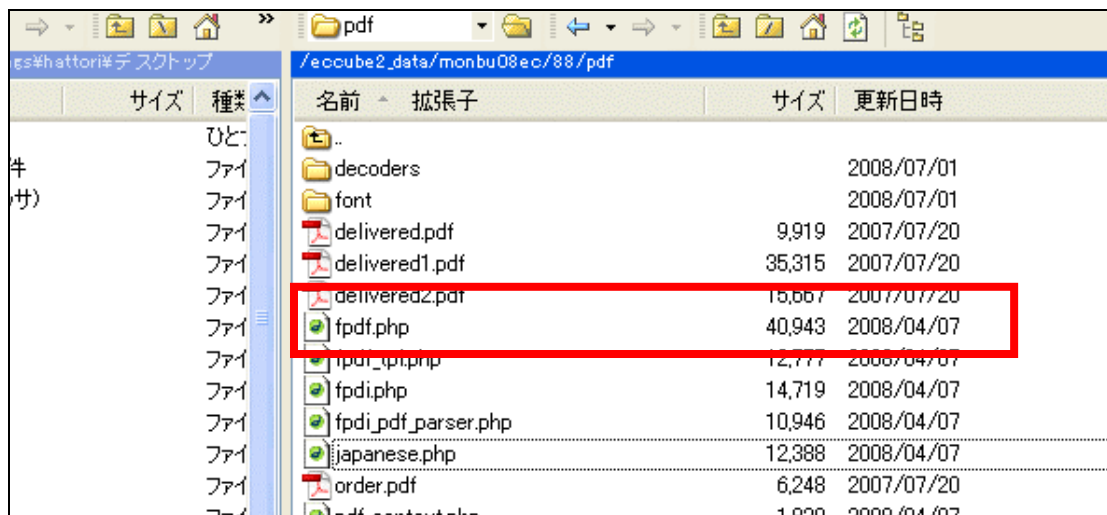
まず FTP クライアントで「japanese.php」をダウンロードする。  
カゴヤの管理パネルからインストールした場合は

```
/eccube2_data/インストールディレクトリ/pdf/
```

に配置してあるのでそこからダウンロードする。

ダウンロードした「japanese.php」を確認してみると「fpdf.php」の読み込むためのディレクトリパスが間違っている為「fpdf.php」を探す。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



実は「japanese.php」と同じディレクトリに「fpdf.php」は存在するので「japanese.php」の2行目を

```
require('../../../../data/pdf/fpdf.php');
```

から

```
require('fpdf.php');
```

に修正

またその下の行(3行目)にも同じく「fpdi.php」を読み込んでいる箇所があるが、これも同じくパスが間違っているので

```
require('../../../../data/pdf/fpdi.php');
```

から

```
require('fpdi.php');
```

に修正・保存し、FTPクライアントで「japanese.php」を元の位置に上書きする。

この作業を行うことで、帳簿をPDFで作成する事が出来るようになる。

前回と同じく「帳票の作成」をクリックすると「帳票の作成」ウィンドウが開きオプションを選択する事が出来る。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

帳票の作成

受注番号: 1

発行日※: 2009年2月12日

帳票の種類: 納品書

ダウンロード方法: ブラウザに開く

帳票タイトル: お買上げ明細書(納品書)  
※未入力時はデフォルトのタイトルが表示されます。

帳票メッセージ

1行目: このたびはお買上げいただきありがとうございます

2行目: 下記の内容にて納品させていただきます。

3行目: ご確認いただきますよう、お願いいたします。  
※未入力時はデフォルトのメッセージが表示されます。

1行目:

最後に画面下部の「この内容で作成する」を選択するとPDFで帳票が作成される。

ただこの時、帳簿のロゴがまた EC-CUBE デフォルトのままなので、こちらもオリジナルのものに差し替える。

お買上げ明細書(納品書)

このたびはお買上げいただきありがとうございます。  
下記の内容にて納品させていただきます。  
ご確認いただきますよう、お願いいたします。

総合計金額 2,859 円

お買上げ明細

【お届け先】 [ご注文日] 2009/02/09 14:39  
[注文番号] 1

商品名 / 商品コード / [規格]	数量	単価	金額(税込)
おなべ / nabe-01 /	1	1,650円	1,650円
アイスクリーム / ice-01 / [抹茶*S]	1	120円	120円
		商品合計	1,859円
		送料	1,000円

(帳票のロゴが EC-CUBE のまま)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

このロゴは

user\_data/packages/default/img/pdf/logo.png

の位置にある為、FTP クライアントか、「コンテンツ管理」「ファイル管理」でアクセスし、ダウンロード後編集して再度アップを行う。



(ロゴが変更された)

また受注管理に関しては CSV でデータをダウンロードする事が出来るため、チェック作業の際に役に立つ。

受注日	受注番号	顧客名	支払方法	購入金額(円)	全商品発送日	対応状況	帳票	編集	メール	削除
2009/02/11 12:42	3	服部 真里	郵便振替	1,378	未発送	新規受付	帳票	編集	通知	削除
2009/02/11 12:22	2	服部 真里	代金引換	2,859	未発送	新規受付	帳票	編集	通知	削除
2009/02/09 14:39	1	服部 憲一	銀行振込	2,859	未発送	新規受付	帳票	編集	通知	削除

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### ステータス管理

この項目は特定の対応状況の受注をチェックボックスで任意選択し、一括して対応状況を変更するものである。

受注番号	受注日	顧客名	購入金額(円)	発送日	対応状況	選択
2	2009/02/11	服部真里	2,809	未発送	新規受付	<input type="checkbox"/>
1	2009/02/09	服部憲一	2,009	未発送	新規受付	<input type="checkbox"/>

(「ステータス管理」メニューの下には各ステータスが表示され、クリックすると任意の中心を選択しステータスを変更できる)

実際に配送作業などはまとめて行うことが多い為、一括して配送済みなどに対応状況を変更できるのは便利な機能である。

### (3) 顧客管理

この項目では会員登録した顧客データを検索し、編集する事が出来る。

種別	顧客コード	顧客名(カナ)	性別	TEL	メールアドレス	編集	削除
本	1	福岡県				編集	削除

## 第3章 ネットショップ開店と運営

検索結果の一覧はCSVで保存する事が出来、編集できる内容は商品購入時に購入者が入力した情報とその際に付与されたポイントなどの情報である。

また、情報には今までの商品購入履歴なども表示されるので、顧客の好みなどを判断する事が出来る。

メールマガジン \*  HTML  テキスト  希望しない

SHOP用メモ

所持ポイント 130 pt

検索画面に戻る 確認ページへ

購入履歴一覧 2件 が該当しました。

日付	受注番号	購入金額	発送日	支払方法
2009/02/11 12:42	3	1,378円	2009/02/12 06:21	郵便振替
2009/02/11 12:22	2	2,859円	未発送	代金引換

GO TO PAGE TOP

### (4) 売り上げ集計

正常に受注管理が出来るようになれば、売り上げに関しても集計などの作業が必要になってくる。

EC-CUBE では、売り上げ伝票などから手作業で集計を行わずとも、自動でそれらの集計を行い、グラフ化する機能を備えている。

「売り上げ集計」メニューから画面左のサブメニュー「期間別集計」「商品別集計」「年代別集計」「職業別集計」「会員別集計」など選択すると、期間を指定して集計を行う事が出来る。

基本情報管理 商品管理 顧客管理 受注管理 **売上集計** メールマガ管理 コンテンツ管理 テザイン管理 システム設定

売上集計 期間別集計

- 期間別集計
- 商品別集計
- 年代別集計
- 職業別集計
- 会員別集計

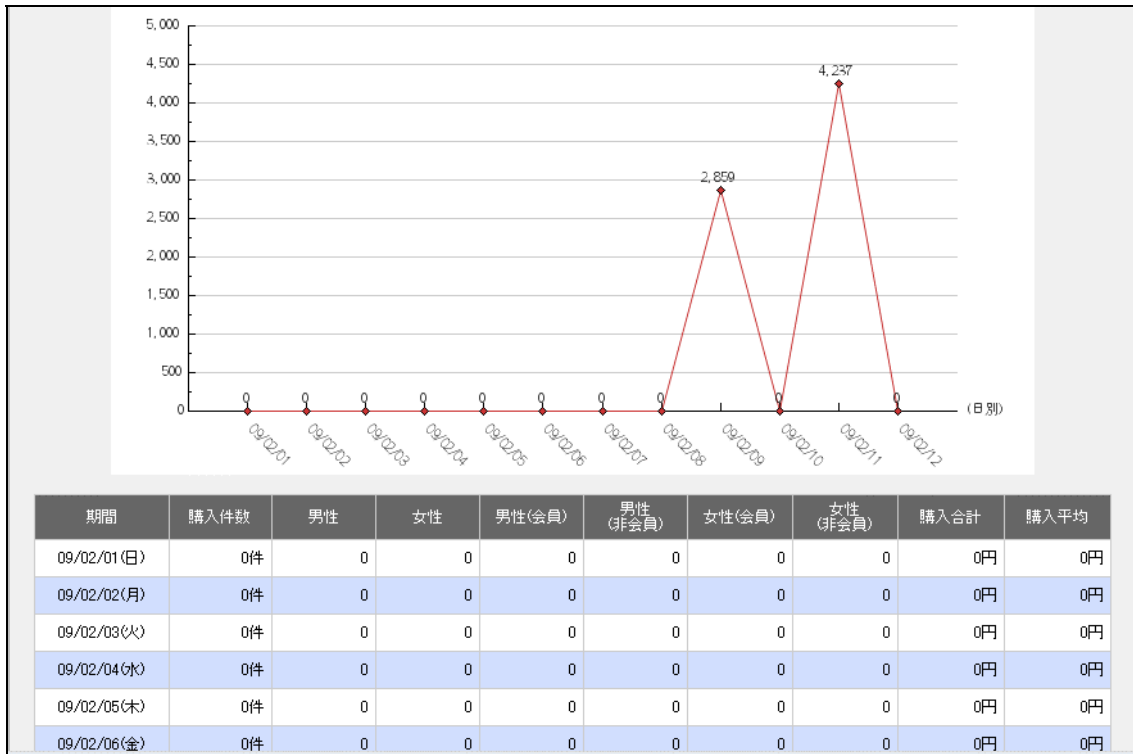
期間別集計

月度集計 2009年 2月 月度(末日締め) 月度で集計する

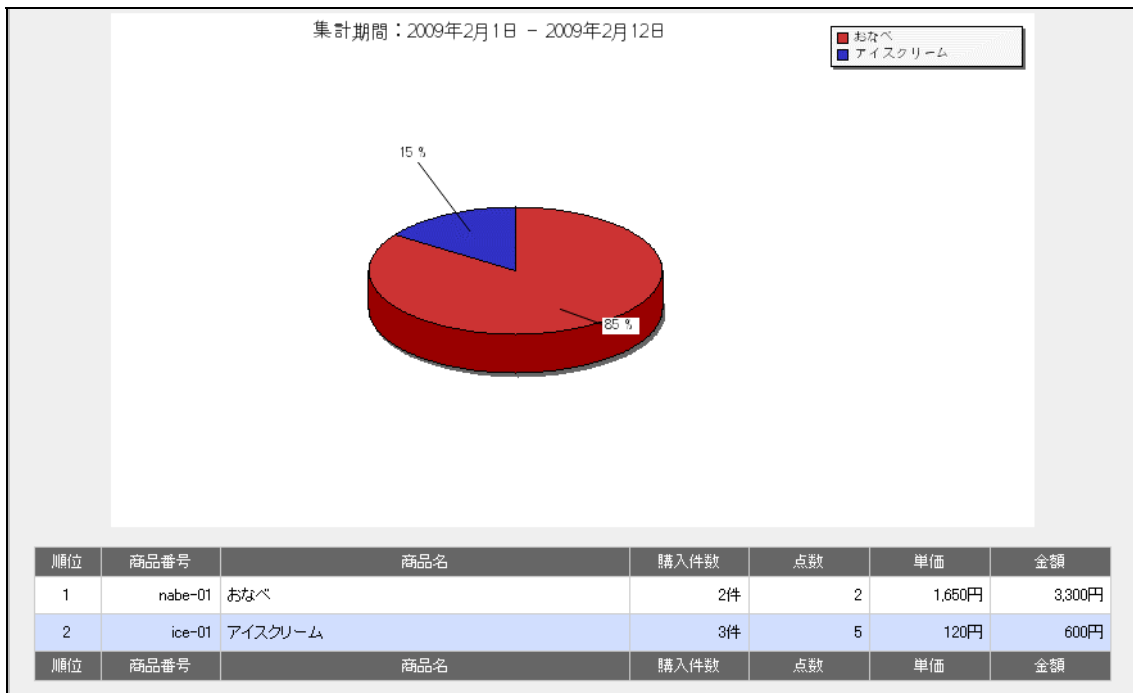
期間集計 2009年 2月 1日 ~ 2009年 2月 12日 期間で集計する

### 第3章 ネットショップ開店と運営

その際に集計結果を自動でグラフ化する事が出来る。



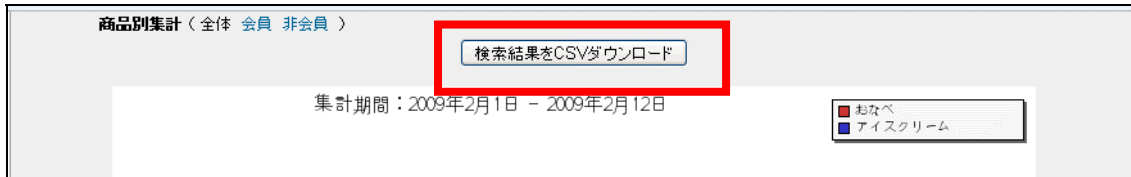
このグラフは各集計別に一番分かりやすいグラフ形式が表示されるようになっている。



(商品別集計のグラフ例)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

これらの集計も CSV 形式でダウンロードが可能である。



ただ、このような集計作業に関しては負荷がかかる事が予想され、

```
Fatal error: Maximum execution time of 30 seconds exceeded in /home/* ** */eccube2_data/* ** */class/batch/SC_Batch_Daily.php on line 331
```

(「\* \*\* \*」はインストールに使用したフォルダ名。これも郵便番号 DB 登録時と同じく、カゴヤの 30 秒間同じスクリプトを実行し続けられないと言う制限の為。いまのところ上位プランに乗り換える以外、制限を解除できない)

のようなエラーが出る場合は、まず出来るだけ期間を短く設定して再度試みるか、それでも同じエラーが出る場合は画面が切りかわるまで、ブラウザの更新ボタンかキーボードの「F5」キーを押して集計作業を続ける。

もし、「職業別集計」「会員別集計」機能に関しては集計作業中、エラーを起こしてしまう場合は以下の作業が必要。(2.2.0-bata バージョンで確認)

これは、これら集計プログラムのデータベース操作が PostgreSQL 環境では問題ないが、MySQL 環境では正しく動作しない不具合がある為で以下のプログラムの修正を行う必要がある。

```
/eccube2_data/* ** */class/pages/admin/total
```

内の(「\* \*\* \*」はインストールに使用したフォルダ名)

「LC\_Page\_Admin\_Total.php」の 641 行目

```
trunc(AVG(total))
```

部分を

```
truncate (AVG(total),0)
```

に変更。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

同じく「LC\_Page\_Admin\_Total.php」の709行目

```
trunc(AVG(total))
```

部分を

```
truncate (AVG(total),0)
```

に変更。

これはデータ集計に使うtrunc関数がMySQL環境ではtruncate関数としなければならない為 ( PostgreSQL ) のエラーで、管理画面からのインストールした時機によって解消されている場合がある。その場合はこれらの作業は不要である。

また、この trunc 関数からみのエラーはカゴヤの自動インストールの際に限らず、出筆時点での「2.3.3」バージョンと MySQL の組み合わせでも引き続きエラーを起こすようである。

ソースを確認したところ先の例と同じく、  
LC\_Page\_Admin\_Total.php の 641 行目、711 行目の trunc 関数からみの修正と

```
/eccube2_data/***/class
```

の「SC\_Query.php」の94行目削除またはコメントアウト

```
// $sqlse = $dbFactory->sfChangeMySQL($sqlse);
```

の必要がある。

詳しくは EC-CUBE の開発コミュニティの記事

[http://xoops.ec-cube.net/modules/newbb/viewtopic.php?topic\\_id=3344&forum=9&post\\_id=12928#forumpost12928](http://xoops.ec-cube.net/modules/newbb/viewtopic.php?topic_id=3344&forum=9&post_id=12928#forumpost12928)

等を参考のこと ( 上記 URL は用紙サイズの都合で改行されているが、本来は一行 )

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (5) メルマガ管理

EC-CUBE では「メルマガ管理」「配信内容設定」で、ユーザーに対してメールマガジン（通称「メルマガ」）を発行する事が出来る。

メールマガジンではメールで記事などを配信することであるが、ショップで会員登録したユーザーに対して様々な条件で絞り込んでメールマガジンを配信する事が出来る。

メルマガ管理 配信内容設定

配信先検索条件設定

顧客名  顧客名(カナ)

都道府県  TEL

性別  男性  女性 誕生月  月

配信形式  両方  HTML  TEXT 購入回数  回 ~  回

購入商品コード  購入金額  円 ~  円

メールアドレス

携帯メールアドレス

配信メールアドレス種別  パソコン用アドレス  携帯用アドレス

職業  公務員  コンサルタント  コンピュータ関連技術職  コンピュータ関連以外の技術職  金融関係  医師  弁護士  総務・人事・事務  営業・販売  研究・開発  広報・宣伝  企画・マーケティング  デザイン関係  会社経営・役員  出版・マスコミ関係  学生・フリーター  主婦  その他  不明

（条件は多岐に渡り、かなり細かく絞り込む事が出来る）

検索の後、メルマガ送信の為「配信内容」を設定しなければならないが、その際に予めメルマガの記事（テンプレート）を作成しておかなければならない。

テンプレートの設定については次の通りである。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

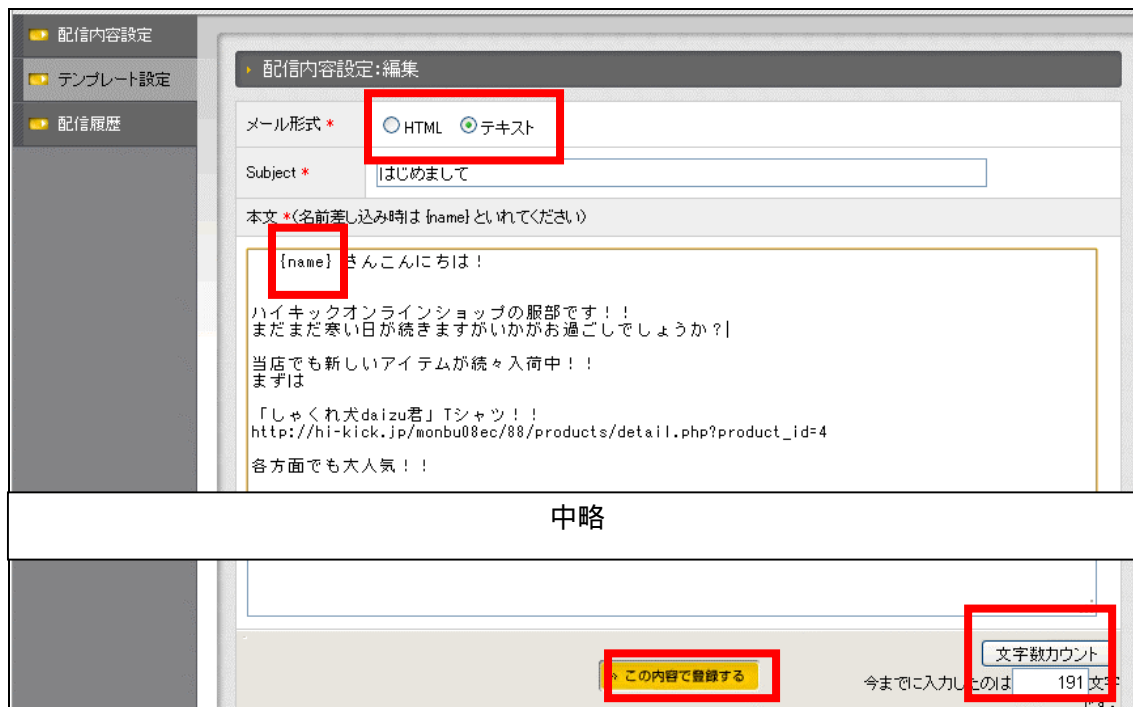
### テンプレート設定

前述の通り、メルマガ配信の為にはまず先に記事（テンプレート）を設定しなければならない。テンプレートを設定する為には「メルマガ管理」「テンプレート管理」で設定を行う必要がある。

まず、初めてテンプレートを設定する場合は「新規作成」を選択し、既に作成したテンプレートを修正して配信する場合は各テンプレートの「編集」をクリックして編集を行う。



「新規作成」、または「編集」を選択するとテンプレートの「配信内容設定・編集」画面に移動する。



この画面では、まず「HTML」「テキスト」のどちらで配信するかということを選択できる。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

「HTML」は、HTML タグが使用できるメール形式で表 (TABLE 要素) や画像の貼り付け (予め「コンテンツ管理」「ファイル管理」等で画像のアップロードと画像の URL の把握が必要) などが出来るので PR 度が高い。

但し EC-CUBE では会員登録時に前もって「HTML」形式か「テキスト」形式のどちらかで配信を希望するかというオプションがあるので問題ないかと思うが、携帯では HTML 形式のメールを受信できなかったり、PC でもメーラー (メールを受信するソフト「OutLook」や「Becky!」など) の設定で HTML 形式で開かないように設定しているユーザーもある為注意が必要。

もし万全を期すなら、テキスト形式で文字数を少なめに設定すると良いだろう。もし携帯のユーザーに絞り込んだ際は、昔の機種では 1 通のメールあたり 250 文字や 500 文字までしか受信できないものもあるので、各携帯会社のサイトなどで確認をしてからテンプレートを作成すると良いだろう。

最新の携帯でも、パケット無制限の契約でないユーザーに長文を送りつけるのは迷惑な部分もあるので、注意すること。

またメール中には

{name}

と言う記号が使える。

これは各ユーザーの登録時の名前を表示させるための記号で、

{name}さんこんにちは

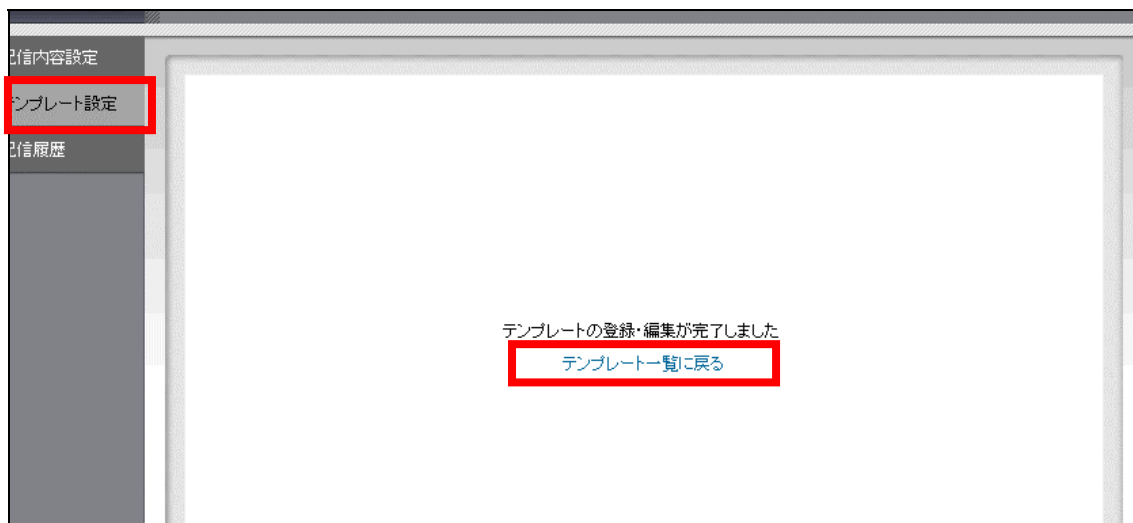
等とすれば各ユーザーにメールが配信される際には

山田三郎さんこんにちは

などとする事が出来る。

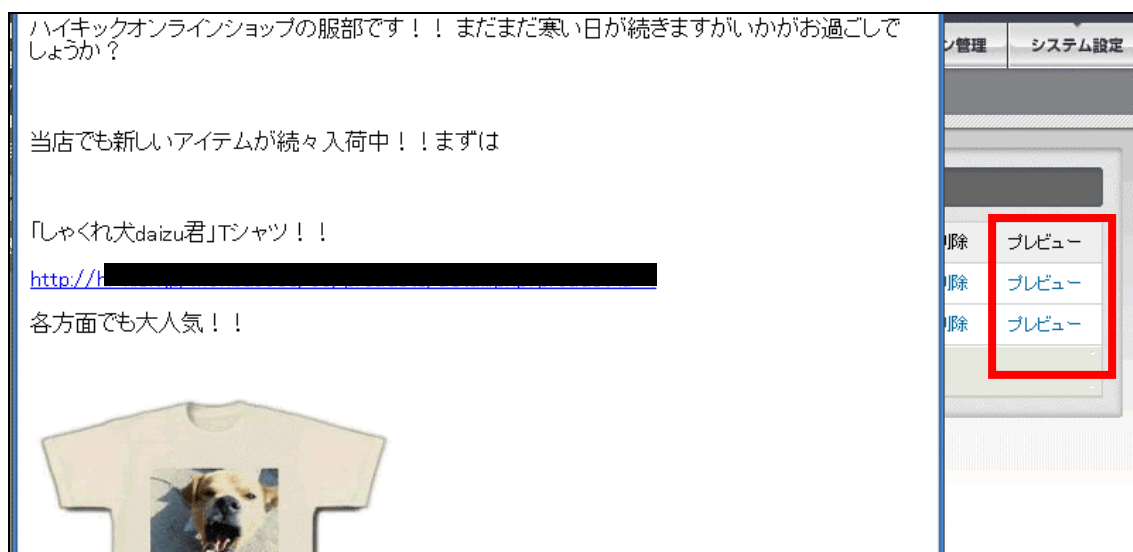
テンプレートが出来たら画面下部のテンプレート「この内容で登録する」をクリックし、「配信内容設定・編集」する。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



テンプレートが出来上がったら送信前に一度内容を確認する。

「配信内容設定・編集」の完了画面の「テンプレート一覧に戻る」のリンクか、画面左のサブメニュー「テンプレート設定」メニューで再度「テンプレート設定」画面に戻り、テンプレートの「プレビュー」を選択する。



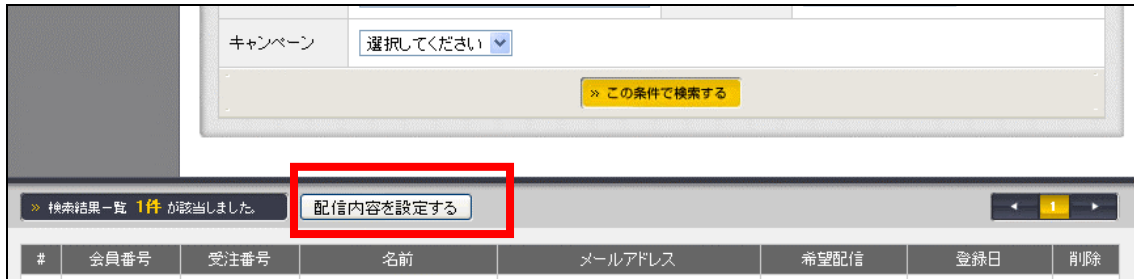
HTML形式のメールも、確認できる貼り付けた（HTMLの<img>要素で指定したと言う意味。出筆時点でのカゴヤでインストールできるEC-CUBEのバージョン2.2.0-betaではGUIでの画像挿入機能はない）画像などがちゃんと表示されているか確認する。

問題なければ冒頭の「配信内容設定」画面に移動してユーザーを絞り込み、配信を行う。

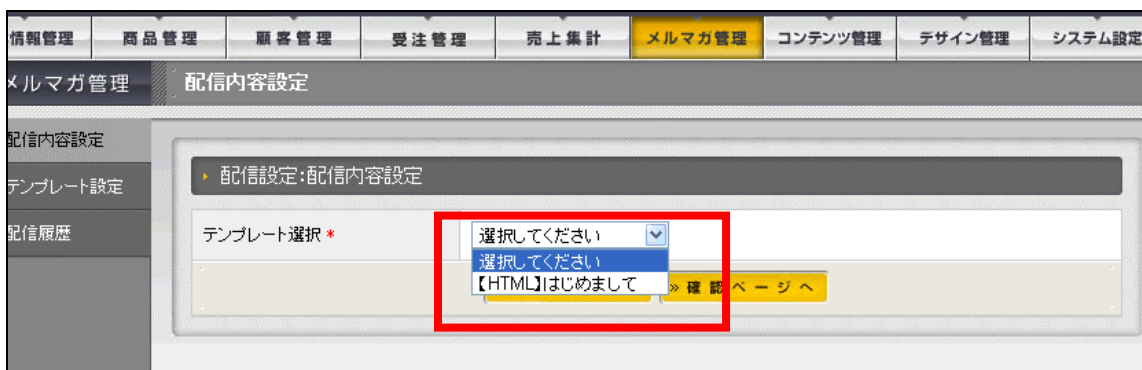
## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 配信内容設定

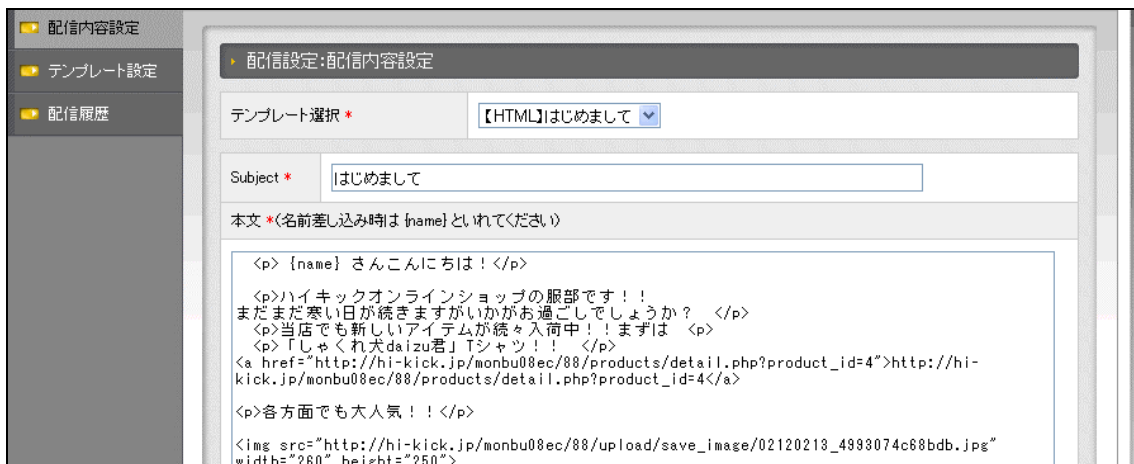
メルマガのテンプレートが出来上がったら「メルマガ管理」「配信内容設定」でユーザーを条件指定して絞り込み配信内容を設定する。



画面が「配信設定：配信内容設定」に変更されるので任意の作成済みテンプレートを選択する。



テンプレートを選択したら内容の確認画面になるので内容を確認し「確認ページへ」ボタンをクリックする。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

その後再度確認ページが出てくるので問題なければ「配信する」ボタンを選択する。

配信設定:配信内容設定

Subject \*

HTMLで確認

本文 \*(名前差し込み時は {name} と入れてください)

<p> {name} さんこんにちは! </p>  
<p>ハイキックオンラインショップの服部です!!  
まだまだ寒い日が続きますが、いかがお過ごしでしょうか? </p>  
<p>当店でも新しいアイテムが続々入荷中!! ますま </p>  
<p>じゃくれ大daizu君Jシャツ!! </p>  
<a href="http://[redacted].net\_id=4">http://hi-  
</a>  
<p>各方面でも大人気!! </p>  
  
<table width="200" border="1" cellpadding="10" cellspacing="0">  
<tr>  
<td bgcolor="#009999">サイズ</td>  
<td>S/M/LL/LLL</td>  
</tr>  
</table>

「配信する」ボタンをクリック後は別メニュー「配信履歴」の画面に自動的に移動する。

配信履歴

配信履歴

配信開始時刻	Subject	プレビュー	配信条件	配信予定件数 配信件数	削除
2009/02/18 03:40	はじめまして	確認	確認	1	削除
2009/02/18 03:40				1	
2009/02/18 02:50	はじめまして	確認	確認	1	削除
2009/02/18 02:50				1	
2009/02/18 02:46	はじめまして	確認	確認	1	削除
2009/02/18 02:46				1	

この画面では配信条件の確認や配信件数、配信した日時などを確認する事が出来る。  
この画面には「メルマガ管理」「配信履歴」でもアクセスが可能である。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (6) コンテンツ管理

画面上部「コンテンツ管理」メニューでは各種告知関係のページなどを作成できる。  
ここでは先に説明した

「新着管理」(3.1 EC-CUBE の開店方法と初期設定(レンタルサーバー編)の(18)新着情報の編集項)を参照のこと


「ファイル管理」(3.1 EC-CUBE の開店方法と初期設定(レンタルサーバー編)の(17)看板・ロゴの編集の項)等を参照のこと

「CSV出力設定」(3.2 EC-CUBE の運営方法の(1)商品管理の項)を参照のこと

は割愛し、その他のメニューについて学んでいく。

### オススメ管理

このメニューではフロント側に表示される、「オススメ商品」ブロックの内容を設定できる。



The screenshot shows the EC-CUBE admin interface. On the left is a sidebar with navigation links like '食品(1)', '当サイトについて', 'お問い合わせ', and '特定商取引に関する法律'. The main content area is titled '新着情報' (New Arrivals) and contains two news items. Below the news items is a red-bordered box containing an 'おすすめ商品' (Recommended Product) block. This block features a crown icon, the text 'おすすめ商品', a product image of a white t-shirt, the name 'ダニエル君Tシャツ', and the price '2,310円'. To the right of the main content area is a search bar with a dropdown menu for '商品カテゴリから選ぶ' and a '検索' (Search) button.

(「オススメ商品」ブロックは「デザイン管理」「レイアウト設定」で表示位置を変更可能)

「オススメ商品」ブロックには「商品管理」「商品登録」で商品を登録時に「関連商品情報表示/非表示」の項で設定したものが表示されるが、もし何も追加していない場合、ショップとして全般的にオススメ商品として表示したい場合は新たに登録する。

### 第3章 ネットショップ開店と運営

「コンテンツ管理」「オススメ管理」より画面中の「商品選択」リンクをクリックする。

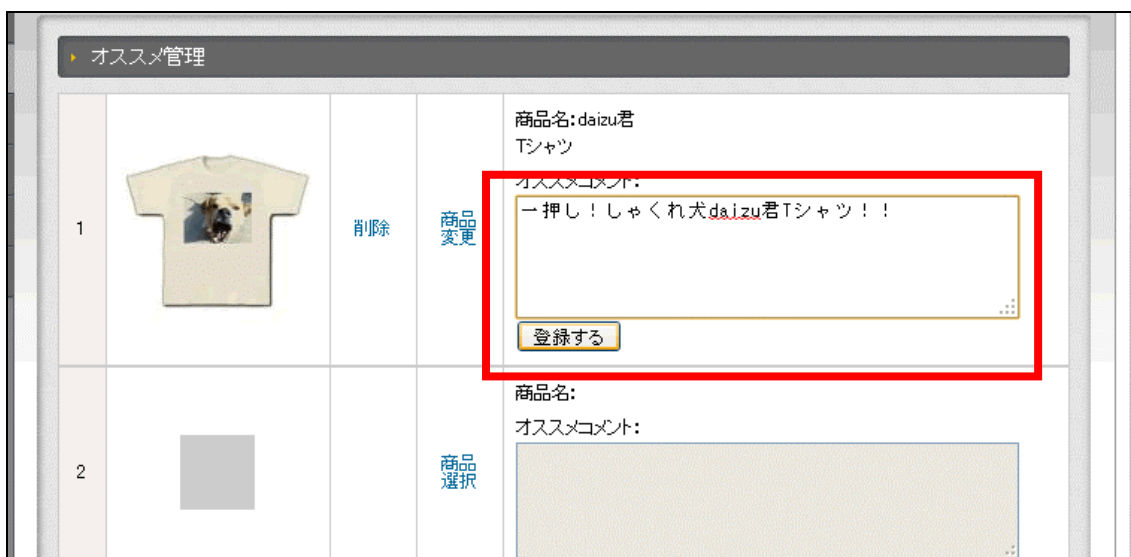


「商品管理」「商品登録」で商品を登録時に「関連商品情報表示/非表示」の項で設定したように別画面ウィンドウが開き「カテゴリ」や「商品名」で任意の商品を「決定」ボタンで選択する。



オススメ商品が追加できたら、「オススメコメント」を入力。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



全ての作業が終わったら「登録する」をクリックするとフロント側に反映される。



### アンケート管理

このメニューではユーザーに店舗に関するアンケートを取ったりする為のアンケートフォームを作成する事が出来る。

アンケートは複数の設問からなり、各設問は一行分の文字入力を行う「テキストエリア」、複数行の文字入力を行う「テキストボックス」、任意の項目を複数チェックできる「チェックボックス」、任意の一意（一つしか選べない）の項目「ラジオボタン」などの回答形式を選択できる。



### 第3章 ネットショップ開店と運営

新規登録

稼働・非稼働\*  稼働  非稼働

アンケートタイトル\*

アンケート内容\*

質問1\*

使用しない  テキストエリア  テキストボックス  チェックボックス  ラジオボタン

1	<input type="text" value="テレビ"/>	2	<input type="text" value="ラジオ"/>
3	<input type="text" value="雑誌"/>	4	<input type="text" value="Web"/>
5	<input type="text"/>	6	<input type="text"/>
7	<input type="text"/>	8	<input type="text"/>

質問2

使用しない  テキストエリア  テキストボックス  チェックボックス  ラジオボタン

全ての設問を設定できたら画面下部の「アンケート作成」ボタンをクリックする。

使用しない  テキストエリア  テキストボックス  チェックボックス  ラジオボタン

登録済みアンケート

編集	登録日	アンケートタイトル	ページ参照	結果取得	削除
<a href="#">編集</a>	2009-02-18	当店をどこでお知りになりましたか？	<a href="#">参照</a>	<a href="#">download</a>	削除

「アンケート作成」ボタンをクリックすると画面下部に「登録済みアンケート」としてアンケート情報が表示される。

「参照」のリンクではアンケートページを確認する事が出来るので、確認画面の URL を控えておき、メールマガジンや新着情報、又は後述する「キャンペーン」等の項目に貼り付けユーザーにアンケートに回答をしてもらう。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

http://kick.kir.jp/monbu06c/88/inquiry/index.php/question\_id

Free Hotmail MSNco.jp Microsoft Products Microsoft RealPlayer のホームペ... Windows Update Windows メディア インターネットの開始

当店をどこでお知りになりましたか？

当店をどこでお知りになりましたか？  
また実際来店されてどのような印象をもたれましたか？

質問1:どの媒体でお知りになりましたか？

テレビ  
 ラジオ  
 雑誌  
 Web

質問2:実際お店のイメージは？(択一式)

良い  普通

(「参照」のリンクをクリックすると作成されたアンケートが表示される。ブラウザに表示された URL を控えておき告知を行う。)

告知したアンケートにユーザーが回答を行うとデータが蓄積され、先の「登録済みアンケート」の「download」項目をクリックすると CSV 形式で保存できる。

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	回答ID	質問ID	回答日時	回答名	顧客名1	顧客名2	顧客名カナ	顧客名カナ	郵便番号1	郵便番号2	都道府県
2	1	1		当店をどこ	ああああ	aaaaaa	アアアアア	アアアアア	111	1111	1
3											
4											
5											

### キャンペーン管理

この項目では期間を設定して告知ページや任意の商品を集めたキャンペーンページを作成する事が出来る。

この項目ではキャンペーンページに使用するファイル類が格納されるディレクトリ名(半角英数)や申し込み数、カート機能の有無などを設定でき、各設定終了後に「この内容で登録する」ボタンを押せば画面下部の「キャンペーン一覧」に登録される。

### 第3章 ネットショップ開店と運営

キャンペーンページ登録

キャンペーン名 *	春のキャンペーン!
キャンペーン期間 *	開始日時: 2009年 2月 16日 0時 0分
	停止日時: 2009年 5月 5日 0時 0分
ディレクトリ名 *	spring ※http://hi-kick.kir.jp/monbu08ec/88/monbu08ec/88/monbu08ec/88/cp/入力したディレクトリ名/ でアクセス出来るようになります。
申込数制御	100 件で終了ページに切り替え
重複申込制御	<input checked="" type="checkbox"/> 重複申込を制御する
カートに商品を入れる	<input checked="" type="checkbox"/> カートに商品を入れるようにする
送料無料設定	<input type="checkbox"/> 送料無料

» この内容で登録する

(期間や申し込み制御が設定でき、ページから商品を購入するように設定も出来る)

その際「ディレクトリ名」の項目で

「 http:// ドメイン/ (中略) /設定したディレクトリ名」でアクセスできるようになります。との表示があるが **インストール環境によっては間違ったパスが表示されるので注意が必要**。

正式には <http://ドメイン/インストールディレクトリ/cp/設定したディレクトリ名> となっている。

» この内容で登録する

キャンペーン一覧

キャンペーン名	申込人数	キャンペーン設定		編集	削除	CSV
		キャンペーン中	キャンペーン終了			
春のキャンペーン!	0	設定	設定	編集	削除	CSV

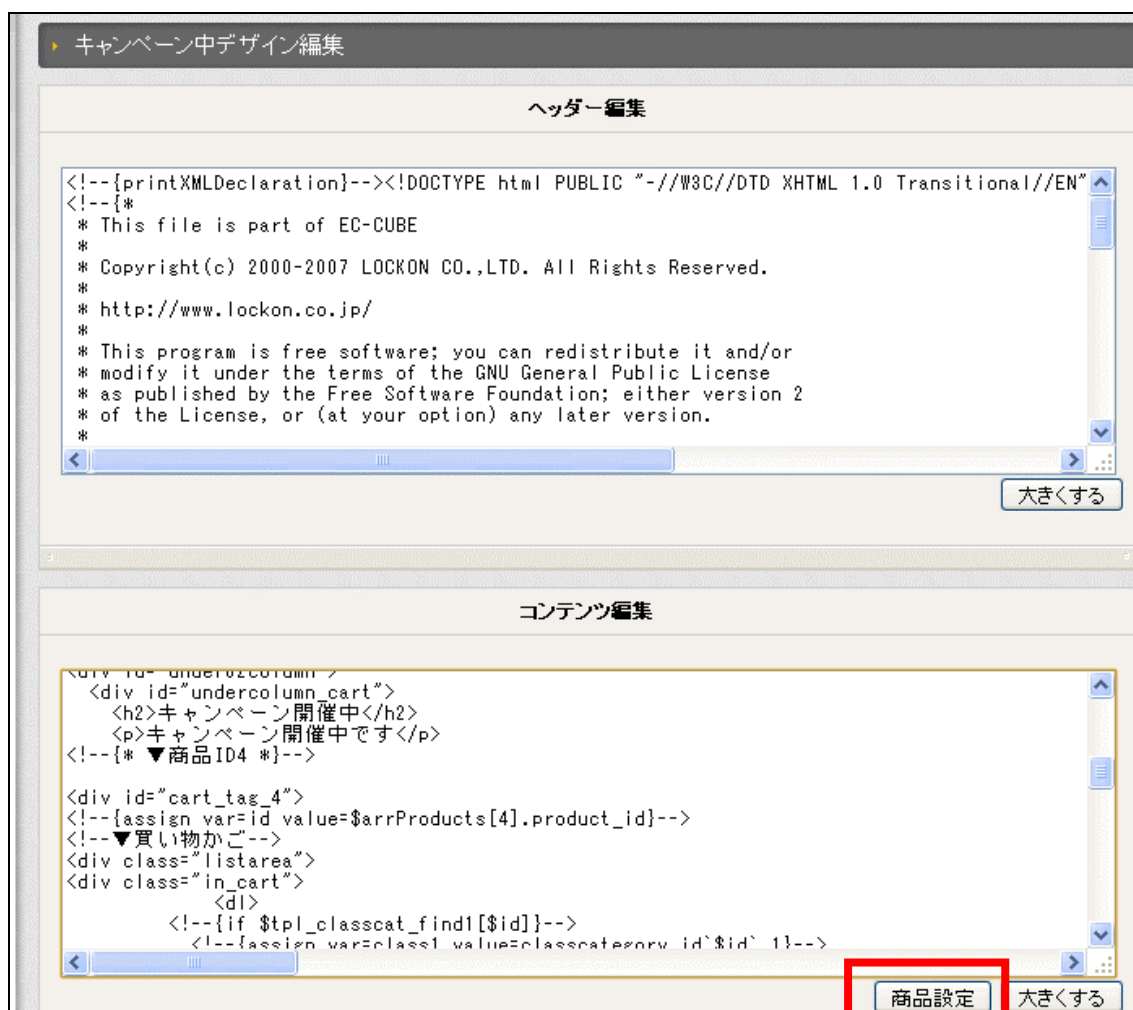
↑ GO TO PAGE TOP

キャンペーン一覧に表示されるようになれば「キャンペーン中」「キャンペーン終了」のページを設定する事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

これらはそれぞれキャンペーン期間内・期間後にページを切り替える為でそれぞれの設定ボタンをクリックすると各ページの編集画面に移動する事が出来る。

「キャンペーン中」「キャンペーン終了」の編集ページは「ヘッダー編集」「コンテンツ編集」「フッター編集」と編集箇所が3箇所あり、特に「カートに商品を入れるようにする」を選択していた場合はここで「コンテンツ編集」項目で「商品設定」ボタンをクリックし、キャンペーン用の商品を追加することが出来る。



「商品設定」ボタンをクリックすると「オススメ商品管理」等と同様、別窓で商品を検索し、決定ボタンを押すことで「生成タグ」画面が表示される。

これはカート用の HTML タグを生成しているもので、これらをコピーして「コンテンツ編集」部分の任意の箇所に貼り付けると商品追加用のカートが表示される。

### 第3章 ネットショップ開店と運営

ECサイト管理者ページ - Google Chrome  
http://hi-kick.kir.jp/monbu08ec/88/admin/contents/campaign\_create\_tag.php?campaign\_id=1

カテゴリ: 選択してください  
商品ID:   
商品名:

検索を開始

4件が該当しました。

商品画像	商品ID	商品名	決定
	-	アイスクリーム	決定
	-	daizu君Tシャツ	決定

(商品の検索画面。決定を押すとカート用のタグを生成してくれる)

ECサイト管理者ページ - Google Chrome  
http://hi-kick.kir.jp/monbu08ec/88/admin/contents/campaign\_create\_tag.php?campaign\_id=1

生成タグ

```
<!--[* ▼商品ID1 *]->
!--[*
* This file is part of EC-CUBE
*
* Copyright(c) 2000-2007 LOCKON CO.,LTD. All Rights Reserved.
*
* http://www.lockon.co.jp/
*
* This program is free software; you can
* redistribute it and/or
* modify it under the terms of the GNU
* General Public License
* as published by the Free Software
* Foundation; either version 2
* of the License, or (at your option) any
* later version.
*
```

検索結果へ戻る

(生成されたカート用のタグ。これらをコピーしておく)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

その際下記のようなコメントも含まれている場合があるが、不要なので削除する。(特に無駄なソースが挿入される事が気にならなければ必ず削除が必要と言うわけではない。)

```
<!--{*
* This file is part of EC-CUBE
*
* Copyright(c) 2000-2007 LOCKON CO.,LTD. All Rights Reserved.
*
* http://www.lockon.co.jp/
*
( 中略 )
*
* You should have received a copy of the GNU General Public License
* along with this program; if not, write to the Free Software
* Foundation, Inc., 59 Temple Place - Suite 330, Boston, MA 02111-1307, USA.
*}-->
```

カートやキャンペーン用のページ編集が終わったら画面下部の「保存」を選択し、確認の為「プレビュー」を行う。

但しプレビューの段階ではカートは機能しないので注意。

キャンペーン管理のディレクトリ登録で登録したディレクトリにアクセスして初めてカートが有効になる。

The screenshot shows a web page with a campaign banner. At the top, there are contact numbers: 'お電話でのご注文は 0120-000-000' and 'FAXでのご注文は 0120-00-0000'. Below that, the reception hours are listed: '受付時間：朝9:00～夜7:00' and '土曜日午後6時迄'. The main content area features a campaign banner with the text 'キャンペーン開催中' and 'キャンペーン開催中です'. Below the banner, there are dropdown menus for '大きさ:' and 'カラー:', both with '選択してください' as the selected option. A text input field for '個数:' contains the number '1'. A red button with a shopping cart icon and the text 'カートに入れる' is positioned below the input field. At the bottom right of the banner area, there is a link '△このページのTOPへ'. The footer of the page contains the text 'Copyright(C)2000-2007 EC-CUBE All rights reserved.'

(追加したカート生成タグには商品画像などは含まれていない為、別途用意してHTMLの<img>属性で指定する必要があるので注意。)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

これらのページは設定された期間が来れば自動的に「キャンペーン終了」ページに切り替わる。

またこれらのデータも「キャンペーン一覧」ページでCSVとして保存できる。



キャンペーン名	申込人数	デザイン設定		編集	削除	CSV
		キャンペーン中	キャンペーン終了			
春のキャンペーン!	0	設定	設定	編集	削除	CSV

### (7) デザイン管理

この項目では EC-CUBE のデザインに関する項目を設定できる。

この項目でも「ヘッダー/フッター設定」「CSS 編集」に関してはそれぞれ先に説明している部分があるので割愛する。

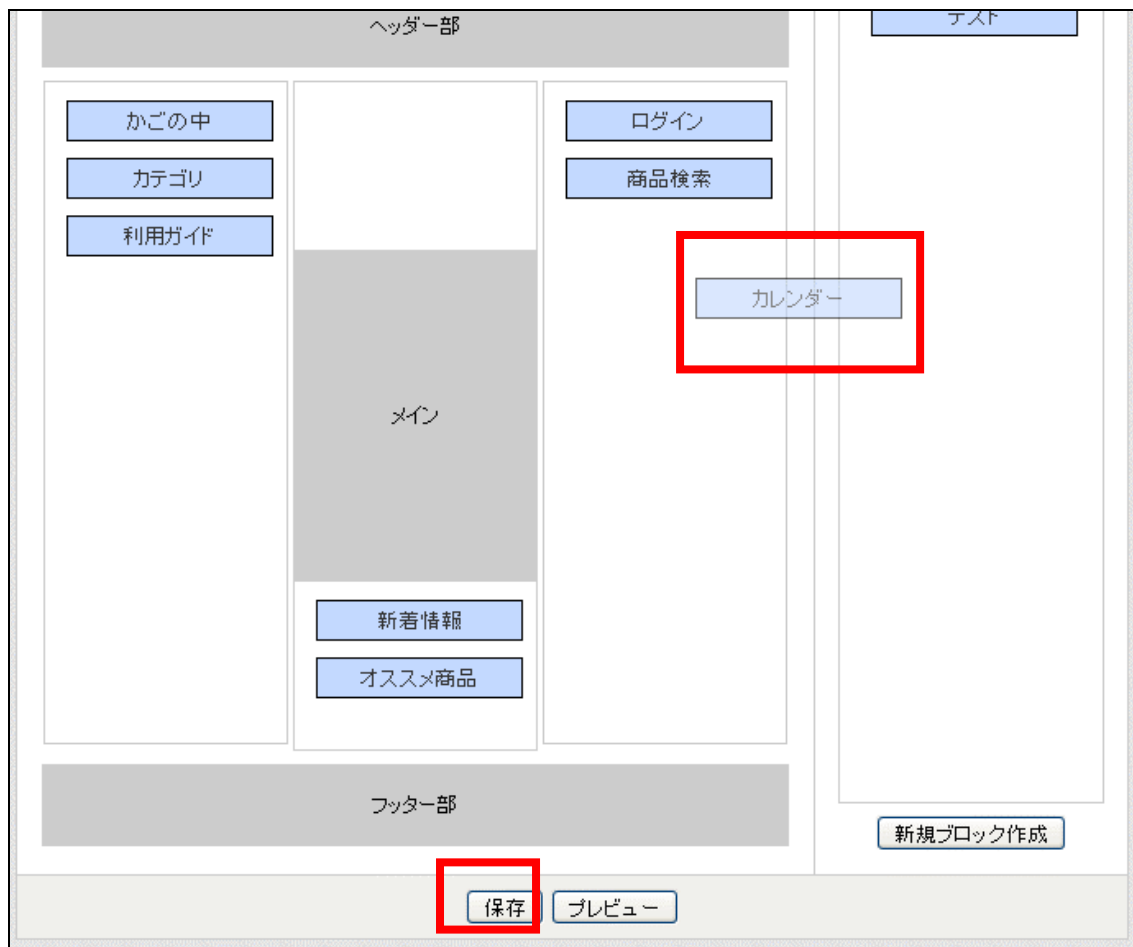
「ヘッダー/フッター設定」(3.1 EC-CUBE の開店方法と初期設定 (レンタルサーバー編) の (19) ヘッダー/フッター設定項) を

「CSS 編集」(3.1 EC-CUBE の開店方法と初期設定 (レンタルサーバー編) の (20) CSS の編集項) をそれぞれ参照のこと。

#### レイアウト編集

EC-CUBE では「新着情報」や「カレンダー」ブロックと呼ばれるパーツ群を管理画面からドラッグ操作で移動し、簡単にフロント側に反映することが出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



(操作はいたって簡単。各水色のブロックをドラッグし「保存」ボタンを押すだけ。「未使用ブロック」部から「レイアウト編集」部にドラッグすれば控えのブロックを新たに表示することも出来。無論既に「レイアウト編集」部にあるブロックの位置も変更可能)

2009年02月09日  
サイトオープンいたしました!  
まだまだ商品数は少ないですが、続々新商品をアップする予定です!!お見逃しなく!!

**おすすめ商品**

**daizu君Tシャツ**  
価格(税込): **2,835 円**  
ー押し!daizu君Tシャツ!!

**ダニエル君Tシャツ**  
価格(税込): **2,310 円**  
daizu君にライバル登場!ダニエル君Tシャツ!!

**おなべ**  
価格(税込): **1,733 円**  
おなべもどうぞ

**2009年2月の定休日**

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

**2009年3月の定休日**

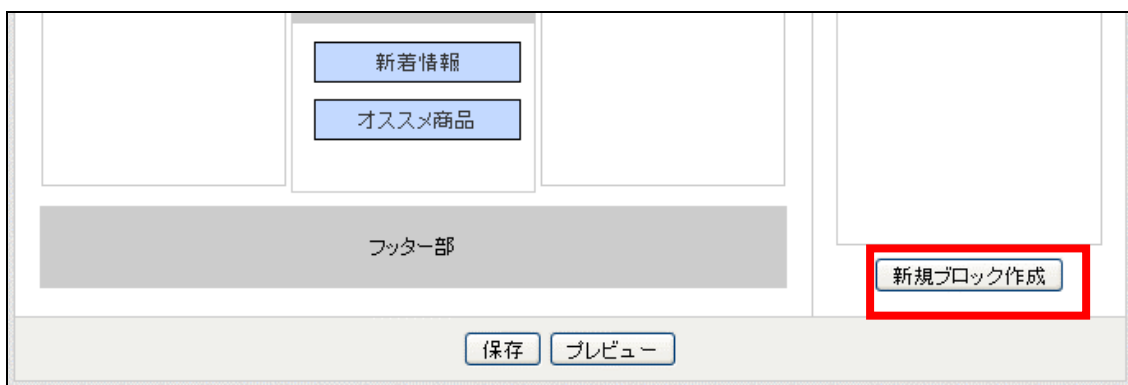
日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

(フロント側に新しく「カレンダー」ブロックが追加された)



## 第3章 ネットショップ開店と運営

また、「新規ブロック作成」ボタンをクリックすることでオリジナルのブロックを自作する事が出来る。



「新規ブロック作成」をクリックすると自動的に「ブロック編集」メニューへ移動する。

また画面下部の、「編集可能ページ」エリアにはそれぞれ「メイン編集」ボタンが表示されておりこれらをクリックすることにより、後述する「ページ詳細設定」に移行する事が出来、各ページのソース（HTMLなどのデータ）を編集できる。



ページ詳細設定画面では、共通のフッター/ヘッダーを使用するか、等の設定を変更できるほか、「新規作成」で新しいページを作成する事が出来る。

また「レイアウト」画面下部に表示される「レイアウト」ボタンをクリックすると、またレイアウト編集画面に移動する事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### ページ詳細設定

名称: TOPページ

URL: http://[REDACTED]

共通のヘッダーを使用する  共通のフッターを使用する

```
* MERCHANTABILITY OF FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE. See the
* GNU General Public License for more details.
*
* You should have received a copy of the GNU General Public License
* along with this program; if not, write to the Free Software
* Foundation, Inc., 59 Temple Place - Suite 330, Boston, MA 02111-1307, USA.
*}-->
```

```
<div id="flasharea">
  
</div>
```

大きくする

登録 プレビュー

#### 編集可能画面一覧

TOPページ	レイアウト
商品一覧ページ	レイアウト
商品詳細ページ	レイアウト
MYページ	レイアウト

新規ページ作成

(レイアウト編集画面からは、必要に応じてブロック編集やページ詳細設定などの別メニューに移動する事が出来る。)

### ブロック編集

「ブロック編集」画面は前述の「レイアウト設定」で「新規ブロック作成」ボタンをクリックするか、「デザイン管理」 「ブロック編集」で開く事が出来る。

このメニューでは、新規にブロックを作成したり編集・削除する事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

ブロック編集

ブロック名: テスト (上限50文字)

ファイル名: test .tpl (上限50文字)

```

```

大きくする

登録 プレビュー

編集可能ブロック

カテゴリ	
利用ガイド	

ブロックを新規作成するには、画面中央の「ブロック名」「ファイル名」とブロックの内容を入力する。

「ブロック名」は「レイアウト設定」で表示されるブロック名であり「ファイル名」は保存される際のファイル名となる為半角英数で命名する。

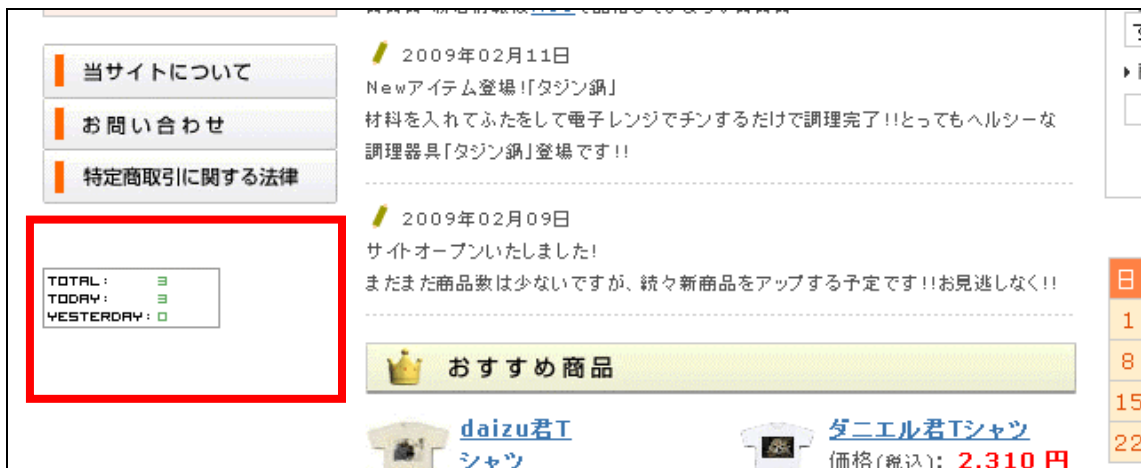
ブロックの内容ではHTMLなどで記述する事が出来る為、商品バナーやアクセス解析のタグ、ブログパーツなどもソースを貼り付ければ活用できる。

編集後は「登録」ボタンを押して登録し、「レイアウト設定」の「未使用ブロック」に登録できる。

また画面下部の「編集可能ブロック」の項では各ブロック名をクリックすれば再度そのブロック編集画面を開き編集する事が出来る。

例として、ブログパーツを配布しているサイトなどから訪問者を表示するブログパーツのカウンターをブロックに挿入した例。

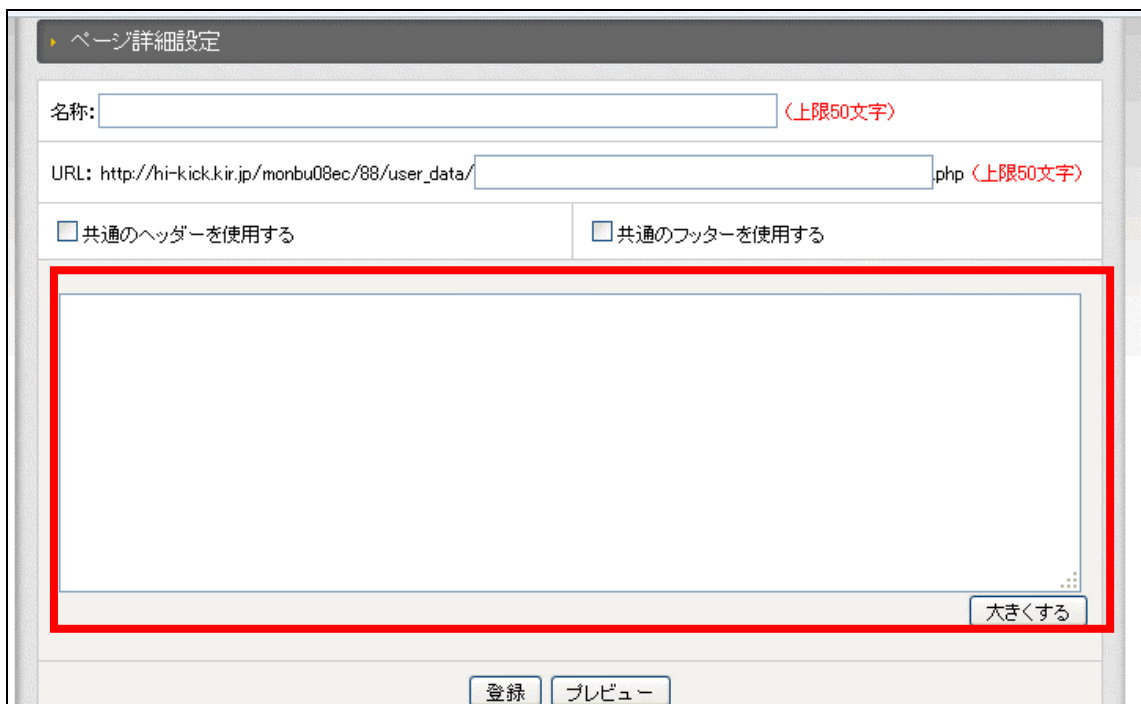
## 第3章 ネットショップ開店と運営



このようなブログパーツは <http://www.blog-parts.com/> のようなブログパーツの配布サイトで無料配布されているので活用すると良い。

### ページ詳細設定

「コンテンツ管理」「キャンペーン管理」では期限付きで HTML などを記述できるキャンペーンページを作成できたが、この「ページ詳細設定」でも HTML などを記述できる新規のページを作成することもできる。



画面上部では「名称」でページのタイトルを定義し、URL でページのファイル名を設定（このファイル名は半角英数で命名する）する。

その他にも、共通のヘッダーやフッターを使用するかななどを定義し、

## 第3章 ネットショップ開店と運営

中央のテキストエリアに HTML タグなどを入力してページを作成する事が出来る。

画面下部では「レイアウト」ボタンが配置され、クリックすることで各ページの「レイアウト設定」画面に移動する事が出来る。

また、画面最下部の「新規作成ボタン」をクリックすると、続けて新規ページを作成する事が出来る。



### テンプレート追加

EC-CUBE では市販・無料のテンプレートが配布されている。  
このメニューではそれらのテンプレートを簡単に登録する事が出来る。

EC-CUBE のテンプレートファイルは画像やテンプレートファイルからなるファイルの塊であり、「.tar.gz」形式の圧縮ファイルで提供されており、EC-CUBE 公式の「オーナーズサイト」などでも購入する事が出来る。

欲しい機能を、手軽に導入！ EC-CUBE オーナーズストア。

EC-CUBE™  
OWNERS STORE

51件の商品がございます。1 | 2 | 3 | 4 次へ>>

決済サービス >

販売促進ツール >

デザインテンプレート >

モジュール設定マニュアル  
ダウンロード  
～管理画面での設定方法です～

サンプルです

- > テンプレートNO: sample  
> デザイナー:  
> 価格: **ダウンロード無料**
- > テンプレートNO: P0033  
> デザイナー: ハングリード  
株式会社  
> 価格: **9,450 円(税込)**
- > テンプレートNO: P0032  
> デザイナー: ハングリード  
株式会社  
> 価格: **9,450 円(税込)**

(無料のサンプルテンプレートなども用意されている)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

テンプレートを変更する場合は、まずこれらテンプレートをダウンロードし各自のパソコンに保存しておく。

テンプレートファイルが用意できたら、「デザイン管理」 「テンプレート追加」でメニューを開くと「テンプレートコード」「テンプレート名」「テンプレートファイル」等のメニューが選択できる。

「テンプレートコード」はアップロードしたテンプレートを格納する為のディレクトリ名となり、半角英数で命名する。

「テンプレート名」は「テンプレート設定」画面などで確認する事が出来るテンプレート名であり全角文字（ひらがなや漢字などの日本語）でも問題ない。

この二つの設定が終われば「ファイルを選択」ボタンをクリックし、任意のテンプレートとファイルを選択後、画面下部の「アップロード」ボタンをクリックする。

アップロード	
テンプレートパッケージのアップロードを行います。 アップロードしたパッケージは、「テンプレート設定」で選択できるようになります。	
テンプレートコード	<input type="text"/>
テンプレート名	<input type="text"/>
テンプレートファイル ※ファイル形式は.tar/.tar.gzのみ	<input type="button" value="ファイルを選択"/> 選択されていません
<input type="button" value="アップロード"/>	

テンプレートファイルが正しくアップロードできれば、次の「テンプレート設定」で天応レートを切り替える事が出来る。

### テンプレート設定

前述の「テンプレート追加」メニューでテンプレートを追加できたらこの「テンプレート設定」でテンプレートを切り替える事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



このメニューでは基本的に「選択」のラジオボタンで任意のテンプレートを選択し「この内容で登録する」を選択するとテンプレートを切り替える事が出来る。

その他にも「ダウンロード」で既存のテンプレートを「tar.gz」形式のテンプレートファイルとしてダウンロードできるため、EC-CUBE にそれらのテンプレートを適用することも出来る。

### (8) システム管理

画面上部のメインメニューでは最後に紹介するメニュー。  
主に EC-CUBE のシステムに関する機能を管理している。

#### メンバー管理

管理者の設定する画面。

EC-CUBE では複数の管理者を設定できる為、それらの管理者を管理する為のメニューが設定されている。



インストール直後では、インストール時に設定した管理者しか登録されていないが、「メンバー新規登録」で新たに登録する事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

また、各メンバーの「編集」リンクをクリックすると、各メンバーの情報を編集することができる。

設定できる項目は「名前」「所属」「ログインID」「パスワード」「管理者権限」で「名前」「ログインID」「パスワード」は必須項目である。

The screenshot shows a web form titled "メンバー登録/編集" (Member Registration/Edit). The form contains the following fields:

名前	<input type="text" value="管理者"/>	※必須入力
所属	<input type="text"/>	
ログインID	<input type="text" value="██████"/>	※必須入力 ※半角英数字・15文字以内
パスワード	<input type="password" value="....."/>	※必須入力 ※半角英数字・15文字以内
管理者権限	<input type="text" value="管理者"/> ▼	※必須入力

At the bottom of the form is a yellow button with the text "※ この内容で登録する" (※ Register with this content).

「所属」は社内の部署など必要に応じて記入すればよい、「管理者権限」は現在機能緒が未実装（機能がまだ作成・適用されていない）だが、将来的にはデザインだけ・経理だけなど、作業に応じた権限を割り振る事が出来るようになる予定。

### バックアップ管理

この項目では、EC-CUBEのデータをバックアップする事が出来る。

バックアップ名は50文字以内で、バックアップメモはどの状態でバックアップしたかなどの覚書を記述することも出来る。

またバックアップしたファイルは、「download」のリンクをクリックすることでダウンロードする事が出来、またこの一覧で表示されるデータを元に復元（リストア）する事が出来る。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

バックアップ作成

- データベースのバックアップを行います。
- テンプレートファイル等はバックアップされません。

バックアップ名 \*  (上限50文字)

バックアップメモ  (上限200文字)

バックアップ完了しました

バックアップデータを作成する

バックアップ名	バックアップメモ	作成日	リストア	ダウンロード	削除
test	バックアップのテストです	2009-02-20 04:39:26	restore	download	delete

バックアップ一覧

バックアップ名	バックアップメモ	作成日	リストア	ダウンロード	削除
test	バックアップのテストです	2009-02-20 04:39:26	restore	download	delete

▼実行結果  
リストア終了しました。

(リストアが成功すると「リストアが終了しました。」と表示される。)

### パラメーター管理

このメニューでは EC-CUBE の中で使用されているシステム (PHP・Smarty) の定数 (設定値) を編集する事が出来る。

例えば商品画像の大きさを変更したり、もっと大きなファイルサイズの画像をアップロードしたい場合などパラメータの中の画像周りの数値を設定するとそれらの変更が出来る。

また便利な機能であるがうかつに変更してしまうと、各ファイルの関係が崩れたりしてシステムが動作しなくなる場合もあるので注意する事。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

SMALL_IMAGE_HEIGHT	一覧画像 130
NORMAL_IMAGE_WIDTH	通常画像 260
NORMAL_IMAGE_HEIGHT	通常画像 260
NORMAL_SUBIMAGE_WIDTH	通常サブ画像 200
NORMAL_SUBIMAGE_HEIGHT	通常サブ画像 200
LARGE_SUBIMAGE_WIDTH	拡大サブ画像 500
LARGE_SUBIMAGE_HEIGHT	拡大サブ画像 500
DISP_IMAGE_WIDTH	一覧表示画像 65
DISP_IMAGE_HEIGHT	一覧表示画像 65
OTHER_IMAGE1_WIDTH	その他の画像1 500
OTHER_IMAGE1_HEIGHT	その他の画像1 500
	HTMLメールテンプレートメール担当画像

(一般的に便利だと思われる項目は画像周りの設定値。デフォルトでは縦・横同じサイズなので横長にしたい場合などはこれらの設定を変更すると良い)

- ・ OPTION\_PRODUCT\_DELIV\_FEE      商品ごとの送料設定(有効:1 無効:0)
- ・ DELIV\_FREE\_AMOUNT              送料無料購入回数(0の場合は、何個買っても無料にならない)
- ・ CUSTOMER\_CONFIRM\_MAIL        会員登録時に仮会員確認メールを送信するか
- ・ PURCHASE\_CUSTOMER\_REGIST    購入時強制会員登録
- ・ FORGOT\_MAIL                      パスワード忘れの確認メールを送付するか
- ・ NORMAL\_PRICE\_TITLE            価格名称"通常価格"など
- ・ PRODUCTS\_LIST\_MAX            商品一覧表示数
- ・ LEVEL\_MAX                        カテゴリの最大階層
- ・ POINT\_VALUE                      1ポイント当たりの値段(円)
- ・ BIRTH\_MONTH\_POINT            誕生日月ポイント

等の設定が出来るが、パラメータの中には将来の拡張の為とりあえず実装しているものもある為変更しても機能が反映されないものもあるので、注意が必要。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### マスター管理

こちらにもパラメーター管理と同じくシステムの様々な設定をカスタマイズする項目。

データベースに設定されている各数値を修正・追加することで細かなカスタマイズが出来る。

- ・ mtb\_job 項目を追加すると、アンケート時の職種が増やせる。
- ・ mtb\_delibery\_date 配送期日を追加することができる。
- ・ mtb\_product\_list\_max 最大表示件数の項目を追加することができる。
- ・ mtb\_status 「残りわずか」などの項目を追加・修正できる。
- ・ mtb\_status\_image 「残りわずか」などの画像を追加・修正できる。

等の項目が修正・追加可能

The screenshot shows a web interface for managing master data. At the top, there is a tab labeled 'マスターデータ管理'. Below it, a dropdown menu is set to 'mtb\_job' with a '選択' (Select) button. The main area is titled 'マスターデータ編集' (Master Data Edit). A red warning message is displayed: 'マスターデータの値を設定できます。重複したIDを登録することはできません。空のIDを登録すると、値は削除されます。設定値によってはサイトが機能しなくなる場合もありますので、十分ご注意ください。' (You can set the values of the master data. You cannot register duplicate IDs. If you register an empty ID, the value will be deleted. Depending on the set values, the site may stop functioning, so please be very careful.) Below the warning is a table with 7 rows, each containing an ID field and a value field.

ID	値
1	公務員
2	コンサルタント
3	コンピュータ関連技術職
4	コンピュータ関連以外の技術職
5	金融関係
6	医師
7	弁護士

(デフォルトの mtb\_job は一般的な業種などが設定されているが、店舗のジャンルによればカスタマイズが必要な場合もあるだろう)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### システム管理

この項目は EC-CUBE がインストールされているサーバー周辺の設定情報などが表示される。

システム情報	
EC-CUBE	2.2.0-beta
OS	Linux www66u.kagoya.net 2.6.16-76.39v14 #1 SMP Thu Aug 14 15:23:49 JST 2008 i686
DBサーバ	MySQL 5.0.33
WEBサーバ	Apache/1.3.41 (Unix) PHP/5.2.8 mod_ssl/2.8.31 OpenSSL/0.9.7l
PHP	5.2.8
GD	Loaded

PHP情報	
PHP Version 5.2.8	
System	Linux www66u.kagoya.net 2.6.16-76.39v14 #1 SMP Thu Aug 14 15:23:49 JST 2008 i686
Build Date	Dec 24 2008 21:39:27
Configure Command	'./configure' '--with-apxs=/usr/local/apache/bin/apxs' '--prefix=/usr/local/php5' '--with-config-file-path=/usr/local/php5/etc' '--with-pear=/usr/local/php5/pear' '--

(画面上部にはサーバー周りの情報、画面下部には PHP の詳細情報などが表示され PHP のライブラリ設定情報なども確認できる為便利。またエラーが頻発する場合はこれらの情報が重要な手がかりとなるので EC-CUBE のユーザーコミュニティなどで質問する際にこれらの情報を先に伝えると回答を得やすい場合も。)

管理画面ログイン直後・もしくは画面最上部のメニュー「MAINPAGE」で表示される、「システム設定>システム情報」と同じものである。

システム情報	
EC-CUBEバージョン	2.2.0-beta
PHPバージョン	PHP 5.2.8
DBバージョン	MySQL 5.0.33
詳細	<a href="#">システム設定&gt;システム情報</a>

ショップの状況	
現在の会員数	1名
昨日の売上高	0円
昨日の売上件数	0件

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (9) オーナーストア

EC-CUBE では基本の機能のほかにネット上で配布・販売されている各種の機能を後から追加する事が出来る。

EC-CUBEオーナーストア (<http://store.ec-cube.net/>) ではそれらの機能を販売・簡単にインストールする機能を提供している。

欲しい機能を、手軽に導入！ EC-CUBE オーナーストア。

EC-CUBE™ OWNERS STORE

決済サービス  
販売促進ツール  
デザインテンプレート

ようこそ 服部 憲一様  
ログアウト

MYページ  
カゴの中を見る

新規会員登録はこちら  
Google AdWords, overture 広告  
キャンペーン実施中!!

zaiko robot  
在庫ロボット  
面倒くさい在庫管理の悩みを解消。  
EC-CUBE、楽天店、Yahoo!ショッピング店の在庫管理を  
自動化できます！  
ただ今、お申込みいただくと、  
EC-CUBE店の初期費用が無料！ ¥31,500 → ¥0

決済サービス  
カード決済、コンビニ決済、  
各決済サービス会社連携モジュール、無料配付中!!

NEWS  
RSS  
2009-01-21 「写真撮影・  
画像加工」を専属カメラマ  
ンが行う『撮影代行サー  
ビス』を開始いたしまし  
た。なんと価格は1商品4  
カット1,280円、気軽に利  
用できます。  
2009-01-16 GMO-PGの決  
済モジュール「PGマルチ  
ペイメントサービス」が

撮影代行サービス  
合計1万円以上  
ご利用の方  
サービス登場キャンペーン中！この機会にお試しください。  
公式ガイドブックプレゼント!! 3月末日まで

ここではオーナーストアの登録から機能のインストールまでのステップについて学ぶ。

ログアウト

MYページ  
カゴの中を見る

新規会員登録はこちら  
Google AdWords, overture 広告  
キャンペーン実施中!!

オリジナルデザイン

zaiko robot  
在庫ロボット  
ただ今、EC-CUBE店の初期費用が無料！

決済サービス  
カード決済、コンビニ決済  
各決済サービス会社連携モジュール

撮影代行サービス  
合計1万円以上  
ご利用の方  
サービス登場キャンペーン中！この機会にお試しください。  
公式ガイドブックプレゼント!! 3月末日まで

広告の効果を最大化したいなら 30日間無料お試し実施中

まずオーナーストアのトップ画面左側の「新規会員登録はこちら」のリンクをクリックする。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

会員登録に関する確認画面の後、会員登録（入力）に移動するので必要項目を入力し情報を登録する。

このとき入力したメールアドレスに本人認証用のメールが届くので間違いのないものを入力すること。

欲しい機能を、手軽に導入！ EC-CUBE オーナーズストア。

**EC-CUBE™**  
OWNERS STORE

ご利用について | Q & A | お問い合わせ

ホーム > 会員登録(入力)

### 会員登録(入力)

下記項目にご入力ください。「※」印は入力必須項目です。  
入力後、一番下の「確認ページへ」ボタンをクリックしてください。

導入済みの EC-CUBEバージョン※	<input checked="" type="radio"/> 2.0系(2.0.1正式版以降) <input type="radio"/> 1.0系 <input type="radio"/> 未導入
EC-CUBEサイトURL※ (未導入の方は不要です。)	<input type="text"/>
会社名※	<input type="text"/>
会社名(フリガナ)※	<input type="text"/>

Web 上で一通り登録作業が進むと本人認証のメールが届くのでメールに記述されている認証用の URL をクリックする。

※本メールは自動配信メールです。  
等幅フォント(MSゴシック12ポイント、Osaka-等幅など)で最適にご覧になれます。

※本メールは、  
EC-CUBEオーナーズストア ~EC-CUBEショップオーナーのためのサイトより、会員登録を希望された方にお送りしています。  
もしお心当たりが無い場合は、  
その旨 [support@ec-cube.net](mailto:support@ec-cube.net) までご連絡いただければ幸いです。

■■■■様

EC-CUBEオーナーズストア ~EC-CUBEショップオーナーのためのサイトでございます。

この度は会員登録依頼をいただきまして、有り難うございます。

現在は仮登録の状態です。

本会員登録を完了するには下記URLにアクセスしてください。  
※入力されたお客様の情報はSSL暗号化通信により保護されます。

<https://store.ec-cube.net/regist/index.php?mode=regist&id=■■■■>

上記URLにて本会員登録が完了いたしましたら改めてご登録内容ご確認メールをお送り致します。

( 認証用の URL をクリックすると本登録できる )

## 第3章 ネットショップ開店と運営

本登録完了後は会員用の「認証キー」が発行されるの。

EC-CUBE にこの認証キーを登録すると購入した機能などを簡単にインストールできるようになる。

ショッピングをお楽しみくださいませ。

-----

1 ■ はじめに行う設定

-----

(1) 認証キーの設定  
2.0系でご登録された方は、下記認証キーを  
お使いのEC-CUBE管理画面 > オーナースタ管理 > 認証キー設定  
で登録してください。

\*\*\*\*\*  
[Redacted Key]  
\*\*\*\*\*

1.0系 / 未導入でご登録された方も、オーナースタのマイページにて  
「導入済みのEC-CUBEバージョン」を変更された場合に必要になりますの  
で、大切に保管いただくようお願い申し上げます。

(上記の挿絵では伏せてはいるが、「\*」で囲まれた部分に「認証キー」が記述されている)

次に EC-CUBE の管理画面に移動し、「OWNERS STORE」「認証キー設定」を選択し、先ほど取得した「認証キー」を入力し「この内容で登録する」を選択、登録する。

(上記のテキストエリアにメールに記述されていた「認証キー」をコピーし、貼り付ける。)

登録できたら実際にオーナースタにログインして欲しい機能を購入する。

幾つか無料のものなどもあるので気に入ったものがあれば購入する。(無料のものに関してはいったん購入する形となるが料金は掛からない)

では、再度オーナースタにアクセスし、会員登録時に設定したユーザー名とパスワードを入力し、ログインする。

### 第3章 ネットショップ開店と運営

モジュール設定マニュアル  
ダウンロード  
～管理画面での設定方法です～

メールアドレス  
パスワード

記憶 **ログイン**

[パスワードを忘れた場合](#)

**MYページ**

**カゴの中を見る**

新規会員登録はこちら

現在**仮会員**の状態です。  
ご入力いただいたメールアドレス宛てに、ご連絡が  
い物をお楽しみください。

今後ともご愛顧賜りますようよろしくお願い申し上げ  
株式会社ロックオン  
TEL:-- (受付時間/10:00～18:00(土・日祝日は  
E-mail: [support@ec-cube.net](mailto:support@ec-cube.net)

**トップペ**

ログイン後は任意の機能毎の検索画面に進み、機能を購入する。

欲しい機能を、手軽に導入! EC-CUBE オーナーズストア。

**EC-CUBE™**  
OWNERS STORE

→ ご利用について

12件の商品がございます。

**決済サービス** >

**販売促進ツール** >

**デザインテンプレート** >

モジュール設定マニュアル  
ダウンロード  
～管理画面での設定方法です～

ようこそ

**EC-CUBE**  
公式ガイドブック

**EC-CUBE公式ガイドブック5冊セット**

4冊分の価格で5冊買えます!  
「EC-CUBE公式ガイドブック5冊セット」


まとめ買い特典で送料無料です。

価格: **10,000円(税込)**  
公開日: 2009/02/10 更新日: 2009/02/10

各機能のタイトルをクリックすると詳細画面が出るので「ダウンロード」のリンクをクリックし機能をダウンロードする。



## 第3章 ネットショップ開店と運営



### EC-CUBE Recommend Engine


> 公開日: 2011/05/29 更新日: 2011/05/29 対応バージョン: EC-CUBE2系(2.0以降)

ユーザーの閲覧履歴を解析し、Amazon.co.jp のような「おすすめ商品表示」を各商品ページに自動的に実行する機能です。導入は「Webページのソースコードにスクリプトを追加するだけ」と、とてもカンタンで、且つ低価格であなたのサイトに追加することができるサービスです。

**現在、EC-CUBEレコメンドエンジンキャンペーン中!!**  
1ヶ月間無料でお試しいただけます。

価格: **ダウンロード無料**

**ダウンロード**



(上記の機能は、ツール自体は無料だが別途データを解析してページに反映する為のサービス料金が掛かるので注意。その他、機能を選択する場合も注意書きなどを確認してダウンロードまたは購入すること。)

「ダウンロード」をクリックすると「カゴの中を見る」画面に移動するので、いらぬ商品などがあれば商品名左の「削除」を選択。問題なければ「購入手続きへ」を選択する。

お買い上げ商品の合計金額は「0円」です。

削除	商品写真	商品名	単価	個数	小計
<b>削除</b>		EC-CUBE Recommend Engine	0円	1	0円
				小計	0円
				合計	0円

上記内容でよろしければ、「購入手続きへ」ボタンをクリックしてください。

**戻る** **購入手続きへ**

次に規約画面に進むが通常「同意する」にチェックを入れ「次へ」で移動

## 第3章 ネットショップ開店と運営

ホーム > 約款

---

### 約款

約款への同意

下記の約款を読んで同意いただける場合は「同意する」にチェックを入れ、「次へ」ボタンを押して下さい。

同意文(約款)

「EC-CUBE RECOMMEND ENGINE」利用規約

加入契約者（以下「乙」という）は、株式会社ロックオン（以下「甲」という）がWEBサーバを通じて乙に提供するアプリケーションサービス「EC-CUBE RECOMMEND ENGINE」（以下「本サービス」という）を利用するにあたり、本利用規約に定める内容を理解したうえで、申込書に署名捺印のうえ提出するものとします。

第1条 （総則）

同意する

[戻る](#) [次へ](#)

有料の機能を購入した際はその支払方法を、無料の場合は「無料」にチェックを入れ「次へ」に進む。

お支払い方法の選択

お支払方法をご選択ください。

無料

その他お問い合わせ

その他お問い合わせ事項がございましたら、こちらにご入力ください。

[戻る](#) [次へ](#)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

「商品注文（ご注文確認）」で表示される項目に誤りがなければ、「ご注文完了ページへ」のリンクをクリックする。

**商品注文(ご注文確認)**

お支払い方法の指定    **ご注文確認**    決済情報のご入力    ご注文完了

下記の内容をご確認後、よろしければ一番下の「ご注文完了ページへ」ボタンをクリックしてください。

商品写真	商品名	単価	個数	小計
	EC-CUBE Recommend Engine	0円	1	0円

その他お問い合わせ

[戻る](#)    [ご注文完了ページへ](#)

（「商品注文（ご注文確認）」画面最下部の「ご注文完了ページへ」をクリックする）

次に EC-CUBE の管理画面に移動し、「OWNERS STORE」 「購入商品一覧」で購入商品を確認する。

オーナーズストア管理    購入商品一覧

**購入商品一覧**

認証キー設定

ログ管理

購入商品一覧

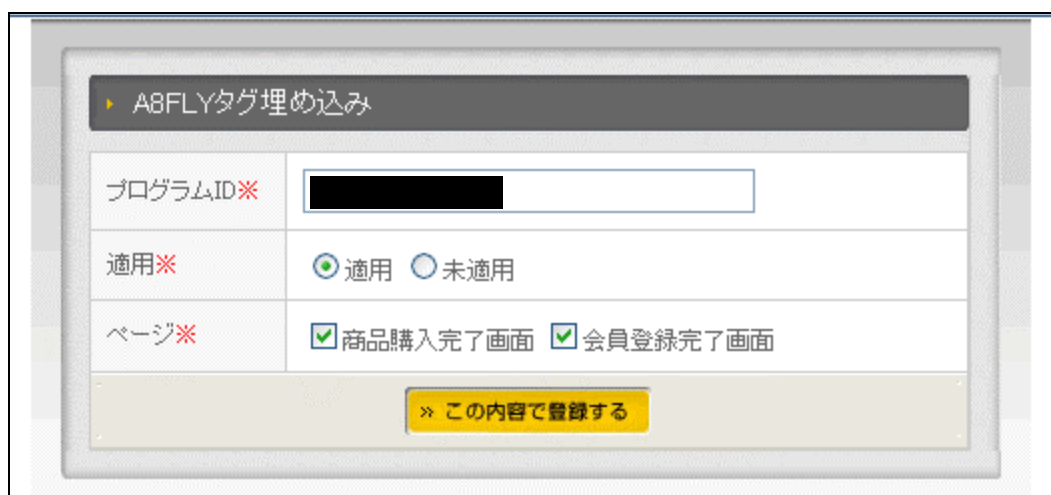
[購入商品一覧を取得する](#)

「購入商品一覧」では今まで購入した機能などが一覧表示されている。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



機能によっては新しいバージョンを簡単にインストールできる「ダウンロード」のリンクや、「設定」をクリックして別画面で機能の設定する場合もある。



この様に、他のシステムではシステムのソースを変更するなど初心者には技術的に難しい機能の追加に関しても比較的簡単に設定できる。

オーナーズストア以外でも様々な追加機能を公開しているサイトもあるので調べてみるといいだろう。

但し、その場合はオーナーズストアのような管理画面からインストールを行うのではなく、FTPなどで機能追加様のファイルをアップしシステム側のソースを若干変更するなどの作業が伴う為少しハードルが高くなる。

### 3.4. 静的 HTML ページでの開店

前項までは EC-CUBE を使用しての開店・運営の方法について学んできた。

ただその際には、データベースの知識やサーバー側でのパーミッションの設定など初心者にはハードルの高い面もあるので、もう少し難易度を落としたネットショップの開店方法について学んでいくこととする。

#### (1) Web オーサリングツール

ホームページを作成する上でホームページを記述する為のマークアップ言語「HTML」の知識は欠かせないものだが、初心者にとって HTML タグをテキストエディタなどを使用して全てを手入力するには難しい面もある為、もっと簡単にホームページを作成できるようにホームページを作成する「Web オーサリングツール」を使ってみる。

「Webオーサリングツール」の有名なものとしては「ホームページビルダー」(<http://www-06.ibm.com/jp/software/internet/hpb/>)「DreamWeaver」(<http://www.adobe.com/jp/products/dreamweaver/>)などが有名だが、有償である為それらを購入する予算がない場合は無料のツールを利用する事も出来る。

ここでは、シンプルなメニュー表示で視覚的にホームページが作成できる無料で使える Web オーサリングツールの「alphaEDIT」と、レンタルの申し込みフォームを使って簡単な商品販売ページを作成してみる。

尚、「alphaEDIT」は WYSIWYG 編集(ワードプロセッサソフトのように HTML を意識せず視覚的に Web ページが編集できるモード)の際に Microsoft の機能を使用している為、それらがインストールされていない場合は他の無料で使えるツールを使うか、後述する FC2 での管理画面がからページを作成する方法や、HTML 基礎などを項を参考しテキストエディタなどを使いながら HTML を直接記述するか、有償の「Web オーサリングツール」を使用することになる。

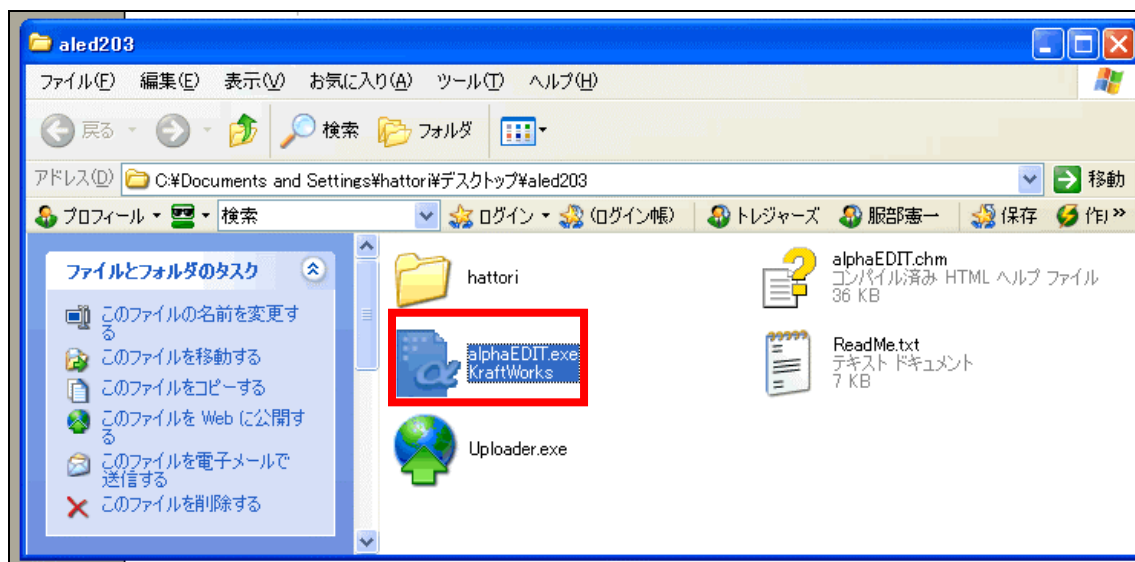
では、それら環境に問題ない場合は「alphaEDIT」を<http://www.pololon.com/koby/> からダウンロードする。

### 第3章 ネットショップ開店と運営



その際画面左のリンクでソフトウェア項目の「alphaEDIT」を選択し、画面中央の「ダウンロード」を選択。

保存したファイルを解凍（lzh形式の解凍ツールが必要。Lhaplusなどが有名 <http://www7a.biglobe.ne.jp/~schezo/>）すると「aled203」などのフォルダを作成するのでその中にある「alphaEDIT.exe」をクリックしalphaEDITを起動する。



その際に、Microsoft Office 製品のセットアップ画面が起動する可能性があるが、CD ドライブに Microsoft Office 製品のインストール CD を挿入すると設定が行われ、次回起動時から正常に使用する事が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

もしそれらインストールCDが手元にない場合であればalphaEDITの作者ページ <http://www.pololon.com/koby/faqs.php> より該当のエラーについての解消方法を参考にマシンの設定を変更する。(以下該当のエラーについての解消方法)

「Office ツール」の「HTML 編集」が「初めて実行するときにインストール」になっているとこの症状が起こる。

インストーラが起動しないようにするには、コントロールパネルのプログラム(アプリケーション)の追加と削除にて Microsoft Office の設定変更を行う。

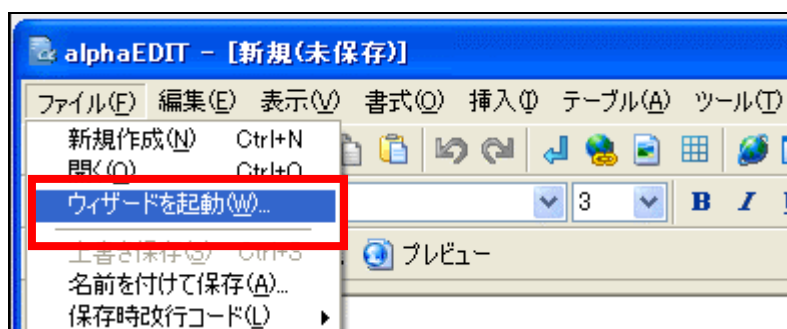
Office のメンテナンスモード画面にて「機能の追加/削除」から「Office ツール」の「HTML 編集」を「マイコンピュータから実行」かもしくは「インストールしない」に変更する。

もし解消しない場合は別のツールを使用するか、後述する別の方法(Fc2 の管理ページからホームページを作成する方法など)を試みること。

AlphaEDIT が起動すると、下記の画面のようにメニュー部分と有力部分のみのシンプルなエディタが表示される。

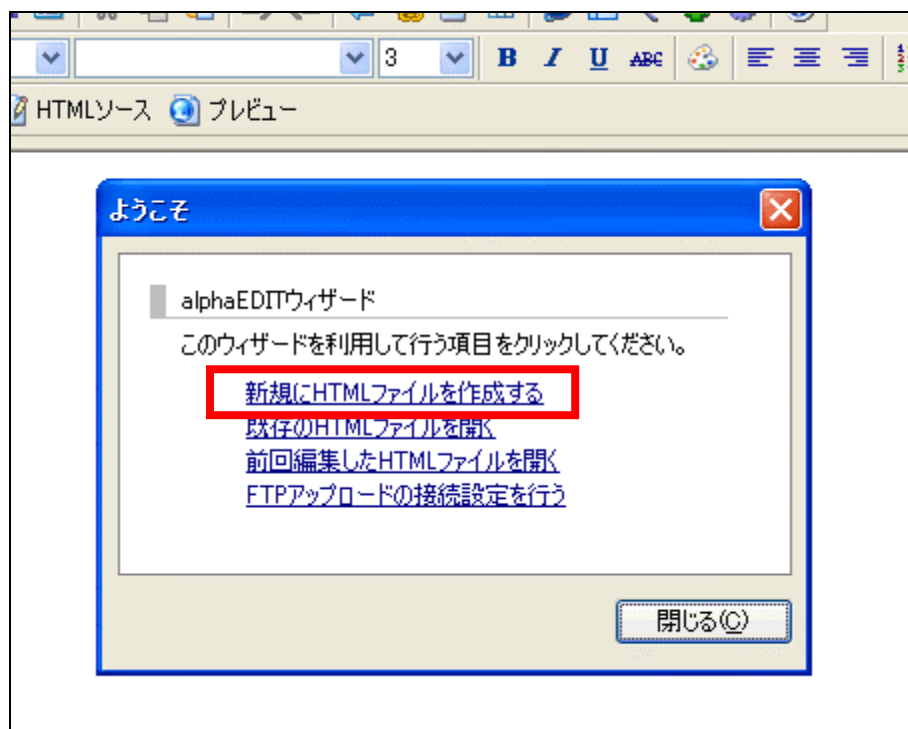
初心者用に各種ウィザード(質問)形式で設定が出来るので大変わかりやすい。

まずは「ファイル」メニューより「ウィザード起動」を選択する。



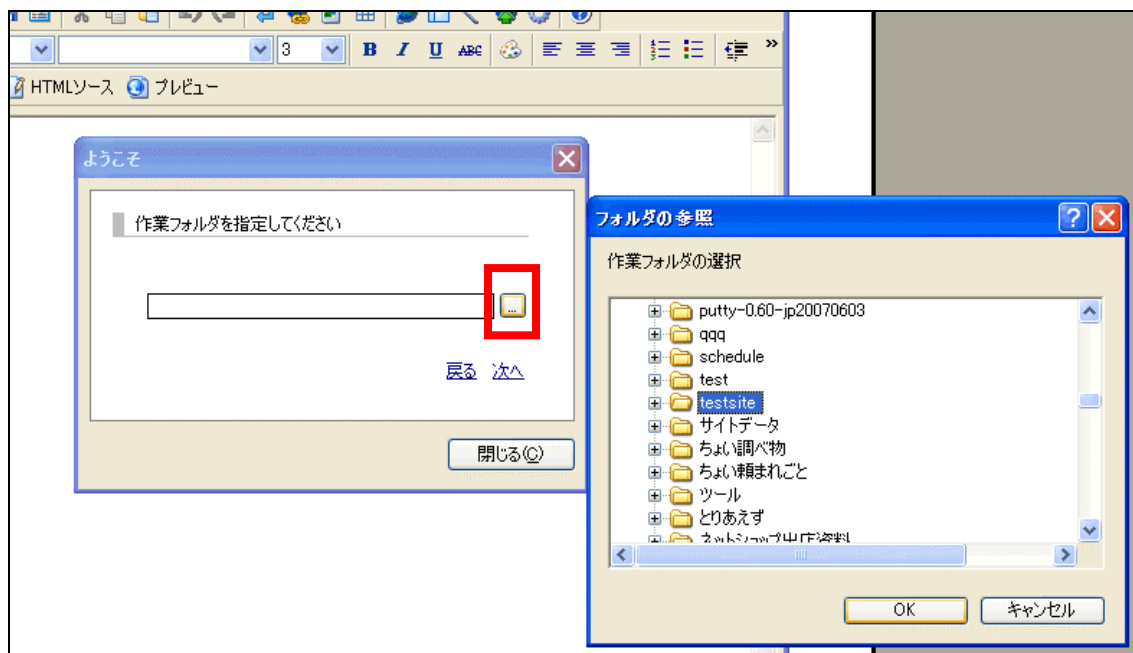
はじめてホームページを作成する場合はこの「AlphaEDIT ウィザード」画面で「新規にHTML ファイルを作成する」を選択する。

### 第3章 ネットショップ開店と運営



次にホームページのデータを保存する為の作業フォルダを選択する。

フォルダを選択する為にはウィザード画面の「...」のボタンをクリックすると作業フォルダの参照画面が立ち上がるので、任意のフォルダを選択する。

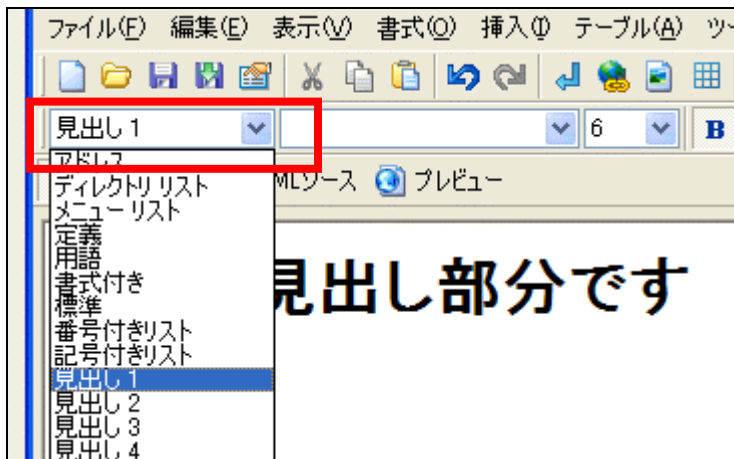




## 第3章 ネットショップ開店と運営

あとはワードプロセッサソフトで文章を作成するように編集するだけである。

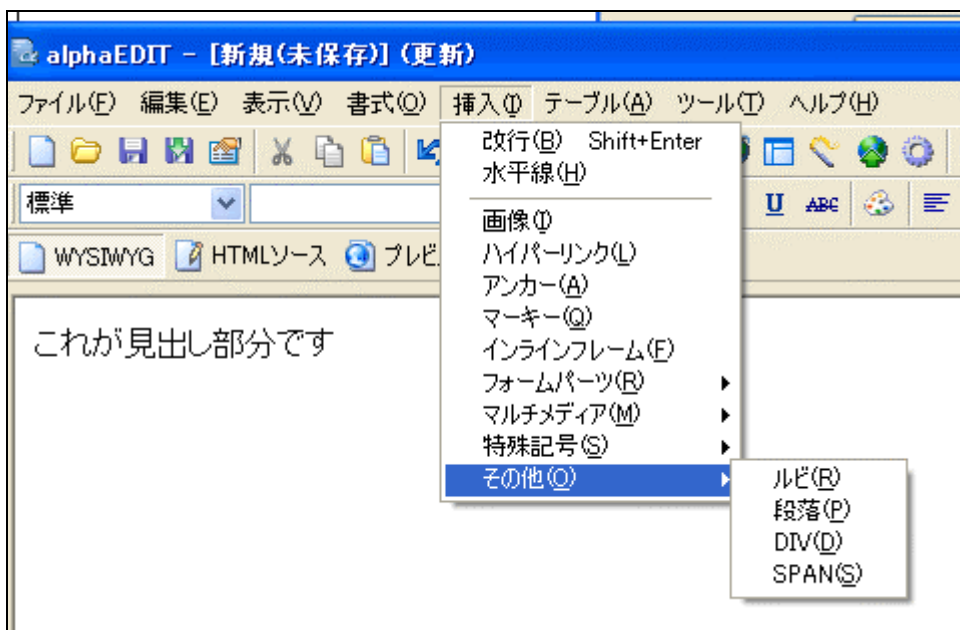
例えば、見出しの部分を作成するには先に任意のテキストを入力し、「書式の変更」メニューバーより「見出し1」を選択する。



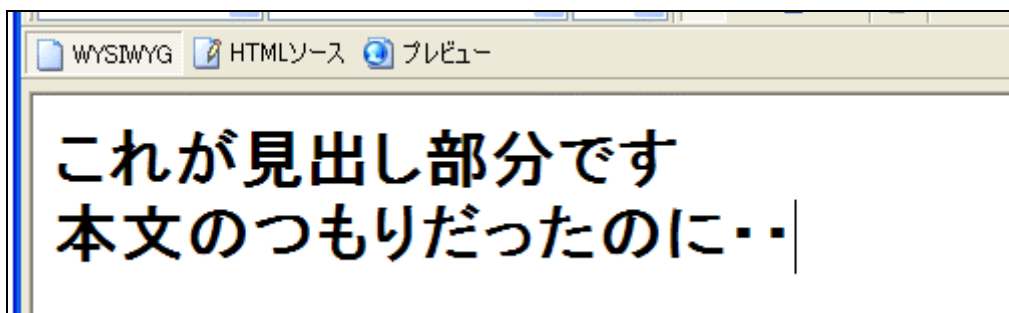
見出しが適用された段落は普段よりも大きく太いフォントとなる。

次にその下に通常のテキストを記述する。

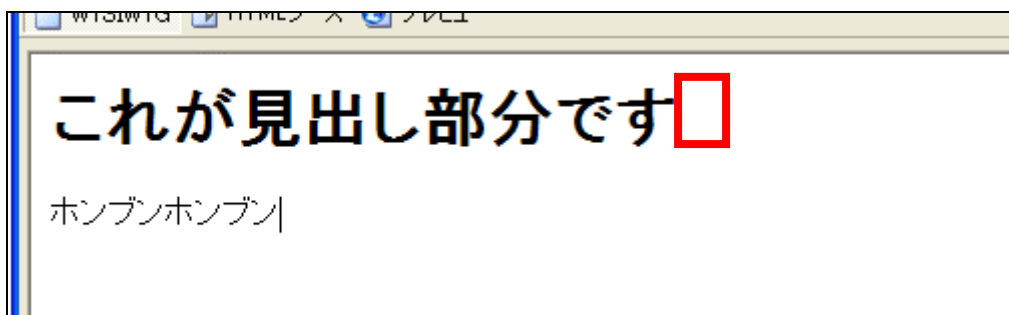
改行は「Enter」キー入るが見出しなどを適用した行の後で改行をしても次の行も見出しとみなされてしまうので一度段落を挿入する。



### 第3章 ネットショップ開店と運営

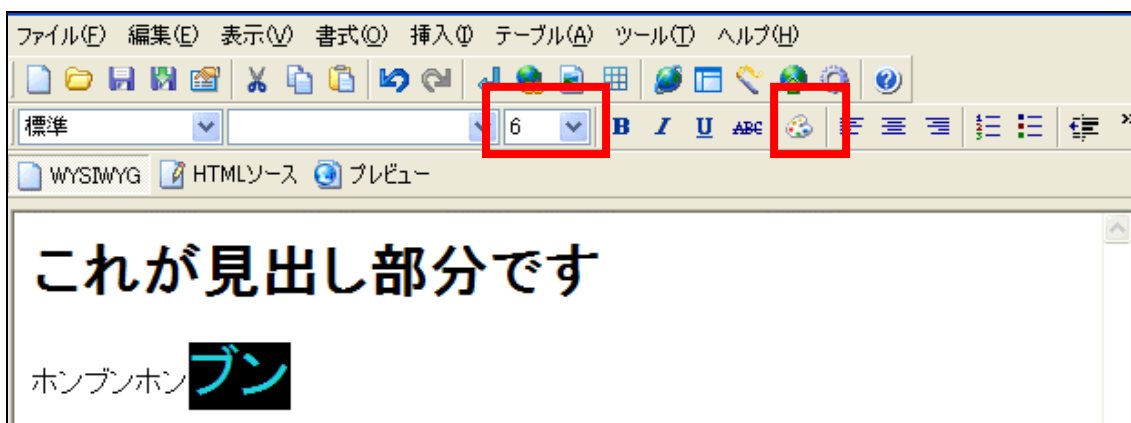


(単に Enter だと改行されただけで見出しが続いていることになり、その後の行も見出しが適用されてしまう)

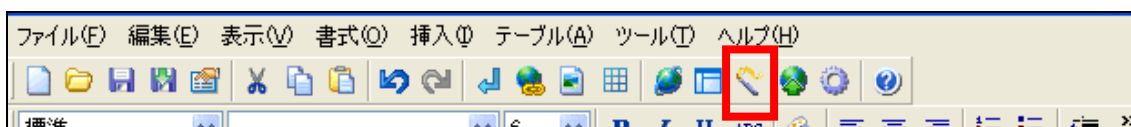


(見出し行の直後(上記囲んだ箇所)で「挿入」「その他」「段落」を選択し段落(Pタグ)を挿入する。改行されるが、別々の段落になるので違う書式が適用できる)

またある特定の文字の色や大きさを変更する場合はツールバーのフォントの大きさを変更したり、文字色パレットで変更する事が出来る。

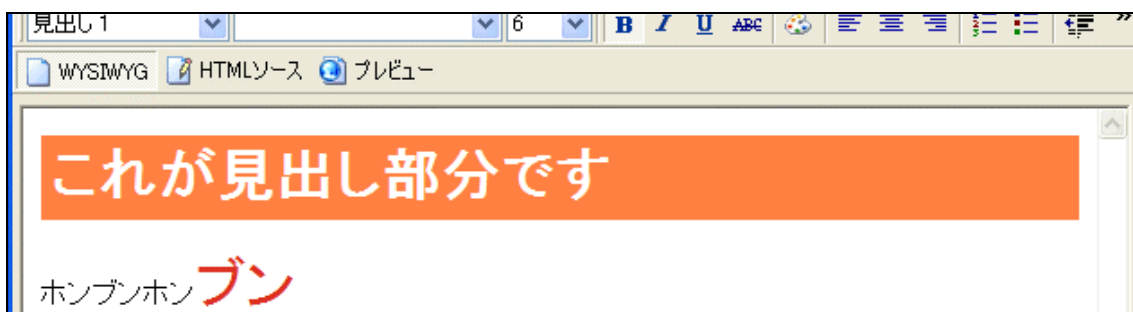
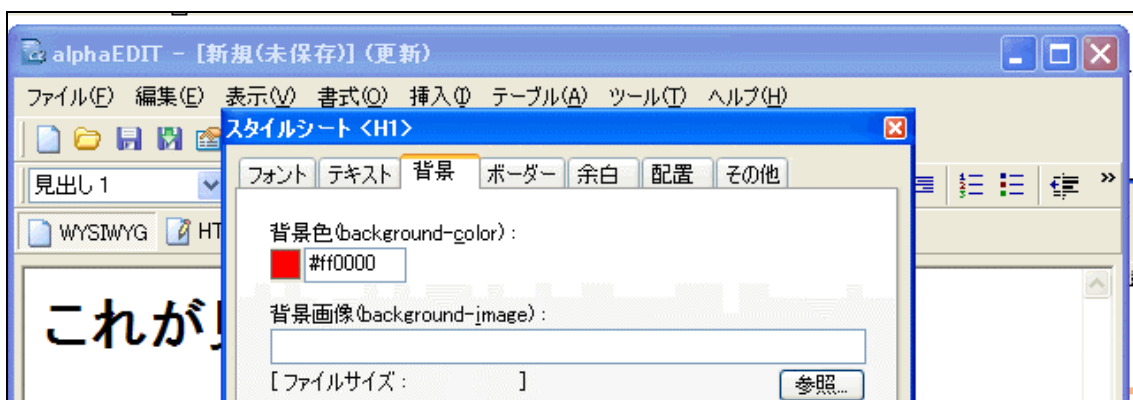


また、CSS を使用してのスタイル変更はツールバーの「スタイルシート」の項目で各種設定できる。



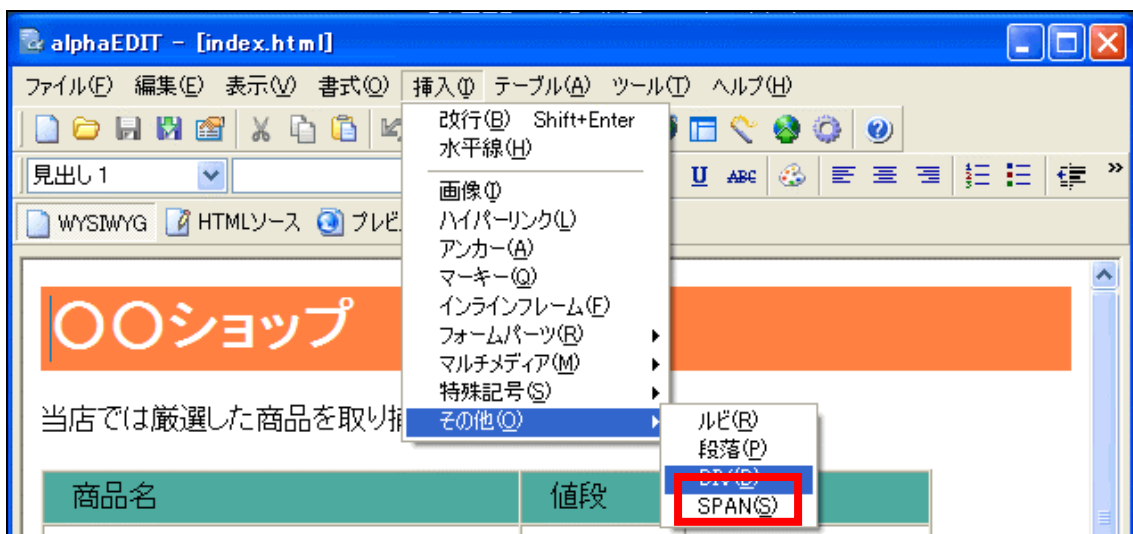
### 第3章 ネットショップ開店と運営

任意の要素を選択し、ツールバーの「スタイルシート」の項目で（ここでは h1 要素を選択した例）背景や余白などの設定が可能である。



（見出しのフォントの色や背景を変える事が出来た）

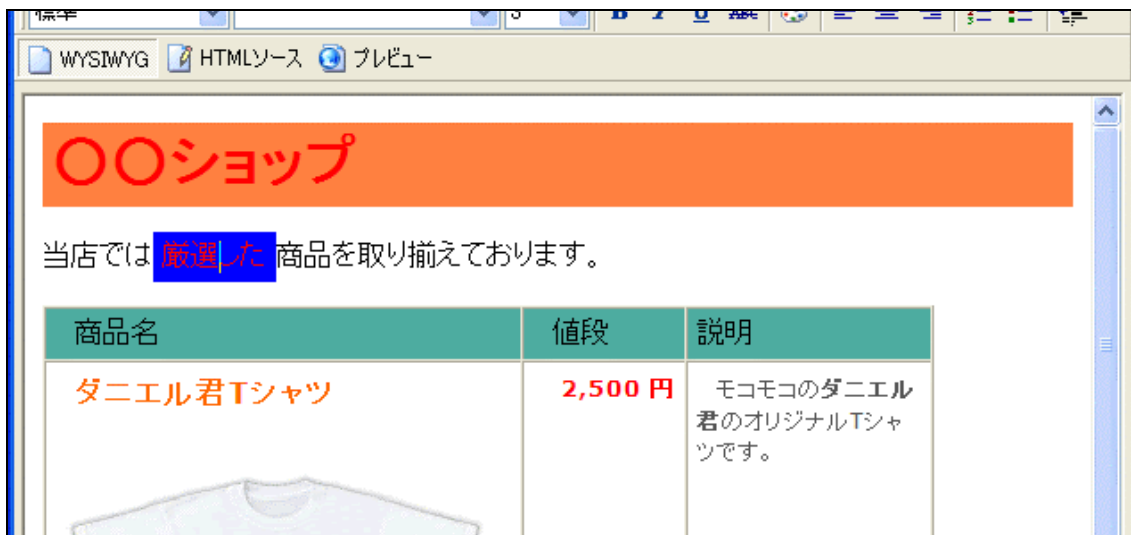
ツールバーの「スタイルシート」の項目では、これ以外にもスタイルシートで定義できる様々なプロパティが設定可能で、「挿入」メニューの「DIV」（ブロック要素。四角く囲むように範囲を指定する事が可能）や「SPAN」（インライン要素。行内（横方向）で範囲指定する事が可能）を挿入し、それぞれの要素に対してスタイルを設定する事も可能である。



### 第3章 ネットショップ開店と運営

<span> や <div> 要素を挿入できたらその箇所にカーソルを置いて「スタイルシート」で設定を行う。

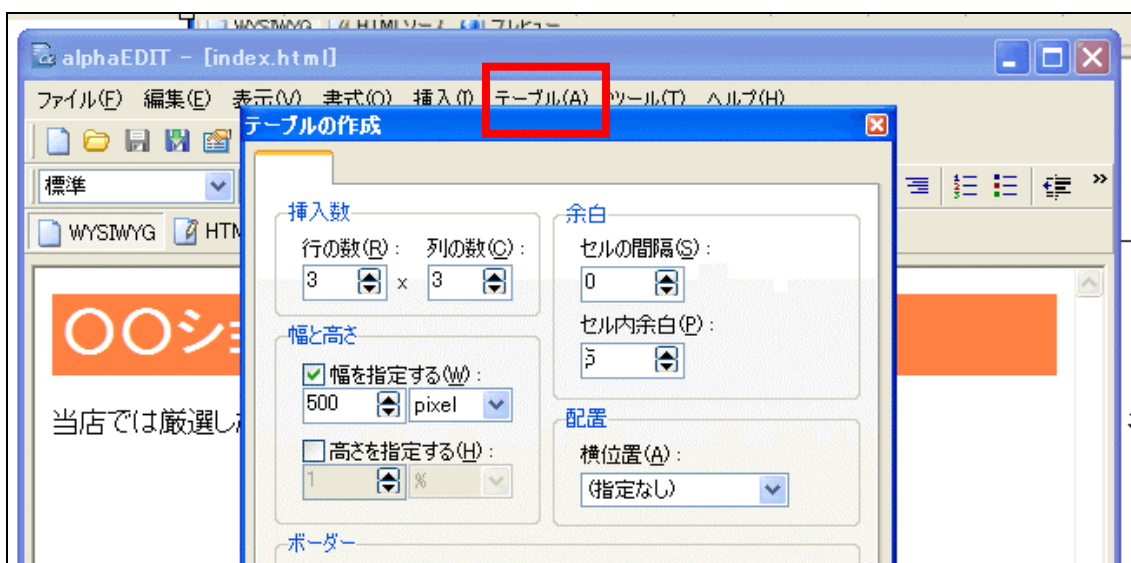
下記は「厳選した」と言う箇所をドラッグして選択して<span>を挿入し、挿入した箇所にカーソルを置いてスタイル設定をした例。



書式「見出し1」を設定したように<span>を挿入した箇所にスタイルが設定されているのが分かる。

次に表の作成について学習してみる。

商品情報などを表示するために表 (Table タグ) を使うと便利であるが、こちらも「表」メニューもしくは「表」ツールバーから簡単に作成する事が出来る。



(テーブルの列や行数を指定し、余白や幅の設定を行うと簡単に表が作成できる)

## 第3章 ネットショップ開店と運営

作成した表のセル（マス目のこと）を選択し、右クリックしてコンテキストメニューを開くと、セルに対してのメニューなども表示される。



このメニューではセルの背景などの設定が出来る為便利である。



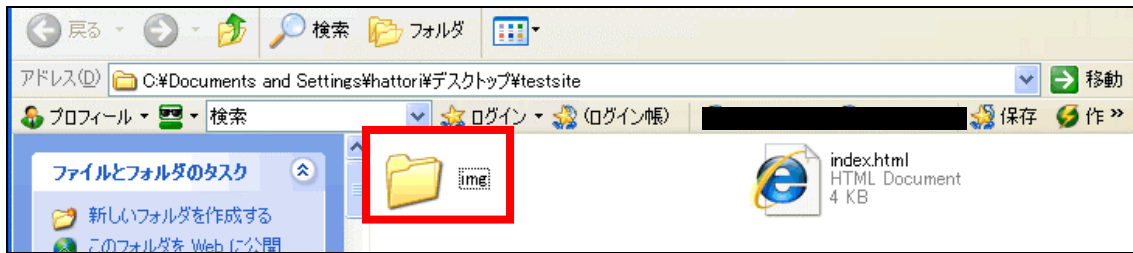
次に画像の挿入を行う

その前に事前準備として、ページに挿入する画像は画像編集ソフト（PhotoShop や後述する GIMP など）予め補正やサイズ修正を行い「AlphaEDIT ウィザード」で指定した作業フォルダの中に移動しておく。

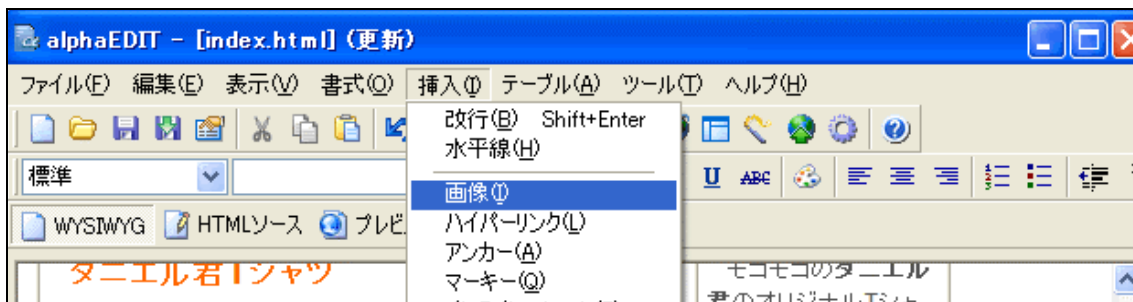
この時に画像ファイルの名前は半角英数とし大文字小文字を混ぜたり、特殊な記号（？や\*や+や-など）を混ぜたりしてはならない。

通常は作業フォルダの中に「img」や「image」などの画像ファイルをまとめる為のフォルダを作成しその中に画像を移動しておく。

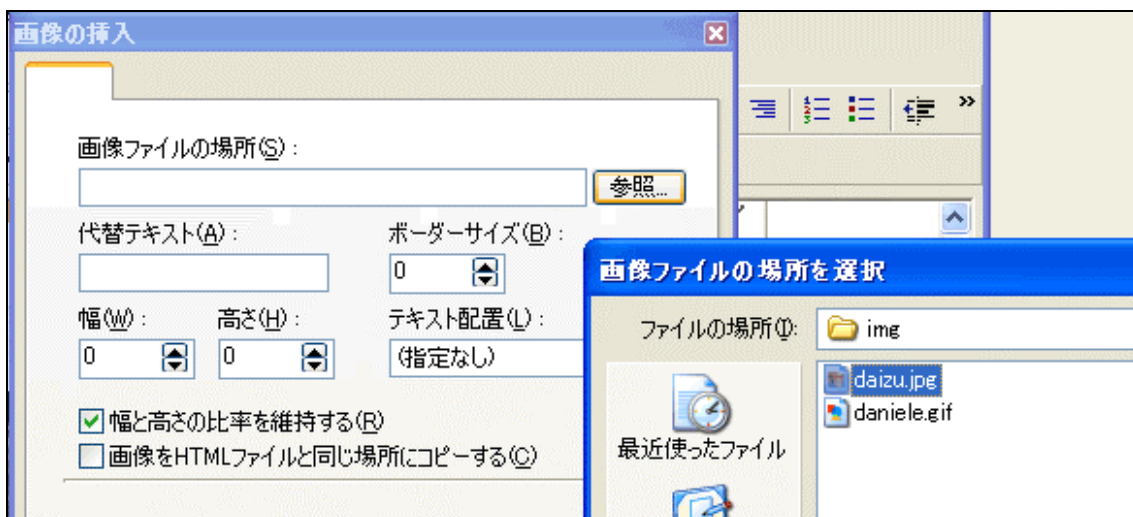
### 第3章 ネットショップ開店と運営



画像の準備が終わったら AlphaEDIT に戻り、メニューの「挿入」「画像」を選択で画像の挿入ダイアログを開く。



画像の挿入ダイアログでは画像ファイルを選択する「参照」ボタンがあるのでクリックすると挿入する画像を選択できる。選択後は画像の幅や高さなどの数値が表示されるので任意で修正する。



(メニューの「挿入」「画像」を選択で画像挿入のダイアログを開くと、挿入する画像を選択できる)

### 第3章 ネットショップ開店と運営

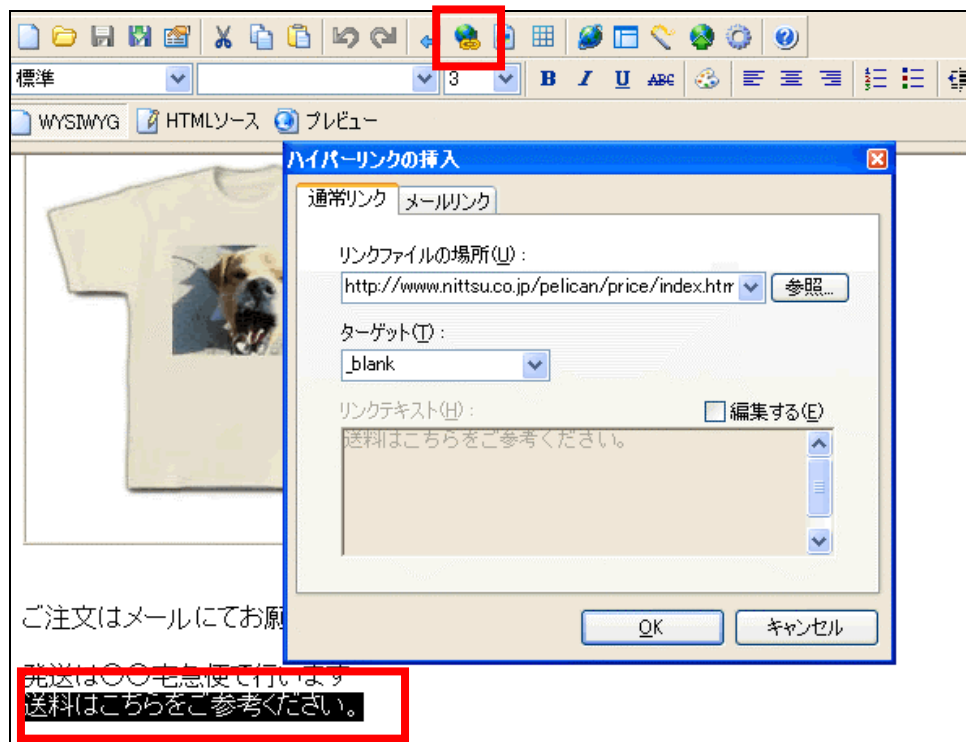
商品名	値段	説明
ダニエル君Tシャツ	2,500 円	モコモコのダニエル君のオリジナルTシャツです。

(画像が挿入できた)

最後にリンクの設定方法について学習する。

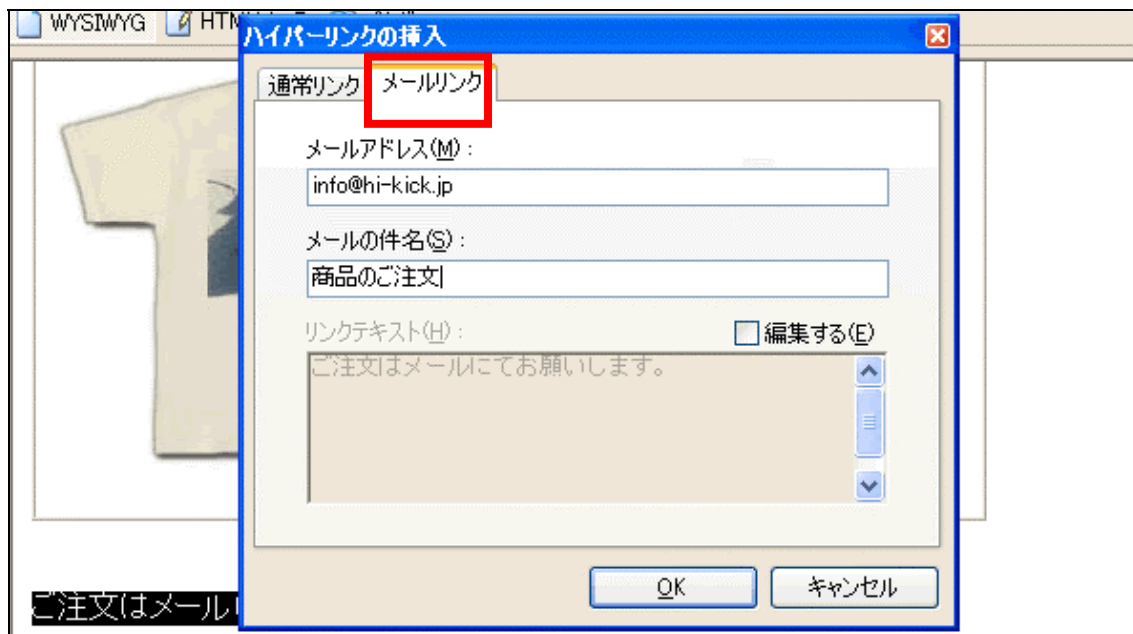
ホームページ上では別のページや別の画像ファイルなどに移動できるようにリンク要素を設定できる。

まず始めに対象となる要素(画像やテキスト、テキストの場合はドラッグして範囲選択する)を選択した状態でツールバーの「ハイパーリンク」を選択する。



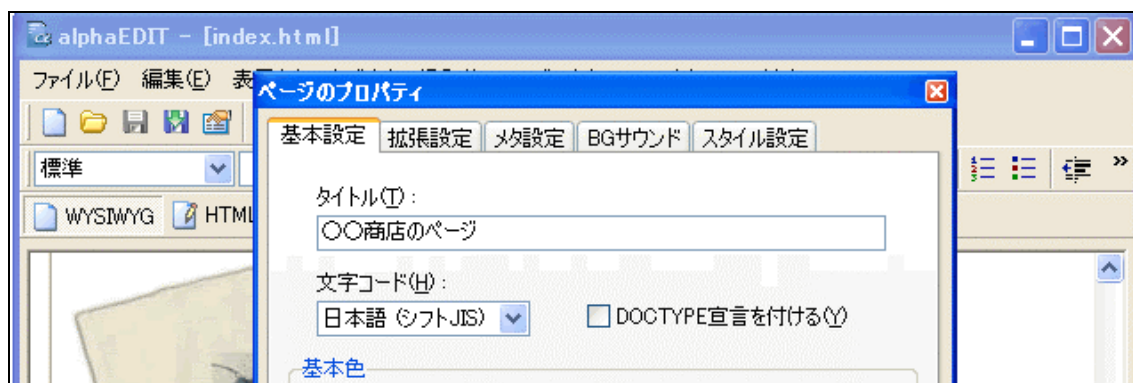
### 第3章 ネットショップ開店と運営

その際「リンクファイルの場所」項目で「参照」ボタンをクリックして作業フォルダ内の別ファイルを選択しても良いし、「<http://>」から続く絶対リンクを指定しても良い。ターゲットは何も指定しなければ、リンクを貼っているページ自体が切り替わり、リンク先のページを表示するが、「\_blank」を指定していれば別にウィンドウを開いてリンク先を表示する事が出来る。



(先ほどと同じように「ハイパーリンク」を設定し「メールリンク」タブに切り替えると、メール送信先のアドレスやメールの件名が設定できる)

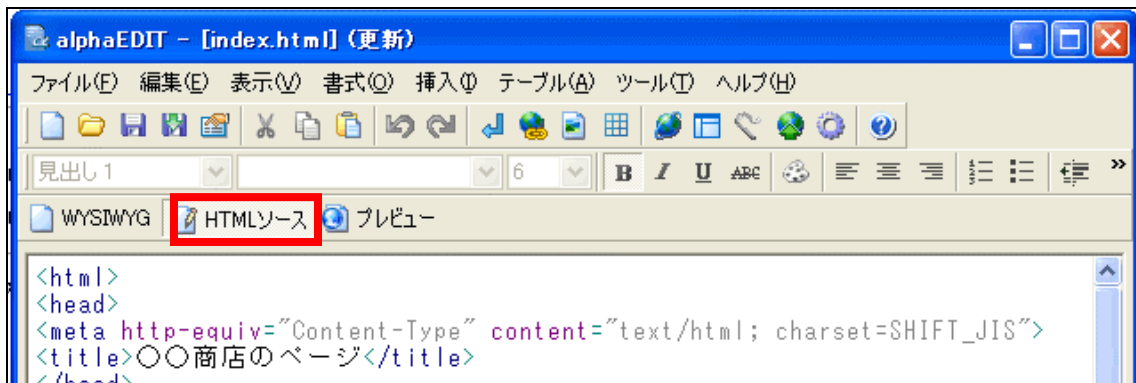
またその他の設定としてメニューの「ファイル」「ページのプロパティ」を選択するとページのタイトルや背景、全体的なテキストの色などの設定も出来る。



その他、編集に慣れてくれば編集モードを「HTML ソース」に切り替えてソースコードを表示し、直接 HTML を編集することも出来る。



## 第3章 ネットショップ開店と運営






## 第3章 ネットショップ開店と運営

またサーバーの設定次第では、この「index」のファイルがない場合、ファイルの一覧が表示されてしまう場合があり、テスト用のページやメモ書きなどをアップロードしていた場合など

<http://hi-kick.jp/shopnotest/>

とディレクトリ名を指定した URL で参照した場合、ディレクトリに格納されているファイルが全て一覧表示されてしまう。



<a href="#">Name</a>	<a href="#">Last modified</a>	<a href="#">Size</a>	<a href="#">Description</a>
 <a href="#">Parent Directory</a>	22-Feb-2009 15:01	-	
 <a href="#">秘密のメモ.txt</a>	22-Feb-2009 15:04	1k	

Apache/1.3.41 Server at hi-kick.jp Port 80

( index ページがない場合はサーバーの設定次第ではディレクトリの中身を覗くことも可能。ファイル名が分からなくてもクリックすれば閲覧したり、ダウンロードする事が可能。)

まず原則として漏洩してはならない情報をサーバー上にアップロードすること自体問題があるが、このような設定があることも覚えておくこと。

また本テキストの別の章でも述べたと思うが、メールリンクを設定してもそこからメールを送信するにはメーラー(メールを送受信する為のソフト Windows であれば「OutLook」など)の設定がなされた各自のマシンからで、ネットカフェやその他出先で借りたパソコンでは他人のメーラーの設定であったり、メーラー自体インストールされていなかったりとメールを直接送る事が出来ない場合も多い。

その為には、以降に述べるメールフォームを借りてレンタルフォームをページに挿入する必要がある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (2) メールフォームの挿入

では、メールリンクに変わってより多くの環境でも注文を受ける事が出来る様、「メールフォーム」を用意する。

メールフォームはサーバー上のプログラムからメールを起こる事が出来るもので HTML のフォーム要素の「action」属性でメールを送信する為のプログラムの URL を指定すると、フォームに入力された内容をプログラムがメールとして送信する事が出来る。

通常は「フォーム CGI」などの名称で無料のプログラムとして配布されていたり、多機能なものは有償で契約するものもある。

今回は一番設定が楽なレンタルフォームをレンタルし、先の「AlphaEDIT」を使用してページに挿入する方法を学習してみる。

ここではサーバーのアップロードの際にホームページの領域もレンタルする必要がある為、それらのサービスを一括して利用できる「FC2」での方法を例に作業を行う。

「FC2」はレンタルフォームのほかにもホームページ領域、ブログ、アクセス解析など様々な無料レンタルサービスを展開しており、一回ユーザー登録すればそれらのサービスを簡単に追加し、利用する事が出来る。

「FC2」に登録するには<http://fc2.com/> をブラウザで開き、画面左の「新規登録」をクリックして登録を行う。



次に登録用のメールアドレスと認証用のパスワードを入力する。

認証用のパスワードは画像にひらがなやカタカナで書かれている数字を通常の「0」から「9」までの数字に打ち変えて行う。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

ご登録される前に利用規約をお読みになり、同意の上、ご利用ください

### メールアドレスの入力

仮登録のメールを送信します。受信可能なメールアドレスを入力してください。  
メールに書いてあるURLをクリックすると本登録の画面に進みます。

あなたのメールアドレス

### 画像認証

不正な自動登録を防ぐため、画像認証を行います。  
下の画像にひらがなとカタカナで数字が書いてあります。それを6桁の半角数字で入力してください。  
(文字が読みにくい時は、こちらをクリックすると画像が変わります。)

いち ぼん さん ニ ヨン キュウ

数字の入力

次へ

「次へ」ボタンを押してメールアドレスを登録できたら認証用のメールが届くので、認証用のURLをクリックして登録を行う。

【**XXXXXXXXXX**】様

-----  
このメールにお心当たりがない場合は、そのまま削除してください。  
-----

この度は、FC2IDにお申し込みいただき、誠にありがとうございます。  
仮登録が完了しましたので以下のURLから本登録してください。

<https://secure.id.fc2.com/signup.php?mode=XXXXXXXXXX>

クリックすると、電子メールの検証ページが開きます。ページが開かない場合は、上記のURLをコピーし、ウェブブラウザのアドレス欄に貼り付けて Enter キーを押してください。

-----  
FC2,inc. <http://fc2.com>

( 認証用に届いたメール中央の URL をクリックして登録作業を続ける )

### プロフィールの入力

メールアドレス	<input type="text"/>
ニックネーム	<input type="text"/>
パスワード(6~16文字の英数字)	<input type="password"/>
パスワード(確認)	<input type="password"/>
性別	男性 <input type="button" value="v"/>

登録

これらの作業が終われば <http://fc2.com/login.php> で入力したメールアドレスとパスワードでログインを行う。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



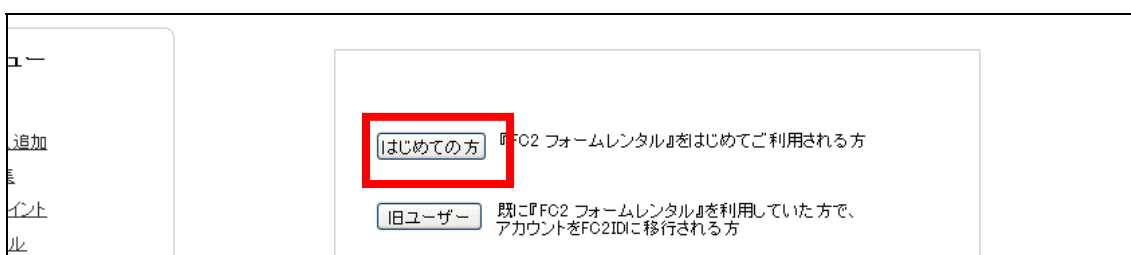
ログイン後に表示される画面左側の「サービス追加」をクリックすると様々なサービスを追加することができる。

今回は「無料サービス」中の「レンタルフォーム」をクリックしてサービスを追加する。



(「サービス追加」で各サービス名をクリックすると、各サービスの紹介と「このサービスを追加」ボタンの画面が表示されるので、ボタンをクリックしてサービスを追加する。)

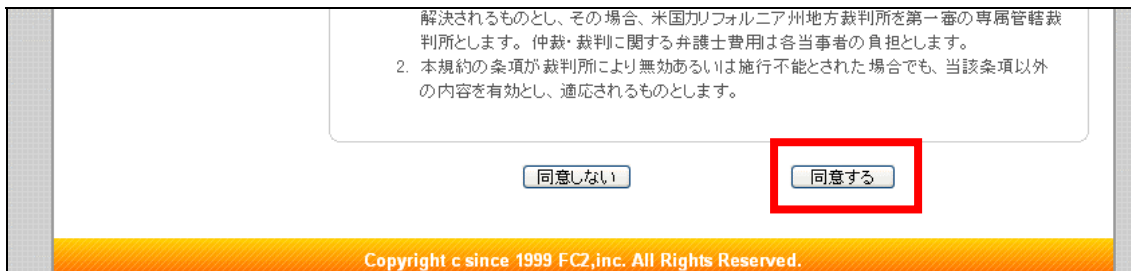
その後今までのレンタルフォームサービスの使用暦を問われるので「はじめての方」を選択する。



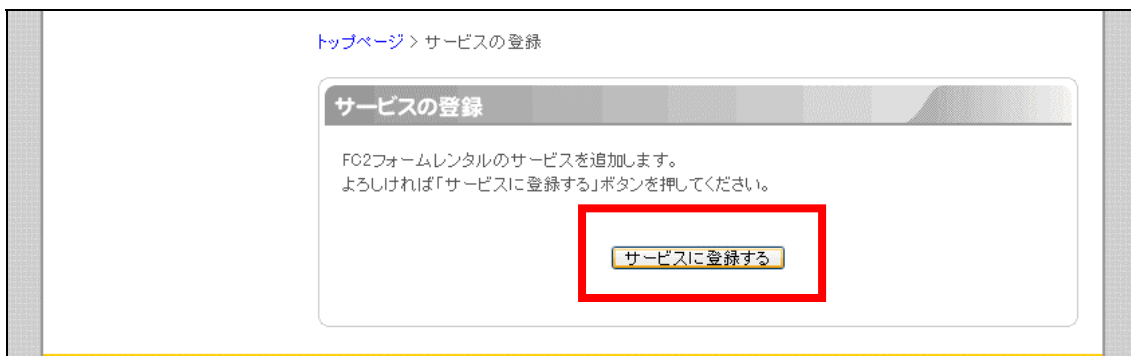
### 第3章 ネットショップ開店と運営

その後、会員規約の同意画面 本登録画面に進むので、会員規約の同意画面では「同意する」を選択し、本登録画面では「サービスに登録する」を選択する。

サービス追加後は画面に表示される「FC2IDへ」のリンクが <http://id.fc2.com/> からレンタルフォームの管理画面にアクセスする。



(会員規約の同意画面では「同意する」を選択)

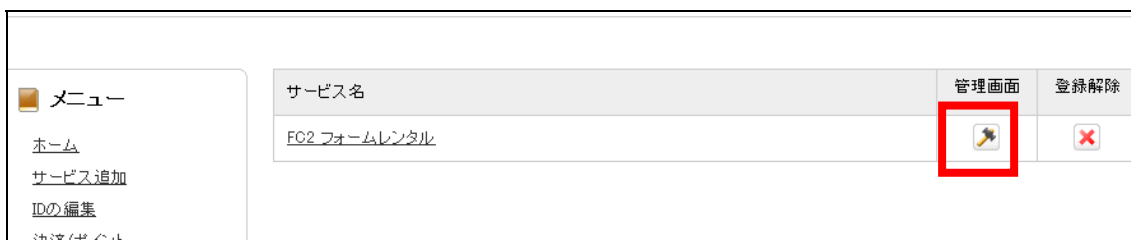


(本登録画面では「サービスに登録する」を選択)

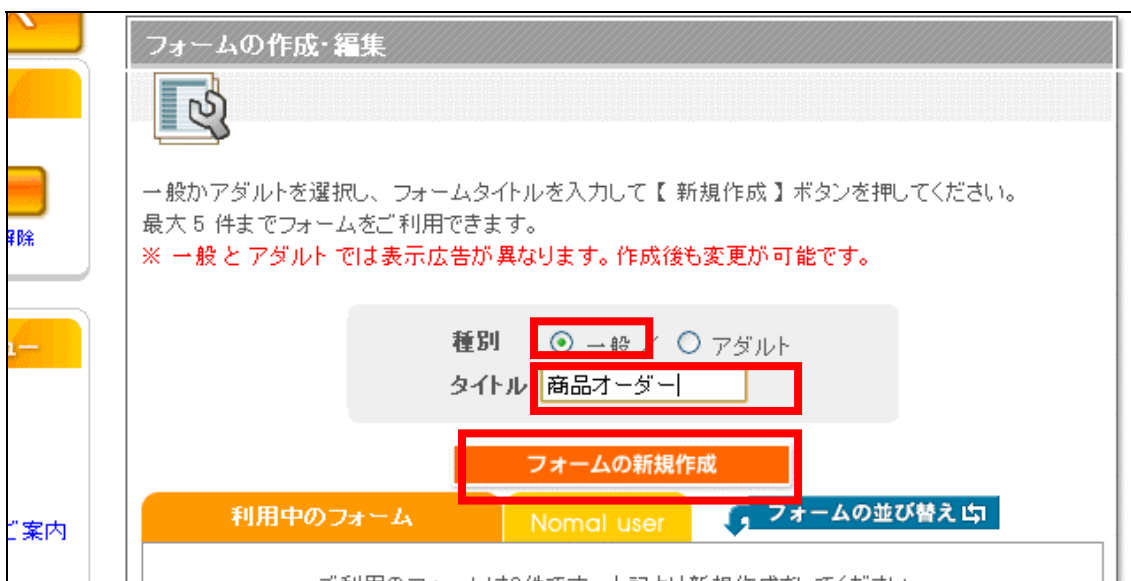


「FC2ID」<http://id.fc2.com/> では、今まで追加した Fc2 のサービスの管理パネルが表示されているので、「FC2 フォームレンタル」の「管理画面」アイコンをクリックする。

### 第3章 ネットショップ開店と運営



フォームの管理画面では「種別」と「タイトル」を選択・記述する。  
それらが設定できたらその下にある「フォームの新規作成」を選択する。



「フォームの新規作成」を選択すると、同画面下部に作成されたフォームが表示される。  
作成したフォーム画面の URL が表示されるのでクリックすると現段階のフォームが表示される。

また、同画面には「編集」アイコンがあるのでクリックしてフォームを編集する。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

フォームの編集画面ではデザインやタイトルなど、各ステップ毎に設定を行う。デフォルトの状態でもいいものに関しては特に設定する必要はない。

トップページ > 商品オーダー

メニュー編集フォーム Preview

**定型デザイン・スタイル**  
デザインテンプレートからお好きなデザインをひとつだけ選択します。背景色や背景画像の設定、文字色などの詳細変更は「デザインの詳細設定」で行えます。

**タイトル・メッセージ、禁止ワード・送信制限**  
フォームのタイトルと、送信手順の工程で表示されるメッセージの設定を行います。(入力画面) (確認画面) (完了画面) その他に禁止ワードの設定、同一IPの連続送信に時間設定を行えます。

**定型フォーム・テキストフォーム**  
予め用意されているフォーム内容を選べます。表示したい項目や、増やしたい項目を作ることができます。

**選択型フォーム**  
選択型のフォームを作れます。表示タイプは、チェックボックス、ラジオボタン、リストから選べます。有料版ユーザーのみ項目名、選択肢にタグを使用することができます。

最低限設定が必要な項目「タイトル・メッセージ、禁止ワード・送信制限」と「定型フォーム・テキストフォーム」「選択型フォーム」などをページの内容に合わせてカスタマイズする。

また設定一覧に戻るには画面上部、作成中のフォーム名のリンクをクリックすると良い。

トップページ > **商品オーダー** > タイトル・メッセージの設定

タイトル・メッセージの設定 Preview

フォームのタイトルや、表示させるメッセージを登録します。下記内容を設定後、『登録する』ボタンを押してください。

**登録する**

利用用途  一般 /  アダルト  
※ 一般とアダルトでは表示広告が異なります。

ページタイトル

下記フォームへ入力し [ 確認 ] ボタンを押してください。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

「選択型フォーム」では項目のタイトルや選択タイプ、その際の選択リストを一行づつ改行して入力するとフォームに反映できる。

使用	<input checked="" type="checkbox"/> 使用する
必須	<input checked="" type="checkbox"/> 必須
項目名	<input type="text" value="お買い上げ商品名"/>
選択タイプ	<input type="radio"/> チェックボタン（複数選択型です） <input checked="" type="radio"/> ラジオボタン（1選択型です） <input type="radio"/> リストボックス（1選択型です）
選択リスト	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px;">ダニエル君Tシャツ daizu君Tシャツ</div>

「フォームの並び替え」では任意の項目にチェックを入れ「▲」「▼」のボタンで項目の順序を入れ替える事が出来る。

FC2IDへ

ユーザー情報  
はいきっくー様  
ログアウト  
ユーザー情報の変更・解除

コンテンツメニュー  
▶ ホーム  
▶ 利用規約  
▶ お試しデモ体験  
▶ 有料サービスのご案内  
▶ マニュアル  
▶ FAQ  
▶ 会社概要  
▶ お問い合わせ

### フォームの並び替え

Preview

作成したフォーム内の項目を並び替えることができます。  
下記内容を設定後、『登録する』ボタンを押してください。

項目の表示順を変更しました

No.	項目名	
1	名前	<input type="radio"/>
2	メールアドレス	<input type="radio"/>
3	職業	<input type="radio"/>
4	住所	<input type="radio"/>
5	TEL	<input type="radio"/>
6	お買い上げ商品名	<input checked="" type="radio"/>
7	お問い合わせ内容	<input type="radio"/>

システムの表示順に戻します ⇒

設定した段階で確認を行う場合は画面上部の「Preview」ボタンをクリックする。

FC2IDへ

ユーザー情報

### フォームの並び替え

Preview

## 第3章 ネットショップ開店と運営

「Preview」ボタンをクリックすると、今までの設定が反映されたフォームを確認する事が出来る。

商品オーダー

下記フォームへ入力し [確認] ボタンを押してください。

名前 \*

メールアドレス \*

職業

住所

TEL 例)123-456-7890

お買い上げ商品名

ダニエル君Tシャツ

daizu君Tシャツ \*

お問い合わせ内容 \*

確認

この様に設定を行い、問題なければ先に作成したホームページに今回のフォームを挿入する。

フォームの編集画面で最下段の「パーツ利用の設置用タグ、デザイン設定」を選択し、

フォームの並び替え

項目の表示順を変更することができます。  
表示するフォームを追加した場合は末尾に追加されます。

**パーツ利用の設置用タグ、デザイン設定**

お持ちのホームページやブログにパーツとしてFC2メールフォームを利用できます。デザインはテンプレート機能で変更できます。

次にその「パーツ利用の設置用タグ、デザイン設定」画面で「フォーム表示用タグ」をコピーする。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

パーツ利用の設置用タグ、デザイン設定

Preview

フォーム表示用タグで、お持ちのホームページやブログでFC2メールフォームが利用できます。デザインを変更する場合はテンプレートをダウンロードして必要に応じて編集してください。  
(※ブログなどでプラグインやパーツとして利用する場合は、テンプレート設定をしないほうが良い場合があります)

**フォーム表示用タグ**

以下のフォーム表示用タグをコピーして利用ください。

```
<!-- FC2RetailForm Start -->
<script type="text/javascript" src="http://form1.fc2.com/parts/index.php?id=398932"></script>
<noscript><a href="http://form1.fc2.com/form/?id=398932" target="_blank">[FC2メールフォーム]
<!-- FC2RetailForm End -->
```

そのまま先にホームページを作成した「AlphaEDIT」で保存したHTMLファイルを「ファイル」「開く」メニューで開き、「HTMLソース」で任意の箇所を選択し、先ほどコピーしたフォーム表示用のタグをコピーする。

alphaEDIT - [index.html] (更新)

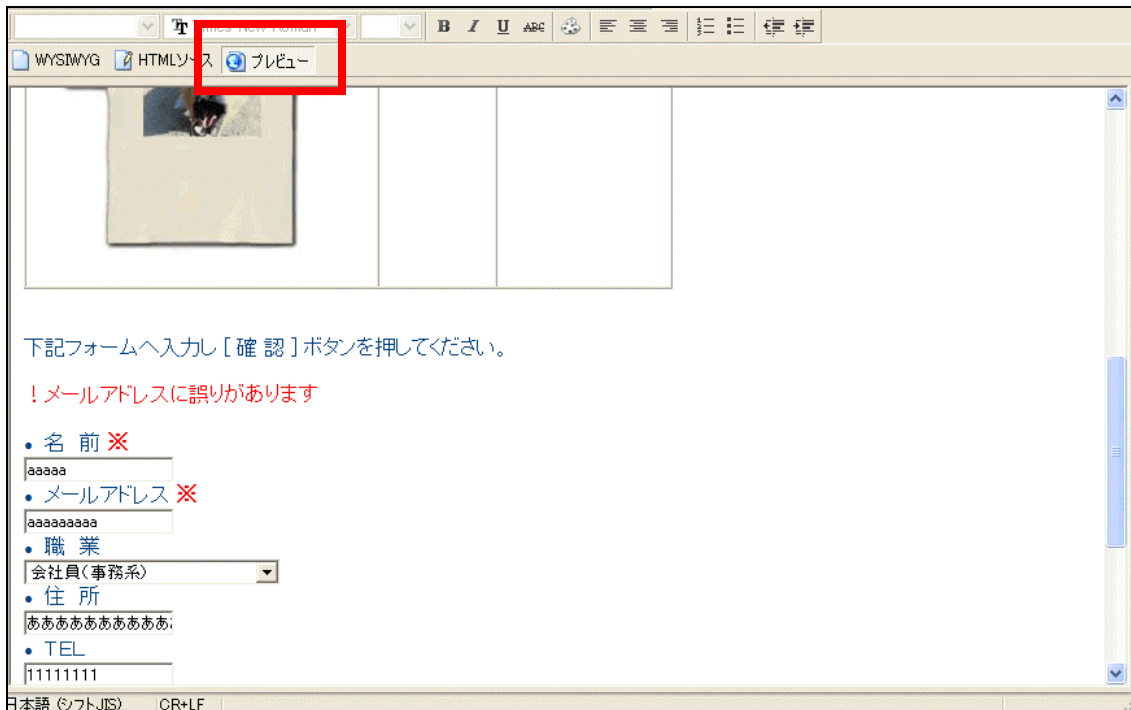
ファイル(F) 編集(E) 表示(V) 書式(O) 挿入(I) テーブル(A) ツール(T) ヘルプ(H)

WYSIWYG **HTMLソース** プレビュー

```
<td valign="top"> <span class="Apple-style-span" style="WORD-SPACING:
</tr>
<tr>
<td valign="top"> <span class="Apple-style-span" style="WORD-SPACING:
</span> <span class="Apple-style-span" style="WORD-SPACING:
<td valign="top"> <span class="Apple-style-span" style="WORD-SPACING:
</tr>
</table>
</p><br>
<!-- FC2RetailForm Start -->
<script type="text/javascript" src="http://form1.fc2.com/parts/index.php?i
<noscript><a href="http://form1.fc2.com/form/?id=398932" target="_blank">[
<!-- FC2RetailForm End -->
</body>
</html>
```

これでプレビューを行うと、ホームページに購入フォームを挿入する事が出来たのが確認できる。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



(ちゃんと作成したフォームが表示されている。きちんとテストするには作成した HTML ファイルをクリックしてブラウザで開いてテストを行う。)

これで簡易ながらページの作成が完了したので、実際にネット上のサーバーにアップロード (サーバーに転送する事) して公開を行う。

### (3) サーバーへのアップロード

先ほどのレンタルフォームと同じく、Fc2 ではホームページの領域も無料でレンタル可能である。(もしネットを接続する為プロバイダと契約している場合は、プロバイダが無料のホームページ容量を提供している場合が多いので、そちらも確認してみるとよい)

では Fc2 で無料の無料のホームページ容量を申し込んでみる。

作業はレンタルフォームと同じく Fc2 にログインして管理画面から「サービス追加」を行う。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

レンタルフォームと同じく追加確認のページが続き、ホームページサービス登録画面に移動するので登録を行う。

**無料ホームページ**

- 容量は1GB  
1GBもあるので容量を気にせずどんどんファイルをアップロードすることができます。
- 携帯向けサイトにも対応  
パソコンだけでなく携帯向けサイトにも対応している為、自分にあったサイトを作成可能。
- 広告は1行のテキストだけ  
気になる広告もホームページの一番下に1行テキスト広告が入るだけなのでサイトのレイアウトを損ないません。
- 商用利用可能  
商用利用や個人での広告の設置の制限などないので、自分の好きなホームページを作れます。
- アドレスはそのまま  
有料ホームページサービスにアップグレードしてもホームページアドレスの変更はありません。

**有料ホームページ**

次にホームページの URL になるアカウント部分の入力を行い、「アカウントチェック」を行う。既に使われているものであればエラーになるので使われていないものを入力する。合わせてホームページのタイトル・ジャンル・詳細も設定していく。

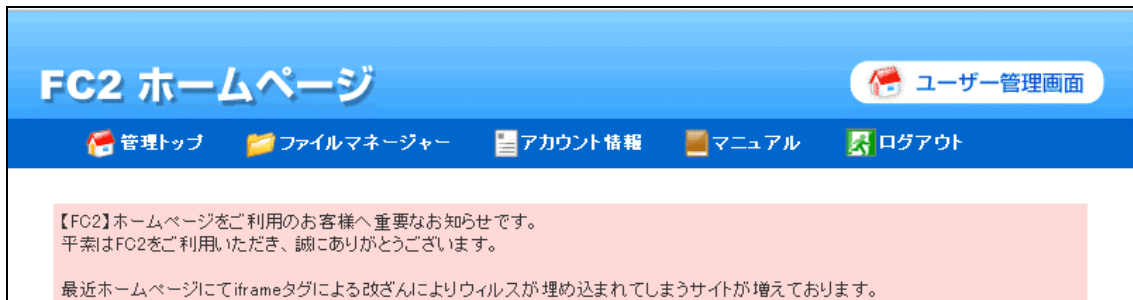
**FC2 ホームページ** 1GB

**新規登録**

希望アカウント名 <b>【必須】</b>	http:// <input type="text"/> .web.fc2.com <input type="button" value="アカウントチェック"/> ●半角英数字30文字以内(登録後はアカウント名は変更できません)
ホームページの 카테고리 <b>【必須】</b>	01.コンピューター・インターネット (後で変更可能です)
ホームページのタイトル <b>【必須】</b> ※半角128文字以内	ここにタイトルを書いてください (後で変更可能です)
ホームページの詳細 <b>【必須】</b> ※半角255文字以内	ここにホームページの詳細を書いてください。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

必要事項を入力したら、「以上の内容を登録する」でサービスを登録する。  
(登録作業が正常に終われば確認メールが届くので、登録した URL などを忘れた場合はそちらを確認する。)  
その後はフォームの時と同じく管理画面からホームページの管理画面に移動する。



管理画面では上部に管理メニューが表示されており、ファイルをアップロードする為には「ファイルマネージャー」を選択する。

ファイルマネージャーでは「現在のディレクトリ」のプルダウンメニューもしくは、各フォルダのアイコンをクリックし任意のフォルダに移動し、ファイルをアップロードする事が出来る。 1

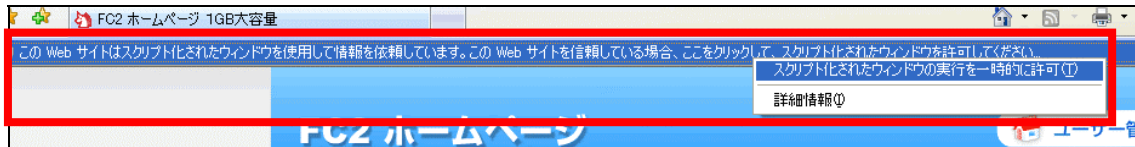
通常は「ファイル名をそのまま使用する」にチェックを入れ「ファイルを選択」ボタンをクリックしてアップロードするファイルを選択する。 2



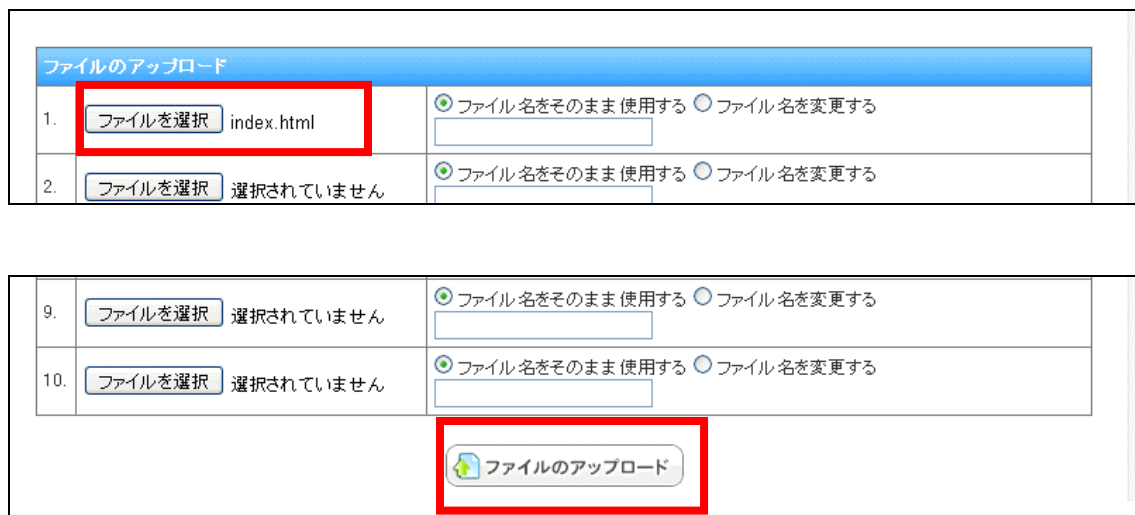
またファイルを新規作成する場合や、ディレクトリ内に更にディレクトリを作成する場合は「ディレクトリを作成」ボタンを、削除するには「削除」ボタンをクリックする。 3

## 第3章 ネットショップ開店と運営

「ディレクトリを作成」する際は Internet Explorer (インターネットエクスプローラー) では画面上部にスクリプトブロックの表示が出るため、その表示をクリックし「一時的に許可」を選択する。



(前回の HTML 作成の例では作業フォルダ内に「img」ディレクトリを作成して画像を格納していたので、その場合はこの機能で「img」ディレクトリを作成しておく)



(ファイルは一度に 10 個のファイルを同時にアップする事が出来る。ファイルを選択したら「ファイルのアップロード」を選択する)

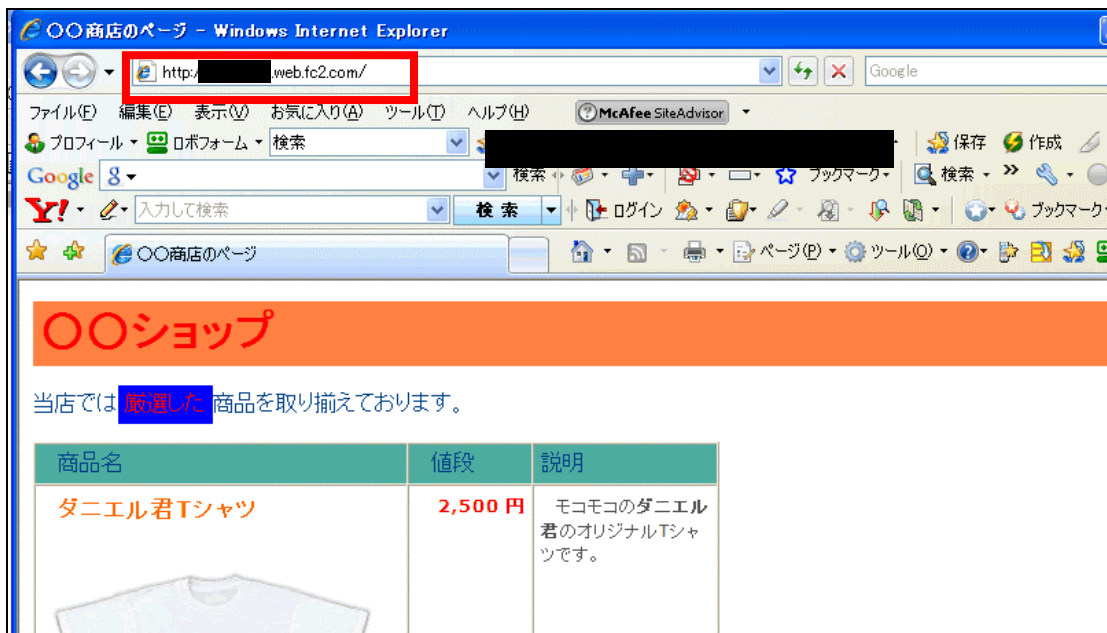


(この例では先に作成した「img」ディレクトリの中に各画像をアップロードしている)

### 第3章 ネットショップ開店と運営

また、今回はブラウザ上から管理画面を使用してファイルのアップロードを行ったが、FFFTPやWinSCPなどのFTPクライアントを使用してファイルをアップロードする事が出来る。それらの設定に関しては <http://fc2hpmanual.blog95.fc2.com/blog-entry-45.html> に詳細があるので、もっと大量のページ・ファイルをアップロードする場合は参考にする  
と良い。

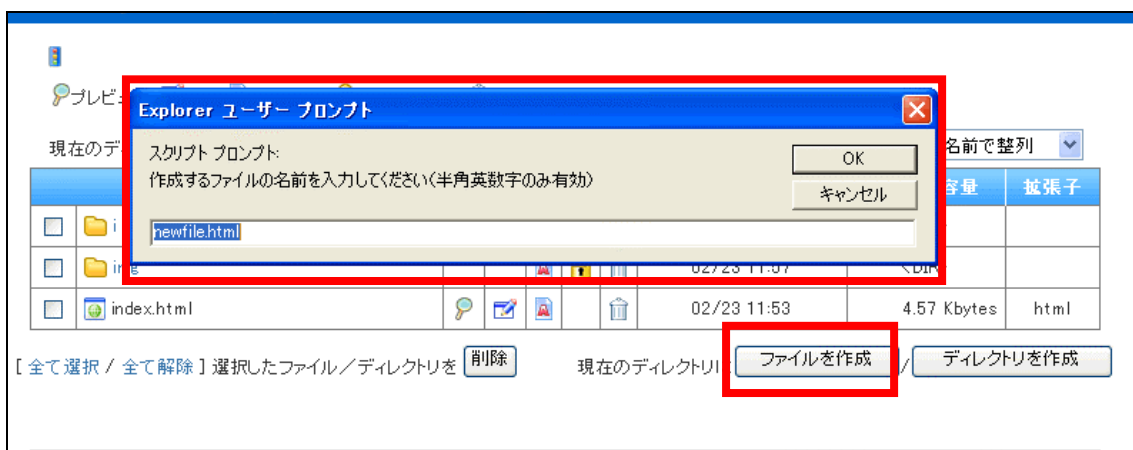
これで登録した URL にアクセスして内容を確認する事が出来る。



(登録した URL で確認できた)

また、Fc2 のホームページサービスでは管理画面からページを制作することも出来る。

先の「現在のディレクトリに ファイルを作成」をクリックするとページ作成画面に移動する。(ディレクトリ作成の時と同じように画面上部にスクリプトブロックの表示が出るため、その表示をクリックし「一時的に許可」を選択する。)

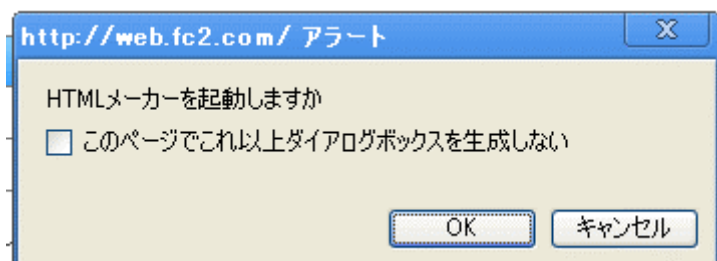




## 第3章 ネットショップ開店と運営

その際にファイル名を入力する欄があるので任意のファイル名を拡張子（「.html」など）まで入力する。

その後「HTML メーカーを起動しますか」のダイアログが表示されるので「OK」を選択する。



次の画面ではページのタイトルや各種色の設定などができるので適時設定を行う。全ての設定が出来たら「ファイルエディタの起動」をクリックする。

カラム色2	#C6FFFF	
カラム色3	#FFFFC6	
カラム色4	#FD7C6	
テキスト色	#000000	カラーパレット
Link色	#FFF9C	カラーパレット
VLink色	#FCFFF	カラーパレット
ALink色	#FCF9C	カラーパレット

**ステップ 4 設定完了**

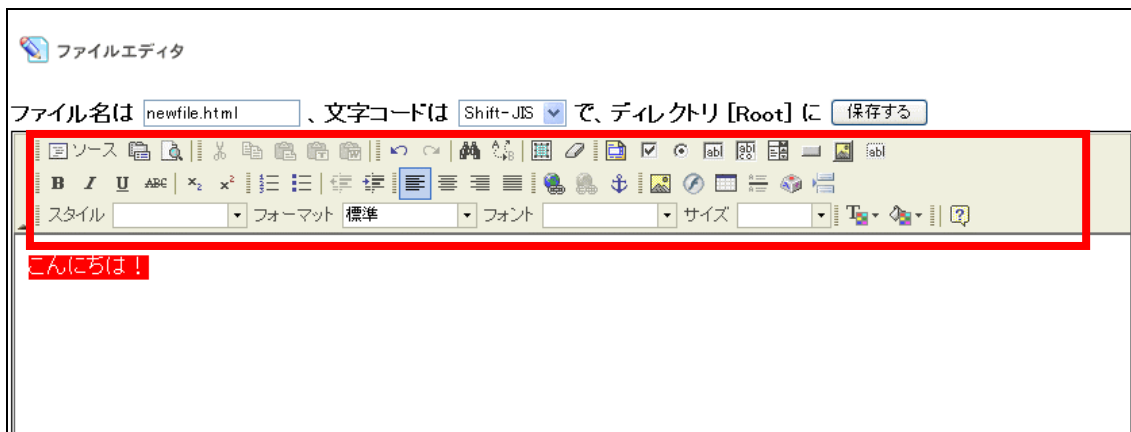
ファイルエディタの起動

ファイルエディタでは先に紹介した「AlphaEDIT」とほぼ同様の機能・操作感を提供するもので、通常ワードプロセッサソフトなどを利用しているユーザーには操作しやすい。

ただ、画像の挿入に関してはファイルから見た画像のパス（位置）を手入力する必要がある為、それらサイトのディレクトリ構造（どのフォルダにどのファイルがあるのか）が明確に把握できていない場合は「AlphaEDIT」などでメニューから画像を挿入するほうが分かりやすい。

編集が終わったら画面上部の「保存する」でファイルを保存する。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



(ワードプロセッサソフトを使用した経験のあるユーザーには分かりやすい操作パネル。「AlphaEDIT」と操作感が似ているが、画像の挿入は「AlphaEDIT」のほうが初心者向き)

以上、この様な形で HTML ページを編集し、フォームを挿入してアップロードまで行えば簡易型のネットショップが作成できる。

商品数が数百点に及ぶ場合は対応するには難しいが、ユーザーを訪問するようなサービスの申し込みや、2・3点の商品を中心に販売する場合はこのようなフォーム式のページでも十分対応できる。

今回は HTML を意識せずにページを作成できる「AlphaEDIT」や Fc2 の管理画面からページを作成したが、もう少し HTML について学習したい場合は次の「HTML 基礎」を参考にとすること。

### 3.5. HTML 基礎

これまではネットショップに関しての知識について学んできたが、基本的な技術として避けては通れない「HTML」の知識や、それを使用した一般的なホームページの制作に関する知識なども確認する場合は本項を参考にとすること。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (1) ホームページ制作概要

先に学んできたとおりに通常ホームページは、

- **ホームページを公開するための「Web サーバー」**  
(各種 OS がインストールされたマシンに「Web サーバー」と呼ばれるホームページを公開するためのソフトをインストールしたもの。「Web サーバー」はホームページを公開するパソコンをさす場合が大半だが、その機能を提供するソフトウェアのことをさす場合もあるので注意が必要)
- **HTML を記述する為の「エディタ」**  
(Windows 付属の「メモ帳」やフリーソフトの「TeraPad」など、有償のものでは Web オーサリングツールとして IBM 社の「ホームページビルダー」や Adobe 社の「DreamWeaver」など)
- **画像を編集する「画像編集ソフト」**  
(フリーのものでは「GIMP」、有償のものでは Adobe 社の「FireWorks」や「PhotoShop」など)
- **Web サーバーにアップロードする為の FTP クライアント**  
(「FFFTP」「WinSCP」など)

などが最低限必要になる。

Web サーバーに関しては無料でレンタルできるものや有料でも月額数百円のものから数千円程度で借りる事が出来る為、自分でサーバーを構築(パソコンを購入したり固定 IP のネット回線を引き、無停電装置などの導入するとかかなり高額な負担になる)するよりも結果的にコストを抑えることも出来る。

また、初めから高機能で高額なサーバーをレンタルするのではなく、状況によって引越しすることも可能である。通常 Web サーバーには「hi-kick.jp」のような「ドメイン」が割り振られているが、サーバーを引っ越した際に取得したドメインを再度設定すれば、また同じ URL でアクセスする事が出来るため、ショップのアクセス増加によりサーバーが不安定になる場合などは、サーバーの引越しを検討すると良いだろう。

ドメインの取得は「.com」や「.jp」などの種類によって金額はまちまちだが、概ね年間7千円前後で取得できる。

自分で取得の手続きをすることもできるが、通常はレンタルサーバーを契約する際にオプションとして契約することも出来、そちらのほうが申請費用が割安になる場合もある為、ドメイン所得の際には念のため比較をしておくこと。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

【ドメイン取得が出来る業者】

- Yahoo!ドメイン <http://www.onamae.com/>
- お名前.com <http://www.onamae.com/>
- @niftyドメイン <http://domain.nifty.com/domain/index.htm>

同じようなものに「サブドメイン」があるが、これはレンタルサーバー等で使用している「ドメイン」に任意の文字をつないで簡易的に個々のサーバーに割り振っているもので、これらは依然借りていたレンタルサーバー等が所有するものなので、引越し先のサーバーに設定する事が出来ない。

エディタ・Web オーサリングツールについては先に述べたとおりだが、特にメモ帳を使ってHTMLを編集する場合は若干注意が必要である。

コンピュータ上で何か入力したり表示するにはその際に電子データ化された情報が使われているのだが、この文章のような文字も一文字一文字必ずデータ化されている。

例えばひらがなの「あ」は「0x3042」のような記号で表されるが、この場合「Unicode」と言う文字の表し方「文字コード」を用いている。

「文字コード」は全世界で様々な文字が使われている関係からいろいろな種類があるが、よく使われるものでは「shift-JIS」「JIS」「EUC」「UTF-8」「Unicode」などがある。

ちなみに先ほどひらがなの「あ」を「Unicode」で表示した例を挙げたが、その他のコードと比べると以下の通り。

- Unicode: 0x3042
- JIS: 0x2422
- S-JIS: 0x82a0

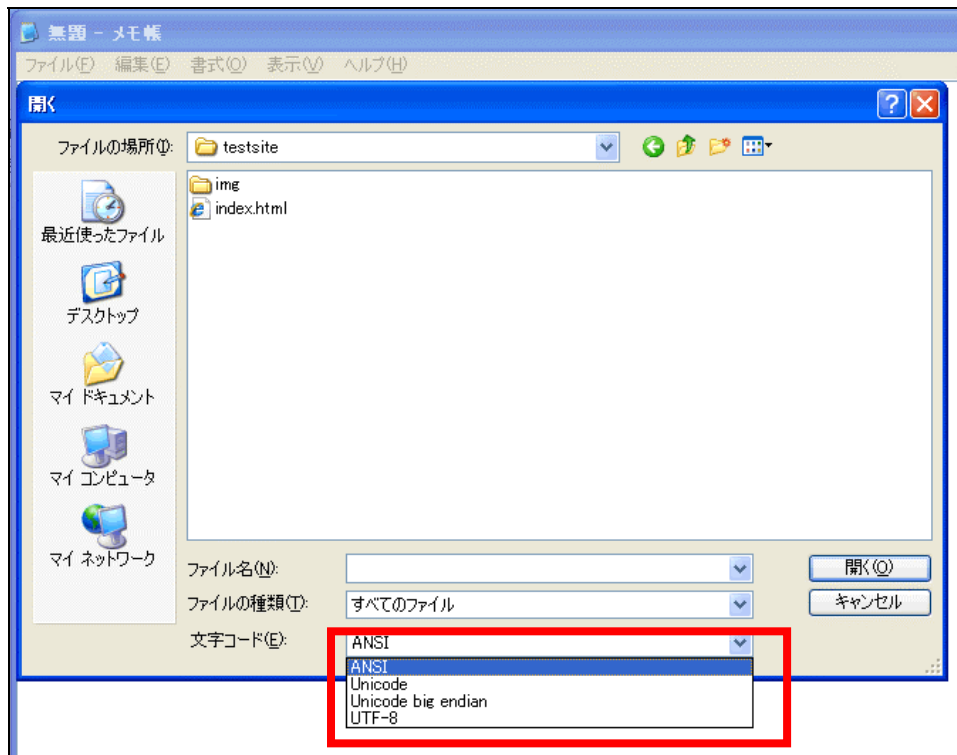
この様に各文字コードによって表し方が違うのが分かると思う。

通常HTMLでページを作成した際にはHead要素内のMeta要素で保存した際の文字コードを表記し、ブラウザが適切な文字コードで表示してくれるように情報を提供する。

メモ帳はデフォルトで文字コード「Shift-JIS」でファイルを開き、保存する際も同様に保存してしまう為、本来「UTF-8」や「EUC」などで保存されているのに一部分だけ「Shift-JIS」で保存してしまうと、ページを開いた際にページに設定されている文字コード(<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=EUC-JP"> など)と保存した際の文字コードが違う為、「文字化け」をおこしてしまう場合がある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

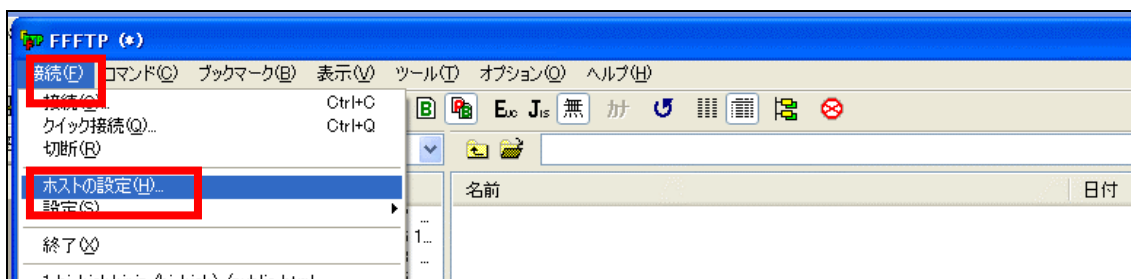
メモ帳しかエディタがない場合はファイルを開く際に必ず文字コードを指定して開くこと。



もしTeraPad (<http://www5f.biglobe.ne.jp/~t-susumu/library/tpad.html>) などが利用できる場合は、ファイルを開く再保存した文字コードを判別して自動で開いてくれる為、間違いが少なく便利なので利用してみると良いだろう。

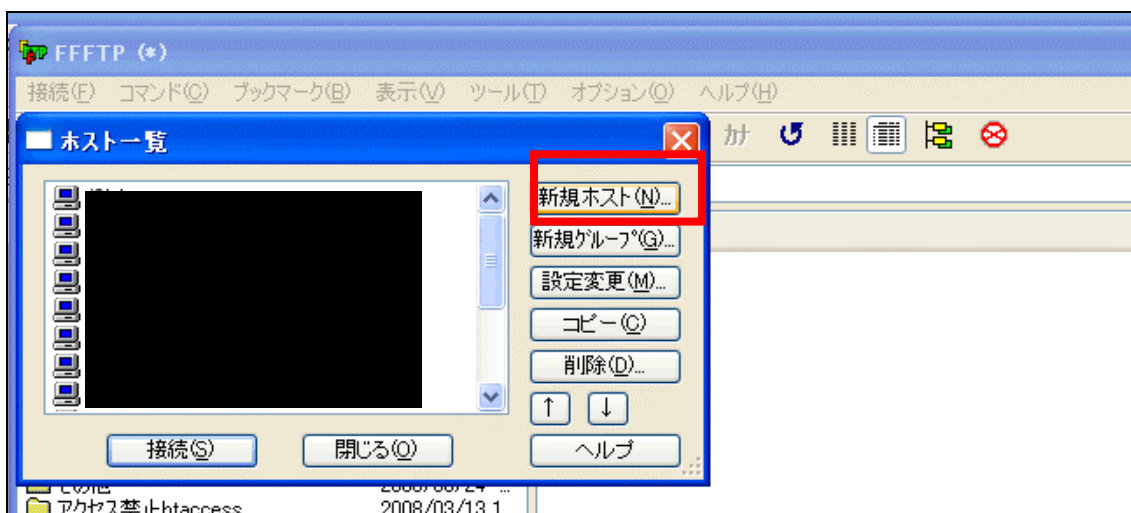
また FTP クライアントに関してはサーバーに FTP 接続して、ファイルのアップロードやダウンロード、各ファイル毎にパーミッション（管理者権限）の設定などが出来るツールで、特に多量のファイルをまとめてアップロードする場合は大変便利なツールである。

よく使われているFFFTP (<http://www2.biglobe.ne.jp/~sota/>) ではレンタルサーバー契約時に通知されるFTPの情報「ホスト名」「ユーザー名」(IDの場合も)「パスワード」の3つがあれば簡単に利用できる。

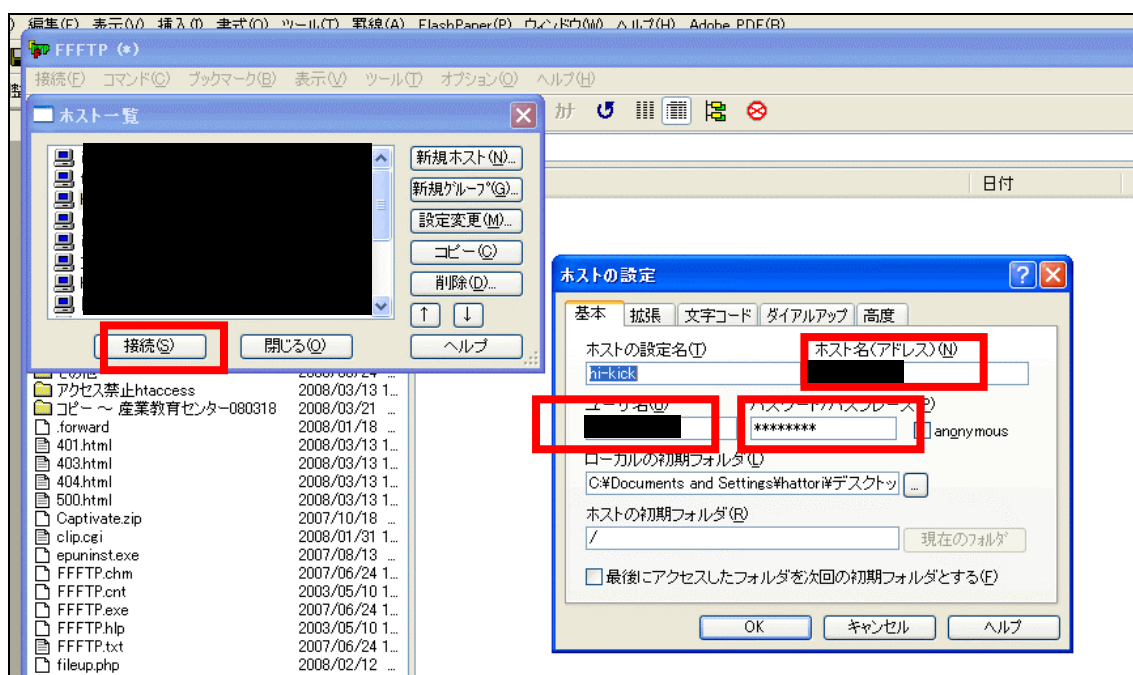


( FFFTP インストール後「接続」「ホストの設定」メニューを選択 )

### 第3章 ネットショップ開店と運営



(「ホスト一覧」で「新規ホスト」を選択する)

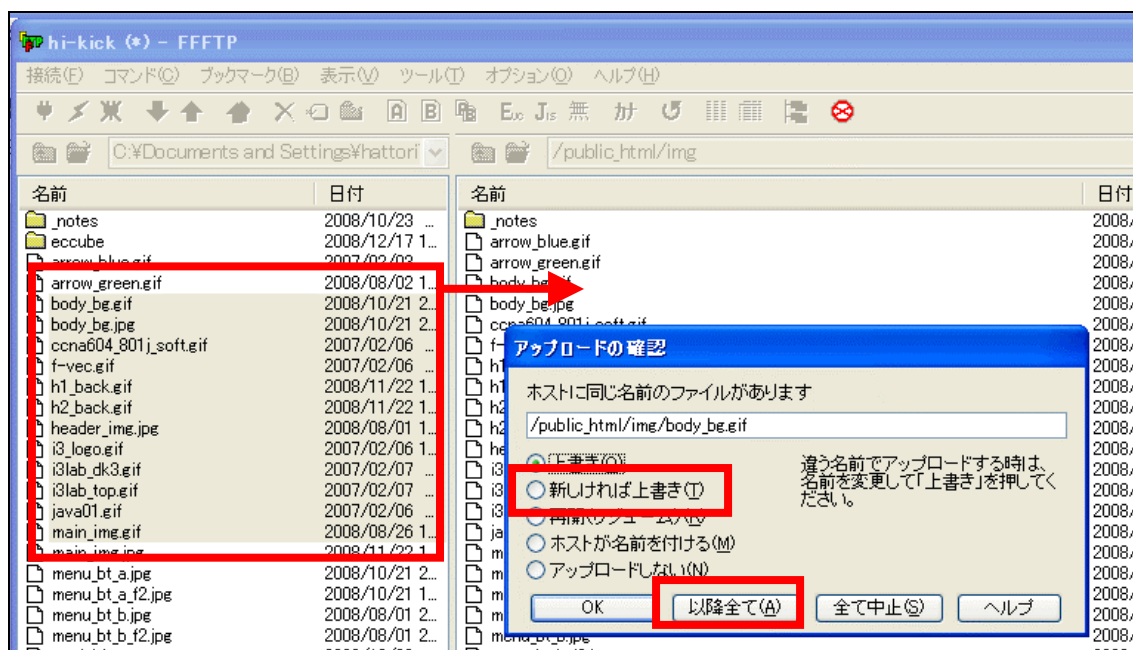


(ホストの設定で「ホスト名」「ユーザー名」(IDの場合も)「パスワード」を設定する)

設定が出来れば先の「ホスト一覧」の画面で「接続」を選択すると左側の画面に自分のパソコン（ローカル）のファイル、右側の画面にサーバー上（リモート）のファイルが表示され、各ファイルを左右任意の画面にドラッグすることでファイルをアップロードできたり、ダウンロードする事が出来る。

その際に、同じファイルが存在する場合は上書きの確認画面が表示され、新しいものだけを上書きするなどの設定も出来る為大変便利である。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



(左の「ローカル」の画面より右の「リモート」の画面にファイルをまとめて移動している。アップロードの確認画面で「新しいければ上書き」を選択、「以降全て」をクリックすると新たに編集したファイルだけがアップロードでき、全てを上書きするよりもアップロードの時間を短縮する事が出来る)

### (2) HTML 概要

では、これらホームページを制作する環境やツールがそろったら、HTML について今一度確認をしてみよう。

#### ● 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「要素名」を記述した「タグ」と呼ばれる記号(<や>)で囲んでマークアップを行う。要素は「段落」や「改行」など文章を構成する部品と考えると分かりやすい。HTML では「ここからここまでが~の要素になります」という形式で文章をマークアップしていくものである。

例えば次のようなソースをそのままメモ帳などのテキストエディタに入力し「index.html」などのファイル名で保存する。

保存できたファイルをダブルクリックして開くと通常 Web ブラウザが開き Body 要素に記述された内容が確認できる。

### 第3章 ネットショップ開店と運営

【以下の内容をそのままメモ帳に記述】

```
<html>

<head></head>

<body>こんにちは
ごきげんよう</body>

</html>
```

恐らくは「こんにちはごきげんよう」という文字がブラウザで確認できたことだろう。

ただ、

```
<body>こんにちは
ごきげんよう</body>
```

と改行しているのにもかかわらずその改行が反映されないのは、改行の要素が指定されていない為である。

もし改行するならば

```
<body>こんにちは<br>
ごきげんよう</body>
```

と、改行要素<br>を記述する。  
尚、改行要素は<br>文章</br>のような終了タグを書かなくても良い特別なもの。範囲を指定せずポイントで要素を指定するようなものに関してはしばし終了タグのないものもある為注意が必要。  
横罫線を引く為の<hr>などがその例である。

もし文字を強調したい場合は

```
<body>こんにちは<br>
<strong>ごきげんよう</strong></body>
```

のように強調要素<strong>で囲む。

この様にしてワードプロセッサソフトでは通常メニューで指定するものをタグといわれる記号で囲んで様々な要素や書式を設定するのである。

また、より詳細な位置や書式の指定には CSS ( Cascading Style Sheets カスケーディング・スタイルシート ) などを用いる



## 第3章 ネットショップ開店と運営

尚、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 の確認が出来るので、それらのページがどのように記述されているか確認するのも面白い。

「表示」メニュー 「ソース」  
又は  
右クリック 「ソースの表示」

以降では、ネットショップの商品説明画面などに使う機会の多い主要な HTML タグに関して紹介する。

### (3) HTML タグ一覧

#### ● 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

通常ネットショップシステムの商品情報欄に入力される内容は body 要素内に記述されるので、個別に<html><head><body>等のタグは記述する必要はない。

```
<html>
<head> ( 補助的情報を記述 ) </head>
<body> ( コンテンツを記述 ) </body>
</html>
```

#### ● 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。

```
<html>
<head><title>はじめてのホームページ</title></head>
<body>
  こんにちは
  元気になっていますか?
</body>
</html>
```

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### ● テキスト・フォント関連の要素

- 改行 <br> (終了タグがないことに注意)  
(例) こんにちは<br>元気になっていますか?
- 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
- 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  
「br」を使わずともよい</pre>

### ● テキスト・フォント関連の要素

- 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)  
(例) <h1>ホームページの作り方</h1>  
(例) <p>と同様 align 属性も使用可能
- 斜体にする<em> (強調の意味もある。類似タグ<i> )  
(例) <em>この部分を斜体します</em>
- 太文字にする<strong> (em よりさらに強調の意味もある。類似タグ<b> )  
(例) <strong>より強く強調します</strong>
- 打ち消し線<del> (類似タグに<s><strike> )  
(例) <del>以前の内容</del>
- 下線を引く<u>  
(例) <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)  
(例) <big>この部分は大きく</big>  
(例) <small>この部分は小さく</small>
- 上付文字<sup>と下付文字<sub>  
(例) X<sup>2</sup>  
(例) H<sub>2</sub>O

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### ● テキスト・フォント関連の要素 (font タグ)

この項目は本来 W3c の勧告では非推奨となっているが、Web 上のブログやネットショップシステムの商品説明の入力欄では<font>要素を使うものがいまだに多い為あえて紹介するものである。

#### ➤ 文字のサイズや色を指定<font>

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) `<font size= “ 5 ” color= “ red ” face= “ M S 明朝 ” >`  
フォントサイズ5で色は赤フォントはM S 明朝の例</font>

### ● リスト要素 (マーク付きリスト)

#### ➤ マーク付きリスト<ul><li>

(例) `<ul>`  
`<li>マウス</li>`  
`<li>キーボード</li>`  
`<li>モニター</li>`  
`</ul>`

リストマークは通常 (黒丸) だが、type 属性で変更できる

(例) `<ul>`  
`<li type= “ disc ” >マウス</li>`  
`<li type= “ circle ” >キーボード</li>`  
`<li type= “ square ” >モニター</li>`  
`</ul>`

#### ➤ 番号付きリスト<ol><li>

(例) `<ol>`  
`<li>マウス</li>`  
`<li>キーボード</li>`  
`</ol>`

リストマークは通常数字だが、type 属性で変更できる

(例) `<ol>`  
`<li type= “ A ” >マウス</li>`  
`<li type= “ a ” >キーボード</li>`  
`<li type= “ I ” >モニター</li>`  
`<li type= “ i ” >HDD</li>`  
`</ol>`

## 第3章 ネットショップ開店と運営

- リンク要素<a>

クリックすると別のページなどに移動。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できる

(例) `<a href=http://yahoo.co.jp target= “ _blank ” >yahoo</a>`

Name 属性を使用してページ内にアンカーを設定できる

```
<a name=“point”></a>
```

アンカーへのリンクは

(例) `<a href= “ index.html#point ” >point へのリンク</a>`

のようにパスのあとに「#」をつけてアンカーを呼び出す。

- イメージ要素<img>

画像を表示する<img> (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) `<img src= “ flour.jpg ” width= “ 200px ” border= “ 1 ” >`

- 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「どこのサーバーの何のファイル」という指定の仕方 (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) ができる。

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

- 横罫線

ページに横罫線を挿入する。改行要素と同じく終了タグがないので注意。

(例) `<hr width= “ 200px ” >`

## 第3章 ネットショップ開店と運営

- 表 (テーブル) <table><tr><td>

- 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) 等で構成されている

(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>
```

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>
```

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

## 第3章 ネットショップ開店と運営

見出しセルが必要な場合は td の代わりに th を使っても良い

```
<table>
<tr>
<th>項目 1</th> <th> 項目 2 </th> <th> 項目 3 </th>
</tr>
<tr>
<td>A1</td> <td>A2</td> <td>A3</td>
</tr>
</table>
```

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

### (4) CSS 概要

前述の HTML で位置やフォントの色を指定する記述などを紹介したが、本来 HTML は文書構造を表すためのものであり、文章を装飾する要素の幾つかはブラウザの開発元が独自に実装したものなども含まれているなど、ブラウザ間で見え方が違うといった弊害なども生じていた。

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<font>や<center>などの装飾用のタグなどは非推奨となっている)

#### CSS のメリット

特定のタグに一括でスタイルを指定することが可能。(例えばページ中の<p>要素のフォントの色を全て赤にするなど) 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 を修正する必要がない

また HTML の各要素に用意された属性だけでなく、様々な要素に任意のスタイルを設定する事が可能になるなどのメリットがある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### CSS の設定場所

CSS には

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**  
と言う順に優先して適用される。

### CSS の設定例 (要素に直接設定)

#### Style 属性に CSS の「宣言」を記述する

(例) `<p style=" color:#ff0000; font-size:10px " >文字</p>`

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出来る。その場合はセミコロン(;)で区切る。

### CSS の設定例 (head タグ内にまとめて)

#### head タグ内に CSS の「宣言」を記述する

```
<html>
<head>
<title>CSS サンプル</title>
<style TYPE="text/css">
<!
p{
  color: red;
  font-size:10px ;
  }
-->
</style></head>
```

## 第3章 ネットショップ開店と運営

CSS の設定例（外部ファイルとして読み込む）

head タグ内に CSS ファイルを読み込む記述をする

```
<html>
<head>
<title>CSS サンプル</title>
<link href= " test.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
</head>
```

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（`<!--` と `-->`）をはずした純粋な CSS の宣言部分だけを記述する。

```
<style TYPE= " text/css " > @import url(xxx.css); </style>
<style TYPE= " text/css " > @import " xxx.css "; </style>
```

の設定も可能

CSS の設定例（複数の要素に同じ設定）

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）`H1, H2 { color:red; }`

HTML 要素(CSS ではセレクタと呼ぶ)をカンマ(,)区切りで複数記述することにより、宣言をまとめる事が出来る。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

### CSS の設定例 (クラス)

特定の HTML 要素だけではなく、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) `.red { color: red; }`

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  
実際に 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) `<p class= " red big " >これは red クラスです。 </p>`

特定の HTML 要素の為のクラスを定義することも可能

(例) `h1.red { color: red; }`

### CSS の設定例 (定義済みクラス)

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。

- ✓ `A:link { *** }` A タグのリンク文字設定
- ✓ `A:visited {*** }` A タグの訪問済みリンク文字設定
- ✓ `A:active {*** }` A タグのクリック時のリンク文字設定
- ✓ `A:hover {*** }` A タグのオンマウス時の設定

### CSS の設定例 (ID を利用する)

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)

(例) `<p id= " comment " >新しいコメント</p>`

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) `#comment { color:red; }`

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。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### CSS の設定例（状況依存セレクタ）

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

（例）`ul ul li { color:green; }`

上記の例では `ul`（マークつきリスト）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。

### CSS の設定例（コメント）

`/*` と `*/` を使って CSS の設定にコメントをつけることも可能

（例）`p { color:red; } /* p タグの色は赤にしています */`

### CSS の設定例（div と span の活用）

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）`<div class= " red " >文章</div>`

（例）`<span class= " red " >文章</span>`

### CSS の設定例（代表的なプロパティ）

#### 1. Border

枠線の太さ、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

（例）`div { border: thick red solid; }`

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

（例）`div { border-style: solid dashed double dotted; }`

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 2. 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。

(例) `p{color:red}`

### 3. 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

(例) `.coment{margin:0px 0px 0px 10px}/:`左側に 10px の margin:/

(例) `.coment{margin-left:10px}/:`左側に 10px の margin:/

### 4. 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

(例) `.coment{padding:0px 0px 0px 10px}/:`左側に 10px の padding :/

(例) `.coment{padding-left:10px}/:`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。

### 5. 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

### 6. 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

(例) `body { background: #87ceeb url(back.gif) repeat-y fixed right top; }`

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 つだけ表示する ) `repeat` ( 縦横に敷き詰める・デフォルトの状態 ) などがある。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

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  
組みあわせて指定する事が可能

### 7. text-align

テキストの表示位置を指定 (left・right)

(例) `p{text-align: right;}`

### 8. text-indent

1行目の字下げを指定するプロパティ

(例) `p{text-indent: 1em;}`

字下げの幅は数値+単位 (em、他) か % (割合) などで指定

以上が CSS の概要である。

HTMLの項も同じく、ネットショップで商品説明などを編集する際に活用する基本的な項目を挙げたが、更に知識を深めるにはHTMLやCSSなどの技術の標準化をすすめている団体、W3Cのページなどを参考にすると良いだろう

(日本語訳は<http://www.w3.org/Consortium/Translation/Japanese>)

## 3.6. 画像編集 (GIMP 2 の使用方法)

### (1) GIMP の概要

ネットショップやホームページには画像が挿入されている場合が多いが、それらは通常画像編集ソフトと呼ばれるもので編集・変換されており、有名なものでは Adobe 社の「PhotoShop」や「FireWorks」などある。ただそれらは数万円程度の価格帯であり、なかなか手が出しづらい面もある。

そこで、この項ではフリーの画像編集ソフト「GIMP」について学習を行う。GIMP は各 OS でも使えたり、インストールせずに使える「portable」版などがありセキュリティの厳しい学校や会社でも使いやすい。

本項ではインストールせずに使える portable 版を使ってみる。

尚、本テキストでは GIMP portable 版のバージョン 2.6.5 の情報で記述されている。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

ダウンロードは

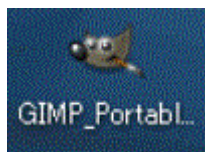
[http://portableapps.com/apps/graphics\\_pictures/gimp\\_portable](http://portableapps.com/apps/graphics_pictures/gimp_portable)

より行う。

ページが表示されたら中央のダウンロードボタンをクリックする



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する。



portable 版は先にも紹介したようにインストールを行わないため、クリックすると必要なファイルが展開されるだけである。

ファイル展開のステップは以下の通り。(今回紹介するバージョンは GIMP Portable 2.6.5)

1. インストールする言語を選択する為「Japanese」を選択して「OK」をクリック

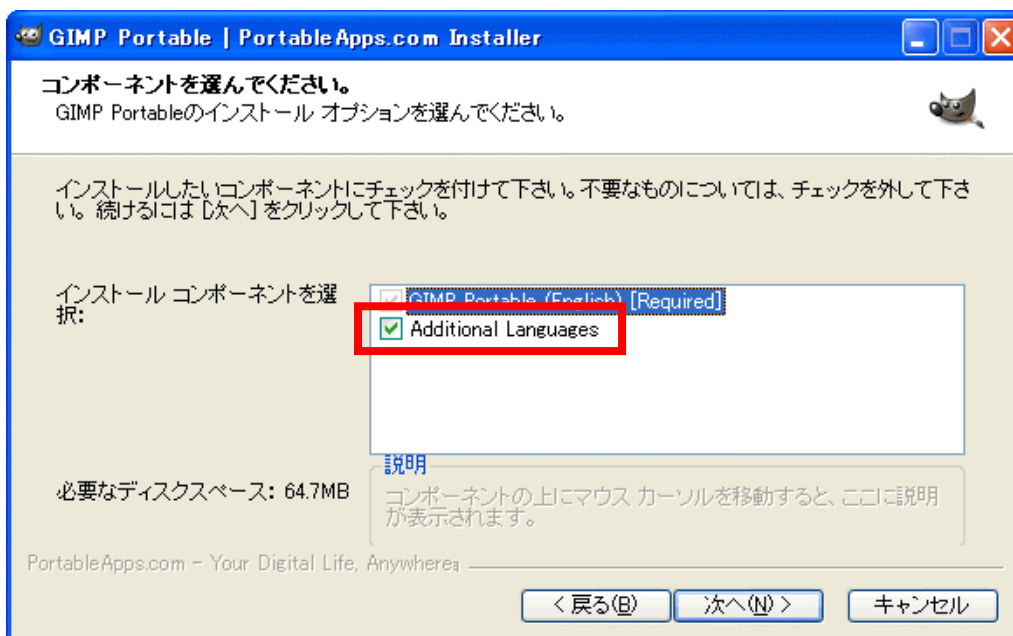


## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 2. 「次へ」をクリックする

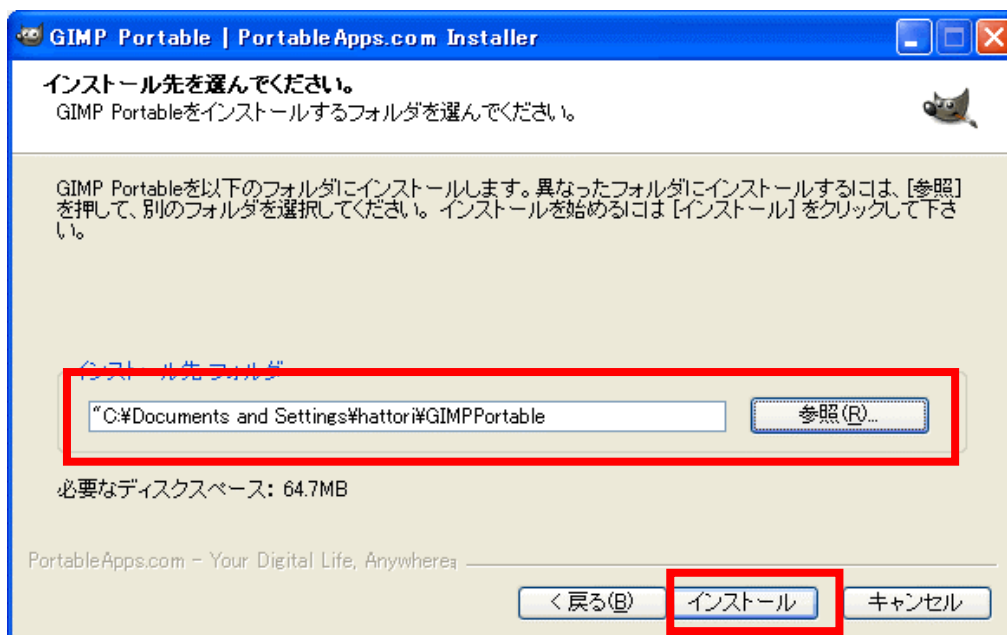


### 3. 「AdditionalLanguages」(日本語の追加) にチェックが入っているのを確認し、「次へ」をクリック



## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 4. 「参照」で解凍先を指定し「インストール」をクリック



### 5. 「完了」を押して完了！



## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (2) GIMP の起動

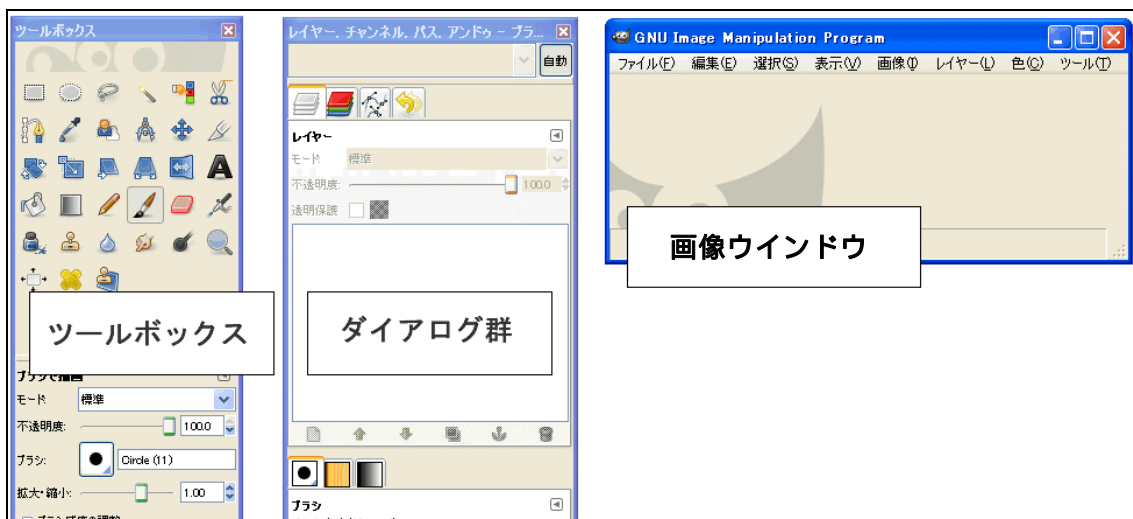
解凍時に選択したフォルダに「GIMPPortable」フォルダが展開されているのでGIMPPortable.exe をクリックするとGIMPPortable を起動できる。



( 起動中は様々なファイルを読み込む為多少時間がかかる )

- 画面の説明

起動時には以下のような画面が表示される





## 第3章 ネットショップ開店と運営

### ➤ 画像ウィンドウ

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。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。画像編集の中心になるウィンドウ。

### ➤ ツールボックス

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ら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）

### ➤ ダイアログ群

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。

- ✓ 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。

ダイアログ下部の「新規レイヤー追加」のアイコンをクリックすることにより、新規のレイヤーを追加する事が可能。

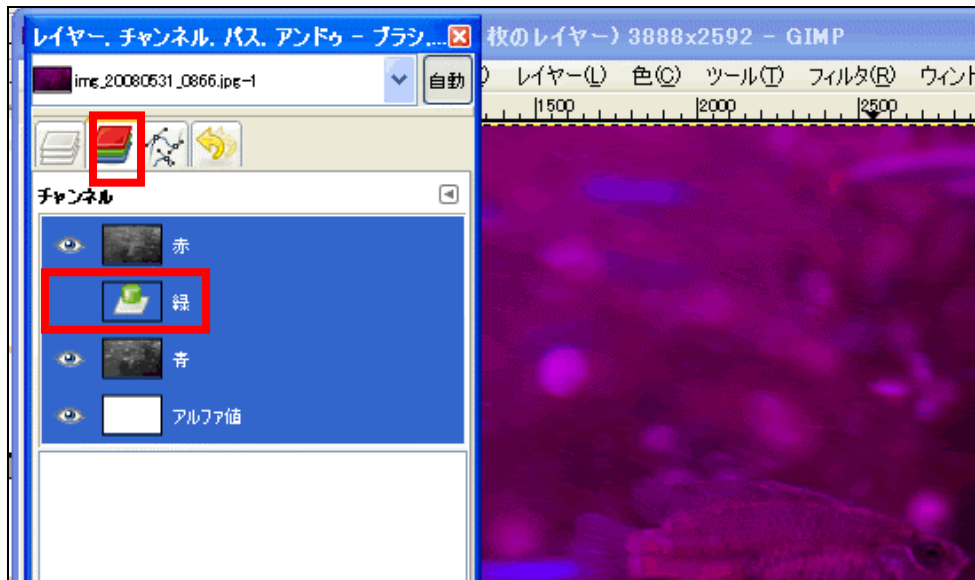
風景の上に新しいレイヤーを追加して人物を合成するなど、複数の画像を切り抜いて一枚に合成する際、個々の画像用に複数のレイヤーを用いて調整するほうが細かな作業ができる。

レイヤーごとに不透明度を操作できたり、レイヤーの重なり順を修正する事が出来る。

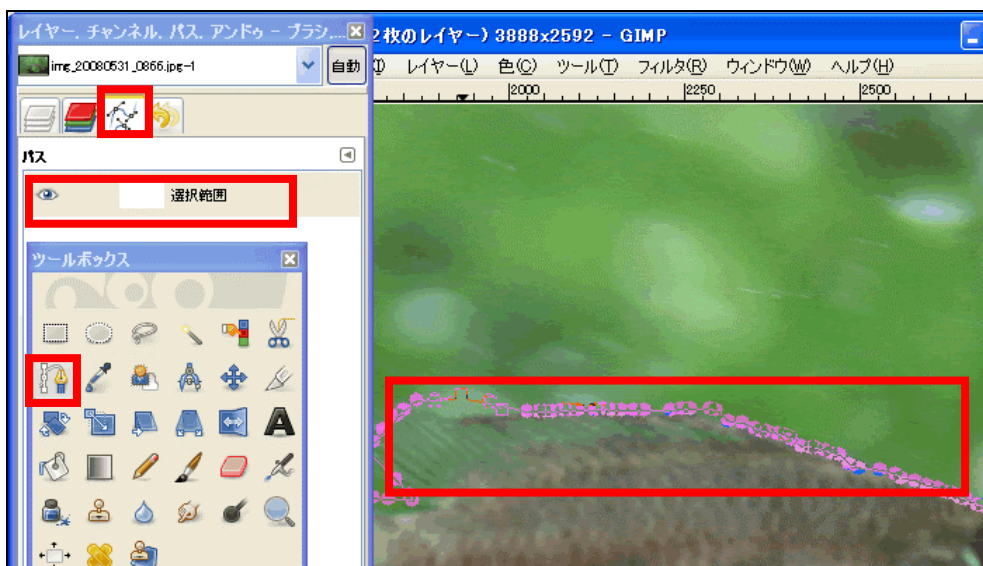


### 第3章 ネットショップ開店と運営

- ✓ **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。  
下記の例では「緑」のチャンネルの表示アイコン（目のアイコン）をクリックして非表示に設定したものを。画像ウィンドウでは緑の情報が非表示になり、結果的に画面が赤紫（赤色と青色の情報しかない為）に表示されている。

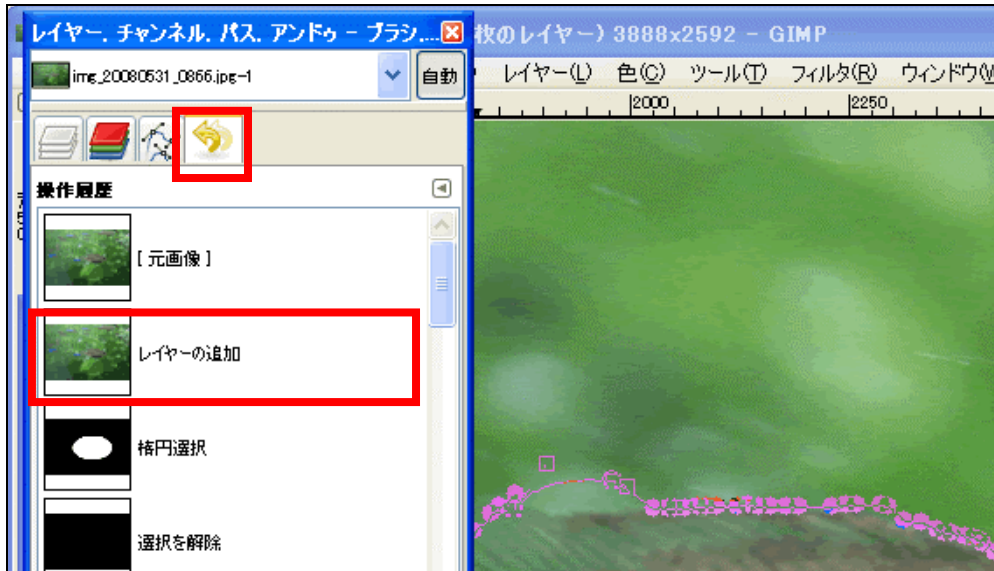


- ✓ **パス** - 描画の後からでも編集が可能なパスを記憶しておき選択範囲などに利用するためのウィンドウ。  
下記の例では一度画像に選択範囲を定義し、パスとして保存したものを「パス」ダイアログで表示し（目のアイコン）、そのパスをツールボックスの「パス」ツールで編集している様子。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

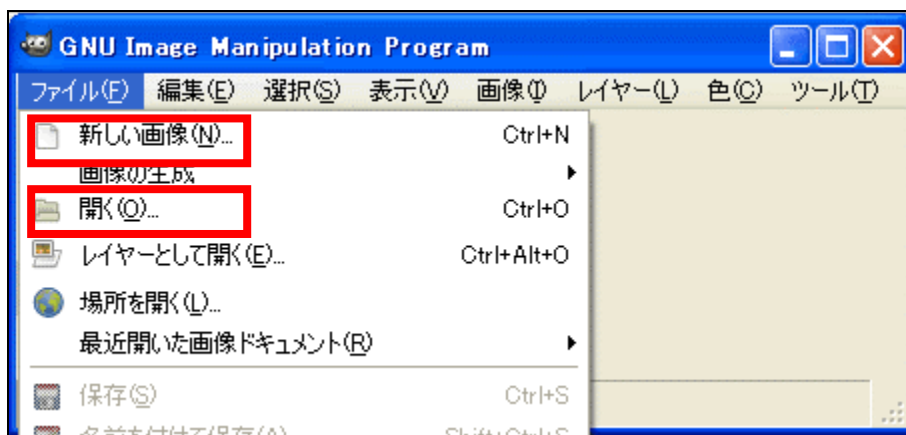
- ✓ **履歴** - 作業内容を閲覧し必要であれば、任意の作業ステップまでクリックして戻ることが出来る。作業履歴を戻するには「Ctrl」+「Z」でもワンステップ前の作業に戻る事が可能。



### (3) ファイル操作

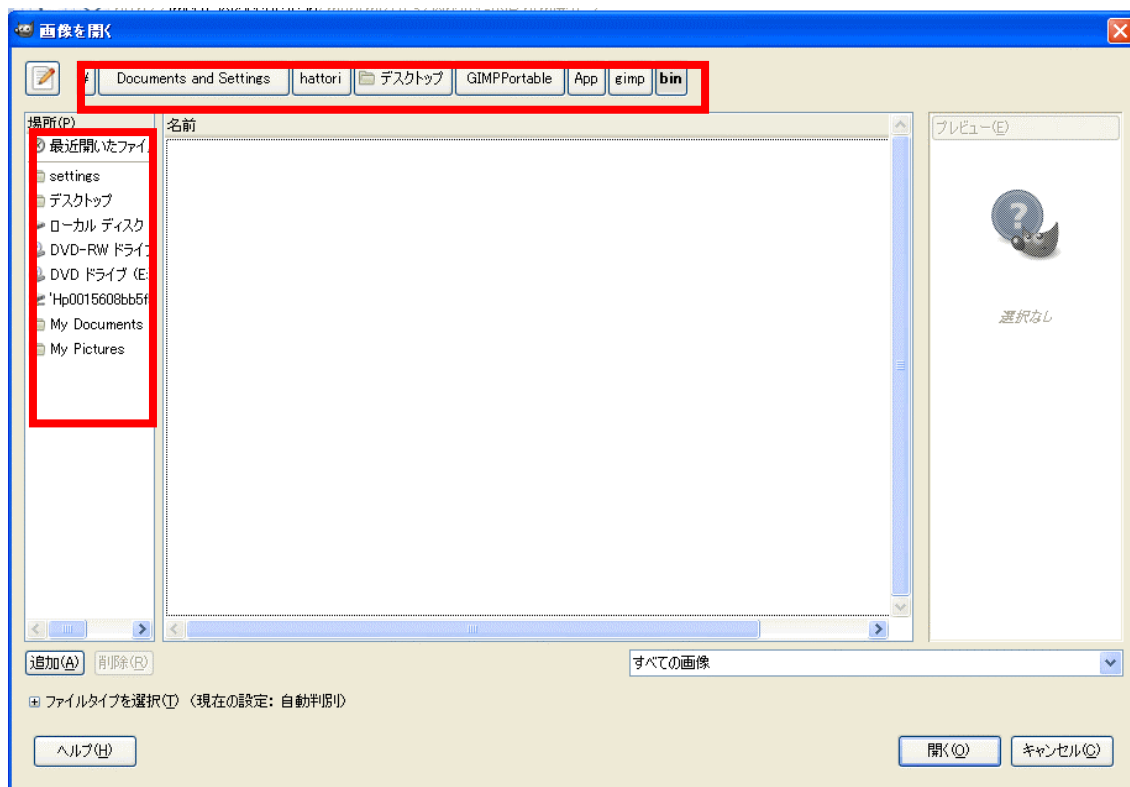
#### 1. ファイルを開く

GIMP で画像を開く際には GIMP 起動後の「画像ウィンドウ」の「ファイル」メニューから既存のファイルを開く場合は「開く」、新しく画像を作成する場合は「新規作成」を選択する。



「開く」を選択した際は「画像を開く」ダイアログが表示されるので任意のフォルダを選択し、ファイルを開く。

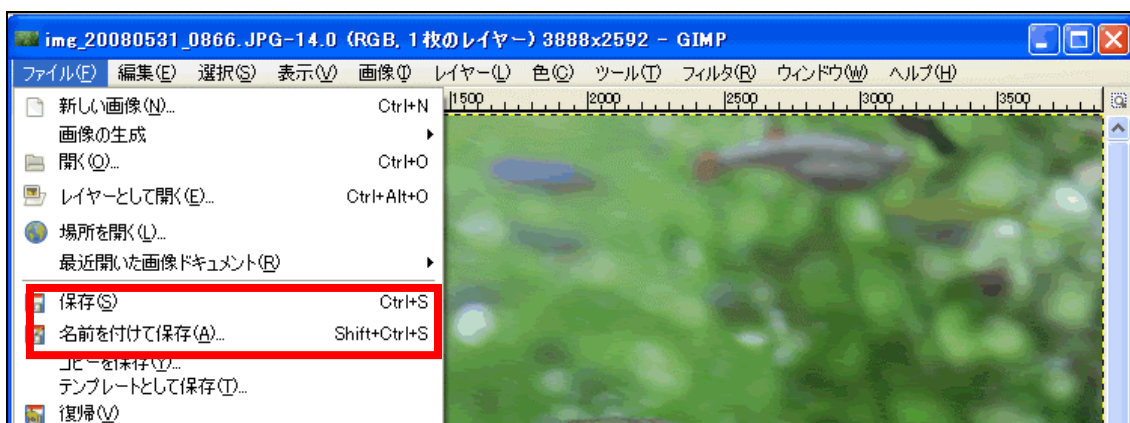
## 第3章 ネットショップ開店と運営



(画面上部・左側にはパソコンの中にあるフォルダが表示されているので画像が入っているフォルダを選びやすい方で選択する。)

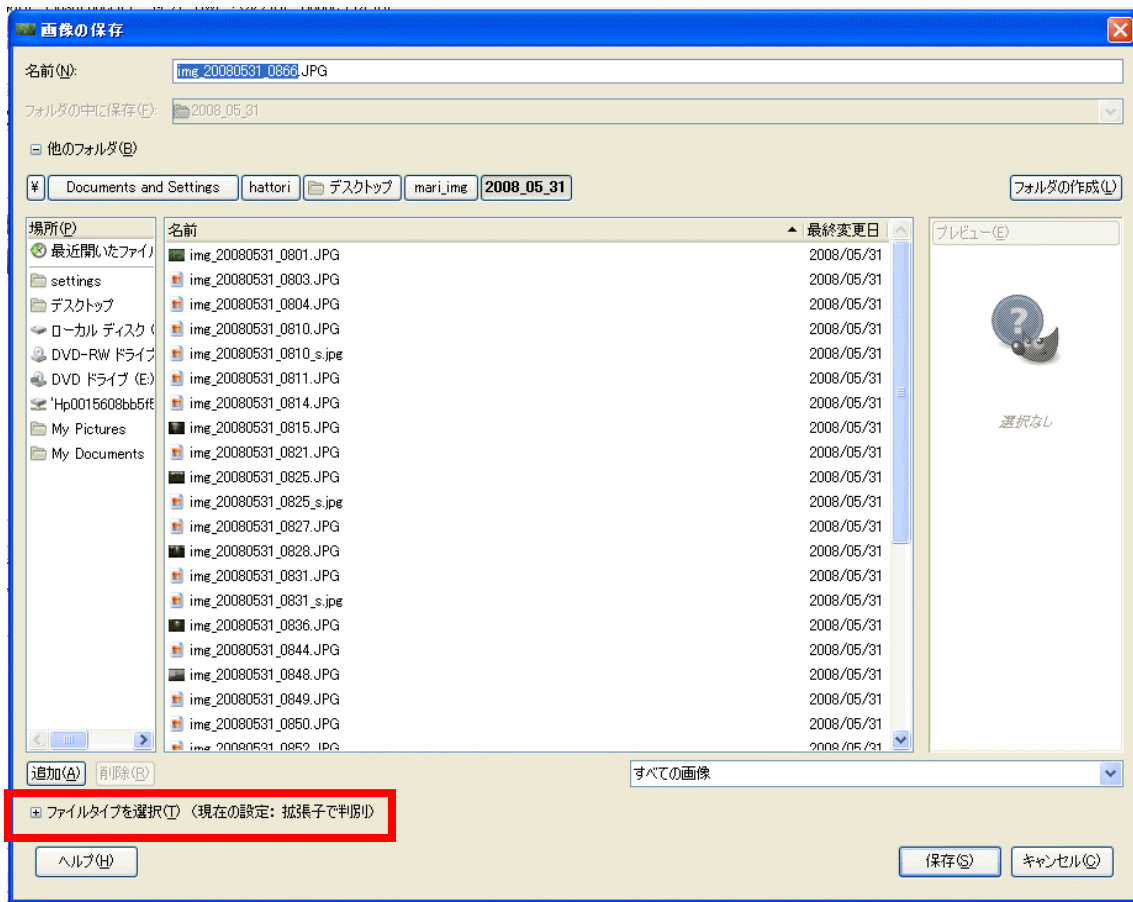
### 2. GIMP ファイル形式 (XCF 形式) で保存する

「画像ウィンドウ」の「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」で「GIMP XCF 画像」を選択・保存する。

### 第3章 ネットショップ開店と運営



(画面下部の「ファイルタイプを選択」の「+」マークをクリック)



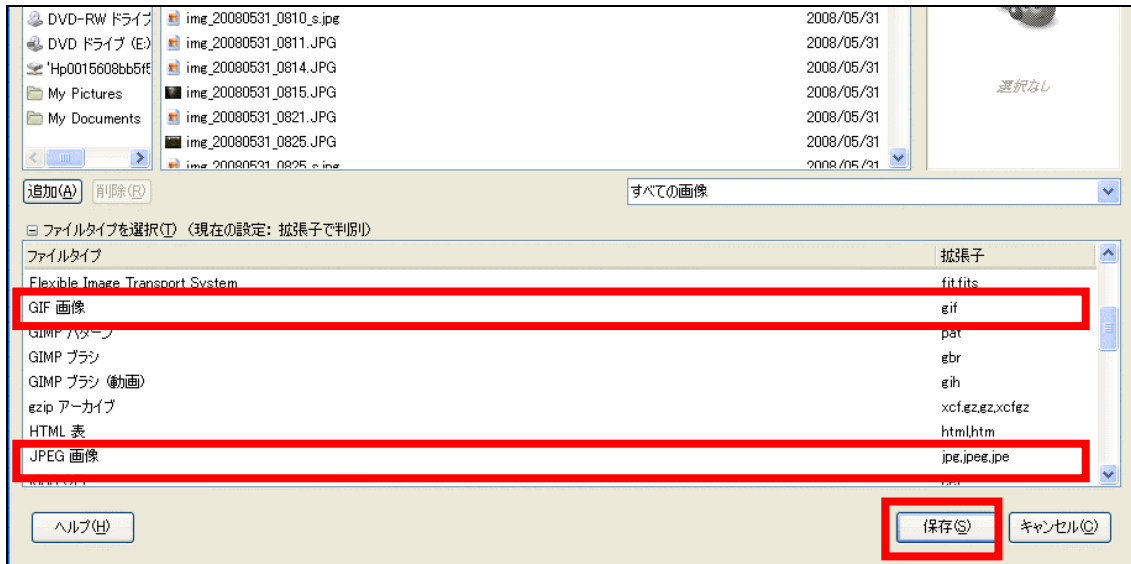
(画面下部に新たにファイルタイプを表示するため、「GIMP XCF 画像」を選択する)

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にはエクスポートの作業が必要。

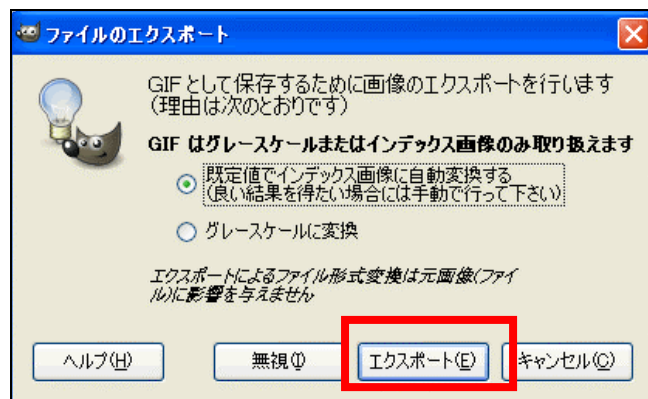
## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 3. ファイルを Web 用にエクスポートする (JPEG・GIF 形式でファイルを保存)

「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」で「Jpeg」又は「GIF」を選択・保存する。

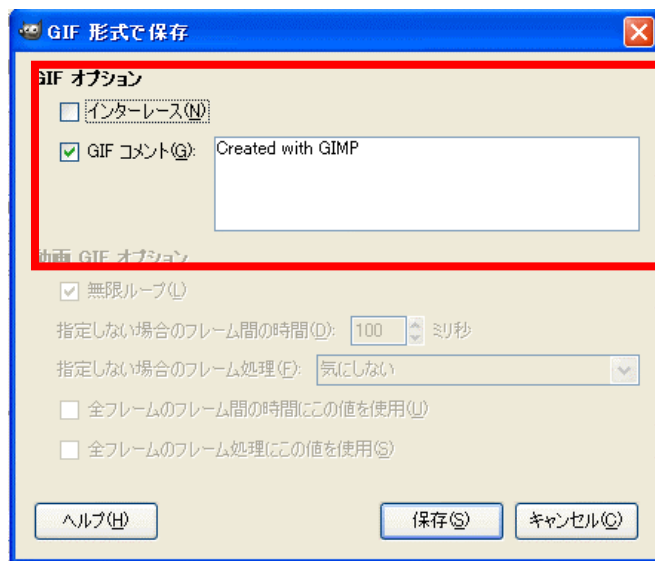


XCF の場合とは違って GIF 形式の場合は「ファイルエクスポート」の確認ダイアログが表示されるのでオプション設定後「エクスポート」を選択。



この時、画像にコメントを残すことが出来る。「インタレース」はファイルサイズが大きいい場合は一度に画像を表示するのではなく、徐々に表示する。

### 第3章 ネットショップ開店と運営



JPEG 形式の場合は「JPEG 形式で保存する」ダイアログが表示されるので「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。



( Jpeg 保存の際に表示されるダイアログで「画像ウィンドウでプレビュー」にチェックを入れると「品質」スライダーを操作しながらファイルサイズの確認と、その際の画質の確認が行える。)

以上がファイルの操作に関する概要である。

GIMP ではこのほかにも様々なファイル形式を扱えるが WEB では通常これらの操作が出来れば作業が行える。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

### (4) 画像の作成と加工

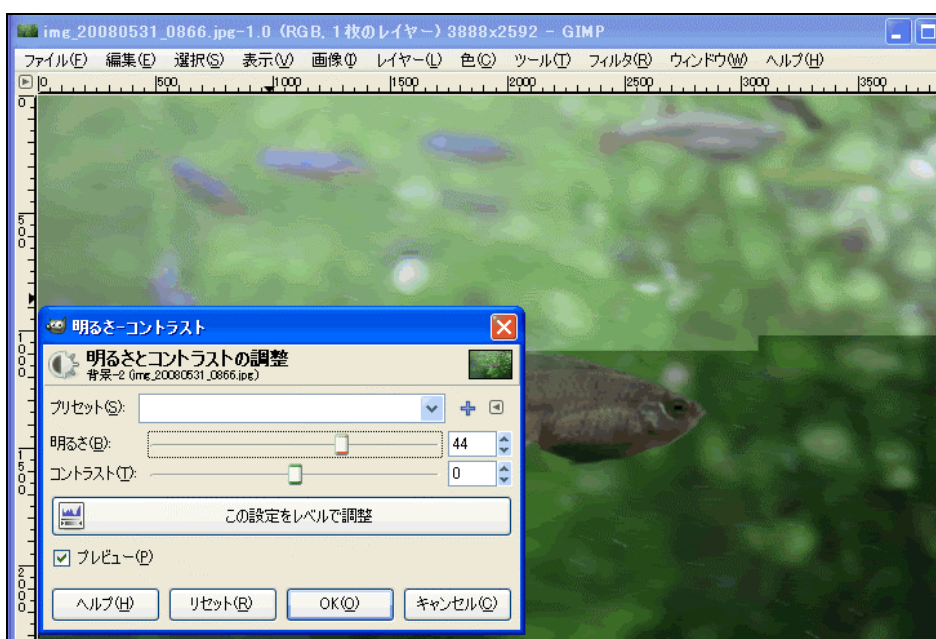
ここでは GIMP の良く使う基本的なツールやメニューについて紹介する。

#### 1. 色調補正する場合

色調補正は「色」メニューから行う。



- **画像が暗い場合** - 「色」「明るさ・コントラスト」メニューを選択。  
「プレビュー」にチェックを入れて「明るさとコントラスト」ダイアログで各スライダーバーを調節すると画面で結果を確認する事が出来る。  
明るさは文字通り画面の明るさを調節し、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。



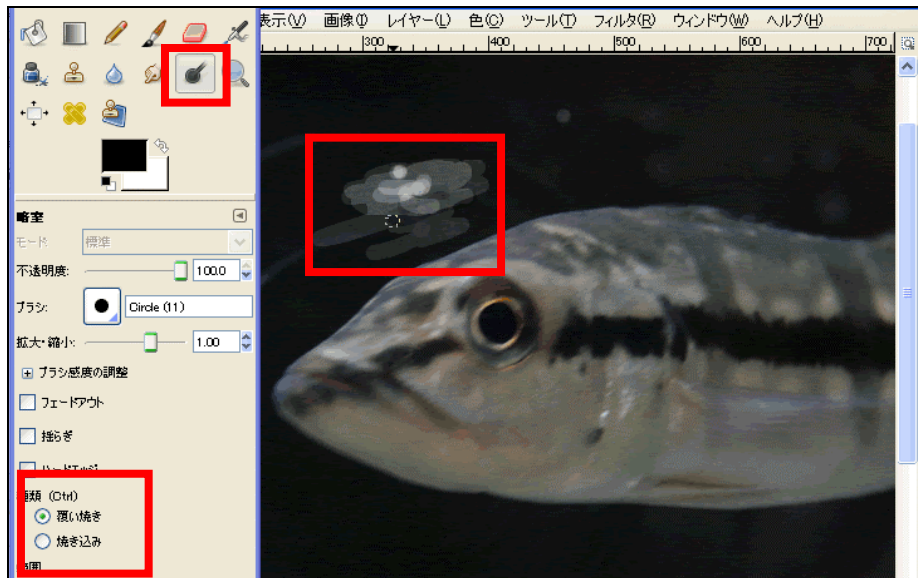


### 第3章 ネットショップ開店と運営

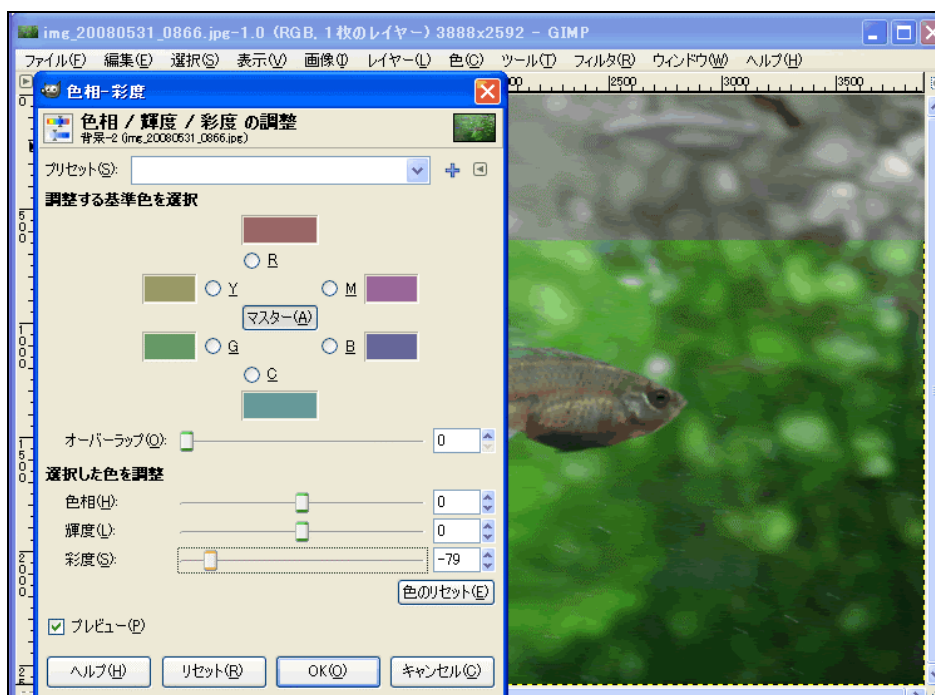
また、画像の一部分の明るさを調節したい場合は「暗室」ツールを使う。

「暗室」ツールはクリックしたところの明度を部分的に明るくする「覆い焼き」、逆に部分的に暗くする「焼き込み」などのオプションを選択し調整することも出来る。

下記の例では部分的に「覆い焼き」した為に、画像の一部が明るくなっている。



- 色見が違う・色が薄い・濃い場合 - 「色」「色相-彩度」メニューを選択。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。

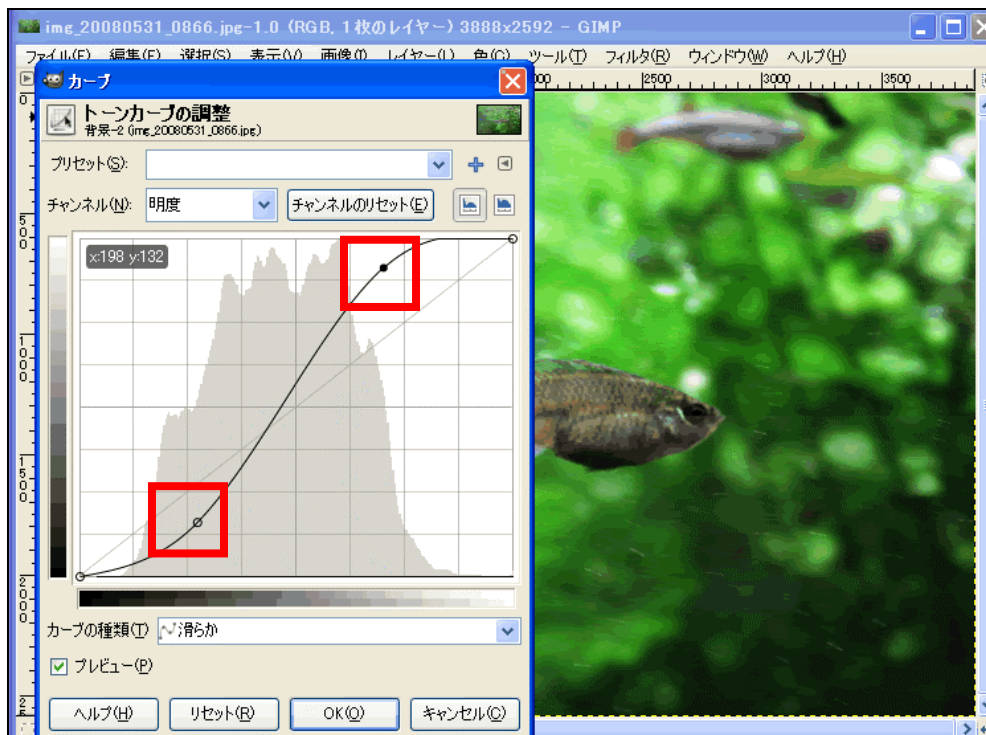


### 第3章 ネットショップ開店と運営

- 明るさや特定の色の階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（明度・赤・緑・青）を指定して特定の階調を調整する。

始めは左下から右上に斜線で画像データが表示されているが、それらの一部分をクリックするとポイントを作り、ドラッグでデータの線にカーブを掛ける事が出来る。

横軸が入力レベル、縦軸が出力レベルに対応し、「入力レベル」は画像修正（レタッチ）前の画像データを表し、左端が画像データの暗い部分・右端が画像データの明るい部分を表している。「出力レベル」は入力レベルを修正する際、上の方にポイントを移動すれば明るく、下のほうにポイントを持ってくると暗くなる。



つまりは、カーブを上膨らませた部分では明るくなり、下膨らませると暗くなる。カーブの角度が大きくなるとコントラストが強くなり、小さくなると弱くなる。上記の例では左下に一つポイントを作り下方にドラッグしてその部分を元のデータよりも暗く、右上のポイントでは元のデータよりも明るく修正したものである。

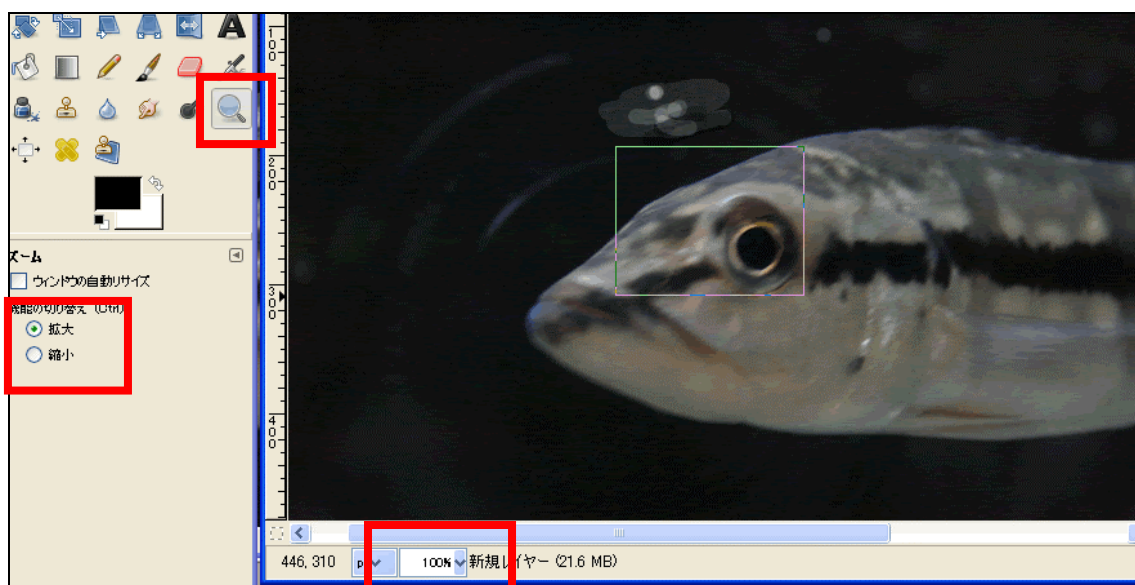
## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 2. 作業の際画像の一部分を拡大・縮小表示する

選択範囲を設定するような作業を行っている時、細部にわたって作業したい場合など画面を拡大表示すると作業が楽である。そのような場合は「ズーム」ツールを使う。

反対に拡大した後に元の表示に戻したい場合は同ツールのオプション「縮小」に切り替えて画面をクリックする。

また、画像表示ウィンドウの左下にある画面の表示倍率のプルダウンメニューを操作しても表示率を変更する事が出来る。



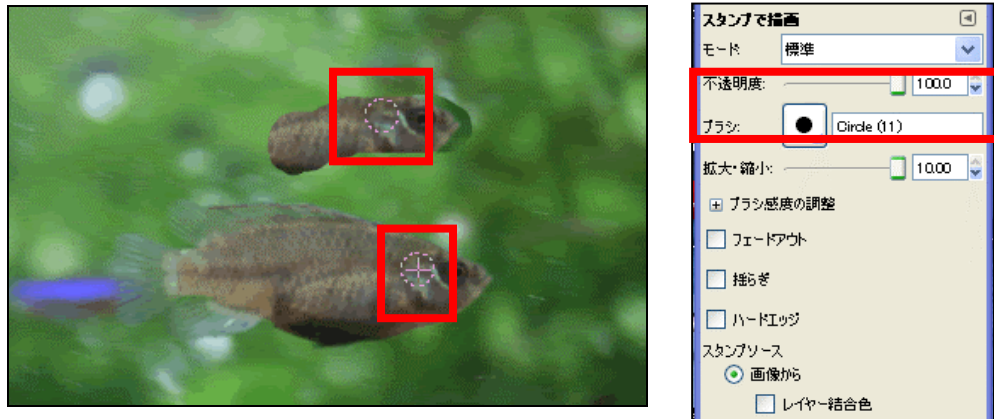
### 3. 画像の一部分をコピーする (スタンプツール)



画像の一部分をコピー＆ペーストする。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。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

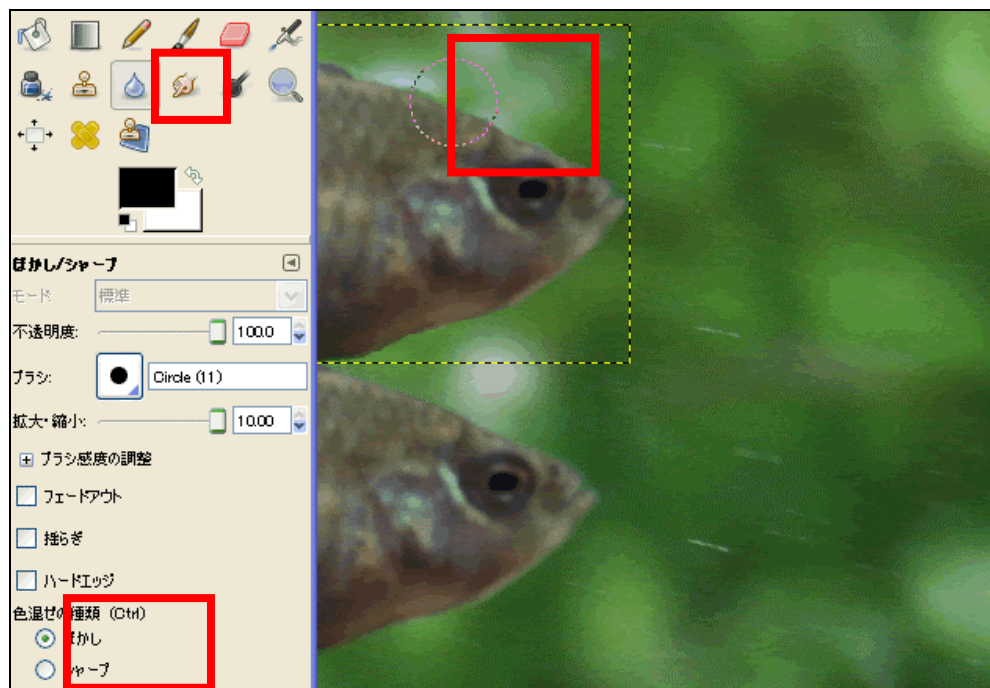


### 4. 画像をぼかす・シャープにする（ぼかし/シャープツール）



画像の一部をぼかす・シャープにする。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。

下記の例ではコピーした画像の周辺をぼかして馴染ませている。

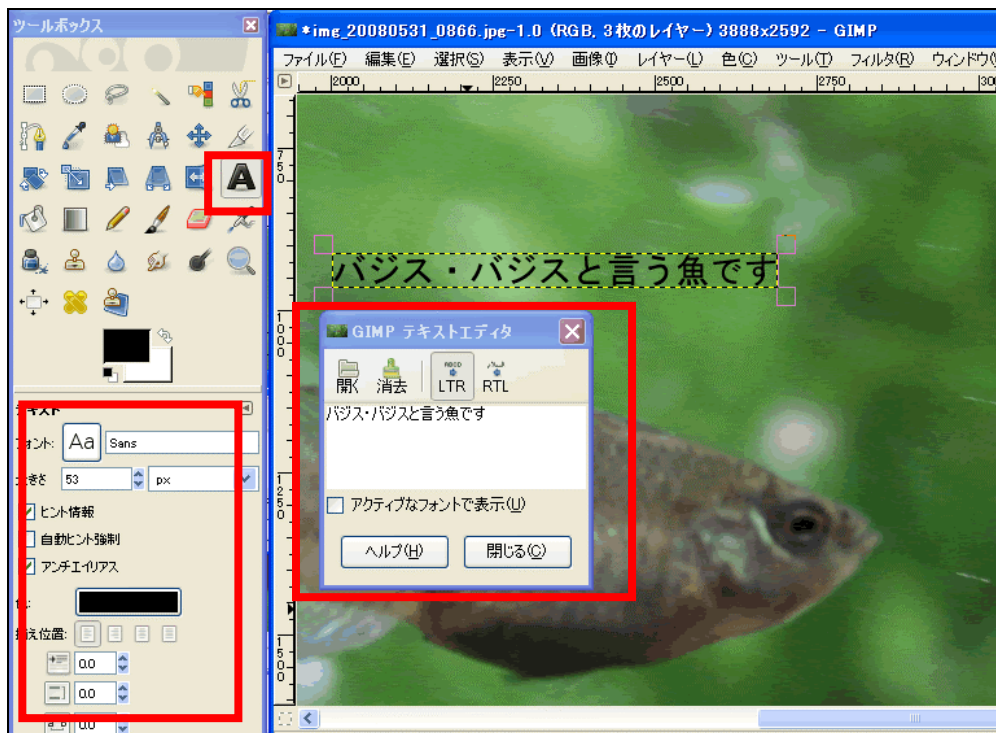


## 第3章 ネットショップ開店と運営

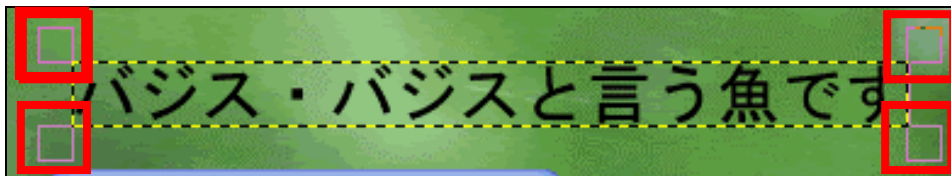
### 5. 文字の挿入（テキストツール）



画像に文字（テキスト）挿入する。 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。

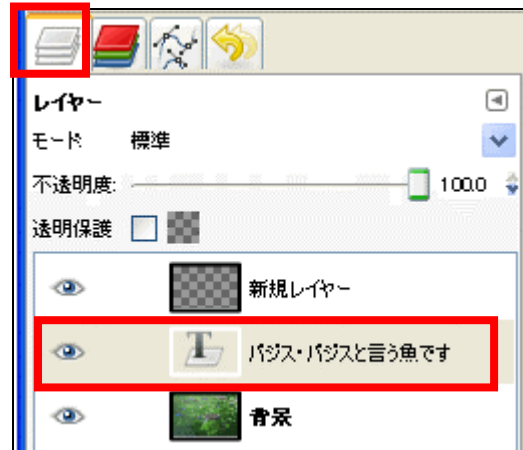


テキストの表示範囲はテキストツールを選択し、テキストエリアの四隅（又は上下左右）に表示される四角形のマーカーをドラッグして調整を行う。



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・非表示の設定が出来る。

## 第3章 ネットショップ開店と運営



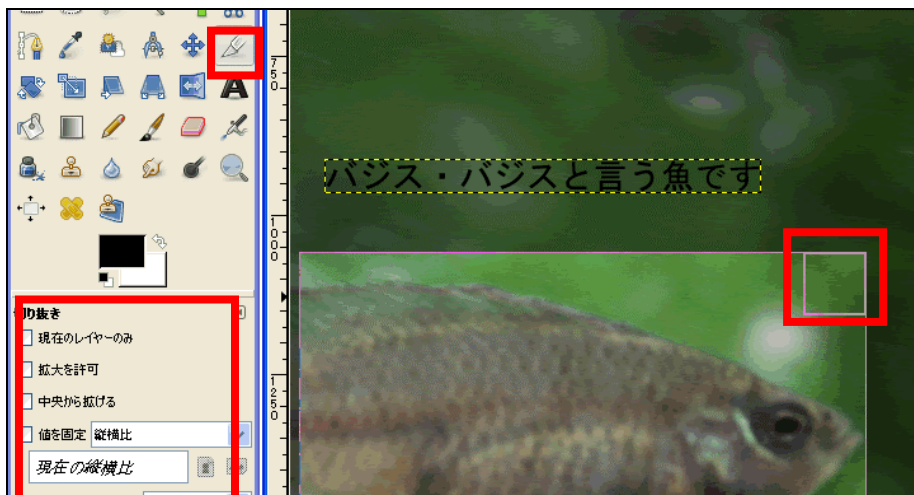
(テキストを作成するとテキストレイヤーが自動で作成される)

### 6. 画像の切り抜き (切り抜きツール)



画像の必要部分だけを矩形 (四角形) に切り抜く。 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 画像の拡大縮小。

通常切り抜く際は画像をドラックした時点で切り抜かれる以外の画像が暗く表示され、切り抜く部分の周りにはバウンディングボックスが表示される為微調整が可能。



## 第3章 ネットショップ開店と運営

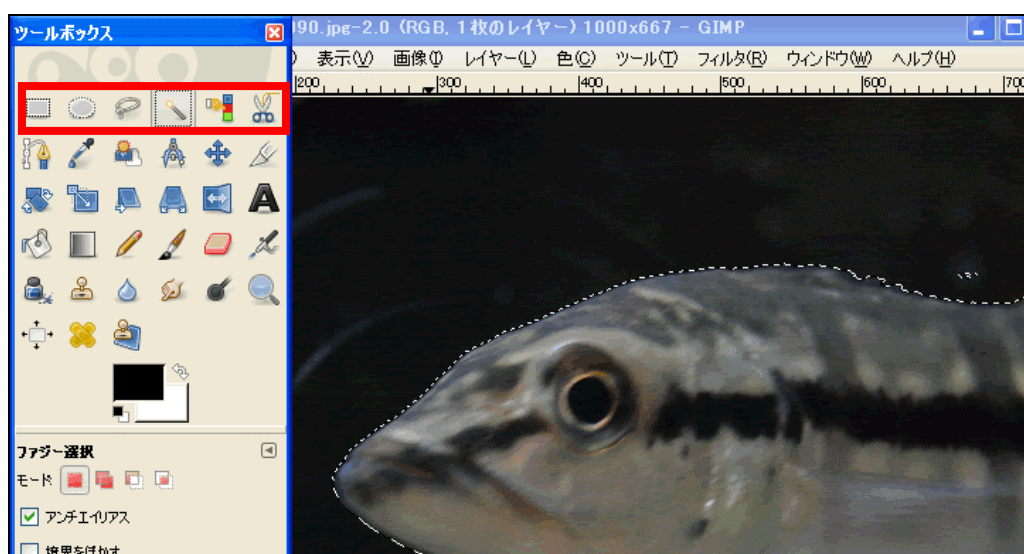
### 7. 選択範囲を設定する

先の切り抜きツールでは矩形にしか画像を切り抜けなかったが、画像を合成するにはもっと自由に画像を切り抜く必要がある。

そのような時に様々な形で画像の一部を「選択」ツールで選択する事が出来る。

「矩形」は四角形に、「楕円」は円形に、「わなげ」はドラッグしたとおりに選択範囲を指定する事が出来る。

また「ファジー選択」ツールではクリックしたところと似た色の部分を一括して選択する事が出来る為、選択したい部分が単色・又は色数が少ない場合など選択しやすい。



また「電脳ばさみ」ツールは切り抜きたい画像の輪郭をある程度大まかにクリックしていくことで、自動的に輪郭に沿って中間のポイントを作ってくれるツールである。背景と切り抜きたい画像の色がはっきり分かれている場合などに重宝する。

この様に選択範囲を設定したら「編集」メニューより「切り抜き」や「コピー」を行い、またそれらを「貼り付ける」事が出来る。

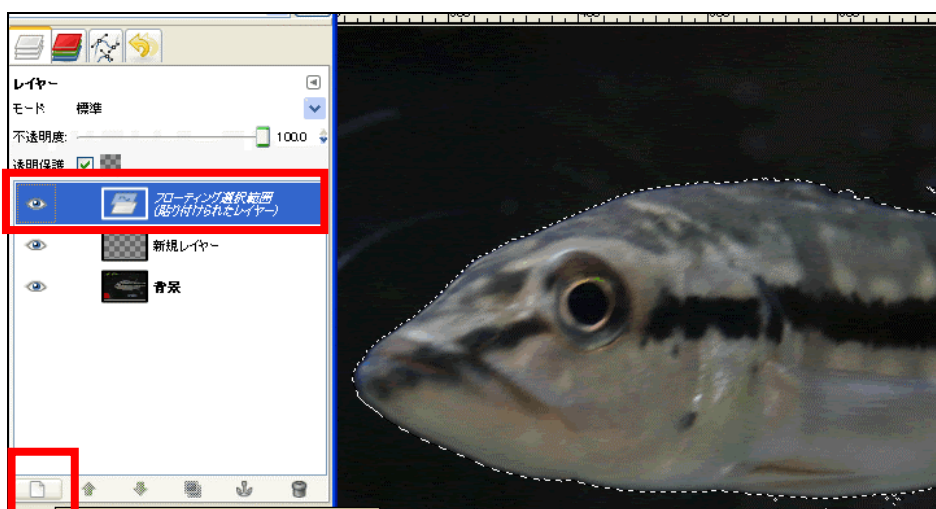
またそのように貼り付けられた画像は「フローティング選択範囲」としてレイヤーダイアログに表示される為、「レイヤーの新規追加」アイコンをクリックしてレイヤーに変換するか、「移動」ツールなどを選択して画面をクリックして確定する。

選択範囲は画面上部に「選択」メニューで様々な操作が可能。

例えば背景が単色の場合、背景部分を「ファジー選択」で選択し、選択範囲メニューで「選択範囲を反転」することにより、逆に対象物を選択することも出来る。

これら選択範囲は「選択」メニューの「選択を解除」もしくはショートカット「Ctrl」+「Shift」+「A」でも解除できる。

### 第3章 ネットショップ開店と運営



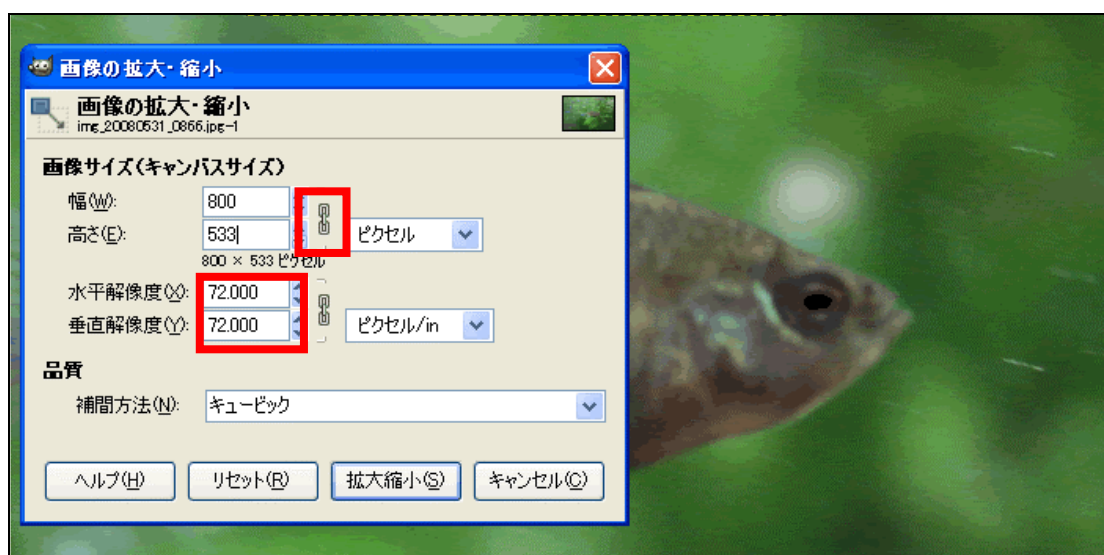
(貼り付けた直後の画像は「フローティング選択範囲」として扱われる)

#### 8. 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。

「画像」「画像の拡大・縮小」メニューを選択。「幅」「高さ」のいずれかを適切なサイズに変更する。「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。

ちなみに Web 用の画像の「解像度」は 72 p x が一般的である。

(解像度についての詳しい説明は本テキスト「4章商品写真撮影」を参照)





## 第3章 ネットショップ開店と運営

### 9. 色を塗る・消す

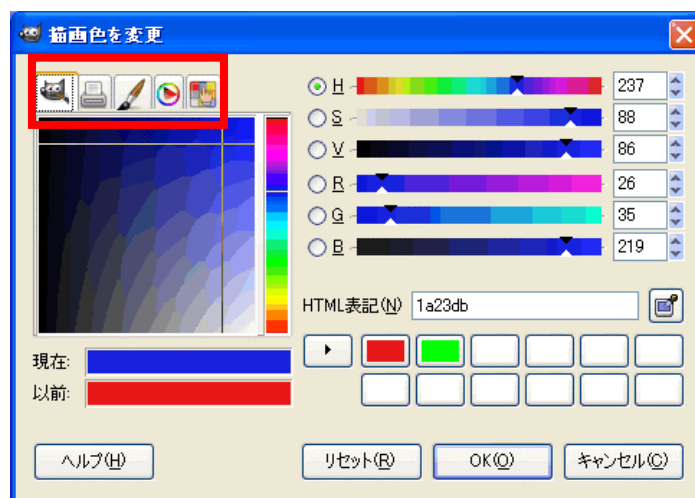
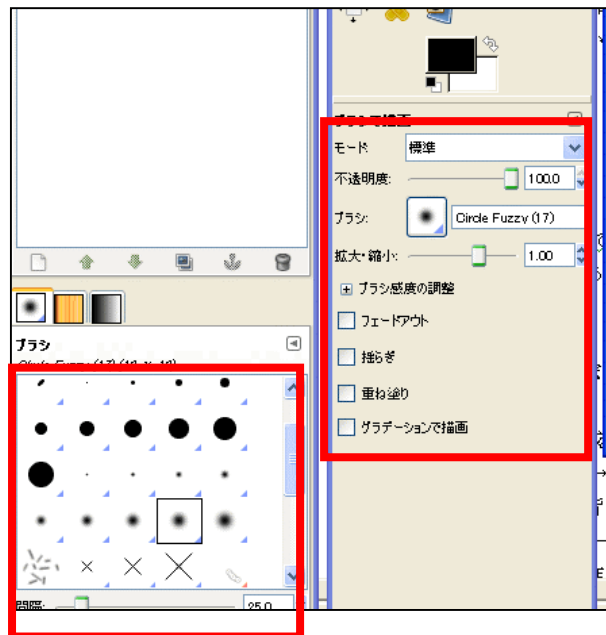
GIMPはレタッチ（画像修正）ソフトであるのと同時にイラストも作成できる。ツールボックスでは「鉛筆で描画」「ブラシで描画」等のツールが用意されていてドラッグしながら自由に線を描く事が出来る。

「鉛筆で描画」では輪郭のはっきりした硬いタッチのラインを「ブラシで描画」では輪郭にアンチエイリアスがかかった柔らかいラインを描く事が出来る。またその際に、ツールボックスでは透明度やラインの太さを、ブラシのダイアログでは筆先の形状を選択する事が出来る。

その時に描画する際のラインの色はツールボックスの「描画色」の色が使用される。

描画色はデフォルトでは「黒」であるがクリックすることで「描画色変更」ダイアログが表示され描画色を変更する事が出来る。

描画色を選択する際には「RGB」や「CMYK」など数種類のパレットで色を細かに選択する事が出来る。

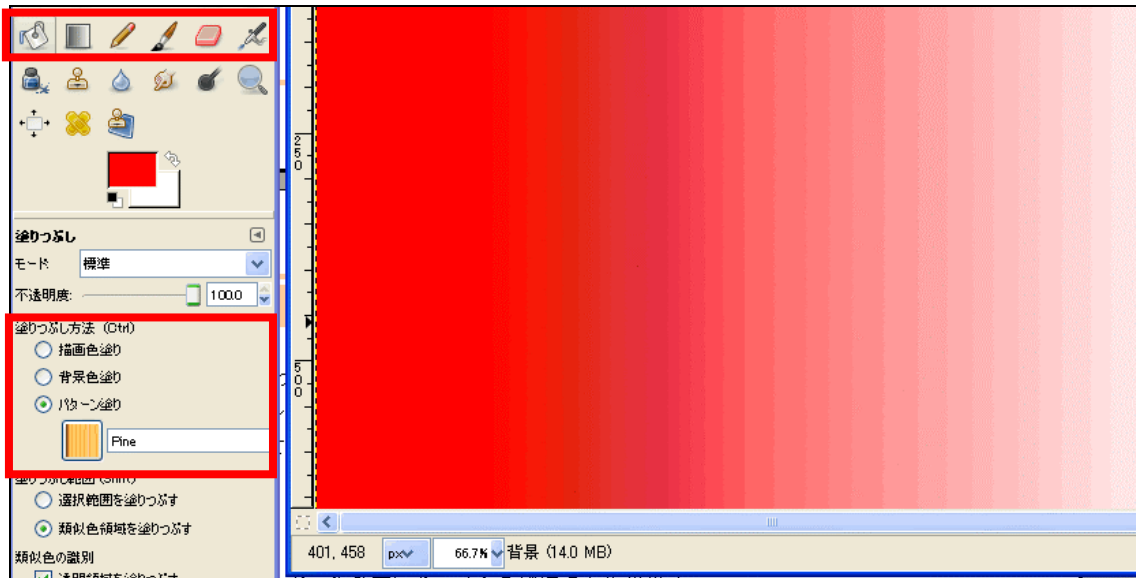


他にも何か別の色に合わせて色を指定したい場合は「スポイド」ツールで画像表示ウィンドウ上の任意の部分を選択しても良い。

## 第3章 ネットショップ開店と運営

その他、大きな範囲にわたって色を塗る際には「バケツ」ツールを、グラデーションで色を塗りたい場合は「ブレンド」ツールを利用すると良い。

それら広範囲にわたって色を塗る場合は選択範囲を設定して利用する場合が多い。



(塗りつぶす色は描画色や背景色、またパターンなどから選ぶ事が出来る)

また、逆に「消しゴム」ツールで書いたラインを消すことも出来る。

その際には実際にラインを消しているのではなく「背景色」でラインの上に色を上塗りしていることに注意する。

例えば背景に白とは別の色（黒など）を使用している場合に背景色をデフォルトの「白」に設定したまま消しゴムを使用すると白いラインが描かれてしまうので注意する。

以上が GIMP の基本的なメニューやツールである。

無料で使える GIMP は有料のソフトと同等の機能を持ち、ホームページで使用するボタン画像なども作る事が出来たり、ネットショップの商品画像のレタッチなど様々な場面で利用できるのでは是非活用して欲しい。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

ネットショップでは掲載している商品写真の良し悪しで商品の印象が大きく違ってくる。

本章では商品写真の撮影から補正まで、加えて Web で使用する画像の基本的な知識・テクニックに関して学習していくこととする。

### 4.1 デジタルカメラの基本

ネットショップで商品の撮影を行う場合、最低限カメラは必要である。

最近では従来のフィルムを使用したカメラとは別に、画像データとして撮影できる「デジタルカメラ」が一般的になってきた。

「デジタルカメラ」とは従来のように撮影した静止画をフィルムに記録するカメラとは違って、撮影した画像をデジタル信号としてフラッシュカードなどの記録メディアに記録するカメラのことである。

近年では簡易型のカメラ機能が携帯電話の一つの機能として取り入れられ、身近に写真を撮影する手段として定着している。

また、携帯電話のカメラよりも機能がワンランク上で価格も手ごろな「コンパクトカメラ」や、細かな設定も可能でレンズ交換によりいろんな被写体にも対応できる「一眼レフカメラ」などのカメラもある。



ただ、ネットショップの商品写真を撮影する場合は必ずしも高価な「一眼レフカメラ」やプロ用の照明器具が必要なわけではなく、場合によっては携帯電話に付属するカメラでも代用が可能である。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

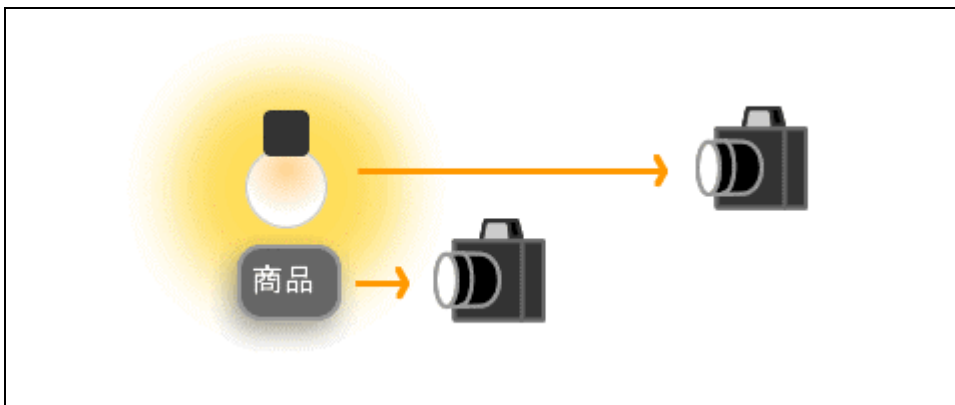
理由としては画素数の項でも触れるが、インターネット上で利用される写真・画像は印刷に使われる物と比べて解像度がかなり低い物でも問題なく使用できる為、100万画素程度の解像度を持つカメラ機能付き携帯電話で撮影したものであれば問題なく使用できるということからである。

その他、カメラを選ぶ際に注意すべき点として、そのカメラに「マクロ（接写）」機能・モードがついているかを確認すること。

撮影モードに関しては後述するが特に近づいて撮影しなければならないほど小さい商材（アクセサリ・雑貨など）の場合は接写（近づいて撮る）するとピントが合わずボケてしまうので撮影しづらい。

望遠機能を使って拡大して撮影することも可能であるが、商品からの距離が遠いため照明の光がカメラまで届かず暗く感じられたりすることもある。

新しくカメラを購入する場合で価格帯が同じものであればマクロ機能のあるものを選ぶとよい。



（商品の大きさは望遠機能などで補えるが、レンズに届く光の量は離れるにしたがって減ることになる、できれば近づいて撮影したい）

また最近では標準的な機能になった「オートフォーカス」も最低限欲しい機能の一つである。

本来ならば被写体までの距離やレンズを前後に動かして焦点を合わせて撮影するが、オートフォーカスはシャッターボタンを半分押すだけで自動的に焦点を合わせてくれる機能であり焦点が合った時点でシャッターボタンを最後まで押すことにより焦点の合った写真が撮影できる。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

便利な「オートフォーカス」であるが、中央にあるものにピントを合わせようとするので例えば二人で写真撮影する場合などでは、一度シャッターを半分押し他状態でどちらかの人間にピントを合わせてから改めて二人の中央にカメラの焦点を移動して最後までシャッターを切るなどの工夫も必要である。

新品でカメラを購入する場合は大丈夫だと思うが年式の古い中古品や、数千円程度で売られている海外製の激安品だと付いていないこともあるので注意すること。

また機材の項でも取り上げるが、シャッターを押す際に指先に力が入るためにカメラが揺れる状態「ブレ」が起こる場合がある。

小さいものを接写したり、遠くから望遠を使って撮影する場合も少しカメラが動いただけで大きくブレてしまう。これを回避するには三脚を使うと良い。最近では「ミニ三脚」と呼ばれる1,000円～3,000円程度の物が出回っているので、できればカメラ購入時に揃えておきたい。



また、「三脚」と合わせて手ぶれを押さえる為余裕があれば備えておきたいのがカメラに接続して離れたところでシャッターを切る事が出来る「リモートスイッチ」「リモートシャッター」等のアクセサリも販売されている。

リモートスイッチを使用するとカメラ本体を触らなくて良いため、結果的に手ぶれが発生し難い。



(リモートスイッチは2,000円前後と意外と安価で販売されている)

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

またどうしても三脚が使えないカメラ機能付き携帯電話などでは携帯電話を構えている手の肘などを反対側の手で押さえるなどすると、格段にブレ難くなる。

下記はそのような写真撮影時のちょっとした工夫の例をまとめてみた。  
この様な小さな点でも、工夫次第で普段とは違い上手に撮影する事が可能

デジタルカメラ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。本体に触らなくても良い「リモートスイッチ」等を使うとより効果的

携帯電話付属のカメラで撮影する時の様に。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。反対側の手でカメラを持った手の肘などを固定してあげると効果的

携帯電話付属のカメラでもしっかり構えて手を伸ばさないで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。

商品撮影では歪みが出ないように離れて望遠で撮るのが良い。  
ピントをしっかり合わせる。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から、後の建物等にピントが合い、肝心な人物は便とがぼけてしまう場合も。

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。これを**ピントロック**という。

上記の例でも、撮影対象の人物2人とカメラの距離は同じなので、どちらかの人物にピントをロックし、改めて2人を中心にした構図に戻し撮影すると良い。

写真は光がないと写らない。デジタルカメラ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。

写真を撮影する際に使用するには、デジタルカメラの基本的な用語や構造などを事前に知っておくと、より綺麗に撮影を行うことが出来る。

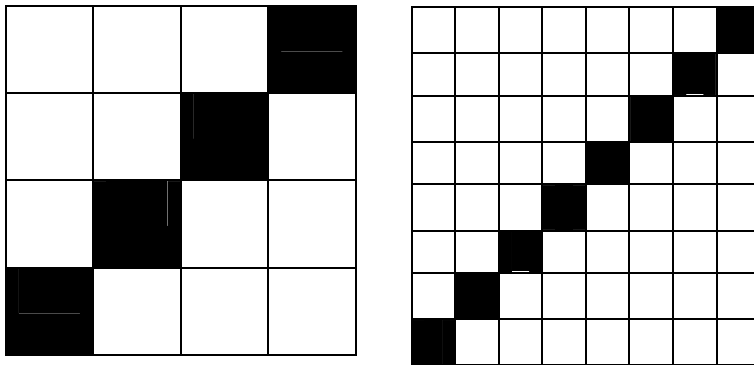
以下ではデジタルカメラの基本的な用語・知識について学んでいく。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (1) 画素数とは

画素数とは、どれだけ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。

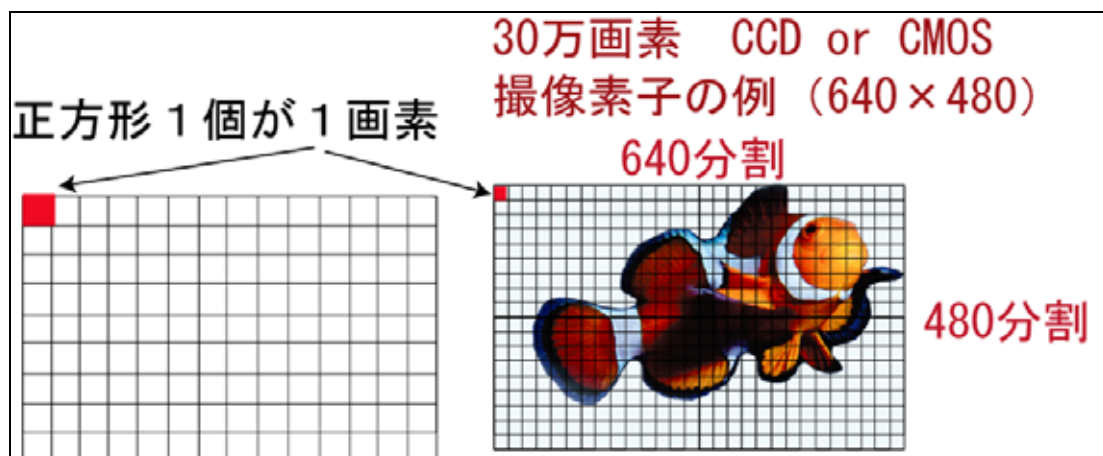
例えば、同じ大きさの紙にそれぞれ違う大きさのマス目をつくりそこに斜線を表現したとする。



左のマスは一つ一つが大きく、斜線を表現してもガタガタとした大雑把な印象のものになってしまう。

対して右のマスは一つ一つが左のものより小さく、若干滑らかになったとも言える。

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マス(もしくは点)のことである。



(画素数が多く、一つ一つのマス目が小さくなれば細かな表現が可能になる)

これが沢山集まって並べば写真になる。

画素とは通常小さな正方形や長方形である。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

このように画素数が多ければそれだけ細かい描写が可能になり、形だけでなく色に関してもより細かな表現が出来る為、綺麗な写真を撮るのであれば一般的に画素数の多い写真を取れるカメラで撮影に望んだほうが良いといえる。

以上のように画素数はデジタルカメラの性能を示しているが、すべて画素数の多いカメラで撮った写真でないといけないという訳ではなく、撮った写真を何に使うかで必要・適切な画素数が決まっており、場合によっては画素数の少ない安価なカメラでも、十分役割を果たす場合もあるので、機材の調達の際には覚えておくと良い。

現在少ないものでは35万画素くらいから、300万とか500万画素の製品も出ている。

プロ用では1000万画素から4000万画素以上のカメラもある。

参考のために画素数と写真撮影の目的を分けてみる。

画素数	写真撮影の目的
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	葉書や写真の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をしてもきれい。
1000万画素から2,200万画素以上	一眼レフデジタルカメラ等で、ハイアマチュアやプロのカメラマンのためのもの。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (2) 撮像素子

画素数の項でもキーワードとして記載があったが、デジタルカメラの性能を表す項目の中に「撮像素子」というものがある。

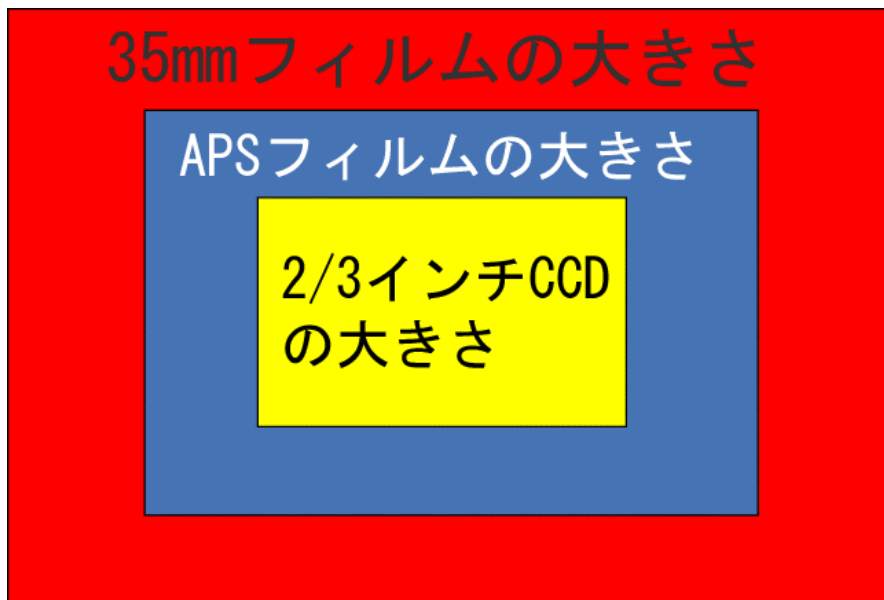
撮像素子とは、従来のカメラでは「フィルム」にあたり、「CCD」や「CMOS」などが使われている。

撮像素子はそのサイズが大きいほど1画素当たりの情報量が増える為、撮像素子の大きさの違う機種で同じ画素数で比較した場合は結果的に綺麗な写真を撮影する事が出来る。

フィルムカメラではフィルムのサイズが大きい程綺麗な写真になるが、デジタルカメラ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 といわれることが多く、CCD 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 などとカメラの説明書やカタログに書いてある場合は、この CCD のサイズのことである。



(撮像素子の大きさ比較、35mm フィルムは 36×24mm、ASP フィルムは 23.4×16.7mm、それに対して 2/3 インチの CCD の大きさは 8.8×6.6mm )

## 第 4 章 商品写真撮影・修正基礎

### (3) データの保存媒体（メモリーカード）




デジタルカメラで撮影を行うと、従来のフィルムとは違って映像を画像データとして保存する事が出来る。

その際に、それらのデータを蓄積・保存する為の媒体として「メモリーカード」を用いている。




メモリーカードには様々な規格・種類があり、カメラに応じて使えるものが決まっているので注意が必要。

メモリーカードの中のデータは消して何度でも使えるが、特に野外などでメモリーカードが一杯になった時にでも複数持ち歩いていると、簡単に差し替える事が出来るので便利である。

以下にメモリーカードの種類と特徴を記す。

メモリーカードの種類	説明
スマートメディア 	データが 128MB 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 128MB 程度入るものや、もっと沢山入る 1GB から 16GB のものもある。
マイクロドライブ 	コンパクトフラッシュ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、コンパクトフラッシュを使うデジタルカメラで使える。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

メモリーカードの種類	説明
メモリースティック 	Sony のデジタルカメラに使う、16GB くらい入るものがある。
メモリースティックプロ デュオ 	
SD CARD 	主に松下電気の製品に採用されている。 16GBのものもある。

他にも様々な種類のものがあり、毎年新しい規格に沿った大容量のメモリーカードも発売されている。

### (4) データの転送（パソコンとの接続）

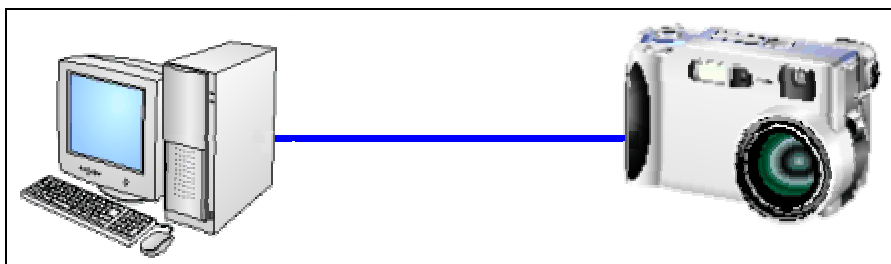
デジタルカメラで撮影を行い、それらのデータをメモリーカードなどの記憶媒体に保存できるが、それらのデータをネットショップの商品画像として使う為には一度パソコンに取り込む必要がある。

以下ではパソコンにデータを転送する方法について学んでいくこととする。

#### ケーブル接続

パソコンとデジタルカメラを直接接続する際には、通常接続用のケーブル（USB ケーブルや IEEE1394 ケーブル（iLink））などを使い、デジタルカメラとパソコンを直接つないでデータの転送を行う事が出来る。

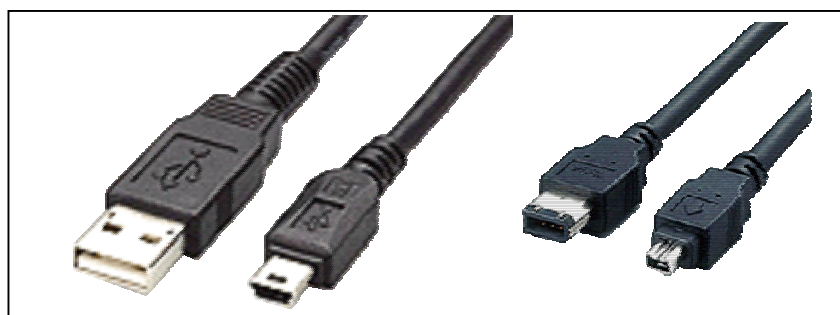
## 第4章 商品写真撮影・修正基礎



デジタルカメラが接続されたことをパソコンが自動的に判断して、Viewer (ビューワー) ソフトが立ち上がるというのが一般的だが、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が必要。

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。デジタルカメラのメモリーカードに記録されている画像データが Viewer で見えても、まだパソコンに取り込まれた訳ではないので間違わないようにする。

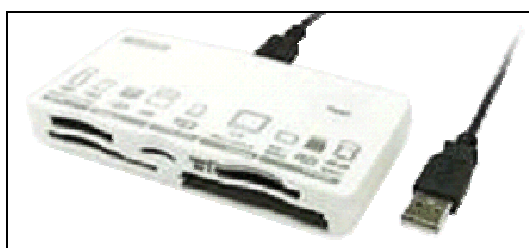
USB ケーブルは使っているデジタルカメラに付属している場合が多いが、デジタルカメラの種類によってカメラ側のコネクタの形が違っているものがあるので、メーカー純正のケーブルや、デジタルカメラ付属のケーブルを使う必要がある。



(左が USB ケーブル タイプ B の例、右が IEEE1394 ケーブル 6 ピン 4 ピンの例)

### カードリーダー

前述したようなケーブル類が手元に無く、パソコンとデジタルカメラを直接接続できない場合や、手元にカメラ本体がなくメモリーカードしかない場合などは「カードリーダー」と呼ばれるメモリーカードとパソコンをつなぐ機器が発売されているので活用すると便利。



## 第 4 章 商品写真撮影・修正基礎

メモリーカードを挿入したカードリーダーとパソコンを接続した際に、パソコン側には「リムーバルメディア」として認識され、必要に応じて抜き差しすることができる為、複数のメモリーカードを使って撮影した場合などは都合が良い。

カードリーダーは OS によってはドライバをインストール (WindowsXP や Vista など比較的新しい OS の場合はドライバのインストールが不要の場合が多く、およその場合ケーブルを差し込んだだけでも認識してくれる) して USB など付属のケーブル類で接続する。

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るが、最近の上位機種では約 50 種類ほどのメモリーカードに対応するものもあり、一つ手元があれば自分のものだけでなく他人からデータを預かるときにも重宝する。

### カードアダプタ

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られるスロットがある。



(ノートパソコン側面にあるカードスロット。対応する機器を差し込む事が出来る)

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入れるとメモリーカードを差し込めるようになる。



(カードアダプタ)

メモリーカードをこのアダプターに差し込んだらパソコンは新しいドライブが出来たと認識し、画像データの取り込みが出来ようになる。

### 4.2. ネットショップで使用する画像データ

ネットショップをはじめ、Web で使用する写真・画像データにはいくつかの決まりごとがある。

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、J P G 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扱えるデータ形式にすること
4. 特殊なデータ形式は使用しないこと
  - - - JPEG (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と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成すること。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

特に Web 上で画像を使用する際には、ブラウザがデータを表示する際になるべくダウンロードする時間が短くなる様、ファイルサイズ(画像データのサイズ)をある程度「圧縮」と言う形で小さくしなければならない。

ただその際にはファイルサイズを小さくすると引き換えに画像の劣化や減色を伴う。

また、画像によっては見た目上同じように保存しても、各画像形式でファイルサイズが格段に小さくなる場合もある為、各画像形式の特徴を把握する事が大事である。

次では各画像データの形式について学ぶこととする。

#### JPEG(JPG)

拡張子が「.jpeg」「.jpg」等で表される JPEG 画像は 1670 万色を取り扱える為、写真などの画像データに適した画像形式である。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

ファイルサイズを小さくする為には「圧縮」と言う形を取るが、ファイルサイズを小さくすればするほど「ブロックノイズ」と呼ばれるモザイクのような画像の荒れがおこる。



(ファイルサイズを小さくするとブロックノイズと呼ばれるモザイクのような画像の荒れが起こる)

また透明の表現が出来ない為、ホームページで背景色を透過させるような場合は後述のGIFやPNGを利用する必要がある。

1. データサイズが小さくても画質が良い
  - - - 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
2. 1670万色を取り扱える - - - 24bit 処理
3. 切り抜きを行う場合には透明データが扱えない
4. 拡張子は - - - .jpeg、.jpg

### GIF

拡張子が「.gif」で表される GIF 画像は画像に使用する色数を減らすことでファイルサイズを小さくする事が出来る。その際、滑らかに色が変わってグラデーションするような部分を無理やり少ない色数で表現しなければならない為、色の境がはっきりと出てしまう場合がある。



(この画像では色数が少なすぎて影の部分に色の境が出来てしまっている)

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

扱える最大色数からも、どちらかと言うとイラストのような色の境がはっきりしたものに適している。

また、JPEG との大きな違いは透明の表現が出来るのでホームページに貼り付けた際、ページの背景を透過する事が出来る。

その他、アニメーション形式の画像もサポートしているのも特徴の一つ。

1. **データサイズが小さいと画質が低下する**
  - - - 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
2. **256色で表示される** - 8bit 処理
3. **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**
4. **拡張子は** - - - .gif

### PNG

数年前 GIF のデータ圧縮アルゴリズム「LZW」形式の利権をもつ米 UNISYS 社が、利用料を請求する旨を発表し、GIF 画像に変わる画像形式として急遽広まったのがこの PNG 形式である。その後、UNISYS 社の利権は消失した為、また安心して GIF 画像を利用する事が出来るようになり GIF 画像にそのシェアを完全に譲る事が無かったが、画像以外にも様々なデータを埋め込む事が出来る仕様から Adobe 社の FireWorks など画像編集ソフトの編集ファイル形式などとしても採用される事となった。

特徴としては JPEG と GIF の良いところ取りのような感じであるが、古いブラウザでは表示できないこと、JPEG や GIF に同じように書き出した場合データサイズの面では若干大きめになってしまうなど若干のデメリットもあるが、メリットの面ではそれを補って余りあるものがある。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

1. 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 Explorer4.0 以上 Netscape4.0 以上  
- - - 80KByte 程度でも写真の画質は実用に耐える
2. 280 兆色を取り扱える - - 最高で 48bit 処理
3. 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
4. 拡張子は - - - .png
5. まだ一般的になっていないが将来は画質も良く有望

以上が Web・ネットショップで使用される主な画像の形式である。

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しないで先の画像形式の圧縮や減色のオプションを使用してファイルサイズを抑える事。

画像ファイルの大きさは先に述べた画素数に比例する。

デジカメの画素数とは、写真を構成するドットの数のことであるが、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る。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までに時間がかかりかかる。

ホームページ用に速く見ることのできる、適した大きさにリサイズする必要がある。

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する。

### 4.3. 撮影の基本

では、実際に写真を撮る際の知識・テクニックに関して学んでいくこととする。

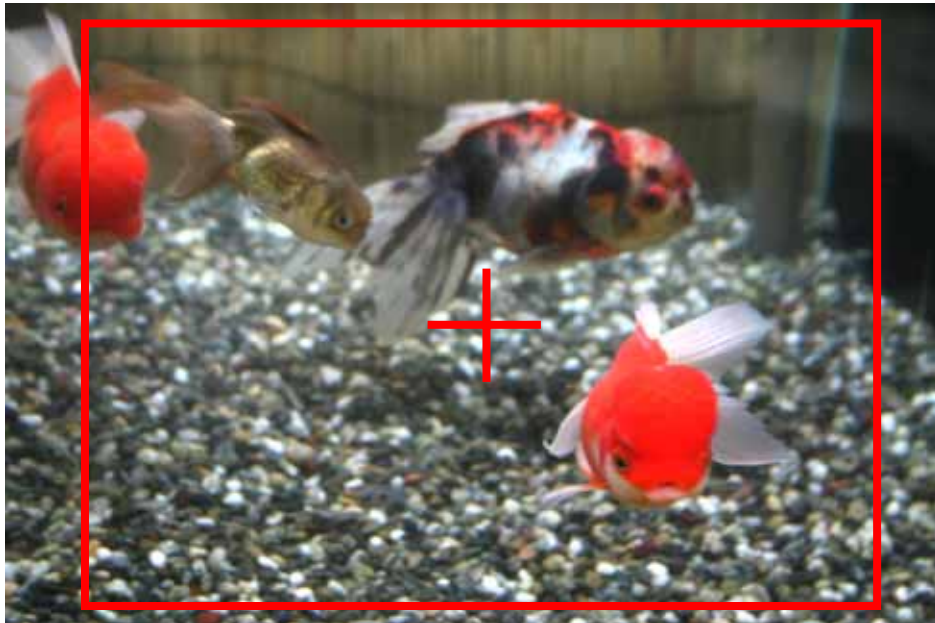
#### (1) フォーカスロック

写したいものが中心にない場合、ピントはずれてしまう。オートフォーカスは、中心でピントを合わせるが、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を合わせてしまう。

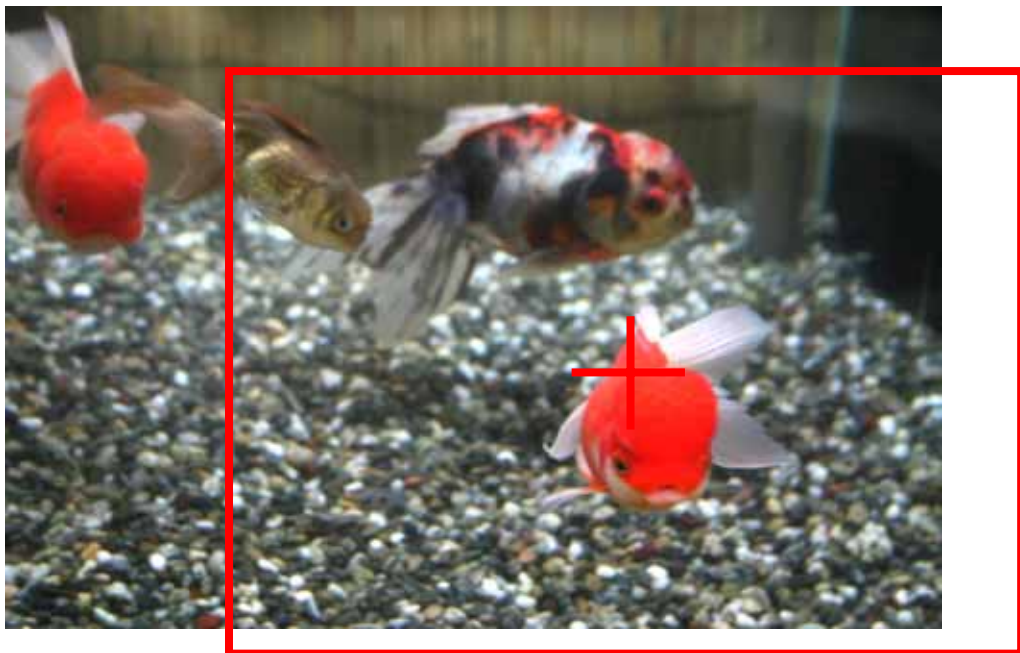
## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

フォーカスロックとは、あらかじめピントを合わせておき固定することである。

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。

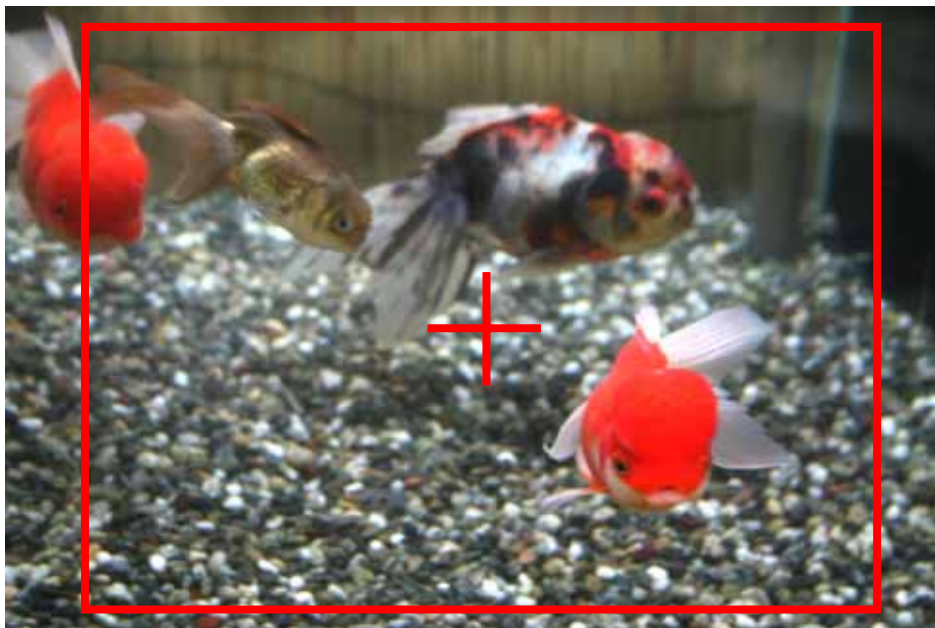


(枠線をファインダーの視界とした場合、このままシャッターを切ると後ろの金魚にフォーカスが合ってしまう。)



(なので、一度フォーカスを合わせたい被写体を中心にピントを合わせる)

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎



(最後に、また構図を戻し、シャッターを切る)

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る。シャッターボタンを半押しするとピントを合わせる音や表示があるので、ピントがぼけてないことを確認してシャッターを切る。

### (2) 接写モード

近づいて撮影する場合、カメラのフォーカスを合わせる為には近づける距離が決まっているので注意。

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ない。

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・花のマーク等)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る。



(モードダイヤルで花のマーク等を選択すると接写モードで撮影できる)

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

文字や模様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。

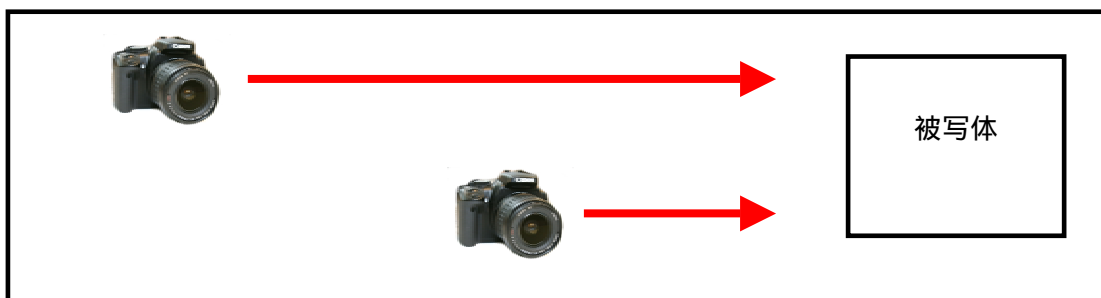


（接写モードは商品のラベルなどを撮影する際に活躍する）

### (3) ズームで望遠撮影を活用する

カメラはレンズをズームすることによって遠くのを撮る事が出来るが、このレンズのズームを目一杯行った時の状態を望遠(テレ)端、逆にズームをまったく行っていない場合は広角(ワイド)端と言われ、同じものを撮影してもそれぞれの側で撮影した場合は違うニュアンスの写真が撮影出来る。

（この時ファインダー内に被写体を収める為に、レンズでその多さを調節するのではなく撮影者のほうが調節の為に自ら移動することになる）



「広角」は文字通り「角度が広い」、つまり広い範囲を撮影する際に使うもので「ワイド」とも言われ、「望遠」は遠くのを大きく引き寄せの際に使い「テレ」ともわれる。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

ただ、ズーム倍率の利用は遠くのものを写すときには望遠にし、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ない。

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る。

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るがその違いは次のような点である。

### 【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

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。



(冷凍食品トレイの四辺の寸法が、左側の広角(ワイド)よりも右側望遠(テレ)で撮影の方が正しく表現されているのが分かる)

### (4) ズームで広角効果を活用する

前項では望遠(テレ)撮影の特徴について述べたが、広角(ワイド)撮影にも以下のような特徴がある。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### 【広角(ワイド)撮影の特徴】

1. 背景の写る範囲が広がる。
2. ピントの合う範囲が広く少し離れた物や近いものにもピントが合う。
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。

広角(ワイド)撮影では、特に被写体が歪むという特性がメリットであり、逆にデメリットとも言える。

この特長を生かして可愛い雑貨やペット・キャラクター商品などを広角(ワイド)撮影で近づいて撮ることにより、頭でっかちの様なデフォルメした印象を与えることも出来る。

撮影する商品によって望遠・広角を使い分けると良い。

### (5) 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る。

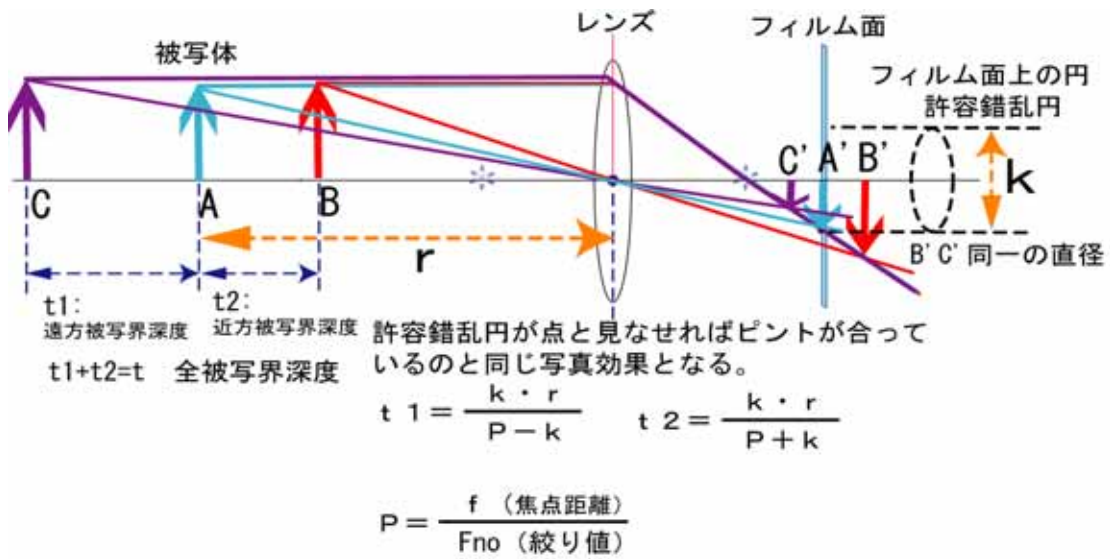
人間の目は一点にしかピントが合っていないのに、その前後も焦点が合っていると考えてもよい範囲がありこの範囲のことを「被写界深度」と言う。被写界深度は、絞りを絞るほど深く、絞りを開けるほど浅くなる。

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る。(そのため前述のように広角・望遠で背景の写り方に開きが出る)

また焦点の手前側より、遠くの方が広くなる性質もある。

絞りを解放に近くすると、奥の方も近くもボケてしまうが、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ない。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

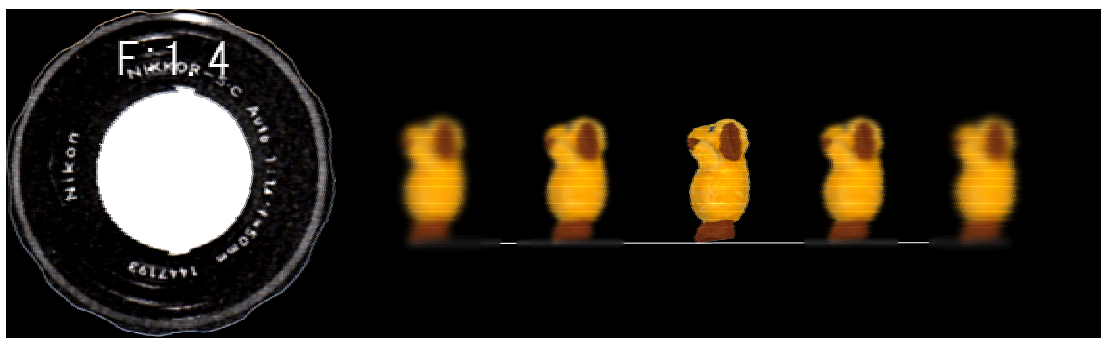


絞りの単位を「F値」と呼び、F値を小さくすることを「絞りを開く」といい、F値を大きくすることを「絞りを絞る」という。



(上記はレンズを前から見た様子。左が絞りを絞った(F値を大きくした)状態、右は絞りを開放した(F値を小さくした)状態。)

下の画像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る。



(絞りの状態(F値が大きいと通る光が少なくなる)、ピントの状態(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))

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

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できる。

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る。

左の写真は絞りを明けていた為側面や上面の奥がボケている。

右の写真は絞って撮ったため全体にピントが合っている。



### (6) 露出のモード

この項では露出モード（絞りとシャッタースピードの関係）を理解する。

露出とはレンズのシャッターを開閉して、乾板・フィルムの感光膜、デジタルカメラの場合は撮影素子に光を当てることであり、シャッターのスピードや絞りを調節して綺麗な写真が取れるように調節された露出を特に「適正露出」という。

同じ光の量ならシャッターを長い時間開けていたほうが光を多く撮影素子に当てることができるし、絞りを開けばより多くの光を取り込むことができる。

ただ過度に光を取り込み過ぎると画面が白く光った状態「オーバー露出」になり、逆に光の量が足りないと画面が暗くなってしまう「アンダー露出」となる。

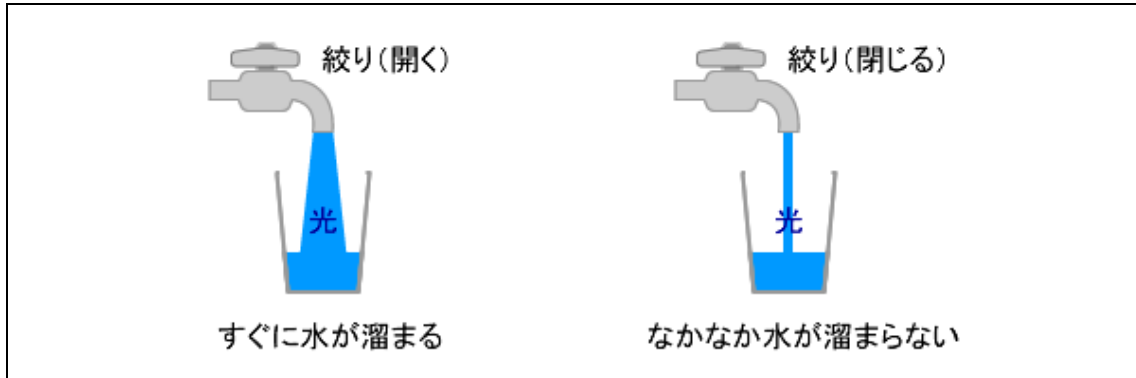
下記は光の量を水道水、適正露出をコップに例えた図である。





## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

コップぎりぎりに水を貯める（適正露出）にするには水道の蛇口を捻り、水を出せばよいが、その際にも一挙に蛇口を捻って短時間でコップを水で満たすやり方と、チョロチョロと少ない水の量で長い時間かけてコップを水で満たす方法があることが想像できる。



この際の蛇口を開けている時間がシャッターを開いている時間（シャッタースピード）に相当し、蛇口の開き具合がレンズの絞りに相当する。

この蛇口の開き方（絞り）と開いてる時間（シャッタースピード）を撮影する環境・機材や被写体によって微妙に調整すると撮影者が望む露出（適正露出）に近づけることができる。

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。

（下記に各モードとメニュー記号を併記しているが、メーカーによっては違う記号やモードの名称になっている場合があるので注意。写真は Canon EOS Kiss Digital X でのモードダイヤルの例）

### 1. 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る。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。





## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

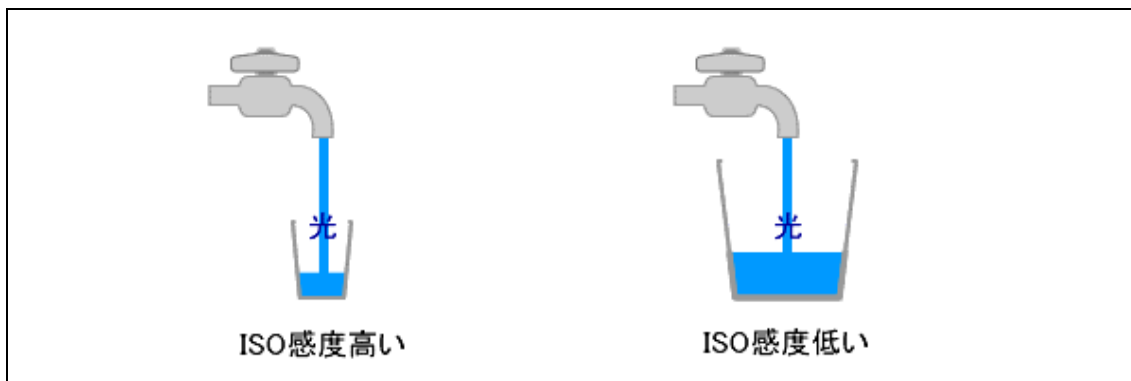
上記が主な露出モードであるが、初心者向けに撮影する被写体や環境に応じて露出やその他の設定を組み合わせ、最適な撮影が行えるように設定されたモードもある。

	全自動モード	すべての設定をカメラに任せる設定。 ストロボも自動で発光。
	ポートレートモード	人物撮影に最適化したモード。 背景をぼかして人物がひきたつよう撮影することができる。
	風景モード	遠くの風景にピントを合わせると同時に、絞りが絞り込まれ、風景をくっきり撮ることができるモード。
	クローズアップモード (マクロモード)	被写体に寄って撮影することができる。 ネットショップ用の商品写真では一番利用頻度が高いモード
	スポーツモード	動いている物をブレずに取れるよう最適化されたモード。
	夜景ポートレート	暗いところで撮影するとフラッシュが近い物しか照らすことができず夜景撮影などでは人物しか写らないかが多いが、このモードでは背景も綺麗に移すことができるように設定されている。
	ストロボ発光禁止モード	被写体に近すぎたり被写体自体が光を反射するような場合はストロボを焚くと反射光などで画面が真っ白になったりすることがある。 あえてストロボを使わないように設定しているモード。

また、撮影素子の感度（ISO 感度）を調節すると適正露出に必要な光の量も調節することができる。

これは感度を上げると一度に取り入れられる光量を増やすことができるためで、前述のコップと蛇口の話で説明すればコップの大きさ自体を大きくしたり、小さくしたりすることに等しい。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎



(ISO 感度が高い場合は少しの光量で適正露出に達し、低い場合はより多くの光量が必要)

感度が高ければ少しの光量で適正露出に達することができるため、シャッタースピードを速くすることができる。逆に低ければより多くの光量が必要な為、シャッタースピードは遅くなる。

よって、逆にシャッタースピードを要求される撮影（スポーツの撮影や動物など絶えず動いている物など）では ISO 感度を上げて撮影しないと暗い画面になってしまう。

また ISO 感度が高い場合はノイズが多くなり、画面がザラついてしまうという弊害もある。

### (7) 露出補正

自動露出で設定した値をずらして撮影をする場合もある。このような時には「露出補正」を利用する。

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る。

自動露出モードでの露出補正はカメラによって違うが、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る。

この値を変化させて写真を撮影すれば補正が出来る。

露出補正は + 方向で写真が明るくなり、 - 方向で写真が暗くなる。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎



(カメラによっては補正用のダイヤルやボタンが用意されているので確認すると良い)

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、逆に白い物が白くならず、黒い物が黒くならない。

このような時には必ず露出を補正する必要がある。

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る。

デジカメが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。

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である。



同じ環境下でも露出補正を行うことによってかなり違ってくるのが良く分かる。

### (8) ホワイトバランス

撮影は照明の影響を受ける。照明にはそれぞれ若干色見があり照明の違いによっては、被写体が白い色の場合でも照明の影響を受け、赤みを帯びたり、青みを帯びたりする。そこで、白い色が照明の影響を受けても、白い色と認識・表現できるよう調節する機能として「ホワイトバランス」がある。

「ホワイトバランス」はその光源によって画像にフィルタをかけ、白い色が白くなるように調節している。

最近市販されているカメラでは自動でホワイトバランスを調整してくれる「オートホワイトバランス」機能が付いているが、環境によっては白色をうまく表現できない場合もある。

あらかじめ光源の種類がわかるようであれば、それらを設定して最適なホワイトバランスを設定できる「プリセットホワイトバランス」もあり、『太陽光』『曇天』『日陰』『白熱灯(電球)』『蛍光灯』などが用意されていることが多い。

また、白い物(布や陶磁器、壁・紙など)をカメラで捕らえて、設定メニューでそれを白の基準にする「マニュアルホワイトバランス」などの機能もある。もしオートやプリセットでうまくいかない場合はマニュアル(手動)で設定するのも良い。

一般的に「太陽光」や「晴天」モード(昼光モード:5500K)に撮影モードを合わせて、照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る。

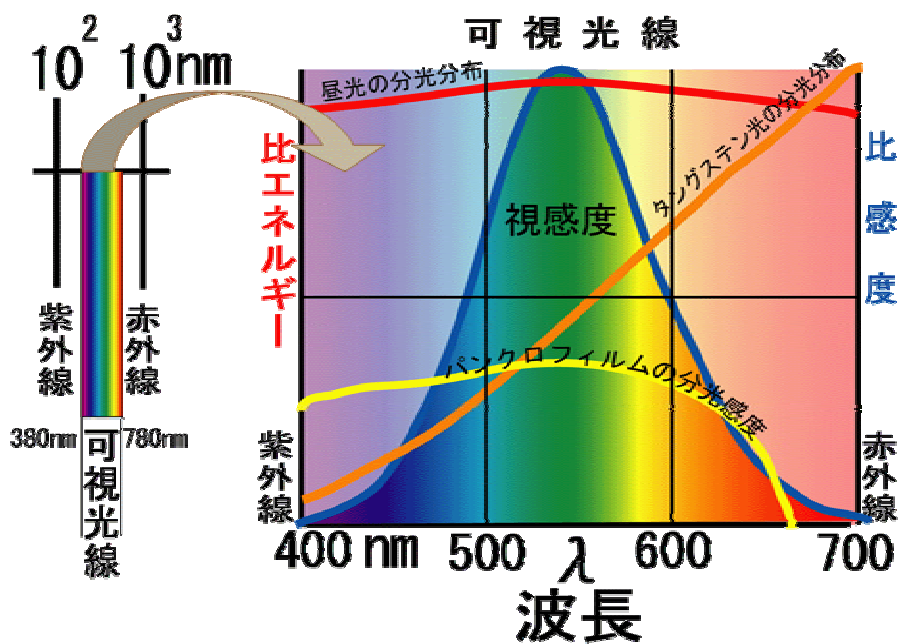
正しい色味にしたければ撮影時のホワイトバランスを「白熱灯(電球)」「タングステン電球:3000K」に合わせるとオレンジ味がなくなり正しい色になる。

蛍光灯の場合は「蛍光灯」モードに、自然光の場合は「太陽光」「晴天:5500K」に合わせると良い結果になる。

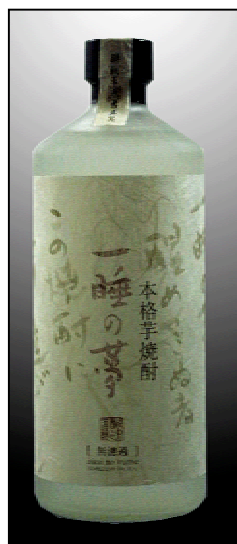
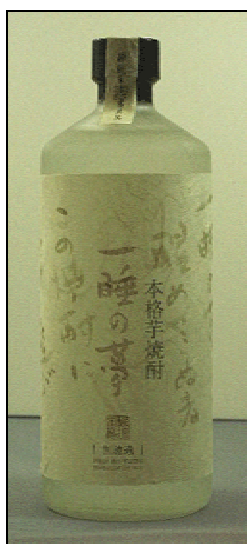
窓から外の光が入っていると光が混合されるので、撮影した色を確認しながらマニュアルでホワイトバランスをとる必要がある。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

その際にはデジカメのモニターで確認して良い結果のものを使用する。



左の写真はホワイトバランスが正しくない場合（本教材がモノクロ印刷の場合は分かりにくい）が全体的に黄色がかかったような画像）。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る。（こちらはちゃんとボトルが白く写っている。蛍光灯による撮影）



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (9) 光源・照明について

カメラで撮影する時には、被写体にある程度の光が当たっていないと綺麗に撮影する事が出来ない。また、光の当て方・当たり方によって商品のイメージが変わってくるので、光源（光を放射する物体・機器）・照明（光源を使い、目的をもって特定の場所を明るくする行為や機能）は撮影の際、重要な要素・技術と言える。

まずは光源について。

商品撮影時に光源として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とならない。

何故なら、前述の通りカメラは照明や被写体の色味に合わせてホワイトバランスを調整しているが、照明に様々な色味が混ざっている場合は適切なホワイトバランスを算出できないし、手で補正の際にも上手く調整する事が出来ない。

このような場合を**混合光源**と言い、写真撮影では出来るだけこのような照明は避ける。

部屋の照明には蛍光灯が多く使用されているがこの蛍光灯にも色温度（色味）があり、同じ蛍光灯でも写真撮影用とは異なるので注意が必要。

白色蛍光灯（西日本の一般的蛍光灯照明）では黄味が強くなり、昼光色蛍光灯（東日本の一般的蛍光灯照明）では青味が強くなる。また、タングステン電球ではオレンジ味が強くなる。

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ない。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）の結果である。



（左は様々な色味が混ざっている為写真の中で「白」を特定できない為、上手くホワイトバランスを調整できず全体的に黄色掛かった感じに、右は光源が一つ為本来の「白」を特定しやすく、ちゃんと補正できている）



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

混合光源での撮影を避けるには部屋の照明は消し、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撮影を行うと良い。

次に照明の話。

照明による光のあたり方にはいくつかの種類があり、

### 1. 順光(正面から光が当たる)

カメラ内蔵のストロボを使用するとこの状態になる。通常は余り良い結果は得られないが、不透明な商品のロゴや文字等をはっきり写したい時には良い結果となる。

### 2. サイド光(横から光が当たる)

通常はこの状態の光が多いのでいちばん自然に見える。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る。

### 3. 逆光(後ろから光が当たる)

完全な逆光では写したい物が綺麗には見えないが、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る。サイド光と合わせて使用。

### 4. トップ光(真上から光が当たる)

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る。

照明方法の違いによって写真中の「光」: 明るい部分と「影」: 暗い部分の表現が変わる。

等がある。

光源の色味を統一し、任意の方向から照明を当てるという事がこの項の極意であるといえるが、通常部屋の中でそのような環境を再現することは難しい。

撮影スタジオやプロ用の照明機器があればそのような環境を再現することも可能であるが、かなりコストが掛かる為規模の小さいショップでは毎回そのような環境での撮影は難しい。

そのような場合、もし被写体があまり大きくない小物の場合、小さく仕切ったミニチュアのスタジオキットの中に商品を置き、市販されている卓上スタンド(テーブルランプ)などを照明として使用する「撮影スタジオキット」等を利用すると手軽に環境を整える事が出来る。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (10) 撮影機材

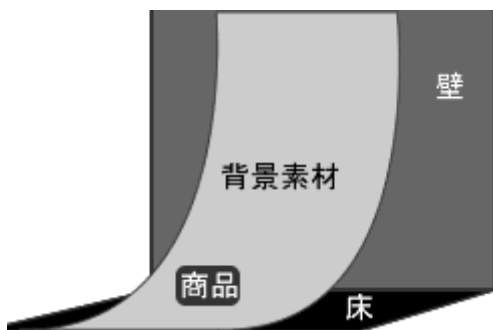
商品撮影にはカメラのほかにもそろえておきたい機材がある。  
この項ではそれら機材について学んでいくこととする

#### 背景

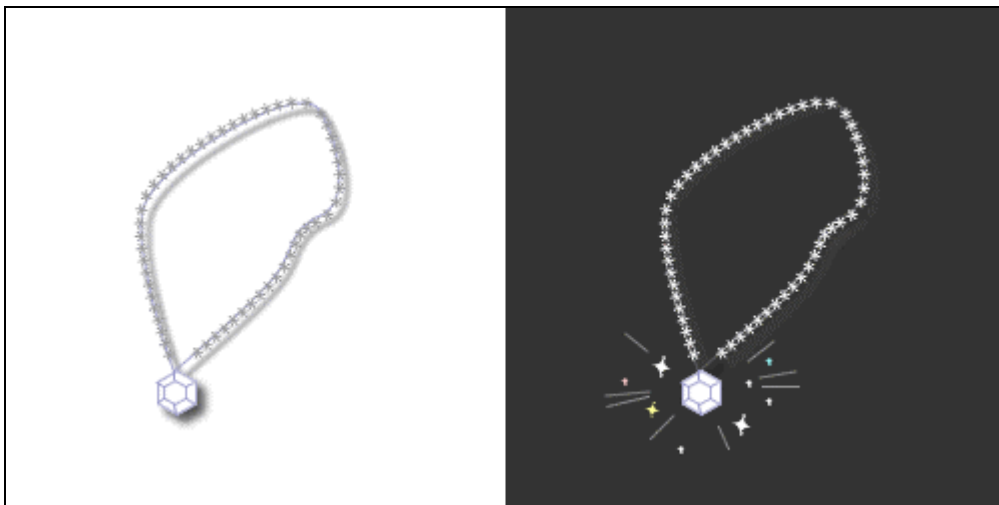
「背景」に関しては市販されている写真撮影用のロール紙でもよいが、一般的に売られている画用紙の類でも問題ない。但し、あまり反射するようなものは画面が光って困るので商品の色や質感に合わせて用意する。

大抵は「グレー」「黒」「白」などがあれば一通り撮影可能である。

背景は商品を置いている背部から底部にかけてゆるくカーブがかかる程度に設置する。



壁や床部分などと接する部分はセロテープなどで固定し、動かないようにしておく。  
背景は商品とのコントラストを取るための意味と、商品のイメージを表したり、光をなだらかに反射して柔らかなイメージを与えるなどの効果がある。



(貴金属などは黒い背景などとあわせると商品自体の輝きが強調されたり、高級感が出る)

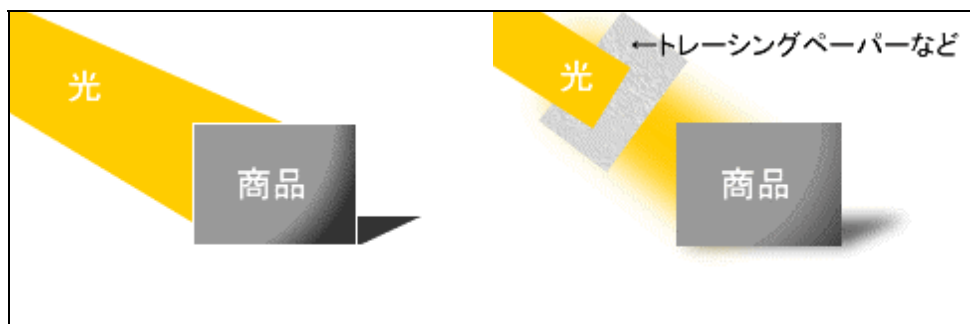
## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

商品に応じて背景を変更し、撮影に望むとよい。

### ディフューザー

照明は出来れば窓越しに差し込む日光など自然光が光量的にも色味的にもよい。但し、夏の強い日差しなどを直接商品や背景に当てるとくっきりと影がついたり、反射して見栄えが悪くなることも多い。

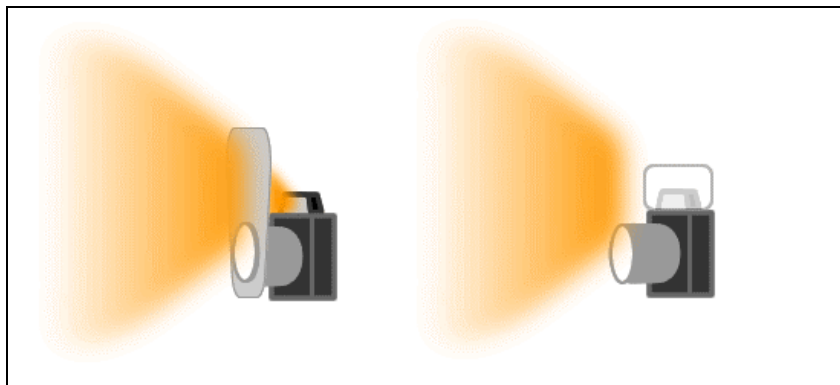
その場合は白いビニール袋やトレーシングペーパーなどを窓や窓と商品の間に配置することによって光が分散し、とても柔らかな光となる。



(当たる光が柔らかになると影も薄く柔らかなものとなり、目立ちにくくなる)

これは他の人工的な照明に関しても言えることで、たとえばストロボの光なども近くで撮影する場合は強すぎて部分的にしか光っている部分がなかったり、光っている部分が強すぎたりするが間にこのような緩衝を設けることによって解決することも出来る。

一般的にはこのように光を和らげるものに関しては「ディフューザー」と呼ばれ特にフラッシュ用のストロボに被せて使用する市販のものも多く出ている。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### 卓上スタジオキット

光源の項で述べたように、小物撮影時には綺麗に写真を撮る為に照明に使う光源以外を遮断し、照明や背景素材などが一緒になった撮影セットを利用すると便利。



(小物撮影用ボックス・テントとスタンド照明)

ディフューザーの役割をするように薄い布を周囲に張った箱状の撮影キットなども安くは数千円(実売価格 6,000~10,000 円前後)から発売されており、上から照明を当てても光を程よく分散し、やわらかいイメージで商品を撮影することも出来る。

(その多くは小型であり、周りに白い布などが張ってあるものが多い。照明を和らげる。)

背景紙も含まれているので、あとは照明とカメラさえあれば即撮影が可能である。

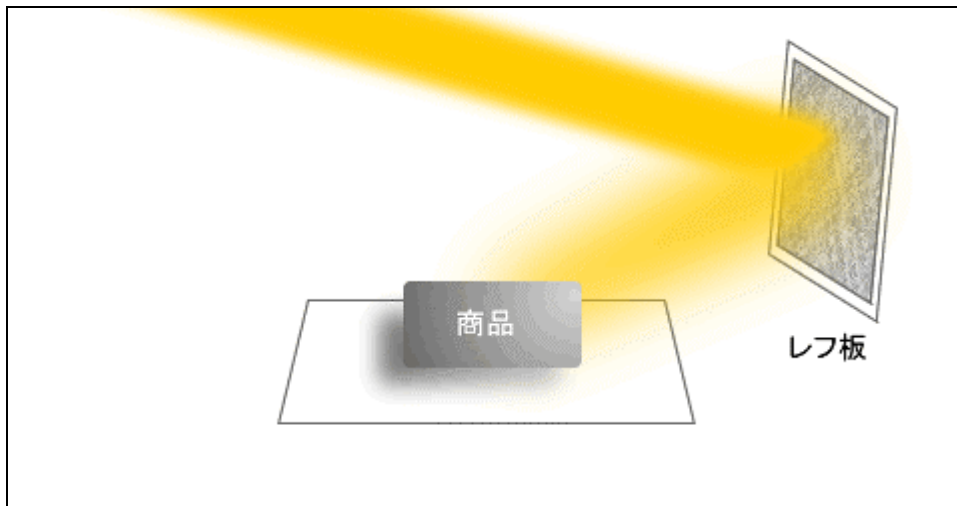
また構造は簡単なので、パイプなどで組みあげた立方体にトレーシングペーパーを張ったり、玩具用のブロックを組んで立方体にしトレーシングペーパーで囲んだり、身の回りの素材などを利用して自作・代用することができる。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### レフ板

光を商品全体的に当てるために光を反射させる為の紙や板を使用する場合もある。

一般的には「レフ板」とも呼ばれ、画用紙や発泡スチロールの板、アルミ箔をダンボールなどに平たく貼り付けたものなど反射させたい光の量ややわらかさに応じて様々な種類がある。



レフ板も素材や色によっては柔らかい光を全体に当てることにより影をやわらかくしたり、光が一点で反射することを防いだり、また金属などが周りの風景をその表面に写してしまわないように遮ったりすることでプラチナのように比較的明るい反射を表現することが出来るようになる。

### 三脚

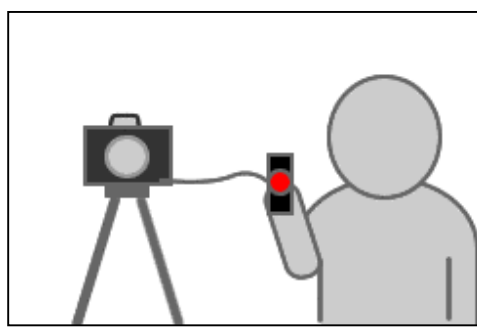
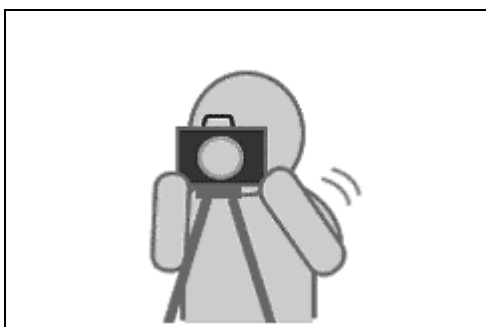
商品や環境によっては暗く写ってしまう場合があるが、その場合取り入れられる光の量を増やすために ISO 感度を上げたり、シャッタースピードを遅くしてより多くの光を取り込まなければならない場合もある。

その場合どうしてもブレてしまう場合もあるので、やはり三脚があるほうが良い。

高価なものでは数万円するものもあるが、ネットショップ用の写真撮影の場合卓上で撮影することも多いので、背が高く場所をとる高価のものよりも、足高さも低く安価なミニ三脚（実売価格 1,000～3,000 円程度）などを使っても良い。

あわせてリモコンでシャッターを押すことが出来ると直接カメラに触らないのでよりブレ難い。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎



(三脚はフリーハンドで構えるより格段にブレが少ないが、シャッターを押すときにカメラ本体が若干ブレる場合もある、本体から離れたところからシャッターを押せば当然ブレない。)

これらシャッター用のリモコンは「デジタルカメラ用リモコン」などの名称で売られており実売価格は2,000～5,000円程度である。

下記は三脚を使った場合とそうでない場合の比較。

左はブレている写真、ピントも合っていない。右は三脚を利用してブレていない写真でピントもしっかり合っている。



### 照明

自然光を利用できない場合などでは、人工の光源が必要になる。

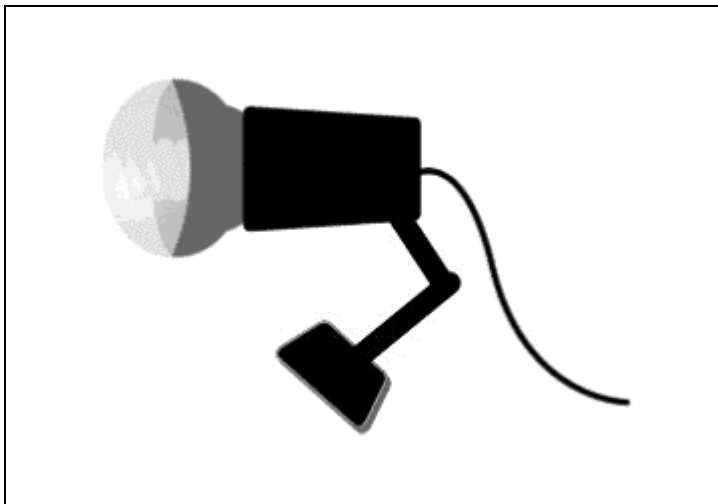
撮影用の照明は高価なものが多いが費用をかけないのであれば一般照明用のクリップライト(実売価格2,000～3,000円)と電球型蛍光灯(実売価格1,000円前後)の組み合わせでも比較的良い結果が得られる。

一般的にカラーフィルムに適合する色温度(色温度は光の色を表すものとして用いられ、単位はk[ケルビン]で表す。数値が高いほど青みを帯び、低いほど赤みを帯びる。日中の太陽光は5000～6000K程度といわれる)は5500K程度なので同じ色温度の電球を使用すればよい。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

その際は、電球のソケット側の半分程度に光を前面に反射するための反射板を持った「レフ型」と呼ばれるものを使用すると、光量を得ることができる。

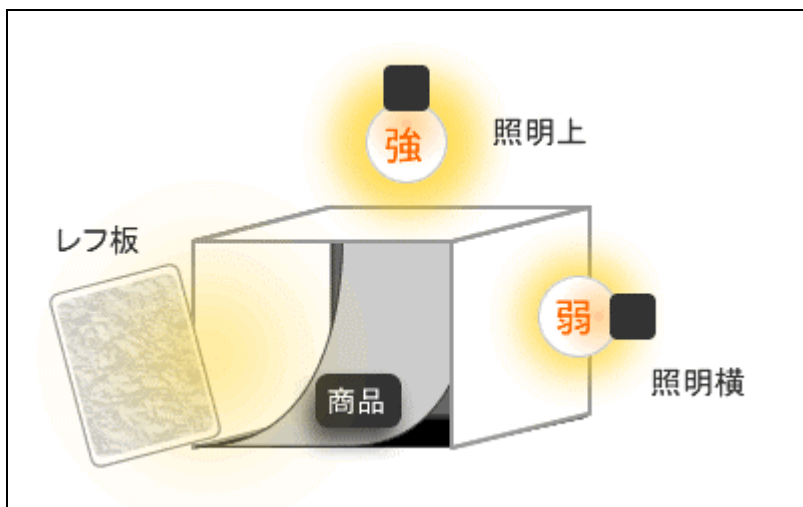
また、電球型蛍光灯は消費電力を抑えることができたり、耐久性にすぐれているなど価格面以外でも初心者には優しい照明器具である。



(クリップでどこにでも取り付けられる照明器具と消費電力・発熱も少ない電球型蛍光灯の組み合わせは便利かつ経済的である)

通常このようなクリップライトやスタンド式蛍光灯を使う場合は商品の上から一灯。もう一灯あるなら左右どちらかから当てるとよい。

ただし、上から当てる光は横から当てる光よりも若干強い方が良く、ライトの反対側にレフ板もってきて光の当たり方を調整すると影をやわらかくすることができるなどより撮影しやすくなる。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

また通常暗いところでの撮影はストロボを使うのが普通であるが、商品撮影に関してはストロボを使うと光が強すぎて影が濃く出たり、被写体が光ったりするなど不向きな場合が多い。

ストロボ以外に照明がない場合はできるだけ窓際などで太陽光を取り入れて撮影するか、被写体から少し離れて撮影するなどの工夫が必要である。

### 4.4. 撮影のテクニック

これまで、写真撮影に関して基本的な項目に関して学習してきた。  
この項では実際の撮影テクニックや注意事項を学習することとする。

#### (1) 背景を整理

スタジオがなくても自分の部屋の机や会社の事務所でも写せるが、その場合には写真に写る範囲にあるものを全て片付ける。

#### (2) 全体を写す

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、小物と一緒に写して大きさが分かるようにする。



(商品の中身とパッケージを撮影したもの。商品の中身も大事だが本来パッケージも人目を引くように作成されているので合わせて撮影するのも良い)



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (3) 部分を写す

細かい文字や細かいデザインを見せたい時に有利。見せたいところ、購入者が知りたいと思うところを部分的に大きく写す。



### (4) 商品と写す小物の役割

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も維持できる小物の例。これらと一緒に写す以外に実際の商品の包装を解いた中身を器に入れる方法もある。

例えば、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、トマト、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部屋の照明器具を後にぼんやり写す。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

### (5) テカリの入れ方と効果

「テカリ」とは光っているのではなくて光っているものが写り込んでいるのが殆ど。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

テカリを入れて光っているように見せるには

- ・ 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。

下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。



「テカリ」には光る商品の場合にはあった方が良いし、ラベルやロゴ・模様が光って見えずじゃまになる場合は無い方が良い「テカリ」がある。

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ぐ。

実際にテカリを防ぐには、

- ・ 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

等である。

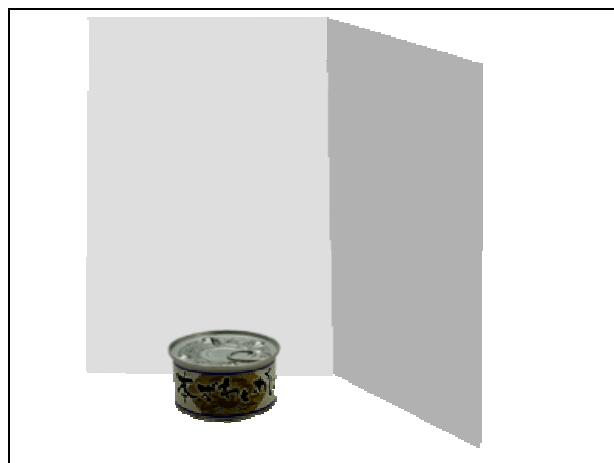


(左写真はラベル部分に「テカリ」が入り文字が読みにくくなっている、右の写真は「テカリ」をなくして文字を読みやすくした)

### (6) ディフューザー

トレーシングペーパーや白い紙を活用する。

- ・ **トレーシングペーパー**  
光を柔らかく広い範囲からの照明とする  
テカりを軽減する
- ・ **白い紙**  
テカりを軽減する  
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。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (7) レフ板

トレーシングペーパーや白い紙、黒い紙の効用は以下の通り

- ・ カメラが写り込むのを避ける・・・白い紙、黒い紙
- ・ テカりを軽減する、若しくは無くす・・・白い紙、黒い紙
- ・ 影を演出する・・・黒い紙
- ・ 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、白い紙、黒い紙

### (8) シャープな影とやわらかい影

光が照明用光源から直接あてると、光の影は硬くなりシャープに出る。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う。

ライトの位置、角度で影が目立たないように出来るが、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る。

下の写真は缶詰上部のテカりをなくすために、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。



光が照明用光源から直接あてると、光の影は硬くなりシャープに出る。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

下記の写真は影を少しシャープにして、見かけをはっきりすることで缶詰の中身を分かりやすくしたものの。

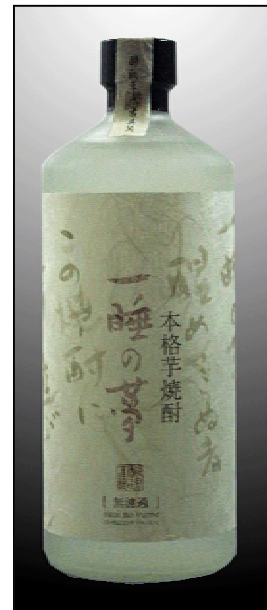
影はいつでも柔らかければよいという訳ではない。



### (9) 透明なビンや半透明のビン

商品の後側からライティングすると透明感が強調される。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一つ照明が必要。

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する。この例でも見えないようにした後からの照明が必要。



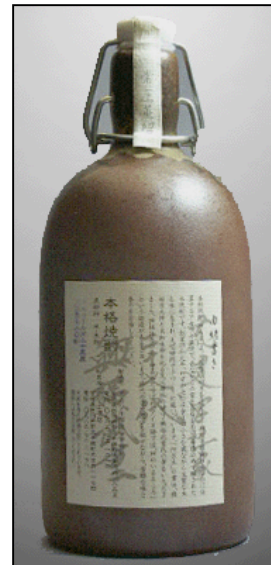
## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (10) 不透明なビン

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ある。

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する。

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る。



### (11) 透明な袋に入った商品

1. 袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影する。(見えないように商品の後を支える。)

透明なものの後ろに、商品と同じ形に白い紙を切り抜いて密着して置きバックライトの代わりとするか、バックライトを使用する。

2. 光沢感を表現する。

写り込みを適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。

照明の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。



光沢感を出すには白い物や光源を適度に写り込むようにすると良い。

## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

前出の左の写真は立てて撮影している。みその質感を出すため露出はオーバー側に調整。光沢感を出すためテカリを入れている。

前出の右側写真のように、立てないで横にして撮影するとラベルやロゴ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ので、袋から商品を出した写真も必要である。

### (12) 不透明な袋に入った商品

#### 1. 袋入りの商品を撮影するときは立てて撮影する（見えないように商品の後を支える）

下図、右の例では袋の下方向が細く尖っているため、立てるための道具として小さな三脚を使用している。（左の図は三脚を消した物）この様なミニ三脚は100円ショップで手に入る。



（上記の例では後ろに箱を置いている）

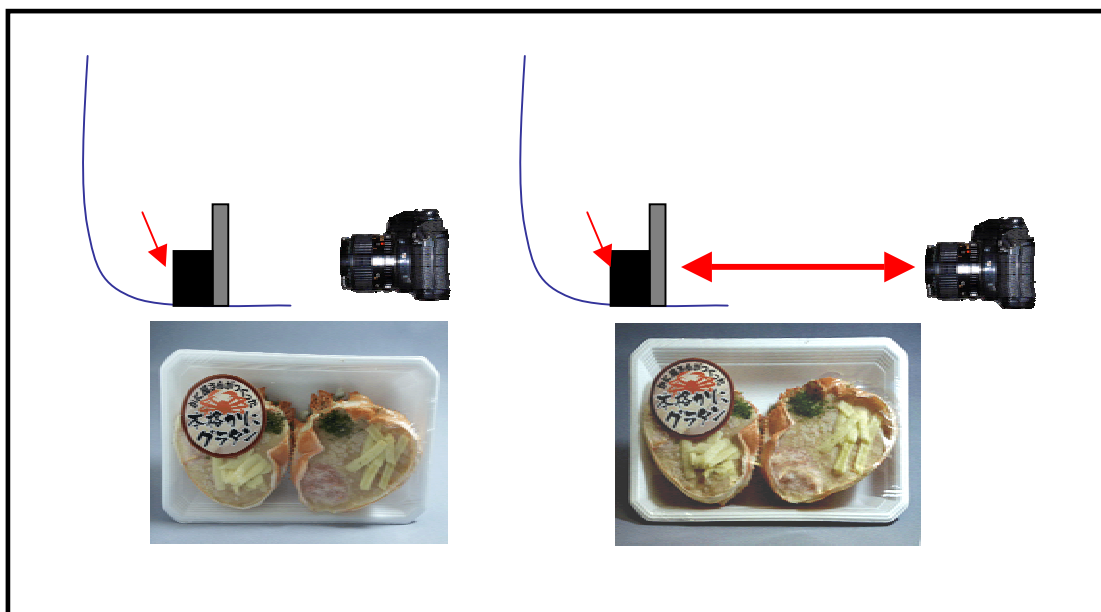
## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

2. 袋のテカりを必要なテカリとして表現する  
適度にテカリがないと光沢のある質感として見せられない。
3. ロゴやラベルの強調  
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。

### (13) 商品の形を歪ませないコツ

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コツ。

下図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。



### (14) カメラの水平はしっかりとっておく

商品が傾いて撮影されるのを極力防ぐ。

もしこの画像が傾いてしまったら後でコンピュータで修正できるが、最初から傾いていないに越したことは無い。





(15) バックにも工夫を

下図右の例では、バックにグラデーションのあるものを使用している。  
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る。  
右は離れて望遠撮影したもので歪みは少ない。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (16) 黒い物の撮影

下図の例では、バックに明るい色を配置し黒い被写体を際立たせている。  
この時の露出は自動露出を使用してはいけない。

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する。



### (17) ディスプレイの撮影

下図の例では、携帯電話とそのディスプレイを同時に撮影している。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

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く。

明るさの調整ができない機種では偏光フィルタ等を利用する。

### (18) 説明用の画面も撮影

下図の例では、携帯電話の使用状態と閉じた状態を撮影している。

このように形態が変化するものなどは、消費者がそれぞれの状態などの情報を求めている為、複数パターン撮影すると良い。



### (19) 置き方の工夫

下図の例では、景品として提供するつमりのペンのセットを撮影している。ただ並べるだけより置き方に工夫をした方が良い物に見える。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (20) 色の対比も考える

下図の例では、お茶のボトルの緑を引き立たせるためにバックの青を少し暗く再現している。

明るくすると緑色も薄く感じる仕上がりになってしまうためである。  
背景にグラデーションがある方が立体的な表現になる。



### (21) 透明な物

透明な物体は背景が明るい設定とするか、後ろからの照明を考える。  
この例ではバックに白い布を使用し、やや後ろから小型の蛍光灯一灯で照明している。  
香水のような商品ではパッケージも一緒の方が分かりやすいだろう。



## 第4章 商品写真撮影・修正基礎

### (22) 商品の文字をはっきり

この例では、スプレー缶の文字をはっきりさせるため正面右側に白い紙を置いて反射光を入れています。ただし白い紙が写り込んでテカリとならないようにしています。

上部のふたの部分は蛍光灯を写り込ませテカリを出しています。



### (23) 黒を写り込ませる

この例では、缶の白地に文字部分とフタの黒があるため、右のように白い紙を写り込ませるとフタの立体感が出るが、缶の立体感がなくなる。

黒を写り込ませた左の写真ではフタも缶も立体感が出ている。



### (24) 反射の強い部分と弱い部分

この例では、ボトル部分のケースが反射率が低くしかも模様が細かく細部まで表現する必要がある。

フタの部分は真っ白だが、凹凸の模様がある。

この両方をしっかり再現するには上部右後方からの照明と正面に白いレフ板をおいて、バランスをとる必要がある。



## 第5章 ネットショップの集客方法

### 5.1 ネットショップの集客方法概要

ここまではネットショップの概要や出店の方法などについて学んできた。

しかし実店舗と同じく、ネットショップも出店しただけで、ただお客が来るのを待っているだけでは売り上げにつながらない。

実店舗も街頭に看板を出したり、店名の入ったポケットティッシュやチラシを配ったり、それぞれ集客のアイデアを絞って日々店舗運営を行っている。

ネットショップも同じく集客の為の努力は欠かせない。

ネットショップや Web などではこれら「客」もしくは訪問者(アクセス数)を増やす為、様々な手法がある、

この章ではそれらネットショップでの集客手法について学んでいくこととする。

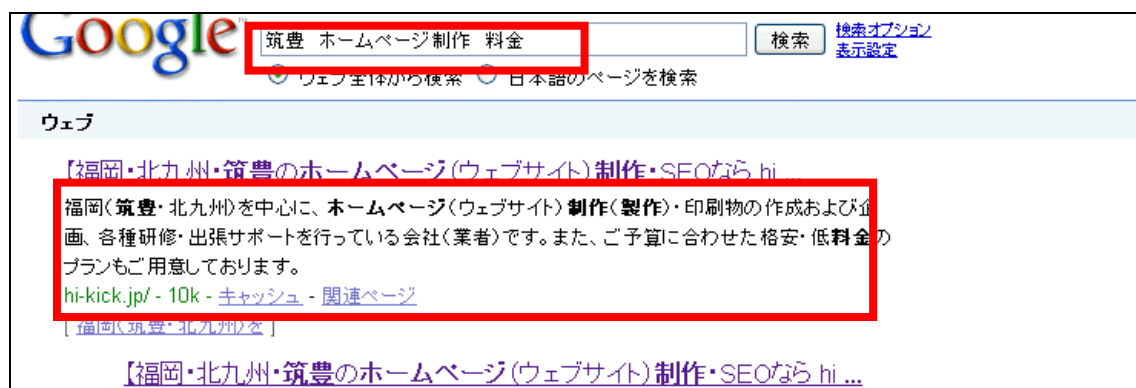
#### (1) 訪問者のアクセス経路

Web サイトやネットショップを作成・公開すると、時機にそのサイトやネットショップに訪問者が訪れ、場合によってはコメントを書き込んだり、表示されている管理用のメールアドレスに質問のメールなどを送ってくる。

では彼ら訪問者は、どこから Web サイトやネットショップを発見し、どのような経路で Web サイトやネットショップに辿り着く(アクセスする)のか考えてみよう。

一番多い経路として考えられるのは「検索エンジン」経由である。

通常訪問者は、自分の気になっているキーワードを「Yahoo!」や「Google」等の検索エンジンなどで検索し、表示される検索結果の一覧から表示されているサイトの概要から、自分が望んでいる情報を提供してくれるサイトであるかを判断し、そのようであればリンクをクリックしてそのサイトへ移動するだろう。



## 第5章 ネットショップの集客方法

実際に後述する「アクセス解析」サービスなどを使うと、どのサイトからユーザーが移動して来ているのかが分かる。

下記の例はブログのアクセス解析の例で、やはり Google や Yahoo!からのアクセスが多い事が分かる。



リンク元 (サイト別表示)

リンク元をサイト別(www.yahoo.co.jp等)に集計したものです。どのサイトから訪問者が訪れたのかを知ることができます。

表示: 1~30件目 [表示切替]

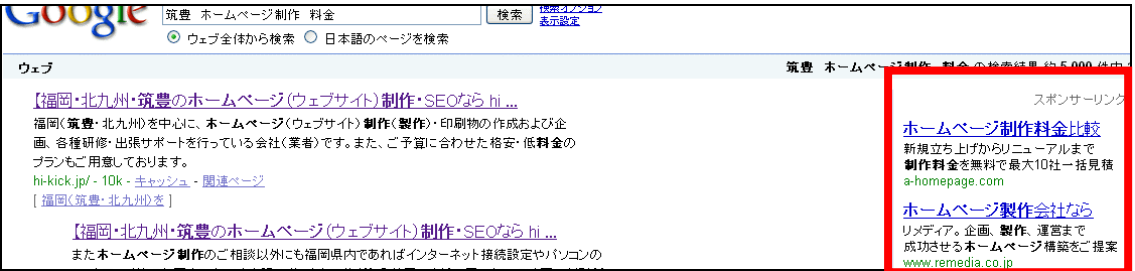
リンク元サイト名	アクセス数
1 http://www.google.co.jp	220
2 http://[redacted]	76
3 http://www.google.com	58
4 http://mixi.jp	4
5 http://blogsearch.google.co.jp	3
6 http://blog.baidu.jp	1
7 http://[redacted]	1
8 http://images.google.co.jp	1

次に考えられるのは他のサイトやブログから優良な情報を提供しているということで紹介・リンクを受けていて、それら紹介元のサイトからの移動が考えられるということ。

上記のアクセス解析でも、該当のサイトがブログやサイトからリンクを受けている(個人的なものも含まれているので URL は伏せている)のが分かる。  
通常その二つの経路からのアクセスが最も多い経路だと考えられる。

その他では有料でアクセス数を買う方法がある。  
例えば、ネット広告などの広告枠を購入し、いろいろのサイトからユーザーを呼び込む手法である。

最近ではブログやサイトの内容に合わせて、表示する広告を切り替える事が出来る「コンテンツマッチ」形式のものや、検索エンジンの上部や右端に検索語句に関連した広告を表示する「検索連動型」広告などがあり、それら広告からユーザーを呼び込む事が出来る。



検索エンジンでよく見られる「検索連動型」広告の例



## 第5章 ネットショップの集客方法

### (2) アクセス解析

前述のアクセス経路の項でも述べたが、Web サイトでは

- 訪問者がどこから来たのか
- どのくらいのアクセスがあったのか
- 検索エンジンからアクセスがあった場合  
どのようなキーワードで辿り着いたのか

などのデータを「アクセス解析」という技術・サービスを使って解析する事が出来る。  
合わせて、特定のサービスでは

- 訪問者が使用しているブラウザとそのバージョン
- 接続に使用したプロバイダは何処なのか
- ディスプレイの大きさ
- 閲覧者の IP

なども確認する事が出来る。

特に後半のディスプレイやブラウザのバージョン情報などはサイトのデザイン面で一番多い環境に合わせてサイトの制作・更新を進める事が出来、プロバイダや IP などは、万が一悪質な書き込みが多発するようなトラブルが発生した場合に、特定のユーザーのアクセスを禁止にしたり、何らかの事件に発展するような被害にあった際には、重要な証拠となる場合もある。

通常これらのアクセス解析は自分でサーバー上に配置・インストールするか、ASP のサービスをレンタルする事となる。

一番簡単なのは無料の ASP のサービスをレンタルする形式である。

#### 【無料でレンタルできるアクセス解析サービス】

「infoseekアクセス解析」<http://analyze.www.infoseek.co.jp/>

「fc2 アクセス解析」<http://analysis.fc2.com/>

「忍者Toolアクセス解析」<http://www.ninja.co.jp/analyze/>

「Google Analytics」<http://www.google.com/analytics/ja-JP/>

これらのサービスは「解析タグ」と呼ばれる HTML や JavaScript のコードをコピーし計測したいサイトのソースに埋め込み、解析結果は管理用の画面で確認するものである。

## 第5章 ネットショップの集客方法

以下はFC2 クセス解析のサービスの例。

まずアクセス解析の管理画面にログインし、「設定」 「解析用 HTML タグ」を選択

訪問者	02/26 (木)	0	0	0.0%
ホストの追跡	02/27 (金)	0	0	0.0%
リピータ	02/28 (土)	0	0	0.0%
訪問回数	合計	66	80	

- ホストの追跡
- リピータ
- 訪問回数 β版
- 前回訪問 β版
- 初回訪問 β版
- アクセス間隔 β版
- 携帯キャリア別 β版
- 携帯機種別 β版
- OS
- ブラウザ
- プロバイダ
- 地域
- 都道府県
- 言語
- ディスプレイ

設定

- 解析用HTMLタグ**
- タグクローラ

表示された解析用 HTML タグをコピーする

解析用HTMLタグ

以下の解析用HTMLタグを、解析したいページの <body> ~ </body> の間の適当な場所に貼り付けてください。それらのページにアクセスがあると解析が始まります。また、解析用HTMLタグは複数のページに貼り付けることもできます。(タグを貼った後は、[解析ページの管理](#)で解析対象ページをご確認ください)

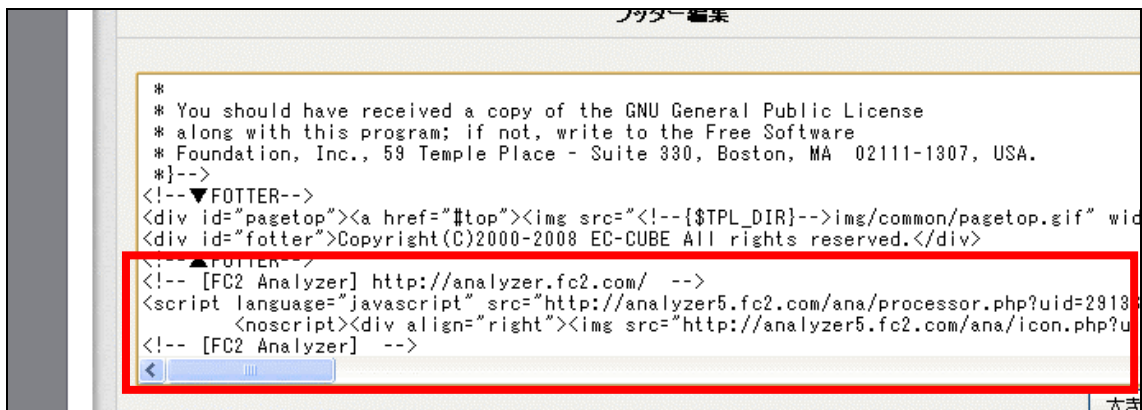
携帯電話からのアクセスを詳細に取りたい場合は[高精度解析用タグ](#)をご利用ください。

```
<!-- [FC2 Analyzer] http://analyzer.fc2.com/ -->
<script language="javascript"
src="http://analyzer5.fc2.com/ana/processor.php?
uid=29138" type="text/javascript"></script>
<noscript><div align="right"><a
href="http://k.fc2.com/">無料
</a></div></noscript><div
style="width:180px;display:inline;"><ol style="text-
```

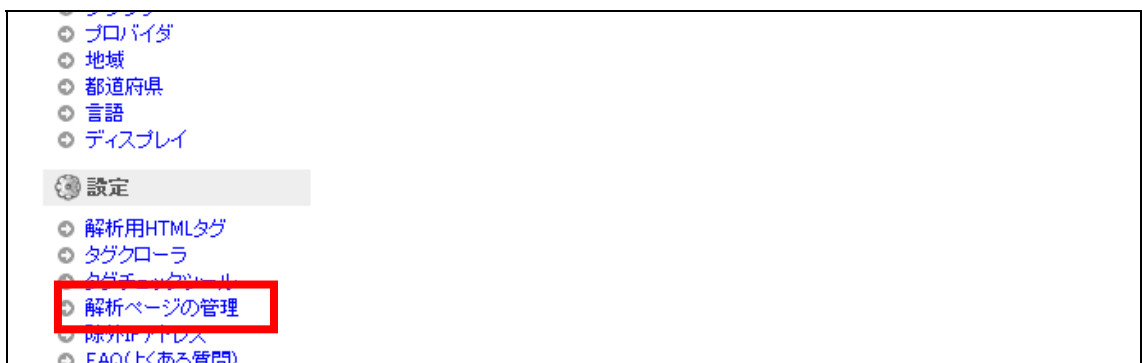
EC-CUBE の管理画面にログインし、「デザイン管理」 「ヘッダ/フッター管理」等を選んで任意の場所に解析用 HTML を貼り付ける。

この例ではフッターの一番最後に貼り付けてみた

## 第5章 ネットショップの集客方法

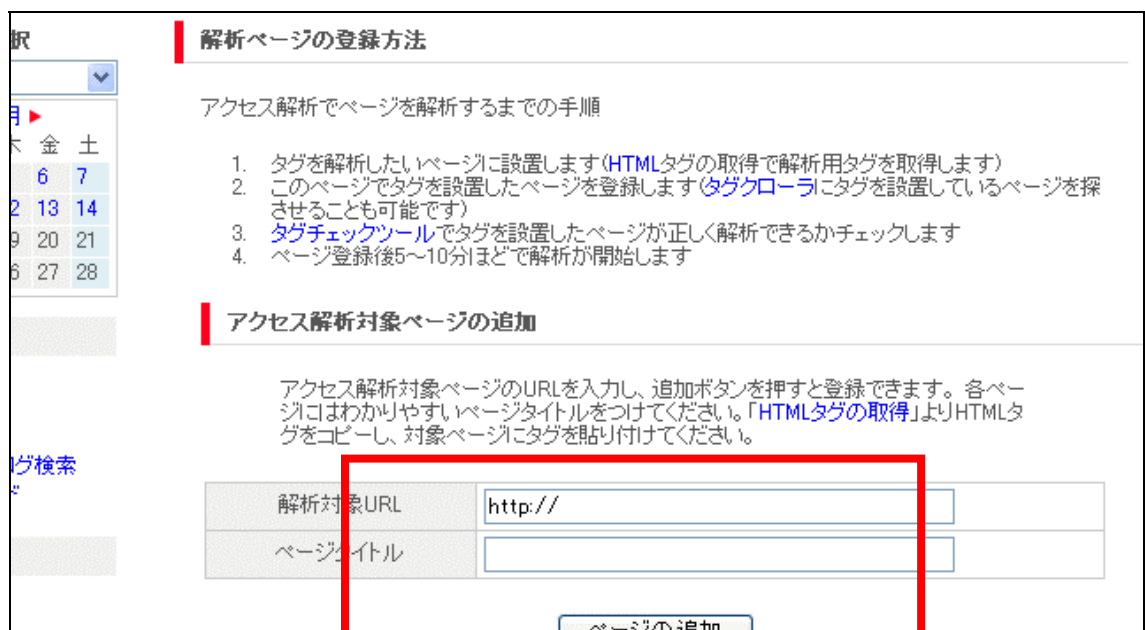


再びアクセス解析の管理画面に戻り、「設定」 「解析ページの管理」を選択



「解析ページの管理」ページで解析タグを埋め込んだサイトの URL・ページタイトルを記入。

この作業を行わないとデータが反映されないので注意が必要である。



**解析ページの登録方法**

アクセス解析でページを解析するまでの手順

1. タグを解析したいページに設置します(HTMLタグの取得で解析用タグを取得します)
2. このページでタグを設置したページを登録します(タグクローラにタグを設置しているページを探させることも可能です)
3. タグチェックツールでタグを設置したページが正しく解析できるかチェックします
4. ページ登録後5~10分ほどで解析が開始します

**アクセス解析対象ページの追加**

アクセス解析対象ページのURLを入力し、追加ボタンを押すと登録できます。各ページにわかりやすいページタイトルをつけてください。「HTMLタグの取得」よりHTMLタグをコピーし、対象ページにタグを貼り付けてください。

解析対象URL	<input type="text" value="http://"/>
ページタイトル	<input type="text"/>

## 第5章 ネットショップの集客方法

### 5.2 SEO (検索エンジン対策)

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。

但し、検索エンジンはそれぞれ好み (検索結果の順位付けの基準) が違う (同じキーワードでも検索結果が違うのはこの為)

ちなみに現在良く使われている検索エンジンは

1. **Yahoo!Japan** . . . 55%前後
2. **Google** . . . 30%前後
3. **その他** . . . BIGLOBE、MSN、goo など  
それぞれ 3%前後

であり、Yahoo!はネットの利用頻度がさほど多くないライトユーザーに多く、Google はネットの利用頻度が多いヘビーユーザーが支持している傾向が見られる。

海外では Google、アジアでは百度 (バイドゥ) などが大きなシェアを占めている。

では、日本においては Yahoo!に気に入られるように SEO を行う事が最善であり、あわせて Google にも対応できれば実に 8 割以上の検索エンジンに対策を行ったことになる。

ではそれぞれの検索エンジンがどのような基準で検索順位を決定しているのか確認してみる。

#### 【Yahoo!Japan】

Yahoo! は、以前スタッフが手作業で優良なサイトを各ジャンル毎に掲載する「ディレクトリ型」と呼ばれる大型のリンク集のようなサービスで、検索システムもそれらの情報によるところが多かったが、最近では Google のように「クローラー」(検索エンジンのデータを収集しているプログラム) で収集したデータを元に自動的にインデックス (検索エンジンに情報収集先として登録される事) を更新する方式に移行 (いわゆる Google 化) してきている。

## 第5章 ネットショップの集客方法

Yahoo! の検索順位決定の基準は以下のように発表されている。

【検索結果でウェブページの表示順序を上げるには】

<http://info.search.yahoo.co.jp/archives/002872.php> より引用

検索結果でウェブページの表示順序を上げるためのヒントは、以下のとおりです。

なお、ウェブページの表示順序を上げる基本的な方法は、インターネット利用者が求める独自の情報を持つとともに、インターネット利用者(人)にとってわかりやすく、また検索エンジン(機械)にとっても解釈しやすいウェブページにすることです。

全体	あなたのサイトのウェブページにある情報を探しているインターネット利用者が、検索時に使うキーワードを想定し、サイトのタイトルや本文に含めます。
タイトル	<title><meta>タグを使って、興味を引き、かつウェブページの内容にふさわしいタイトルを付けます。
サイトの説明文	メタタグ (<meta name="description">) を使って、サイトの説明文を正確に記載します。興味を引き、かつウェブページの内容にふさわしい説明にしましょう。
キーワード	メタタグ (<meta name="keywords">) を使い、ウェブページに関連するキーワードをリストアップします。サイト全体に当てはまるキーワードよりも、ウェブページ固有のキーワードをそれぞれ記載するとよいでしょう。
リンク	ウェブページ内には、それぞれの内容に関連したテキストリンクを設置します。 文字列が画像ファイルで表されていると、クローラーが正しく認識できない場合があります。また、イメージマップで設定されたリンクはクローラーが巡回しない場合があります。すべてのウェブページをクローラーが巡回できるようにトップページにサイトマップのリンクを設置することをおすすめします。
画像	alt 属性でテキストを指定します。
関連するウェブページとのリンク	関連サイトの管理者やコンテンツ提供者を通じて、関連するウェブページとのリンク数を増やします。 ただし、リンク数を増やす目的で関連性のないウェブページとのリンクを増やす行為は「検索エンジンスパム」とみなされるため、表示順序が上がることはありません。

- Yahoo! JAPAN は検索結果の表示順序について、個別にアドバイスすることは有料・無料にかかわらず一切行っておりませんので、ご了承ください。
- 公平なサービスを提供するため、表示順序を故意に変更するなどの操作は、有料・無料にかかわらず一切行っておりません。

## 第5章 ネットショップの集客方法

### 【Google】

「クローラー」(検索エンジンのデータを収集しているプログラム)で収集したデータを元に自動的にインデックス(検索エンジンに情報収集先として登録される事)を更新する方式とユーザーにとって優良なサイトからリンクを受けたサイトもまた優良なサイトであるという「PageRank」などユニークなアルゴリズムを採用している。

次に Google での検索順位決定の基準は以下のように発表されている。

### 【ウェブマスター向けガイドライン - デザインとコンテンツに関するガイドライン】

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769> より引用

#### デザインとコンテンツに関するガイドライン

わかりやすい階層とテキスト リンクを持つサイト構造にします。各ページが、少なくとも 1 つの静的なテキスト リンクからアクセスできるようにします。

サイトの主要なページへのリンクを記載したサイトマップを用意します。サイトマップ内にリンクが 100 以上ある場合は、サイトマップを複数のページに分けます。

情報が豊富で便利なサイトを作成し、コンテンツをわかりやすく正確に記述します。

ユーザーがサイトを検索するときに入力する可能性の高いキーワードをサイトに含めます。

重要な名前、コンテンツ、リンクを表示するときは、画像の代わりにテキストを使用します。Google のクローラでは、画像に含まれるテキストは認識されません。

<title> タグの要素と alt 属性の説明をわかりやすく正確なものにします。

無効なリンクがないかどうか、HTML が正しいかどうかを確認します。

動的なページ (URL に「?」が含まれているページなど) を使用する場合、検索エンジンのスパイダーによっては、静的なページと同じようにはクロールされない場合があります。パラメータを短くしたり、パラメータの数を少なくしたりすると、クローラで見つけやすくなります。

ページのリンクの数を適切な数 (100 未満) に抑えます。

## 第5章 ネットショップの集客方法

同じく

【ウェブマスター向けガイドライン - 技術に関するガイドライン】

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769> より引用

### 技術に関するガイドライン

Lynx などのテキスト ブラウザを使用してサイトを確認します (ほとんどの検索エンジンでは Lynx と同様の形式でサイトを認識しているため)。JavaScript、Cookie、セッション ID、フレーム、DHTML、Flash などの特殊な機能を使用して作成されたサイトの一部がテキスト ブラウザで表示されない場合は、検索エンジン スパイダーがサイトをクロールするときに問題が発生する可能性があります。

セッション ID やサイト内のパスをトラッキングする引数がなくても、検索ロボットがサイトをクロールできるようにします。これらの技術は個々のユーザーの行動をトラッキングする場合には便利ですが、ロボットがアクセスするパターンとはまったく異なります。これらの技術を使用すると、実際は同じページにリンクしている、異なる URL をロボットが排除できず、そのサイトのインデックスが不完全なものになる可能性があります。

ウェブ サーバーが If-Modified-Since HTTP ヘッダーに対応していることを確認します。この機能を使用すると、Google が前回サイトをクロールした後にコンテンツが変更されたかどうかをサーバーから Google に通知されるため、帯域幅や負荷を軽減できます。

ウェブ サーバーの robots.txt ファイルを活用します。このファイルでは、クロールを実行するディレクトリと実行しないディレクトリを指定できます。誤って Googlebot クローラがブロックされることのないよう、このファイルにサイトの最新の状態が反映されていることを確認してください。サイトへのロボットのアクセスを制御する方法については、<http://www.robotstxt.org/wc/faq.html> (英語) をご覧ください。Google ウェブマスター ツールの robots.txt 分析ツールを使用して、robots.txt ファイルを正しく使用しているかどうかをテストできます。

コンテンツ管理システムを導入する場合は、検索エンジンのスパイダーがサイトをクロールできるように、システムからコンテンツをエクスポートできることを確認します。

robots.txt を使用して、検索結果ページや検索エンジンからアクセスしたユーザーにとってあまり価値のない他の自動生成ページをクロールしないよう制御します。

サイトをテストして、各ブラウザで正しく表示されることを確認します

## 第5章 ネットショップの集客方法

また、Google において検索順位の重要な要素とされている「PageRank」の決定基準としては

【Google のテクノロジー - PageRank】

<http://www.google.com/intl/ja/corporate/tech.html> より引用

**PageRank テクノロジー:** PageRank は、5 億の変数と 30 億以上の用語の等式を解決することでウェブ ページの重要度を客観的に測定します。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します。ページの重要度は、ページが受けた投票数によって決まります。

PageRank では、投票したページの重要度も考慮されます。重要度が高いページからリンクされたページも重要度が上がります。重要なページは PageRank が高くなり、検索結果の上位に表示されます。Google のテクノロジーは、ウェブ上に蓄積された情報を使用してページの重要度を決定します。検索結果にまったく人の手が加わらないことが、有料広告などに左右されない客観的な情報源としてユーザーの皆様から信頼を受けている理由です。

**ハイパーテキスト一致分析:** Google の検索エンジンは、ページのコンテンツも分析します。といっても、各ページのテキストを単にスキャンするのではなく（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ります）、ページのコンテンツ全体と要素をフォント、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するのです。Google は、隣接するウェブ ページのコンテンツも分析し、ユーザーの検索クエリに最も関連する結果を確実に提供できるようにしています。

以上が日本における 2 大検索エンジンの、検索結果の表示順序に関するガイドラインなどである。

以下ではこれらガイドラインで指摘されている点をまとめ、その対応方法について考えてみる。

- **検索エンジンは HTML 要素を適切に解釈している**

Yahoo! のガイドラインでは <head> 要素内、<meta> 要素における「keyword」「description」属性や<title>要素が検索語句に対応するか否かの判断を行っているということである。

つまりは<body>要素内の文章だけが検索対象ではなく<head>要素内の情報も検索対象であるということである。



## 第5章 ネットショップの集客方法

また、<body>要素内において通常のテキストよりも<h1>や<h2>等の見出し要素や、<strong><em>等の強調要素などは重要なキーワードとして扱われるといわれている。

例えばブラウザで見た時に

```
<b>太文字</b>  
<span style="font-weight: bold;">太文字</span>  
<strong>太文字</strong>
```

等はブラウザ上ではどれも同じ「太文字」で表示されるが、ブラウザやクローラーは「太文字」と「強調」をはっきり区別している。

見た目だけで要素を選択するのではなく、各要素の意味を理解した上でマークアップする事が大事である。

- クローラーは画像を認識しない

クローラーは単にテキストデータを収集しているだけで、貼り付けられている画像データが何を表示しているのか解析することは不可能である。

故に、デザインばかりに目を取られ画像・動画などをふんだんに使用して、テキスト情報が少ないページではクローラーの収集できるデータが少なく、検索対象となりにくいと言うことである。

HTML では<img>要素の「alt」属性や「title」属性などで画像に関する説明や、題名などのテキスト情報を付け加えることで、ブラウザにそれらの情報を与えている。

クローラーにもこのような情報が渡るように

```

```

のような記述の仕方が望ましい。

また「alt」属性や「title」属性は、視覚に障害があるユーザーに対して音声でコンテンツの内容を読み上げるアプリケーションなどでも、何の画像が挿入されているのかと言う大事な情報となる為に、正しく記述したい項目である。

- テキストブラウザでも問題ないサイト作り

前述の画像の話にもあったように、画像などをメインにデザインを行う事は検索対象となる情報がすくなるなる可能性を秘めていることを認識すべし。テキストブラウザや旧世代の携帯電話、視覚障害者用のホームページ読み上げソフトなどに的確に情報を伝える事が出来るのであれば、クローラーにもそれらの情報が伝わっているはずである。

## 第5章 ネットショップの集客方法

- 適切なリンク

どちらの検索エンジンでも関連サイトとのリンクや優良なサイトからのリンクは検索順位を上げる有効な手立てと謳われている。

またその際にも

```
<a href="http://hi-kick.jp/">ここをクリック</a>  
<a href="http://hi-kick.jp/"></a>
```

などリンク先の情報に乏しい記述の仕方ではなく

```
<a href="http://hi-kick.jp/">福岡のホームページ制作会社「ハイキックデザイン」</a>
```

などとした方がクローラーに正しい情報が伝わると言うことである。

また、サイト内のに無数にリンクがある場合、それらの構成がクローラーに伝わるよう「サイトマップ」と呼ばれるファイルを作成し、サイト上に配置することが推奨されている。

(以下はサイトマップに関して各検索エンジンからの情報)

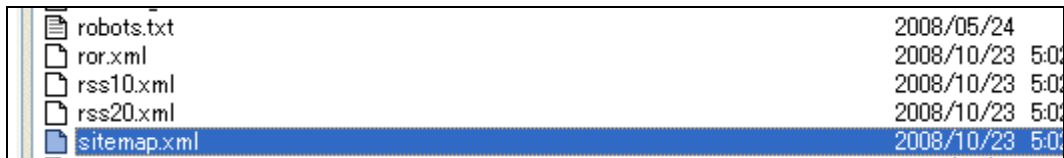
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=40318&hl=ja>  
<http://info.search.yahoo.co.jp/archives/002861.php>

各検索エンジンの定めるフォーマットに沿ってサイトマップを作成し、

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>  
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">  
  <url>  
    <loc>http://www.example.com/</loc>  
    <lastmod>2005-01-01</lastmod>  
    <changefreq>monthly</changefreq>  
    <priority>0.8</priority>  
  </url>  
  <url>  
    <loc>http://www.example.com/catalog?item=83&desc=vacation_usa</loc>  
    <lastmod>2004-11-23</lastmod>  
  </url>  
</urlset>
```

## 第5章 ネットショップの集客方法

FTP クライアントなどでサイト上にアップするとクローラーがそれらの情報を解析し、適切に巡回を行い情報を収集してくれるため、ムラ無く検索対象となる事が出来る。

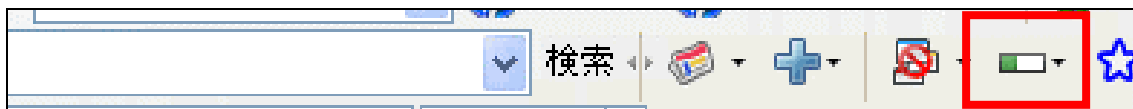


robots.txt	2008/05/24
ror.xml	2008/10/23 5:00
rss10.xml	2008/10/23 5:00
rss20.xml	2008/10/23 5:00
sitemap.xml	2008/10/23 5:00

(上記はサイト上にファイルをアップした例。サイトマップのほかにも「robots.txt」等を使って逆にクローラーを排除することも可能)

またリンクにおいてはサイト内のファイル同士で結ばれる「内部リンク」や外部のサイトから紹介される際に結ばれる「外部リンク」などがあるが、出来るだけ被リンク(リンクを受けること)が多いほうがSEO的に有利と言われている。

Google においては「PageRank」の概念を持っている事は前述の通りであるが、Yahoo! においても、内容の無い身内同士のリンクを増やすだけの「SEO スпам」(SEO を悪用して無理やり検索順位を上げる迷惑行為)と通常のリンク関係を判別する為にも同じようなアルゴリズムを用いていると思われる為、如何に良質なリンク関係を保てるのかが重要な要素になってくる。



(Google が配布している「Google ツールバー」の「PageRank」表示項目。この緑棒の部分が大きいほど「PageRank」が高いサイトとして Google から認識されている。出来れば「PageRank」の高いサイトからのリンクを受けたいところ)

最後に、最近では

- **ドメインの取得期間も重要**

と言われている。

なぜなら、SEO スпамを行うサイトや犯罪にかかわるサイトなどは、短い期間でドメインの新規登録や解除などを繰り返しているため信用できないとの判断であり、通常のサイトにおいても同じ内容にもかかわらず数年立ったほうが優良のサイトと判断される場合もあるようである。

以上が検索エンジン対策についてであるが、最近ではこれら検索エンジンの基準が頻繁に変更され検索順位の大きな変動が相次ぎSEO対策を行っている大手サービスでも混乱をきたしているところである。

## 第5章 ネットショップの集客方法

ただし、各社とも優良なサイトが正しい評価を受けるように日々アルゴリズム（データの取得や検索順位を決定するプログラム）を更新しており、最終的には閲覧者が望む有益な情報を公開しているサイトが検索上位に表示される確立が高いことだけは確実である。

また公開直後のサイトは検索エンジンのクローラーの巡回リスト（クローラーは手危機的にサイトを巡回し、データを収集・更新している）にインデックス（登録）されていない為、インデックスされるように申請をする必要がある。

概ね URL を書いて送信する簡単なものである為、必ずこれらの作業を行うこと。

【各検索エンジンのインデックス申請ページ】

Google （<http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl>）

Yhaoo! （<http://submit.search.yahoo.co.jp/add/request>）

MSN （<http://search.msn.co.jp/docs/submit.aspx>）

### 5.3 バックリンク（被リンク）を増やす

先の SEO の話もそうであるが、ネット上では各サイト同士がリンクによって複雑に絡み合っており、ユーザーはそれらのリンクをたどってサイトに辿り着く。

つまりはリンクは「路」であり、路がつながっていないければユーザーは訪問できないのである。

ではそれら被リンクを受ける方法としてはどのようなものがあるのか確認してみる

#### (1) 「リンク集」に登録する

「リンク集」とは同じジャンルのホームページに登録しているサービスである。

有料・無料・相互リンクなど様々な形式があるので注意が必要であり、有名なリンク集である場合 PageRank の向上の可能性もある。

リンク集に関しては検索エンジンで「リンク集」等と検索すれば様々なジャンルのものが表示されるのでショップの内容に近いリンク集に登録すると良い。

逆に検索エンジンから有害と判断されるサイトからのリンクを増やす弊害も考えられる。

## 第5章 ネットショップの集客方法

有名なところで言うと「Yahoo!」のディレクトリ登録などがあるだろう。

Yahoo!のサイト推薦ページ (<http://add.yahoo.co.jp/guide>) などから申請を行う。

原則商用のサイトの場合は数万円程度のサービス料金を払って「審査」を受ける必要があるが、ディレクトリに登録される保証は無い。

逆に非商用で有益なサイトは無料で登録が可能。

類似のサービスに

X-recommend (<http://www.xlisting.co.jp/Service/Xrecommend/index.html>)

等がある。

また地域の情報サイトなどにもなるべく多く登録するといいだろう。

### (2) ソーシャルブックマークを活用する

ソーシャルブックマークとは、自分の興味のあるサイトをネット上で登録・公開するサービスであり、このようなサービスでショップの情報を登録すると、ソーシャルブックマークと紹介したショップ間で結果的にリンクした形となる。

PageRank の考え方からすると、PageRank の高いそれらのサービスから簡単に被リンクを受ける事が出来る便利な機能であるといえる。

ただこれらは意図的にリンク関係を構築できるものである為、SEO 的に評価され続けるかは断定できない。

「niftyクリップ」(<http://clip.nifty.com/>)

「はてなブックマーク」(<http://b.hatena.ne.jp/>)

「FC2 ブックマーク」(<http://bookmark.fc2.com/>)

「Yahoo!ブックマーク」(<http://bookmarks.yahoo.co.jp/all>)

「iZaブックマーク」(<http://www.iza.ne.jp/bookmark/>)

### (3) ブログを活用する

最近爆発的に普及してきた「ブログ」(blog) は、ブログを紹介するポータルサイトなどに更新情報を発信する「ping」機能や意図的に被リンクを受けやすい「トラックバック」、記事の内容を様々なサービスで取り込む事が出来る形式で出力する「RSS」機能など、アクセスアップに有利な機能がたくさん実装されている。

## 第5章 ネットショップの集客方法

記事の追加や管理なども簡単に初心者にも優しいサービス。



(本テキスト3章でも扱ったトラックバック機能はトラックバック先から認証さえされれば簡単に相互リンクできる便利な機能)

ブログに送信フォームなどを組み合わせた簡易的なショップであれば利用する価値も高いし、SEO対策を行いPageRankを高めたブログからショップへリンクを貼ることも有効だろう。

EC - CUBE でのトラックバック機能も是非活用したいところである。

### (4) メールマガジンを発行してみる

ネット上で情報を発信・配信するサービスの中にテキストデータをメールで配信する「メールマガジン」と呼ばれるサービスがある。

これらサービスの本来の目的は購読者に対しての情報の配信であるが、これらサービスによっては、記事を配信した時に自動で最新記事を案内するHTMLページを生成し、公開してくれるものもある。

無論それらのページは無料でメールマガジンを配信しているユーザーにとって優良なサイトであり、PageRankも高い場合が多い。

#### 【無料メルマガ配信サービス】

「まぐまぐ」(<http://www.mag2.com/>)

「Yahoo!メルマガ」(<http://merumaga.yahoo.co.jp/>)

「メルマ」(<http://melma.com/>)

## 第5章 ネットショップの集客方法

[treasures0884.blog95.fc2.com/ - 30k - キャッシュ - 関連ページ](http://treasures0884.blog95.fc2.com/)

### トレジャーズスタッフ日記

福岡県小倉にある熱帯魚屋さん、Treasures(トレジャーズ)の店長&シバちゃんのスタッフ日記&入荷情報です。... こんにちば、福岡県北九州市の熱帯魚屋「トレジャーズ」の店長縄田です。今回も珍しい魚が続々入荷しています！ ...

[treasures0884.blog95.fc2.com/page-1.html - 31k - キャッシュ - 関連ページ](http://treasures0884.blog95.fc2.com/page-1.html)  
[treasures0884.blog95.fc2.comからの検索結果»](#)

[こんにちば、福岡県北九州市の熱帯魚屋「トレジャーズ」の店長縄田です ...](#)

2008年5月28日 ... 福岡県北九州市小倉北区井堀の熱帯魚屋トレジャーズの入荷情報・お得情報などを配信します。

[archive.mag2.com/0000265610/20080528184101000.html?start=20 - 22k - ... 関連ページ](#)

**1月29日新入荷！！[まぐまぐ！]**

福岡県北九州市小倉北区井堀の熱帯魚屋「トレジャーズ」の入荷情報・お得情報などを配信します。... こんにちば、福岡県北九州市の熱帯魚屋「トレジャーズ」の店長縄田です。今回も珍しい魚が続々入荷しています！ ...

[archive.mag2.com/0000265610/index.html - 20k - キャッシュ - 関連ページ](#)

(検索結果にブログやメルマガの最新記事案内のページも同時に表示されている。検索される機会も多くなる上に、PageRankにも多少の差がでると思われる。)

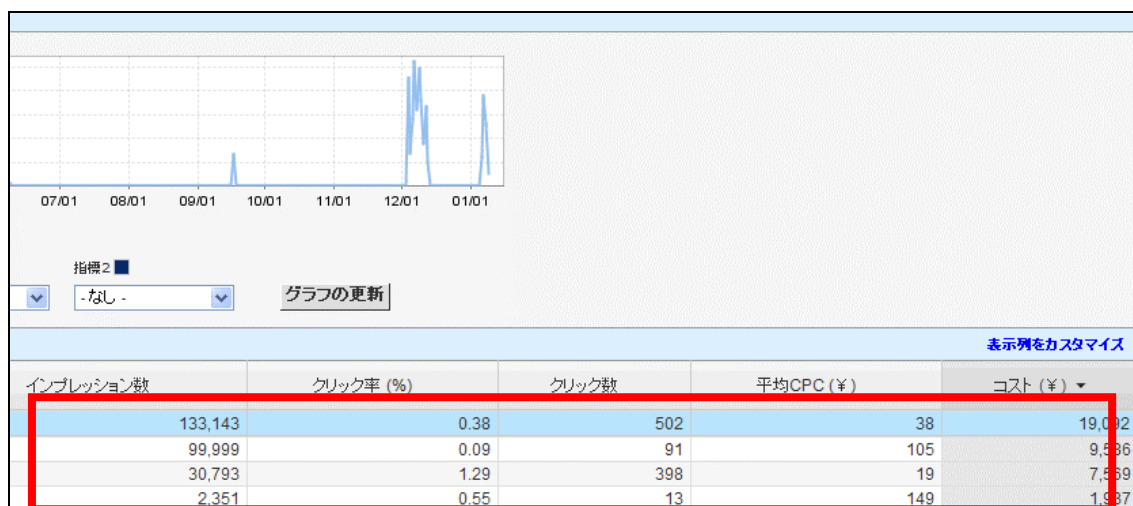
### 5.4 検索エンジンに広告を掲載する

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/>)

ユーザーが入力した検索キーワードに対応した表示を行う為、申請したサイトに関連あると思われるキーワードと実際の内容に開きがある場合は、広告が配信されないように審査を行っている。



## 第5章 ネットショップの集客方法

前項画像では広告が表示された回数(インプレッション数)やそれに対するクリック率、平均クリック単価や結果的にかかったコストなどが表示されている。

料金の支払いはクレジットカードによる先払い(Overture)や、利用した分を後払いする形式(Google Adwords)などがある。

1クリックあたりの単価は比較的自由に決める事が出来るが、あまり低い単価だと表示される確率が下がるなど、若干設定が難しいところもある。

### 5.5 プレゼント企画

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必要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。(宝探しのような形式)

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受けれる。

但し、登録後は数千規模の膨大なアクセスと応募メールへの対応などを行う必要がある為注意が必要。

これらの機能は楽天やビッダーズなど有料ASPでも一機能として提供している。



(プレゼント企画はビッダーズのトップ画面から無料で参加でき、ビッダーズ会員ならば応募ボタンを押すだけの簡単な操作で応募できるため人気のサービスである。出品時のアクセス数も多い)



---

## 第5章 ネットショップの集客方法

有料 ASP で開店していない場合は「懸賞」等で検索すればかなりの数の懸賞サイトが表示される。

大手ポータルも運営しているので活用すると良いだろう。

「Yahoo!懸賞」(<http://present.yahoo.co.jp/>)

「goo 懸賞」(<http://present.goo.ne.jp/>)

「懸賞のつぼ」(<http://www.tubox.com/>)

「懸賞天晴」(<http://www.appare.com/>)

以上が主なアクセスアップの手法である。

ただ、忘れてならないのはいくらアクセスが増えても商品が悪かったり、店舗のデザインが粗悪でユーザーの信用が得られない場合は購入につながらない。

あくまでも、まずそれらの準備を行ってから初めて効果を表すものである。

くれぐれも何の為のアクセスアップなのかと言う事を忘れないようにすること。