



ウェブ解析入門

本日の内容

1. まずは大切なウェブサイトを守るためにセキュリティを知ろう
 - a. SNS・ホームページの種類とセキュリティの関係
 - b. 悪意のある攻撃者の思考
2. ウェブと検索のしくみ
3. 解析のための大切な三つのポイント
 - a. 漏れなくデータを取得するために
 - b. 関係者のデータを除外するために
 - c. プロジェクトの目標を設定するために
4. ペルソナ設定とカスタマージャーニーマップを作成しよう

まずは大切なウェブサイトを守るために
セキュリティを知ろう

SNS・ホームページの種類とセキュリティの関係

	SNS	ホームページ作成サービス	CMS	自分でプログラミング
	ソーシャルネットワークサービス。ユーザー同士の交流を目的とする。フェイスブック、インスタグラム、エックスなど。	ブラウザ上で、簡単な操作でホームページを作れるが制約はおおしい。ウィックス、ジンドゥ、ペライチ、グーペなど	割と自由にホームページを作れる。サーバーとドメインを用意して、導入や細かい設定を自分でする必要がある。ワードプレスなど	<?php print 'Hello World' ;?> みたいなものを羅列して作る、私にも未知の世界
手軽さ	◎	○	△	×
必要なもの	アカウント	アカウント	サーバーとドメイン	サーバーとドメインと知識
自由さ	×	△	○	◎
危険度	△	△	×	△

ウェブ運用において安心安全なものはなく、種々の対策をすることで危険度を下げていく

悪意のある攻撃者の思考

1. 見つからないようにこっそり改ざんする（顧客データを盗むとかここで悪さをするわけではない）
2. 善良そうな箱、入れ物を探している
3. サイトの規模、閲覧しているユーザー数は関係ない（とはいえ、公共的なものほどたくさんリンクを持っており、より高度な攻撃者から狙われる可能性が高い。中古ドメインの多くがフィッシングサイトになっている）

主な攻撃の種類

1. パスワード解読（対策はパスワード強化）

- a. ブルートフォース攻撃： 総当り
- b. 辞書攻撃： 後で解説
- c. パスワードリスト攻撃： 他のサイトから流出したパスワードを利用

2. フォームやコメント欄が狙われる（対策はアップデート）

- a. SQLインジェクション
- b. クロスサイトスクリプティング
- c. クロスサイトリクエストフォージェリ

パスワードがセキュリティ強化の第一歩

▼店の名前やサイト名を入れてしまうと
→URLなどから簡単に推測できる

▼長ければ安全？
→『辞書攻撃』でやられる！

例えばプチ・ラパンを英語でいうと
smallrabbit 10文字
ですが、辞書に載っている単語に分割すると
small rabbit 2語

**パスワード生成ツールで
英数・記号入りを作成！**

例：
MQ:H@qkdp#%+2h;X

理想は紙で保管してログインの度に入力
(あなたがドラクエ世代なら難しくはない!?)

アカウント管理という概念を身につける

1. 一つのアカウントでID・パスワードを使い回さない
 - a. 誰がどこからログインして何をしたかわからない
 - b. 関係のない人、悪意のある人にもれない保証はない
2. ツリー上に組織を組み立て、各セクションに適切な権限を付与
 - a. 所有者アカウントはパスワードで強固にし、知識のあるものが管理する（該当者がいない場合は、極力このアカウントを使用しない）
 - b. 各セクションの管理者を任命し、アカウント追加権限を与える（最低限のセキュリティ知識を有する人物が適当、小さな組織の場合は省略）
 - c. アカウント追加権限のないアカウントを作業者に付与（権限を作業に必要な最低限に制限）

ウェブと検索のしくみ

ウェブのしくみ

1. パソコンやスマホからホームページ情報のあるサーバーに「ウェブサイト表示してください」とリクエストを送信
2. このとき、サーバーはリクエストを送ってきた、あなたのデバイス情報（機種、ブラウザ、位置など）を取得
3. サーバーから②の情報を元に、あなたのパソコンやスマホへウェブサイト表示に必要なファイルを送信（レスポンス）
4. ブラウザがファイルを読み込んでプログラムを変換してホームページを表示する
5. ④のときに解析タグがあった場合、解析サーバーに②のデータを送信

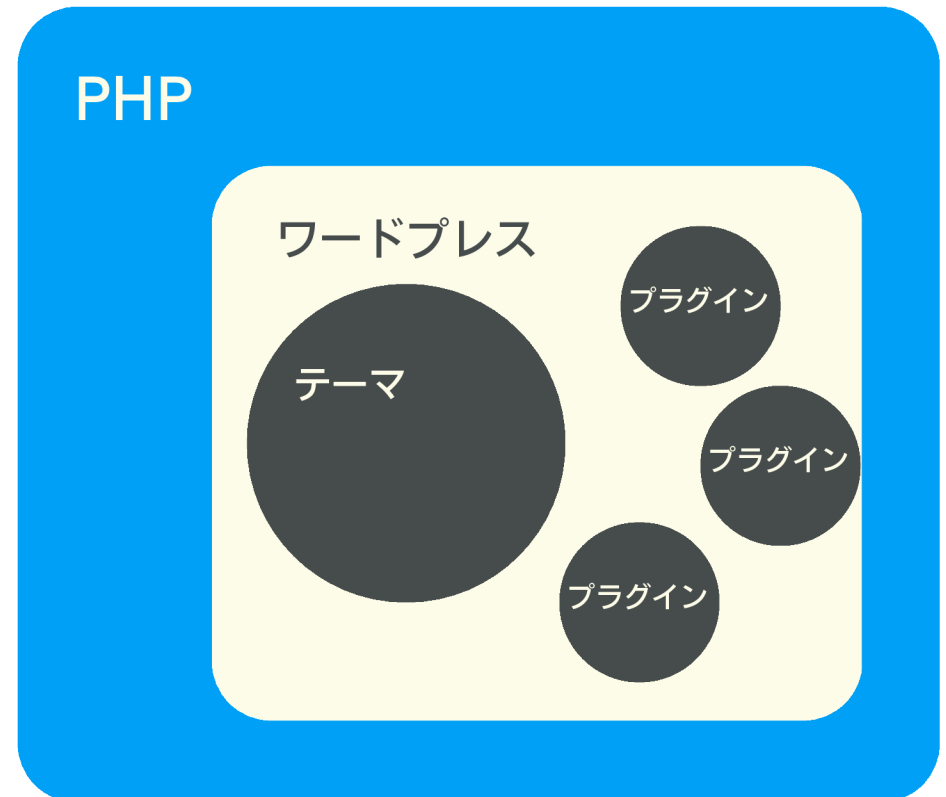
検索のしくみ

1. ホームページに新しい記事などを投稿、更新
2. 検索エンジンのクローラー（ボット）がリンクを辿って①の記事を発見
3. 検索エンジンが発見した新しい記事や更新情報をインデックス（本棚にいれること。noindexが記述されているページはインデックスされない）
4. 検索エンジンのアルゴリズム（きまり）に沿って本棚から生地を取り出してきて、検索結果にランキング表示
5. 緊急を要する危険なサイトに対しては、Googleの担当者がインデックスを解除（手動対策、ペナルティ）ー いかがわしい本はベッドの下に！？

参考：ワードプレスのしくみ

1. ワードプレスはPHPという言語で動いている
2. ワードプレスはテーマでデザインを、プラグインで様々な機能を追加することができる
3. テーマやプラグインは便利だが、作者が異なるため増やせば増やすほど相互に干渉する可能性が増える
4. それぞれが上位概念のアップデートの影響を受ける
5. アップデートしない選択肢は常に脆弱性が同居する

※世界中のホームページの43.4%がワードプレスで作られている



解析のための大切な3つのポイント

1. 漏れなくデータを取得する
2. 不要な関係者のデータを除外する
3. プロジェクトのゴールを明確にし、数値で取得する

漏れなくデータを取得するために

1. GA4におけるdirect/none（どこから来たかわからない）のデータを極力減らす

2. ①に該当する参照元にパラメータを付与する

※以下のようなものからのリンクは工夫しないとどこから来たかわからない

a. 印刷物などに添付する『QRコード』

b. 『LINE』などのモバイルアプリ

3. パラメータの命名規則を策定し、関係者に共有する

※パラメータは『URL campagne builder』を利用して作成します。使い方については検索してください。わからないことはご質問ください。

関係者のデータを除外するために

1. 除外する関係者の範囲を決める
2. 除外する仕組みを導入する
3. 1で決めた関係者に、除外の方法を周知徹底する

※除外の仕組みは閲覧するブラウザに『Google Analytics オプトアウト アドオン (by Google)』を導入してください。検索すると導入方法が見つかります。

※スマホやタブレットからの閲覧を除外する方法は少し高度な設定が必要です。カルチュエ・ラパンのコンサルティング契約者様には、設定のサービスが付いています。

プロジェクトの目標を設定するために

プロジェクト（新サービス、販促やキャンペーンなど）は誰のために実施するのかを明確にする（消費者、事業所、会員など。ホームページのユーザーとは限らない）

1. 目的を達成するために、『プロジェクト』を利用するユーザー像を明確にする（ペルソナ設定）
2. ユーザーが『プロジェクト』を認知してゴールに至るまでの道のりを検討する（カスタマー・ジャーニー・マップ）

(おまけ) ペルソナ設定と
カスタマージャーニーマップを作成しよう

Persona

ヒント: 別のペルソナに対して演習を繰り返すには、これらのページを複製します。



ペルソナ1
名前と代表画像を追加

重要な属性

この人物を説明する形容詞を追加してください

簡単な説明

フレーズを追加してこのペルソナの生活を表します
(家族、職業、趣味など)

ニーズ

ペルソナがこのサイトと関わる理由を考えます

課題

ニーズに対する問題点や潜在的なフラストレーションを追加する

機会

製品またはサービスが問題点に対処できる方法を追加する

Customer Journey Mapping

Persona 1



ヒント: 別のペルソナに対して演習を繰り返すには、これらのページを複製します。

	意識	調査・選択	利用	リピート	拡散
ユーザーアクション	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください
タッチポイント	例: SNS,検索エンジン	例: 検索キーワード	例: ランディングページ、閲覧ページ	例: Eメール、SNS通知	れい: SNS投稿、口コミ
問題点(フラスコ、エラー、またはボトルネック)	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください
感情(ムードメーター)	喜んだ イライラした				
考えられる解決策(ペルソナのエクスペリエンスを向上させる機会)	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください	あなたの考えを追加してください