＼ BtoBマーケター必見 ／

意外と難しい！？
WordPressの向き不向きと
CMSの正しい選び方

ferret One

はじめに~WordPressについて~

WordPressは、言わずと知れた世界最大のシェアを誇るCMSです。
コンテンツの作成・管理が無料でできるという手軽さから、世界のCMSシェアの65%、日本に限れば84%を占める人気ぶりです (※) 。

これだけ導入実績のあるCMSなので、「他の会社も使ってるから」「コストが抑えられるから」
といった理由で、「とりあえずWordPressを選んだ」という会社も多いのではないでしょうか。

WordPressには、はっきりとした向き不向きがあります。それを知らずにWordPressを選んで使い続けていると、無料で導入したのに運用にかかるコストで大きく損をしていた、ということも起こりえます。

本書では、BtoBのWebマーケティング目的でのサイト運用における、WordPressのメリット・デメリットについてまとめました。第3章以降では、成果を上げるためのCMSの選び方についても触れております。
本書の内容が、少しでも皆様の参考になりましたら幸いです。

> ※世界のCMSのシェア
https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_management/all

> ※日本のCMSのシェア
:https://w3techs.com/technologies/segmentation/cl-ja-/content_management

© 2022 Basic inc.

目次

はじめに

第1章　WordPressのメリット (P4～)

第2章　WordPressのデメリット (P8～)

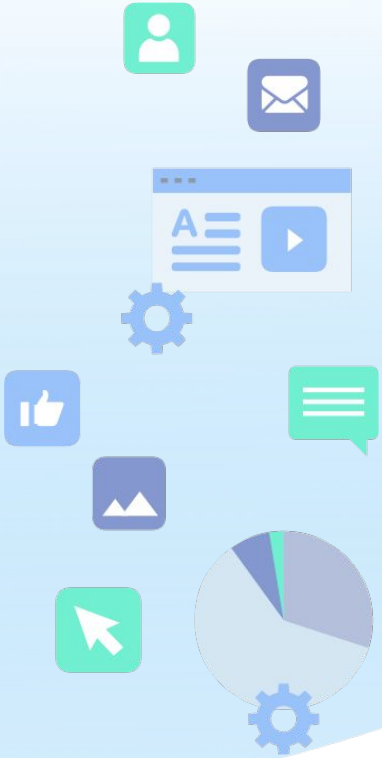
第3章　BtoBサイトの理想的な運用方法 (P19～)

最後に　BtoBマーケに特化したCMS「ferret One」のご紹介 (P26～)

© 2022 Basic inc.

第1章. WordPressのメリット

まずは、BtoBのWebマーケティングにおけるWordPressのメリットを紹介します。



© 2022 Basic inc.

メリット① CMSが無料で使える

WordPressの何よりの特徴は、ツール自体を無料で使えることです。
有料のCMSも数多くある中で、WordPressはCMSの初期費用・ランニングコストがかかりません。
そのため自社でサイト制作を行う際に、低予算から立ち上げることができます。

メリット② SEOの内部対策を自動で実施

Webマーケティングで非常に重要なSEO。WordPressでは、URLやタイトルの正規化など、Googleが提唱するガイドラインに沿ったSEO内部対策の8～9割が標準搭載されており(※) 、自動的に実行されます。

また、SEOを強化するプラグインも豊富に用意されています。
表示速度の向上やモバイルフレンドリー対応も自動でされるため、テクニカル面で更なる強化ができます。

SEOで有利に立つための最低条件を、WordPressは自動でクリアしてくれると言えるでしょう。

※WordCamp SF: Google & What You Need to Know

© 2022 Basic inc.

メリット③ 拡張性の高さ

WordPressには、Webサイトの機能を拡張できる「プラグイン」を導入することができます。

プラグインは、サイトの表示速度を改善するもの、記事の冒頭に目次を生成するものなど実に55,000種類以上のものがあり(※)、好みの形でサイトの機能を拡張・カスタマイズが可能です(2019年時点)。
他社のサイトで一度は見たことのあるような動きや仕様は、大抵プラグインで再現ができるでしょう。

※初心者にオススメ！とりあえずいれておけば安心なWordPressプラグイン10選

メリット④ 豊富なデザインテンプレート

WordPressはオープンソースで利用者が多く、世界中で新たな機能やデザインが開発・提供されています。
そのためデザインのテンプレートも豊富にあり、公式テーマのうち最新のものだけでも約3,800もの種類を利用できます(※2019年時点)。それ以外にも、デザイン会社や個人のクリエイターが開発した非公式のもの、無料版～有料版まで多岐にわたります。表現の幅は、非常に大きくなります。

※WordPressの興味深い統計と事実（2019年度版）

© 2022 Basic inc.

メリット⑤ ユーザーに応じたコンテンツの出し分けができる

CMSは、静的CMSと動的CMSの2種類に分類ができ、WordPressは動的CMSにあたります。

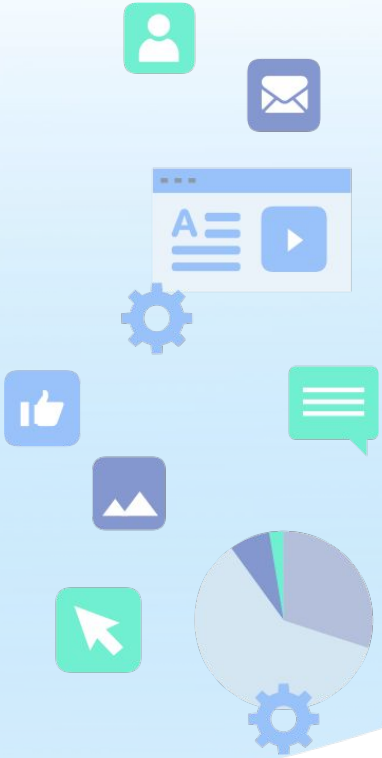
動的CMSとは、ユーザーのリクエストに応じて表示される情報をカスタマイズできるCMSを指します。
検索機能を持つページ(物件サイト・求人サイト) や、ユーザーごとに表示する情報が異なるページ(会員サイト・ECサイト) には動的CMSが便利です。こういった機能が前提となるサイトを活用したい場合は、動的CMSの代表格であるWordPressが有利に働くことが多いです。

> 静的CMSと動的CMSの違いは？選ぶ時のポイントを解説

	静的CMS	動的CMS (WordPress含)
UX設計	ユーザーの操作や意図によって、ページの表示を変えにくい	ユーザーの属性・行動によって、ページの出し分けが可能
多機能性	高機能にしたい場合、制作に手間がかかりやすい	多様な機能を持たせやすい
アクセス先	Webサーバーにアクセス	Webサーバー→CMSのデータベースにもアクセス
サイトの表示速度	サイトの表示速度が速い	サイトの表示にやや時間がかかる
アクセスへの負荷	アクセス集中による高負荷に強い	アクセス集中による高負荷に弱い
セキュリティ	データベースにアクセスしないため、セキュリティが堅い	データベースにアクセスするため、セキュリティに脆弱性がある

第2章. WordPressのデメリット

続いて、WordPressのデメリットを紹介します。
貴社の課題に当てはまっているものがないか、確認してみましょう。



© 2022 Basic inc.

デメリット① プラグインが煩雑

WordPressには豊富なプラグインがありますが、裏を返せば、
プラグインを活かせないとWordPressを活用しきれないということでもあります。
プラグインを使いこなすには、コーディングなどWeb構築に関する専門的な知識を要します。
加えて本来の目的であるWebマーケティングの学習も必要となるため、習得すべきことが増えてしまいます。

最近は、ノーコード(※) ツールの台頭もあります。
サービスサイトの構築において、コーディングスキルの需要はむしろ下がっていくかもしれません。

ノーコード (NoCode) とは？

ノーコードとは、プログラミングをせずにアプリやサイトなどを開発することです。ソースコードを書くことなく開発ができるので、プログラミングを習得する時間が不要になります。これまではWebサイトの開発は技術力を持つ人ができる専門性の高いものでしたが、そのハードルがノーコードによって大きく下がったと言えるでしょう。ノーコードの開発ツールが身近になることで、企業のIT活用における幅が大きく広がっているのです。

> ノーコード(NoCode)のメリット・デメリットとは？おすすめのツール・アプリ5選

© 2022 Basic inc.

デメリット② アップデート対応が煩雑

WordPressは定期的にバージョンアップデートを行いますが、その対応は都度手動で行う必要があります。

①プラグインの煩雑さとも関わってきますが、複雑なコーディングやプラグインが絡んだ状態でアップデート対応をすると、サイトの表示が崩れてしまったり、修復にかかる工数が増えたりする可能性が高まります。

デメリット③ テクニカルサポートが不十分

WordPressはオープンソース型のサービスであるため、公式のサポートセンターが存在しません。
ユーザーコミュニティこそありますが、何かトラブルが起きた場合の解決は各社に委ねられてしまいます。

テクニカルな領域に詳しい人が社内にいればいいですが、そうでないと、トラブルが起きた時に正しく迅速に解決できるのか、不確実性が高いのは難点です。サイトの表示が崩れたり、顧客体験に関わる致命的な問題を早く解決できなければ、非常に大きな問題です。

© 2022 Basic inc.

デメリット④ セキュリティリスクが高い

セキュリティの攻撃に晒されやすいのも、WordPressの大きな問題点です。
WordPressはオープンソース型で多くの利用者がいる分、ハッカーの攻撃対象にされやすいのです。
また動的CMSであるであることから、ユーザーがアクセスするとCMSのデータベースにもアクセスすることになり (←P7)、これもセキュリティリスクを高める要因となります。

2017年の1月には、複数のハッカーグループにWordPressの脆弱性を狙われ、世界中で150万件以上のサイト改ざん被害が起きたこともありました。

さらに、新たに脆弱性が発見された場合でも、WordPressは公式のサポートサービスがない (←P10) ため、開発コミュニティによる修正アップデートを待つしかなく、セキュリティリスクを塞ぐのにも不確実性が伴ってしまいます。

© 2022 Basic inc.

デメリット⑤ 属人化しがちになる

ここまでのデメリット①～④によって起こる問題が、テクニカルなスキルの**「属人化」**です。

プラグイン・バージョンアップデート・セキュリティ対策……
仮に今、それらに対応できるエンジニア/ デザイナーが社内にいたとしても、
その人が「リソース不足で対応できなくなる・他部署に異動してしまう・退職してしまう」ことで
対応できなくなる流動性をはらんでいます。

そうなると、Web構築に長けた専門人材を採用し直すか、
以前の担当と同じぐらいWordPressを活用できるよう、
社内の人材を育てる必要があります。
いずれにせよ、採用・教育に莫大なコストがかかるでしょう。

© 2022 Basic inc.

デメリット⑥ マーケのアドバイスまではしてくれない

そもそも成果の出るサイト運用のノウハウがないことには、よい結果は望めません。
かといってWordPressからサイト改善の提案を貰えるわけではないので、結局成果を伸ばす方法は、
社内の人で考えるor 外部に相談するしかないのです。

WordPressでのSEO対策について

メリット②でSEOのメリットを紹介しましたが、SEO対策における**内部対策の比率はせいぜい25%程度**と言われています（※）。それよりも、残り**75%**を占める、良質なコンテンツを作って被リンクを増やしたりする **外部対策**の方がよほど重要です。**外部対策はマーケターの力量と努力次第** なので、結局そこに注力できなければ、WordPressのメリットすらも相殺されてしまいます。

> ※What the Heck is Inbound Marketing?

© 2022 Basic inc.

デメリット⑦ CMS以外のコストがかかってしまう

ここまで挙げてきたデメリットをなんとかカバーするとなると、たくさんの人の手を借りる必要があります。
つまり、WordPressを使ってマーケティングをしようと思うと、

・Web構築スキルを持った人材の採用/ 教育
・Webマーケティングができる人材の採用/ 教育
・Webマーケティングを強化するための外部ツール・コンサルへの投資
・もしもの時にサポートしてもらえる、サーバー会社や制作会社との契約

など、たくさんの投資がセットで必要になってくるのです。
無料でWordPressを入れたはずなのに、結局CMS以外のコストがかさんでしまうという本末転倒な現象は、
起こっていても気づいていないということがよくあります。

「WordPressを使う=安価でマーケティングができる」ではない、ということなのです。

© 2022 Basic inc.

WebマーケにWordPressが向いている条件

ここまでメリットとデメリットを紹介してきましたが、WebマーケティングにWordPressを利用することは、拡張性でのメリットもある一方、多くの制約を受ける可能性もあります。
動的CMSならではの要件 (←P7) がない限りは、WordPressの導入が適している下記の条件を踏まえて、慎重に考慮したほうがいいかもしれません。

- **とにかく予算を抑えたい**
- **社内のWeb構築リテラシーが高い**
- **社内に保守の担当者がいる**
- **ページボリュームが少なめ(1,000ページ以下)**
- **機密性の高い情報を扱わない**

「WordPressについての知見を持つ制作/開発会社は多いので、予算を抑えながら短期間でWebサイトを構築することが可能です。
ただし、運用体制までを考えると、導入検討側のリテラシーが高めで、社内にWordPressに精通するエキスパートがいたり、
保守も社内のエキスパートが担うか、外部パートナーの提携を前提にしている場合でないと厳しい側面もあります。」
(Web Designing 2019年4月号 p73より)

© 2022 Basic inc.

では……サイト運用を外注するのは？

属人化の懸念・保守運用のコスト……
これらを解消する手段として、サイト制作・運用を外部に丸投げして外注することを思い浮かべた方もいるのではないでしょうか。しかし、外注は外注で、他のデメリットが発生する可能性があります。

1つ目は、金銭面でのデメリットです。外注には都度お金がかかってしまいます。
都度発注となると、ページ編集のハードルが上がり、生産性が損なわれがちになります。
「最優先ではないがやった方がいい」改善が後回しにされてしまい、最適化がされなくなってしまいます。

2つ目は、マーケティング面でのデメリットです。
そもそも自分たちにWebマーケティングの知見がなければ、外注先に適切な指示を出すこともできません。
その上外注先にも知見がなければ、こちらの意図が伝わらなかったりSEOの内部対策も適切にされにくくなります。結果、本来の目的であるマーケティングの成果からも遠ざかってしまいます。

© 2022 Basic inc.

外注の一番のデメリットは、時間的損失

3つ目のデメリットが、**時間的な損失**です。これが一番深刻です。
外注には都度お金が発生しますが、それ以上にやりとりの工数が増えます。

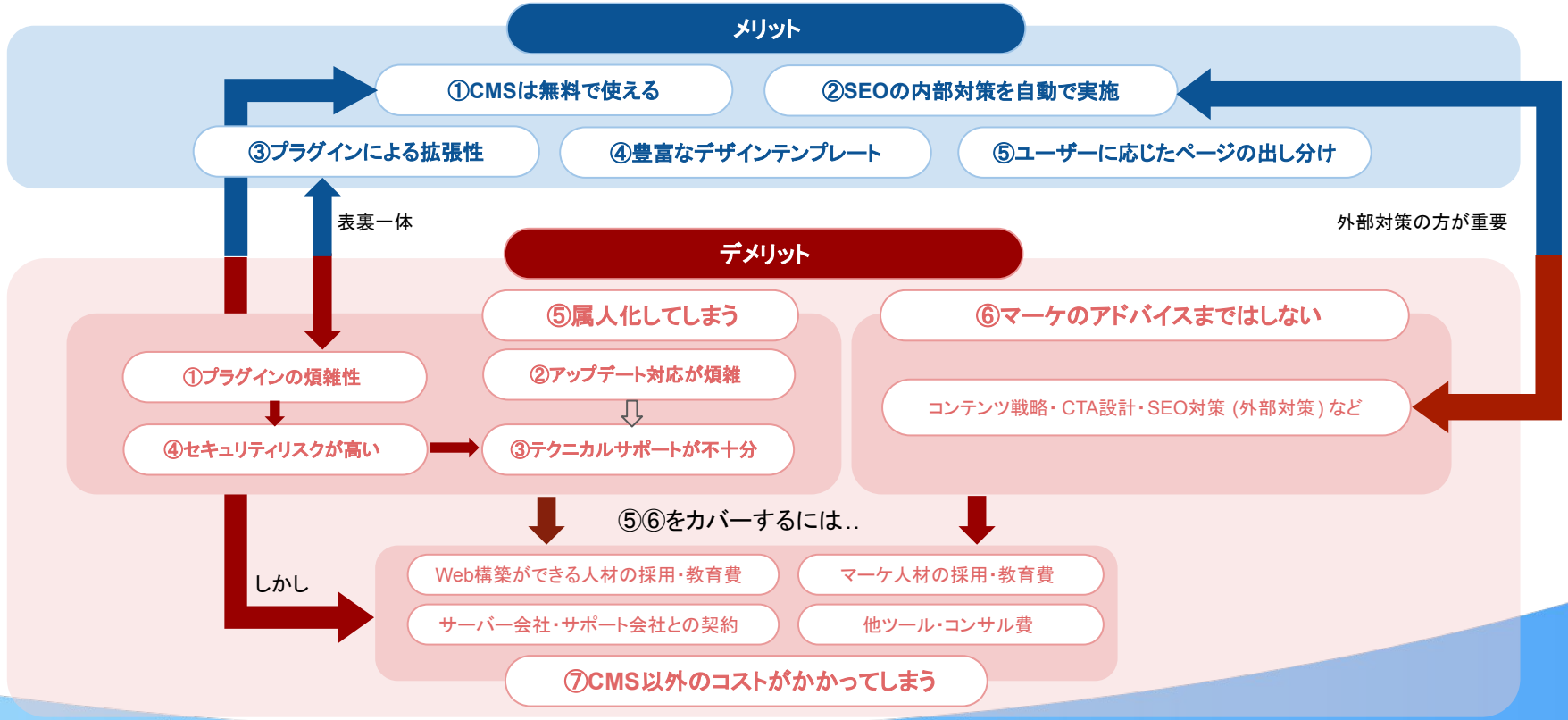
外注先への見積もり依頼・外注費の社内稟議・依頼内容を資料化する時間・スケジュール管理・制作物に対する戻しのやりとり……

ちょっとした文言の修正一つにもこれだけのやりとりが発生し、運用のスピード感が損なわれます。
消費者を取り巻く市場の環境は、日々変化が激しくなっています。
変化に素早く適応できないことはビジネスの上で大きな損失となります。これはWebサイトでも同様です。
運用のクオリティが外注先に依存してしまうため、属人化を防ぐはずが、逆効果にすらなってしまうのです。

……では、BtoBのサービスサイト運用の理想像とはどのようなものなのでしょうか？
第3章で詳しく解説します。

© 2022 Basic inc.

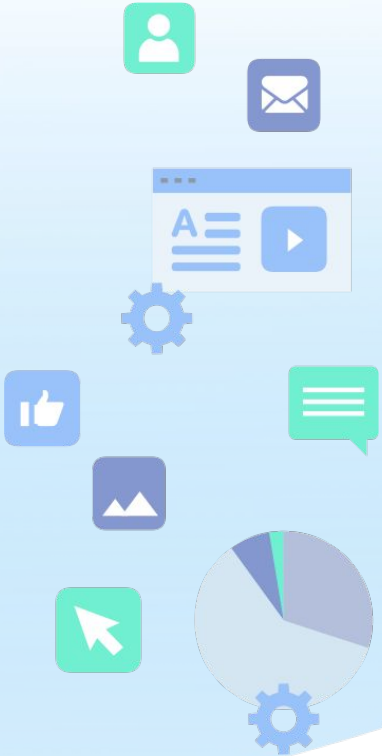
WordPressのメリット / デメリットの全体像



© 2022 Basic inc.

ferret One

第3章.　BtoBサイトの理想的な運用方法とは



© 2022 Basic inc.

デザインへの過度なこだわりは危険

まず、BtoBのサービスサイトにおいては、デザインにこだわりすぎないように気をつけてください。

サービスの情報収集にサイトを訪問するユーザーは、記事や動画といったコンテンツ(中身) に興味があって見にきます。それも、忙しい中業務の一環で調べることが大半です。
パッと中身が入ってこないサイトだと、サービスを理解してもらえずに離脱されるでしょう。
それは大きな機会損失です。

そのデザインがユーザーにとって本当に必要なのかどうかは、常に問い直してみてください。
「何となくオシャレだから」で入れた仕様が、かえってユーザビリティを悪化させているかもしれません。

© 2022 Basic inc.

BtoBのサイト運用の理想像

BtoBのサービスサイト運用の理想の状態は、
「①ビジネスサイトが ②更新性の高さを保ちながら
③CVや売り上げに繋がるベストな状態にし続けること」と言えます。

新型コロナの影響もあり、人々を取り巻く環境はより激しく変化を続けています。サイトが変化に適応できない状態だと、市場で競争力を失ってしまうことにもなります。

「Aという変化に対応するためにコンテンツの更新を依頼したが、
それが反映されたのは1ヶ月も後で、その時Aはすでに姿を変え、
Bになっていた……」
そうなると、更新しなくてもダメ・更新してもダメという八方塞がりな状態になってしまいます。それは非常にもったいないことです。

顧客を取り巻く変化の例

①社会の変化

新型コロナによるライフスタイルの変化やLINEのような大衆化ツールの登場など

②市場の変化

競合参入によるポジショニングの変化など

③顧客の変化

デジタル化の加速による
ネットリテラシーの底上げなど

④社内の変化

ブランド戦略の方針変更による、
発信メッセージの一斉転換など

© 2022 Basic inc.

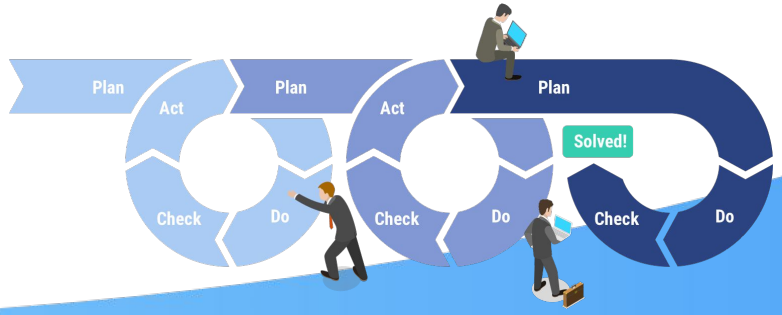
BtoBのサイト運用の理想像

また、そもそもWebマーケティングは高い不確実性を伴うものです。

GoogleやMicrosoftなどの優秀なチームでもマーケティング施策の成功確率は20~30%程度と言われており(※) 、Webマーケティングの成果を継続的に上げるためには、高速でPDCAサイクルを回すことが欠かせません。
高速でPDCAを回すには、何よりも効率的に施策を実行できる環境が必要です。

また、顧客を理解しているのも、顧客とのコミュニケーション方法を理解しているのも、ビジネスサイドであるはずです。それなのに、施策立案はビジネス側/ サイト運用は開発側と分断されていては、非効率です。

効率的に施策を実行できる環境とはつまり、
「**成果の出し方を知っているビジネス側**が、Web構築の
専門知識に依存せず、主体的にサイトの**運用ができる**環境」
であり、これがサイト運用の理想像となるのです。



※「マイクロソフトの分析チームに学ぶ A/Bテストの効果的な実施法」
ハーバード・ビジネス・レビュー　2018年7月号

© 2022 Basic inc.

Webマーケティングのための、CMS選定ポイント

CMSの導入 / 載せ替えをする際の、選び方のポイントをまとめました。社内検討の参考にしてみてください。

①CMSの選定基準	②自社の観点	③具体的に考慮すべきこと	④ ③の確認方法
機能の要件	サイトに実装したい機能は何か	モバイル対応・多言語対応・フォーム作成機能など	自社で要件を定義し、営業担当に聞く / Webサイトを見る
担当者の技量・リテラシー	社内外のエンジニア/ デザイナーに依存せず、サイト運用できるか	CSSやHTMLといった、専門知識の必要度	デモ体験を依頼する
テクニカル面のサポート	テクニカル面のサポートで、どれだけ外部の力が必要か	レスポンスの早さ・クオリティ	口コミを見る/ 知り合いから評価を聞く
マーケティングのサポート	マーケティングの成果を出すために、どれだけ外部の力が必要か	マーケ向けの機能/ マーケコンサルの有無	Webサイトを見る/ 営業担当に聞く
スイッチングの工数	コンテンツの移管に、どれだけ社内の工数がかかるか	既存のコンテンツの移管にかかる金額・時間	Webサイトを見る/ 営業担当に聞く
価格・料金	マーケティングの成果を出す上で、費用対効果は適切か	CMS自体の価格/ 保守・運用費 / 制作費など	資料請求をする/ 営業担当から見積もりをもらう

© 2022 Basic inc.

ferret One

CMSを活用するための3つのポイント

どんなツールにも言えますが、CMSも導入が目的になってしまうと、その後上手く活用できなくなってしまいます。以下に、CMSを有効活用するための3つのポイントについてまとめました。

❶目標を立てる

どんな成果を出すためのサイトかを決める ため、定量的な目標を設定しましょう。リード獲得数やサイト経由での受注数 / 金額などがその例です。また、CMSだけでマーケティングは完結し得ないので、 CMSにマーケティング活動のどこからどこまでを担ってもらうかのイメージも大事です。

❷専任の担当者を充てる

十分な更新性・運用性を担保するには、 サイト運用を主務とする、専任の担当者 を充てましょう。
その担当はデザインスキルで決めるのではなく、ビジネスサイドから抜擢するようにしてください。

❸「運用し続けるもの」という意識を持つ

サイトの運用においては、絶え間ない市場の変化に対応し、素早く PDCAを回せることが何より大事です。事業方針やサイトの担当者が変わっても、スムーズに引き継ぎができ、 高い運用性を長く維持できる ことが重要です。

© 2022 Basic inc.

おすすめは、クラウド×ノーコード型のCMS

本章で挙げたCMSの選定・活用ポイントを押さえたのが、クラウド型・ノーコードタイプのCMSです。

クラウド型のCMSとは、コンテンツなどのデータをクラウド上で一元管理し、インターネット経由でアクセスする形態のCMSです。初期のセットアップの手間をかけずに導入でき、メンテナンスの手間も不要なため、インフラ保守のコストも抑えられます。その分肝心のコンテンツ制作に集中して打ち込むことができます。

また、ノーコード(←P9)にすることで、Web構築の専門知識に依存しないサイト運用ができるため、属人化を防げる大きなメリットがあります。加えて、サイト運用の時間も短縮できるため、生産性向上にも繋がります。第2章で挙げた、WordPressのデメリットの解消に直結するとも言えるでしょう。

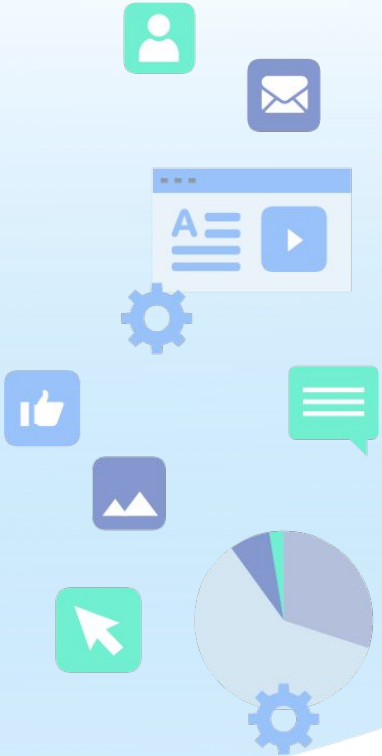
最後に、BtoBのWebマーケティング向けに特化されたCMS「ferret One」についてご紹介します。

▼合わせて読みたい

BtoB向け！CMS比較ガイド

© 2022 Basic inc.

BtoBのWebマーケに特化したCMS「ferret One」のご紹介



© 2022 Basic inc.

ferret Oneとは？

BtoBのWebマーケティングに
特化したCMSサービス

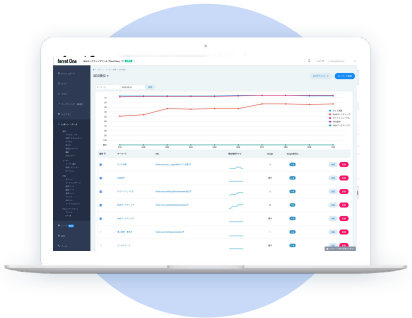
❶ ノーコードのCMS

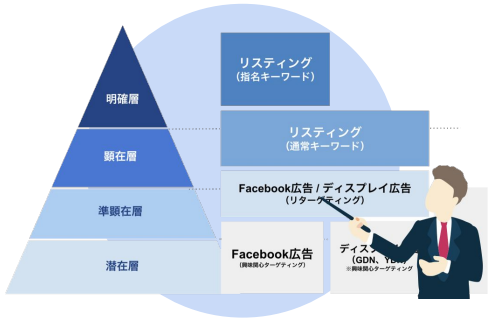
❷ BtoBに特化したマーケ機能が充実

❸ ノウハウもセットで提供

© 2022 Basic inc.

ferret One3つの特長





❶ノーコードのCMS

Webサイトの作成・編集・公開までが
ノーコードで自分で完了できます。
・LP（ランディングページ）
・ブログ（記事コンテンツ）
・問い合わせフォーム

❷マーケティング機能

・CV・セッション・SEO順位などレポート画面
・メール配信機能
・リード管理機能
・Salesforce／Pardotなど外部ツール連携機能
・チャットへの通知機能

❸ ノウハウ

・BtoBならではのマーケティング方法
・運用体制作りのサポート
・KPI設定など初期戦略設計のサポート
・日々の施策実行のアドバイス

© 2022 Basic inc.

大手企業からスタートアップまで

1,000社を超える企業様が導入

ferret Oneサイトを見る

資料をダウンロード

無料デモ体験

© 2022 Basic inc.