

更新、引っ越し ドンと来い!

ホームページ メンテナンス管理術

読者のなかには、すでに個人のホームページを持っている、またはこれから持ちたいと思っただけ多いただろう。しかし、せっかく作ったホームページなのに、更新が面倒だったりアクセス数が少なかったりで、ほったらかしにしているオーナーもいるはずだ。そこで今回の集中企画では、できるだけ多くの時間と情熱を魅力あるコンテンツ作りに使えるように、ページの更新作業の手間や引っ越しの難しさを、できるだけ少なくするためのテクニックを解説していく。

執筆

山田貞幸、レスキュー、白畑 真
インターネットマガジン編集部

illustr: Nanba Hiroko



「ホームページの管理」とは

ホームページは作ったらずりばなしではなく、更新していかなくてはならない。その中で「どんなタイミングで、どんな内容の更新を行うか」といった創造的なテクニックを「運営術」とすれば、それを技術的に支えるファイル管理などのテクニックが「管理術」となるだろう。効率的な管理は、ホームページの運営を支えるために必要不可欠なものだ。

ホームページは「更新」が命

一般にホームページは常に更新されていく。読者は更新された内容を楽しみに何度もページを見に行き、そうした中で「リピーター」が定着し、アクセスカウンターも伸び、人気サイトとしての定評を得ていく。作者もそういった状態を作ることで張り合いが出て、ホームページ作りを精力的に続けていく。

しかし、個人ホームページでは作者の誰もが毎日更新を行えるわけではない。また時間に追われての更新では、リンクがボロボロで見せたコンテンツが見せられないということにもなりかねない。そんな不備をなくしてホームページ作りを楽しく続けるためには、更新の「作業」をできるだけ清らさ効率のよいテクニックを身につける必要がある。

更新のテクニックには、どんなタイミングで、どんなコンテンツを、どんな味付けをして発表するかという創造的な側面と、どのようにしてファイルを管理し、ミスをチェックし、作業を効率化するかという技術的な側面がある。前者が「作成・運営術」、後者が「管理術」となるわけだ。本誌では連載の「Tips & Tricks」のほか、これまでも特集などで「作成・運営術」は取り上げてきた。そこで今回は、「管理術」にポイントを絞り、さまざまなテクニックを紹介していきたい。

ホームページの管理を効率化しよう

個人の場合、ホームページの保守・管理から企画・制作まで、自分1人が担当することにな



る。より良いホームページを作るためには、保守・管理などにかかる労力をできるだけ少なくして、その分の時間を創造的なことに使いたい。

ホームページ管理の基本は、「ファイル管理」にある。サイト内のどのファイルが、どこで何のために使われているかを把握し、リンクの不備をチェックし、不要なファイルは削り、必要なファイルが紛失していたら修復する。こういった作業を、ローカルマシンとプロバイダーにあるウェブサーバーの両方に行わなければならない。

加えて、ローカル側の作業としては「用語統一の管理」、「使用画像のサイズ・形式の管理（GIFはインターレース化するか、しないかなど）」、「HTMLソースの書式管理、スペルミスチェック」などがある。

また、ウェブサーバー側では、容量制限や特殊な操作性（UNIXに慣れている人なら問題は少ないだろうが）回線などの問題があり、管理にはけっこうな手間がかかる。

いま挙げた項目を1つ1つ自分の目で点検しては、それだけホームページを作る時間がなくなってしまう。こういった管理作業は、便利なツールにまかせたり、最初に自分のルールを作っておいたりといった方法で、効率的に済ませてしまいたい。

そして、余った時間はコンテンツの制作やほかのことに割り振り、有意義に使うのだ。

さて、さっそくホームページの管理の仕方を解説しようといいたいところだが、その前に人気ホームページの作者に管理の必要性とその方法を聞いてみよう。きっと困ったときに、ここに書かれている情報が役に立つはずだ。

更新、引っ越し ドンと来い!

ホームページ ラクラク管理術

人気個人ページの 作者に聞く 管理の必要性

写真は撮った週ごとに フォルダーを作って 保存しています

「東京トイレマップ」の作者
林 雄司さん

「東京トイレマップ」のネタとして、毎週60枚くらいデジタルカメラで写真を撮っています。これらの写真は、撮った週ごとにフォルダーを作って保存しています。時系列に整理しているのですが、「あそこのトイレの写真を撮ったときはコートを着てたっけ」などと、季節と記憶は結び付い

ているようで意外に便利です。ほかに、ホームページの投稿コーナーでは、掲示板のCGIを使って、フォームから投稿してもらった内容がサーバー側の秘密のファイルに溜まるようにしています。更新するときは、そのファイルを編集すればいいので効率的です。初めのころは投稿を電子メールで受け付けていたため、整理やHTML化するのに手間取っていました。あとは、転送するサーバー側のディレクトリーを間違えないように声に出して確認することもあります。でも、「臭い、よし」なんて、夜中に1人で言っていたら不気味なだけです(笑)。



東京トイレマップ
URL <http://www.asahi-net.or.jp/~ad8y-hys/>

情報提供のページは 特に更新が重要ですね

「東京のラーメン屋さん」の作者
大崎裕史さん

「東京のラーメン屋さん」は情報を提供するページなので、特に更新は重要だと考えています。私のページで更新が必要なコンテンツは2つあり、1つはランキングやマイベストラーメンといった企画モノで、もう1つは実食レポートです。掲示板は、読者が勝手に更新してくれるので大変ありがた

く感じています(笑)。毎日更新するのが面倒だと思っている人には掲示板はおすすめですね。企画モノは、気が向いたときに更新すればいいのでわりと時間も取れませんが、レポートはつらいです。そのつらさのためにラーメンを食べる杯数を減らそうかと思うくらいです(笑)。「やらなきゃ」と一番思うときは、読者から「がんばってください」とか「楽しみにしてます」というメールをいただいたときです。こういう励ましがあってなんとか今まで続いている、そんな感じです。



東京のラーメン屋さん
URL <http://www.hiryu.co.jp/ramen/>

引っ越しのお知らせは シグネチャーを使うと 効率的です

「ネットサーフレスキュー
Web裏技」の作者
レスキューさん

私はプロバイダーをよく替えるのですが、プロバイダーの引っ越しを重ねて思ったのは、すべてに満足するところはないということです。料金やサービス、サポートの善し悪し、レスポンスの程度、CGIの制限など、自分が一番に望むものを

優先することが大切です。深夜に混雑するのはある程度仕方ないと思いますが、私の場合はプログラムの設計作業に支障をきたすので困ってしまいます。そんなときは、小さな地域密着型のプロバイダーを利用することもあります。また、引っ越しを知らせる方法として、電子メールのシグネチャーを使うと効率的です。引っ越しのお知らせは重要で、お知らせのためだけに1か月間退会を遅らせることもあります。日々の管理や更新は、自営業ということもあって時間さえあればプログラムの設計やバージョンアップなどを行っています。



ネットサーフレスキュー Web裏技
URL <http://www.ask.ne.jp/~rescue/>

管理の仕方を解説する前に、もう1つ忘れてはならない大事なことがある。プロバイダーについてだ。ホームページの容量はどれくらいあるのか、CGIの制限はあるのかなど、どれも日々の更新や管理にかかわってくる重要なポイントなのだ。



プロバイダーの ことを 知っておこう

提供されている サービスを 把握しよう

自分が思い描いているホームページを作るためには、プロバイダーがどのようなホームページのサービスを提供しているのが重要になる。たとえば、画像を多く使ったページにしたいのなら容量が多いプロバイダーを選ぶべきだし、掲示板やアクセスカウンターのあるページを作りたい場合は、CGIが使えるかどうか選ぶポイントになるだろう。最近では、プロバイダーがあらかじめいくつかのCGIプログラムを用意

していたりもするので、こういった点もチェックしておきたいところだ。これらを考えないでプロバイダーを選ぶと、後々のホームページの管理が面倒になってくる。

たとえば、画像を多く使ったページにしたいのにホームページの容量が少ないという場合は、画像の圧縮率を変えたり、新しい画像をアップするたびに前の画像を削除するといった手間が増える。CGIについても、自分が使いたいCGIプログラムをどこからか見つけてきて、プロバイダーに合った設定をしてアップロードするという作業がある。しかし、あらかじめプロバイダーがCGIプログラムを用意していれば、こんな手間はいらぬ。

作業としてはちょっとした手間でも、毎日のこととなると面倒になってしまってホームページの更新がおろそかになる。すると、いつのまにか何か月も変わらないようなクモの巣だらけのホームページになってしまう。ホームページの管理や更新を効率よく行うためには、プロバイダーがどのようなホームページサービスを提供しているのかを知っておく必要があるのだ。

最後に、本誌5月号の「後悔しないプロバイダー選び'98」で人気の高かったプロバイダーに、ホームページサービスについての簡単なアンケートを行い、その結果を表にまとめた。プロバイダーを引越すときの参考にしてもらいたい。

主要プロバイダー20社のホームページサービス一覧

プロバイダー名	基本容量	拡張利用料金	最大容量	CGI	SSI	シェル	提供しているCGI	WWWサーバーの種類	アップロードの方法	容量の制限を超えた場合の対処方法	契約切れ後のデータの処理方法
So-net	0MB	月額1000円/3MB	15MB				アクセスカウンター、メールデコード	Apache	FTP	データが置けなくなる	1か月以内に消去
DTI	5MB	月額200円/1MB	無制限		x	x	掲示板、アクセスカウンター、アンケート	Apache	FTP、Dream DeskTop	メールで知らせる	1か月以内に消去
BIGLOBE	5MB	月額200円/2MB	25MB		x	x	掲示板、アクセスカウンター、メール送信、アクセス制御	Netscape	FTP	メールで知らせる	明確な意志表示がない限り残す
NIFTY SERVE	5MB	-	-		x	x	アクセスカウンター	非公開	FTP、専用ツール	データが置けなくなる	1か月以内に消去
DREAM NET	10MB	月額200円/2MB	50MB		x	x	アクセスカウンター、アンケート、クリックابلマップ	非公開	FTP	データが置けなくなる	2か月以内に消去
ODNダイヤルアップ	0MB	月額500円/10MB	20MB		x	x	アクセスカウンター、アンケート	Apache	FTP	データが置けなくなる	1か月以内に消去
IJ4U	2MB	-	-	x	x	x	非公開	非公開	FTP	データが置けなくなる	当日に消去
リムネット	5MB	月額300円/3MB	20MB				なし	Apache	FTP	データが置けなくなる	1か月以内に消去
BEKKOAME/INTERNET	20MB	-	-		x	x	アクセスカウンター、クリックابلマップ、メールバック	Netscape	FTP	メールで知らせる	数か月以内に消去
ASAHIネット	25MB	-	-		x	x	アクセスカウンター	Apache	FTP、パソコン通信	メールで知らせる	1週間以内に消去
ALLESNET	5MB	月額500円/5MB	10MB		x	x	アクセスカウンター	Apache	FTP	データが置けなくなる	1週間以内に消去 (ただし、データは1か月間保存)
AT&T WorldNet Service	5MB	-	-	x	x	x	アクセスカウンター	非公開	FTP	データが置けなくなる	当日に消去
3WEB	10MB	月額1000円/1MB	無制限				アクセスカウンター	Apache	FTP	メールで知らせる	1週間以内に消去
Highway Internet	10MB	-	-		x	x	掲示板、アクセスカウンター、ウェブメール	Apache	FTP	データが置けなくなる	当日に消去
Panasonic Hi-HO	5MB	月額500円/1MB	無制限			x	掲示板、アクセスカウンター、メール送信	Apache	FTP	データが置けなくなる	1か月以内に消去
BTNISnet	0MB	月額100円/1MB	無制限		x	x					
ぶらら	10MB	月額1000円/5MB	20MB		x	x	掲示板、アクセスカウンター、アンケート、メール送信、アクセス制御	Apache	FTP	データが置けなくなる	当日に消去
KCOM	2MB	-	-			x	アクセスカウンター	Apache	FTP	データが置けなくなる	当日に消去
InfoWeb	5MB	-	-			x	アクセスカウンター、クリックابلマップ	Apache	FTP	データが置けなくなる	1週間以内に消去
ドルフィンインターネット	10MB	月額500円/5MB	100MB		x		アクセスカウンター	Apache	FTP	容量追加の申請書を送る	当日に消去

接続料金形態によってホームページサービスの料金体系の異なるものは、基本容量の多い方を選んだ。
CGIとSSIについて、「」の場合は利用可能で、「x」は制限付きで利用可能、「x」は利用不可を意味している。

適切なフォルダーの構成を考えよう

ホームページ作りはその設計段階から、コンテンツの内容と同時にフォルダーのツリー構造も考えていきたい。コンテンツごとにフォルダーを作るのはいいが、あまり階層を深くすると構造が複雑になって管理しづらいし、階層の奥にあるコンテンツへのアクセスが減ってしまうからだ。

ここでは、図1のようなコンテンツで構成するホームページを例に考えてみよう。

図1は、小さな規模の個人ホームページの構成図だ。メインメニューには4つのメニューを作り、自己紹介の中にはペットの紹介を置き、趣味のページにはサブメニューを作って「旅行の話」と「バイクの話」のページを置く。またトップページには、「旅行の話」と「バイクの話」の各ページへの直接のリンクを張っておくことにする。

これらのコンテンツでホームページを設計するとき、標準的なフォルダーの構成は図2のようになる。

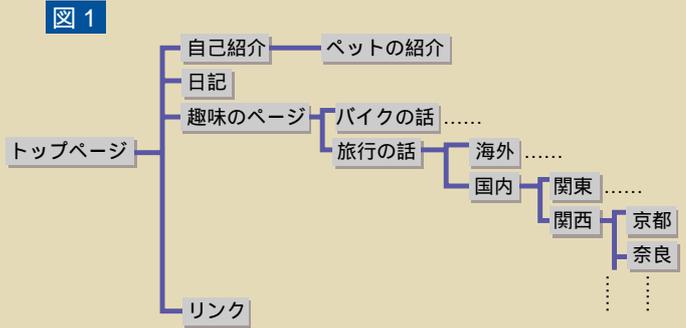
管理の効率とファイルの所在のわかりやすさを考えると、この構成をそのままフォルダー構造にしたい。コンテンツごとにフォルダーを分ければ、大幅に更新したいコンテンツをフォルダーごと簡単に入れ替えられるし、自分でもど

のファイルがどこにあるかわかりやすいだろう。

しかし、このフォルダーの階層構造をそのままホームページの構成に反映させるだけではないけない。管理を効率化する目的は手間を省いたりミスをなくしたりすることだが、これは最終的にはたくさんの人に見てもらうためのものだ。

この例では、「旅行」の「京都」のページを見るにはトップページから「趣味」「旅行」「国内旅行」「関西」「京都」とたどらなければならない。これではインターネットで読者がリンクを「掘る」のに時間がかかりすぎてアクセス数が減ってしまうだろう。これを防ぐには、「旅行」ページから各県や各都市などの目的のページにジャンプできるサブメニュー（リンク）を作っておけい。

管理の話からは少々離れてしまったが、自分のパソコンで作成作業をしているときは直接目的のファイル呼び出せるし、リンクをたどっても速度は気にならないが、インターネットでは時間がかかることを忘れてはならない。



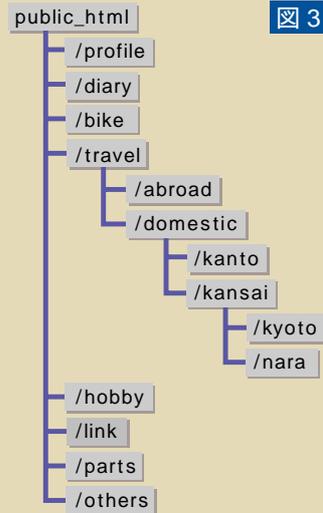
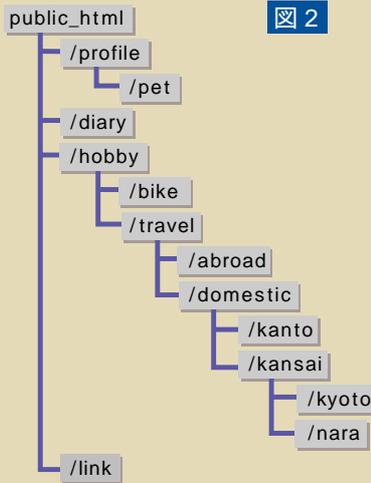
また、複数のページで使い回しているボタンや飾りケイなどの共通パーツは、それぞれのコンテンツのフォルダーには入れないで、ホームディレクトリーに1つのフォルダーを用意してまとめる。一括管理できるだけでなく、アクセスしてくれた読者にとってもキャッシュのできることでアクセスが速くなるというメリットがある。

以上の注意点を念頭に置いてこのホームページのフォルダー構成を考え直したものが図3だ。「travel」と「bike」はホームディレクトリーの直下に移動して「hobby」フォルダーを削除してしまった。このとき、「hobby」内にその他の趣味のファイルがあるなら、「その他の趣味」というようなメニューでフォルダーを残しておけい。同様に「pet」は、内容が少ないのなら「profile」の中にまとめて入れてしまう。共通パーツは別に「parts」というフォルダーを作った。

最後にもう1つだけ注意しておこう。ファイル数が少ないコンテンツ（HTMLファイル1本と画像1、2点程度）は、ついホームディレク

ファイルの管理、なかでもローカル側のファイルの管理こそ、ホームページ管理術の根幹だと言える。設計の初期段階からホームページの構成と同時に、適切なフォルダーの割り振りやファイル名の付け方を考えたい。

ファイル管理術を極めよう

ホームページ
ラクラク管理術

トリーに置いてしまいがちだ。しかしこうしていると、いつのまにか小さなコンテンツのファイルでホームディレクトリーが埋まるということになりかねない。そのようなコンテンツのファイルは、「others」などのフォルダーを作ってそこに置くようにしよう。

管理しやすい
ファイル名を付けよう

ファイル名を付けるときに一番大事なことは、英字はすべて小文字にしておくことだ。UNIXのサーバーではファイル名の大小文字を区別するので、自分のパソコンで作成作業をしているときは見えていた画像がアップロードしたら見えないなどの初歩的なミスは多くはこれが原因だ。また、コーナー内のサブメニューなど、各フォルダーで最初にアクセスされるべきHTMLファイルは、「index.html」にしておくことも忘れてはならない。

これらを踏まえたうえで、ファイル名は、ファイル名を見ただけでその内容がわかる名前を、ファイル名順にソートしたときにきれいに並ぶように考えて付けたい。

日記なら「diary.html」、リンクなら「link.html」などのように、素直なファイル名を付けておけば間違いないだろう。

ウィンドウズ95のエクスペローラやファイル管理・サイト管理ソフトは、原則的にファイル

を名前順に並べ替える。この並べ替えのクセを考慮して、ファイル名には一工夫しておこう。

連番が入るファイル名、たとえば日記を順番に書き溜めていく場合、ファイル名に付ける数字は「diary01.htm」、「diary02.html」……のようにしておく。空桁を0で埋めておかないと、連番が2桁に達したときにソートが崩れるためだ。もちろん、3桁になることが予想される場合は、001、002としておく。

また、日付や月ごとにファイルを変えて溜めていくコンテンツの場合も、ソート順を考えてファイル名を付けておく。たとえば1998年5月のファイルは「9805.html」、週ごとに区切って5月第1週なら「98051.html」(1か月には5週目までしかないので1桁で十分)といったように。2000年以降も続く予定なら「199805.html」と西暦を4桁にしておいたほうがいいだろう。

容量の限界を超えてしまったら

プロバイダーから与えられたホームページ容量をオーバーしてしまったらどうすればいいか。コンテンツを1つも削りたくないなら、まず画像ファイルを小さくしてみよう。ファイル形式をJPEGにしたり、JPEGの画像なら圧縮率を上げることで容量が節約できる(ただし画像の質は落ちる)。次に考えるのは一部のコンテンツをパッサリ削除してしまう手だ。最後の手段として、削るのも忍びないが、引っ越しやディスク増設の予算もないというときは、無料のホームページ設置サービスを利用する。たとえばジオシティーズ(<http://www.geocities.co.jp/>)では、無料のメールアドレスとホームページを持つことができ、2Mバイトのホームページ用スペースが与えられるのだ。



無料で2Mバイトのホームページが持っているとあって大人気のジオシティーズ。自分のホームページに合ったコミュニティーを探してみよう。

せっかく苦労して更新したコンテンツも、リンクを張り間違えると内容を見せられなくなってしまい、リンクをクリックしたら「404 File Not Found」というエラーメッセージが出た、ではせっかくアクセスしてくれた人にも申しわけない。そこで、こうした状態になるのを防ぐために、ホームページを更新する前には、リンクが切れていないかどうかを必ずチェックしよう。

コンテンツができたなら リンクチェックをしよう

リンクチェックは 便利なツールで やろう!

リンクチェックをするといっても、ホームページからリンクされているページをすべて手作業でチェックしていくのは面倒で時間がかかるし、切れているリンクを見逃してしまう可能性もある。また、ダイヤルアップ接続をしているユーザーは手作業でリンクをチェックしているうちに電話代がかさんでしまう。そこで、リンクのチェックを自動的にしてくれる便利なツールを利用しよう。

今回はリンクチェックを行ってくれるツールとしてウィンドウズ用には「WebLink」、マッキントッシュ用には「WebDataChecker」をそれぞれ紹介する。どちらも簡単な操作でリンクが存在するかどうかを1ページずつチェックしてくれる便利なツールだ。右のページで使い方を解説しているので参考にしてほしい。

また、マイクロソフトの「フロントページ」やアドビの「ページミル」、日本アイ・ピー・エムの「ホームページ・ビルダー」といった最近のホームページ作成ソフトの中にはリンクチェック機能を備えたものもあるので、これらのリンクチェック機能を使ってみるのもよいだろう。

自分の作ったホームページでリンクの張り間違いが発生しないように、ホームページのデータをアップロードする前には、必ずリンクチェックをする習慣をつけよう。

使わなくなった ファイルは削除しよう

ホームページを更新していくと、知らず知らずのうちに使われなくなった「はぐれファイル」が出てきてしまう。こういったファイルはまったく役に立たないばかりが、貴重なサーバーのディスクスペースを浪費してしまい、置きたいコンテンツがあっても置くスペースがなくなってしまうことになりかねない。こういった厄介で不要なファイルはすぐに削除したいところだが、大量にあるホームページ用のファイルの中からどのファイルが必要でどのファイルが不要かを

見極めるのは至難の業だ。手作業では間違っても必要なファイルまで削除してしまったり、使われていない不要なファイルをそのままにしまったりする可能性も高い。

では、こういった使われていない無駄なファイルは、どのようにして探せばいいのだろうか。先ほど紹介したリンクチェック用のソフトは、どれも、どのページでも使われていないファイルを探し出して削除してくれる機能を持っている。このような機能を持つソフトを使えば自動的に不要なファイルを見つけ出し、削除が非常に簡単にできる。また、同時にサーバーのディスクスペースも有効に利用することができるから、まさに一石二鳥だ。

この機会に、これらの便利なツールを使いこなしてリンク切れを発見し、ディスクスペースを有効に活用したワンランク上のホームページ管理術を身につけよう。



ホームページ クタク管理術

おすすめのリンクチェックツールはこれだ!

WebLink



Windows95

データ
 動作環境：ウィンドウズ95、NT4.0
 種別：シェアウェア（1,500円）
 作者：金子 敦
 CD-ROM収録先：CD[A] Win Weblink
 URL <http://www.bekoame.or.jp/~a-kaneko/weblink.htm>

WebLinkは、リンクチェックをするHTMLファイルを開くだけで、ウィンドウズのエクスプローラのようにリンクの関係をツリー状に表示してくれるリンクチェックソフトだ。切れているリンクには「xマーク」が付くのでどのページからのリンクが切れているかが一目瞭然。チェックに対応しているのは通常のリンクだけではなく、画像やスタイルシートなどHTML 4.0

に準拠したタグもOKだ。そのうえ、チェックできるリンクはホームページの内部へのリンクだけではない。オプションの「絶対パスのURLもチェックする」をチェックすれば、<http://www.impress.co.jp/>といった外部へのリンクもチェックすることができる。また、サーバーによってはファイル名の大文字と小文字を区別するため、これらの文字種の違いによってリンクが切れてしまうこともある。これらの問題が生じないように文字種を自動的に変更してくれる設定も可能だ。

さらに、ファイルをFTPサーバーにアップロードする機能や、FTPサーバーにあるリンクされていない不要なファイルを検索したり削除したりする機能も備えている。

WebData Checker



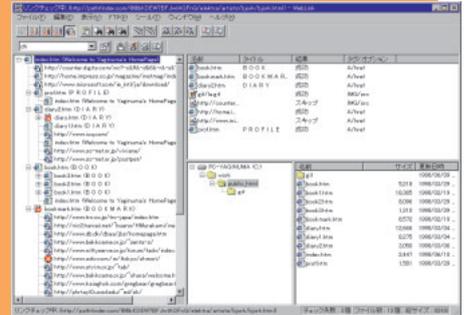
Macintosh

データ
 種別：シェアウェア（1,000～1,500円）
 作者：久光一誠
 CD-ROM収録先：CD[A] Mac WebDataChecker
 URL http://www.asahi-net.or.jp/~ds1i-hsmt/software_d/wdc.html

WebDataCheckerは、マッキントッシュ用のリンクチェックソフトだ。ホームページ全体のリンクチェックとファイルごとのリンクチェックができるほか、どこにも使われていないファイルを探し出したり、更新されているファイルだけをリストアップしたり、ファイルのサイズをチェックしたりしてくれる。特に、ファイルのサイズをチェックしてくれる機能は役に立つ。マッキントッシュのファイルは、アイコンなどのデータがあるリソースフォークと呼ばれる部分

と、プログラム本体のあるデータフォークと呼ばれる部分で構成されていて、マッキントッシュの「情報を見る」メニューで得られるファイルサイズはこのリソースフォークとデータフォークのサイズを合計したものだ。しかし、プロバイダーに登録するのはデータフォークの部分だけなので、ローカルのハードディスクにあるときのサイズと、ウェブサーバーにアップロードしたあとのサイズが異なってくる。WebDataCheckerのサイズチェック機能は、WWWサーバーにアップロードしたあとのサイズを表示してくれるので、ホームページの容量を有効に使える便利な機能だ。

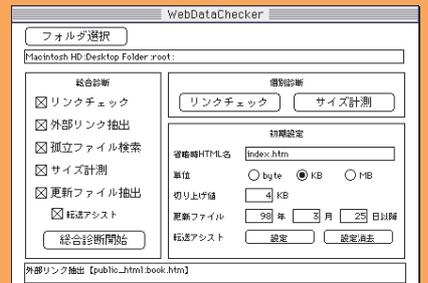
さらに、WebDataCheckerには「更新ファイル転送_OT_PPP」というプログラムが同梱されている。このプログラムを起動すると自動的にPPP接続を開始して、マッキントッシュの定番FTPクライアント「Fetch」を起動し、更新されているファイルだけを所定のディレクトリーにアップロードしてくれるのだ。



ウィンドウズ95のエクスプローラに似たインターフェイスで使いやすい。ホームページがどのような構造になっているのかも一目瞭然だ。



リンクチェックが終わると結果がログに記録される。



非常にシンプルでわかりやすいインターフェイス。外部へのリンクはリストアップはしてくれるが、リンクチェックまではしてくれないのが残念。



チェックした結果も、それぞれの項目に分かれていて見やすい。

リンクチェックが終われば、あとはホームページを公開するだけだ。
多くのプロバイダーではFTP サーバーにファイルをアップロードすることでホームページを公開できるようになっている。FTPサーバーにファイルをアップロードするにはFTPクライアントソフトを使うのはもちろん、ホームページを更新するときには、通常とは違ってダウンロードではなくアップロードをするほうが圧倒的に多い。そこで、ここではホームページ更新のための上手なアップロードの方法を解説しよう。

チェックが済めば いよいよ アップロードだ

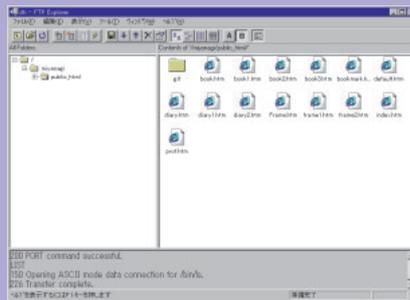
時間とお金を節約できる 便利ツールを使おう

通常のFTPクライアントソフトはファイルのダウンロードを主に考えて作られたものが多く、ホームページを更新するときには面倒な操作が必要だ。たとえばホームページを構成するファイルを複数のフォルダーに分けて管理している場合を考えよう。

まず、サーバーに接続したら、ローカルのハードディスクの中のフォルダーごとに更新されたファイルを探し出す。次に、サーバーの中の対応するディレクトリーに移動してからアップロードする。さらに、いらなくなったファイルを削除するという作業を何度も繰り返さなくては行けない。簡単な作業に思えるかもしれないが、実際にやってみると何度も繰り返さなければならないので意外に骨の折れる作業だ。特に頻繁にホームページを更新する場合、この作業はかなりの負担になってしまう。また、人間がやることなので、うっかりアップロードを忘れて更新しなければならないページを更新していなかったりと、どうしてもミスが起きがちだ。

そこで、ここではホームページの更新に便利な専用のツールを紹介しよう。これらのツール

はサーバーにあるファイルとローカルのハードディスクにあるファイルの日付を比較して、サーバーにあるよりも新しいファイルがハードディスクにあったときに、該当するファイルだけを自動的にアップロードしてくれる。また、1つのフォルダーだけでなく複数のフォルダーの内容も比較してくれるから、アップロードし忘れなどのうっかりミスもなくなる。このようなツールを使えば人間が確認するよりずっと早く作業が終わるので、時間の節約にもなる。また、インターネットに接続する時間も少なくて済むので電話代の節約にも一役買ってくれる。これらのツールを使って浮いた時間は、より内容の充実したホームページ作りにあてよう。



人気のFTPクライアントソフト「Fetch」(上)と「FTP Explorer」(下)、ソフトウェアなどをダウンロードするときには非常に便利だが、ホームページの更新には向いていない。



おすすめホームページ更新ツールはこれだ!

Web
Exchange

Windows95

データ

動作環境：ウィンドウズ95、NT4.0

種別：フリーソフトウェア

作者：鈴木聖史

CD-ROM 収録先：CD[A] Win

Webexchange

URL <http://www.toyota.ne.jp/~kawauso/web/>

Web Exchange は、更新されたファイルだけをFTP サーバーにアップロードしてくれるホームページ更新ツールだ。ボタン1つでホームページの更新ができ、一度使うと手放せなくなる便利なツールだ。

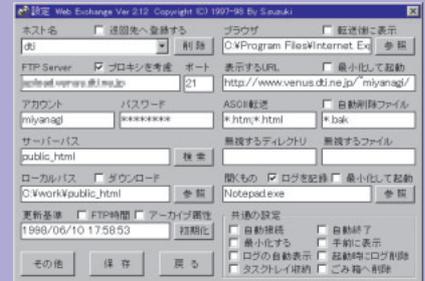
設定は簡単で、FTP サーバーのホスト名、ホームページ更新用のアカウント (ID) とパスワードを入力して、「サーバーパス」にはホームページをアップロードしてあるサーバーのディレクトリーを指定する。一般に「public_html」や「www」というディレクトリーが多いのだが、

プロバイダーによって設定が異なるので、よくわからない場合には「検索」ボタンを押してホームページのファイル名を入力し、「Go」ボタンを押せばサーバーのパスを自動的に設定してくれる。また、作者のページにある「プロバイダー設定情報コーナー」も参考になる。次に、「ローカルパス」にホームページを構成しているファイルが置いてあるフォルダーを指定する。

設定が終わったら、あとは「接続」ボタンを押すだけでホームページをアップロードをしてくれる。転送状況は随時プログレスバーにパーセント表示されるので、どのくらいアップロードが進んでいるのが一目でわかる。

なお、Web Exchange を使うにはインターネットエクスプローラ3.0以降をインストールしていることと、Visual Basic 5.0SP2以降のランタイムが必要だ。次のURLでインストーラーも入った「VB53RTM1.EXE」(フリーソフトウェア)が入手できる。

VB53RTM1.EXE 入手先

URL <http://www.vector.co.jp/vpack/browse/software/win95/util/sn062056.html>

「サーバーパス」がよくわからない場合は、「検索」ボタンを押してホームページのトップページのファイル名を入力しよう。自動的に設定してくれる。



転送状況と転送ファイル数が表示されるので、アップロードの進み具合がよくわかる。

Web Fetch
Manager

Macintosh

データ

種別：シェアウェア (1,000円/シングルユーザー、10,000円/サイトユーザー)

作者：山田正悟

URL <http://www.vector.co.jp/vpack/browse/software/mac/net/sn045495.html>

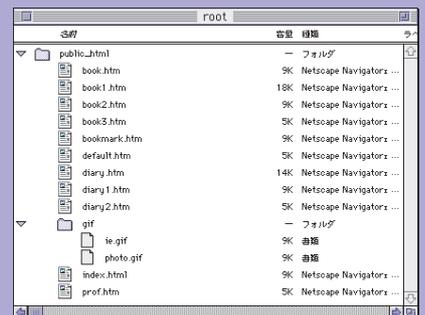
Web Fetch Manager は、名前のとおりマッキントッシュの定番FTPクライアント「Fetch」と連携してホームページのデータをアップロードするツールだ。更新したファイルをWeb Fetch Manager にドラッグアンドドロップするだけで、WWW サーバーの所定のディレクトリーにアップロードしてくれるので、ディレクトリーを行ったり来たりしてデータをアップロードする手間

が省けるというわけだ。

このツールを使う前に、FetchにWWWサーバーを登録しておく必要がある。また、ホームページのデータを入れておく一番上のフォルダーを「root」としておくと、WWWサーバーにホームページのフォルダー階層をあらかじめ作成しておくかといった決まりごとがいくつかあるので、マニュアルをよく読んでから使うようにしよう。

これらの決まりごとをすべてやっしまえば、更新したファイルをWeb Fetch Manager にドラッグアンドドロップするだけでOKだ。ファイルを1つ1つアップロードすることはもちろん、複数のファイルを同時にアップロードすることもできる。

また、同様の機能を持つWeb Upload Manager というソフトもあり、こちらはAnarchieと連携してホームページのデータをアップロードするツールだ。Anarchieユーザーはこちらをチェックしておこう。



一番上のフォルダーを「root」という名前にする。多くのプロバイダーの場合は、このフォルダーの下に「public_html」といったフォルダーが必要になる。



更新したファイルをWeb Fetch Manager にドラッグアンドドロップすると、Fetchが起動してデータのアップロードが始まる。

サーバーや自分のパソコンがクラッシュしたときのためにも、ホームページのデータのバックアップは必須だ。また、履歴として定期的にデータをバックアップしておけば、ホームページ作成の作業の効率化にもつながるのだ。

更新の前に バックアップしよう

クラッシュ対策と履歴保存としてのバックアップ

ホームページのデータ、つまりすべてのファイルをバックアップする意味は2つある。1つはサーバーや自分のパソコンがクラッシュしたときに速やかに復旧するため。もう1つは履歴をとっておいて過去のファイルを参照するためだ。

通常、ホームページは、ローカル（ユーザーのパソコン）側とウェブサーバー側の両方にファイルが残る。自分のマシンが壊れたらウェブサーバーからファイルをダウンロードしてくれば復旧できるし、万が一ウェブサーバー側のデータが消えてしまったら、アップロードしなおせばいい。この場合は、最新のデータだけをバックアップしておけばいいだろう。サーバーと自分のパソコンの両方のデータが同時に消えることはそうあるものではないが、もし心配ならMOやCD-Rといったリムーバブル記憶メディアにバックアップしておけば、より安心だ。

こういったクラッシュ対策とは別に、履歴としても定期的にバックアップをとっておきたい。サーバー上のホームページデータのファイルは、更新時には同じフォルダーの中で上書きしていくため、ちょっと前のホームページを見直したいと思っても、上書きされていて見るができない。更新の前にバックアップをとっておけば、これを防ぐことができる。また、コンテンツの構成上、過去のページを参照する必要がある場合もある。そんなときにバックアップがないと、新たにコンテンツを作らなければならないが、ちゃんととっておけばリンクを張ってアップロードするだけで済むのだ。

ファイルバックアップの例

サーバー (プロバイダー側)	ローカル (自分のPC)	リムーバブルディスク (MO、CD-Rなど)
7月1日更新分 photo070101.jpg ⋮ photo070110.jpg	7月1日更新分 photo070101.jpg ⋮ photo070110.jpg	7月1日更新分 photo070101.jpg ⋮ photo070110.jpg
	6月21日更新分 photo062101.jpg ⋮ photo062110.jpg	6月21日更新分 photo062101.jpg ⋮ photo062110.jpg
	⋮	⋮
	作成時の元データ	作成時の元データ

ここではわかりやすいように更新ファイルをJPEGのデータファイルだけで示してみた。更新で追加するのではなく書き換える場合、アップロード時に上書きするため、サーバーには最新のファイルしか置けないことになる。しかしユーザーの

PCやリムーバブルディスクでは、リンクや容量を気にせずに最初の作成時から現在までのすべてのファイルをとっておける。こうしておけば、このどれかがクラッシュしたり過去のファイルが必要になったときでも簡単に復旧できる。

作業途中ファイルのバックアップ

ホームページ用の画像の加工にはけっこうな手間がかかる。作業の効率化のために、作業途中のファイルは上書きせずに別のフォルダーに保存しておき、後の更新作業に役立てるようにしたい。たとえば、背景用のテキストチャーターやJPEGやGIF圧縮前の画像などだ。背景のテキストチャーターはほかの画像との抜き合わせに必要になるし、圧縮前の画像は、高い画質を維持したままの再圧縮の際に必要な。



ホームページを持ってはみたが、やっぱりCGIを使いたいとか、アクセスが増えて重くなってきたとかの理由でプロバイダーを乗り換える、つまりホームページの引っ越しを考えている人もいるだろう。この項では、引っ越しの際の注意点とデータの移行方法を紹介しよう。

ホームページを 引っ越そう

なぜ引っ越すか

冒頭で「ホームページを引っ越そう」と書いたが、なぜ引っ越しをする必要があるのだろう。やっと始めたホームページが、定期的に更新できるようになってある程度の固定ファンが付いてきたのに、わざわざURLを変えて見つけにくくなるなんて……という疑問を持つ人もいるだろう。

もちろん、引っ越しにはいくつかの理由がある。まず、ホームページ作りが楽しくて更新もうまくいってしまい(?)、プロバイダーから与えられた容量では不足しがちになってきた場合。画像を多く使っているか、今後使いたいという場合がこれだ。現在のプロバイダーにより大容量のコースが用意されていれば引っ越さなくてもすむが、より安価なプロバイダーがあれば、やはり引っ越しを考えたほうがいいだろう。

次に他のプロバイダーにあるホームページに

比べて極端にアクセスが重い場合。最後にアクセスカウンターや掲示板などのCGIが使いたいのに使えない場合だ。この2つのケースはユーザー側でもプロバイダー側でも対処できないので、引っ越さざるを得ない。

そこで引っ越し先プロバイダーの選び方が、ホームページ容量とCGIが使えるかは、直接問い合わせたり本誌のプロバイダーデータを見たりすればわかる。しかしアクセスの重さは実際に置いてみないとわからない。無料のホームページ試用期間が用意されていて実際に試せればいいが、そんなサービスはまれだ。現実的にはそのプロバイダーのユーザーホームページにアクセスしてみて、「感触」を確かめるしかないだろう。本誌5月号を持っている人は、特集の「後悔しないプロバイダー選び'98」も参考にしてもらいたい。

引っ越すときの 作業と注意点

ホームページの引っ越しというのは、あるサーバーから別のサーバーにファイルを移動するということだ。実際に必要な作業は、以下のようなことだ。新しいサーバーにホームページをアップロードし直す。CGIを使っていればそのデータを旧サーバーから新サーバーに移す。旧サーバーのファイルを消す。旧ホームページに移転のお知らせを出し、またリンク先や友人に移転のメールを出す。以上を行えば、まず移転は完了と言えるだろう。

このときに注意することは、サーバーにファイルを残さないことだ。それまでCGIやSSIスクリプトを使っている場合、必要なプログラムやデータを自分のパソコンにバックアップしたり、新サーバーに移動したあとに余分なプログラムやデータのファイルを残してはいけない。プログラムはもちろん、データファイルもサーバーに残しておくことでセキュリティホールになる可能性があるからだ。特にCGIなどを使っている場合、プロバイダー(サーバー)によっては、自動的に「.bak」のような拡張子でバックアップファイルを作成していることがある。引っ越すときにあわてないように、不要ファイルはサーバーからは削除しておくように心がけておきたい。「立つ鳥跡を濁さず」の気持ちで気を付けよう。

引っ越しの実作業だが、HTMLや画像のような単に読み出すだけのファイルは、元のファイルが自分のパソコンの中にある。だからそれまで旧サーバーに行っていたように、新サーバーにFTPなどでアップロードすればいい。問題なのがCGIなどで生成された、アクセスカウンターや掲示板などのサーバーにしかないデータの移動だ。これについてはひと言では説明できないので、次ページで解説しよう。

また検索サイトやリンクをたどって初めてホームページを見に来てくれた読者や、これまでのファンや、リンクを張ってくれているページのオーナーのために、移転のお知らせも必要だ。こちらについても、次ページ以降で詳しく説明しよう。



CGIプログラムとデータの引っ越し

前ページに書いたように、HTMLや画像などのファイルの引っ越しは簡単だが、ではCGIのプログラムや生成されたデータはどうしたらいいのだろうか。

自作やウェブからダウンロードして使っているCGIプログラムは、自分のパソコンに残っているはずだから、それを新しいプロバイダーのシステムに従ってアップロードすればいい。もしこれまでプロバイダーのサーバーに用意されたものを使っているのなら、新しいプロバイダーに用意されているものに合うように指示に従ってソースコードを書き直すか、新たにCGIプログラムを手に入れてアップロードするしかない。CGIの扱い方はプロバイダーによって大きく異なることがあるので、その説明に従ってほしい。

それよりも問題になるのは、CGIで生成したデータのほうだ。だが、アクセスカウンターの数値くらいなら（プロバイダーのシステムやCGIのプログラムによるが）、新たにアクセスカウンターを設置するときに、カウント開始の数値を

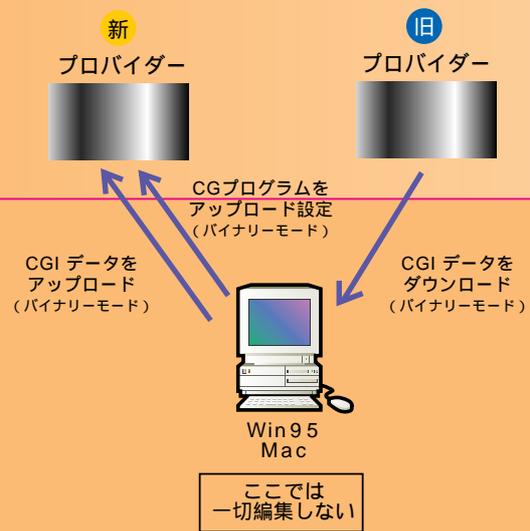
「0」ではなく、それまでの数値を設定すればいい。この手が使えるかどうかはプロバイダーのマニュアルを見るか問い合わせしてみたい。

では、掲示板のデータはどうしよう。これはデータファイル（たとえば掲示板のテキストデータなど）を必ずバイナリーモードでダウンロードして、それをそのままアップロードするのがいい。サーバーはUNIXで、自分のパソコンはウィンドウズ95やMacOSという違いから、ヘタに編集すると改行コードが変わったりして、その後正常に動かない可能性があるからだ。

こんな作業が面倒なら、引っ越

しを機に掲示板も一新してゼロから始め直すのもいい。過去の書き込みを置きたいなら、lzhファイルなどに圧縮してダウンロードできるようにしておくのもいいだろう。

最後に、もし新旧両方のプロバイダーがシェルサービスを持っていて、さらにUNIXにも精通しているというのなら、「TAR」でファイルをまとめて「GZIP」で圧縮してダウンロードし、それをアップロードしたあとで逆の手順で展開するという方法もある。ただしこの方法では、一歩間違えるとファイルを壊したりする可能性がある。ここを読んだだけで理解できる人以外は絶対にやらないでほしい

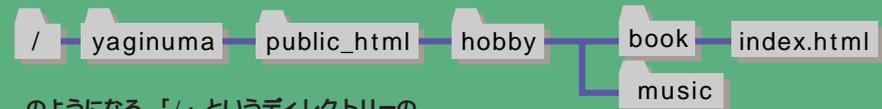


引っ越すときのために相対パスで書こう

前のページで、ホームページのデータはプロバイダーを引っ越してもそのまま使えたと説明したが、これはリンクがすべて相対パスで書かれている場合だ。

「パス」とは、あるHTMLファイルからほかのディレクトリーにあるファイルや画像を参照する道筋のことで、「絶対パス」と「相対パス」の2種類がある。絶対パスは今の位置とは関係なく、ディレクトリーの階層の一番上からリンクするファイルの位置を示すものだ。たとえば「index.html」というファイルを指し示す場合、一番上にある「/」というディレクトリーを基準にすると

```
<A HREF= "/yaginuma/public_html/hobby/book/index.html" >
```



ようになる。「/」というディレクトリーの位置は不変なので絶対パスという。この「/」について説明すると、一番左の「/」は「/」というディレクトリーを表しているが、それ以外の「/」はディレクトリーの区切りを表している。

相対パスは任意の場所からリンクするファイルがどこにあるのかを示すものだ。たとえば「music」というディレクトリーから同じように「index.html」を指し示す場合

```
<A HREF= "../book/index.html" >
```

ようになる。「..」は上のディレクトリー（ここでは「hobby」）を表すものだ。

絶対パスは、CGIなどを使うときにプロバイ

ダーから指定されているといった場合以外はほとんど使わない。というのも、絶対パスで書いておくと、引っ越した先のプロバイダーで指定されたフォルダーが「/yaginuma/public_html」ではなく、「/yaginuma/www」というフォルダーだったら絶対パスで書いたリンクはすべてエラーになってしまい、全部書き直さなくてはいけなくなる。その点、相対パスでリンクを書いておけば、上のほうの階層の名前を気にすることなく、そっくりそのまま使えるのだ。

ホームページ ラクラク管理術



引っ越しの お知らせを出そう

引っ越し先のURLが決定したら、すぐに現在のホームページ上で告知しておこう。現在のホームページがなくなるのはプロバイダーとの契約が切れるまでだ。それまでの告知期間が長ければ長いだけ、広く知ってもらえる。そして引っ越し作業が完了したら、それまでのホームページのコンテンツの代わりに「貼紙」をしておくといい。その貼り紙には、自動的に引っ越し先を表示するようなタグを使えばより親切だ。

<HEAD>

<TITLE>引っ越ししました</TITLE>

①<META HTTP-EQUIV="Refresh" CONTENT="5;URL=http://www.hikkoshi.saki/">

</HEAD>

たとえば引っ越し先のURLを「http://www.hikkoshi.saki/」とすると、上記のようになる。この中の①の部分、引っ越し先のホームページに自動的にジャンプさせるタグだ。

リンクしてくれている ページにも知らせよう

相互リンクなどでメールアドレスを把握している読者には、電子メールで引っ越しを知らせたい。しかし自分で把握していないリンク先には伝えられない。そんなときは、検索サイト「goo」の逆リンク検索サービス「リンク先URL」で探してみよう。自分のホームページのURLを入力するだけで、リンクしてくれているページが見つかるはずだ。またCGIが使えるサーバーなら、どこからアクセスしてきたかを調査して逆リンクをチェックできるCGIスクリプトの「アクセス解析」をあらかじめ設置しておくとう便利だ。

アクセス解析入手先URL

URL <http://www.ask.ne.jp/~rescue/>

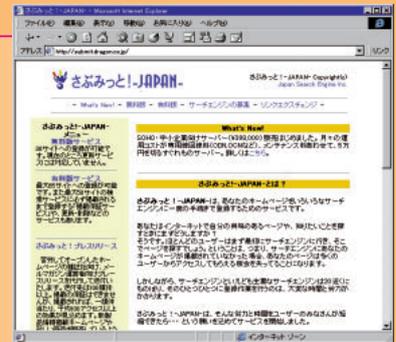


検索フィールドに自分のホームページのURLを入力して、メニューから「リンク先URL」を選んで検索ボタンを押す。すると、リンクしてくれているページがズラッと表示される。

検索ページに再登録しよう

ホームページを引っ越すと自分のことだけでなく、その読者のことも気にしなければいけない。ホームページでのお知らせや通知メールは前述したが、すでに登録済みの検索サイトへの登録データの訂正も早めに行っておきたい。また、この機会にいろいろな検索サイトにも登録しておくといいだろう。ホームページは作っただけでは誰も来てくれない。周知させる努力が必要だ。

ただし、検索サイトに登録するのめっこう時間と手間のかかる作業だろう。いくつもの検索サイトに登録しようと思ったらなおさらだ。そこでおすすめするのが、複数の検索サイトに一度の手続きで登録できる「さぶみっと!」(<http://submit.dragon.co.jp/>)だ。こういった便利なサービスを活用して、時間を有効に使うようにしよう。



「さぶみっと!」には無料版と有料版がある。無料版でも30サイトへの登録が可能だ。

更新、引越し ドンと来い!

ホームページ ラクラク管理術

ラクラク管理で魅力あるホームページを作ろう

ホームページの管理というのは、できるだけ多くの時間と情熱をホームページの作成と運営に当てられるようにするための作業だ。だから、これまで紹介したテクニックやツールを使って管理で楽ができるようになったら、そこにとどまらず、さらに魅力あるホームページ作りに励んでほしい。ここでは運営について、いくつかの効果的なテクニックを紹介してみたい。

更新頻度は「定期的であること」を大切に

ホームページの更新は、頻度の高さよりも、定期的であることを大切にしたい。2、3日続けて更新されているなどと思ったら、次に更新されたのがその1か月後。これでは読者はついてくれない。このように不定期に更新するよりも、週1回なら週1回のペースをきっちりと守り、読者に「毎週月曜日に見に行けば必ず更新されている」というような信頼感を持ってもらうことが大切だ。もちろん、決めた更新周期の中なら何回更新してもかまわないだろう。

もちろん「毎日更新」でもかまわないが、読者もヒマな人ばかりではない。週に1回程度の更新ペースを維持できれば、十分に読者も満足させられる。それが難しくれば隔週や月1回でもかまわない。多少更新ペースを落とすことは、かえってその分内容を濃くすることにもつながるだろう。

更新の際のボリュームや内容の質についても、個人が趣味で作っているページなのだから、無理せずできる範囲のものでかまわない。ただし、更新ペースを維持するだけでなくに情性でコンテンツを作りだすようになったら、危険だと考えたほうがいい。そんなときはしばらく休んだり、ペースを落としたりしてみるのも1つの手だ。

ただし、なんらかの事情で更新ペースを維持できなくなったときは、その旨を読者に知らせる。なんの予告もなく更新を休んでは読者ががっかりするし、何度もそういうことがあるようでは、せっかくのリピーターも離れていってしまう。読者のブックマークから削られてしまわないよう、信用の維持には細心の注意を払いたい。とはいっても、それはさほど難しいことはない。読者の立場になって、少し気を利かせればよいだけなのだから。

更新しやすいコンテンツを作る

これは管理術にも通じるのだが、定期的な更新を行うために、更新しやすいコンテンツを考えよう。「更新ペースを維持するためだけに情性でコンテンツを作るのはよくない」と前述したが、無理なく更新できるコンテンツを設け、スムーズに更新ができるようにすることは管理上も有効だ。

「更新しやすい」コンテンツとしては、個人ページでは「日記」が非常にメジャーだ。日記でなくても、身近な出来事をテーマにしたエッセイや時事論のようなコンテンツは、定期的に更新しやすい。

旅行が趣味だからといって定期的に旅行に行くのは難しいが、写真や絵が趣味なら、定期的に作品を追加していてもいい。自分の中で更新しやすいコンテンツを考え、それを毎回の更新の柱にしよう。

メールを使って更新を知らせる

これも管理術にからんだ話だが、どうしても定期的な更新ができないときは、更新したときにメールを使って読者に知らせるサー



ビスを利用してみよう。ホームページにフォームを設置したりお知らせを出したりして、希望者にメールアドレスを送ってもらう。そのリストの人たち宛てに、ホームページを更新したときにメールを送って知らせるのだ。手間のかかる方法だが、ここまでやればリピーターはかなり高い確率で見に来てくれる。それに、メールによる反響の数も多くなるだろう。もちろん、メールアドレスを管理しやすいように、電子メールソフトのフィルター機能を使うなどして、1つのフォルダーにまとめておくことが重要だ

数十人程度の規模なら自分の電子メールソフトで送ってもいいが、もっと大がかりにやりたいなら「まぐまぐ(<http://www.mag2.com/>)」を利用して配信する方法もある。ただし、「まぐまぐ」はあくまでもメールマガジンを発行するサービスなので、「ホームページを更新しました」ということだけを知らせる目的では利用できないので注意しよう。

掲示板など コミュニケーション用の システムを設置する

掲示板やチャットなど、ホームページ上で自由に書き込みができるコミュニケーション用のシステムは、最近は珍しくなくなってきた。こういったものは、うまく運営できれば非常に高いメリットを得ることができる。

従来、ホームページを通じてのコミュニケーションは、メールによる「読者-作者」間の1対1のものが主であった。ところが掲示板を使えば読者同士の会話も生まれ、多人数が同時に話題に参加できる。また、たいいてい人は、メールを出すよりも掲示板に書き込むほうが敷居が低いと感じるようだ。このように、掲示板を利用すればホームページを中心としたコミュニケーションに大きな広がりが出てくる。

もし掲示板に1日1件以上書き込みがあれば、そのホームページは「毎日新たにかしら更新されているページ」ということになる。これはリピーターの来訪ベースアップ、アクセス数の上昇にもつながる。

もちろん、このように順調に掲示板が「育て」くれるためには、相応の努力が必要だ。作者はホスト役としてうまく話題を

コントロールし、時にはトラブルを仲裁してやらなくてはならない。常連が増えて盛り上がりは楽しいが、常連だけの閉鎖空間になってしまうとコミュニケーションが閉塞してしまう。

ほどよく盛り上がり、ほどよく開放的な雰囲気維持するのは、会員制のBBS(草の根ネットなど)とはまた少し異なるリードが必要なのだ。作者はあくまでホームページの制作に主眼を置き、掲示板の話題に関しては多少突き放したスタンスをとるのがいいだろう。メインのコンテンツはあくまでほかにあり、読者のすべてが掲示板を見ているわけではないのだから。

掲示板を設置するには、3通りの方法がある。

自分でプログラムを作って、設置する。
ホームページに公開されているプログラムをダウンロードして、自分で設置する。
レンタルサービスを利用する。

このうち、との方法を採るためには、プロバイダーがCGIの利用を許可している必要があり、またサーバーやプログラムに関する詳しい知識が要求される。よほど自信のある人以外には、をオススメしたい。

掲示板のレンタルサービスは、プロバイダーが会員向けに行っているものと、業者や個人が一般向けに行っているものがある。プロバイダーがサービスを提供していればベストだが、そうでなければ外部のものを利用してもらう。

主な掲示板レンタルサービス

K&T Software
URL <http://www13.pair.com/ktsoft/>
月額 2,400円 で利用できる掲示板レンタルサービス。

金さんネットの伝言板無料レンタル
URL <http://www.kinsan.ne.jp/fram.html>
広告バナーを貼り込んだ無料の掲示板レンタルサービス。

ティーカップ・コミュニケーション
URL <http://www.tcup.com/>
広告バナーを貼り込んだ無料の掲示板レンタルサービス。有料で、より高機能な掲示板のサービスもある。

ジオシティーズ
URL <http://www.geocities.co.jp/>
コミュニティーに入会すると、掲示板(ゲストブック)やチャットなどのシステムが利用できる。

ラクラク管理術で コンテンツ作りに 力を傾けて 人気ページになろう

人気のある個人ホームページを作る第一の条件は、優れたアイデアや表現能力といった、個人のキャラクターに大きく依存する部分だ。

しかし、たとえ優れたアイデアのホームページであっても、更新がおざなりであったり、ファイル管理が破綻して更新する意欲が減退してしまったりしては人気ページにはなれない。「人気ページ」の定義はあいまいだが、アクセス数が多ければ、とりあえず人気ページだといっていられる。個人ホームページでは1日100アクセスが1つの目標といわれるが、この数字自体はそれほど遠い目標ではない。もちろん、あまりにマニアックな内容のページなら、アクセス数ももっと少なくなってしまうだろうが、それでも読者からの反響が集まり、自分にとってプラスになる出会いがあればホームページを作ってよかったと思えるはずだ。このように、自分の求めるものが得られれば、それで「人気ページ(=成功したホームページ)」になったといえるだろう。

「作成」の陰に隠れがちだが、管理術は、人気ページを支える重要な要素の1つだ。ここまで解説してきたテクニックをベースとして、有意義なホームページ作りを目指してほしい。





[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社**インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp