

【別紙】中国語版 『ユーザ中心ウェブサイト戦略(網站使用者中心策略)』 序文（日本語訳の全文）

■台湾版序

「ビジネスにおいて、ウェブは重要か否か」という問いを投げかけられたとすれば、ほぼ全ての方が「YES」と即答するだろう。インターネットが普及し、ビジネスにてウェブサイト運営が当たり前になった現在の台湾では聞くまでもないかもしれない。

だがその一方で、「ビジネス成果を上げるためにウェブをどう活用すべきか」という問いに答えられる方は、なかなかいないのではないだろうか。

ユーザ中心の方法論を記した本書は、この問いに対する 1 つの解である。



本書が日本に与えた影響

本書の初版第 1 刷は 2006 年に日本で発行されている。1990 年代から大衆化が進んでいたインターネットは、当時(2005 年末)にその人口普及率を 70%にまで伸ばしていた。(この数値は 2012 年現在の台湾とほぼ同じである。)あらゆる日本企業が当然のごとく自社のウェブサイト制作・運営しており、ビジネスにおけるインターネットの重要性が既に十分認識されている時代だった。

ただし、実際その中でビジネス成果を生むことができていた企業は数えるほどしかいない。多くの企業は、多額の資本を投下してウェブサイト活用に乗り出しながらも、目に見える成果を上げられずに悩んでいた。

ウェブビジネスの重要性を認識しながら、実際の成功に結び付けられなかった理由は、当時のウェブマーケティングに「ユーザを捉える」という観点が不足していたからであろう。彼らは、ウェブサイト紙のパンフレットの情報をそのまま掲載し、とにかく見た目を洗練させることに力を入れていた。そこにはビジネスの基本である「ユーザ」という概念がすっぽり抜け落ちていたといえる。台湾の読者の中にも、心当たりがある方がいるのではないだろうか。

我々は、利用するユーザを直接目にできないインターネットというメディアだからこそ、ユーザをどれだけ徹底的に理解できるかが結果を大きく左右すると考えている。この考えに基づき弊社が開発した「ユーザ中心ウェブサイト戦略」は、閉塞感の漂う日本のウェブマーケティング市場に一石を投じた書籍となった。

特に画期的だったのは、概念の説明で終わらず、実際に戦略から制作までウェブサイトを組み立てる過程を具体的に記した点だ。つまり、単に「ユーザが大切」といった抽象的なメッセージを得られるだけではなく、「だから何をすべきか」まで分かるところに、本書の価値があった。

もう 1 つは、使いやすくわかりやすいウェブデザインを目的とした「ユーザビリティ」や「アクセシビリティ」関連の書籍とも、本書が一線を画していた点だ。本書はページレイアウトやデザインについて語った書ではない。ウェブをビジネスの一部として捉え、ユーザからどのように組立て、どのように活用するかを記したものだ。「戦略策定から制作・運用までの全てをユーザ視点で組み立てる」この方法論は、日本における多くのウェブ

ブサイトを真にビジネスに貢献する重要なツールとして生まれ変わらせたのである。

本書と台湾のウェブビジネス

現在の台湾におけるウェブビジネス事情は、まさに当時の日本と同じであるといえる。近年著しい経済成長を遂げる台湾では、当時の日本と同様、インターネットが急速に普及し、その人口普及率は 2000 年の 28.1%から 2011 年の 70.0%* にまで大幅に上昇している。

我々は台北・北京・上海など東アジア各都市でプロジェクトを実施し、私自身もこれまで数多くのウェブ担当者とお会いしたが、彼らが陥っている状況も当時の日本と同様のようだ。企業内でウェブへの期待が膨らむ一方、最終的なビジネス成果にはなかなか結びつけることができず、次の打ち手が見えなくなっている。

台湾での本書の出版を我々が決めた理由は、台湾をはじめとする東アジアでのウェブビジネスにおいて、現在、「ユーザを正しく理解し、ユーザ視点のウェブサイト戦略を構築すること」こそが、成功への条件だと考えているからに他ならない。

本書を手にとった貴方が、我々の方法論「ユーザ中心ウェブサイト戦略」を実践することで、「ビジネスの成功に向け、ウェブをどう活用すべきか」その答えが垣間見られると信じてやまない。

中島 克彦

(現・株式会社ビービット取締役 兼 微拓股份有限公司董事長)

以上

■株式会社ビービット <http://www.bebit.co.jp/>

2000 年 3 月東京にて設立。仮説検証型の独自のデジタルマーケティング方法論を用いて、ユーザ行動や心理を科学的アプローチで解明し、企業のデジタルマーケティングをコンサルティングとソフトウェアの両面から支援。累計 9,000 回を超えるユーザ行動観察調査をベースに、ウェブサイト戦略立案から設計、効果検証を行い、ウェブサイト経由の売上向上やサービス申し込み数向上などの数値成果を実現することを得意としている。三井住友銀行、日本経済新聞社、本田技研工業、ヤマハ、富士通、Yahoo! JAPAN など日本を代表する大手企業の実績を数多く保有。

2012 年 7 月台北に現地法人開設。台湾、中国でのデジタルマーケティング支援サービス提供開始。既に、日本の大手通信会社やメディア企業の他、中国信託商業銀行をはじめとする現地の大手企業へのコンサルティングを実施。

■本件に関するお問い合わせ先

担当 : 株式会社ビービット 藪 (info@bebit.co.jp)
住所 : 〒102-0073 東京都千代田区九段北 4-2-1 市ヶ谷東急ビル 7 階
TEL : 03-5210-3891 / FAX : 03-5210-3895

* 米 Miniwatts Marketing Group、2011 年 6 月報告