

1. はじめに

インターネットビジネスは、店舗を購入したり、社員を雇用したりせずに開始できる手軽さがある。多くの出資せずに、その割合に Web ページから収入が得られ、リスクも小さく感じられ投資効率が高いと思われるからである。

Web ページを所有していると売上が増える、と考えられている。多くのオンラインショップでは、あまりにも多くの情報により、個人の目的コンテンツを指す適切なキーが見つからないという場面がよく見受けられる。

本卒業研究では、ひとり一人の顧客の趣向を大切にする『オンデマンド Web ページの提案と制作』に取り組んだ。

具体的には父の経営する会社を例に制作を通じた体験を元に提案したいと考えた。個人ユーザーの意思を短時間で適格に受信できる Web ページ視覚化を目指した。オンデマンドな検索インターフェースを提案と制作を目的にしている。

2. オンデマンド Web ページとは

個人でも団体でも Web ページを所有している時代となった。経済産業省の白書によると、インターネット上で通販を行う Web ページは、1995 年に約 240 店だったものが、2000 年には約 27000 店と、100 倍以上も多くなったと推計されている。

題目のオンデマンド Web ページとは、顧客と一対一で親身に接することにより、顧客の要望を店舗側に伝え、それに対する適切なアドバイスをすることによって、「買ってみよう」「欲しくなってしまった」などと購買意欲をかきたてるための提案である。

多く Web ページが創意工夫されている。その中から構成する重要な要件を抽出したものが個人を大切にするオンデマンド Web の意である。

3. 研究のアプローチ

制作する Web ページは、まだサイトを所有していない父の経営する会社を選んだ。研究の特徴は実店舗への提案と制作である。コンテンツも空想ではなく実際に作られている製品である。

4. Web ページ制作例

トップページの質問に答えていくことによって、結果へと辿り着かせるシステムである。

1. 各ページに質問を一つずつ用意する。
2. 細かい質問を繰り返し、顧客の望む結果へと絞り込んでいく。
3. 最終的に絞り込まれた結果を表示させる。

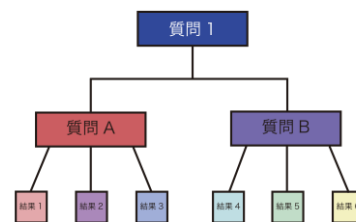


図 1. システムの概要



図 2. 質問ページ例

顧客の意思が明確に意識選択され、クリックすると、次の質問が出てくる。数問の質問に答え終わると、結果が表示されるようになっている。

5. 結論

このシステムを使うことにより、顧客との対話を Web ページ上で行うことができるようになる。有人である必要はなく、なおかつ顧客が一番望んでいる、Web ページへ来た目的に合致する結果を簡単に表示させることができると考えられる。

今後は完成した制作物をアップロードし、実際に使用したいと考えている。使用してみた結果、有効であるのか実際の売上をもとに検討していきたい。

文献

- [1] 結城 崇. Web 上のキーワードを辿る視覚的な情報探索インターフェースの開発, 筑波大学, 2008, 41p
- [2] 富永 秀. Web コミュニケーションサイトの設計と実装, 法政大学, 2007, 16p