

企業サイトの アクセシビリティ を語る

座談会

林 哲夫

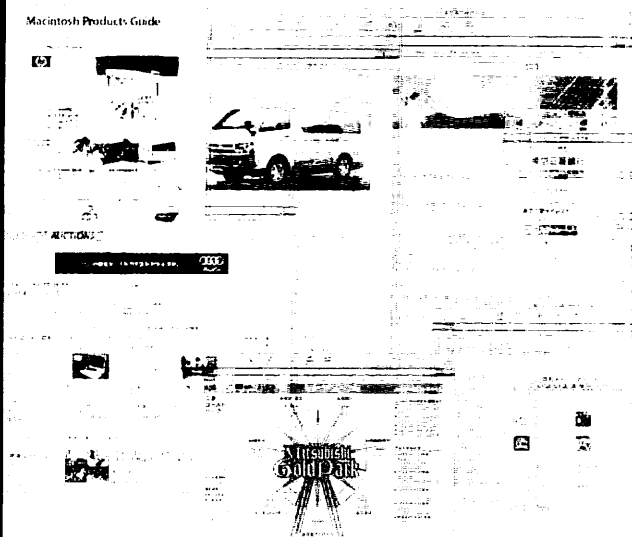
(株)カネボウ化粧品 コーポレートブランド室コーポレートデザイングループ部長
(社)日本広告主協会Web広告研究会 Webプロデューサー育成委員長

関根千佳

(株)ユーディット 代表取締役

濱田英雄

(株)ユーディット 主任研究員



Webプロデューサーが なぜいま必要なのか

—— 7月のWebプロデューサー育成講座は、当初20~30人の予定が大幅に増える盛況だったようですね。

林 最終的に50名近い応募がありました。8割方は新入社員で、どんなことを知りたいのかアンケートを取ってみると、やはり「アクセス数を上げるにはどうしたらいいか」という質問が多くて、「ログ解析」や「SEO対策」(検索エンジン最適化策)に非常に興味を持っていました。そんな中、「これは外せない」と思って、ユーザビリティやアクセシビリティの講座も設けました。

—— 「Webプロデューサーを育成し

なければ」という問題意識は、どんな状況から生まれたのでしょうか。

林 企業サイトは広報媒体と考えられてきました。会社案内やカタログなどの電子版です。そういうものならば、専門の業者に作ってもらえばよかった。しかし、いま企業はWebをマーケティングツールとして使うようになってきています。こうなると、社内にその企画・構築・運営を担える人材が必要になってくるのです。関根 確かに、ここ数年の間に状況は変わってきています。「製品はもちろん、Webサイトも会社の顔だ」という認識が浸透してきています。

また、サイトに寄せられたユーザーのメッセージについて、「自社に対して厳しいものもきちんと受け止めて出していく

ことによって、ロイヤリティの高いユーザーコミュニティを作ることができる」と考える企業が増えてきています。ユーザーが製品を評価するサイトが力を持つようになるにつれて、そうなっています。

そんな中で、ユーザビリティ、アクセシビリティへの関心も高まっています。弊社では、製品のアクセシビリティについてコンサルティングを依頼されていた会社から、「Webの方もお願いします」と頼まれるケースが増えていきます。逆のケースもあります。

Web担当者クリエイターも ユーザーを見れば変わる!

—— 企業のWeb担当者は、どんな部署にいるのでしょうか?

今年6月、WebアクセシビリティのガイドラインがJIS化された。

日本広告主協会のWeb広告研究会が7月に開催した「Webプロデューサー育成講座」では、

全12講座中に「ユーザビリティ・アクセシビリティ」の1講座が設けられた。

今回の講座を企画した林哲夫、JIS化の作業部会主査を務めた濱田英雄、

長年Webアクセシビリティの重要性を訴えてきた関根千佳の3氏に、

企業サイトのアクセシビリティの現状について語ってもらった。

(構成:中和正彦=ジャーナリスト、写真:吉井 勇=本誌編集長)

林 哲夫



関根千佳



濱田英雄



林 それは企業によってバラバラです。大企業には、サイト関係の独立した部署を持っているところもあります。

カネボウ化粧品に関して言うと、全体の情報をまとめる仕事を私ともう一人の若い社員がやっていて、個々のブランドサイトに関しては、これまでの経緯上、広告代理店とブランドマネージャーが仕切っています。我々としては、カネボウ化粧品のサイトとして違和感のあるものを作ってもらっては困るので、各ブランドサイトに対して、基本的なルールや注意事項を説明して回ります。

しかし、なかなか簡単には行きませんね。ブランドサイト側としては、独自のブランドカラーを出して行きたくなるでしょう。特にクリエイターの「こうしたらもっと面白い」という気持ちに引っ張られていくところが大きいと思います。

—— ということは、Web担当者がアクセシビリティの意識を持っていても、クリエイターがきちんと理解しないと、アクセシブルなサイトは実現しませんね。

濱田 今度JISになったガイドランは、サイト作成時だけでなく、事前から事後ま

で指示が及んでいます。企画段階からアクセシビリティを考えなさい。作成後もユーザーからもらった意見を生かして、より良くなるようにしなさい。更新したときも、以前よりアクセシビリティが落ちないようにしなさい、というわけです。だから、このことが知られて徹底していけば、企画・運営側とクリエイターのギャップはなくなっていくと思います。

林 濱田さんのご著書『ここから始めるWebアクセシビリティ』の出版記念講演会の来場者アンケートを拝見して、1つショックだったことがあります。回答者の77%がサイト作成に関連した仕事をしている人なのに、Webアクセシビリティについて「どのような人たちが困っているのかがよくわからない」と回答した人が20%もありましたね。

濱田 Web担当者もクリエイターも、サイトがアクセシブルでないために苦労している人の姿を実際に見て、その苦労を肌で感じたことのあるという人は少ないと思います。

林 「JIS規格を考慮したいと思いますか」には、ほとんどの人が考慮したいと

答えていますから、まず、どういう問題があるかをちゃんと見せるべきですね。

濱田 そうですね。全盲の人が音声ブラウザを使ってサイトを読み上げさせるのは、私たちにはもう見慣れた姿ですが、いまでもデモをやるたびに、目を丸くして驚く人に会います。しかし、驚いてくれれば、考えてくれる人が増えるわけです。まだまだ、いろいろなところに行くと、見せたり話したりしていかなければいけないと思っています。

Webアクセシビリティは若手より役員の理解が早い!?

—— 1つの企業サイトの中に複数のサイトがあって、それぞれにWeb担当者とクリエイターがいるような場合、サイト全体のアクセシビリティ向上を図るには、役員レベルの理解が必要になってくると思います。

関根 その通りです。今回のWebプロデューサー育成講座のメニューにある「企業イメージ、ブランディング」や「ユーザビリティ、アクセシビリティ」「Webプロデューサーの役割」「集客マーケティング



林 哲夫
Web広告研究会
Webプロデューサー育成委員長

「Webアクセシビリティについて、誰が困っているかわからない。サイト作成の関係者の多さに驚きました」



関根千佳
ユーディット 代表取締役

「大手百貨店が初心者や高齢者が使いやすいお中元販売サイトに作り直したら、前年度比7割のアップとなったそうです」



濱田英雄
ユーディット 主任研究員

「Web担当者やクリエイターはサイトのアクセスで苦労している姿を見て、感じたことのある人は少ないと思います」

グ」などは、要点をまとめて役員向けセミナーも行うべきですね。

濱田 若いWeb担当者やクリエイターは、「皆さんもいずれ高齢者になって不自由なことが出てくるのですから」と言われても実感がわきません。しかし、役員の方々は、自分自身がすでに半分シニアです。シニア層への配慮について話せば実感として理解してもらえるので、非常に効き目があると思います。

関根 トップの気持ちを動かすことができたら、会社を動かせます。トヨタでも松下でも、トップがユニバーサルデザインの重要性に気づいたことによって、会社がユニバーサルデザインに向かって走り始めました。Webサイトをコーポレートアイデンティティのレベルで考えて、トップ直属の部署で作るという企業も出てきています。そういう企業だと、アクセシビリティの徹底もしやすいのですが。

林 たまたま私どもの会社は、5月にカネボウから独立してカネボウ化粧品になりました。いまのサイトは、そのときにコーポレートアイデンティティを意識して作ったつもりなんです。しかし、ユーザビリティやアクセシビリティに関しては、まだALTを入れた程度のレベル。ちょうど最近、新しいスタッフが入ったので、アクセシビリティに関してリニューアルを図ろうと思っています。

Webアクセシビリティで社会的責任も売り上げも

林 ところで、経済産業省が作った個人

情報保護ガイドラインに準拠して個人情報の取り扱いを適切に行っている民間事業者に対して、「プライバシーマーク」の使用を認める制度があります。アクセシビリティに関しても、ガイドラインに準拠したサイトにはそれを示すマークを付けることを認めるといった形で、啓発することはできないでしょうか。

濱田 実は、ガイドラインを作っているときに、「認証機関を作ろう」という話がありました。しかし、「膨大なページ数があるって頻繁に更新されるサイトを、どうやってチェックするのか」という問題があり、具体化していません。

関根 「認定したチェッカー(ソフト)でチェック」してもらって、それをパスしたらO.K.といった形しかないかもしれませんね。

濱田 あとは、サイトの制作会社に、「この会社で作ったものは大丈夫」というお墨付きを与えるとか(笑)。

林 サイトを持つ企業の担当者やクリエイター自身の啓発になる形がいいですね。たとえば、環境問題に取り組んでいる企業は、普段どうしているかを評価しています。それと同じように、外堀から埋めていくような形にするのがいいと思うのですが。

関根 そうですね。いまCSR(企業の社会的責任)の中に「環境」と並んで「ユニバーサルデザイン」を入れる企業が出てきています。そういう流れから啓発していく道もあると思いますね。

—— 高齢者や障害者をはじめとして、

買い物をしたいのになかなかお店まで行けない人はたくさんいます。Webのユーザビリティやアクセシビリティが売り上げに直結する可能性にも目を向けてもらう必要があると思いますが。

関根 ある大手百貨店が今年の夏、初心者や高齢者などが快適にサイトを閲覧できるようにするソフトを導入するなどしてお中元販売サイトを作り直したところ、売上が前年比7割アップしたそうです。また、あるインターネット証券会社は、「一番お金を持って動いてくれる個人投資家は50歳以上だから」と、サイトのユーザビリティ・アクセシビリティ向上に関心を寄せるようになりました。

濱田 サイトで物を買う場合、安心感が大事です。社会的信用のある企業のサイトでも、購入に関する説明や、申し込み欄の作り方がわかりにくいと、最後のボタンを押すところまで行っても「これで大丈夫なんだろうか」という不安が残り、結局買わないと思います。その不安を払拭してあげることによって使うようになる人は、かなりいると思います。

林 EC(電子商取引)サイトとそうでないサイトでは、プロデュースの仕方がまったく違うので、7月の講座ではECサイトについての講座は設けませんでした。非常に要望は多かったですよ。次回以降、オプションでECサイトの講座も設けようと考えています。

—— ありがとうございます。

