

# Webサイトの特徴と向いている業種

## 1. 会社案内型

なぜか社屋の画像が定番。トップ画面がメニューのみでシンプル。練習台にはもってこいのサイト  
<http://www.cypress.ne.jp/you-gc/annai1.htm>



## 4. 情報提供マガジン型

軽くて本の目次のように一覧性が高いのが特徴。一般雑誌のサイト、WEBマガジンなど。語るべき(ユーザーが知らない)新しい情報がたくさんある企業向き。週刊現代、PCwatch  
<http://kodansha.cplaza.ne.jp/>



## 2. 商品販売・窓口業務型

企業のビジネスの一翼を担っているサイト。航空会社の予約機能や、輸送業の荷物の追跡機能、ショッピングサイトなど。窓口のオペレータ業務などの省力化が可能。  
<http://www.sagawa-exp.co.jp/>  
<http://ticket.rakuten.co.jp/>



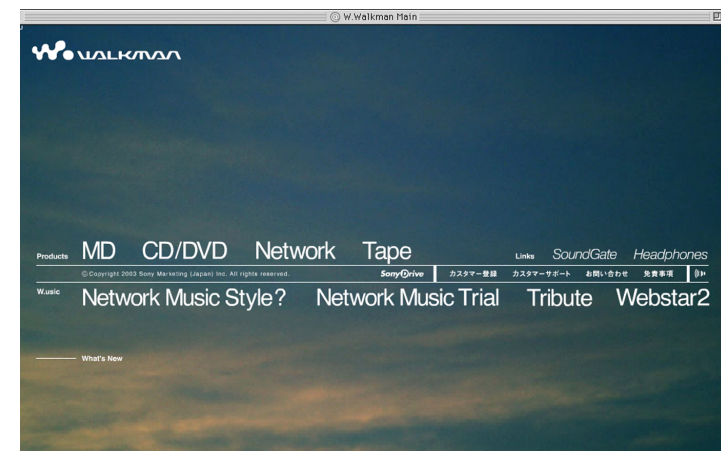
## 5. テーマユーティリティ型

軽いつくりで、訪問者メリットへのアクセスがいいのが特徴。検索エンジンや、シェアウェアサービスなど。ウェブ上で配布できる商品や、大規模サイトの検索画面など向き。Vector: シェアウェア・フリーウェアが約5万本ダウンロードできる。  
<http://www.vector.co.jp/>



## 3. エンタテインメント型

ゲームやインタラクティブコンテンツが多く、デザイン性が高いのが特徴。ゲームメーカーやソフトメーカーなど。発売後しばらく経過した商品を持つ企業やファン化を狙うサイト向き。  
 Sony Walkman  
<http://www.walkman.sony.co.jp/index.html>



## 6. デイリー情報提供型

トップニュースの配置や、中見出し、その他記事と新聞の構造を踏襲。各新聞社サイトなど。デイリーな情報がキーとなる業種向き。日本経済新聞社: 新聞の記事を日々掲載。  
<http://www.nikkei.co.jp/>

