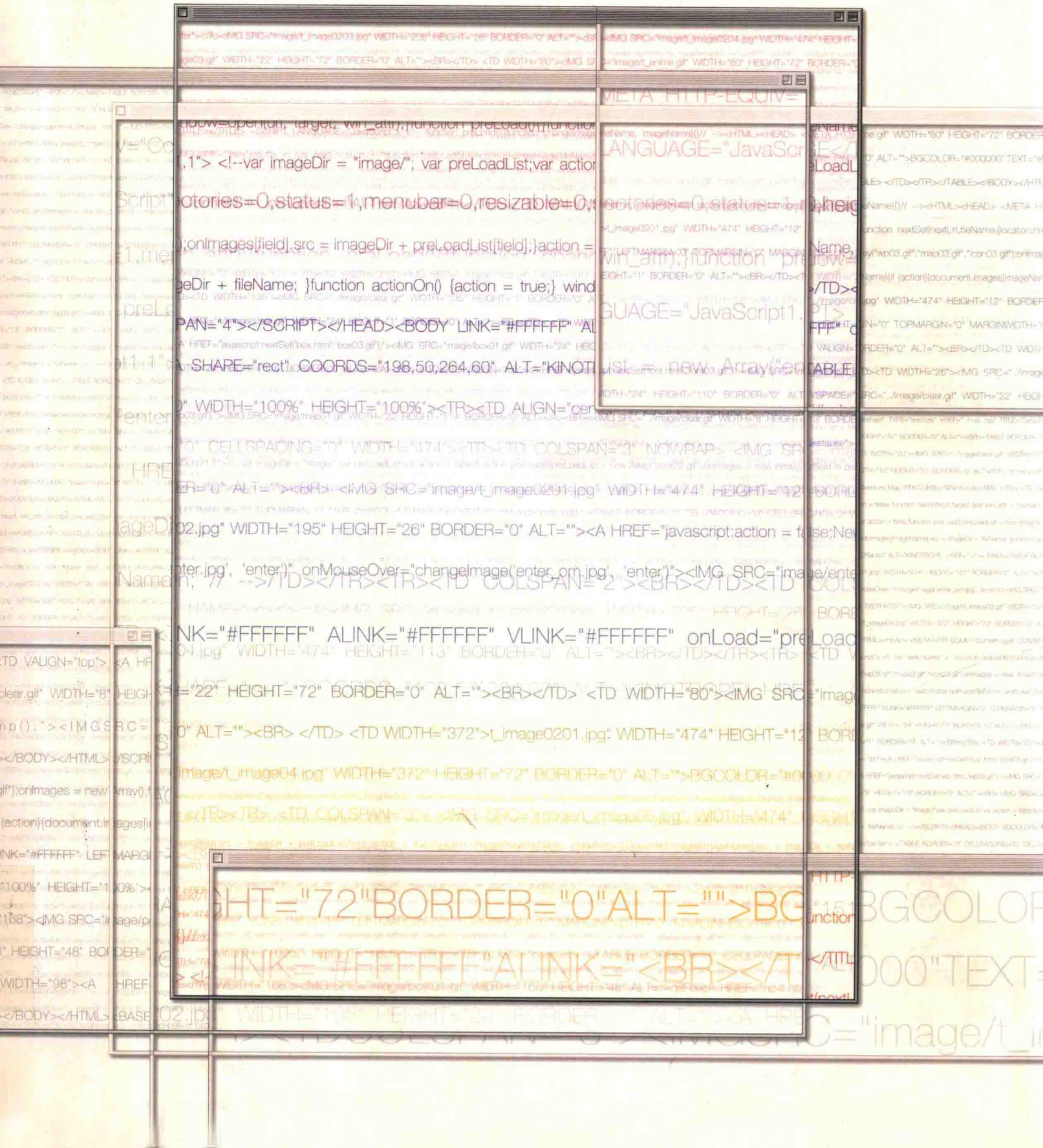


# The Web Design Annual 2001



# The Web Design Annual 2001

Web Design Annual 2001 Production Committee

## The Web Design Annual 2001

edited by Web Design Annual 2001 Production Committee  
produced by Kinotrope, Inc.  
book design and layout by Advertising Engineers of Tokyo, Inc.  
published by Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

Copyright©2001 by Kinotrope, Inc.  
Copyright©2001 by Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or used in any form or by any means graphic, electronic, or mechanical, including photocopying, recording, or information storage and retrieval systems without written permission of the publisher.

ISBN4-7661-1223-7

Graphic-sha Publishing Co., Ltd.  
1-9-12 Kudan-kita Chiyoda-ku Tokyo 102-0073 Japan  
Telephone 03-3263-4318 Fax 03-3263-5297  
<http://www.graphicsha.co.jp>

## The Web Design Annual 2001 Staff

<b>Producer</b>	Masahiro Ikuta
<b>Director</b>	Tsuyoshi Ishihara Yumi Mitsugi
<b>Editor</b>	Yumi Mitsugi
<b>Copy Editor</b>	Chieko Kondo
<b>Translation</b>	Língua frânca Inc. Yasuhiro Sakamoto
<b>Creative Director</b>	Sachio Akimoto
<b>Art Director</b>	Shuntaro Sato
<b>Designer</b>	Takahiko Iwahara Ringo Inoue Daigo Maesaka
<b>Coordinator</b>	Shiro Yoshikawa
<b>Public Relations</b>	Takeo Nikaido Haruhiro Saito
<b>Advisor</b>	Seiki Okuda Yoko Yamamoto
<b>Special Thanks</b>	Akihiko Kawai Keita Suzuki Chizu Makiyama
<b>All Inquiries</b>	<a href="mailto:wda_info@kinotrope.co.jp">wda_info@kinotrope.co.jp</a>

Copyright

Staff

# Contents

序文:生田 昌弘	4
Preface : Masahiro Ikuta	
「Web年鑑2001」について	10
The Web Design Annual 2001	
選考委員紹介	15
Judges Profiles	
「Web年鑑2001」選考について	22
Selection for the Web Design Annual 2001	
公募サイト	26
Featured Sites	
■ 選考委員特選サイト	28
Judges Special Recommended Sites	
■ ファッション・ショッピング	50
Fashion/Shopping	
■ 食品・医薬品	100
Foods/Medicine	
■ 企業一般	118
Companies	
■ 就職・教育	164
Employment/Education	
■ エンターテインメント	186
Entertainment	
■ カルチャー	226
Culture	
■ アート・デザイン	260
Art/Design	
推薦サイト	306
Recommendation	
対談	340
Interview	
制作者インデックス	356
Web Designers Index	
広告	384
Advertisements	

# The Web Design Annual 2001

Web Design Annual 2001 Production Committee



# Web年鑑2001

Web年鑑2001制作委員会編



## 序文

「Web年鑑1999」の発刊から、はや2年の月日が流れました。

ご協力いただいた皆様には、改めて感謝したいと思います。

また、「Web年鑑1999」を購入していただいた皆様から、多くの励ましの言葉をいただいたことにも感謝したいと思います。

2年の間に、インターネットの世界も変わり、Webを取り巻く環境も大きく変化しました。

年鑑の中で定義していた「優れたWebサイト」の意味も、徐々に浸透していると感じています。

暗中模索の中で、Webを紙に定着させる作業の意味を見出そうとした2年前を、懐かしく思い出すことがあります。

今回は、前回のようなアワードという形式をとらず、公募という形式をとりました。なぜなら目的、目標の違うサイトを評価する難しさを前回いやと言うほど味わったからです。

ただ、公募されたサイトを総て掲載するスペースはありませんので、審査員の方にある程度のセグメントをお願いしました。

ご応募いただいたサイトの総てを掲載することはできませんでしたが、ご理解いただければと思います。

Webビジネスが、ようやく真の意味でビジネスとして成立し、業界自体が確立され始めています。しかしなお、Webデザインの領域が正確に認知されているとは思えません。また産業としても未成熟であることは、2年前とあまり変わりありません。

Webに関わる総ての制作者がこの状況を改善するために努力する必要があります。

Webの現状を定着させたこの本が、Webという環境を豊かにし、ひいてはWebサイトの制作者、運営者全体の制作意欲を高めることを心から望んでいます。

また、未だWebという環境を知らない人にとってこの本が、素敵な「経験」に触れるきっかけになることを祈っています。

2001年7月

Web年鑑2001制作委員会 代表幹事

生田 昌弘



## Preface

Two years have passed since we published the "Web Design Annual 1999." I would like to express once again my gratitude to all those who worked on this year's publication and to say thanks for the many words of encouragement received from those who purchased the "Web Design Annual 1999."

The world of the Internet changed dramatically within the span of two years, and the environment surrounding the Web underwent momentous changes as well. I also feel that the significance of the phrase, "superb Web site," which is defined within the "Web Design Annual" is gradually penetrating the Internet. I also look back fondly on where we were two years earlier, fumbling around in the dark, trying to identify why we were attempting to set the Web to paper.

This time, rather than giving awards to superb sites as we did for the previous "Web Design Annual", we instead opted for recruiting sites to appear in the new version. The reason for this switch is that we experienced tremendous difficulties in the last "Web Design Annual" trying to grade sites originally intended for different goals and objectives. However, since we did not have the space to include all of the sites for which we received applications, we did ask our panel of judges to evaluate the applicants to some extent. I would like to apologize for not being able to include all of the sites and ask for the applicants' understanding.

Web business has finally matured to the level that one can actually consider "business," and this industry is starting to become well established. However, it still does not seem that the field of Web design has been properly recognized. In addition, as an industry, Web design has not really changed over the past two years. In order to rectify this situation, we will need the cooperation of all those involved in Web site production. I sincerely hope that this book, which has established the Web's current state, allows this milieu that we call the Web to develop, and, as a result, increase enthusiasm toward production amongst those involved in the production and operation of Web sites. Furthermore, I fervently wish that this book becomes for those who are still unaware of the "Web" environment an opportunity to "experience" something wonderful.

July 2001

Representative Director, Web Design Annual 2001 Production Committee  
Masahiro Ikuta

## The Web Design Annual 2001

edited by Web Design Annual 2001 Production Committee  
produced by Kinotrope, Inc.  
book design and layout by Advertising Engineers of Tokyo, Inc.  
published by Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

Copyright©2001 by Kinotrope, Inc.  
Copyright©2001 by Graphic-sha Publishing Co., Ltd.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or used in any form or by any means graphic, electronic, or mechanical, including photocopying, recording, or information storage and retrieval systems without written permission of the publisher.

ISBN4-7661-1223-7

Graphic-sha Publishing Co., Ltd.  
1-9-12 Kudan-kita Chiyoda-ku Tokyo 102-0073 Japan  
Telephone 03-3263-4318 Fax 03-3263-5297  
<http://www.graphicsha.co.jp>

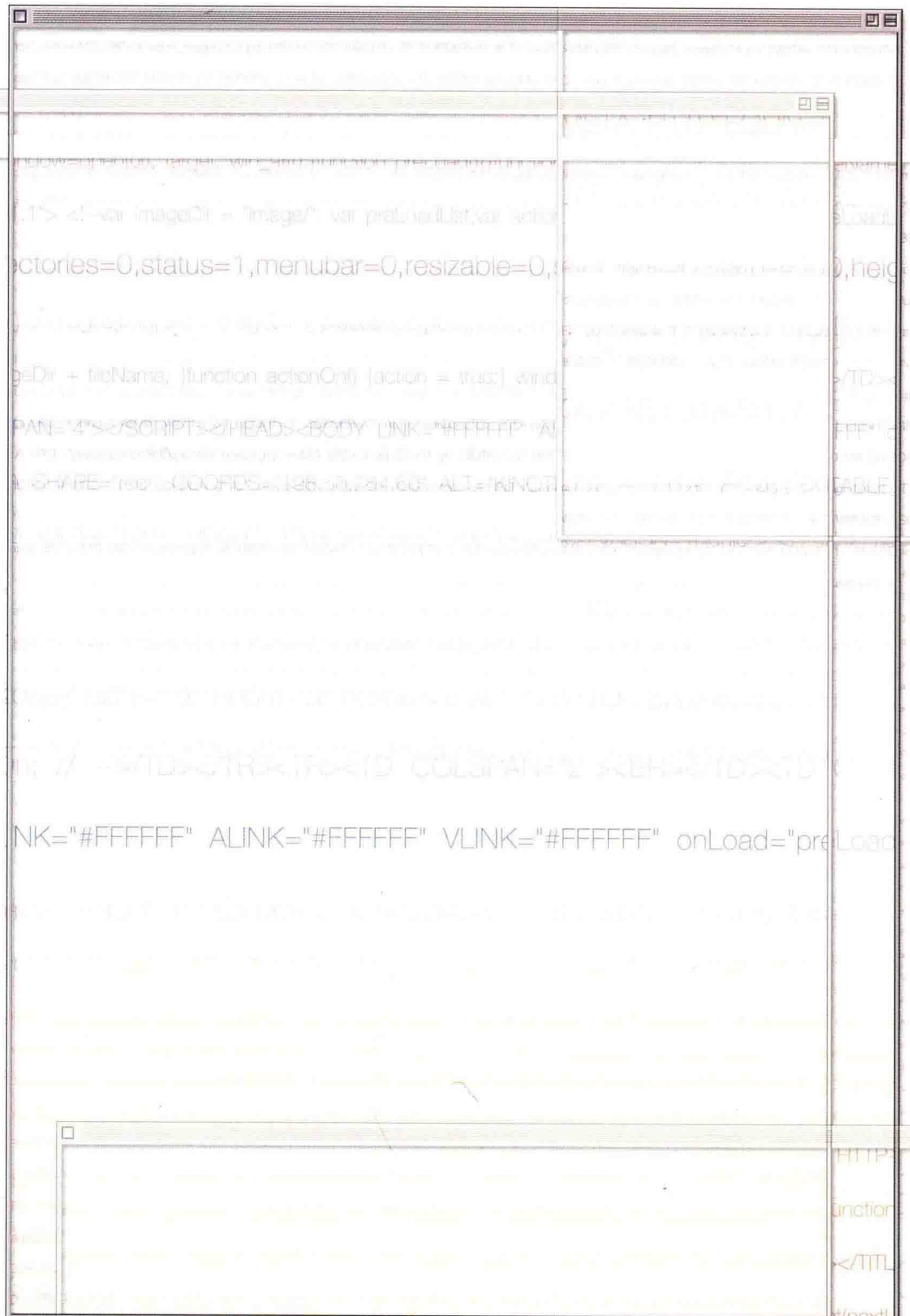
## The Web Design Annual 2001 Staff

<b>Producer</b>	Masahiro Ikuta
<b>Director</b>	Tsuyoshi Ishihara Yumi Mitsugi
<b>Editor</b>	Yumi Mitsugi
<b>Copy Editor</b>	Chieko Kondo
<b>Translation</b>	Língua frânca Inc. Yasuhiro Sakamoto
<b>Creative Director</b>	Sachio Akimoto
<b>Art Director</b>	Shuntaro Sato
<b>Designer</b>	Takahiko Iwahara Ringo Inoue Daigo Maesaka
<b>Coordinator</b>	Shiro Yoshikawa
<b>Public Relations</b>	Takeo Nikaido Haruhiro Saito
<b>Advisor</b>	Seiki Okuda Yoko Yamamoto
<b>Special Thanks</b>	Akihiko Kawai Keita Suzuki Chizu Makiyama
<b>All Inquiries</b>	<a href="mailto:wda_info@kinotrope.co.jp">wda_info@kinotrope.co.jp</a>

# The Web Design Annual 2001 Abbreviations

<b>CL</b>	Client	クライアント
<b>AG</b>	Agency	代理店
<b>F</b>	Development Firm	制作会社
<b>P</b>	Producer	プロデューサー
<b>AP</b>	Assistant Producer	アシスタントプロデューサー
<b>PM</b>	Projects Manager	プロジェクトマネージャー
<b>DR</b>	Director	ディレクター
<b>ADR</b>	Assistant Director	アシスタントディレクター
<b>CD</b>	Creative Director	クリエイティブディレクター
<b>PL</b>	Planner	プランナー
<b>ED</b>	Editor	編集
<b>M</b>	Merchandiser	マーチャンダイザー
<b>WC</b>	Web Coordinator	Webコーディネーター
<b>AD</b>	Art Director	アートディレクター
<b>DE</b>	Graphic Designer	グラフィックデザイナー
<b>ADE</b>	Assistant Designer	アシスタントデザイナー
<b>CG</b>	CG Creator	CGクリエイター
<b>IL</b>	Illustrator	イラストレーター
<b>WR</b>	Writer	ライター
<b>V</b>	Video/Movie	映像・ビデオ制作
<b>PH</b>	Photographer	フォトグラファー
<b>SO</b>	Sonification	サウンド・音楽制作
<b>TR</b>	Translator	翻訳
<b>HT</b>	HTML Coding	HTMLコーディング
<b>SA</b>	System Administrator	システムアドミニストレーター
<b>PR</b>	Programmer	プログラマー
<b>TA</b>	Technical Advisor	テクニカルアドバイザー
<b>A</b>	Advisor	アドバイザー
<b>CO</b>	Cooperation	協力

Abbreviations



# Contents

序文:生田 昌弘	4
Preface : Masahiro Ikuta	
「Web年鑑2001」について	10
The Web Design Annual 2001	
選考委員紹介	15
Judges Profiles	
「Web年鑑2001」選考について	22
Selection for the Web Design Annual 2001	
公募サイト	26
Featured Sites	
■ 選考委員特選サイト	28
Judges Special Recommended Sites	
■ ファッション・ショッピング	50
Fashion/Shopping	
■ 食品・医薬品	100
Foods/Medicine	
■ 企業一般	118
Companies	
■ 就職・教育	164
Employment/Education	
■ エンターテインメント	186
Entertainment	
■ カルチャー	226
Culture	
■ アート・デザイン	260
Art/Design	
推薦サイト	306
Recommendation	
対談	340
Interview	
制作者インデックス	356
Web Designers Index	
広告	384
Advertisements	

## 「Web年鑑2001」について

新世紀を目前に控えた2000年11月、「日本と世界の優れたWebサイトを収集し、今後、目指すべきWebサイトを提唱する」、この目標を掲げて、「Web年鑑2001」のプロジェクトが始動しました。

前回の「Web年鑑1999」出版から2年の間にWebを取り巻く環境は大きく変化しました。当時は、インターネットがより大きなビジネスに発展するという期待感で勢いがありました。しかし2001年の現在、その状況はWebデザイナーにとって決して良いとは言えません。日本では長引く不況も手伝ってネットビジネスが思うように売り上げを伸ばせていません。当然、クリエイティブに費やすコストも制限されます。アメリカではネットバブルの崩壊によりドットコム企業が次々と倒産しており、華々しい成功が語られていた数ヶ月前の

姿は今や見る影もありません。しかし、そんな状況だからこそWebサイトはどうあるべきかを見直すことに大きな意義があります。私たちは本当に良いものを生みださなくてはなりません。優れたWebサイトを構築し、確実な成果を積み上げることが、明日の大きな成功につながるのです。

### 優れたWebサイトとは

優れたWebサイトとは、「明確な目的を持ち、その目的を達成するために先進の技術を効果的に使って表現しているサイト」である。私たちはこのように定義しています。

Webサイトはショッピング、コミュニティ、ニュースなど私たちユーザに様々なサービスを提供します。そこに共通する要素は、何らかの目的を達成する手段であるということです。企業のWebサイトでは主にビジネス

# The Web Design Annual 2001

## The Web Design Annual 2001

We launched the "Web Design Annual 2001" project in November of 2000, right before the turn of the new century, with our purpose of "gathering great Japanese Web sites as well as excellent sites from other countries, in order to commend Web sites deserving attention both now and in the future."

The environment surrounding the Web has changed dramatically over the past two years, since this publication's predecessor, "Web Design Annual 1999," was published. At that time, there were high expectations that the Internet would develop larger business opportunities. However, Web designers today, in the year 2001, would never say that the current situation is favorable. Japan's failure to enjoy the sales growth it had expected in Web business has been partially exacerbated by the drawn out recession the country currently faces. Naturally, this has also limited the amount of cost spent on creative work. In the United States, the net bubble collapsed, causing dot.com after dot.com to become bankrupt, and now not even a trace of the

glorious talk of success we heard several months ago remains. However, it is this very state of Web business which gives us a reason to amend our views of how a Web site should be. It is imperative that we create a truly great Web site. Constructing a superb Web site that produces definite result after definite result will lead to a huge success story in the future.

### What is a great Web site?

We define a great Web site as "a site that has a clear purpose and which shows the effective use of advanced technology to fulfill this purpose."

Web sites offer a variety of services to users, including online shopping, job recruiting, building online communities, as well as providing information. The common factor here is that all of these Web sites are a means of fulfilling a purpose or goal of some kind. Corporate Web sites primarily serve the function of achieving success in business. Whether or not the purpose has been fulfilled is measured by the effects achieved by the Web site. This does not mean solely meeting quantitative targets, such as increasing sales or reducing cost, but also intangible effects such



の成功を目的とし、目的の達成はサイトで得られた効果で測られます。売り上げやコストダウンといった数値目標だけでなく、満足度アップ、CI(コーポレート・アイデンティティ)活動といった目に見えにくい効果もあります。Webデザイナーの自己表現や実験としてのWebサイトも同じです。目的がアピールであれば、効果は自己満足でもかまいません。最も大事なことは、何を効果とするのか、その効果が達成されたことを判断する指標は何なのかを明確にすることです。

次に目的を達成するまでの手段を組み立てなくてはなりません。ここからが私たちの考えるWebサイトのデザインです。Webサイトデザインには、一般に言われる見た目のデザインだけでなく、もっと幅広くWebサイトの構造やビジネスプランといったものが含まれます。同じ分野と言われる企業のサイトでも目的の異なったものであることは珍しくありません。逆に全く異なると思えた分野で同じような考え方のWebサイトが

運営されていることもあります。ユーザーに選択権のあるインターネットでは、ユーザーに大きな負荷をかけずにスムーズに問題を解決するサービスを提供することが重要です。そのサービスがクライアントにとってもメリットになる、そういうWebサイトをデザインしなければなりません。クライアントの要望だけでは、ユーザーに負荷がかかる。ユーザーの要望をかなえるだけでは、ビジネスにならない。双方の要望と負荷のバランスをとらなくてはなりません。

ユーザーの嗜好を分析するためにアンケートを実施するということを例にとると、クライアントの要望としてユーザーの情報が欲しい、質問をしたい。そのためにサイトに入力フォームを準備する。これではユーザーに心理的な負荷がかかり、たぶん見向きもされないでしょう。そこでユーザーのメリットとなるプレゼントを準備します。しかし、プレゼント準備や配送の費用にコスト(クライアントの負荷)がかかります。クライアントとして

は、このコスト以上の効果が得られなければ、いくらユーザーに喜ばれたとしても、成功したサイトとは言えません。これは単純なバランスですが、優れたWebサイトで行われるサービスの提供はインターネットを飛び出してリアルなビジネスとも密接に結びついています。高性能なパソコン、高速回線の普及により、先進の技術を利用して以前では考えられなかったような豊かなコンテンツが提供されています。Web表現のトレンドは確実に静的なHTMLから動的なDHTML、Flashへと移ってきています。しかし楽しさや豊かな体験と引き替えにユーザーへの負荷が高くなっていることは否めません。豊かなコンテンツは全ての人が快適に見られるわけではありません。サービスを提供する上で本当に目的達成に必要な要素なのか、ユーザーに過剰な負荷はないか。もちろん、先進の技術を使うこと自体は間違いではありません。例えばそれを利用できるユーザーのみをセグメントするという考え方もあるか

as increasing customer satisfaction or engaging in CI (corporate identity) activities. The same holds true for Web sites that serve as vehicles of self-expression for or experiments by the Web designer. If the site's purpose is only to appeal, then the effect could simply be self-satisfaction. What is most important is clarifying what the desired effect should be and what indicators should be used to judge whether or not the desired effect has been achieved.

Next, we have to devise some sort of means of attaining this goal. This is where what we think of as a Web design begins. This does not mean what we normally call a visual design, but rather is a design on a broad-scale, which includes the construction of the Web site as well as the business plan. It is not unusual for businesses considered in the same field to have Web sites of different purposes. Conversely, there are also cases where Web sites of completely different fields are being operated under similar concepts. In the Internet, where the user has other options, it is critical that a site should offer the user a service that allows him or her to solve a problem readily and without major hassles or burdens. In turn, the

designer must create a site that offers services that are advantageous from the perspective of the client managing the site. If the design only meets the wishes of the client, then the user becomes burdened. If the design only meets the wishes of the user, then the site results in commercial failure. The design must show some form of balance between meeting the wishes of both the client and the user.

Using the example of a questionnaire designed to analyze the user's preferences, the client's wishes would be to learn information about the user, to ask questions. Therefore, the client adds a questionnaire form to the Web site for the user to fill out. The user then becomes laden with a psychological burden, and is probably ultimately paid no notice. This is where some form of premium is prepared to offer incentive to the user. However, preparing and delivering the premium requires expenditure (burden on the client's part). If, as far as the client is concerned, the effect obtained is less than the cost incurred, then the site cannot be considered a success, no matter how much the user is satisfied. This is simply a matter of maintaining a balance. The service provided at a great Web site is launched on the Internet so

that it can be linked closely with the actual business of the client.

Thanks to the proliferation of high-performance computers and high-speed lines, sites now use advanced technology to provide a wealth of information and contents beyond what we previously thought possible. The trend in Web visuals is definitely moving away from static HTML and toward animated DHTML and Flash. However, no one can deny that the user is paying a steep price in return for a fun and a rewarding experience. Not everyone can easily view rich contents. We have to consider whether these whistles and bells are really factors necessary to fulfilling the purpose of the site, given the services provided, and whether they are causing an excessive burden for the user to bear. Naturally, it is not a mistake to use advanced technology. For example, there is the concept of segmenting users and targeting those who are able to use this technology. Ultimately, what is important is that we ask ourselves whether employing this technology suits the purpose of the site.

Future Web designers will become closely involved in business other than Web sites, and



からです。あくまでも目的に沿って使われているかを問い直すことが重要です。

これからのWebデザイナーとは、Webサイト以外のビジネスにも深く関り、目的を達成するための最も効果的かつ効率的な仕組みを構築する、ユーザの立場でシンプルかつ美しいサイトを創る、ビジネスマンとクリエイターの両方の要素を併せ持たなければなりません。優れたWebデザイナーの活動領域はインターネットを超えて広がっていくのです。

## クライアントとWebデザイナーの 新たな関係づくり

優れたWebサイトを生み出すのはWebデザイナーだけではありません。クライアントとして仕事を発注する人も、自分のビジネスにWebサイトがどのように生かせるのか十分に理解しておく必要があります。顧客

データベースを利用して個別のページが表示される。仕入れや物流との連携で新しい仲介ビジネスを実現する。外に見えるサイトの裏では様々な試みが行われているのです。Webサイトの本当の姿が見える、より奥深いレベルでの理解ができる、Webサイトを語ることはそこで行われているビジネスを語ることなのです。掲載されているサイトの仕組みが自分のビジネスに生かせるか考えてみてください。自分のサイトをどのように演出したらよいか、どうすれば商品をもっと魅力的に見せられるか考えてみてください。きっと新しいアイデアが見つかることでしょう。

Webデザイナーはクライアントのビジネスを理解する。クライアントはWebデザイナーのデザインを理解する。お互いが信頼によって結ばれたパートナーとして一つのゴールを目指して仕事をするることによってのみ、優れたサイトは生み出されるのです。今までクライアントは代理店に発注して、だれが制作しているかには

気を配りませんでした。自分たちの責任にならないように実績を重視して評価していました。いわば、創るものに無責任であったということです。しかし、Webデザイナーを選ぶことはビジネスを共に創っていくパートナーを選ぶということです。実際に優れたWebサイトを創ろうと思っても、自分たちの想いを形にしてくれるWebデザイナーをどうやって探したら良いのかわからない。優れたWebサイトを見つけてもそれを誰が作っているのかわからない。そんな時にこの本を見て、こんなビジネスをしたい、こんな見せ方をしたい、だからこの人に頼みたい、というようなWebデザイナーとクライアントとの新しい関係をコーディネートできたらと思います。

## 優れたWebサイトの記録

Webサイトに完成形はありません。その姿は日々変化

# The Web Design Annual 2001

will be using to construct their sites the framework that most effectively and efficiently obtains these goals to create simple yet elegant sites from in consideration of the user's position. The Web designer will have to be both a businessperson and a creator. The work arena of a great Web designer will expand beyond that of the Internet.

## Creating a new relationship between the client and the Web designer

It is not the Web designer alone who creates a great Web site. As the client, the individual or company commissioning the Web site design must also have a clear understanding of how the Web site should be used for the client's business. Some sites use a customer database where individual customer pages are displayed on the site. Some serve as a new form of go-between in business alliances between supplies and distribution. There are a variety of experiments taking place behind the scenes of a Web site. Those who see the true form of the Web site understand it at a higher level. To discuss a Web site means to discuss the business conducted on that site. Think about

how the framework of the Web sites appearing in the Design Annual can be exploited for your business. Think about how you should portray your own Web site and how you could show the appeal of your product. Undoubtedly, you will come up with a few new ideas.

The Web designer must understand the client's business, and the client must understand the Web designer's design. A great Web site is only created by both parties working together in a relationship of mutual trust and as partners toward a common goal. Up to now, the client had placed an order for a Web design with an agency and had paid no attention whatsoever to who created the Web site. The client then evaluated the site based on the agency's performance, so that the client held no accountability with respect to the site. In other words, the client shouldered no responsibility in creating the site. However, selecting a Web designer is the same as selecting partner with whom one will build a business. Even if the client is actually interested in creating a great Web site, he or she might not know how to find a Web designer who will put this vision into a tangible form. Even if the client finds a great Web site on the Internet, he or she might

not know who it was that made the site. What I hope we achieve is that the client can look at this book and think, "This is the sort of business I want," "This is how I want my site to look," "Hence, this is the designer I want to make my site." In these regards, this book will serve to create a new relationship between the Web designer and the client.

## Recording great Web sites

There is no finished form to a Web site. It changes from day to day. In actuality, we can no longer visit the great Web sites that appeared in "Web Design Annual 1999." The reasons for this are many. Some of the sites served their purpose and were shut down. Some of the sites escalated to a new form, and no longer exist in the old form. Some were updated to suit the form of business they were intended to serve. We can't record every Web site of the millions on the Web, but I believe it is essential that we record and convey great Web designs to readers for the sake of future development in Web design. The reason for this is because great Web sites appearing in the Web Design Annual serve as effective examples to many individuals and may give the reader a

します。実際、「Web年鑑1999」に掲載された優れたWebサイトの多くは既に見ることができません。目的が達成されクローズされたもの、段階的に更新し発展的解消したもの、ビジネスの形にあわせてリニューアルされたものなど理由は様々です。膨大なWebサイトを全て記録することはできませんが、今後の発展のためには優れたWebデザインを記録し伝えることが不可欠だと考えています。優れたWebサイトは多くの人にとって有効な事例となるし、そこにオリジナルなアイデアを付加してより良いものを創るきっかけとなるからです。

私たちは記録のために、旧来の手法である書籍というメディアを選びました。それは記録と伝達には印刷物が最も適した媒体だからです。

Webサイトはやはりブラウザで見られなければ意味がない、そもそもWebを印刷物で表現できるのか？という意見もあります。ハイパーリンクの構造や、音楽

や動画などマルチメディア的な演出、データベースとの連携によって動的にページが生成されるページ。これらは全て書籍では表現できません。そのためサイトのデータを納めたCD-ROMにするというアイデアもありました。しかしながら、上記のような動的なサイトは、パソコン上で再現できないことが多く、結局、静止したファイルを順番に見せるだけになってしまいます。忠実に再現されることだけが価値のあることなのか、私たちはそう考えません。全てのページが動作する形で見られなくてもコンセプトやそのサイトの持つ雰囲気は伝えられます。

デジタルデータを永く保存する場合にはフォーマット問題もあります。日進月歩のコンピュータの世界では、メディアフォーマットの移り変わりが激しく、新しいシステムで古いメディアが利用できないことも考えられます。実際、数年前まで頻繁に使っていたフロッピーディスクも、利用機会は激減しフロッピードライブが搭

載されていないマシンすらあります。ましてパソコンやインターネットの環境を持たない人もまだまだ多いのです。そういった人たちのためにインターネットの魅力を感じるきっかけを作るのもこのプロジェクトの使命です。多くの人に優れたWebサイトを伝えるために重要なことは、特別な機器を使わずとも誰もが平等に見られる状態にあること、どこにでも持って行ける優れたポータビリティを有すること。それには書籍の形が最も向いているという結論に至ったのです。

この本で、一人でも多くの人にエキサイティングなインターネットの世界を伝えること。そしてみんなで楽しい体験を共有すること。ひいては日本と世界のWebサイトがもっともとおもしろくなること。それが私たちの願いです。

石原 強（「Web年鑑2001」制作ディレクター）

new idea, which could give rise to the creation of a great Web site.

We opted for the media of the printed book, a traditional vehicle of communication, to record these great Web sites. This is because the printed form is the medium most suited to keeping records and communicating.

Opting for a book format also carried for us the significance of how we could express the Web in printed form, since, basically, the sites had no meaning if they couldn't be seen through a browser. The sites are composed of hyperlinks, their contents are portrayed in multimedia formats using music and moving graphics, and they have pages that are dynamically formed through links to databases. Not all of this can be expressed in printed, book form. Therefore, we also thought of compiling the sites' data and publishing the Web Design Annual in a CD-ROM format. However, since the majority of the dynamic sites described above cannot be reproduced on a home computer, the CD-ROM would have ultimately consisted of static files being displayed on the screen one after the other. Therefore, we did not feel that it was so critical

that the sites be reproduced faithfully. As a result, we were able to convey the concept and feel of each site in the Web Design Annual, without necessarily having to show every page in a moving format.

There is also the problem of formatting when storing digital data for an extended period of time. In the fast changing world of computers, new media formats quickly replace old media ones, and it is possible for a new system to be unable to use old media. In fact, occasions where we now use floppy disks have disappeared dramatically, despite that we used them with such frequency several years ago, and now there are computers without floppy disk drives. On top of that, there are still a significant number of people without access to computers or the Internet. One of the missions of this project was to create an opportunity where even individuals not yet wired could gain sight of the Internet's appeal. What is critical to conveying the worth of great Web sites to as many people as possible is to use a format that avoids use of special devices, so its contents can be seen equally by anyone, and that this format be highly portable, so that it can be taken anywhere. In consideration of all of this, we

reached the conclusion that the humble book would be the optimal format.

I hope that this book conveys to as many as possible the exciting world of the Internet, and I look forward to sharing this fun experience with everyone. This will lead to the Web sites of Japan as well as the rest of the world becoming more and more interesting. That is our desire.

Lastly, I would like to extend my gratitude to all of the great Web site applicants as well as all of those who worked with us to see this book published. Thank you.

Tsuyoshi Ishihara  
(Director, Web Design Annual 2001 Production Committee)