

# Usability 2<sup>nd</sup> ユーザーが考えるべきこと

---

王道はない

自分は「ユーザー」である

ユーザーに考えさせない

「考えさせるもの」とは？

でもほどほどに

「？」なしは付加価値となる

---

## 王道はない

Web サイトの構築は多岐にわたる技術と工夫の積み重ねであり、またその利用者も千差万別。「これをすれば OK」という法則はない。しかしどんな場合でも指針として機能する有益な方向性がある。ユーザービリティを考える際には、これを手がかりに判断していけばよい。

## 自分は「ユーザー」である

いざ Web サイトの構築にあたると、自分自身もユーザーであることを忘れがちになる。なによりも確かな判断基準は自分の経験である。サイト構築を始めるのであれば、まずは自分がそのサイト（同業他社から始めることがほとんどであるが）のユーザーとしての経験を積み、そこから出発するのが望ましい

## よけいなことを考えさせない

ユーザーに与えるべきなのはそのサイトの目的とするところ（物販、情報の伝達など）であり、そのサイトの構造ではない。従って、目的以外のことにユーザーが注意を払うのをできるだけ避けることをこころがけるべきであろう。

## 「考えさせるもの」とは？

では何を考えさせないのか。それは「サイトの運転方法」である。それがクリックできるのかできないのか、クリックすると何が起るのか、自分が見たいものにたどり着くにはどこから入っていけばいいのかについて考える労力を、ユーザーに課すのがうまいやり方といえるだろうか。サイトの使い方は自動販売機と同じぐらい「一目瞭然」であることが望ましい。

### Training

下記のサイトのトップページで、文末に「？」がついた事をリストアップしてみてください。

ex) <http://www.powerlab.co.jp/>

上記サイトと<http://www.amazon.co.jp/>の検索ウインドウの違い

## でもほどほどに

だからといって、限られたモニタ上ですべてを一瞬のうちに把握させるのは不可能である。ある程度の「説明」を必要とする場合もあるだろう。そして「程度」の度合いを測るとき、先に述べた「ユーザーとしての経験」がものを言う。ページ上にのせられた看板それぞれに、思慮深く丁寧に考えられた少しの注意書きをつけておくことで、ユーザーの理解は一気に可能になる。

ex) <http://www.hotwired.co.jp/>

## 「？」なしは付加価値となる

ユーザーは「？」なしにブラウズすると、そのサイト「悪く」は思わないものである。たとえ探すものが見つからなくても、サイト内を十分に探したという確信を持って他へ移動していただくろうし、いつかこの内容が必要かもしれないと思えば、ブックマークしていくかもしれない。考えさせないWeb デザインは、そのサイトにプラスアルファの価値をもたらしてくれる。