

Usability 3rd 「実際」にはどう使われるか

ユーザーは「見る」

しかしユーザーは「読まない」

ユーザーは「妥協する」

しくみは「理解されない」

しかしわからせなければ

ユーザーは「見る」

制作者は、サイト構築の際にはターゲットユーザーを想定する。しかし、制作者の予想と一般ユーザーの行動はほとんどの場合かなり違っている。

制作者は、ページにストーリーを持たせる。「ここから読み始めて、こちらへ進んで、ここをクリックする」という風に。しかしユーザーはページをはじめから読んだりはしない。目線はつねにランダムに動き回り、探しものに近いと思われる単語、またはクリックできる場所を探す。そして完全に希望に沿わなくても、「だいたい似ていれば」それをクリックするし、もしみつからなければ「戻る」ボタンで戻っていく。

しかしユーザーは「読まない」

いざ目的の情報にたどりついて、まだユーザーはページ内の文章を読みはしない。「ざっと」斜め読みして、目を引くフレーズを探し回る。なぜなら

- ・Webを見るときはたいてい急いでいるから。
- ・すべてを読む必要はないと思うから。
- ・日常的な習慣だから。

である。

ユーザーは「妥協する」

制作者は、ユーザーはページ内で探し物をするときは、「もっとも適した答え」を探し続けると思っている。しかし実際にはユーザーは「だいたい近い」ものがみつければそこで妥協する。なぜなら

- ・Webを見るときはたいてい急いでいるから。
- ・すぐに引き返せるから。

- ・「偶然」や「掘り出し物」も多少期待しているから。
である。

しくみは「理解されない」

家電製品を使うのに、その構造的なしくみをいちいち調べることはほとんどない。同様に、ユーザーはしくみを「理解する」ことなど望んではないし、また重要でもない。何度か失敗をくりかえしてもなんとか進んでつじつまをあわせていく。なぜなら

- ・仕組みをしらなくてもたいていうまくいくから。
 - ・ひとつうまくいけば、そのやり方を好むから。
- である。

しかしわからせなければ

では、しくみに基づいた正しい方法をあえて「わからせる」べきか？

そうすべきである。なぜなら

- ・ユーザーが探し物を見つけるチャンスが増えるから。
- ・たまたまみつけたものだけでなく、サイト全体を理解してくれるかもしれないから。
- ・見て欲しい部分に誘導するチャンスが増えるから。
- ・ユーザーがサイトを自在に操れることを経験するとリピーターになりやすいから。

である。

ではこのような行動をとるユーザーに対して、どうすれば「わからせる」ことができるだろうか。

Training

まず今自分が欲しいものを一つ決め、何も考えずにYahoo!のオークションで探してみてください。

その後、以下の項目について考えてみてください。

- ・「見た」か、「読んだ」か。
- ・「ぴったりと合致する」まで探し続けたか、それともそれらしいものが見つかった時点でクリックしたか。
- ・まずはすみずみまで使い方を学んだか（しくみを理解したか）多少失敗してもいきなりクリックしてみたか。
- ・サイトを自在に操れたか。また訪ねようと思ったか。