

Usability 4th デザイン入門

階層はわかる？

“お約束”は味方に

ページ上はエリア分けする

「クリックできます！」

「雑音」はなくす

はじめのクリックは「考えなし」で

階層はわかる？

ここでいう階層構造とはサーバー内の Web ページの配置のことではない。サイト内の内容の構成の上下関係である。ユーザーが理解しやすい Web ページというのは、「何が重要」で「何が重要でないか」がひとめでわかる。

見出し

最も大切な見出しは最も大きな文字を使ったり、目立つ色を使う、余白をとる、ページ最上部に置く、といった方法がとられる。

配置

論理的に関連のあるものを視覚的に関連づけて配置する。

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

“お約束”は味方に

Webを利用するほとんどのユーザーにとって、ショッピングカートのアイコンは「買い物ができる」ことを意味する。このように理解することに負担のかからない暗黙の了解は、ユーザーにとってもでざいんする側にとっても大変便利なものである。

“暗黙の了解”を利用しよう

<http://home.sina.com/> にアクセスして暗黙の了解の威力を体験してみよう。中国語を理解しないユーザーがこのページ上からどれだけのことを認識できるだろうか。

デザイナーは約束ごとを嫌う

デザイナーにとっては約束ごとは「オリジナリティの欠如」を意味することがある。しかし約束ごとを無視してもかまわないのは以下の場合に限る。

- 一目瞭然で、“お約束ごと”と同じくらいわかりやすいと確信できる
- ユーザーに手間をかけさせてもよいことになっている

もしこのいずれにも該当しないなら、デザイナーを説得しなければならない。

ページ上はエリア分けする

ページ上をはっきりといくつかのエリアにわけるのは大変有効である。ユーザーは、どこに注目すべきなのか、どこを無視しても問題ないかをすばやく判断できる。

Webページ上の目の動きにかんする研究によると、ユーザーはどの部分が役に立ちそうかを非常に早く判断し、その他の部分は見ようとしなない。そのユーザーにとって重要そうでないところは存在しないも同然なのである。

ex) <http://www.zdnet.co.jp/macweek/index.html>

「クリックできます！」

ユーザーは、ページ上で常に次にクリックする場所を探している。従って、どこがクリックできてどこができないかを明瞭にしておくことは、非常に重要である。本来頭を使う必要のないことでユーザーに手間取らせるべきではない。

ex) <http://www.elixirstudio.com/>

「雑音」はなくす

Webページをわかりにくくする要素に視覚的な「雑音」がある。

よけいなお世話

<http://www.assiston.co.jp/> にアクセスしてみよう。このページをキャプチャーもしくはプリントアウトして、なくしてもページの理解にこまらない部分を消してみるとどうだろうか。

背後に流れる騒音

小さなしかけやちょっとした凝った工夫も、つもりつもれば気を散らす要素となる。

ex) <http://sunday-vision.com/>

クリックは「考えなし」で

「サイト内で目的に到達するためのクリック回数に上限を定める」というのはひとつの基準となっている。しかし、クリックするかしないかの判断が限りなく容易だった場合、ユーザーは必ずしもその回数によって煩わされることはない。問題なのは、クリックするかどうかを「考え無し」で決められるかどうかなのである。

ex) <http://www.vector.co.jp/> にアクセスし、**麻雀牌**を使った“2角...”という Window 用のゲームソフトのダウンロード画面まで進んでみよう。

到着まで何クリック必要だったか、そのクリック数が苦痛のうちに終始したかどうかを体験してみることにしよう。