

ユーザー インターフェイス論 序説

第5回 具体的な考察に向けて～Webの場合～

マイクロソフト株式会社
デベロッパーマーケティング本部 デベロッパーエバンジェリスト
西谷 亮 NISHIYA, Ryo

Technology Tools

- Visual Basic .NET
- Visual C# .NET
- SQL Server 2000
- Oracle 9i
- Access 2002
- ASP.NET
- Internet Information Services
- Other:

Level



Samples

はじめに

これまでの連載の中では、ユーザーインターフェイスという側面から、開発者が何をすべきか、何ができるのかを解説してきました。前回（5月号）は、ソフトウェアを使用者の観点でより使いやすくしてゆく手法のひとつとして、ユーザビリティテストとその事例を紹介しました。

一般にユーザビリティテストをする段階ということは、すでに何らかのプロダクトが完成している状態であるといえます。いくらテストを繰り返したところで、その前の段階であらかじめ、ユーザビリティを考慮したり使用者の要求分析を行なったうえでUIがデザインされていなければ、時間も無駄ですし開発効率も低下してしまいます。結果的に、利益者不在の状態でのソフトウェアが完成してしまいます。

今回から数回にわけ、局面に応じたユーザビリティの高いユーザーインターフェイスのデザインというものを検討してゆきましょう。

でもその前に

ユーザビリティの重要性をこれまで指摘してきたわけですが、ユーザビリティ偏向主義的思考に陥ってはなりません。たしかに、使用者の立場に立てばわかりやすく使いやすいシステムやソフトウェアを構築してゆくことができるでしょう。しかし、この考え方を押し進め、ユーザビリティに偏った考え方をしてしまうと、裏目に出るケースがあるのです。

システムやソフトウェアというものは、使用される環境や目的、誰が使用するのか、といったさまざまな要件を考慮する必要があります。そのため、ユーザビリティよりもデザイン（ここでいうデザインは見た目を意味します）が最重要となったり、ユーザビリティよりもアクセシビリティの比重が高まったりと、フォーカスすべきポイントや力点が異なってくるのです。

とくにWebアプリケーションとしてシステムが構成される際には、この前提は顕著に現われる要素を多く持って

います。

Webアプリケーションと一口に言ってもさまざまなケースがあります。情報を発信するために用意されているサイトや何らかの商品のブランディングを行なうために用意されるサイト、または、特定業務を支援するためのシステム。さらには、商品を販売するためのものなどなどなど。

つまり、広くあまねくマーケットに対して訴求を行なうのか、それとも特定の作業を簡略化するために存在するののかという点を認識したデザインが必要となります。

一般的に、ある商品のブランディングや情報の発信という点にフォーカスするのであれば、操作性を向上させるよりも該当商品をよりよく見せたり、何らかの位置づけをマーケティング的に示すことが重要になります。そのためユーザビリティよりもデザインを優先させる必要があります。逆に、特定業務を支援するために用意されるのであれば、凝ったデザインよりは、作業効率の向上を求めるところから操作性に対して重要視する必要があります。つまり、ターゲットや目的によって重要視されるポイントやその比重は異なるのです。

その上で、開発者という視点から認識しておくべきことは、ユーザビリティの向上と高度なデザイン性は、時に相反する要求となりえるという点です。いかにして双方のバランスを取りつつ、開発生産性を向上させるか。これが、今後の開発において注目すべき課題でもあるのではないかと考えています。

Webアプリケーションにおけるユーザビリティ

Webアプリケーションでは、以前本連載の中でも提示したとおり、ユーザビリティの向上を図ってゆくにあたって、潜在的な問題を抱えていることを改めて考えておく必要があります。

より高い操作性を実現するためには、ブラウザ環境に制約を与える可能性があります。逆に、その制約を取り払うと、操作性が犠牲になるケースもあります。したがって、そのアプリケーションの要求に応じてどこまでを考慮し、どこから切り捨てるかも開発者や設計者の重要な決定事項

であるといえるでしょう。

ここでひとつポイントがあります。

さまざまなソフトウェアにおけるユーザビリティを考慮するにあたって、単に操作性だけにフォーカスすることだけでは不十分です。大きくわけて考えると2つの観点から検証しておく必要があります。

ひとつはこれまで本連載で解説してきた操作性に対するアプローチ。そしてもうひとつは、色彩に対する観点です。操作性が高いからといっても情報を発見しやすいかどうかは別問題です。色の活用やその組み合わせ、文字のサイズといったさまざまな要因で結果が異なってくることも考慮しなければなりません。

本稿では、まず前者の操作性や情報の配置に関して検討してゆくことにします。後者の色彩に関連する事項については、ユーザビリティのさらに先にあるアクセシビリティへの考慮も検討に入れる必要があるため、このシリーズの後半（次々回以降）で検討を重ねてゆくことにしましょう。



情報の提示手法



情報をユーザーに提示しなければならないようなケースでは、ストレスなく情報へアクセスさせ理解させるかが重要な目的となります。そのためには、行動の傾向に応じた情報の提示を十分に考慮することで、よりシームレスに情報へのアクセスを支援することができるようになります。

人は、情報を見るとき、左から右、そして上から下へと認識します。これは、近年の日本語圏では、横書きでの文書表記が定着し、本誌面のように左から右に文字が流れ、上から下へと話が進んでゆくことが、無意識のうちに刷り込まれている、ということもできるでしょう。

この点を考慮すれば情報の全体的な流れを検討することができます^[注1]。

「左から右」「上から下」という、この2つの方向は、意識の中では、あるひとつの方向へ集約できます。

非常に単純ではありますが、イメージとしては以下のよ

注1) この点については、本誌2003年12月号（特集『ASP.NETではじめるWebプログラミング』内「WebアプリケーションにおけるUIデザイン」）でも取り上げているので、あわせて参照してください。