

STANDARD 082

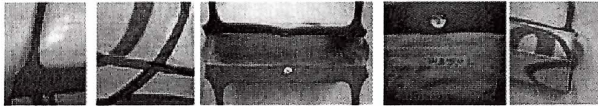
画像は、対象物の特徴や意味が伝わるようにする

Gabree Bag

商品番号001326589
価格27,600円(消費税別・送料別)

プリント柄ショルダーバッグ。
このバッグにはアウタージップポケットがついています。
内側にはマグネットロックとインナーポケットがあるので安心です。
持ち手の部分はナイロン。

素材：綿、ナイロン、レザー



コンテンツの一部として、あるいはクリック可能な操作対象として写真画像を用いる場合、対象物の特徴がきちんと見えるようにする必要があります。単なる雰囲気づくりのために画像を用いると、ユーザーのタスクに直接関係していないので、多くの場合ページの読み込みを遅らせるだけの無駄な要素として認識されるだけになってしまいます。

大きな画像がゆっくりと表示されている間、ユーザーは「そこに何が現れるのか」「自分が求めている情報とその画像はどのような関係にあるのか」を理解しようとします。しかし、その画像が表示された時点で、単にイメージを演出するために用いられたものであり、何の意味もないとなると、ユーザーにとって費やした時間が無駄になったことになり、大きなストレスを感じます。

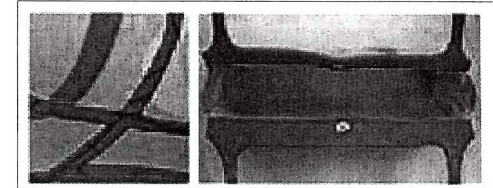
また、オンライン販売を行うサイトでは、ユーザーは商品の写真を見ることによってその特徴を把握し、他の商品と比較します。そのような場合、商品写真がうまく特徴を表現していなかったり、ユーザーが見たいと思う箇所が写っていなかったりすると、適切な「購入判断」ができません。

POINTS

- ・単なる雰囲気づくりのための画像は、ユーザーの効率を低下させる。
- ・時間が無駄になると、ユーザーは大きなストレスを感じる。
- ・商品写真がうまくその特徴を写していなければ、購入判断ができない。



商品の特徴が丁寧に写されている。ユーザーは実店舗で商品を手にとって見るときと同様の視点で、購入を検討できる。

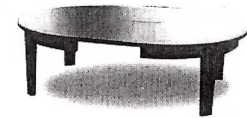


美しい商品写真が掲載されており、ユーザーの購買意欲を高めているが、写真では見えない裏側などがどうなっているのかを知る術はない。

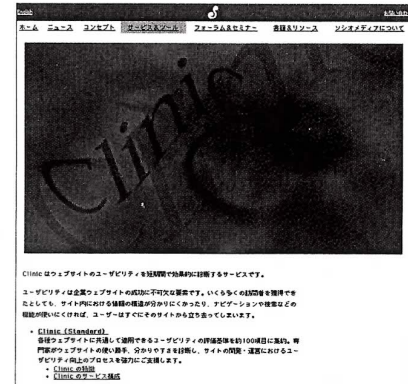
ババルローテーブル

カジュアルテイストな伸張式座卓テーブル。
カラーはビッドなシルバー。
天板をスライドして中の板を広げれば、
天板の大きさを変えることができます。

定価 45,000円(消費税別・送料別)
仕様：ビーチ突板
寸法：直径90cm 高さ36cm

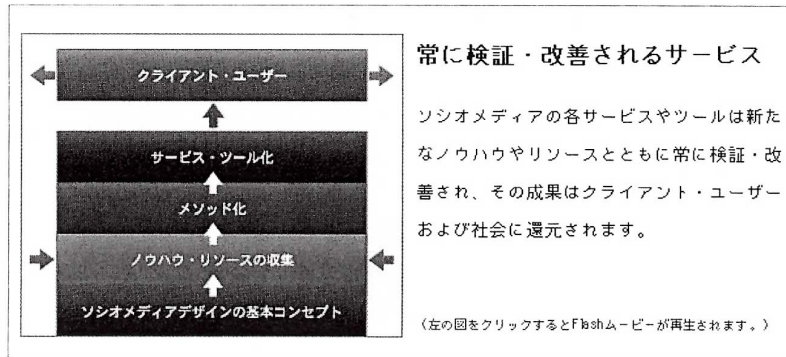


大きなイメージ画像が画面の大部分を占めている。時間をかけて読み込まれるのを待っても、ユーザーのタスクにはまったく役に立たない。



STANDARD 083

ダイアグラムなど、情報の視覚表現を積極的に行う



単調な文字や画像だけでなく、イラストやグラフといったさまざまな情報の表現方法を用いて情報を伝達すれば、ユーザーは効率よく内容を理解できるとともに、情報検索全体に対する経験に有意義な印象を持つことができます。

たとえば、特定のタスク（入会申込みや商品購入など）実現のために必要なステップを説明する場合、それぞれのステップ全体の機能を一覧できるようにダイアグラムが用意されていれば、ユーザーは各ステップの目的やステップ間の関係性などをすぐに把握できます。

また、複雑な構造をもつサービス体系をイラストで単純化して表現したり、抽象的なコンセプトを概念図にしたり、連続量の推移をグラフにするなど、さまざまな表現方法を考えることができます。

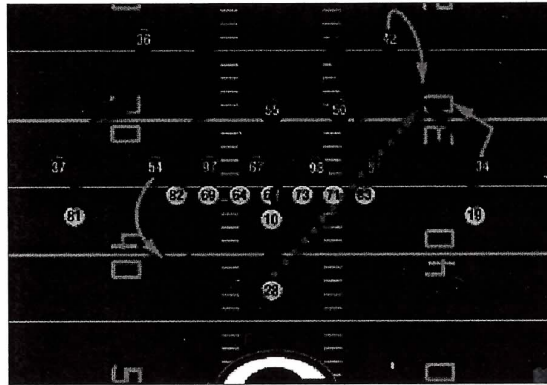
特に、道具の操作方法や時間経緯によって変化する現象を、ユーザーのクリックに従ってアニメーションで表現するなど、他のメディアではできないウェブならではの方法で提供すると、サイトの利用価値が向上します。ただしその場合にも、視覚的な要素にアクセスできないユーザーに対して代替情報を用意する必要があります。

POINTS

- ・情報の視覚表現を工夫すれば、複雑な内容を分かりやすく表現できる。
- ・文字では表現できない抽象概念や連続量の推移などの表現手段を工夫する。
- ・アニメーションは、手順や変化の様子の表現に適している。

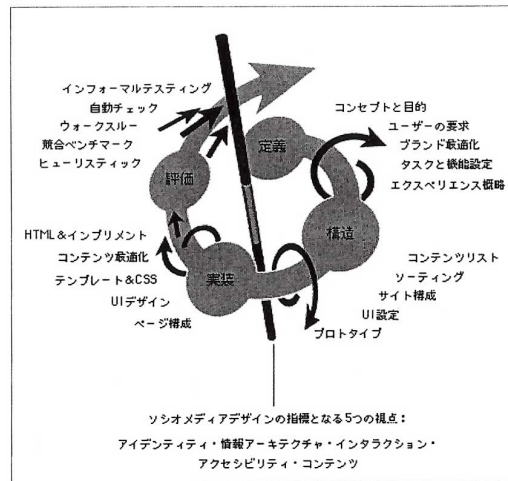
BEST CASE

アニメーションを含んだ視覚表現で、複雑な情報を分かりやすく表現している。このような要素はユーザーの目をひきつけ、積極的にコンテンツを利用させるきっかけとなる。



BETTER CASE

静的なグラフィックによるダイアグラムを使っている。文字だけでは表現できないような情報を表現できる。



BAD CASE

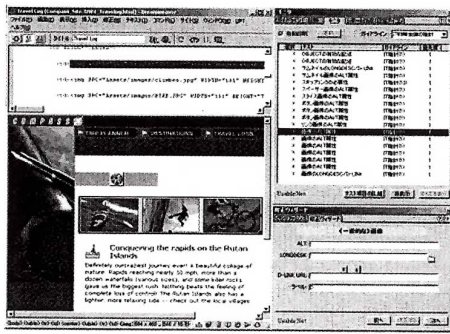
抽象的なコンセプトを文字だけで説明しようとしている。文章を読むストレスとともに、内容を理解するためのストレスをユーザーに課してしまう。

フィールド	事業内容
ソフト・サービス部門	ソフト・サービス部門では業種別のコンサルティング部隊を配し、お客様が抱える経営課題を的確に捉え、付加価値の高いトータルソリューションを提供しています。 ハードやソフト、ネットワークなどの最先端テクノロジーを強みに、日本最大規模のSE・CEによるサービスビジネスを積極的に展開しています。
通信部門	ネットワーク社会の発展に向けて、通信部門では常に最先端テクノロジーを駆使した光伝送システム、交換機や移動通信システムを提供し、社会のネットワーク構築に貢献しています。特に米国では、高速光伝送分野のリーダーであり、また世界初の商用広帯域SDNである情報ハイウェイにATM交換機を提供するなど多くの実績をあげています。

インタラクティブ性は、ユーザーの タスク支援を目的とする

LIFT オンラインデモ

- 製品概要と主な機能
- Dreamweaver MXとの
機能比較
- オンラインデモ
 - メニュー
 - リファレンス
 - 修正ウィザード
 - 診断
 - レポート作成
 - ALTテキスト
 - ガイドラインの
スタマイズ
 - スマートルーレ
- One-to-Oneの手引
- 必要なシステム条件
- FAQ
- ご購入方法
- ユーザーサポート



「LIFT for Macromedia Dreamweaver」日本語版の主な機能を画面スクリーンショットを交えながらご紹介します。

Flash や DHTML を使ってインタラクティブな要素をページに配置する場合には、それが本当にユーザーのタスクを支援しているかどうかを十分に検討する必要があります。

たとえば、ユーザーのマウスオーバーに反応してボタンの姿が急に変化したり、重要な情報をポップアップさせるために特定の順序でマウスを動かさなければならなかったりすると、ユーザーは自分の操作とそれに対する画面変化の関係の把握に苦勞し、本来のタスクに集中できません。

また、必要なリンクをうまく見つけられなかったり、間違っただリンクをクリックしてしまうといった問題も発生しやすくなります。

制作者の多くは、ナビゲーションの奇抜さがサイトのオリジナリティであると考えがちですが、ユーザーが求めているのはコンテンツであり、そのコンテンツまでのシンプルで自然な導線です。複雑な操作手順やゲーム的な反射神経を要求するインタラクティブな演出は、ユーザーの目的達成を大きく阻害し、結果として運営者側の不利益につながります。

POINTS

- ・過剰なインタラクティブ性は、多くの場合ユーザーのタスクを阻害する。
- ・ユーザーが求めているのはコンテンツであり、奇抜なナビゲーションではない。
- ・ひとりよがりなオリジナリティは、ユーザーと運営者双方の利益にならない。

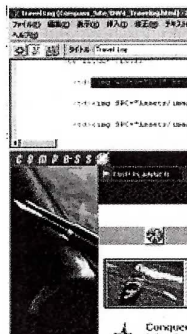


質の高いコンテンツを提供すると同時に、そのコンテンツまでのナビゲーションは極力シンプルなデザインにしている。どんなに優れたコンテンツを提供していても、そこに至るナビゲーションが分かりにくければ意味がない。

LIFT

- 製品概要と主な機能
- Dreamweaver MXとの機能比較
- オンラインデモ
 1. モニタ
 2. リファレンス
 3. 修正ウィザード
 4. 診断
 5. レポート作成
 6. ALTエディタ
 7. ガイドラインのカスタマイズ
 8. スマートルール

オンラインデモ





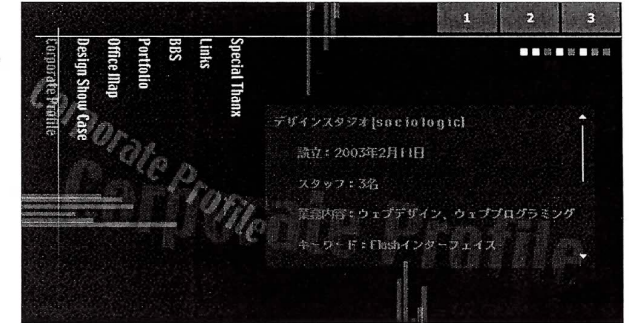
質の高いグラフィックを含んだFlashによって、インタラクティブ性をもったナビゲーションを採用している。慣れているユーザーにとっては便利に操作できるが、はじめて利用するユーザーやマウスの細かい操作や画面変化の把握が苦手なユーザーにとっては、大きなバリアとなる。

ブロードバンドコンテンツのユーザビリティ

- ブロードバンドとは
- ブロードバンドの伝送速度
- ブロードバンドの特徴
- さまざまな通信方式
 - ADSL
 - FTTH



画面全体が複雑なインタラクティブ性をもったFlashによって作成されている。ユーザーはゲーム感覚で操作方法を学習し、目的コンテンツへのリンクを探さなければならない。本来のタスクではなく、ナビゲーション方法の理解という二義的なことに時間と労力を費やさなければならない。



自動的に再生されるスプラッシュムービーやBGMは控える



ウェブサイト上で提示されるあらゆる要素は、ユーザーの目的達成を助ける何らかの意味や機能性を持っていなければなりません。自動的に再生されるムービーやBGMは、ユーザーの操作を強制的に変更してしまうため、大きなストレスの原因となります。特に読み込みに時間がかかる大きなファイルをダウンロードさせたり、一定時間意味のないアニメーションを再生するなど、ユーザーの貴重な時間を一方的に拘束することは避けなければなりません。

特定の情報を一刻も早く入手したいと考えているユーザーが、ホームにアクセスすると同時にスプラッシュムービーを見せられると、なかなか情報の検索に移ることができません。そのようなムービーは、ユーザーにとって目的達成をわざと遅らせる邪魔な存在ではないのです。

Flashムービーなどのコンテンツが、ユーザーに対して効果的な情報の理解を促進するための演出であるとしても、その再生の開始と終了を明確に示し、ユーザーが自分で再生を「スキップ」できるような機能を設ける必要があります。

また、音声読み上げソフトを使用しているユーザーにとっては、画面の読み上げとムービーやBGMの音声重なって操作が混乱してしまうため、アクセシビリティの観点からも、自動再生は避けることが望まれます。

POINTS

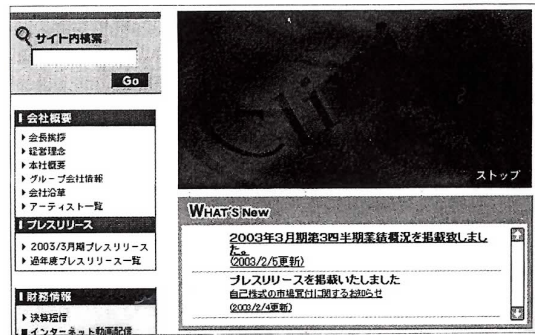
- ・ユーザーの貴重な時間を一方的に拘束してはいけない。
- ・メニューなどの重要な機能は、自動的に再生されるムービーの後に表示してはいけない。最初から利用できるようにしておく必要がある。
- ・自動的に再生されるコンテンツが効果的であると思われる場合でも、再生時間を明示し、ユーザーがいつでもスキップできるようにしなければならない。



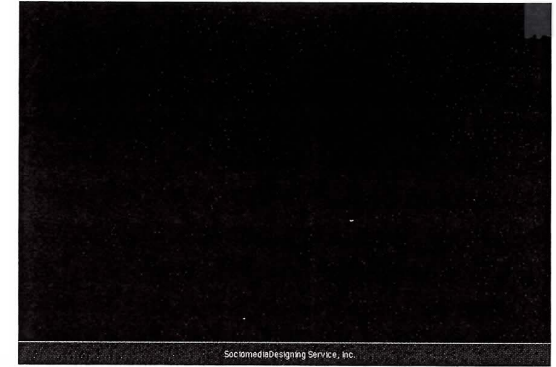
自動的に再生されるスプラッシュムービーやBGMは用いていない。ムービーデータは、ユーザーが自分の意志で再生と停止を行えるようになっている。



ホームの読み込みと同時に再生されるFlashムービーが配置されている。ただし、ユーザーが任意に停止させることができ、またナビゲーションのためのメニューも見えているので、ユーザーのタスクはそれほど阻害されない。



画面全体を覆うスプラッシュムービーが再生される。企業のロゴをアピールするだけの無意味なものであり、スキップする機能もなく、ユーザーはそれがいつまで続くのか分からない状態で待機することを強いられる。



頻繁な更新によって、常に最新の情報を提供する

2003年1月28日

- ・ ソシオメディア・フォーラム 2003年1月「2003年のウェブ・ユーザビリティを占う」を開催
野村カンファレンスプラザにおいて、ソシオメディア・フォーラム2003年1月「2003年のウェブ・ユーザビリティを占う」を開催いたしました。今回は、2003年に予定するソシオメディアの活動計画の紹介をあわせ、「2003年のウェブ・ユーザビリティを占う」と題したプレゼンテーション、そして昨年12月に毎日新聞社の主催で行われた「米国アクセシビリティ研修ツアー」への参加報告を行いました。

2002年12月29日

- ・ 雑誌掲載：「web creators (MdN)」2003年2月号に3記事を掲載
 - 「NEWS&TOPICS」
11月19-20日の2日間、プロフェッショナルウェブデザイナーやデベロッパーを対象に開催された「Macromedia DevCon 2002 Japan」のレポート記事において、ソシオメディアの行ったワークショップセッション「web アクセシビリティ/ユーザビリティ」について報告されています。

すでに終了したイベントや販売の終了した商品のプロモーションといった期限切れの情報があると、そのサイトの他の情報すべての信憑性に対してユーザーは疑いをもってしまいます。逆に、常に鮮度の高い情報を提供すれば、積極的な運営が行われている印象を与えると同時に、最新情報を知りたいというユーザーの期待に応えることができます。

ユーザーは、ウェブサイトに対して「即時性」つまり「最新の情報が常に掲載されている」ことを期待しています。

何カ月も前から存在していた「最新情報」を目にしてしまうと、ユーザーはそのサイトの運用姿勢に疑問を抱いてしまいます。新鮮な情報をタイミングを逃さずに掲載し、さらにその情報の更新日も把握できるようにしておけば、運営者の真摯な姿勢も強調されるため、サイトを訪問したユーザーの満足感に直結することになります。

POINTS

- ・ ユーザーはウェブサイト「即時性」を求める。
- ・ 更新されるべきコンテンツが更新されていないことが分かったら、サイト全体あるいは運営者に対する信憑性を疑う要因になる。
- ・ 最新情報の更新日を表示する。
- ・ 期限切れの情報は、そのことを明示したうえで、閲覧可能にしておくといふ。



サイトが頻繁に更新され、常に最新の情報が掲載されている。またそのことが分かるように、更新日も提示されている。

2003年1月28日

- ・ ソシオメディア・フォーラム 2003年1月「2003年のウェブ・ユーザビリティを占う」を開催
野村カンファレンスプラザにおいて、ソシオメディア・フォーラム2003年1月「2003年のウェブ・ユーザビリティを占う」を開催いたしました。今回は、2003年に予定するソシオメディアの活動計画の紹介をあわせ、「2003年のウェブ・ユーザビリティを占う」と題したプレゼンテーション、そして昨年12月に毎日新聞社の主催で行われた「米国アクセシビリティ研修ツアー」への参加報告を行いました。



特に新しい情報がない場合でも、終了したキャンペーンなど、期限切れの情報についてはそれが分かるように配慮されている。

最新情報 - イベント

●ふるさとフェスティバル開催（終了しました）

毎年恒例のふるさとフェスティバルが開催されます。
日時：11月16日（土）10：00～16：00
11月17日（日）9：00～15：00

●公民館まつり開催（終了しました）

毎年恒例の公民館まつりが開催されます。
日時：11月3日（日）・4日（月）
午前9時～午後4時



古い「最新情報」がそのまま残されている。ユーザーは、サイトの更新が滞っているのか、それとも最新の情報が存在しないのか判断できない。

ニュースコーナー

最新トピックス

01月27日 [新種ワームに関するお知らせ](#)
01月22日 [合併のお知らせ](#)
10月10日 [サービス約款一部変更のお知らせ](#)
10月04日 [Linuxサーバウイルス感染に関するご注意](#)

[過去のトピックス](#)

コミュニティづくりを意識したコンテンツを用意する

ButtHeader	<input type="checkbox"/> 投稿日時: 2002-10-31 17:49 こんにちは。はじめに投稿します。 先日スーパーシールドキット032を購入したのですが、セットアップがうまくいきません。 家の無線LAN経由でシークレットエリアにジャックインできるかと思ったのですが、 いくら設定してもだめなんです。 なにかコツのようなものがあるのでしょうか。 それとも他に何か機材が必要ですか？ 初心者です。よろしくお願いします。
会議室デビュー日: 2002/10/31 投稿数: 3	<input type="checkbox"/> プロファイル <input type="checkbox"/> PM <input type="checkbox"/> 編集 <input type="checkbox"/> 引用
Rokket	<input type="checkbox"/> 投稿日時: 2002-10-31 19:53 ButtHeaderさん、はじめまして。 032を購入されたとのことですが、032は古い型なので、パソコン用の無線LAN機器には 対応していなかったと思います。 なので、ゴールドコーティングした延長シールドを追加で買ってきて、 ADアウトレットに直接繋げばいけるはずですよ。
会議室デビュー日: 2002/09/06 投稿数: 480	<input type="checkbox"/> プロファイル <input type="checkbox"/> PM <input type="checkbox"/> WWW <input type="checkbox"/> MSN <input type="checkbox"/> 編集 <input type="checkbox"/> 引用

BBS (掲示板システム) や、文章の投稿あるいは画像の掲載など、ユーザーが積極的にサイトのコンテンツ形成に参加できる仕組みは、従来の一方向なメディアのあり方を越えたインターネットならではのサービスです。

そのサイトで取り扱っている商品や特定の分野に興味をもつユーザー、積極的に参加登録を行ったユーザーを対象にしたコミュニティなどが充実していれば、サイトを訪問する固定ユーザーを維持するだけでなく、ユーザーから得た情報を中心にしたコンテンツ展開も可能になります。

このように、ユーザーと運営者の双方が互いのリソースを共有しながら信頼関係を築くことができる仕組みは、インタラクティブなメディアを利用したユーザー独自の満足感や充実感につながることを期待できます。

POINTS

- ユーザー参加型のダイナミックなコンテンツは、インターネットならではのサービス。
- コミュニティが形成されることで、ユーザーと運営者双方が互いのリソースを共有できるようになる。
- コミュニティに参加することにより、ユーザーの満足感や充実感につながる。



サポート情報を求めるユーザーの投稿に対して、上級ユーザーが技術的なアドバイスをするBBSが用意されている。ユーザー同士の情報交換が可能になっていると同時に、運営者も含めたコミュニティの形成や、サポート業務におけるコスト削減にも役立っている。

ButtHeader	<input type="checkbox"/> 投稿日時: 2002-10-31 17:49 こんにちは。はじめに投稿します。 先日スーパーシールドキット032を 家の無線LAN経由でシークレットエ
会議室デビュー日: 2002/10/31 投稿数: 3	<input type="checkbox"/> プロファイル <input type="checkbox"/> PM <input type="checkbox"/> WWW <input type="checkbox"/> MSN <input type="checkbox"/> 編集 <input type="checkbox"/> 引用



サイトで扱っている商品について、他のユーザーのレビューを読むことができる。投稿内容は運営者によって編集されているものの、購入を検討するうえで大きな参考になる。

本の情報
この本について
データ
目次
レビュー
カスタマーレビュー



コミュニティづくりを意識したコンテンツは用意されていない。すべての情報は、運営者からの一方通行であり、インターネットのダイナミックな双方向性が十分に活用されていない。

<p>• UPA 参加報告</p> <p>7月にフロリダで行われた UPA 会議 (Usability Professionals' Association 2002 Conference: 世界中の企業、大学、コンサルティングファームなどからユーザビリティの専門家が集まる) にプレゼンターとして参加した際のレポートを行いました。</p> <p>今年のテーマ「Humanizing Design」。使い手の良い製品やサービスをデザインするために、テクノロジーは人間の期待や行動、態度などを最大限に尊重しなければならぬという考えを中心に、様々な研究発表や議論が行われました。</p> <p>参加報告のまとめ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ウェブに関するテーマのウェイトが大きくなっている。 • 情報アーキテクチャやアクセシビリティに関するセッションが増加している。 • 開発サイクルの上流工程におけるユーザビリティ重視の傾向が強まっている。
--

運営者の活動を積極的に知らせる コンテンツを用意する

Sociomagazine

Sociomagazineは、インタラクティブメディアの未来を
皆様とともに考えるオンラインマガジンです。

イントラネットにおけるインタラクティブデザインのプロセス



1. インタラクティブデザイナーの役割 ナビゲータ：ソシオメディアデザインラボ

快適なインタラクティブをつくり、ユーザーに有意義な利用体験を提供するために大切なのは、「ユーザー中心の設計思想」です。これは、システムの都合ではなく、ユーザーの都合を優先してすべての構成要素をデザインすることです。



2. ユーザーによるコントロール ナビゲータ：ソシオメディアデザインラボ

ユーザーは自分の意志で能動的な行動を起こしているときに最もコンテンツに集中することができ、利用方法を学習しながら高い満足を得ます。ウェブサイトであれば、ナビゲーションやコンテンツの表示といった機能性をユーザーに十分に開放し、ユーザーが好きな方法でこれらを利用できるようにすることが大切です。

定期的にサイトの動向をユーザーに知らせることによって、ユーザーとのコミュニケーションを活性化し、その企業やオンラインブランドに対するロイヤルティ（愛着感や忠義感）を向上させる機会をつくれます。

登録ユーザーに対して最新の企業情報やサイトの更新情報を知らせるメールニュースを配信したり、公開された新しいコンテンツへのリンクをひとまとめにして分かりやすく提示することによって、サイトの成長と同時にユーザーとの関係を強めていくことができます。

逆に、運営者の活動を積極的に知らせるコンテンツが用意されていなければ、ユーザーは有用な情報を見逃してしまう恐れがあります。

また、サイト内で提示している商品やサービスに関する事例などを分かりやすく紹介するコンテンツを編集し、オンラインマガジンのように定期的に掲載していくことも効果的です。このように、運営者がウェブサイトユーザーとのコミュニケーション手段として積極的に活用している姿勢を見れば、情報の即時性や信頼性といった面でのユーザーの信頼感を高めていくことができます。

POINTS

- ・企業やサイトの動向を随時ユーザーに知らせる手段を持つこと。
- ・メールニュースやオンラインマガジンなどを定期的に発行するとよい。
- ・運営者の積極的な姿勢によって、コンテンツの信頼性が高まる。



オンラインマガジンを定期的に発行し、企業の動向やサービスの事例などを随時掲載している。繰り返し訪れるユーザーは、次第に運営者へのロイヤルティを高め、サイトが身近なものに感じられるようになる。

Sociomagazine Sociomagazineは、インタラクティブメディアの未来を皆様とともに考えるオンラインマガジンです。

イントラネットにおけるインタラクションデザインのプロセス

1. インタラクションデザイナーの役割 ナビゲータ：ソシオメディアデザインラボ

快適なインタラクションをつくり、ユーザーに有意義な利用体験を提供するために大切なのは、「ユーザー中心の設計思想」です。



最新の情報やサイトの更新状況を知らせるメールニュースを発行している。登録ユーザーは自分からサイトにアクセスしなくても、定期的に運営者の動向を知ることができる。

無料メール新聞は、メールアドレスの登録のみでご購読いただけます。

無料電子メール新聞 購読規約

新世代ブロードバンド情報サイト [購読規約を読む](#)
Broadband Watch Flash [サンプル](#) 購読規約に同意して購読する

新世代リアルタイムAV情報サイト [購読規約を読む](#)
AV Watch Flash [サンプル](#) 購読規約に同意して購読する

総合ゲーム情報サイト [購読規約を読む](#)
GAME Watch Flash [サンプル](#) 購読規約に同意して購読する



運営者の活動を積極的に知らせるコンテンツが用意されていない。ユーザーはサイトの更新状況を把握することができず、有用な情報を見逃してしまう恐れがある。

boredmedia corporation

- インフォメーション
- 会社概要
- 商品カタログ
- 素材・構造
- 取扱店
- リンク集（工事中）

Welcome to our HOMEPAGE

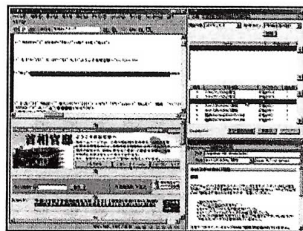
boredmedia corporation の HOMEPAGE によろこそ。
 左のメニューからお好きなコーナーをクリックしてください。
 これから内容をどんどん追加していく予定ですので、楽しみにしてください。
 どうぞゆっくり見ていってください。

逆ピラミッド型の文章構成で ページを編集する

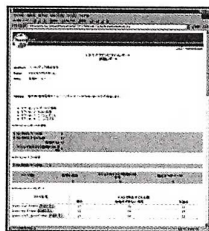
1. 従来のチェッカーやMXにはない「LIFT for Macromedia Dreamweaver」の主な機能

LIFT for Macromedia Dreamweaverは、Dreamweaverの機能を拡張して、HTMLをコーディングしながらページデザインのアクセシビリティをチェック&修正できるソフトウェアです。

- 1-1. 今までもおりにHTMLをコーディングしながら、ウェブページのアクセシビリティを診断・修正できる
従来のいわゆる「アクセシビリティチェッカー」は、ウェブページ的设计・HTMLコーディングなどの完成後でないアクセシビリティを診断できませんでしたが、「LIFT for Macromedia Dreamweaver」では「モニター」機能を使用することで、制作と同時進行で診断できます。また、「修正ウィザード」機能や「ALTエディタ」機能によって、HTMLのテーブル・画像・スクリプト・リンクなどを簡単にアクセシブルにすることができ、画像データのALT属性の記述をウェブサイト全体で包括的に修正・管理することができます。これにより、従来は手作業で行うしかなかった工程が効率化されて制作現場の生産性が向上し、制作コストの大幅な削減が可能になります。
- 1-2. 豊富な解説を参照することで、アクセシビリティに関する知識やノウハウを習得できる
「リファレンス画面」だけでなく、詳細な解説や関連サイトへのリンクが用意されているので、アクセシビリティのガイドライン項目に関する注意やチェックおよび修正方法など、広範囲にわたる情報を参照することができます。こうした情報を作業の流れの中で自然に参照していくことで、制作者はアクセシビリティに関する知識やノウハウを習得できます。これにより、特に人間の主観的な判断が必要な項目について、制作者の学習効果（理解の深まり）が修正内容の適切さと生産性の向上に反映されます。
- 1-3. レポート作成機能により、アクセシビリティに関する品質保証のツールとして活用できる
IT戦略会議の指針やW3Cのガイドラインなどの公的な基準に照らして、アクセシビリティをチェック・修正した結果を記述する「レポート機能」によって、ウェブ制作の発注者や運営責任者などに対し、当該サイトのアクセシビリティに関する状態を報告することができます。また、自動生成されるレポートを報告書として活用すれば、制作現場における品質管理や発注者に対する品質保証のための強力なツールとなります。



スクリーンショット：アクセシビリティの診断、修正、習得



スクリーンショット：レポート作成機能

紙に印刷されたものに比べて、スクリーン上の文章はさきわめて読みづらいものです。ウェブ上で長い文章を読む行為を強いられると、ユーザーは疲れてしまいます。また、ウェブサイトを訪れたユーザーは、自分にとって必要な情報をいち早く見つけるために、「ページ全体をざっと眺めて自分にとって重要な箇所を探す」傾向があります。

スクリーン上で行われる「読書」がユーザーを疲れさせる理由として、「画面の解像度が低く、ディスプレイのフォーカスも甘いので、文字を判読しづらい」「同じ姿勢を続けなければならないので、身体全体が疲れる」「同一画面上に、コンテンツ以外のナビゲーション

や広告といった要素が存在しているため、内容に集中しづらい」「スクロールの操作と視線移動が煩わしい」などの点があげられます。

そのため、できるだけ短い時間でユーザーが目的を達成できるように、文章には視覚的なメリハリをつけ、少ない語句で簡潔な表現を心がけることが大切です。

この場合、ページ上の文章構成を細かく区分けし、見出しや箇条書きを用いて視覚的にパターン化すると効果的です。また、文章の一番重要な部分である結論から先に書き始める「逆ピラミッド型」の構成を用いることにより、ユーザーが文章を途中までしか読まなくても要点が把握できて効果的です。

POINTS

- ・スクリーン上の文章は読みづらい。
- ・ユーザーは、画面上をざっと眺めて自分にとって重要な箇所を探す傾向がある。
- ・少ない語句で簡潔に表現する必要がある。
- ・見出しや箇条書きを用いて、視覚的にパターン化するとよい。
- ・結論を先に書いてしまう「逆ピラミッド型」の構成が効果的。



見出し、箇条書き、短く区切った段落などで文章に論理構造を持たせ、視覚的にもメリハリがある。結論から先に書かれているため、途中までしか読まなくても要点を把握することができる。

1. 従来のチェッカーやMXにはない「LIFT for Macromedia Dreamweaver」の主な機能

LIFT for Macromedia Dreamweaver は、Dreamweaver の機能を拡張して、HTML をコーディングしながらページデザインのアクセシビリティをチェック & 修正できるソフトウェアです。


1-1. 今までどおりに HTML をコーディングしながら、ウェブページのアクセシビリティを診断・修正できる
従来のいわゆる「アクセシビリティチェッカー」は、ウェブページのデザイン・HTML コーディングなどの完成後でないアクセシビリティを診断できませんでしたが、『LIFT for Macromedia Dreamweaver』では「モニター」機能を使用することで、制作と同時進行で診断できます。また、「修正ウィザード」機能や「ALT エディタ」機能によって、HTML のテーブル・画像・スクリプト・リンクなどを簡単にアクセシブルにすることができ、画像データの ALT 属性の記述をウェブサイト全体で包括的に修正・管理することができます。これにより、従来は手作業で行うしかなかった工程が効率化されて制作現場の生産性が向上し、制作コストの大幅な削減が可能になります。

1-2. 豊富な解説を参照することで、アクセシビリティに関する知識やノウハウを習得できる
「リファレンス画面」だけでなく、詳細な解説や関連サイトへのリンクが用意されているので、アクセシビリティのガイドライン項目に関する注意点やチェックおよび修正方法など、広範囲にわたる情報を参照することができます。こうした情報を作業の流れの中で自然に参照していくことで、制作者はアクセシビリティに関する知識やノウハウを習得できます。これにより、特に人間の主観的な判断が必要な項目について、制作者の学習効果（理解の深まり）が修正内容の適切さと生産性の向上に反映されます。



逆ピラミッド型の文章構成であるものの、長文が多く視覚的なメリハリに欠けるため、急いでいるユーザーはどこから読めばよいのか分からない。

LIFT for Macromedia Dreamweaver



製品概要と主な機能

HTML をコーディングしながら、ページデザインのアクセシビリティをチェックできるソフトウェア

『LIFT for Macromedia Dreamweaver』日本語版は、昨年（2001 年）12 月に欧米で発売されたオリジナル（英語）版と同様、米国マクロメディア社のウェブ制作ソフト「Dreamweaver 4.0/MX」の機能を拡張し、障害者や高齢者を含めた誰もが利用できるような「アクセシビリティの高い」ウェブサイトを構築するために、ウェブコンテンツのアクセシビリティを診断・修正するソフトです。

このソフトの最大の特長は、ウェブページの制作と同時進行であなたのデザインを診断することです。これにより、アクセシビリティに対応することをコンテンツの制作とは全く別の作業だと考えなくて済みます。マクロメディア社の「Dreamweaver 4.0/MX」に拡張機能として組み込まれて、あなたがページデザインに追加・変更を行うたびにアクセシビリティのチェックをしてくれます。

つまり、『LIFT for Macromedia Dreamweaver』があなただけの代わりにチェック作業をしてくれるのです。「Dreamweaver」でウェブページの HTML をコーディングしているとき、このソフトは・・・

- ・ページデザインがアクセシビリティ・ガイドラインに適合しているかどうかをチェックします。
- ・不適合箇所を発見するとすぐに知らせてくれます。
- ・簡単に修正するためのウィザードを提供してくれます。
- ・関連するガイドライン項目の解説を画面に表示してくれます。

また、制作中のページだけでなく、既存のサイトや既に出来上がっているウェブページについても一括して診断を行い、アクセシビリティ・ガイドラインに適合していない箇所をあなたに知らせることもできます。Dreamweaver 以外のオーサリングソフトやテキストエディタでコーディングした HTML ファイルも、Dreamweaver でサイト定義すれば診断できます。



文章に論理構造がなく、冗長な文章で長文が続いている。結論は最後まで読まなければ分からない。

日本語環境に対応するウェブサイトのアクセシビリティ診断・修正ソフト「LIFT for Macromedia Dreamweaver」日本語版の機能


『LIFT for Macromedia Dreamweaver』日本語版は、昨年（2001 年）12 月に欧米で発売されたオリジナル（英語）版と同様、米国・Macromedia 社のウェブ制作ソフト「Dreamweaver」上で動き、障害者や高齢者を含めた誰もが利用できるような「アクセシビリティの高い」ウェブサイトを構築するために、ウェブコンテンツのアクセシビリティを診断・修正するソフトです。

本製品の最大の特長は、ウェブサイトの制作作業中でも、事実上の世界標準である W3C（※1）の「ウェブ・コンテンツ・アクセシビリティ・ガイドライン（WCAG1.0）」、米国の「リハビリテーション法第 508 条（※2）」に準拠しているか、アクセシビリティ（バリアフリー度）を半自動的に診断し、ガイド画面の手順に従って簡単に HTML（※3）の問題箇所を修正できる点です。これによって、アクセシビリティに配慮したコンテンツの作成が簡単になり、開発時間の短縮とコスト削減が図れます。

特に日本語版では、政府の第 5 回 IT 戦略会議（2000 年 11 月開催）で発表された「インターネットにおけるアクセシブルなウェブコンテンツ作成に関する指針」のガイドライン項目、縦横依存文字・半角カタカナなどに関わるチェック項目など、日本語環境における特有な問題点を診断・修正する機能を追加しているため、わが国におけるインターネット環境に相応しい形でウェブコンテンツのアクセシビリティが向上できます。

なお今後は、アクセシビリティに関する問題の他に、iモードコンテンツの作成基準に関するチェックを行う機能を追加する予定です。また、当社が策定するウェブコンテンツのユーザビリティおよびアクセシビリティのガイドラインを日本語版に追加し、企業向けには企業独自のガイドラインを構築するカスタマイズサービスを提供する予定です。

専門用語や外国語を使用せずに、 分かりやすい言葉を使う

トラベルサイト Tabimedia タビメディア	
探す ▶ 全国ツアー情報 ▶ 列車の時刻表 ▶ 列車の空席案内 ▶ 高速バスの空席案内 ▶ 運賃（2003年4月現在） ▶ 乗り換え案内	トラベルサイト Tabimedia では、 旅行に便利な 情報をオンラインで 提供しています。
予約する 列車の指定席 新幹線や特急の指定席券の予約ができます。	ご利用方法とシステム >> 
航空券 国内線のチケットを検索してお取りします。	Tabimedia で お買い物 おすすめ商品 ▶ 全国の特産品・お土産 ▶ トラベルケース・収納袋 ▶ 鉄道酔い止め・サプリメント ▶ 地図・ガイドブック ▶ 旅の便利グッズ
ホテル・旅館 都道府県別宿泊施設の一覧からお選びいただけます。	旅のお供に ▶ 雑誌・文庫・コミック ▶ CD・カセット・MD ▶ ミニゲーム ▶ カード
レンタカー 駅から乗って、別の駅で返せます。	ご利用の前に ▶ 会員登録 ▶ ご利用規約
国内ツアー 観光場所、内容、添乗員、旅行日、からご検索いただけます。	
国内旅行傷害保険 いざという時のために、ご加入をお薦めします。	

サイトを訪れるユーザーの背景はさまざまです。運営者は、サイト内のコンテンツに詳しいユーザーだけでなく、内容をまったく知らないユーザーや対象分野の専門用語を知らないユーザーからのアクセスも想定する必要があります。

ページ内で、一般的でない専門用語や外国語が多用されている場合、ユーザーはページの内容を理解する前に、その言葉の意味を調べることから始めなければなりません。特に、急いでいるユーザーは文章内に分かりにくい言葉が使われているとそれらの用語を調べる手間を惜しんですぐにサイトを立ち去ってしまう恐れがあります。

サイト内を通じて、ユーザーが速やかに利用できるような分かりやすい言葉づかいを心がけることが重要ですが、情報を的確に表現するために難解な言葉を使わざるを得ない場合には、用語集などを用意する配慮が必要です。

POINTS

- ・誰にでも理解できるような平易な言葉を用いて文章を作成する。
- ・用語が理解できないと、ユーザーはその意味を調べることから活動を開始しなければならない。
- ・用語が理解できないと、急いでいるユーザーはサイトを立ち去ってしまう。
- ・必要に応じて、用語集などを用意する。



専門用語や外国語は最小限にとどめ、誰にでも分かりやすい言葉で表現されている。

探す

- ▶ 全国ツアー情報
- ▶ 列車の時刻表
- ▶ 列車の空席案内
- ▶ 高速バスの空席案内
- ▶ 運賃（2003年4月現在）
- ▶ 乗り換え案内



専門用語が用いられているが、用語説明があるため、ユーザーは適宜それを参照しながら内容を理解していける。

用語種類別

ユーザビリティ用語	デザイン用語	ハードウェア用語
ソフトウェア用語	ビジネス用語	その他

50音順

あ	か	さ	た	な
は	ま	や	ら	わ


アルファベット順

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z



難解な言葉が多く、ユーザーは内容を理解できない。言葉の意味がなんとなく分かったとしても、自分の理解が正しいかどうかを判断する術がない。

SOCIO PET SHOP

about us ●	president's message
topics	our concept
column	our data
pedigree	our groups
training	our future
foods	店舗紹介
pet hospital	
books	
▶ ペット井戸端会議室 ▶ Search ▶ SiteMap ▶ MailBox	

宣伝目的の誇張された表現よりも、客観的で説明調の表現を用いる

Clinic 1 - 自社のみ

1. ウェブサイトのユーザビリティに関する診断 (約 100 項目)

- ご依頼いただいてから、通常約1週間で、「診断/評価レポート (40ページ程度)」をご提示します。
- レポートのご提示に引き続き、より具体的なコンサルティングサービスをご希望の場合は、別途ご相談ください。

Clinic 2 - 自社および他社2サイト

1. ウェブサイトのユーザビリティに関する診断 (約 100 項目) 2. 競合企業ウェブサイト (2社) のユーザビリティに関する診断

- 他社 (競合企業) ウェブサイトをご指定の上でご依頼いただき、通常約10日間で、「診断/評価レポート (60ページ程度)」を提示します。
- 他社 (競合企業) ウェブサイトの候補を3サイト以上ご希望の場合は、別途追加料金が必要です。

表紙のインパクトや前宣伝の効果で顧客を獲得する従来のメディアと違い、ウェブでは、ユーザーのタスクが完了してはじめて運営者とのコミュニケーションが成立します。そのため、実際のコンテンツの性質を曖昧にする誇張表現が多用されていると、サイトに対するユーザーの能動的な関与を低減させ、結果的にユーザーの利用効率を下げてしまいます。

サイト内では、単に目立たせる目的で用いる装飾的で冗長な宣伝調の言い回しを排除し、具体的な事実を中心に説明調の文言を使うようにすることが望まれます。

雑誌などの宣伝で用いられる言い回しには、過剰な表現によって強い印象を与えたり、「これはどのような意味だろう」と興味をひくような演出が施されていることがよくあります。しかし、ウェブサイトを利用するユーザーの目的の多くが「自分に必要な情報を得る」ことに特化されている点を考えると、曖昧な表現や、意図的にユーザーを「悩ませる」ような演出は好ましくありません。当然のことながら、事実と反した誇張表現で注意をひきつけるだけの演出も、結果としてユーザーの期待を裏切ることになるので、タスクの効率や満足度を下げてしまいます。

ウェブでの表現は、「情報や機能を、効率的に、的確に届ける」ことを目的としなければなりません。

POINTS

- ユーザーに考えさせるような曖昧な表現は避ける。
- ユーザーの興味をひくことだけを目的とした誇張された表現は避ける。
- ユーザーは自分にとって最も価値がある、的確な情報を求めている。



大袈裟な宣伝調の言い回しを控え、対象コンテンツの内容を客観的に言い表す表現を心がけている。

Clinic 1 - 自社のみ

1. ウェブサイトのユーザビリティに関する診断 (約 100 項目)

- ご依頼いただいてから、通常約1週間で、「診断/評価レポート (40ページ程度)」をご提示します。
- レポートのご提示に引き続き、より具体的なコンサルティングサービスをご希望の場合は、別途ご相談ください。



キャッチコピーとして若干冗長な文句があるものの、説明調の補足説明文が付加されているため、大きな混乱はない。

SocioBands は「驚きの新技術」が満載!

最大下り 12Mbps という接続スピードは今は常識。最近話題のインターネットファックス「SBFax」も標準サービスです。無線LANを使つてのブロードバンド接続も提供しています。

[詳しくはこちら](#)



思わせぶりな文言が多く、クリックさせることだけを目的としているような印象を受ける。リンク先の内容がこの大きな表現に見合わない場合、ユーザーはサイトに対する信頼感を失ってしまう。

- デジカメ最大70%OFF!
- 今年は「ピンク」!
- 薄着に備えてダイエット
- そろそろ花粉が。。。
- 春ランジェリーに夢中
- 感激のヴィンテージワイン
- 幻の焼酎に出会う
- 新入学に! 人気アイテム

誤字、脱字、表記の不統一をなくす

ソシオメディア・セミナーは、企業ウェブ担当者や社内ウェブ制作チームの皆様へウェブサイトをレベルアップするための具体的な実践方法を知っていただくプログラムです。

- ・ アクセシビリティ vol.1: 企業ウェブ担当者のためのウェブ・アクセシビリティ入門 (2003年2月13日) 申し込み受付中
企業のウェブ担当者がアクセシビリティに関して今知っておくべきポイントについて、その理由と対策を解説いたします。
- ・ アクセシビリティ vol.2: アクセシブルなウェブ・コンテンツ制作テクニック 実践編 (2003年2月26日) 申し込み受付中
ウェブ・コンテンツをアクセシブルにするための具体的な手法を解説いたします。
- ・ ユーザビリティ vol.1: 企業ウェブサイト担当者のためのウェブ・ユーザビリティ入門 (2003年2月28日) 申し込み受付中
ユーザビリティとは何か、なぜ重要なのか、実践のためのポイントは何か、といった、企業ウェブ担当者に必要な知識について解説いたします。

明らかに事実に反するような記述や誤字・脱字があった場合、ユーザーは、そのサイトの運営者がコンテンツの内容をきちんと確認していないものと考えます。その印象は、他のページあるいはサイト全体に対する信頼性の低下にもつながります。

さらに、事実に反する記述を見てもユーザーがその間違いに気づかなかった場合、ユーザー自身が不利益を被る恐れが出てきます。

新聞やテレビなどのマスメディアと違い、ウェブサイトはユーザーが何らかの目的をもって能動的にアクセスしてくるものであり、必要なときに必要なサイトだけを利用するものです。そのため、運営者が後日「情報の訂正」を行っても、ユーザーはそれを確認できない場合が多いと考えられます。

一方、サイト内において、商品やサービスの名称、サイトのセクション名、日時や数値データなどの表記法が統一されていない場合にも、サイトの信頼性を低下させることになります。

たとえば、同じ対象物がページによってアルファベットで表記されていたり日本語（仮名）で表記されていたりすると、情報をより正確に理解しようとするユーザーほどそれら

が同じものを示す文言なのかどうかを判断できず、混乱してしまいます。また、コンテンツの管理が不徹底であるという印象を与えてしまうでしょう。

POINTS

- ・ 誤字、脱字、事実に反するような記述は、サイトに対する信頼性を低下させる。
- ・ 誤った記述に気づかないユーザーは、「誤りの訂正」にも気づかない可能性が高い。
- ・ 表記の不統一があると、サイトの運営体制に対する信頼性まで低下させてしまう。



誤字や脱字がなく、表記法などもきちんと統一されており、運営体制がしっかりしていることを感じさせる。

- [アクセシビリティ vol.1：企業ウェブ担当者のためのウェブ・アクセシビリティ入門](#)（2003年2月13日）申し込み受付中
企業のウェブ担当者がアクセシビリティに関して今知っておくべきポイントについて、その理由と対策を解説いたします。
- [アクセシビリティ vol.2：アクセシブルなウェブ・コンテンツ制作テクニック 実践編](#)（2003年2月26日）申し込み受付中
ウェブ・コンテンツをアクセシブルにするための具体的な手法を解説いたします。



日付などの表記法がページによって異なる場合があるが、それほど大きな問題にはなっていない。

▼2003年のトピックス

- [2003/01/27 新種ワームに関するお知らせ](#)
- [2003/01/22 合併のお知らせ](#)

最新トピックス

- 01月27日 [新種ワームに関するお知らせ](#)
- 01月22日 [合併のお知らせ](#)
- 10月10日 [サービス約款一部変更のお知らせ](#)
- 10月04日 [Linuxサーバウイルス感染に関するご注意](#)



サイトのセクション名やサービス名、その他の表記が統一されておらず、誤字もある。運営者側が自分たちの扱うコンテンツについてきちんとした共通認識をもっていないことが露呈されてしまう。



テキストのスタイルをシンプルに保つ

弊社および弊社スタッフによる監修・監訳書籍

ソシオメディアではこれまで、欧米のユーザビリティ、情報デザイン関連の良書を監修・監訳といった形で数多く紹介してきました。ここにその一部をご紹介します。以下のリストは Amazon.co.jp の該当商品ページに直接リンクしていますので、目次やレビューをご覧くださいませ。

Buy book now! amazon.co.jp

『ウェブ・アクセシビリティすべての人に優しいウェブ・デザイン』
 マイケル・G. バチェロ (著)、ソシオメディア (監訳)
 アスキー ; ISBN: 4756140998 ; (2002/06/01)
 障害をもつ人や高齢者などのウェブ利用に対して、その障害を下げるために制作者が何をすればよいか、具体的な方法を示した本です。

『ウェブ・ユーザビリティ-読者を迷がさないサイトづくりの秘訣』
 ヤコブ・ニールセン (著)、藤原 隆和 (監訳)、グレル (翻訳)
 エムティエタコーポレーション ; ISBN: 4844355627 ; (2000/08/01)
 ヤコブ・ニールセン氏の洞察力に満ちた考えを事例と注釈を交えて垣間見ることができ、ウェブ・ユーザビリティのエッセンスがこの1冊に凝縮されています。

オンライン資料

- インターネットにおけるアクセシブルなウェブコンテンツの作成方法に関する指針
 日本における公的なアクセシビリティ・ガイドラインとして、2000年(平成12年)11月に開催された「第5回IT戦略会議・IT戦略本部合同会議」において参考資料として公表された。もとは、旧郵政省と厚生省(いずれも当時)が共同で開催した「情報バリアフリー」環境の整備の在り方に関する研究会の報告書で別添として出されたものです。
- W3C/WAI「ウェブコンテンツ・アクセシビリティ・ガイドライン 1.0」
 このドキュメントは、W3Cが勧告として公開している「Web Content Accessibility Guidelines 1.0」を株式会社アスキーの書籍「ウェブ・アクセシビリティすべての人に優しいウェブ・デザイン」(ソシオメディア監訳)にて日本語訳したものです。

テキスト情報のスタイル(フォントの種類、色、サイズなどの書式)は、シンプルに保つことが望まれます。

一画面内にいくつものスタイルが用いられていると、各要素の重要性や関係性が一見して判断できなくなってしまいます。また、ページによってまったく違うスタイルが採用されている場合は、ユーザーはページが変わるたびに各スタイルの意味を学習しなければならず、情報の検索効率が低下してしまいます。

たとえば、文章中のある単語を目立たせるために太字にし、また別の文字列を目立たせるために赤色にしたような場合、ユーザーは「それらのどちらがより重要なのか」「なぜ違うスタイルなのか」「赤色の文字列はリンクなのか」といったことに意識を傾けるため、文章の内容に集中できません。また、多くの強調表現が混在していると、結局どれも目立たない結果になります。

テキストのスタイルをシンプルに保つには、まず文書構造の論理性を高め、見出しや箇条書きを使って視覚的なパターンを形成するとともに、限定された部分のみスタイルを変

化させることが大切です。またそのスタイル表現をサイト内で一貫させることで、初めて情報検索の効率を高めることができます。

POINTS

- 複数のスタイルが混在していると、各要素の重要性や関連性が判断できない。
- ユーザーにテキストのスタイルを学習する負荷を強いてはいけない。
- テキストのスタイルは、サイト内で一貫させる。



テキストのスタイルは、タイトル、見出し、本文、リンク、強調のための太字、程度に限定されており、シンプルで内容も把握しやすい。

弊社および弊社スタッフによる監修・監訳書籍

ソシオメディアではこれまで、欧米のユーザビリティ、情報デザイン関連の良書を監修・監訳といった形で数多く紹介してきました。ここにその一部をご紹介いたします。以下のリストは Amazon.co.jp の該当商品ページに直接リンクしていますので、目次やレビューをご覧くださいませ。



『ウェブ・アクセシビリティすべての人に優しいウェブ・デザイン』
マイケル・G. バチェロ (著), ソシオメディア (監訳)
アスキー ; ISBN: 4756140998 ; (2002/06/01)
障害をもつ人や高齢者などのウェブ利用に対して、

オンライン資料

- インターネットにおけるアクセシブルなウェブコンテンツの作成方法に関する指針
- 日本における公的なアクセシビリティ・ガイドラインとして、2000年(平成12年)11月に開催された「第5回IT戦略会議・IT戦略本部合同会議」において参考資料として公表された。もとは、旧郵政省と厚生省(いずれも当時)が共同で開催した「情報バリアフリー」環境の整備の在り方に関する研究会の報告書で別添として出されたものです。



強調のためにいくつかの色が使われているが、テキストの全体量に対してスタイルのついた文字列の割合が低いいため、大きな混乱はない。

ソシオボックス お問い合わせ クリック 概要 サービス紹介 サービス紹介 (EC) コンサルティング ガイドライン作成サポート アクセシビリティサポート LIFT 製品	Sociomedia Usable, Informing, and Communicative Designs. <small>ソシオメディアは、使いやすく、わかりやすいウェブの実現を助けます。</small>
Clinic	ウェブ・ユーザビリティの診断サービス 各種ウェブサイト共通して適用できるユーザビリティの評価基準を約100項目に集約。専門家がウェブサイトの使い勝手、分かりやすさを診断し、サイトの開発・運営におけるユーザビリティ向上のプロセスを強力にご支援。 サービス紹介 >>
Consulting	各種コンサルティングサービス ユーザビリティエンジニアリングのサイクルをベースに、それをソシオメディア独自の視点で機動的にモジュール化。お客様の複雑フローや組織状況、ご予算、スケジュールに合わせて、柔軟に対応。 サービス紹介 >>



多くのスタイルが混在しており、それぞれの意味合いや関係性、どこが最も重要であるのか、といったことが分からない。結局、ユーザーが重要な箇所を見落としてしまう恐れがある。

LIFT 製品紹介

- 多岐にわたるアクセシビリティ・ガイドラインに対応
- IT戦略会議の指針「インターネットにおけるアクセシブルなウェブコンテンツの作成方法に関する指針」
- W3C/WAI 「ウェブ・コンテンツ・アクセシビリティ・ガイドライン 1.0」(優先度1項目)
- 米国 「リハビリテーション法 508 条スタンダード」
- 日本独自の特長 (文字コード・縦横依存文字・半角カナ文字)
- ユーザビリティのペーシック・ガイドライン

LIFT for Macromedia® Dreamweaver®
The Complete Solution for Developing Accessible and Usable Websites



コンテンツのカスタマイズなどで、ユーザーとの関係を強化する

The screenshot shows the SOCIODOBOOKS.jp website interface. At the top, there's a navigation bar with 'おすすめ BOOKS' and a search bar. Below the search bar, there's a list of recommended books. The first section is titled '最近気になった BOOKS' and contains two items with checkboxes: 'ユーザーオリエンテッドなサイト構築のための実践 Web デザイン論' by ダレル・サノ and 'ウェブ・アクセシビリティ—すべての人に優しいウェブ・デザイン' by マイケル・G. パチェロ. The second section is 'Web サイトエンジニアリング入門—次世代型 Web サイト構築のための体系的アプローチ' by トーマス・A. パウエル, D.L. ジョーンズ, D.C. カッツ. The interface includes buttons for 'チェックした項目を削除' and 'すべてを削除'.

幅広いターゲットに向けて情報やサービスを提供している場合、繰り返し出てくる同一作業をユーザー側で「特定の状態のセット」として保持できれば、ナビゲーションが簡素化できて便利です。このようなカスタマイズ機能は、ユーザーがより便利な状態でサイトを利用することにつながり、運営者側のユーザー利益重視の姿勢を感じとってもらえます。

ただし、ユーザーはインタラクションデザイナーではないため、変更できる設定項目がむやみに多いと、かえって利用しづらくなってしまふ恐れがあります。

また、過去の利用傾向を分析し、そのユーザーの嗜好に合った内容にページ構成を自動的に変化させることができれば、運営者側の提示したいものとユーザーが見たいものをうまく結合した有意義な利用体験を提供できます。

ただしこの場合も、サイトの基本的な情報構造が本来どのようなものであるのかが分からないほど内容が変化してしまったり、ユーザーが自分の意志で好きなページに移動できないようでは逆効果となります。

コンテンツのカスタマイズは、あくまで利用体験を豊かにするために付加される機能であるべきで、基本はシンプルな誰にでも利用しやすい情報構造の追求にあります。

POINTS

- 適度なカスタマイズ機能は、ユーザーの利用効率を向上させる。
- カスタマイズ機能があると、運営者がユーザーの利用効率を重視している姿勢の表明にもなる。
- コンテンツの自動的なカスタマイズは、運営者とユーザーの両者の要求を満たすことができる。
- ただし、基本はシンプルで誰にとっても分かりやすい情報構造を追求すること。



ユーザーの過去の利用動向から、そのユーザーが興味をもつコンテンツへのリンクが自動的に前面に表示される。ただし、ユーザーは任意に通常のナビゲーションも利用できる。

最近気になった BOOKS

- 『ユーザーフレンドリーなサイト構築のための実践 Web デザイン』 大塚 浩一 (著)
- 『ウェブ・アクセシビリティへのための美しいウェブ・デザイン』 マイケル・G. パチュロ (著)

チェックした項目を削除 すべてを削除

SOCI080BOOKS.jp のオススメはこちら

『ウェブ・アクセシビリティへのための美しいウェブ・デザイン』
マイケル・G. パチュロ (著), ソシオメディア (監訳)
アスキー
価格: ¥ 3,800
障害をもつ人や高齢者などのウェブ利用に対して、その障害を下げるために制作者が何をすればよいか、具体的な方法を示した本です。

『Web サイトエンジニアリング入門—次世代型 Web サイト構築のための体系的アプローチ』
トーマス・A. バウエル, D.L. ジョーンズ, D.C. カッツ (著)
東京電機大学出版局
価格: ¥ 2,500

『ユーザーフレンドリーなサイト構築のための実践 Web デザイン』
大塚 浩一 (著)
東京電機大学出版局
価格: ¥ 3,700



ページのレイアウトや配色をユーザーが自分で変更できる。ただし、場合によってはわざわざ利用しづらい状態になってしまう恐れもある。

コンテンツ **レイアウト** **テーマとカラー**

テーマディレクトリからお好きなテーマを選択して、カスタマイズしてください。
テーマを先に設定すると、その他の設定が保存されます。

ログアウト

ログインメッセージ
(最大15文字以内)
自動再送信の長さ
再送信しない

新しいページを注冊

ホーム 削除 編集
ソフト 削除 編集
社員 削除 編集
トラブル 削除 編集

テーマとカラーの設定

あらかじめ設定されているページはトップページのみです。
あとは最大5ページまでページを追加し、ページタイトルをつけて、編集することができます。
ページは SoCmed 社の提供するコンテンツをどれでも追加できます。ページごとにコンテンツ、レイアウト、とカラーを設定できます。1 ページに設定できるコンテンツ数は 10 個まで。

シトラス
(このテーマに決める)
(別のパターンを見る)
爽やかなオレンジをイメージした、爽やかでおいしそうな配色です。

アースカラー
(このテーマに決める)
(別のパターンを見る)
モスグリーンを基調に、目に優しい色合いにしました。一見、地味そうですが、長くモニターを見る時に最適。

ベリーベリー
(このテーマに決める)
(別のパターンを見る)
原色どおしを組み合わせた、個性的な色合いです。気分を変えたい時にオススメ。

テーマをカスタマイズ



カスタマイズ機能によってユーザーは自分の好きな順序でメニュー項目を並べ替えることができるが、元になる情報の分類方法が分かりにくいため、どのように並べ替えてもあまり使いやすくはならず、かえって操作を複雑にしてしまう。

会員様ページ設定

メニュー選択

頻繁にご利用になるメニューを、会員様のページのトップに表示させることができます。
最大 15 項目までお選びいただけます。

▼ ご利用方法
▼ Q&A
▼ 会員登録
▼ 履歴の選択
▶ メニュー選択

国内線

<input type="checkbox"/> 国内線空席照会・予約・購入	<input type="checkbox"/> 国内線便名指定予約・購入	<input type="checkbox"/> 予約基本情報の変更・変更
<input type="checkbox"/> 国内線オンライン購入	<input type="checkbox"/> 国内線予約確認	<input type="checkbox"/> 国内線予約変更・追加・取消
<input type="checkbox"/> 国内線 航空券登録	<input type="checkbox"/> フライトプラス ホテル予約	<input type="checkbox"/> 国内ホテル予約
<input type="checkbox"/> 国内レンタカー予約	<input type="checkbox"/> 国内線搭乗案内	<input type="checkbox"/> 国内線運賃案内
<input type="checkbox"/> 各種割引運賃のご案内	<input type="checkbox"/> 国内線デジタル時刻表	<input type="checkbox"/> 国内線ネットワーク
<input type="checkbox"/> 国内線サービス一覧	<input type="checkbox"/> 国内線機内サービス	<input type="checkbox"/> 国内運送約款
<input type="checkbox"/> 各種お支払い方法	<input type="checkbox"/> プライオリティ・ゲストサポート	<input type="checkbox"/> 国内線新サービス・新機能

国際線

<input type="checkbox"/> 国際線空席照会・予約・購入	<input type="checkbox"/> 国際線オンライン購入	<input type="checkbox"/> 国際線予約確認
--	-------------------------------------	----------------------------------

目的達成に不可欠な情報は、早い段階で提示する

Shopping ショッピング			
商品一覧			
写真	商品名	価格	在庫状況
	『ウェブ・アクセシビリティをすべての人に優しいウェブデザイン』	3,800円 (税込、送料無料)	在庫あり
	『ウェブ・ユーザビリティ調査を逃がさないサイトづくりの秘訣』	2,800円 (税込、送料無料)	在庫なし
	『ユーザビリティエンジニアリング原論—ユーザーのためのインタフェースデザイン』	3,700円 (税込、送料無料)	在庫あり
	『マルチメディア系ハイパーテキスト原論—インターネット情報のための基礎理論』	4,800円 (税込、送料無料)	在庫なし
	『Web サイトユーザビリティ入門—ユーザーテストから発見された「使いやすい」の秘訣』	2,400円 (税込、送料 240円)	在庫あり
	『Web サイトエンジニアリング入門—次世代型Webサイト構築のための体系的アプローチ』	2,500円 (税込、送料無料)	在庫あり
	『実践情報アーキテクチャー 情報整理から始めるサイト構築』	2,400円 (税込、送料 240円)	在庫切れ
	『情報アーキテクチャー入門—ウェブサイトとイントラネットの情報整理』	2,300円 (税込、送料 240円)	在庫あり
	『ユーザーオリエンテッドなサイト構築のための実践Webデザイン』	2,800円 (税込、送料無料)	在庫切れ

ユーザーは何らかの目的をもってサイトを訪れます。その目的を速やかに、かつ支障なく達成できれば、ユーザーはそのサイトの価値を実感します。

しかし、目的達成に必要な情報がサイト内に散在していたり、タスクの有効性を左右する情報が利用手順の終盤に近づくまで提示されなかったりすると、ユーザーの利用体験は不安定なものになってしまいます。

たとえば、オンラインで商品を販売するサイトであるにもかかわらず価格が明示されていないかったり、決済手続きの最終段階になるまで送料が分からないようでは、ユーザーは安心して買い物ができません。

また複数ページにまたがるフォームなどで、入力作業の終盤に近づいてから、あらかじめ他に調べておかなければならない項目の存在が分かったり、クレジットカードの番号を送信した後で目的の商品が在庫切れであることが分かったような場合、入力作業の負荷と結果への期待に比例して、サイトに対する失望感や悪印象を大きくしてしまいます。

そういった事態を避けるためにも、ユーザーの目的やタスクの流れを把握し、必要な情報は適切にまとめて早い段階で提示する必要があります。

POINTS

- ・目的達成に必要な情報がどこにあるのかを分かるようにしておく。
- ・目的達成に必要な情報は、まとめて表示する。
- ・タスクの有効性を左右する情報は早い段階で提示する。
- ・ユーザーの目的やタスクのフローを把握しておく必要がある。



商品リストにおいて、在庫状況や送料などの情報も提示されている。ユーザーはこれらの前提に立って、比較検討ができる。

価格	在庫状況
3,800円 (税込、送料無料)	<input checked="" type="checkbox"/> 在庫あり
2,800円 (税込、送料無料)	在庫なし
3,700円 (税込、送料無料)	<input checked="" type="checkbox"/> 在庫あり
4,800円 (税込、送料無料)	在庫なし



ショッピングカート内では、注意書きとして消費税が加算されることが記されているが、最終的な合計金額は提示されていない。実際には、消費税ならユーザーが自分で計算できるので致命的な問題ではないが、不親切である。

現在、ショッピングカートに入っている商品は以下の通りです。

商品名	在庫	お届け予定日	申込番号	数量	単価(税別)	取消
ソシオTシャツ	入荷待ち	3月上旬	5206-6787-6823	1	¥3,990	<input type="button" value="取消"/>
ソシオバインダー	在庫あり	2月中旬	5206-162-0842	1	¥1,990	<input type="button" value="取消"/>
ソシオタオルセット	在庫あり	2月下旬	5206-342-032	1	¥1,990	<input type="button" value="取消"/>

小計¥7,970
(消費税・送料別)



氏名、住所、クレジットカードの番号などを入力したあとで、予約の無効を知らされる。フォーム入力に費やした労力や時間は無駄になり、個人情報だけが一方的に奪われてしまう。

申し込み確認ページ

ご注文の商品			
商品名	数量	金額	商品番号
ソシオTシャツ	1	3,990円	5206-6787-6823
ソシオバインダー	1	1,990円	5206-162-0842
ソシオタオルセット	1	1,990円	5206-342-032

お名前(漢字)
 お名前(カナ)
 電話番号
 生年月日
 パソコン用メールアドレス
 携帯用メールアドレス
 ご注文メールの送り先

郵便番号
 ご住所(カナ)
 商品のお届け先



残念ながら、こちらの商品は廃番になっておりまして、現在取り扱いがございません。
在庫のほうも残っておりません。ご注文は無効になります。

外部サイトへのリンクを、効果的に利用する

ソシオメディアではこれまで、欧米のユーザビリティ、情報デザイン関連の良書を監修・監訳といった形で数多く紹介してきました。ここにその一部をご紹介します。以下のリストは Amazon.co.jp の該当商品ページに直接リンクしていますので、目次やレビューをご覧くださいませ。



『ウェブ・アクセシビリティすべての人に優しいウェブ・デザイン (Amazon.co.jp)』
 マイケル・G. バチェロ (著), ソシオメディア (監訳)
 アスキー ; ISBN: 4756140998 ; (2002/06/01)
 障害をもつ人や高齢者などのウェブ利用に対して、その障壁を下げるために制作者が何をすればよいか、具体的な方法を示した本です。

ウェブの特徴であるハイパーリンクのメリットを利用して、外部サイトへのリンクを積極的に設けることは、ユーザーの目的達成のために大きな効果をもつ可能性があります。

ショッピングサイトから各商品のメーカーへのリンク、ページ内に現れる専門用語についてより詳しく述べている専門サイトへのリンク、ユーザーの利用価値が高いアフィリエイトプログラムなどにアクセスできるようにすることによって、ユーザーの情報検索の効率と目的の達成度を高めることができます。ただし外部サイトへリンクする場合には、そのことがユーザーに分かるような注意書きを添えるといった配慮が必要です。

重要なのは、それがどのサイトへのリンクかということではなく、ユーザーにとって有益で確実なコンテンツへのリンクかどうかという点です。

自社のサイト内にユーザーを「閉じこめる」工夫は逆効果となる可能性があり、結果的に目的を達成できなかったユーザーは、二度と戻ってこないかもしれません。それよりも、有益な外部へのリンクを用意してユーザーが目的を達成しやすくしておくほうがそのサイトへの満足度を高められるのです。自分の目的を達成できる手段が充実していたほうが、結果的にユーザーは「このサイトは役に立つ」という印象をもち、再度アクセスしてくるようになります。

その意味では、他サイトからのリンクをサイトのホームだけに限定しているような利用条件も、ユーザーにとっては不利益となります。サイト内のコンテンツをどれでも自由に利用できるように開放し、どのようなページからアクセスしてきたとしても、そこからホームなどにすぐ移動できるように分かりやすいナビゲーションを用意しておきましょう。そうすることにより、ユーザーにサイトを十分に利用してもらうことができ、ひいてはユーザーと運営者双方の利益につながります。

POINTS

- ・有益な情報を得たユーザーは、その体験をもたらしたサイトを再び訪れる。
- ・外部サイトへのリンクを設けることは、ユーザーのインターネットならではの利用経験を向上させる。
- ・重要なことは、ユーザーにとって有益なリンクかどうかという点であり、それが外部サイトか否かではない。



ユーザーにとって有益と思われる外部サイトへのリンクを設けている。また、それが他のサイトへのリンクだということが分かるようになっている。

紹介します。以下のリストは Amazon.co.jp の該当商品ページに直接リンクしていますので、目次やレビューをご覧くださいませ。



『ウェブ・アクセシビリティ—すべての人に優しいウェブ・デザイン (Amazon.co.jp)』



外部サイトへのリンクがあるが、その意味合いや機能が分かりにくいいため、クリックすべきかどうかを判断しづらい。

資料 インターネットにおけるアクセシブルなウェブコンテンツの作成方法に関する指針
資料 *W3C/WAI「ウェブ・コンテンツ・アクセシビリティ・ガイドライン 1.0」

— 書籍紹介 —



『ウェブ・アクセシビリティ—すべての人に優しいウェブ・デザイン』

マイケル・G.パチェロ(著),ソシオメディア(監訳)
アスキー;ISBN:4756140998;(2002/06/01)
障害をもつ人や高齢者などのウェブ利用に対して、その障壁を下げるために制作者が何をすればよいか、具体的な方法を示した本です。



『ウェブ・ユーザビリティ—顧客を逃さないサイトづくりの秘訣』

ヤコブニールセン(著),徳原 穂和(監訳),ヴェル(翻訳)
エムディエヌコーポレーション;ISBN:4844355627;(2000/08/01)
ヤコブ・ニールセン氏の洞察力に満ちた考えを事例と注釈を交えて垣間見ることができ、ウェブ・ユーザビリティのエッセンスがこの1冊に凝縮されています。



ユーザーをサイトに「閉じこめる」ために、外部サイトへのリンクは存在していない。また利用条件として、ホーム以外のページへの他サイトからのリンクは禁止している。

(4)「リンク」について

あなたのウェブサイトから当サイトへリンクを張る場合には、事前に当社の許可が必要です。またその際にリンク先として指定できるアドレスは、ホーム (<http://www.sociomediastrick.co.jp/>)のみです。個別ページへの直接リンクはお断りいたします。その他、暴力、性描写、ヌード、ドラッ

故意にユーザーの予測を裏切るようなリンクを置かない

Delete Computer

PR: 話題のデリートコンピュータのキャンペーン

ホーム > ビジネスと経済 > ショッピングとサービス > コンピュータ > ハードウェア

ハードウェア

- | | |
|----------------------------------|------------------------------|
| ・ PC本体 | ・ 外付けHD |
| ・ プリンタ | ・ ルータ |
| ・ スキャナ | ・ Ethernetハブ |
| ・ CD/DVD-ROMドライブ | ・ ディスプレイ |

コンテンツの一部に見せかけた広告や、思わせぶりなキャッチコピーによって実際の中身とは異なる内容を想像させるような手法は、ユーザーとの信頼関係を築くうえで大きな障害となります。

通常ユーザーは、ウェブサイト内にあるコンテンツを「サイトの運営者がユーザーに向けて発信する、自分にとって有益な情報」であるものと期待しています。それと同時に、外部のサイトにリンクする広告の存在も認識しています。

このように性質の異なるリンクが視覚的に判別しやすいデザインで提供されている場合には、ユーザーは自分の判断でそれをクリックすべきかどうか決定できます。

しかし、コンテンツの一部に見える広告や、広告かコンテンツなのか分からない要素があると、それが有益なリンクであるかどうかを判断するためのストレスが大きくなります。また、クリックした結果がユーザーの予測に反する割合も高くなってしまいます。

故意にユーザーの予測を裏切るようなリンクが存在していることを知ってしまうと、ユーザーはそのサイトのあらゆるコンテンツに対して懐疑的になります。ユーザーが安心してサイト内を閲覧できるように、すべてのリンクはユーザーの期待に誠実に応えられるように心がける必要があります。

POINTS

- ・ 広告であるかどうか判断できないリンクは、クリック時のストレスを大きくする。
- ・ 思わせぶりなキャッチコピーは、ユーザーの期待を裏切る恐れがある。
- ・ 一度「裏切られた」ユーザーは、他のすべてのコンテンツの信頼性に懐疑的になってしまふ。



思わせぶりな誇張表現や紛らわしいバナーなどがなく、ユーザーは安心してサイトを利用できる。外部サイトの広告は、サイトのコンテンツと区別されて、それが広告であることが分かるようにデザインされている。広告に興味のないユーザーは、それを無視すればよい。

Delete Computer

PR: 話題のデリートコンピュータのキャンペーン

ホーム > ビジネスと経済 > ショッピングとサービス > コンピュータ > ハードウェア

ハードウェア



広告らしきバナーがいくつか存在しているが、それが本当に外部サイトの広告であるのかどうか判断しづらい。

特集

- 健康・医療
- 旅
- カー&ライフ
- 囲碁
- 将棋
- コラム
- 教育
- イベント情報
- 株価検索

NEWS cast

暮らしホーム
いい家探しのお手伝い



コンテンツの一部に見せかけた広告が存在している。意図せずクリックしてしまったユーザーは、タスクを阻害されると同時に、サイトに対する不信感を抱いてしまう。

オススメコンテンツ

- 天体が導く未来予知！2003年のラッキーを大特集！
- あなたにピッタリの相手を大研究！恋の明暗がこれでキマる？
- 必見！うわさのテレビCM撮影現場を密着取材！あの男優が私服姿で登場！
- 先取り！人気のゲームを徹底後略！幻の裏技もお教えします！

PR> 肌チェック実施中！今ならチェックシート&サンプルをプレゼント！

PR> 超豪華キャスト『スロピング・ハイウェイ246』の試写会に150組300名を招待！

カテゴリ検索

・ ニュース/社会	・ エンターテインメント	・ 教育/学問	・ 文化/趣味
・ マネー/企業/就職	・ 音楽/カラオケ	・ アニメ/コミック	・ 旅/レジャー
・ スポーツ	・ 占い/性格診断	・ ゲーム	・ 出会い/交流
・ グラビア/写真集	・ 芸能/アイドル	・ パソコン/ソフト	・ 暮らし

広告ではないのに広告のように見えるリンクのデザインは避ける



ユーザーはページ内に並ぶリンクを、一定の基準で分類されたメニューとして把握しようとしています。そのため、明らかに異質な雰囲気をもつバナー（バッジ）画像は外部広告として認識してしまい、目的達成の行動においては二義的な要素として無視してしまう傾向があります。

たとえ独自のブランドイメージを持つ商品やサービスへのリンクであっても、メニュー上では一連の統一された書式で表現されていることが望まれます。

さらに、画像内の文字が徐々に現れるようになっていたり、画面の隅で繰り返されるアニメーション要素や点滅する要素があると、ユーザーはそれらを広告バナーであると認識するだけでなく、一目で文字列全体を読むことができないため、そのリンクが何を意味しているかを理解するのに時間がかかってしまいます。





サイト内の各コンテンツは、サイト全体で体系づけられていることを強調しながら外部の広告と見間違われないようなリンク表現を心がけ、ユーザーがスムーズにそれらを利用できるようにする必要があります。

POINTS

- ・ページ内の異質な雰囲気のパナーは、ユーザーから外部広告であると認識され、無視される傾向にある。
- ・画像内の文字が徐々に現れる演出、アニメーションや点滅する要素も、広告であると認識されやすい。
- ・サイト内のコンテンツは、一連のメニューの中で統一された書式を用いて表現する。


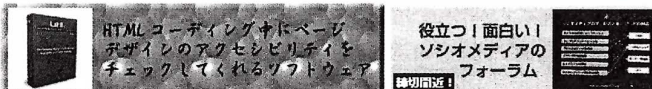


メニュー項目は、一連の統一された書式で並んでおり、サイト全体で情報が体系だっている印象を受ける。

 <p>Clinic (ウェブナビリティ診断サービス) 各種ウェブサイトに共通して適用できる評価基準や改善方法などの各種ノウハウを抽出・集約化し、ユーザビリティの専門家による合計約100項目（EC版では200項目）のヒューリスティック評価を行います。サイトの開発・運営におけるユーザビリティ向上のプロセスを強力にご支援します。</p>	 <p>LFT for Macromedia Dreamweaver (ウェブアクセシビリティ診断・修正ソフト) LFT for Macromedia Dreamweaver は、ウェブサイトのアクセシビリティを簡単に診断・修正することができる Dreamweaver の拡張ツールです。W3C/WAI、米国リハビリテーション法第508条、日本政府 IT 戦略会議のアクセシビリティ指針といったガイドラインに準拠しています。</p>
 <p>コンサルティング ソシオメディアデザインのメソッドを基盤に、使いやすい、分かりやすい、伝わりやすいウェブサイトの実現を支援するコンサルティングメニューをご用意しています。お客様のサイト構築フローや組織状況、ご予算、スケジュールに合わせて、柔軟に対応いたします。</p>	 <p>フォーラムセミナー ソシオメディアでは、使いやすい、分かりやすい、伝わりやすいウェブを実現するためのノウハウをご紹介する、企業ウェブ推進向けのマンスリーフォーラムと、個別テーマに特化したセミナーをシリーズ化して開催しています。</p>



バナー画像を並べたメニューがある。ただし、これらをまとめるラベルがついているため、注意深いユーザーであればリンクの性質を把握することができる。

トップページ	ソフトウェア	メールサービス	
会員様ホームページ	掲示板	お問い合わせ	
<input type="text"/> <input type="button" value="検索"/> キーワードを入れて、検索ボタンを押してください。		 <p>One-to-One デモ お申し込み受付中</p>	
会員様のページ	会員登録	登録情報変更	ポイントについて
トラブルシューティング	メンテナンス情報	プレゼント情報	ウイルス対策について
今月の割引情報			 <p>HTMLコーディング中ページ デザインのアクセシビリティを チェックしてくれるソフトウェア</p> <p>役立つ！面白い！ ソシオメディアの フォーラム</p> <p>速切近況！</p>



広告バナーに見えるリンクが画面上にいくつも存在しており、ユーザーはそれぞれの性質を把握できないため、結局すべてを無視してしまうかもしれない。

Sociomedia








今月のキャンペーン情報

リンク切れや工事中のページをなくす

HTMLコーディング中にページデザインのアクセシビリティをチェックしてくれるソフトウェア

<Dreamweaver 4.0/MX 対応>

「LIFT for Macromedia Dreamweaver」は、プロユーザーの圧倒的支持を誇るオーサリングソフト「Dreamweaver 4.0/MX」の機能を拡張して、アクセシビリティ・ガイドラインへの準拠を半自動的にチェックします。

- [製品概要と主な機能](#)
- [Dreamweaver MXとの機能比較](#)
- [オンラインデモ](#)
- [One-to-Oneデモ申込](#)
- [必要なシステム条件](#)
- [FAQ](#)
- [ご購入方法](#)
- [ユーザーサポート](#)
- [プレスリリース](#)

リンク切れや工事中のページは、運営者の姿勢に対して疑問を抱かせます。特に、HTMLの文法間違いやリンク切れなどの機械的にチェックできるミスの放置は、運営者をアマチュアに近いレベルと感じさせてしまいます。

リンク切れは、運営者がページ更新の際に表示確認やリンクチェックを怠っていることが原因です。そのような運営体制の不備をインターネット上に放置しておく怠慢は、ユーザーとの信頼関係を築くうえでマイナス要因に他なりませんし、ユーザーのタスクの阻害にもつながります。

新鮮な情報を速やかに提供する役割をもつサイトであればなおさら、サイトの本来の特長を阻害するようなミスを見逃さない厳密な運営体制で臨む必要があります。

また、工事中のページが長期間存在していると、「コンテンツの作成を怠っている」という印象をユーザーに与えます。何らかの事情で一部のコンテンツの公開が遅れるような場合は、「工事中」のように不必要に気をもたせる表現を使わずに、そのコンテンツへのリンクそのものを表示しないほうがよいでしょう。ユーザーにとってクリックする価値のないリンクがページ上に存在してはいけません。

POINTS

- リンク切れは、公開前の確認体制の不備が原因。
- 工事中ページは、ページの作成を怠っている印象につながる。
- あるページの公開が遅れる場合は、「工事中」ページを作るのではなく、そこへのリンクそのものをなくしたほうがよい。



リンク切れや工事中のページは存在していない。制作途中のページは、完成するまでその存在を知らせないようにする。

- [製品概要と主な機能](#)
- [Dreamweaver MXとの機能比較](#)
- [オンラインデモ](#)
- [One-to-Oneデモ申込](#)
- [必要なシステム条件](#)
- [FAQ](#)
- [ご購入方法](#)
- [ユーザーサポート](#)
- [プレスリリース](#)



メニュー項目の中にまだ公開されていないページが含まれているが、クリックできないようになっているため、大きな問題にはなっていない。

宿泊のご予約
インターネット宿泊予約のご案内
予約の方法、規定についての皆様へのお知らせです。(準備中)
ご予約の開始
ご予約の開始はこちらからどうぞ。
ご予約の確認
ご予約の確認はこちらからどうぞ。
FAQ (皆様からのご質問)
皆様から多く寄せられるご質問にお答えしています。(準備中)



作業員がつるはしで地面を掘っている。ユーザーの期待を裏切る伝統的な光景。



美しいグラフィックや文章で、 サイトの品位と信頼性を高める

社会を変える情報技術

それから時を経た現在、コンピュータ技術はインターネットなど新しい要素を加えることで更なる進化をとげ、ますます「社会の道具」としての重要性が増えています。

また社会も、厳格な国家単位を基準とする時代から、より緩やかで広域的な単位を視野にいれた時代へと、パラダイムを変えようとしています。そして、そうしたパラダイムの変革を可能にしたのが他でもないコンピュータ技術であり、さまざまな地域や文化を超えて交わされる情報交換やコミュニケーションを支援しているのです。

しかしいずれの場合にも、コンピュータ技術そのものが人間の理解やコミュニケーションを促進しているわけではありません。またテクノロジーの急速な発達でコミュニケーションの方法を多様化する分、理想的なメディアをデザインするための課題は増えるばかりです。

大切なことは、人間の「理解したい」「伝えたい」と願う熱望する感情が、技術の進歩や人間行動への洞察などのさまざまな成果をもたらし、それらの要素が融合することで、技術を「社会のための道具」に変えていくということです。



コミュニケーションの多様化が、メディアの利用しやすさや情報の分かりやすさの重要性を高めている。

美しいグラフィックや文章を用いることにより、ユーザーはサイト全体により印象を持ち、各コンテンツが信頼できるものであるという印象を受けます。逆に、雑に作成されたインターフェイス要素や文字情報は、サイト全体の品位を下げ、運営者のブランドに対するユーザーの信頼を低下させてしまいます。

市販の素材集の中から見つけてきたようなボタンやアイコンをむやみに多用し、スタイルの統一感をなくしてしまったり、文字画像のグラフィック処理が適切でないために語句を判読しづらくなっていたり、まとまりがなく内容を把握するのが困難な文章が多いといった、プロフェッショナルな品質が感じられないウェブサイトは、そこで紹介されている商品やサービス自体の質も悪いものであるという印象を与えてしまいます。

ウェブを利用するユーザーは、そこに従来のメディアや店舗では得られなかった利便性、即時性、カスタマイズ性などを求めています。その一方で、数あるサイトの中から自分に一番価値のあるものを探さなければならないので、短時間でサイトの品質を判断しようとする傾向があります。そのような中でコンテンツの有用性をきちんと伝えるためには、サイトの品位を高めて、ユーザーとの信頼関係をできるだけ早い段階で築くことが大切です。

POINTS

- ・プロフェッショナルな処理によりサイトの品位を高め、ブランドイメージを向上させる。
- ・グラフィックや文章の扱いが適切でないと、そこで扱われている商品やサービスの質も悪いものと思われてしまう。
- ・サイトの価値を十分に伝えるためには、ユーザーとの信頼関係を早く築くことが重要。



各要素は丁寧に美しくデザインされており、プロフェッショナルなスタッフが運営する信頼できるサイトであるという印象を与えている。



コミュニケーションの多様化が、メディアの利用しやすさや情報の分かりやすさの重要性を高めている。



テキストを中心に無駄な要素を極力減らして、シンプルな使い勝手を実現している。ただし、デザイン性があまり感じられないため、扱うコンテンツの種類やサイトの性質によっては、無味乾燥な印象を与えてしまう。

Sociock Portal

検索				
ニュース	音楽	トラベル	住まい	ショッピング
スポーツ	映画	クルマ	結婚	オークション
天気	ゲーム	グルメ	ベビー	PCストア
マネー	アニメ	求人&転職	ダイエット	懸賞
IT情報	占い	進学&資格	ペット	テレビ番組



スタイルに統一感の無い装飾が多用されており、ページ全体が乱雑になってしまっている。ユーザーに対して、提供する情報の信憑性を欠く印象を与えてしまう恐れがある。

