

# Web Usability & Accessibility

## 21 政府広報オンラインサイト



アクセシビリティ分析担当  
**濱田英雄**  
(株)ユーディット 主任研究員  
hamada@udit-jp.com



ユーザビリティ分析担当  
**石田直子**  
(株)ユーディット 研究員  
naoko@udit-jp.com

(株)ユーディット  
URL <http://www.udit-jp.com>  
「情報のユニバーサルデザイン」を目指し、アクセシブルなWebの制作やコンサルティング、高齢者や障害者も利用できるユニバーサルデザインの情報環境、製品の調査などを行っている。

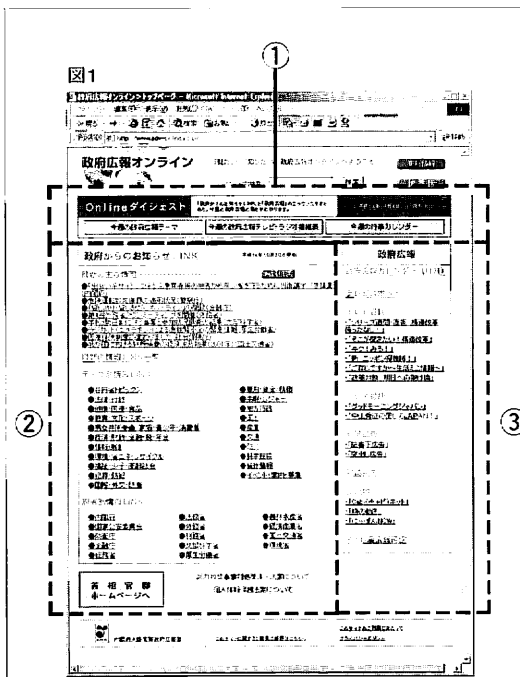
### デザイン、構成とも平均以上だが トップページの情報内容が不明瞭

「政府広報オンライン」をご存知だろうか。内閣府大臣官房政府広報室が運営に関わるこのサイトでは、各府省庁の広報資料・活動をまとめた「政府広報」のポータルサイトだ。国民の「見たい」「知りたい」に応えるべく、府省庁別だけでなく、広報媒体で話題となるテーマ等の関連情報リンクを貼り付けるなど、Webならではの工夫も見られる。「ユーザビリティ&アクセシビリティ」の広報活動を続ける、濱田・石田両氏が同サイトに助言する。

#### ホームページ・ユーザビリティの最重要ガイドラインとは

ユーザビリティやアクセシビリティといった言葉は浸透しましたが、どうすればそれらが改善できるのか、わかるようではないものです。今回はユーザビリティの権威、ヤコブ・ニールセン氏による、「ホームページ・ユーザビリティの最重要ガイドライン10か条」を簡単にご紹介します (<http://www.usability.gr.jp/alertbox/20020512.html>より引用)。

- サイトの目的を明確に:あなたは誰で、何をしているのか
  - 1. ワンセンテンスのタグライン(サイトの要約)を入れる
  - 2. 検索エンジンやブックマークの中で目立つようなウィンドウ・タイトルをつける
  - 3. 企業情報はひとつのエリアにまとめる
  - ユーザーが求めるものを見つけやすく
  - 4. サイトの最重要タスクを強調(4~5つ)
  - 5. 検索入力ボックスをつけておく
  - サイトのコンテンツを紹介する
  - 6. 実際のサイト・コンテンツの一例を提示
  - 7. リンク名は最重要キーワードから始める
  - 8. ホームページの最新フィーチャー(内容)にアクセスしやすくしておく
  - 視覚デザインは、インタラクション・デザインを定義するのではなく、補強する方向で
  - 9. ナビゲーション・エリアなどの基幹コンテンツをフォーマットしすぎない
  - 10. 意味のあるグラフィックを用いる
- 上記はあくまでホームページ(トップページ)



#### ユーザビリティ総合評価 ★★★★★

一コメント デザインや構成にわかりやすくするための工夫や配慮がされています。しかしトップページやメインのメニューの表現という、サイトの理解の基本となる部分がわかりにくいようです。

#### アクセシビリティ総合評価 ★★★★★

一コメント テキスト文章が中心なので、アクセシビリティ的には、それほど問題ありませんでした。

ジ)に対する10か条です。ユーザビリティはトップページだけではなく、サイト全体の構成に依存する部分が多いのです。サイトの顔としてのトップページは全体を反映します。顔だけ作るのではなく、全身のユーザビリティ向上を心がけてください

#### これだけはクリアしたい アクセシビリティガイドライン(2)

前回に続いて、内容を簡単に紹介したいと思います。

【リンクボタンになっている画像のすべてにALT属性を使い、リンク先を明確にすること】

リンクになっている画像の場合、音声ブラウザではALT属性がある時はその文字を読んでリンク先がわかりますが、ALT属性そのものがない時は、そこに書かれているリンク先のURLアドレスやサイト内のファイル名が読まれて、どこにリンクされているのかわかりにくいのです。とくにリンクをする画像には必ずALT属性をつけて、リンク先がわかるようにしてください。

#### ●リンク画像につけるALT属性の悪例

ALT属性がついていないとURLを読み上げるので、リンク先がわかりにくくなります。また、ALT属性が空になっていると、一部の音声ブラウザではリンクと認識されません ``。

#### ●リンク画像につけるALT属性の好例

ALT属性には、リンクしているページのタイトルや、内容がハッキリわかる言葉を入れるようにしましょう ``。そのほか例外もありますので、詳細は以下のサイトを参照してください。

<http://www.udit-jp.com/web/guide/guide1.html>

## ユーザビリティについて (解説/石田直子)

### ユーザーにサイトの目的が伝わること ★★★

サイトのタイトルが「政府広報のオンライン提供」という基本的な目的をきちんと表しています。しかし、図1-①「オンラインダイジェスト」、②「政府からのお知らせLINK」、③「政府広報」の情報のうち、①と②は政府広報のどの部分を担っているかという関連が見えません。③の内容を見てみると、政府広報というより、政府広報がどの媒体でいつ発表されているかの一覧です。情報自体は必要なのですが、この内容のグループに「政府広報」とつけると、他の項目は広報ではないかのように思えます。

### 全体像がトップページで把握できること ★★

トップページの情報内容を大きく分類すると、前述の①～③となります。②の「テーマ別情報リンク」などは情報を探すにはわかりやすいのですが、①～③の違いがわからず、サイトの全体像が曖昧です。図2-①を見ると、メインの項目がタグになっています。このカテゴリ分類は、図1-①～③とはやや異なり、「政府からのお知らせ」の部分が大きく取り上げられています。

### デザインや構成が統一されていること ★★★

色やリンクボタン、ページのデザインはきれいにまとめられており、全体のデザインも統一されています。

一番目立つところにある「最新の主な情報」の項目は、その広報を発表している各省庁のページが別ウィンドウで開きます。トップページからすぐ他のサイトのウィンドウが開くのは統一感を損ねてしまいますが、これは広報の一元管理の問題もあって難しいのかもしれません。ただ、別ウィンドウで他のサイトが開くことは明記しておきましょう。

### 必要な情報が適切な場所にあること ★★★

サイトについての説明が、「このサイトのご利用にあたって」というページにまとめられています(図2)。政府広報オンラインのコンテンツ、とくにトップページ(図1-①～③)についての説明が書かれています。これで情報源はわかりますが、欲をいえば、政府広報オンラインの運営主体が曖昧です。「内閣府大臣官房政府広報室」のクレジットがありますが、ここが情報の全統括をしているわけでもないようです。管轄元が明確でないと、サイトに対する信頼が形成されません。

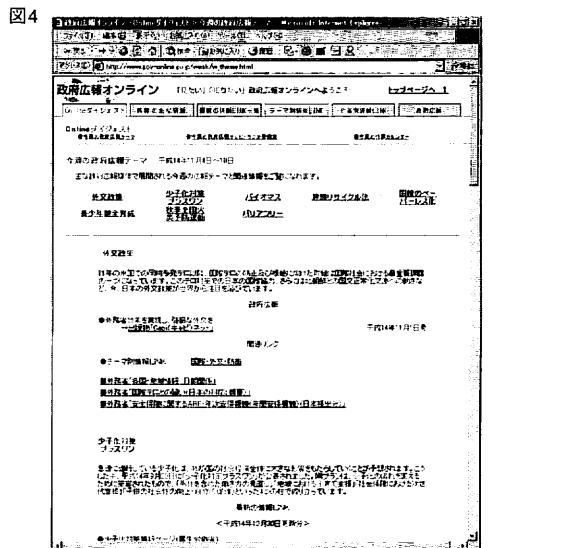
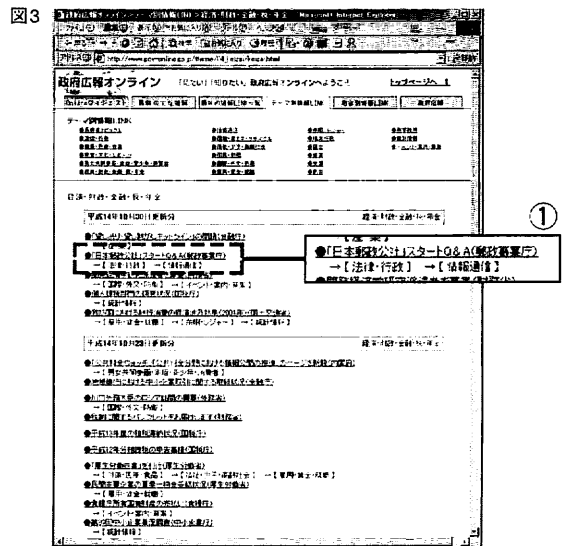
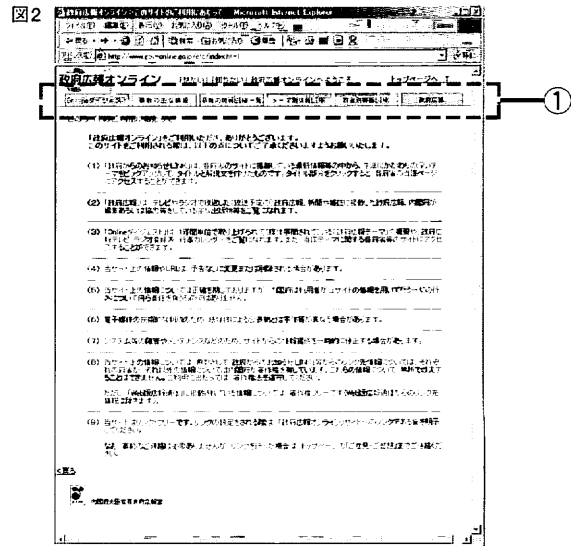
「テーマ別情報LINK」(図3)は自分の関心のあるテーマに合わせた内容に分類されていて、わかりやすくできています。ただ各項目の下にある黒字のカテゴリ分類のようなもの(図3-①)は、何を意味しているのか説明がありません。

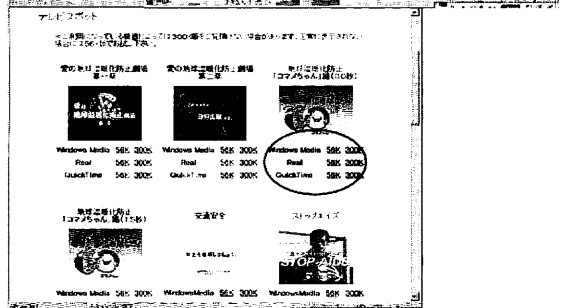
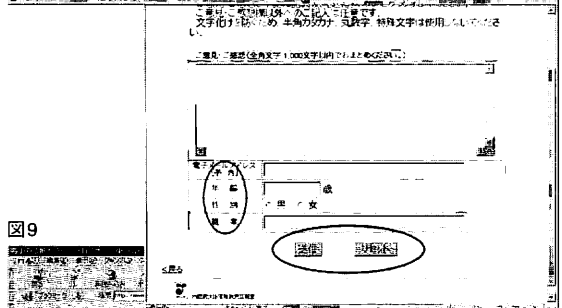
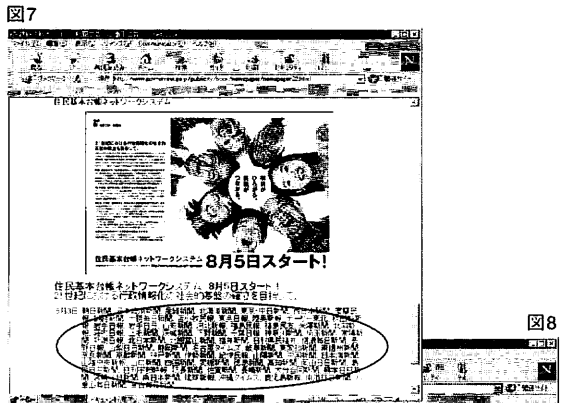
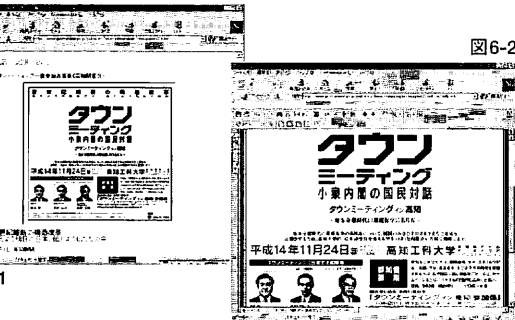
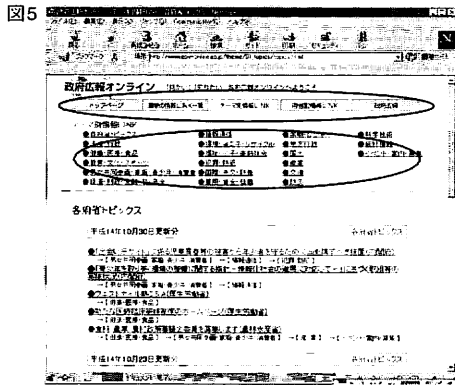
### 次の動作がわかりやすいこと ★★★

図2のメイン項目タブにある、「最新の主な情報」と「最新の情報LINK一覧」は実際にも内容ががぶっていて、違いがわかりません。

### 予想されたフィードバックが返ってくること ★★★★★

「今週の政府広報テーマ」(図4)では、広報で取り上げられているキーワード、話題に関する説明や関連リンクがまとめられています。同じキーワードがサイト内で複数参照されている場合、このように一カ所から各参照先へリンクされていると大変見やすく便利です。テーマとして取り上げる方法も、その時々話題になっている内容がダイジェストで見られるので、大変よいアイデアです。





## アクセシビリティについて (解説/濱田英雄)

**画像にはALT属性をつけること** ★★★

ALT属性がついていないところがあります。

**外国語の乱用はしないこと** ★★★★★

一部カタカナの方がよいと思われる箇所もありますが、概ねよいでしょう。

**<title>タグは的確につけること** ★★★

一部にタイトルの入っていないところがあります。

**背景と文字色はコントラストがあること** ★★★★★

概ねよいと思います。

**フレームの使用は必要最小限にすること** ★★★★★

フレームは使っていないようです。

**新しい技術には代替手段を用意すること** ★★★★★

新しい技術は使われていないようです。

**その他**

**【各省庁トピックス】(図5)**

●ナビゲーションバー・ナビゲーションリンク

各ページの最初にあるナビゲーション用のバーやリンクは、位置関係や全体像がわかるので便利ですが、音声ブラウザでは必要がなくても毎回読み上げられます。ページ内リンクを使って読み飛ばす手段を提供しましょう。また、現在位置がわかるように<title>をステップチャートにしています。長さの問題や、毎回同じ<title>文字から読まれると、音声ブラウザにとっては必ずしもわかりやすいとは言えません。

**【記事下広告】**

●拡大画像へのリンク(図6-1)(図6-2)

このページでは新聞に載せた広告を記載していますが、画像にはALT属性がなく、情報が伝わりません。簡単な説明をつけるべきでしょう。また、クリックすると拡大画像へリンクするのですが、これがPDFになっています。いきなりプラグインの必要なものにリンクするのは読めない可能性があるのが好ましくありません。テキストとして抽出できる形式になっていない画像なのに、なぜPDFなのかもよく理解できません。テキストでの提供が難しいならば、単に拡大した画像へリンクした方がましかもしれません。

●情報提供の仕方(図7)

この部分には掲載紙が紹介されていますが、かなりの数があります。音声ではいつまで続くのか予測できません。最初に「75紙に掲載」等の情報を入れるとよいと思います。

**【このサイトに関するご意見・ご感想】**

●単語のスペース(図8)

単語間にスペースを入れると、音声ブラウザでは正しく読み上げられません。また、スペースが空くと、その部分でわずかですが音に空白ができます。デザインのためにスペースを入れるのは避けましょう。この場合、年齢の後の「歳」と次の「性」がつながって、次の「別」の間に空白ができて、単語として理解しにくくなっています。

●ボタンの配置(図8)

このページのフォームによる「送信」ボタンと「リセット」のボタンが離れています。これはマウス操作が苦手な人が誤操作をしないための配慮です。評価できるポイントです。

**【テレビスポット】**

●映像情報の提供(図9)

ここでは、いくつかの方法でテレビCMが見られるようにしていますが、環境によってはプラグインのバージョンアップが必要だったり、エラーが出てしまいます。プラグインの取得場所や簡単な説明が必要でしょう。