

# Web Usability & Accessibility

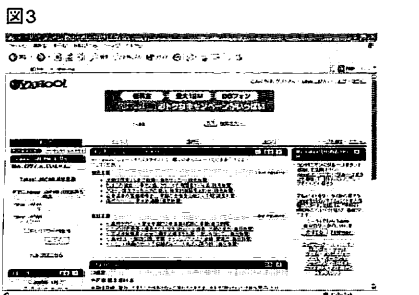
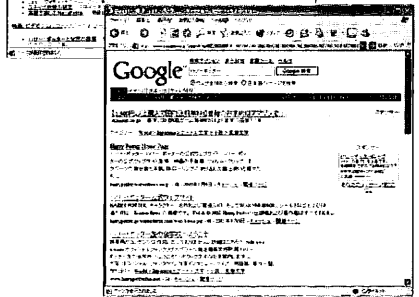
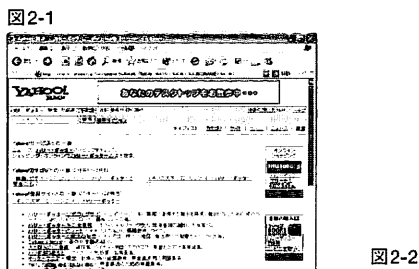
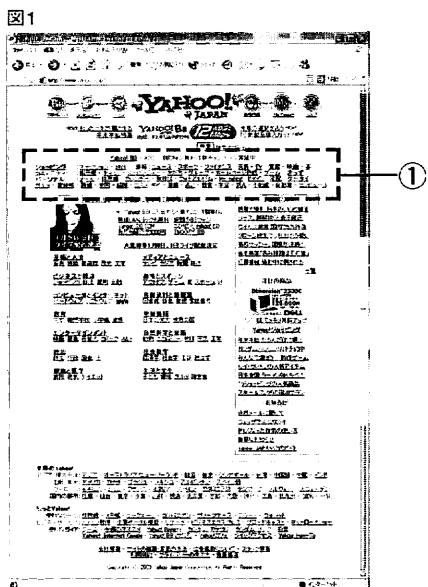
## 23 Yahoo! JAPAN

http://www.yahoo.co.jp/

### 誰もが一度は訪れる超人気サイト 巨大化の悩みをどう解決していくか

Yahoo! JAPAN(運営:ヤフー株)は、一日4億200万ページビューのアクセス数を誇る日本屈指の総合情報サイトだ。検索や各種コンテンツなどのサービスを展開している。ユーザビリティ&アクセシビリティでも高い評価を得ている同サイトだが、リニューアル後最初のテーマとして、濱田・石田両氏にはあえて厳しく吟味してもらった。

#### Usability (解説/石田直子)



Yahoo! JAPAN(以下Yahoo!)は、ユーザビリティ優良サイトのお手本として取り上げられるほど、高い評価を受けているサイトです。実際、ユーザビリティに対してかなり力を入れており、筆者などが批評するのは実に恥ずかしいかぎりですが、ここはあえて辛口評価も交えて評価してみましょう。

#### 【Yahoo!を見るユーザーは誰?】

Yahoo!の場合、超初心者者のWebユーザーでも、とりあえず見に来るといって過言ではないでしょう。ですから建前ではなく、すべてのユーザーが使えるようにしなければなりません。ただし、皆が同じように使っているとは限りません。Yahoo!ユーザーを利用形態別に大別してみましょう。

- ① 検索ユーザー
- ② コンテンツユーザー
- ③ ID保有ユーザー

①は普通の検索。②はニュースを見たり、地図などの機能を使用。③はYahoo!IDを取得してサイトに対して、より積極的な関わり方となります。以降、これを基にいくつかの切り口から見ていきましょう。

#### 【Googleとの比較】

まず検索機能です。初心者にはYahoo!よりも画面がシンプルなGoogleの方が一見扱いやすそうですが、日本では初心者もYahoo!ユーザーが多いようです(知名度の違いもあります)。それぞれの検索結果表示を見ると(図2-1、2)、Googleは検索結果がずらりと並ぶのに対し、Yahoo!はまずカテゴリ検索で一致した情報を表示します。検索結果はYahoo!の方が整理されています。サイトの説明文も、Googleはサイトの文章をそのまま引用しているのに対し、Yahoo!は登録された紹介文でサイトの内容が簡潔にわかります。好みにもよりますが、このように情報は、量と同時に整理が必要なのです。

#### 【ヘッダエリア】

Yahoo!のトップページ上部には、「ショッピング」「コミュニティ」といったコンテンツが並んでいます(図1-①)。キーワード検索だけでなく、「路線」や「地図」などを目当てにYahoo!を訪れる機会も増えました。このコンテンツが「ポータルサイト」の部分です。興味深いのは、Yahoo!は初期のデザインを大きく崩さず、これらポータルコンテンツをト

ップページの上部に細かくまとめていることです。この部分を使うのはある程度Yahoo!に慣れているユーザーなので、あえて縦カラムを使わず上部に項目を羅列することで、使い慣れたユーザーがアクセスしやすいのです。

しかし、近頃は項目が増えすぎて見づらくなってきました。

#### 【My Yahoo!】

IDを保有すると掲示板やオークションなど、さまざまなサービスが利用できますが、ここでは自分の気になる情報を集めカスタマイズするMy Yahoo!(図3)機能を取り上げます。これは、すぐに見たい情報だけを1ページにまとめる機能です。しかし、Yahoo!にはコンテンツサービスがたくさんあり、その中から毎日見たい情報を選ぶのは大変です。レイアウトも定型スタイルがあるとはいえ、自分が使いやすい形を見つけられる人は多くないでしょう。オークションやコミュニティと違い、このページは自分だけで使うものなので、利用動機も低くなり、多分ヘビーユーザーの利用にとどまっているのではないのでしょうか。

#### 評価

今回から、これまでの評価項目を継承しつつ、J・ニールセン氏の提唱するユーザビリティの定義(「ユーザビリティエンジニアリング原論」)よりに合わせて変更しました。

サイトの目的が伝わること ★★★  
何がそのサイトの狙いなのかをトップページで表現します。

学習しやすさ ★★★★★  
すぐそれを使い始められるように、全体像と次に何をすべきかを伝えています。

効率性 ★★★★★  
デザインや構成が統一されていると作業の効率性が上がります。

記憶しやすさ ★★★★★  
上記と同じく、デザインや構成が統一されていると記憶しやすくなります。

エラーを少なく ★★★★★  
エラーはないほうがよいのですが、避けられないものもあります。回復方法が明確になるように。

満足を与える ★★★★★  
ユーザーにとって楽しかったり、有益であったりというメリットが必要です。

#### 総合評価 ★★★★★

内容が盛りだくさんになってしまい、全体がつかみにくいという、巨大化の悩みをどのように解決していくかがこれからの見所です



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。

## Accessibility (解説/濱田英雄)

総合情報サイトなので仕方ないでしょうが、1ページの情報量が多いので、階層をたどって必要な情報を見つけるのは、音声ブラウザでは辛いものがあります。もっとも、検索サイトですから、最初から検索すればいいのですが……。

基本的にテキストリンクとテキストがメインなので、アクセシビリティ度は比較的高く、今回

は少し重箱の隅をつつくような感じの評価になりました。

### 【地図情報】

#### ●広告リンクのALT属性(図4)

→(図4-①)のバナー広告は、複数の広告をプログラムを使って表示しているのでALT属性がつけられないのかも知れませんが、ファイル名らしきものが読み上げられます。技術的に内容をつけられないような場合でも、せめて「広告」とでも入れればわかりやすいと思います。

#### ●音声での二重読み(図5)

この地図情報を音声で読もうとする人はいないと思いますが、二重読みの例として紹介します。アイコンのALT属性とテキストリンクの文字が同じなため、音声ブラウザでは同じ言葉を二度繰り返して読み上げることになります。別段意味のないアイコンには、ALT属性に全角スペースを入れておきましょう。

#### ●音声でのわかりやすさ(図6)

このキーワード検索ですが、音声で聞くと少しわかりにくいので、図6-1のように記入や選択の前に簡単な内容の説明をつけると、もっとわかりやすくなると思います。

### 【Yahoo!ジオシティーズ】

#### ●デザイン<table>の読み方(図7)

この事例の場合、入力部分のデザイン<table>がうまく使われていないので、音声ブラウザでは「市外局番→市内局番→電話番号→テキストエリアが3つ」と読まれてしまい、理解しにくくなっています。

テーブルを「市外局番→テキストエリア」になるように<table>を組み替えるか、図7-1のようにデザインを変えたらどうでしょうか。また、ここに電話番号を入力すると何がわかるのかが利用者に理解できるように、「無料体験キャンペーン対応エリアチェック」等のタイトルを入れるほうがよいと思います。

### 【ショッピング】

#### ●リンク画像のALT属性(図8)

このページのリンク画像にはALT属性がどこにも入っていないので、URLを読み上げてしま

います。もしかすると全部がプログラムで読み出されているのかも知れませんが、これでは音声ブラウザの場合、どこにリンクされているのかが利用者には理解できません。何とか、ナビゲーションバーだけでもALT属性がつけられるとよいのですが……。

図8



### ----- 評価 -----

中央省庁サイトから一般サイトに評価対象が広がったのを契機に、今回から評価項目の内容を、(株)ユーディット「必須のガイドライン」の6項目に変更しました。

**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いくつかあります。

**リンクボタンになっている画像のすべてにALT属性を使ってリンク先を明確にすること ★★**

自動的につけられる画像や一部にALT属性がないところがあります。

**日本語のページでは外国語の乱用はせず、誰にでもわかるように配慮すること ★★★**

多少ありますが、それほど問題はないと思います。

**色によって伝えられる情報は、色がなくても情報が伝わるようにすること ★★★★★**

見たところ、色のみによって伝えられている情報は少ないようです。

**HEADにつける<TITLE>は内容がわかるように適切なタイトルをつけること ★★★**

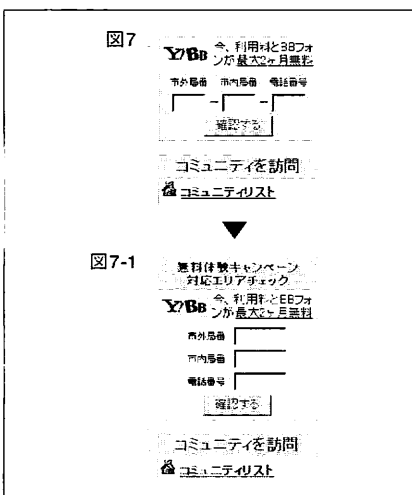
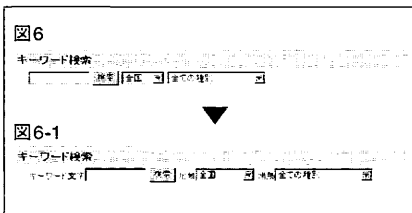
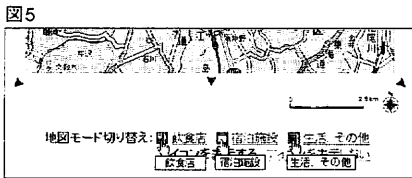
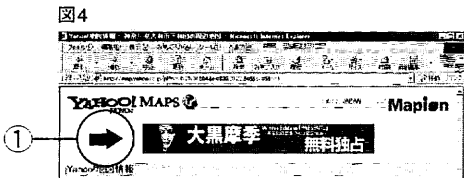
一部で同じタイトルのページがあります。

**レイアウトのテーブルは、情報が適切に音声ブラウザで読み上げられること ★★★**

一部で適切に読まれないところがあります。

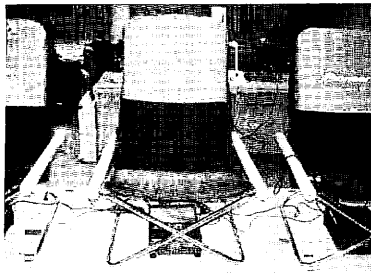
**総合評価 ★★★★★**

テキストが中心なのでそれほど問題はありますが、画像のALT属性に多少難があります。



# 貝谷嘉洋の 視点

vol.5



これが「体感音響システム」。何だか座ってみたい気がしませんか？



「身体で聴こう音楽会」事務局の山下桜さん(写真左)と広報グループの鈴木絵麻さん(写真右)

## ＜パイオニア「身体で聴こう音楽会」10周年記念イベントの予定＞

2003年4月26日(土)

日本フィルハーモニー交響楽団  
メンバーによるコンサート

2003年5月25日(日)

阿波踊り

2003年6月22日(日)

癒しと安らぎのスペシャル・コンサート  
by 神山純一

いずれもパイオニア本社において開催予定。  
問い合わせ先：「身体で聴こう音楽会」事務局  
担当：山下 TEL.03-3495-6657

### 貝谷嘉洋

1970年生まれ。14歳から筋ジストロフィーのため車いす生活を送る。関西学院大学商学部卒業後、単身渡米、カリフォルニア大学バークレイ校行政学修士修得。現在、NPO日本バリアフリー協会の代表を務めるかわら、上智大学文学研究科社会学専攻博士後期課程在学中。1998年には野田聖子郵政大臣政策秘書として研修中。著書：「魚になれた日ー筋ジストロフィー青年のバークレイ留学記」(講談社)

## 「身体で聴こう音楽会」

—パイオニアが10年間続けてきた企業市民活動とは？

### 聴覚障害者向け音楽会？

「聴覚障害者向け音楽会」と聞いて、最初は耳を疑った。ところが、実際にそれを使ってみて理解できた。

それとは、一言でいえば「震動するイス」である。音に合わせてイスが震えるため、聴覚障害者でも音楽を感じることができる。座ってみると、お尻のあたりから背中にかけて「ずんずん」と振動が響いてくる。特に低音の響きは大きい。耳元にはスピーカーが埋め込まれていて、音量を上げると下からくる震動と一体化し、周りの環境から隔絶したような臨場感にあふれる。筆者は耳が普通に聴こえるが、補聴器を使うレベルの聴覚障害者でも、音と震動の両方を認識できるという。

この震動するイスは「体感音響システム」(写真参照)と呼ばれ、音や映像で知られるパイオニア(株)が、ホームシアターで映画などをより臨場感を持って楽しめるようにと、1980年代前半に開発したものだ。

「創業者・松本望氏の志『より多くの人に、より良い音を』を具現化したこのようなシステムを利用して、聴覚障害者の方も一緒に音楽の素晴らしさに触れていただきたいと考えたのです。その後、システムに改良を加え、企業市民活動として、1992年から始めたのが『身体で聴こう音楽会』です」。コーポレートコミュニケーション部ブランドマネジメントグループで、この音楽会の事務局を担当する山下桜さんは話す。

聴覚に障害を持つ人々を無料で招待し、クラシックからポップスまで、さまざまな音楽を、映像を使ったメディアで、あるいは生演奏する。音楽会は今日に至るまで、ほぼ毎月のペースでパイオニア本社(東京都目黒区)内のホールで行われてきた。

「コンサートの運営はパイオニアの社員ボランティアやその家族によって行われます。社員のお子さんたちもお手伝いに来てくれたりするんですよ」(山下さん)

### 「身体で聴こう音楽会」を見てきました

昨年12月22日、第108回になる「身体で聴こう音楽会『年の瀬スペシャル・手話コーラス』」を見学した。出演したのは「フラワーメイツ」、地域の手話コーラスグループだ。スクリーンに表れる音楽に合わせて、その内容を手話とダンスで表現する。今回は、往年のポップミュージックを中心に全部で20曲。100人以上の人々が鑑賞した。

全部で25台の体感音響システムが一般席の前後に所狭しと並ぶ。それらの席すべてを聴覚に障害を持っている人々が埋めた。

筆者が座った場所からふっと体感音響システムを見ると、お子さんからお年寄りまでさまざまだが、皆さん表情が明るく、曲に合わせて手話をしたり、身体を動かしたり、口を動かしたりしていた。

「聴覚に障害を持つ方々から大変好評をいただいております。また、「2003年は10周年記念イベントを行います(日程参照)。このような企業市民活動を今後は、健常者と障害者の触れ合いの場になるように、もっとオープンにしてやっていけたらよいと思います」

こう精力的に語る山下さん自身も手話ができ、社員ボランティアとしてこの活動を手伝ってきたことがきっかけで、企画開発に関わる部署から希望して昨年4月に異動したという。

「社内で毎月行うコンサート以外に、年に10回程、日本フィルハーモニー交響楽団など外部の演奏会にも、体感音響システムを設置しています。このシステムは、通常のホールにある観客席の上にセッティングすることができるので、あとは電源さえ取れば多くのホールで利用できるんです」(山下さん)。

筆者の座るリクライニング式車いすですてしてみると、ちゃんと使うことができた。

この体感音響システムが一般のコンサートに普及すれば、より多くの人と一緒に参加するユニバーサル社会実現に向け