

Web Usability & Accessibility

34 日本郵政公社

<http://www.japanpost.jp/>

サイトデザインに難あり さらなる構造改革が必要か?

小泉首相の唱える構造改革の一環として、2003年4月に発足した「日本郵政公社」。郵政事業の公社移管にともない、Webサイトでもサービス向上を掲げているが、ユーザーのニーズに本当に対応しているのか。毎度おなじみアクセシビリティーの達人、濱田英雄氏に、今回よりユーザビリティ分析担当に小川祥子氏を迎えた本連載からの辛口メッセージをどうぞ。

Usability (解説／小川祥子)

図1



2003年4月に発足した日本郵政公社。公式サイトによりますと、「ユニバーサルサービスを確保しつつ、民間企業的な経営手法の導入により、効率的な経営や、より良いサービスの提供に努めてまいります」とあります。

キャッチフレーズは、まずは「真っ向サービス」。郵政事業の公社化における並々ならぬ気合が窺えるコピーではありますが、さてWebサイトにおけるサービスの提供はいかがなものでしょうか。

【わかりにくいトップページ】

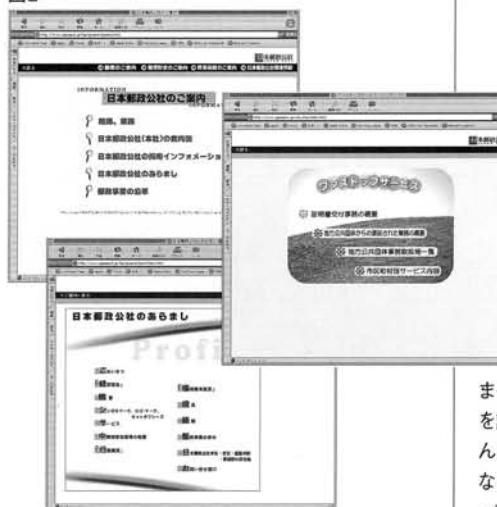
トップページを見ますと、大きな枠組みである情報検索メニュー、各サービスの案内、そして日本郵政公社の案内が軸になっているようです。日本郵政公社の提供するサービスは主に郵便、郵便貯金、簡易保険に分けられ、これらのカテゴリはそれぞれ独自サイトへのリンクとなっています。

日本郵政公社に、ユーザーが求める情報は多岐にわたります。一般の人が利用するサービス、欲しい情報は、むしろこれらのリンク先に多いかもしれません。しかしながら、トップページの項目のレイアウトは、わかりやすいとは言えません(図1)。

【項目の重なりがすっきりしない一因】

トピックスやお知らせの項目は下線がありませんが、リンクになっています。一方、郵便サービス

図2



等の項目には下線がついています。

両者とも文字色は黒に設定されており、一見してリンクと判別することができませんし、リンクの下線がある箇所とない箇所があるとユーザーは混乱してしまいます。さらに上部のボタンの項目と、下部の項目はダブっているものがありますし、また左の職員採用情報と関連情報の採用情報は、同じページにリンクしています。

こういった項目の重なりがあることが、トップページがすっきりしない一因と言えるでしょう。上部のトピックスと、下部のお知らせが分かれているのも意味不明です。やたらと目立つアニメーションの画像以外、このサイトの目的がどこにあるのか、ユーザーに伝わりません。

【サイトデザインは統一すべし】

無意味な画像を使用したページが多く見受けられます。例えば、日本郵政公社ご案内、日本郵政公社のあらまし、ワンストップサービスのトップ(図2)などです。これらに共通しているのは上部にあるロゴのみで、個々のページのフォントやカラーなどはバラバラで、きちんとしたサイト構成に基づいて作られていないことが歴然です。こうしたページはデザインの統一感を妨げるばかりではなく、表示時間の遅さにもつながります。画像で表現するメリットのない項目については、テキストで表示すべきでしょう。

【ユーザーに与える印象を考えて】

郵便Q&Aのページには、この上部のロゴ見えなく、カラーも異なり、一瞬別のサイトに飛んでし

図3



まったくのような錯覚さえ覚えます(図3)。サイトを訪れる人は、常にトップページからとは限りません。検索エンジンや、他のサイトのリンクから必要な情報にダイレクトにアクセスするユーザーにとって、どのサイトの、どこにいるのかがわからないのは致命的です。一つのサイトに対して、限なく閲覧するユーザーはまれですから、ユーザーに与える印象はサイト全体に共通するものでなくてはなりません。

情報発信によるサービスをより良くするために、サイト構成を見直し、全体的にデザインを統一する必要があるでしょう。

評価

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る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

★★

不必要的画像を排除して、デザインの統一を図り、ヨリシンプルでわかりやすいサイト構造が望されます。



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
小川祥子
(株)ユーディット Webクリエーター
shoko@udit-jp.com

(株)ユーディット

URL <http://www.udit-jp.com>

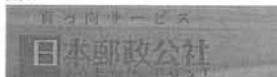
「情報のユニバーサルデザイン」を目指し、アクセシブルなWebの制作やコンサルティング、高齢者や障害者も利用できるユニバーサルデザインの情報環境、製品の調査などを行っている。

Accessibility (解説/濱田英雄)

ハガキや切手をはじめ、ゆうパック、郵便貯金などは私たちの生活に身近なものなので、「日本郵政公社」のページは、多くの人々にとって見やすいアクセシブルなものであってほしいと思います。

【コントラスト】(図4)

図4

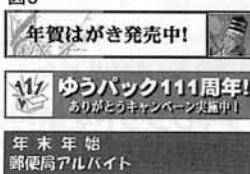


トップページの最初にあるタイトルですが、ブルーの背景画像に赤字で、「真っ向サービス」「日本郵政公社」「JAPAN POST」と入っています。しかし背景が単色でない上、コントラストがないため、かなり見にくくなっています。モノクロにするとコントラストがないことが一目瞭然です。配色には注意を払いましょう。

【動画gifのバナー広告】(図5)

右上にあるバナー広告は、誌面では表現できませんが、2つの違う文章が繰り返される動画gifになっています。速度としては早すぎることはないのですが、複数並んでいる場合、焦点を合わせて文章を読むことが難しい人がいると考えられます。このような動画を使う場合は、隣接させない方が良いでしょう。

図5



【リンク画像の情報】(図6)

図6



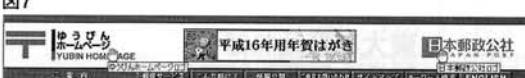
丸印の画像は、クリックするとJavaScriptで別画面が開き、拡大画像が表示されるようになっています。

音声ブラウザでは画像にALT属性が入っていないので、ファイル名が読まれていて、クリックするとどこへリンクするかわからない上に、音声ブラウザがもう一つ立ち上がってしまいます。音声ブラウザを複数立ち上げると、位置関係が理解しにくくなるだけでなく、非力なパソコンではフリーズする可能性もあります。クリックすると何が起るのかを、事前に知らせる必要があります。

【リンク画像のALT属性】(図7)

リンク先が正しく書かれていないALT属性があります。例えば、ナビゲーションバー上部のリンクロゴに入っているALT属性には、「ゆうびんホームページロゴ」「日本郵政公社ロゴ」と入っていますが、実際は「ゆうびんホームページロゴ」「日本郵政公社ロゴ」は、新しいブラウザを開いて日本郵政公社のトップページにリンクされています。「～ロゴ」では、クリックするとロゴの拡大でも表示されるのかと

図7



勘違いしそうです。この場合には、「ゆうびんホームページ」「日本郵政公社トップページ」とする方が良いでしょう。また、音声ブラウザのために同じサイトのトップページに戻るのに、新しいブラウザを開かない仕組みにすべきでしょう。

【音声ブラウザでの読み上げ】(図8)

図8

等級	商品	当選本数	当選割合
1等	・わくわくハイウェイ旅行(ペア+5日間) ・液晶テレビ ・ノートパソコン ・食事券 ・マサージ椅子 ・洗濯乾燥機 ・DVDレコーダー+ホームシアターセット ・インポートコーヒー+旅行バッグセット <8点の中から1点>	4,466本 (18本)	100万本に1本
2等	・ゆったりくつろぎ白巻 ・デジタルカメラ ・折りたたみ自転車 ・電子辞書 ・空気清淨機 ・インターネットブランケット ・ふわふわ枕(各1個) <8点の中から1点>	44,663本 (18本)	10万本に1本

当選本数の欄で、4,466本(18本)のような表記になっています。(18本)は年賀郵便切手分ですが、音声ブラウザの初期設定では{}などの記号を読まないため、本数がつながって聞こえて情報が伝わりにくくなります。このような部分にも配慮して、情報を提供する必要があります。また、商品名も番号をつけるとわかりやすくなります。

【音声ブラウザでの情報不足】(図9)

図9



真ん中のテキストリンクにマウスカーソルをあてるとき、枠で囲まれた部分に補足情報が表示されますが、これは音声ブラウザでは読むことができません。テキストリンクの下に、補足情報をテキストで入れるようにしましょう。

評価

画像にはALT属性をつけること

★★★

ALT属性はついているようですが、適切でないところがあります。

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

★★★

ALT属性はついているようですが、適切で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

★★★

外国語は少ないようです。

色によって伝えられる情報は、色がなくても伝わるようにすること

★★★

それほど問題はないと思います。

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

★★★

それほど問題はないと思います。

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

★★★

概ね読み上げられると思います。

総合評価

★★★

残念ながら、アクセシビリティへの配慮を意識しているとは感じられませんでした。