

Usability & Accessibility

38 ソフトバンクBB(株)

http://www.softbankbb.co.jp/

見栄え優先のデザイン、文字色やALT属性を再考せよ

Yahoo!BBなどの顧客情報漏洩事件は、企業における情報管理の難しさを提示するとともに、数百万人単位の対象ユーザーへの企業側の対応が注目された。事件の経緯、事件後の対策、社内調査結果などを、自社のWebサイトを使ってどのように情報公開しているか。今回はソフトバンクBBを例に、ユーザビリティ&アクセシビリティの面で漏れがないか、濱田・小川両氏が厳密な調査を実施した。

Usability (解説/小川祥子)

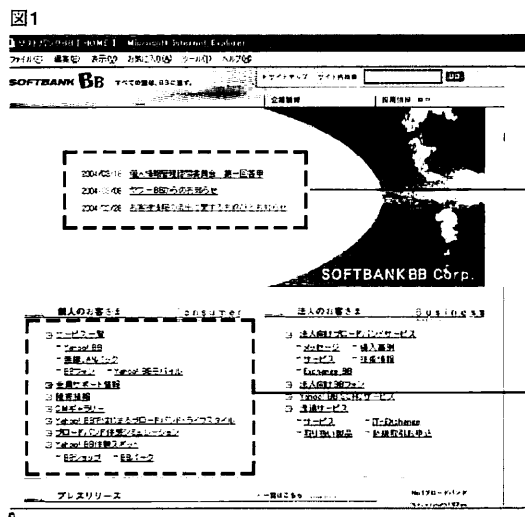


図2-1

2004/03/18 個人情報保護委員会 第一回報告
2004/03/08 Yahoo!BBからのお知らせ
2004/02/28 お客様情報漏洩に関するお詫と今後の取組

図2-2

- サービス一覧
 - Yahoo! BB
 - 無線LANパック
 - BBフォン
 - Yahoo! BBモバイル
- 会員サポート情報
 - 改善情報
 - お困りメール
 - Yahoo! BBで使えるブロードバンドライフスタイル
 - ブロードバンド住居シミュレーション
 - Yahoo! BB体験スポット
 - BBショップ
 - BBバンク

ソフトバンクBBの顧客情報流出問題は、ショッキングな事件でした。ショッピングやオークションのセキュリティ、さらにはブロードバンド接続や無線LAN環境のセキュリティ。インターネットユーザーにとって大切なこれらの情報管理、そして事件の経過について、同社のサイトではどのように発信しているのでしょうか。

【リンクの色も重要な機能】

このWebサイトは背景色を白にして、全体的に色を抑え、ビジネスライクでスタイリッシュなデザインになっています(図1)。一見とても見やすいのですが、トップページのリンクの色が違うのは少々戸惑います(図2-1、2)。さらに他のページではリンクは違う色で表現されていますが、これらは訪問済みであっても、その色が変わらないのです。

訪問済みリンクと未訪問リンクを色の違いで表現する機能は、ナビゲーションという意味でとても重要です。自分が「どのページを訪れたのか」という履歴を残すことで、そのサイトの中で迷子にならずにすみませす、また同じページを訪れるようなことも避けられます。Webブラウザに標準の機能であることから、

その重要性がうかがえると思います。

【リンクの処理によっては混乱招く】

ブラウザのデフォルト設定でのリンクの色を変える、あるいはリンクの下線を消してしまう、というデザインは、目新しいものではなくなってきました。スタイルシートを使用し、リンクにフォーカスした際に色が変わるというデザインもよく見受けられます。しかし、デザインを優先させてしまうせいか、文字色を極端に変更して、コンテンツの中のどの部分にリンクが張られているのかが判別しにくいサイトが少なくないのも事実です。また、「どのページを訪れたのか」を明確にしないデザインは、ユーザーを、特に高齢者のユーザーに混乱をもたらすという調査結果も出ています。

リンクの色を変えるのであれば、サイト全体を通して統一して、訪問済みリンクと未訪問リンクをユーザーが認識できるような配慮が必要です。

【可読性を犠牲にするのは本末転倒】

トップページの文字色が薄いグレーというのは、非常に読みにくいものです。白い背景色であれば黒い文字がもっとも見やすいとこ

とは言うまでもありません。しかしながら、このサイトと同様に文字色を淡くするデザインはよく見受けられます。これは制作者が、文字を「読ませるため」のコンテンツとして捉えず、「見せる」ためのデザインの一部として捉えているためではないでしょうか。デザインのために可読性を犠牲にするのは本末転倒です。せめて背景色と文字色のコントラストははっきりとさせるべきです。

上部のナビゲーション画像の文字も決して読みやすい大きさとは言えませんし、文字色も薄いものです(図3)。下部に配置されているパンくずリンク(図4)も同様に、文字が小さすぎますし、こちらはフォントが固定されているために、ユーザー側で大きくすることさえできないのです。

図3

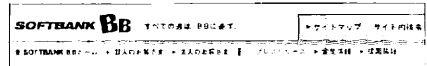
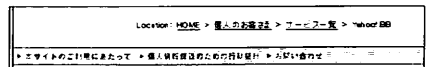


図4



全体のデザインに固執するあまり、ユーザーに「読みにくい」という印象を与えてしまっは、情報発信をしているとは言えません。せめて文字の大きさはユーザーが指定できるようにすべきです。

—— 評価 (満点は5つ星) ——

- サイトの目的が伝わること ★★★★★
- 学習しやすさ ★★★★★
- 効率性 ★★★★★
- 記憶しやすさ ★★★★★
- エラーを少なく ★★★★★
- 満足を与える ★★★★★
- 総合評価 ★★★★★

文字やリンクの色といった基本的な部分を見直せば、ユーザビリティはもっと向上できると思います。



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



ユーザビリティ分析担当
小川祥子
(株)ユーディット webクリエイター
shoko@udit.jp

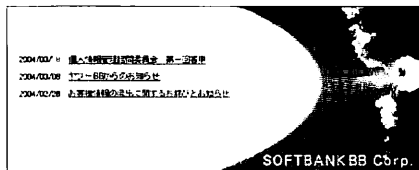
(株)ユーディット
URL http://www.udit.jp
「情報のユニバーサルデザイン」を目指し、アクセシブルなWebの制作やコンサルティング、高齢者や障害者も利用できるユニバーサルデザインの情報環境、製品の調査などを行っている。

Accessibility (解説/濱田英雄)

企業の個人情報管理に警鐘をならすきっかけとなったソフトバンクBBの顧客情報流出問題。はたして同社のWebサイトのアクセシビリティはどんな対応をとっているのでしょうか。

【ALT属性で正しい情報伝達を】(図5)

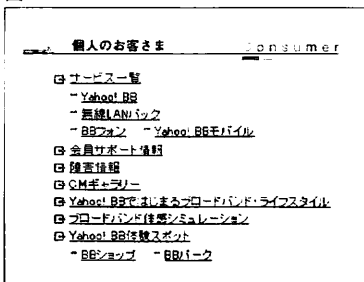
図5



トップページ上にあるお知らせですが、テキストではなく、イメージマップになっています。そのうち2つにはALT属性がついているのですが、残り一つ(3月18日分)にはありません。また、いずれも日付の情報が入っていません。ALT属性は正しくつけて情報を伝えるようにしましょう。

【音声での情報のわかりやすさ】(図6)

図6

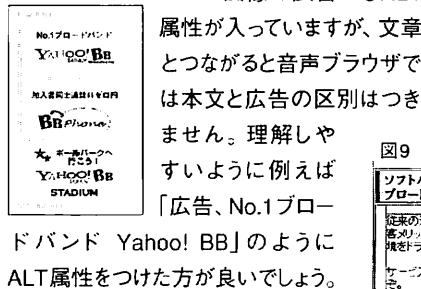


このように見出しがあり、メニューがあり、さらにサブメニューがある場合、音声ブラウザでは文章が理解できても、これらの関係の違いを理解するのは困難です。例えば、項目の前についているワンポイント画像のALT属性に、「メインタイトル」サービス一覧、「サブタイトル」Yahoo! BB、とつけるのも一つの手ですし、最初に「メイン」はメインタイトル、「サブ」はサブタイトルですのように説明を入れて、「メイン」サービス一覧、「サブ」Yahoo! BB、

とする方法もあります。あるいは「1.」サービス一覧、「1-1.」Yahoo! BB、といった具合に、番号を入れるのも良いかもしれません。ALT属性のつけ方に絶対的な正解はないと思いますので、どのようにすれば音声で理解しやすいかを各自で考えてみてください。

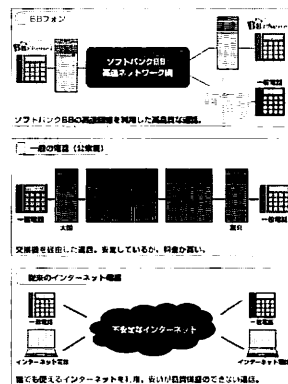
【広告のALT属性にも配慮を】(図7)

図7



【ALT属性で必要な情報】(図8)

図8



これらの画像は、それぞれの電話の特徴を表したものです。例えば2つ目の画像のALT属性には「交換機を経由した通話。安定しているが、料金が低い」とついていますが、ここには肝心の「どの電話の特徴」が入っていません。このような場合は「一般の電話(公衆網)の特徴、交換機を経由した通話。安定しているが、料金が低い」というようにALT属性をつけなければ、ユーザーに情報が正しく伝わりません。

【音声ブラウザの読み方】(図9)

これは、あるページのレイアウトテーブルを表示したものです。これを見ると、位置合わせのために、かなり複雑に表組みのためのテーブルが使われています。

音声ブラウザでは、図9に示した番号順に読み上げをさせていただきます。当然このような順番では内容を正しく把握することはできないでしょう。このような場合は、細かいデザインに気を配るより、音声での読み上げが正しくなるようなデザインテーブルを組むようにしましょう。

図9



----- 評価 (満点は5つ星) -----

画像にはALT属性をつけること ★★★

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 ★★★★★

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 ★★★

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 ★★★★★

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 ★★★

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 ★★

総合評価 ★★★

残念ながら、アクセシビリティへの配慮は今一歩というところでしょうか。