

ユーザー エクスペリエンス

5つの原則

ユーザー エクスペリエンスはサイトの良し悪しを大きく左右します。

世界中で日々、多くのサイトがリリースされるにつれ、ユーザーの獲得競争も激しさを増しています。このため、ユーザーが目を留めたほんの数秒の間に優れたユーザー エクスペリエンスを提供して、ユーザーのニーズに合ったサイトであることをアピールする必要があります。

優れたユーザー エクスペリエンスを実現するには、次の5つの原則が役に立ちます。



1 ユーザーの目的と マーケティング目標を設定する

「ユーザーの求める情報を提供しながら、マーケティング目標を達成するにはどうすればよいか？」を考えましょう。

ユーザーのニーズとマーケティング目標を両立させるには、サイトの主力商品や強みを把握して、特に優れた1~2個の要素に焦点を絞ります。

たとえば、Google では数多くのサービスや機能を提供していますが、Google.co.jp にアクセスするユーザーに期待する行動は「検索」に絞られています。

ヒント

まず、次の点を確認しましょう。

1. ユーザーがサイトを発見する経路は？
2. ユーザーは何を探しているか？
3. ユーザーの求めるものを提供しているか？
4. ユーザーに期待する行動は？
5. 期待する反応を、ユーザーから引き出すにはどうすればよいか？

関連情報

Google アナリティクス - ユーザーによるサイトの利用状況を把握できる Google の無料アクセス解析ツールです。サイトに加えた変更がどのような影響を及ぼすかのテストをすることができます。

<http://www.google.com/analytics/ja-JP/>

ユーザーの求めるものは？



例

テクノロジー関連のニュース サイトであれば、前述の「ヒント」で挙げた質問の答えは次のようになります。

1. ユーザーの大半は検索エンジンを経由して、記事のページにアクセスしている。
2. ユーザーは、入力した検索キーワードに関連する記事のコンテンツを探している。
3. リンク先ページに記事の全文を掲載している。
4. 目標は、滞在時間と閲覧するページ数を増やしてもらうこと。
5. 期待する反応を、ユーザーから引き出す方法はわからない。

この例の場合は、他にも有益なコンテンツがあることをユーザーに示して、サイトの別のページの閲覧を促す必要があります。それには、ページの下部に関連記事や人気の記事を表示することが有効です。

2 シンプルなサイト構成にする

どのページにおいても、ファーストビュー（スクロールせずに見える範囲）で瞬時にユーザーの関心を捉え、メッセージを伝える必要があります。

そのためには、シンプルな階層でサイトを構成し、ユーザーに見せたいページや箇所を分かりやすくします。

また、サイトの情報をどう見せるかにも配慮が必要です。サイトに表示する情報は常に整理して、必要な情報とそうでない情報をユーザーが簡単に区別できるようにします。

ウェブサイトが論理的、直感的に構成されていないと、ユーザーは次に見るべきページがわからず迷子になってしまいます。この結果、サイト全体に対する不満が募り、サイトを離れる可能性が高まります。

ヒント

次の簡単なデザインのヒントを参考に、ページの構成を見直しましょう。

- **コントラスト:** 色や彩度、透過度を工夫して、ページの要素を引き立てます。
- **配置:** 共通性のある要素は、その関連性が伝わるように配置します。
- **余白:** 特定の要素の周囲に空白を残せば、その要素に注目してもらうことができ、視覚的にも魅力的なデザインとなります。
- **グリッド:** シンプルなグリッド（格子）内に要素を配置して、整然としたページ構成にします。

関連情報

ウェブマスター向けガイドライン - わかりやすい階層構造とサイトマップは、Google クローラによるコンテンツの検出に役立ちます。

<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=ja&answer=35769>

構成 を工夫する

コントラスト
サイズ
配置
余白
グリッド



例

ニュース サイトは階層を組んで構成します。速報や重要なニュースは、ユーザーの目に留まりやすい場所に配置します。その他のセクションの見出しは大きく太字で表示して、読みやすくします。写真や見出しのサイズやコントラストに配慮することで、ユーザーは注目すべき箇所や、次にどこを見るべきかなどが直感的に分かるようになります。

3 取るべき行動を ユーザーに示す

ユーザーが次に取るべき行動をサイト上で示します。次に取るべき行動は、「[購入]をクリック」「商品を購入」「関連記事を読む」などの行動を促す明確なフレーズで表現します。

ヒント

効果的な「行動を促すフレーズ」を作成するには、次の点を考慮しましょう。

- **強調:** サイズ、色、コントラスト、余白などを上手に利用して、行動を促すフレーズを強調します。
- **近接配置:** 行動を促すフレーズは、効果的な位置に配置します。たとえば、記事をメインとするページなら、その記事の下に行動を促すフレーズを配置します。
- **一貫性:** 行動を促すフレーズはサイト全体に表示して、デザインに一貫性を持たせます。

関連情報

Google アナリティクスのイベントレポート - サイトのデザイン変更による影響を測定することで、サイトでのユーザー行動や利用状況の変化や推移を常に把握することができます。Google アナリティクスのイベントレポートでは、事前に定義したページ要素に対するクリックを測定して、こうした変化を調べることができます。

<http://www.google.com/analytics/ja-JP/>



取るべき行動
を示す

強調
シンプル
インセンティブ
近接配置
一貫性

例

上のサイトは、わかりやすい構成でユーザーに期待する行動をはっきり伝えています。最初に商品画像がユーザーの目に入り、その後で詳しい情報を見たり、「購入」ボタンをクリックして商品を購入できるようになっています。

4 ユーザーの状況に合わせて サイトをカスタマイズする

サイトは、いつ、どこからアクセスされても、ユーザーに優れたエクスペリエンスを提供する必要があります。ユーザーの状況に応じて、サイトの利用方法は変わる可能性があります。このため、ユーザーの時間的な制約や使用しているデバイスの種類(携帯端末かPCか)を考慮する必要があります。

ヒント

次のヒントを参考に、ユーザーの立場でサイトの用途を考えましょう。

- **状況:** サイトの情報が必要とされる状況を考えます。
- **機能の絞り込み:** 携帯サイトでは、情報の検索に役立つメイン機能だけを提供し、高度な機能はPCサイトで提供します。
- **スピード:** ユーザーは時間に追われているため、サイトの読み込み時間は極力短くします。読み込み時間の短縮には、GoogleのPageSpeedツールをご利用ください。
- **操作性:** ユーザーは操作ミスをするもので、モバイルでは特に多くなります。このため、[戻る] ボタンを使わなくても、簡単に操作を取り消して元の場所に戻れるようにします。

関連情報

PageSpeed ツール - <https://developers.google.com/speed/pagespeed/>
サイトの処理速度の改善に役立つツールです。

GoMo サイト - <http://www.howtogomo.com/jp/>

ウェブサイトが携帯電話でどのように表示されているかを、簡単に確認できるツールです。モバイルサイトの構築に役立つさまざまなリソースもご用意しています。

ユーザーの状況を考慮する



例

レストランのレビュー サイトの場合、モバイル ユーザーは移動中で、歩きながらサイトを閲覧しているケースが考えられます。したがって、PC サイトを使う場合のように、複数のレストランのページを見る余裕はありません。代わりに、サイト側で携帯電話の GPS 情報を使ってユーザーの所在地を割り出し、検索キーワードを基に、近くの人気レストランを表示することが求められます。また、レビュー機能をさらに使いやすくするには、長いレビューに目を通す時間のない状況を想定して、人気の高い、短いレビューを表示するようにします。

サイトを利用しようと考えたユーザーの状況を考慮し、そうした状況に合わせてサイトをカスタマイズします。

5 ユーザーに繰り返しサイトを訪問してもらう

ここまで、ユーザーの求めている情報を把握し、ユーザーの状況に合わせてコンテンツを表示する方法をご紹介しました。

しかし、ユーザーに繰り返しサイトを訪問してもらうにはどうすればよいでしょうか？

オンラインでも、オフラインでも、ビジネスの生命線であるリピーターを獲得するには、求められる情報を提供するだけでなく、常に新しい何かがあるサイトだとユーザーに示す必要があります。

ヒント

新規のユーザーをリピーターに変えるには、次のような方法があります。

- **新しいコンテンツ:** 常に新しい、質の高いコンテンツを提供し、人気の高いページでそうしたコンテンツを紹介します。
- **人気のコンテンツ:** 人気の高いコンテンツに焦点を当て、利用者数をアピールします。こうした情報を毎日更新することで、常におすすめの新しい情報があることをアピールできます。
- **ソーシャル:** ユーザーのお気に入りのソー

シャル ネットワークから、サイトに簡単にアクセスできるようにします。そうしたネットワークには必ず、ユーザーにフォローしてもらうために必要なウィジェットが用意されています。サイトにアクセスしたことのあるユーザーには、人気の高いコンテンツをアピールして、繰り返しアクセスしてもらえよう促します。

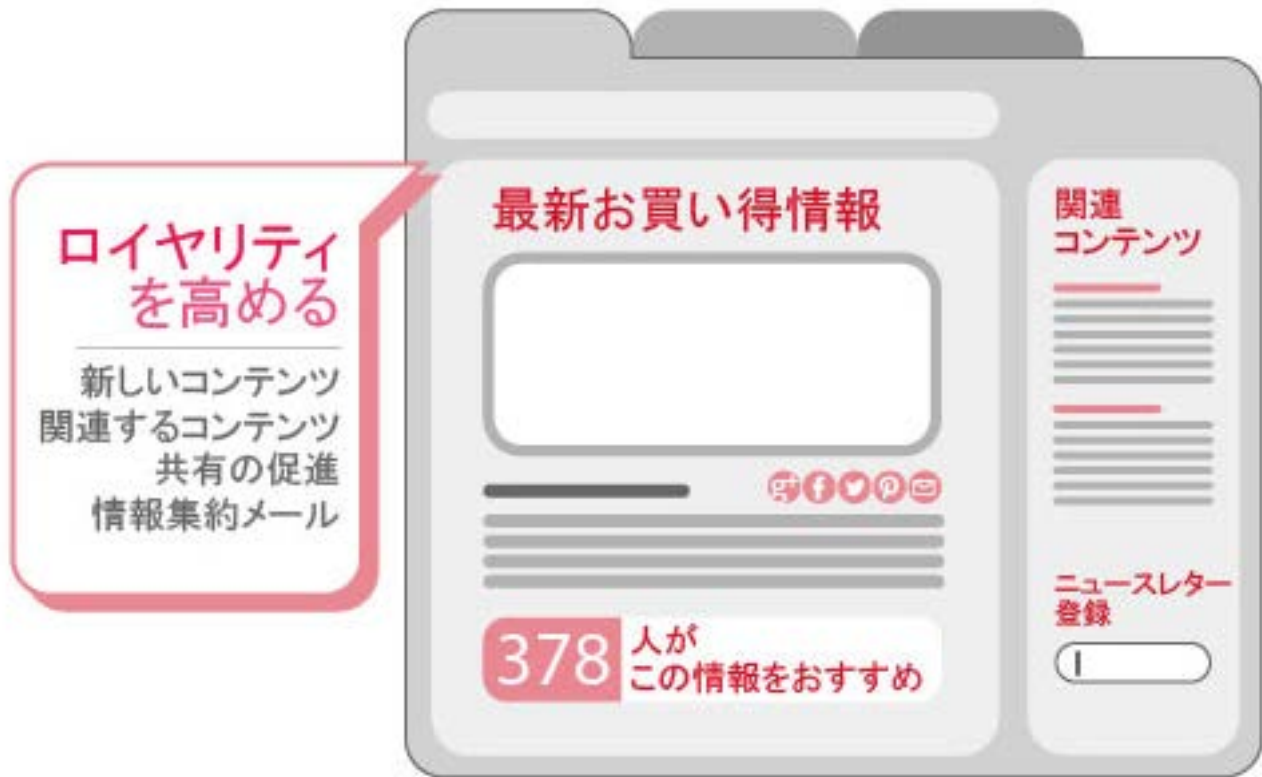
- **メール:** 最新情報やニュースレターを配信するメーリングリストへの登録が簡単にできるようにします。

関連情報

Google+ ページ

Google+ でユーザーに最新情報を配信しましょう

[http://www.google.com/+business/](http://www.google.com/+/business/)



例

お買い得情報を集めたサイトの場合は、最初にユーザー登録を促し、ユーザーの関心のあるカテゴリに関する新しい情報がサイトに追加された場合に、メールで通知するようにします。また、個々のお買い得情報をおすすめしているユーザーの数を表示して、人気のある情報がわかるようにします。