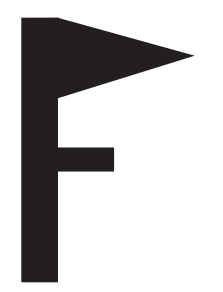


情報アーキテクチャ・ヒューリスティック: 批評のためのチェックリスト



見つけられる

- ユーザーは探しているものを簡単に見つけられますか？
- チャンネルやデバイスをまたいで見つけやすさがどのように影響を受けていますか？
- 複数の方法でアクセスできますか？
- 提供されているものを外部や内部の検索エンジンがどのように「見る」ことができますか？
- 情報は結果を考慮してフォーマットされていますか？
- 示される結果をより役立つものにするために何が提供されていますか？

コンテンツに到達するための複数の方法がサポートされていますか？

検索は見つけやすく、一貫して配置されていますか？

検索は使いやすいですか？

修正と改良をサポートしていますか？

クエリビルダーは効果的に使用されていますか？ (スペルチェック、ステミング、コンセプト検索、およびシソーラス検索)

サイト内検索の結果リストの上部に有用な結果がありますか？

ファインダブル: ナビゲート可能なウェブサイトと発見可能なオブジェクトを設計するよう努力しなければいけません。それによってユーザーは必要なものを見つけれらるようになります。

簡潔さ: 無関係な情報でユーザーを過負荷にしないこと。



アクセスできる

- 期待されるすべてのチャンネルとデバイスを介して使用できますか？
 - 「その他」のチャンネルを介して使用された時にどれぐらいの適応性と一貫性がありますか？
 - 障害のあるユーザー*に配慮するためにアクセシビリティのコンプライアンスのレベルを満たしていますか？
- *世界の人口の20%以上が障害を持っていることに注意してください。

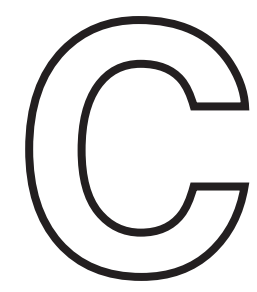
システムと現実世界の一致: システムは、システム指向の用語ではなく、ユーザーにとって馴染みのある単語、言い回し、概念を用いて、ユーザーの言葉を話す必要があります。現実世界の慣習に従い、情報を自然で論理的な順序で表示します。

クリック疲労を感じることなくサイト内を移動できますか？

建物にエレベーターやランプがあるのと同じように、障害を持つ人々(人口の10%以上)がウェブサイトにアクセスできる必要があります。今日においてそれは良いビジネスであり、行うべき倫理的なことであり、やがてそれは法律になります。

適応性: 特定のユーザー、ニーズ、求める戦略に対して適応し形づくる。パーヴァンプ(広がり渡る)情報アーキテクチャモデルの能力。

一貫性: 目的、コンテキスト、設計対象の人々に適合し、それが活動する複数の異なるメディア、環境、時間に沿って同じロジックを維持する、パーヴァンプ(広がり渡る)情報アーキテクチャモデルの能力。



明快である

- 簡単に理解できますか？
- ターゲット集団の階級や読解力は考慮されていますか？
- タスク完了までの道筋は明白で気が散ったりしませんか？
- ユーザーはそれを簡単に説明できそうですか？

美的でミニマリストなデザイン: 対話には、関係のない、またはめったに必要とされない情報を含めるべきではありません。対話において余分な情報部品はすべて、関連する情報部品と競合し、相対的な可視性を低下させます。

検索において: 何が検索されたか、どのようなクエリだったか、いくつかの結果が返ったか、明確ですか？

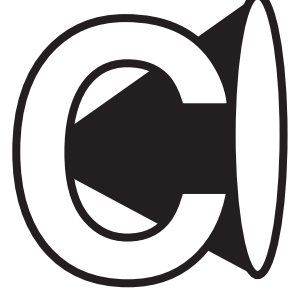
ラベルは明確で意味のあるものになっていますか？

明瞭さ: 情報コンテンツが迅速かつ正確に伝えられている。

識別可能性: 表示された情報は正確に判別できる。判読性: 情報が読みやすい。

一貫性: 優れたデザインで、ユーザーの期待に準拠している。

削減: 大規模な情報セットを管理し、増え続ける情報ソース、サービス、商品から選択することに関連するストレスと欲求不満を最小限に抑えるための、パーヴァンプ(広がり渡る)情報アーキテクチャモデルの能力。



伝わりやすい

- ユーザーのステータス、場所、権限は明らかですか？
- 全体を通してメッセージはどのように用いられていますか？ 想定されたタスクやコンテキストにおいてメッセージは効果的ですか？
- ナビゲーションとメッセージは、チャンネル、コンテキスト、およびタスクをまたいで、一貫性があり、指向する場所の感覚を作るのに役立ちますか？

システム状況の可視性: システムは常に、適切なフィードバックを通じて、何が起きているかを妥当な時間内にユーザーへ通知する必要があります。

記憶よりも認識。オブジェクト、アクション、オプションを可視化して、ユーザーの記憶負荷を最小限に抑えます。ユーザーが、対話のある部分から別の部分へと情報を覚えておかなくても進むようになります。システムの使い方は説明は、見えるようになっていくか、必要な時にいつでも探し出せるようになっていくべきです。

このサイトが何についてのものでありどのようなコンテンツがあるかをユーザーに示していますか？

ここが何のサイトで、その中のどこなのか、という両方の意味で、自分がある場所が明確ですか？

自己説明性: 各対話のステップがシステムからのフィードバックを通じてすぐに理解できる場合、または要求に応じてユーザーに説明される場合、対話は自己説明的といえます。

検出性: ユーザーの注意は、必要としている情報に向けられます。

場づくり: 方向感覚の喪失を減らし、場所の感覚を構築し、デジタル、物理、およびクロスチャネル環境全体で読みやすさとウェイファインディングを向上させる、パーヴァンプ(広がり渡る)情報アーキテクチャモデルの能力。



役に立つ

- 使いものになりますか？ ユーザーは、大きな欲求不満を抱えたり途中で放棄することなくタスクを完了できますか？
- 忠誠心をもつユーザーだけでなく新しいユーザーに対しても彼らのニーズをユニークに満たす方法でサービスを提供していますか？
- ユーザーが次に行きたい場所へ導く、いくつかのナビゲーション手段がありますか？ それらは明確にラベル付けされていますか？

ユーザーがエラーを認識、診断、および回復できるようにします。エラーは、問題を正確に示すわかりやすい言葉で表現し、建設的に解決策を提案する必要があります。

以前にここに来たことがあり探しているものを知っているユーザーにとって役立ちますか？

コンテンツに到達するための最良の方法を強調していますか？ 検索中: 結果ごとに有用なコンポーネントが表示されていますか？ 結果は役立つ方法でグループ化されていますか？

私が次に行きたい場所へ導く、いくつかのナビゲーション手段がありますか？ それらは明確にラベル付けされていますか？

ユーザブル(使える): 使いやすさは依然として重要ですが、インターフェイス中心のメソッドとヒューマンコンピュータインタラクションの観点は、ウェブデザインのすべての側面に対応しているわけではありません。つまり、ユーザビリティは必要ですが、十分ではありません。

ユースフル(役立つ): 実践者として、私たちはマネージャーによって描かれた線の中を塗るだけで満足してはいけません。私たちは、自分たちの製品とシステムが役立っているかを問う勇氣と創造性を持ち、技巧と媒体に関する深い知識を活用して、より役立つ革新的なソリューションを定義する必要があります。

タスクへの適合性: 対話は、それがユーザーの効果的で効率的なタスク完遂を補助している時、タスクに適合していると言えます。

相関: 情報、サービス、商品同士の関連性を示唆して、ユーザーが明確なゴールを達成したり潜在的なニーズを刺激したりするのに役立つ、パーヴァンプ(広がり渡る)情報アーキテクチャモデルの能力。



信頼できる

- そのデザインは、利用テキストや対象者に通っていますか？
 - コンテンツはタイムリーに更新されていますか？
 - プロモーションコンテンツは過剰になっていませんか？
 - 実在の人物に連絡するのは簡単ですか？
 - 認証情報を簡単に確認できますか？
 - 必要な場所にヘルプ/サポートコンテンツがありますか？
- 機密の個人情報を要求する場合は特に重要です。

ヘルプとドキュメンテーション: システムをドキュメント化せずに使用できる方が良いとしても、ヘルプとドキュメンテーションを提供する必要があります。そのような情報は、検索が容易で、ユーザーのタスクに焦点を合わせ、実行する具体的な手順をリストし、そして多すぎないようにする必要があります。

信頼: Web Credibility Project(ウェブ信頼性プロジェクト)のおかげで、ユーザーが伝えられたことについて信頼し、信じるかどうかに影響する、デザインの要素がわかりはじめています。

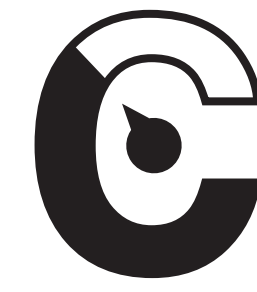
以前にここに来たことがあり探しているものを知っているユーザーにとって役立ちますか？

ユーザブル(使える): 使いやすさは依然として重要ですが、インターフェイス中心のメソッドとヒューマンコンピュータインタラクションの観点は、ウェブデザインのすべての側面に対応しているわけではありません。つまり、ユーザビリティは必要ですが、十分ではありません。

ユースフル(役立つ): 実践者として、私たちはマネージャーによって描かれた線の中を塗るだけで満足してはいけません。私たちは、自分たちの製品とシステムが役立っているかを問う勇氣と創造性を持ち、技巧と媒体に関する深い知識を活用して、より役立つ革新的なソリューションを定義する必要があります。

タスクへの適合性: 対話は、それがユーザーの効果的で効率的なタスク完遂を補助している時、タスクに適合していると言えます。

相関: 情報、サービス、商品同士の関連性を示唆して、ユーザーが明確なゴールを達成したり潜在的なニーズを刺激したりするのに役立つ、パーヴァンプ(広がり渡る)情報アーキテクチャモデルの能力。



制御できる

- ユーザーが当然達成したいはずのタスクや情報は利用可能ですか？
- エラーはどの程度適切に予測され、排除されますか？
- エラーが発生した場合、ユーザーはどれだけ簡単に回復できますか？
- ユーザーが自分のコンテキストに合わせて情報や機能を調整できる仕組みは提供されていますか？
- 出口やその他の重要なコントロールは明確に印づけられていますか？

ユーザー制御と自由: ユーザーはしばしば誤ってシステム機能を選択するので、余計な対話を經由せずに不本意な状態を抜くための、明確に印づけられた「緊急出口」が必要になります。

エラー防止: 適切なエラーメッセージよりも優れているのは、そもそも問題が発生しないように注意して設計することです。

柔軟性と利用効率: アクセラレーターは、初心者ユーザーには見えず、多くの場合熟練ユーザーのインタラクションを加速させます。これは経験の浅いユーザーと深いユーザーの両者をまかなうものです。ユーザーが頻繁に使うアクションを調整できるようにします。

制御可能性: 目標に到達するまで、ユーザーがインタラクションを開始したりその方向とペースを制御できる場合、対話は制御可能であると言えます。

エラーの許容: 入力に明らかなエラーがあるにもかかわらず、ユーザーが何もしない、あるいは最小限のアクションで目的の結果を達成できる場合、対話はエラーに寛容であると言えます。

個別化への適合性: ユーザーのタスクのニーズ、個人設定、スキルに合わせてインターフェイスソフトウェアを変更できる場合、対話は個別化可能であると言えます。



価値がある

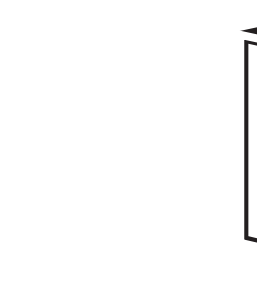
- それは対象ユーザーにとって望ましいものですか？
- チャンネル間の相互作用を通して、期待に合致していますか？
- ユーザーはその価値を簡単に説明できますか？
- 成功はどのように測定されますか？ それは収益に貢献していますか？
- 顧客満足度は向上しますか？

範囲と深さはバランスが取れていますか？

魅力: 効率性の追求は、イメージ、アイデンティティ、ブランド、その他のエモーショナルデザイン要素の力と価値への感謝によって、和らげられなければなりません。

有益さ: 我々のサイトはスポンサーに価値を提供しなければいけません。非営利の場合、ユーザーエクスペリエンスはミッションを前進させるものでなければいけません。営利目的では、収益に貢献し、顧客満足度を向上させるものでなければいけません。

ユーザーの期待への適合: 対話には、一貫性があり、タスクの知識、教育、経験といったユーザー特性、および一般に受け入れられている慣習に対応している場合、ユーザーの期待に適合していると言えます。



学習できる

- すぐに把握できますか？
- より複雑なプロセスを容易にするために何が提供されていますか？
- 覚えられますか？
- 簡単に順を追って思い出せますか？
- 予測できるほど一貫した振る舞いになっていますか？

一貫性と標準: ユーザーが、異なる言葉、状況、行動が同じことを意味するかどうか疑問に思うようではいけません。プラットフォームの規則に従ってください。

対話は、学習時間を最小化するような学習段階へユーザーを案内する場合、学習への適合を補助していると言えます。

理解しやすさ: 意味は明確に理解可能で、誤解の余地がなく、説明可能で、認識可能であること。



喜びがある

- 他の類似のエクスペリエンスや競合との差別化要因は何ですか？
- どのようなチャネル間の繋がりによって、喜びが探求されますか？
- ユーザーの期待を満たすだけでなくどのようにそれを超えていますか？
- どのような意外性を提供していますか？
- どのように現在の当たり前を提供し、またそれを並外れたものにしていきますか？

歴史的に、「喜び」のヒューリスティックな測定法については語られてきませんでしたが、ユーザーの期待を超えることによる差別化や目標の考慮は、消費者にとってますます重要になっています - 特にクロスチャネルソリューションの検討においては。

ヒューリスティックの出典

Nielsen/Molich - 1990 Usability Heuristics

Lou Rosenfeld - 2004 IA Heuristics

Peter Morville - 2004 UX HoneyComb

ISO 9241 Ergonomics of Human System Interaction - 2006

Resmini/Rosati - 2011 Pervasive IA Heuristics

This poster is brought to you by:

