

株式会社 IMJ モバイル
東京都目黒区青葉台 3-6-28
代表取締役社長 川合 純一

スマートフォンのインタラクティブデザインに関する ユーザビリティ調査

～最も支持される JavaScript の表現方法とは～

株式会社アイ・エム・ジェイ(JASDAQ 4305)のグループ会社である株式会社 IMJ モバイル(本社:東京都目黒区 代表取締役社長:川合 純一)は、「スマートフォンのインタラクティブデザインに関するユーザビリティ調査」を実施いたしました。

調査期間は 2011 年 9 月 14 日～9 月 15 日、有効回答数は 412 名から得られました。

調査結果概要

スマートフォンの普及に伴い、インタラクティブ性が高いサイトが求められています。

スマートフォンサイトを構築する際の効果的な表現方法として JavaScript の活用がありますが、実際に JavaScript を使った表現方法がユーザーに与える印象について実例を用いた調査を行いました。

調査の結果、シンプルにわかりやすい表現方法はユーザーに好感を持たれていることがわかりました。そのため、スマートフォン特有のフリックやスライドは使用するポイントを厳選して取り入れることが大切と言えます。例えば、「アコーディオンを使用する場合にはナビゲーションを左側に設置する」、「サブウィンドウを利用する場合には最近 PC サイトでよく使われているモーダルウィンドウを用いる」など、ユーザーが触れる機会の多い表現方法を組み込むことがポイントとなります。

調査のトピック

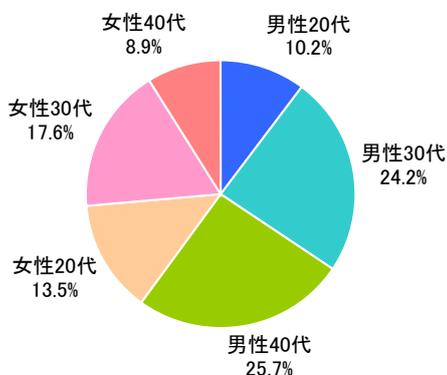
- ・ タブは強調することで「迷わず操作できる」「見やすい」印象に
- ・ アコーディオンがある場合は、左側にナビゲーションを設置した方がわかりやすい
- ・ 複数のバナーをフリック機能を用いて見せる場合、一度に表示させるバナーの数は 1 つが「操作しやすく」「押しやすい」
- ・ 小バナーは順次見せるよりも、セットで切り替わる方が「文字が見やすく」「負担を感じない」
- ・ サブウィンドウを表示させる場合、スライド形式によって表示するよりもモーダルウィンドウ形式の方が支持されている
- ・ サブメニューを表示させる場合、アコーディオン形式で表示した方が「リンク・ボタンが押しやすく」「操作しやすい」

調査結果詳細

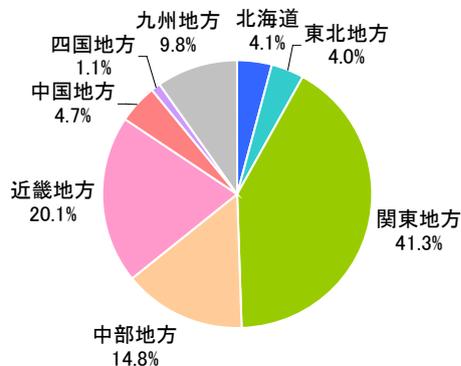
■ 調査概要

- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 20～49歳のiPhone(iOS3.0以上)、AndroidOS(Android 1.6以上)を保有する男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 412 サンプル
- ・調査日時 : 2011年9月14日～9月15日

■ 性年代(n=412)



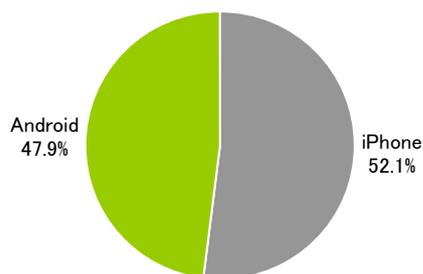
■ 居住地域(n=412)



■ 職業(n=412)



■ 保有 OS(n=412)



■ タブの表現方法の違いによる比較

タブの表現方法の違いによるユーザー印象の変化を調査するため、以下の2パターンのサイトA、Bを比較しました。



選択されているタブの色が変化



選択されているタブの色が変化、強調

■ タブは強調することで「迷わず操作できる」「見やすい」印象に

選択されているタブの文字色が変わるだけのサイト A、選択されているタブの文字色が変わり強調されるサイト B を比較したところ、タブの文字色が変わり強調されるサイト B が総合相対評価においてサイト A を大きく上回る結果となりました。

「文字が見やすい」(79.4%)、「リンク・ボタンが押しやすい」(75.7%)など使いやすさを問う項目以外にも、「迷わないで操作できそう」(79.6%)、「操作後の動きが想像できる」(75.0%)といった、スマートフォン特有の操作を意識した項目においても支持を集めていることがわかりました。

図1 サイト A、B の項目別相対評価(単一回答)

【n=412】

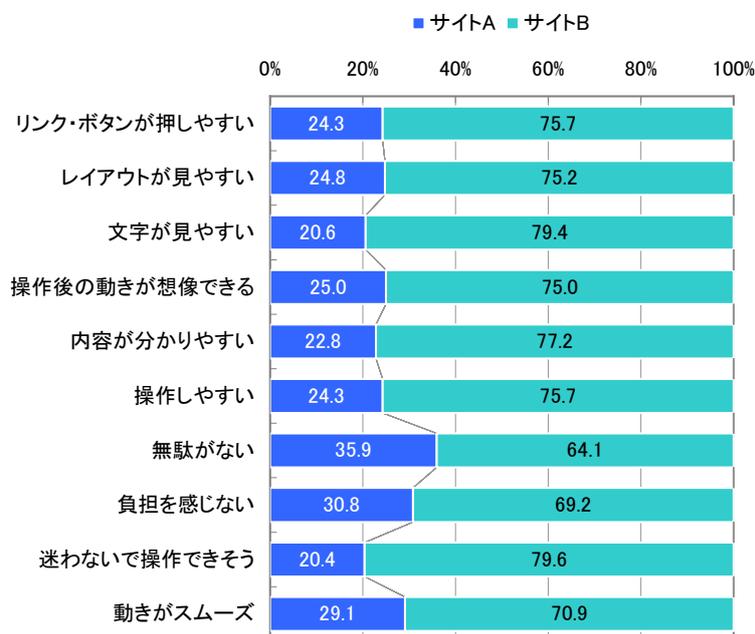
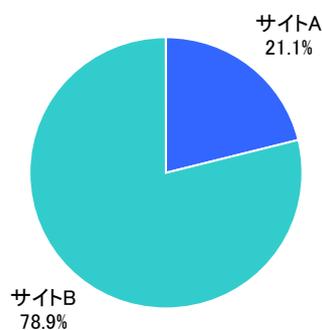


図2 サイト A、B の総合相対評価(単一回答)

【n=412】



■ アコーディオンの表現方法の違いによる比較

アコーディオンの表現方法の違いによるユーザー印象の変化を調査するため、以下の4パターンのサイトA、B、C、Dを比較しました。



「+」のナビゲーションを右側に設置



「▼」のナビゲーションを右側に設置



「+」のナビゲーションを左側に設置



「▼」のナビゲーションを左側に設置

■ アコーディオンがある場合は、左側にナビゲーションを設置した方がわかりやすい

アコーディオンの箇所を「+」を使って右側に設置したサイトA、「▼」を使って右側に設置したサイトB、「+」を使って左側に設置したサイトC、「▼」を使って左側に設置したサイトDを比較したところ、ナビゲーションを左側に設置したサイトCサイトDが、サイトAサイトBよりも総合的に上回る結果となりました。

サイトCとサイトDは各項目において僅差であることから、「+」と「▼」という記号による印象の違いはあまり無いことが推測できますが、右側よりも左側に設置したサイトCサイトDが「迷わないで操作できそう」(69.2%)、「文字が見やすい」(67.9%)、「リンク・ボタンが押しやすい」(64.1%)とほぼ全ての項目においてサイトAサイトBを上回る結果となりました。

図3 サイトA、B、C、Dの項目別相対評価(単一回答)

【n=412】

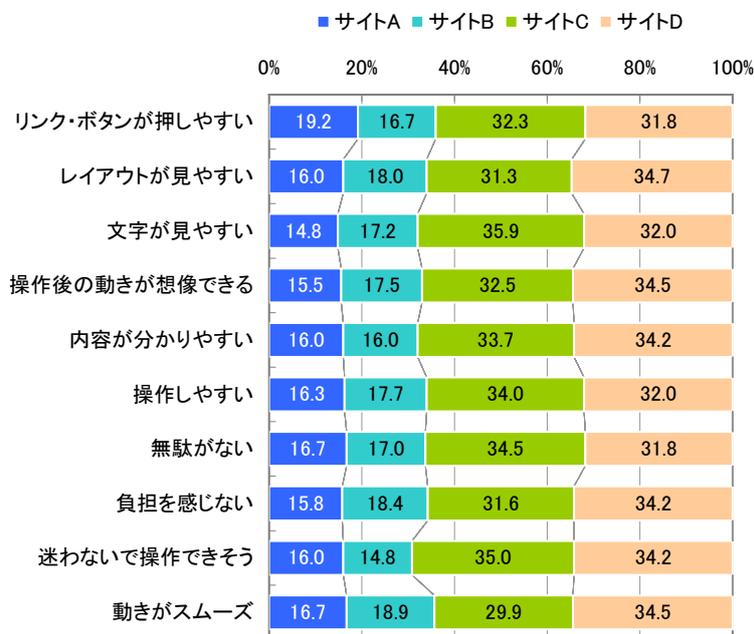
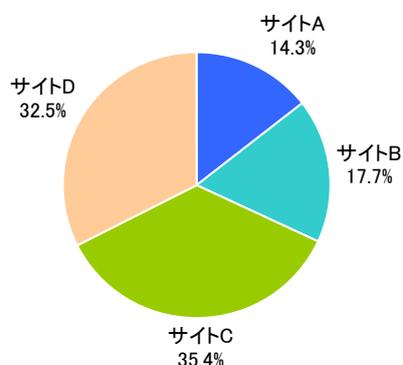


図4 サイトA、B、C、Dの総合相対評価(単一回答)

【n=412】



■ バナーの表現方法の違いによる比較

バナーの表現方法の違いによるユーザー印象の変化を調査するため、以下の3パターンのサイトA、B、Cを比較しました。



左右に操作ボタンを配置



フリックによるスライド



左右の操作ボタンにより回転するようにバナーが移動

■ 複数のバナーをフリック機能を用いて見せる場合、 一度に表示させるバナーの数は1つが「操作しやすく」「押しやすい」

複数のバナーをフリック機能を用いて表示したい場合に、左右に操作ボタンを設置し切り替えるサイト A、フリックによるスライドで切り替えるサイト B、左右の操作ボタンで回転するように切り替えるサイト C を比較したところ、左右に操作ボタンを設置しボタンで切り替わるサイト A が全ての項目においてサイト B サイト C より上回る結果となりました。

「操作後の動きが想像できる」(55.8%)、「迷わないで操作できそう」(57.5%)といったスマートフォン特有の動きを意識した項目においても、シンプルな動きでバナーが切り替わるサイト A が、動きを取り入れたサイト B サイト C よりも支持を集めていることがわかりました。

図5 サイト A、B、C の項目別相対評価(単一回答)

【n=412】

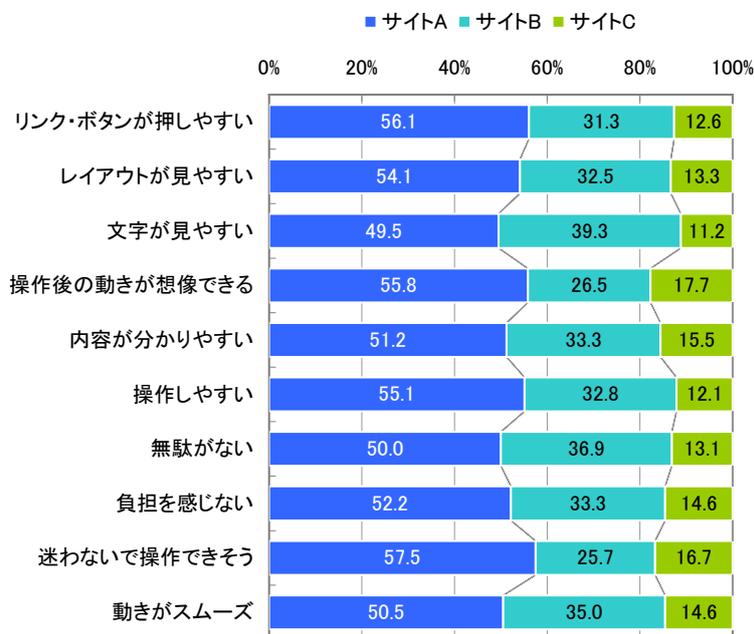
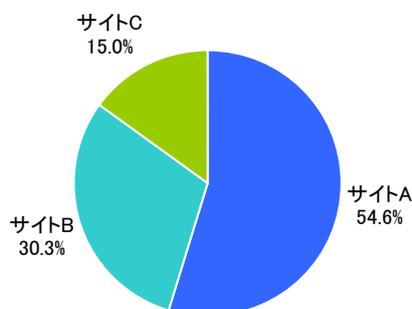


図6 サイト A、B、C の総合相対評価(単一回答)

【n=412】

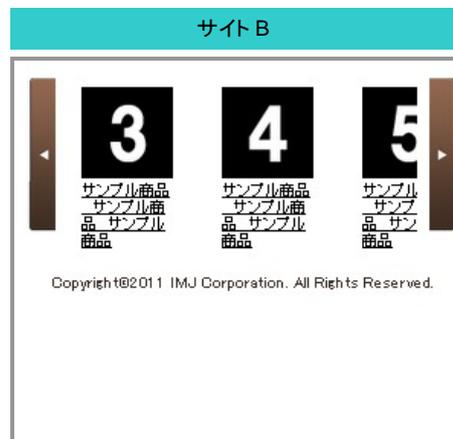


■ 小バナーの表現方法の違いによる比較

小バナーの表現方法の違いによるユーザー印象の変化を調査するため、以下の 2 パターンのサイト A、B を比較しました。



小バナーが 3 つずつスライドする



小バナーが順次スライドする

■ 小バナーは順次見せるよりも、セットで切り替わる方が「文字が見やすく」「負担を感じない」

小バナーを複数見せたい場合、小バナーが3つずつスライドするサイトA、順次スライドするサイトBを比較したところ、3つずつスライドするサイトAが全ての項目においてサイトBを上回る結果となりました。「操作しやすい」(68.9%)、「無駄がない」(69.2%)、「負担を感じない」(68.0%)、「動きがスムーズ」(64.8%)といった、スマートフォン特有の操作に関する項目においても、サイトAがサイトBより支持を集めていることがわかりました。

図7 サイトA、Bの項目別相対評価(単一回答)

【n=412】

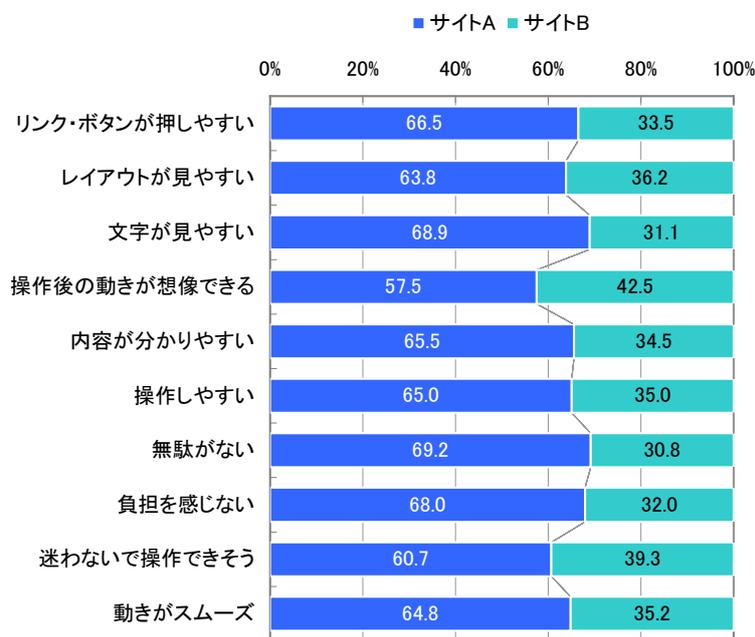
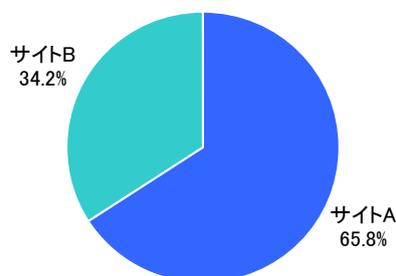


図8 サイトA、Bの総合相対評価(回答)

【n=412】



■ サブウィンドウの表現方法の違いによる比較

サブウィンドウの表現方法の違いによるユーザー印象の変化を調査するため、以下の3パターンのサイト A、B、C を比較しました。



ウィンドウが下から上にスライド



ウィンドウが左から右にスライド



モーダルウィンドウ(背景が透過) ※注1

※注1: 表示しているウェブサイト上に小さいウィンドウが表示されるインターフェース設計のこと。

■ サブウィンドウを表示させる場合、スライド形式によって表示するよりもモーダルウィンドウ形式の方が支持されている

サブウィンドウが下から上にスライドするサイト A、サブウィンドウが左から右にスライドするサイト B、背景が透過となるモーダルウィンドウで表示するサイト C を比較したところ、モーダルウィンドウで表示するサイト C が「文字が見やすい」(55.8%)、「操作しやすい」(52.2%)など、全ての項目においてサイト A サイト B を上回る結果となりました。

サイト A サイト B はページ遷移が発生する表示方法のため、ページ遷移をさせない表示方法が支持を集めていると推測されます。

図 9 サイト A、B、C の項目別相対評価(単一回答)

[n=412]

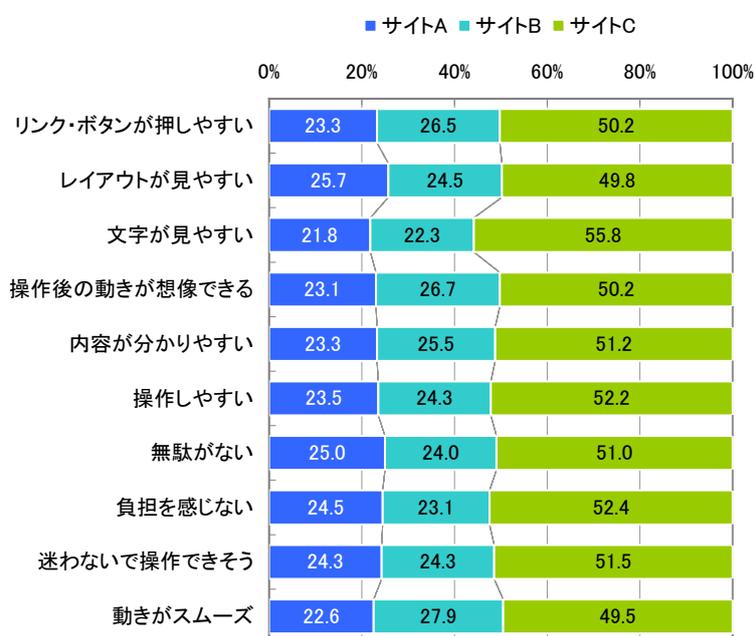
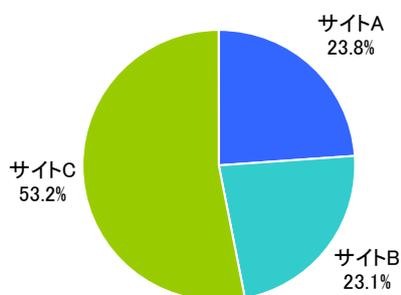


図 10 サイト A、B、C の総合相対評価(単一回答)

[n=412]



■ サブメニューの表現方法の違いによる比較

サブメニューの表現方法の違いによるユーザー印象の変化を調査するため、以下の2パターンのサイトA、Bを比較しました。



プルダウンで表示



アコーディオンで表示

■ サブメニューを表示させる場合、アコーディオン形式で表示した方が「リンク・ボタンが押しやすく」「操作しやすい」

サブメニューをプルダウンで表示したサイト A、アコーディオンで表示したサイト B を比較したところ、アコーディオンで表示したサイト B が全ての項目においてサイト A より上回る結果となりました。

「リンク・ボタンが押しやすい」(64.8%)「文字が見やすい」(64.1%)などの結果から、次のユーザー動作としてクリックが考えられるサブメニューにおいては、本文に被る表現方法よりも、本文に被らずある程度のエリアを保持する表現が支持を集めていると推測されます。

図 11 サイト A、B の項目別相対評価(単一回答)

【n=412】

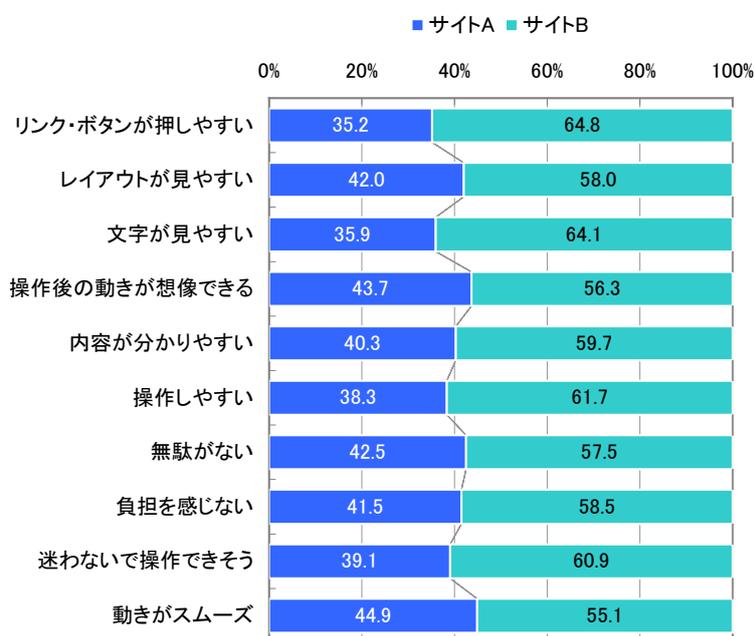
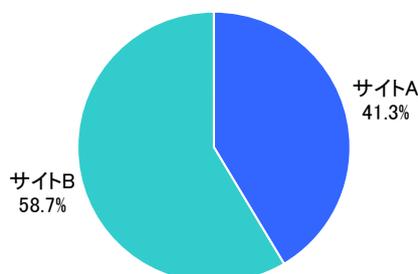


図 12 サイト A、B の総合相対評価(単一回答)

【n=412】



株式会社 IMJ モバイル 会社概要

株式会社アイ・エム・ジェイのグループ企業である IMJ モバイルは、調査分析から戦略立案、ユーザビリティ設計、クリエイティブ、システム開発、運用までのフルサービス&ワンストップサービスを提供しております。国内最大級の実績と経験をベースに、スマートフォンを含めたモバイル領域において、企業のデジタルマーケティングをサポートいたします。

- ・ 社名 株式会社 IMJ モバイル
- ・ 本社 東京都目黒区青葉台 3-6-28 住友不動産青葉台タワー
- ・ URL <http://www.imjmobile.co.jp/>
- ・ 設立 2000年7月18日
- ・ 資本金 3億963万7500円(2011年3月末現在)
- ・ 従業員数 246名(2011年3月末現在)
- ・ 事業内容 モバイルソリューション、モバイルコンテンツ、モバイル広告メディア等

<本件に関するお問合せ先>

■調査に関するお問合せ先

株式会社 IMJ モバイル <http://www.imjmobile.co.jp/>
マーケティング本部 プランニング室
TEL:03-6415-4352

■プレスからのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ <http://www.imjp.co.jp/>
広報室 広報グループ
TEL:03-6415-4257 E-mail:irpr@imjp.co.jp