

モバイルサイトの ベストプラクティス 10

優れたモバイルサイトは、携帯端末の小さな画面サイズや性能などを考慮して設計されています。ただ単に画面サイズだけを合わせておけばよいというわけではありません。そこで、モバイルユーザーにとって最適なサイトを作成するために重要な点を、10個のベストプラクティスにまとめましたのでご覧ください。



1. すばやく簡単に使えるサイト作り

モバイルユーザーが時間に追われているのはよくあることです。忙しいスケジュールをこなすため、オンラインのタスクを移動時間に割り込ませているケースも多いものです。サイトの読み込み時間を短縮し、テキストは目を通しやすいものにして、多忙なユーザーをサポートしましょう。

- ▶ モバイルユーザーが最も必要とするコンテンツや機能を優先します。
- ▶ デスクトップサイトの解析データを利用して、モバイルユーザーがどんなことをしているか調べます。
- ▶ 長文のテキストは避け、箇条書きを使って読みやすく構成します。
- ▶ 画像を圧縮して小さいサイズに抑え、サイトの読み込みを速くします。



2. シンプルなナビゲーション

操作がわかりにくいサイトを喜ぶユーザーはいません。明快なナビゲーションを用意することで、顧客が目的のものを見つけやすくなります。大規模なサイトや複雑なサイトでは検索機能を備えると便利です。

- ▶ スクロールは最小限に抑え、縦方向に限定します。
- ▶ メニューの階層構造を明確にし、ロールオーバーの使用は避けます。
- ▶ [戻る] ボタンや [ホーム] ボタンをわかりやすく設置して、階層間の移動を容易にします。
- ▶ ナビゲーション用のリンクは1ページあたり7つ以内に抑えます。
- ▶ 複雑なサイトでは、目立つ場所に検索ボックスを配置します。



3. 親指での操作を意識

携帯端末の操作には指を使います。特に親指が多く使われます。手の大きいユーザーでも簡単に操作できるようにサイトを設計しましょう。

- ▶ ボタンは大きめのサイズにして、中央に配置します。ボタン同士の間には十分なスペースを確保することで、クリックミスを防ぎます。
- ▶ 小さいボタンは、パディングの設定などで余白を調整し、クリック可能な面積を増やします。
- ▶ チェックボックスは、テキストの部分もクリックできるようにして操作しやすくします。



4. 視認性の高いデザイン

モバイル向けに考え抜かれたサイトは、ユーザーの目を疲れさせることなくメッセージを伝えます。読みやすさを意識しましょう。ユーザーは暗い場所にいるかもしれません。

- ▶ 背景とテキストとのコントラストを確保します。
- ▶ コンテンツは画面にきちんとおさまるようにレイアウトし、ピンチやズームを使わなくても読めるように配慮します。
- ▶ コンテンツを詰め込みすぎず、何も表示しないスペースも十分に残します。
- ▶ リンクやボタンの重要度がわかりやすいようサイズと色を工夫します。



5. アクセシビリティの確保

モバイルサイトは、すべての携帯端末で動作し、画面の向きを問わないのが理想的です。Flash は一部のデバイスでは動作しません。代替策を探しましょう。

- ▶ インタラクティブ性やアニメーションは HTML5 を使って実現します。
- ▶ 画面が縦長でも横長でも対応できるようにサイトを作成します。
- ▶ ユーザーが画面の向きを替えても表示箇所がずれないようにします。



6. コンバージョンの達成を容易にする工夫

どのような種類のサイトであっても、目的の操作を仮想キーボードやマウスのない環境で達成できるようにする必要があります。商品の購入や問い合わせが簡単にできるようにしましょう。

- ▶ 表示する情報は、コンバージョン達成につながるもの（商品の詳細情報など）に絞り込みます。
- ▶ 手続きなどを完了するのに必要なステップは少なくします。
- ▶ 申し込みなどの際に入力するフォームは短く、フィールド数はできる限り少なくします。
- ▶ チェックボックス、リスト、スクロールメニューなどを用意してデータ入力を容易にします。
- ▶ 電話番号にはすべて Click-To-Call 機能を付けます。



7. 地域性の重視

携帯電話のユーザーが求めるのは、最寄りのガソリンスタンド、近くで営業中のピザレストランなどのローカル情報です。ユーザーに見つけてもらい、来店してもらうのに役立つ機能を用意しましょう。

- ▶ トップページに住所や店舗検索機能を配置します。
- ▶ 地図や行き方を含めます。可能な場合は GPS を活用し、ユーザーの所在地に合わせてパーソナライズした情報を提供します。
- ▶ ユーザーが付近の店舗の在庫を確認できるようにします。



8. シームレスなウェブ体験の実現

ユーザーは一日のうちに色々な場所から何通りもの方法でインターネットに接続するようになってきています。デスクトップサイトの機能は可能な限りモバイルサイトでも提供し、デスクトップとモバイルがシームレスに感じられるウェブ体験を実現しましょう。

- ▶ よく検索される内容や、ショッピングカートの中身を保存できるようにします。
- ▶ サイトの主要な機能は、デスクトップやモバイルを含め、可能な限りすべてのチャネルで共通して提供します。
- ▶ 商品やサービスについての情報はどのサイトでも同じ内容を提供します。



9. モバイル サイトへのリダイレクト

モバイル サイトへのリダイレクトとは、携帯端末を使用しているユーザーを自動的に判別し、モバイル向けサイトに誘導することです。サイトにリダイレクトコードを実装して、ユーザーが携帯端末からアクセスしている場合は、モバイルに最適なサイトへ誘導しましょう。

- ▶ ユーザーの希望によりデスクトップサイトに戻れるようにする一方で、再度モバイルサイトに戻るのも簡単ようにします。
- ▶ 今後の訪問時にどちらのサイトを表示するか、ユーザーが選べるようにします。
- ▶ リダイレクト先のページには住所や店舗検索機能といった主要な情報を表示します。



10. 傾聴、学習、繰り返し

優れたモバイル サイトはユーザー志向です。つまり、対象ユーザーの声に基づいて設計されています。デスクトップサイトのユーザーに「モバイル サイトに求めるものは何か」を尋ね、テストと最適化を継続的なプロセスとして行います。

- ▶ 解析データを活用してサイトがどのように使われているかを調べます。
- ▶ 可能であれば（特に複雑なサイトの場合）、あらかじめテストを行います。
- ▶ サイトの公開後は、ユーザーからのフィードバックを集めて反映します。
- ▶ このプロセスを繰り返し行い、調査に基づいて継続的にサイトを改善していきます。