

# 新ユーザビリティ宣言

先鋭なる創り手は「使いやすさ」に挑戦する



photo : Nakamura Tohru (mermaid)

## 第2回 パイオニア株式会社 モバイルエンタテインメントカンパニー

**Pioneer**

# carrozeria

高性能は、やさしい。  
**サイバーナビ**

高性能をやさしく使いこなせるカーナビゲーション。

**CAR DVD**

これからは、クルマでDVDを楽しむ。

**carrozeria X**

手跡の領域へ、ハイエンドオーディオシステム。

「お出かけ」から「お帰りのまで」までリモコンの4つのボタンでOK!!

高性能は、やさしい。

**WHAT'S NEW**

■10月2日 新車種  
「ニューエクスカーバー」搭載CDインユニット (DCH-P99SH00) のご紹介を掲載いたしました。

■9月20日 新車種  
「ニューエクスカーバー」搭載CDインユニット (DCH-P99SH00) のご紹介を掲載いたしました。

[>>more](#)

カロッツェリアX  
九州地区デモカー 試験仕舞い済!

*a pride.*

すべてのクルマは、カロッツェリアで完成する。

**CYBER NAVI**

HDD搭載ハイパフォーマンスカーナビゲーション。

**CAR AV & AUDIO**

穿捨することなくこだわり抜いたオーディオシステム。

- サイトマップ
- COLUWIN
- PCリンクキット
- ROAD NAVIGATOR VIII
- WESON-ピコ音源搭載
- WESON-ピコ音源対応対応一覧表
- DVD「サイバーナビ」検索電話リンク機能対応検索電話一覧表
- DVD「サイバーナビ」関連情報
- Q&A SIMPLE MANUAL

Copyright (c) 2001 Pioneer Corporation. All Rights Reserved.

# PIONEER

[www.pioneer.co.jp/carrozeria/](http://www.pioneer.co.jp/carrozeria/)



## 製品開発における発想を刷新 ゼロから出発した「DVD[楽ナビ]」

パソコン、携帯電話と並んで「平成の三種の神器」と称される「カーナビ」。この新しい機器は、1990年代の登場以来、ここ数年で急激に普及し、出荷台数も今年に入って700万台を突破した。また、普通自動車における普及率も10パーセントを超えるまでに成長している。

パイオニアの開発するカーナビゲーションシステムは、常に業界をリードする技術で、DVDや音声認識をはじめとした最先端機能を搭載したものとして世に送り出されてきた。しかし、カーナビを利用するユーザー層をさらに拡大し、多様化するユーザーニーズに応えるために、「以前からの高機能・多機能だけではなく、『使いやすさ』の軸を追求する」(事業企画部 ITナビゲーショングループ 企画課 中根祐輔氏) ことになった。こうして誕生したのが「DVD[楽ナビ]」である。

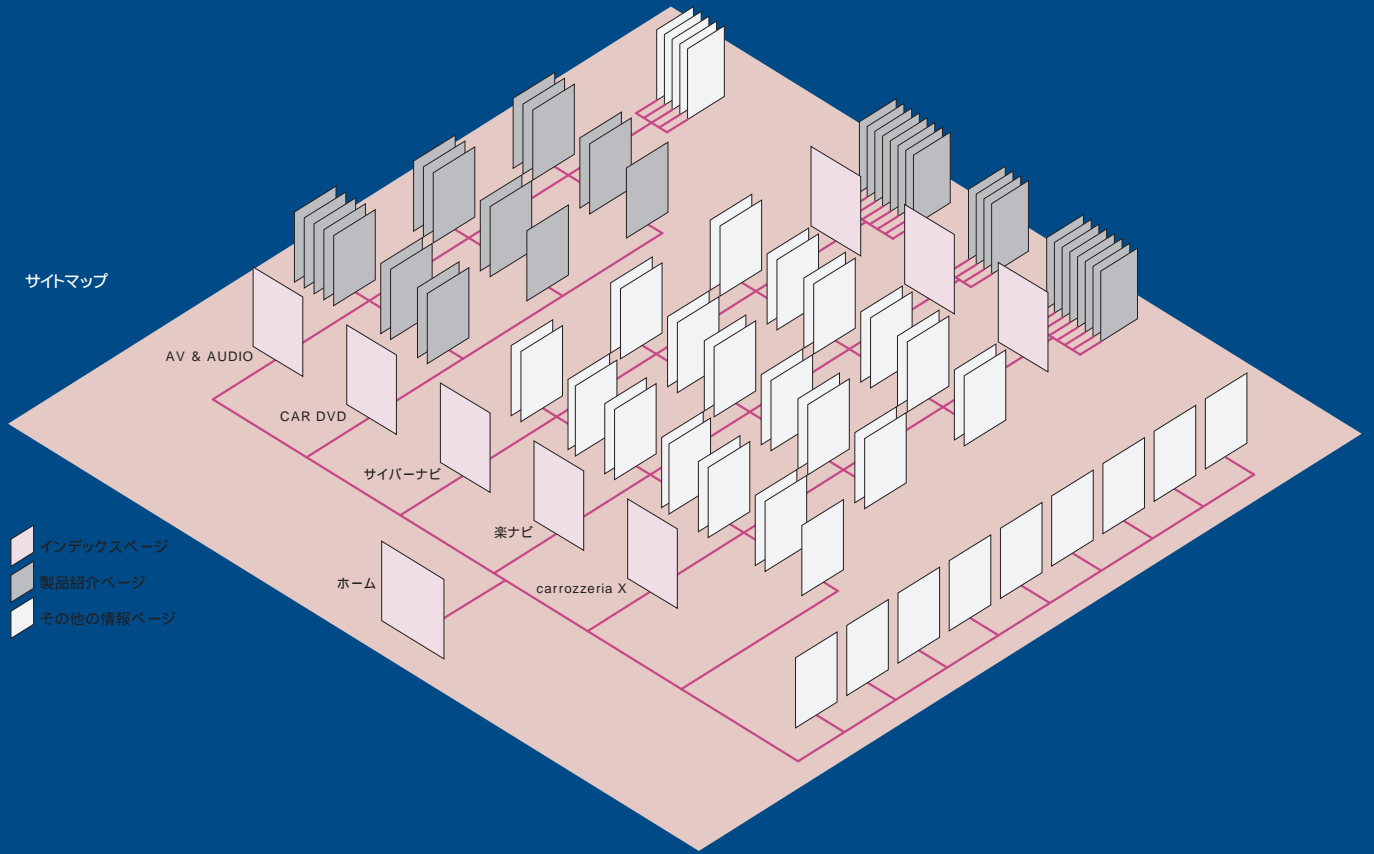
DVD[楽ナビ]は、ドライブ中に必要に

なるさまざまな操作が簡単にできる「Doリモコン」を装備している。この「Doリモコン」は、リモコン上のダイレクトボタンを押すことで、各操作のための専用メニューが即座に画面に表示され、その後リモコンと音声認識だけで簡単に操作できる。たとえば、ドライブに出かける際に、ルート探索を行うメニューを表示する「お出かけボタン」、ドライブの最中に周辺情報を探索する「周辺ボタン」などが前面に採用された。これは、従来のリモコンでも、機器を熟知していればテンキーに登録できたものを、あえて「使いやすさ」の点から見直し、リモコンのインターフェイスデザインを改良したものだ。その結果、DVD[楽ナビ]は、新しい購入者層である女性や高齢者のユーザーの獲得に成功している。

パイオニアでは、この開発に際して、企画から販売に至るすべてのプロセスをゼロから見直し、横断的なプロジェクトを立ち上げて、これまでの発想を刷新する取り組みを行った。たとえば、ターゲットユーザーの選定でも、従来の年代別ライフ

ステージによる仮説を変え、ユーザーの利用シーンを想定して潜在需要層を集め、意識調査(グループインタビュー)を試みた。この中から「渋滞に関すること」や「知らない場所で近くの店を探すこと」などのニーズを拾い出すことができた。

同社のカーナビに対するユーザビリティの取り組みは、今まさに組織的な取り組みへと向かっている。部内で1年前にユーザビリティのための検討会を発足させ、今年からITナビゲーショングループにユーザビリティの主担当を据えた。現在は、「これまでに社内でも蓄積されてきた開発や設計上の経験則をガイドラインとしてとりまとめている」(同部 戦略推進グループ プロジェクト推進課 川崎健一氏) ところで、今後、ガイドラインをベースとしたチェックシートを作成し、一連の開発サイクル中でのユーザビリティの向上を目指す。また、車の運転といった人の命に直接かかわる製品特性から、国の定めるガイドラインへの対応に加え、自社独自の安全性のためのガイドライン構築に取り組んでいる。



AV&AUDIO CAR DVD HDD[サイバーナビ] DVD[楽ナビ] carrozzeria X COLUMN sitemap

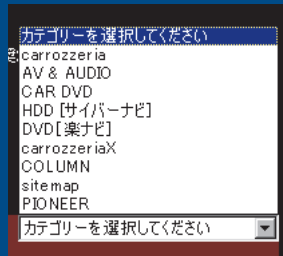
(1-2) カテゴリーの分類がわかりにくい

**a pride.**

シートに身を沈めた瞬間、熱い鼓動で語りかけてくる。  
 アクセルを踏み込むたびに、体感したことのないドラマが生まれる。  
 時代を先を行くテクノロジーと、研ぎ澄まされたあなたの感性が出逢うとき、  
 知っていたはずの空間が、鮮やかに変貌を遂げる。  
 そして、完成する。あなたのクルマが。  
 同じ道を走っても、同じ時は流れない。同じ景色は映らない。  
 カロッツェリア。それが、揃るきないプライド。

すべてのクルマは、カロッツェリアで完成する。

(1-1) ブランドのコンセプトが読める



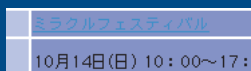
(2-1) 情報の階層がわからない



(2-2) ナビゲーションのデザインが統一されていない



(3-1) ボタンのように見えてしまう画像



(3-2) 見にくいリンク文字

■本体機能				
VICS用ビーコン受信機	ボイスコントロール	携帯電話リンク機能	ハンズフリー通話	PCカードスロット
HDDドライブ	最新32bit RISC-CPU +大容量SDRAM	IQ高精度	精度専用CM/ID/クリスタル 3Dハイブリッドセンサー	マルチフィールド マップマッチング
VICS/D/GPS/FM文字多重 放送用FM多音チューナー	EXTENSION端子	ETC対応(別売ユニット)	HELPNET対応 (別売キット)	
■TV機能				
7.0型ワイド低反射TV エリアアセット	ナビマップリンクTV局 エリアアセット	ナビBSSMオーディオチャンネル ボイスコントロール	ナビボイス画面 コントロール	HDDナビRGB接続
AGLR (アンチグレア・ ローリフレクション)	インテリジェント ディマー (3点式)	音声多重	インテリジェント トリガー機能	ARC
BSSM	5ワイドモード表示	2系統VIDEO入力 (RCA)	リアモニターアウト (映像)	音声出力 (IP/バス)
FMトランスミッター	Picture P	TVチューナー 4chダイバーシティ		

(3-3) ボタンが密集していて区別がつかない

## サイトの主眼点はブランディングとエンターテインメント性

今回はパイオニアのカーナビやカーオーディオのブランド「carrozzeria」のウェブサイトを取り上げる。当サイトの狙いは、「ウェブサイトブランディング活動の重要なツールとして位置付け、各種情報の受発信を通して、ブランド価値、企業価値の最大化を図ること（コーポレートコミュニケーション部 ホームページ委員会事務局 川上将夫氏）にある。

また、対象ユーザーを「生活を楽しむことに前向きな人々」とし、人々を徹底的に楽しませるためのエンターテインメント性に主眼を置く。ウェブサイトの活用シーンは、単純な情報収集からネット上でのユーザーの体験までをサイト上に演出することを想定している。そして、「ウェブサイトでの『楽しさ』『快適』『便利』を実現することが、ユーザビリティの本質につながる（同氏 先）として捉えようとしている。この点を留意して、ウェブサイトのユーザビリティを下記の5つの視点から総合的に診断していこう。

### 視点1：アイデンティティ

#### ～サイトとその運営者の表現

製品を紹介するためのウェブサイトでは、そのビジュアル・アイデンティティを確立することがまず最初に求められる。

「carrozzeria」のサイトでは、ユーザーの目に最初に飛び込んでくる部分であるページ左上に「Pioneer」のロゴを、一段下がって「carrozzeria」の大きなロゴをそれぞれ配置し、ここが「Pioneer」の「carrozzeria」サイトであることを明確に示しており、ユーザーは一目で「ここが何を

目的としたサイトであるか」を把握できる（240ページ画面参照）。

また、製品ラインとしての「carrozzeria」のテーマである「a pride. すべてのクルマは、カロッツェリアで完成する。」をページ下部にキャッチフレーズとして提示し、さらにその部分をクリックすると、このコンセプトに関する説明を読むことができる（1-1）。これは、ユーザーの製品に対するイメージの構築に大きく貢献している。

しかし、「サイト内に存在するコンテンツがトップページからおおよそ把握できるか」という点では、問題点も見受けられる。たとえば、製品カテゴリーの分類が一般のユーザーにとってはわかりにくかったり、「COLUMN」をクリックすると、「イベント情報」が表示されてしまったりするなど、ユーザーの閲覧行動をストップさせてしまう恐れがある（1-2）。

### 視点2：情報アーキテクチャー

#### ～静的な構造とわかりやすさ

ウェブサイトを検索エンジンや他サイトのリンクから訪問するユーザーは、サイトの入り口からではなく、いきなりサイト内の単一ページから見始めるケースが多い。そのため、サイト内のどのページからでも、サイト全体の構造を簡単に把握できるようなナビゲーション構造が求められる。

いくつかのページに設置されている上部ナビゲーションバーは、左に「carrozzeria」トップへのリンク、中央にページの上位カテゴリー名、右に「Pioneer」のトップページへのリンクが表示されていてわかりやすい。これを「carrozzeria」サイト全体で共通化すると、サイトのユーザビリティはより一層向上するだろう。

また、上部ナビゲーションのほかに、各ページ間の移動手段として、プルダウンメニュー（2-1）や縦に並んだメニュー（2-2）によるナビゲーションが提供されているが、階層レベルが異なるコンテンツが並列に並べられていたり、ページごとに構成が異なっていたりするなど、ルールが統一されていないためにサイト全体の構成が見えにくくなっている点は改善が望まれる。

### 視点3：インタラクション

#### ～動的な構造と使いやすさ

リンクテキストの視認性はサイトの使い勝手に大きく影響する。ページによって、水色の背景色に青色のリンクテキストといったコントラストの低い組み合わせが見られ、ユーザーの閲覧環境やハンディキャップによっては、そこがリンクであることや、どんな情報へのリンクなのかということがわかりにくくなっている（3-2）。

また、画像ボタンが表形式で20個近くも集合している部分がある（3-3）。このようにたくさんのリンクが集合している部分は、すでにクリックしたリンクとまだ見ていないリンクとの区別がつかないと情報の検索性が落ちてしまい、同じページを何度も見してしまうといった、ユーザーにとってのストレス要因となる。

それに加えて、リンクではないのにリンクに見えるような表現があったり、リンクを持つ画像と持たない画像が類似したデザインで隣接していたりするなど、ユーザーを混乱・困惑させるデザイン要素が多く見られる（3-1）。いくら素晴らしい内容のサイトであってリンクの表現がわかりにくければ、ユーザーはそれをうまく利用できないということを再確認する必要がある。

# 新ユーザビリティ宣言



(4-1) ALT表記がない

■ドルビー、DOLBY PRO LOGIC及びDTSはドルビーラボラトリーズの登録商標です。また、dts、DTS DIGITAL SURROUNDは米国デジタルシアターシステム社の登録商標です。■5.1マルチチャンネルサラウンドをお楽しみ頂くために、接続するDMDプレーヤーなど出力側には、5.1マルチチャンネルサラウンド対応の光デジタル出力が必要です。■「AMV-F9」は、6チャンネルDMDプレーヤー「XDV-F9」に付属のリモコンでも、すべての操作を行うことが可能です。■「AMV-F9」は、走行中、安全のためフロントビデオ出力は、運転手が見られないよう停止回路を装備しています。本体取付の際には、該当端子を必ず車両側のバーケンプレーキに接続してご使用ください。また、走行中の運転手が見ることのできる場所に設置されているTVモニターなどを接続しないでください。アンテナ延長ケーブル2mおよび6mが付属されています。6mのアンテナ延長ケーブルを使用する際はアンテナ延長ケーブル使用時と比べて、AMの受信感度が低下し、受信状況に影響を与えることがあります。

(4-2) X文字が読みづらい



(5-2) カーナビを擬似体験できる



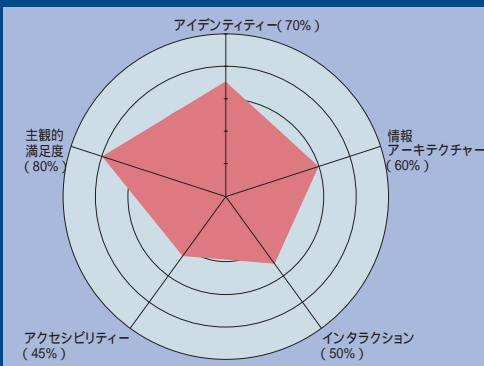
(5-3) リモコン操作を擬似体験できる

VICS用パソコン受信機/7.0型ワイドTV付  
CDユニット内蔵 第1期2  
HDDナビゲーションサーバーセット  
**AVIC-XH07V** NEW  
希望小売価格 315,000円(税別)

(4-3) 画像になっている価格表示



(5-1) ウェブで製品の取り扱い説明書が見られる



### [総合評価と考察]

サイト全体はブランドで統括されているが、「情報アーキテクチャー」としてのページレイアウト、配色、ページ構成、「インタラクティブ」における操作の一貫性などが保たれていない。また「アクセシビリティ」面で不用意にユーザーが限定されてしまう恐れがあるため、利用者の目的や状況への配慮を期待したい。

### 視点4：アクセシビリティ

#### ～さまざまな環境への配慮

アクセシビリティの側面からまず問題となるのが、必要以上にテキスト情報を画像にしているうえ(4-3)、それらの画像に対して適切なALT属性が記述されていない点(4-1)。また、一部のリンク機能をJavaScriptに頼っているため、テキストブラウザやモバイル端末のブラウザ、マウスを使わないで操作する環境などでは情報が受け取れない恐れがある。「この情報を伝えるために最適な手段は何か」を十分に検討し、画像による表現や互換性の低いスクリプトの使用が本当に必要であるかを再考するといいたい。

また小さな文字が密集していて読みづらい箇所(4-2)や、JavaScriptの記述不備のためにブラウザによってはページが表示されないといった問題が見られる。主要ブラウザ間での表示の互換性を確保するために、公開前の適切なチェックの徹底が求められる。

### 視点5：主観的満足度

#### ～ビジュアルとエンターテインメント性

実際のカーナビ画面を体験できるのは、購入を検討しているユーザーにとって有効な判断材料で、ウェブによる情報伝達の長所を活かしたよいコンテンツだ(5-2、5-3)。しかし、体験ムービーの開始と終了が明確に示されないまま繰り返して再生されてしまうため、ユーザーがコントロールを奪われたように感じる点は改善の余地がある。いかなる機能や演出も、ユーザー自身のコントロール感を保持することが大切なため、操作のインターフェイスをわかりやすく表現することが望まれる。

購入検討中のユーザーと既存ユーザーの双方に役立つ情報が「マニュアル」と「Q & A」だ。購入検討の段階では、実際の使用シーンを考えながら機能をチェックでき、既存ユーザーは、マニュアルが手元になくても必要な手順を素早く確認できる(5-1)。「いつでもどこからでも参照できる」というウェブの特性を活かした好例だ。

執筆：篠原稔和 + 上野 学  
(ソシオメディア株式会社)

「ユーザビリティ」と「情報デザイン」を柱にウェブサイトの評価・分析から調査・研究までを手がける。現在、ウェブサイトのユーザビリティを診断するサービス「ウェブ・ユーザビリティ・クリニック」を展開している。

[www.sociomedia.co.jp](http://www.sociomedia.co.jp)



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)