

カード・ソート:用語マッチングを超えたユーザへの働きかけ

概要:ユーザ・テストであろうとカード・ソートであろうと、根本的な問題に取り組むのではなく、刺激となる言葉をマッチングすることに集中すると、研究参加者にバイアスがかかりやすくなる。

ヤコブ・ニールセン

2009 年 8 月 23 日

ユーザビリティ・テストを台無しにする典型的な方法は、ユーザが使用するはずの**現実のコマンド名**やナビゲーション・ラベルを含む問題をユーザに与えることだ。

例えば、人が Excel の”重複の削除”機能を見つけて使用できるかどうかをテストしたい場合、次のように伝えてはいけない。「以前、製品を購入したことのある企業のリストがありますが、いくつかの企業の名前が複数回表示されています。これらの重複を削除してください」タスクにこのような文言を与えると、ユーザは多くの場合、UI をスキャンして、“削除”や“重複”という単語を含むラベルを探すのである。従って、ラベルがコマンドの機能を効果的に伝えているかどうかをテストすることにもなっていないし、コマンド名をそれと対応するアイコンやツールチップと組み合わせるコミュニケーション上の利点をテストすることにもなっていない。ユーザが用語をマッチングできるかどうかをテストしているにすぎないのだ。

(私は実際に、三流のユーザビリティ担当者によって作成された、更にダメなタスクの説明を見たことがある。「重複の削除コマンドを使用して、それぞれの名前の余分なコピーを削除してください」どの機能を使うか伝えたところで、彼らが[自然にソフトウェアにアプローチする](#)ことは決してないだろう。彼らは言われたとおりに行動するだけだ。普段やっていることとは違うのだから)

適切な”重複の削除”タスクの説明は次のとおりだ。「以前、製品を購入したことのある企業のリストがありますが、いくつかの企業の名前が複数回表示されています。各企業の名前が 1 度だけ表示されるようにスプレッドシートを変更してください」これで、テスト参加者は自分たちの目的を認識し、筋の通ったシナリオで提示することになる。しかし、単にキーワードをスキャンするだけでは問題解決できない。代わりに、タスクの実行に役立ちそうなコマンドを検索しなければならない。これは、アプリの UI がユーザの目標をサポートしているかどうかを確認する、より優れたテストである。

(単一のコマンドでは解決できない、より広範なタスクもテストすべきである。適切なテスト・タスクを作成する方法の詳細については[ユーザ・テスト](#)の 1 日コースを、また、機能を見やすく理解しやすいものにするためのガイドラインについては[アプリケーション・デザイン](#)のコースを参照のこと)。

カード・ソートにおけるキーワード・マッチング

キーワード・マッチングの問題は、カード・ソートといった他のユーザ調査方法を台無しにすることもある。

クライアントの健康情報サイトのユーザビリティを改善する最近のプロジェクトがよい例だ。このサイトの目的は、関連する様々な病気とその対処法に関する情報を提供することである。更に複雑なことに、このサイトには一般向けと専門家向けの両方の情報がある。そのため、主要な課題は、情報アーキテクチャ(IA)の最上位の構造化原則として、どの組織化原則が最適かを決定することだった。

[カード・ソート](#)は、情報空間に対するユーザのメンタルモデルの最初の洞察を得るよい方法である場合が多く、私たちのプロジェクトでは、実際に IA のよい出発点となった。カード・ソート調査の後、[ワイヤーフレーム](#)のユーザ・テストを数回実施し、サイトの構造や表示方法を更に改良した。サイトがターゲットとしている医療問題に、ユーザがどのようにアプローチしているかではなく、ユーザのキーワード・マッチング能力に関するデータを取得していたら、このような努力はすべて無駄になっていただろう。

クライアントの機密性を保つために、問題と解決策を別のドメイン — 農業など — に置き換えた例を示す。

私たちの農業サイトの(架空の)ケースでは、イチゴ、ラズベリー、トウモロコシ、小麦など、様々な作物を取り扱っている。また、植え付け、栽培、収穫などの様々な活動もカバーしている。最後に、私たちはプロの農家と、裏庭で数種類の植物を栽培している人たちの両方をコンテンツの対象としている。

そこで、1つのやり方は、おもに作物によってサイトを整理し、次に活動によってサイトを整理することである。これを **IA#1** としよう。

- ・イチゴ

- 植え付け

- 栽培

- 収穫

- ・小麦

- 植え付け

- 栽培

- 収穫

- ・その他

或いは、サイトをおもに活動別に整理し、次に作物別に整理することもできる。これを **IA#2**

と呼ぶことにしよう。

- ・ 植え付け
 - トウモロコシ
 - ラズベリー
 - イチゴ
 - 小麦

- ・ 栽培
 - トウモロコシ
 - ラズベリー
 - イチゴ
 - 小麦

- ・ その他

最初のワイヤースケールの最初の IA を決定するために、カード・ソート調査を行ったとしよう。考えられるカードのセットは次の 2 つになる。

カード・セット A	カード・セット B
イチゴの植え付け	植え付け中のイチゴ
イチゴの栽培	栽培中のイチゴ
イチゴの収穫	収穫中のイチゴ
小麦の植え付け	植え付け中の小麦
小麦の栽培	栽培中の小麦
小麦の収穫	収穫中の小麦

明らかに、いずれかのカード・セットをユーザに提供すると、ソート作業に大きなバイアスが生じる。セット A が与えられた場合、殆どのユーザは、すべての”イチゴ”のカードをまとめてソート、すべての小麦のカードをまとめてソート、という具合にして IA#1 を作成する。同様に、セット B の場合、殆どのユーザは活動(“植え付け”、“栽培”など)によってカードをソートするため、その結果は通常 IA#2 になる。

解決策:同義語と非並列構造

よりよい結果を得るために、私たちのカード・ソート研究では、**ユーザにもっと熱心に働きかけ**、カードに書かれた概念にどのようにアプローチするかを**本当に考えてもらう**必要が

ある。

明らかに、これはユーザビリティの目的とは正反対で、通常、私たちはタスクをより簡単にし、ユーザの認知負荷を軽減したいと考えている。しかし、覚えておこう。カード・ソートは UI デザインではない。これは、ユーザのメンタルモデルを発見する知識誘発の演習なのだ。つまり、実際の UI では人はカードを実際に使用するわけではないので、**カードのユーザビリティを下げても構わない**。

(もちろん、カードのユーザビリティを大幅に下げてしまうと、ソートの作業が誤解を招くので、テスト参加者がカードをまったく理解できなくなってしまう)

参加者に単にキーワードをマッチングさせないようにする 1 つの方法は、単一の概念に対して異なる単語を使用することである。つまり、**同義語**を導入するのだ。例えば、“イチゴを収穫する”と言う代わりに、“いちごを摘む”と言うことができるだろう。

更に分かりにくくするのであれば、イチゴ属の学名を用いた“フラガリアを摘む”カードを作成してもよいだろう。サイトがプロの植物学者を対象としていない限り、このようなことは実際には行わないが、ヘルスケアの例(実際の私たちのクライアント・プロジェクト)では、同じ症状に対して一般名と医学名の両方をバラバラのカードに使用しても、殆どのユーザは理解するだろう。

ユーザのキーワード・マッチング機能を回避するもう 1 つの方法は、**非並列の説明構造**を採用することである。例えば、あるカードには“トウモロコシの植え付け”と書いてもいいし、別のカードには“小麦の植え付け”と書いてもいい。

このような戦術の採用は、従来の [Web ライティングのガイドライン](#) の 1 つに違反するものである。ガイドラインでは、スキャンをするうえで並列構造の方が速く、比較対照が容易であり、従って項目リストを提示するのに適している、とされている。繰り返しになるが、私たちはカードの最適なユーザビリティを目的としているわけではないのだから、“悪いデザイン”は問題ではないのだ。ユーザには、単にタスクを素早く完了するのではなく、立ち止まって考えてもらいたいのである。

研究バイアスの回避

私は普段、[ユーザ・テストは簡単だ](#)と言っている。基本的には、実際の顧客を何人か集めて、彼らがサイトやアプリを使用するのを観察すればいい。しかし、この記事では、優れた研究を実施するうえでの難しさの 1 つ — バイアスの最小化 — について触れている。これを達成するには、自分の考えを押し付けるのではなく、人が自らどのように行動するかを確認する必要がある。前者の場合、彼らは単に同じことを繰り返すだけで、実際に使用するためにデザインを改善する方法は学べない。

長年ユーザビリティ手法を教えてきた経験から、私は、ユーザビリティの最大の課題は、適切なテスト・タスクを作成すること、テスト・セッションを中立的な方法で促進すること、の 2 つあることを学んだ。ここでの私たちの(整理された)ケース・スタディが示しているよ

うに、カード・ソート調査でユーザにバイアスをかけることを回避するのが難しい場合もある。

ユーザビリティの優れた点は、方法論が非常に堅牢であるため、間違った使い方をしても有用な結果が得られることである。これは特にユーザ・テストに当てはまる。顧客を観察するたびに、Web サイトの収益性を高めるためのヒントを学ぶことができる。しかし、ユーザビリティを正しく行えば、更に多くのことを学べるだろう。そして、ユーザにバイアスをかける可能性があることに気が付けば、バイアスを減らして調査の価値を高めることができる。