

2012年度 第5回特別講義 レポート

日時	2012年10月12日(金) 10:00~12:00
会場	日本科学技術連盟・東高円寺ビル 2階講堂
テーマ	「UX(ユーザエクスペリエンス)の考え方とアプローチ」
講師名・所属	安藤 昌也氏 (千葉工業大学 工学部 デザイン科学科)
司会	金山 豊浩氏 ((株)ミツエーリンクス)
アジェンダ	<ul style="list-style-type: none">・“体験”こそ製品・UXとUXD・サービス経済から経験経済へ・UXは本当に上手くデザインできるのか？・様々な視点からのUX・UXDを小手先なものにしない3つのポリシー・実利用の評価を左右する心理的要因・まとめ
アブストラクト	昨今、ユーザ体験を意味するユーザエクスペリエンス(UX)に関する議論が様々なところで行われています。確かに、よいユーザ体験を作りこみ、実現することは製品やサービスづくりの目標であることに異論がある人はいないでしょう。しかし、UXの捉え方によっては、よい製品づくりにつながらない可能性もあります。また、ユーザビリティとの違いにも混乱があるかもしれません。本講演では、UXに対する考え方を整理するとともに、具体的な製品・サービスづくりにおいて留意すべきポイントについてお話します。
<講義の要約>	
◆前置き	
UX(ユーザエクスペリエンス)はその評価方法に現時点で決定打は無く、国際的な課題となっている。本講義では評価方法の代わりにUXをどう評価するかを説明していく。またUXとUXD(UXデザイン)を分けて説明する。UXはユーザ体験であり個人の話であるが、UXDは作り込みについての話になる。	
UXは定義を求めるより“観点”を理解することが重要である。世界のUX研究者が集まり基本コンセプトを整理した議論の成果を「User eXperience White Paper」にまとめた。その邦訳も「UX白書」で検索出来るので目を通して欲しい。	

もしUXについて専門的に学びたい場合は、以下の産業技術大学院大学の履修証明プログラム「人間中心デザイン」への参加を検討して欲しい。

http://aiit.ac.jp/certification_program/hcd/index.html

◆“体験”こそ製品

1888年イーストマン・コダックが開発したフィルムカメラは、その技術よりも体験そのものが革新的だった。それまで撮影前後に必要な多くの作業が軽減され、誰でも手軽に撮影に集中できるようになった。

◆サービス経済から経験経済へ

ユーザのニーズはサービスから経験へと移りつつある。サービスの消費の場合、生活における不足や不満などのニーズは企業が提供する商品やサービスによって充足され、サービスの価値は企業によって与えられていた。経験の消費の場合、生活における自己創造の欲求は、企業が提供する商品やサービスを手段とした経験を通して実現され、経験の価値はユーザ自身が生み出している。

経験経済は製品購入にも大きく影響している。製品購入前の体験機会が少なかった時代は購入後に初めて製品を評価可能だったが、現代は口コミなどの擬似的な体験機会が購入判断に影響を与えている。

◆様々な視点からのUX

UXという言葉は様々な場面で使われているが、UXを利用期間の観点で整理すると明確になる。

- ・利用前:「予期的UX」(経験を想像する)→ 例:CM や 口コミ
- ・利用中:「一時的UX」(経験する)→ 例:製品操作
- ・利用後:「エピソード的UX」(ある経験を内省する)→ 例:サービス
- ・利用時間全体:「累積的UX」(多種多様な利用期間を回想する)→ 例:ブランド

◆実利用の評価を左右する心理的要因～SEPIA法の視点

インタラクティブ製品の場合、その評価はユーザの利用意欲に左右される。また利用意欲は操作する事への積極性・自信と言った「自己効力感(SE)」と、製品ジャンルへの興味・知識と言った「製品関与(PI)」の二つで構成される。この二軸・四象限でユーザを分類し分析(A)するのがSEPIA法である。各ユーザグループで調査結果の傾向が異なってくるので、調査前のグループ分けが重要である。

(1)ミニマム利用ユーザ(製品関与:低、自己効力感:低)

製品に慣れると期待先行ユーザや冷静・合理的利用ユーザになる。

(2)期待先行ユーザ(製品関与:高、自己効力感:低)

製品に対する満足度は高いが、製品知識不足などによる不満足度も大きい。我慢していることやユーザ側で補っている課題の解消が重要である。

(3)冷静・合理的利用ユーザ(製品関与:低、自己効力感:高)

製品に対する満足度は高く、不満足度は低い。諦めていることや使いこなし方に関する課題の解消が需要である。

(4)マニアユーザ(製品関与:高、自己効力感:高)

製品のファン。熟達までに超えるべきハードルの明確化が重要である。

◆UX と UXD

UX は個人の体験であり、どんな体験をして貰うかの計画と、その体験が量産・再生産される仕組みをデザインすること(UX デザイン(UXD))が重要である。

以下は UXD の議論を始める前に押さえておくべき三つの事柄である。

(1)主観的評価

UX は個人の体験である。体験の感情的な評価をどこまで意識してデザインするかが重要である。

(2)消費者とユーザの連続性

消費者として製品を購入し、ユーザとして製品を利用する。消費体験から利用体験までをどう連続的にデザインするかが重要である。

(3)時間的・長期的視点

ユーザが意欲を持って製品を長く使い続けてもらえるよう、どうデザインするかが重要である。

◆UX は本当に上手くデザインできるのか？

エクササイズビデオを例にユーザビリティと UXD の違いを説明する。

ユーザビリティの場合は、主な目的はトレーナーと同じ動きが出来るようになることで、その為にビデオの構成は段階的に上達できる教材としての役割を持つ。

UXD の場合は、主な目的はユーザ自身が決めるので、ビデオの構成はユーザの熟達度や気分に応じて目標を決められるように踊りの上手な人やそうでない人など様々な人物を登場させたり、飽きずに続けられる様に演出を工夫したりしている。

◆UXD を小手先なものにしない3つのポリシー

(1)“体験コンセプト”を明確に定めること

銀行サービスの例なら、「いつでも確認しながらやりとりできる」を体験コンセプトとして、そこから「ATMで落ち着いて操作できる体験」→「自分の操作に誤りがないことを確認できる」→「フィードバックを〇〇にする」と段階的に詳細化していく。

(2) アクティビティ指向でプロダクトを発想すること

機能を先に考えるのではなく、アクティビティ(ユーザ活動)に合った機能を考える。体験コンセプトを定め、ペルソナを設定し、サービス体験シナリオを作成するなどしてコンセプトを詳細化していく。また寸劇などでユーザが実際に利用するシーンを再現してみるのも効果がある。

(3) ビジュアル・モーション指向でUIを発想すること

文章表現より漫画形式などのビジュアル表現がUXDに合っている。また操作についてはモーションでの因果関係や操作を検討する。一度でも使えば分かる操作方法や、各情報へのリンクが分かりやすい構造などを設計することが重要である。

◆まとめ

「使いやすいシステム」から「ありがたいシステム」を設計することで継続的にシステムが利用されるようになる。

UXは過去に企業がユーザのために提供していたモノを改めて明確にしている活動であり、何か特別なものではない。UXと言う名前に惑わされないで取り組んで欲しい。

◆質疑応答

Q: 車の安全装置など人命に関わる製品には、UXよりも安全性が優先されるのではないか？

A: まずその質問が出て来た背景を考えてみて欲しい。ユーザが「安全体験」を求めているか調査したことがあるだろうか？ 先進運転支援システムの「EyeSight」は安全を可視化することで人気が出た。ユーザは安全を求めている。安全が可視化されていないことが潜在的なニーズで、求められている安全をどう経験させるか、そのデザインが求められている。

◆感想

ユーザの視点から体験をデザインする、最初は奇妙に聞こえた話でしたが講義が終わる頃にはすっかりと納得できました。まずは身の回りの製品をUXの観点でどうデザインされているのか考察した上で、自分の仕事にも反映していきたいと思います。