

# スマートデバイスのUX向上のための 設計手法の研究

## —感動をプラスするおもてなし的UXの探求—

### アブストラクト

#### 1. 研究の背景

近年、スマートフォンやタブレットといったスマートデバイスは、一般消費者に浸透し、老若男女問わず利用されている。それに伴い、スマートデバイスの利便性が認知され、ビジネス利用の要求が増加してきている。そのため、スマートデバイス向け業務システム開発では、多様な「場所・時間・インターフェース」での利用から得られるユーザーの総合的な体験、すなわち「UX (User eXperience)」に配慮することが重要となる。

だが、UXについての誤解の存在や、スマートデバイスの有効活用の提案が難しいことから、UX向上については多くのシステム開発の現場に課題がある。そこで、本分科会ではUX向上の具体的プロセスを明確にすべく『スマートデバイスのUX向上のための設計手法』を研究した。

#### 2. 課題

ユーザー調査場面で使われるアンケートやインタビューといったヒアリング手法は世間に多々あるが、実用性の面で様々な問題があるため、既存のヒアリング手法を実践で用いるのは難しい。そこで「ユーザー調査場面におけるヒアリングの実用的プロセスを構築する必要がある」ことを1つ目の課題と捉えた。

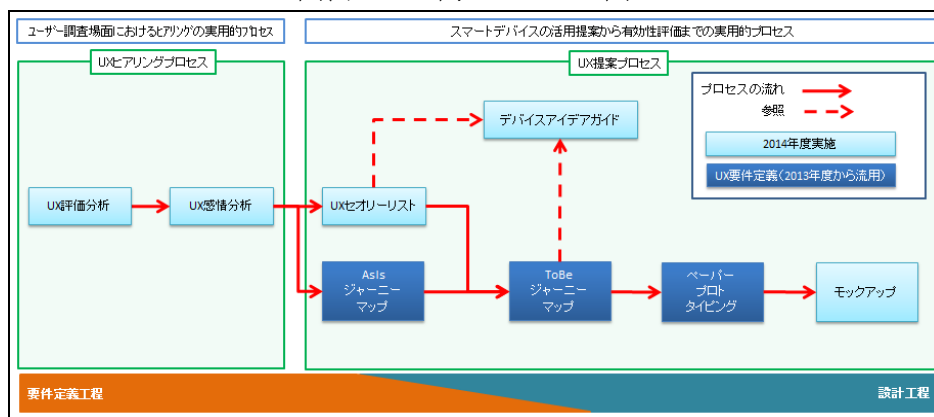
また、開発者がスマートデバイスに関する知識をどれだけ有しているかで、提案できることは大きく変わり、スマートデバイスの特性は、GPSや音声認識など実機に触ってみて初めて有効性の判断が可能となるものが多い。こうした状況から、スマートデバイスの利便性を十分に発揮させるために「スマートデバイスの活用提案から有効性評価までの実用的プロセスを構築する必要がある」ことを2つ目の課題と捉えた。

#### 3. 研究内容

UX向上とは、ユーザーの体験価値を高めることである。そのためには、元の体験よりも「高い満足」が得られる体験を提供する必要がある。本分科会では、最も高い満足は「感動」とし、UX向上のために感動は欠かせない要素であると考えた。

UX向上と感動の関係を踏まえ、2つの課題に対して、従来の開発プロセスに「UXヒアリングプロセス」と「UX提案プロセス」を加えた「UX向上プロセス」を構築するアプローチで、解決を図った。(図表1)。

図表1：UX向上プロセス図



UX ヒアリングプロセスでは、本分科会独自のアンケート手法とインタビュー手法によってUXを6軸で定量化（UX 評価分析）することと、感情の分析でユーザーの潜在ニーズを抽出（UX 感情分析）することで、1つ目の課題解決を図った。

UX 提案プロセスでは、スマートデバイスの特性や活用シーンからアイデアを創出できる「デバイスアイデアガイド」と、UX ヒアリングプロセスから抽出された情報をもとに、具体的な提案ができる「UX セオリーリスト」を作成した。その2つを活用してニーズに合った提案をし、実際に操作できるモックアップでの体験により提案の有効性を評価することで、2つ目の課題解決を図った。

#### 4. 研究検証・成果

研究用に仮想プロジェクトを用意し、本分科会メンバーによる実践で、UX 向上プロセスの実用性を検証した。

UX ヒアリングプロセスでは、UX の6軸を関連付けたアンケート手法により、UX の6軸に対するユーザー集団の相対的な関心傾向と現状評価を定量的に可視化し把握できた。また、ユーザーの言葉に含まれる感情と質的データ分析に着目したインタビュー手法により、分析者の解釈に依存しない感情の分析を実践できた。そして、感情の分析結果から潜在ニーズの抽出もできた。

UX 提案プロセスでは、UX ヒアリングプロセスにより重視すべきとした項目を元に、「UX セオリーリスト」を作成できた。また、UX セオリーリストとアイデアデバイスガイドを有効活用し、UX 向上につながる機能をシステムに盛り込むことができた。UX 提案プロセスに参加していない本分科会員が、実機上に作成したモックアップを操作することで、提案内容をより直感的に評価できたとともに、操作方法や反応など設計書では把握しにくい部分も検証できた。また、新たなアイデアの創出も実現できた。

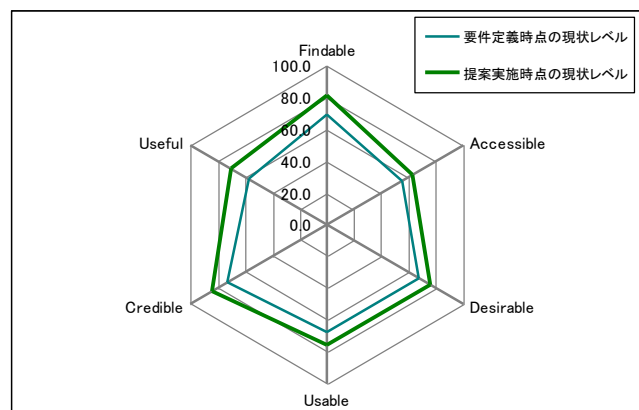
#### 5. 考察

上記の結果をもとに「仮想プロジェクトの要件定義内容が実現できていると仮定した状態」

（以下、要件定義時点）、「要件定義に加え、本分科会で構築したUX 向上プロセスを実施した状態」（以下、提案実施時点）でUX 評価分析アンケートを集計し比較した（図表2）。

要件定義時点に比べて提案実施時点は、UX 構成要素の6軸全てにおいて現状レベルが高いことが分かる。つまり、UX 向上プロセスを実践することで、ユーザーに高い満足度を与えることができたといえる。

図表2：要件定義時点と提案実施時点の比較



#### 6. 結論

本分科会ではUX 向上と「感動」を結び付けて取り組んだ結果、「UX ヒアリングプロセス」によって潜在ニーズを探り、「UX 提案プロセス」によってニーズに適合した体験を提案可能な、新規性と実用性のある「UX 向上プロセス」を構築することができた。

しかしながら、UX を予期的UX、一時的UX、エピソード的UX、累積的UX の4つの期間で捉えるUX タイムスパンという考え方の導入余地や、言語分析の発展により感情分析を高精度化できる余地などあるため、今後、「UX 向上プロセス」が更に洗練されることを期待したい。

ここで、「感動」という言葉に改めて目を向けてみる。一流のホテルや飲食店では満足を超える「感動」をユーザーにもたらしており、それは「おもてなし」と呼ばれ世間で話題になることも多い。

「おもてなし」で「感動」をもたらすことができるのは、ユーザーの潜在ニーズを探り、創造的なアイデアでユーザーのニーズに適合した体験を提供しているからだ考えると、「UX 向上プロセス」は「おもてなし」と同じ構成のプロセスと考えることができる。

本分科会活動を通してUX 向上とは、感動とはどういうことなのか繰り返し考えてきた。その結果、導き出したひとつの答えは、プロジェクトのゴールに至るまでの過程において、「おもてなし」の心を常に持ってユーザーと接していくことこそが本当のUX 向上や感動につながる、ということである。