

# ユーザーエクスペリエンスデザイン

橋本 瑠璃亜, 江見 明彦, 本谷 陽

Ruria HASHIMOTO, Akihiko EMI, Yo MOTOYA

## 1 はじめに

高度経済成長期以降の日本では、日々たくさんの「もの」が増え、人々が能動的に好きなものを選択し手に入れる事が出来るようになった。その中で、使いやすいものを生産するという事は当たり前となり、ユーザの認知体験であるユーザーエクスペリエンス (以下, UX), 例えば「楽しかった」「興味を惹かれた」などの付加価値を高める事が求められている。そのため、どのような個人的な体験をユーザにしてもらうかを計画し、設計するユーザーエクスペリエンスデザイン (以下, UXD) が注目を集めている。UXD を用いることで、利用した時の期待感および満足感を最大限に引き出す「もの」を生み出すことができるかと期待されている。

本稿では、UXD とはなにか、UXD の実例、今後の課題について述べる。

## 2 ユーザーエクスペリエンスデザイン

### 2.1 UX

様々なシステム、製品、およびサービスを利用する体験はユーザ個人のものであり、本能的・感情的な反応から、理解に至るまでの幅広い認知や、指一本で行うタップや全身を使った操作などが存在する。UX とはこのような認知と操作から成る利用体験であり、ユーザの要求を理解して調整 (デザイン) していくのが UXD である。UXD はユーザにどのような体験をしてもらうか計画し、長期的に利用される仕組みを作ることであるため、UXD を実現するためには、UX を理解する必要がある。

UX を以下の 4 つの期間毎に分類し、各期間の UX を理解する。

- ユーザが楽しめるよう、利用前に想像する段階の UX (予期的 UX)
- 製品やシステムを経験中に感じる UX (一時的 UX)
- 利用後に良い経験をした、使用できたなど経験したことを考える UX (エピソード的 UX)
- トータルでそのシステムがどういうものか理解するときに想起し、次の体験に影響を与える UX (累積的 UX)

異なる期間で生じる UX の種類を整理し、見つけ出すことができる。UX について議論するときには、対象とする期間を明確にする必要がある。

UX は、デザインやマーケティングなどの専門分野を始め、社会学、行動心理学、言語学、経済学などの各種の学問にまで及ぶ、非常に広範囲な知識や経験が求められる。

る。本稿ではその中でも Web における UX について述べる。

### 2.2 UX のハニカム構造

ピーター・モービルが 2004 年に提示した「User Experience Honeycomb」(UX のハニカム構造) という UX の構造モデルは、Web デザインの UX の根底要素となる構造モデルとして広く知られている<sup>1)</sup>。このハニカム構造における、複数項目の目的を同時に満たす事で UX を優れた形で実現できる。サイトごとの目標や優先順位によってどの要素がより重要かを検討し、サイトごとに最適な答えを導きだすことができる。UX のハニカム構造を Fig. 1 に示す。

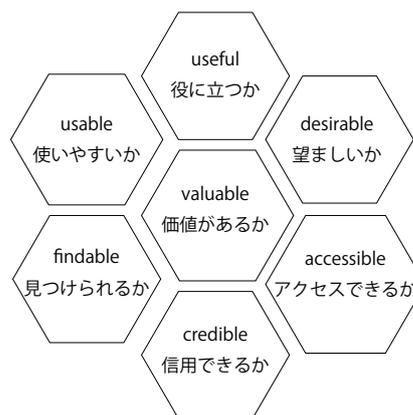


Fig.1 ハニカム構造<sup>1)</sup>

ハニカム構造の 7 つの構成要素の配置にはそれぞれ意味がある。一番上の段にある「useful (役に立つか)」「usable (使いやすいか)」「desirable (望ましいか)」の 3 つは、Web が生まれる前からあらゆる「もの」のデザインに関わってきた要素である。「useful」が一番上に位置しているのは全てのデザインは、誰かの役に立つかという問いかけから始まることを示唆している。

また、一番下の段の「credible (信用できるか)」「findable (見つけられるか)」「accessible (アクセスできるか)」の 3 つは Web 環境に関わりが深く、それぞれがセキュリティ、ファインダビリティ、アクセシビリティに繋がる。

中央の「valuable (価値があるか)」だけは性質が異なり、ほかの 6 つの要素は UX の品質そのものを計る尺度であるが、他の 6 つの UX に関する取り組みが、顧客満足を改善することで最終的に利益を生み、作成したサイトがクライアントにもユーザにも価値をもたらすことができる。

### 3 UXD を実現するために

ジェス・ジェームズ・ギャレットが作成した UXD の構造モデルを Fig. 2 に示す<sup>2)</sup>。

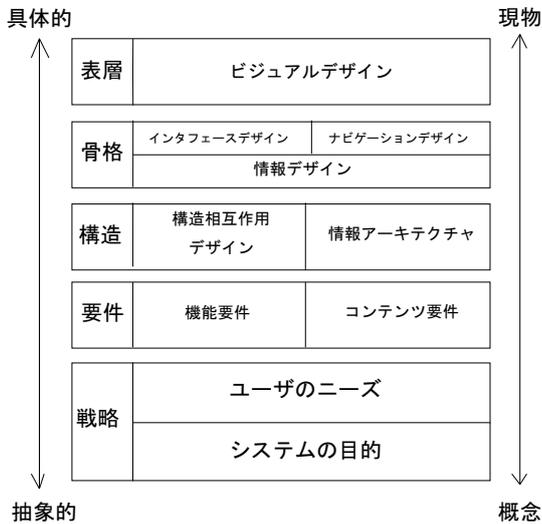


Fig.2 UXD の進め方

#### 抽象度が高い作業

- システムの目的とユーザのニーズを明らかにする (戦略)
- 戦略に基づき、システムに求められる機能やコンテンツを明確化する (要件)
- システムとユーザ間における相互作用の構造、およびコンテンツ構造を設計する (構造)

#### 具体的な実践

- ボタンやメニューといった画面要素とともに、ユーザを正しい操作に導くためのナビゲーションを設計する (骨格)
- 骨格を基に、画面をデザインしていく (表層)

ユーザから見えるのは表層だけだが、その表層を剥がすと、そこには骨格が現れ、その骨格は構造に支えられている。さらに、その構造は要件から導かれており、その要件は戦略に基づいている。

UXD を取り入れない場合のシステム開発と異なるのは、検討の起点がユーザにある点である。重要なのは、「利用シーンを具体的に想定すること」である。ユーザの経験価値を高めるには、どのような経験をユーザに提供するかをデザインする必要があるが、従来のシステム開発では機能、データ、プロセスを中心に行い、経験はその結果として生まれていた。それに対し、UXD では、まず経験をデザインし、その経験を実現するためにはどのような機能、データ、プロセスが必要かをデザインする。

### 4 UXD の実例

#### 4.1 時間の可視化アプリケーション

日本アイ・ビー・エム (株) が携帯電話の時間を可視化した待ち受けアプリケーションを提案した<sup>3)</sup>。これは受信者が着信を受けられない場合、1 回の着信履歴としか記録しない、というユーザの経験をもとに提案された。相手が急いでいる事を感じられる気配を残すことで、より相手の事を考慮したコミュニケーションを行う事ができる。さらに、着信者が気配を確認するまでの時間を表現要素として導入することで、直感的な時間の認識も可能にする。着信履歴の有無だけでなく、発信者がコールした回数と着信から受信者が気付くまでの時間の 2 点を可視化することで気配をデザインしている。

アプリケーションの表現は水の波紋をモチーフとしており、水の波紋はコールしている時間が長いと大きい波紋に、短いと波紋が小さくなる。着信からの時間の経過は、波の速度が遅くなっていく事で表現されている。例えば、待ち受けアプリケーションの表現がとても小さな波紋がゆっくり動いていた場合、着信表現はコール時間も短く、着信後何時間も経過していることが分かる。

#### 4.2 顧客情報アプリケーション

コールセンターで注文を受注するオペレータ向けのクライアントアプリケーションにも UXD が用いられている。オペレータが画面に表示される情報で「お客様を想像できる」ものであり、顧客を想像する手段にグラフィックスを用いて顧客のビジュアルデザインを 3D 表現や動画で表現した。このアプリケーションを用いることで、ユーザであるオペレータは、多くのクライアントの情報を分かりやすくかつ、気持ちよく知ることが出来る。<sup>4)</sup>

### 5 ユーザーエクスペリエンスデザインの課題

UX は人間の感性や感情に関わるものであり個人差が大きい。そのため、多くのユーザの実利用経験を考慮し、継続的に利用され、ユーザに満足を与えるようなデザインを行う必要がある。そして実用的な品質を損なうことがあってはならない。また、ユーザが最初に見た時の魅力は、実際の利用経験の中で長続きする保証はないため、デザイン的な快適経験の考案は、本質的な満足につながる事が少ない。また長期利用するものについては、ポジティブな経験を持続させるデザインをする事は難しい。一時的な楽しさや喜びに注目してしまい本質的な経験の向上を目指す事を忘れてしまつては、UXD は実現できない。

#### 参考文献

- 1) Semantic studios-user experience design.
- 2) Ux の要素を知る。  
<http://it.impressbm.co.jp/e/2012/04/10/4274>.
- 3) 笹島学, 石野正剛, 山崎和彦. ユーザーエクスペリエンスデザインの事例—体験を基にした携帯アプリケーション. デザイン学研究作品集, Vol. 11, No. 11, pp. 58-61, 2005.
- 4) 吉原ヤマト. Ux(ユーザエクスペリエンス) 指向開発事例. *Unisys Technology Review*, No. 113, pp. 29-37.