

# ユーザエクスペリエンス (UX) 手法を用いた企画品質評価の提案

## 【第4分科会】

主査	金山 豊浩 (株) ミツエーリンクス
副主査	三井 英樹 (株) ビジネス・アーキテクト 福山 朋子 (株) インテック
研究員 リーダ	村上 和治 東京海上日動システムズ (株) 田邊 孝次 SCSK (株)
発表	須藤 潤 (株) アドバンテスト

- 第4分科会の研究テーマ
- テーマ選定と背景と目的
- 研究内容
  - 現状
  - 問題分析
  - 改善提案
- まとめ

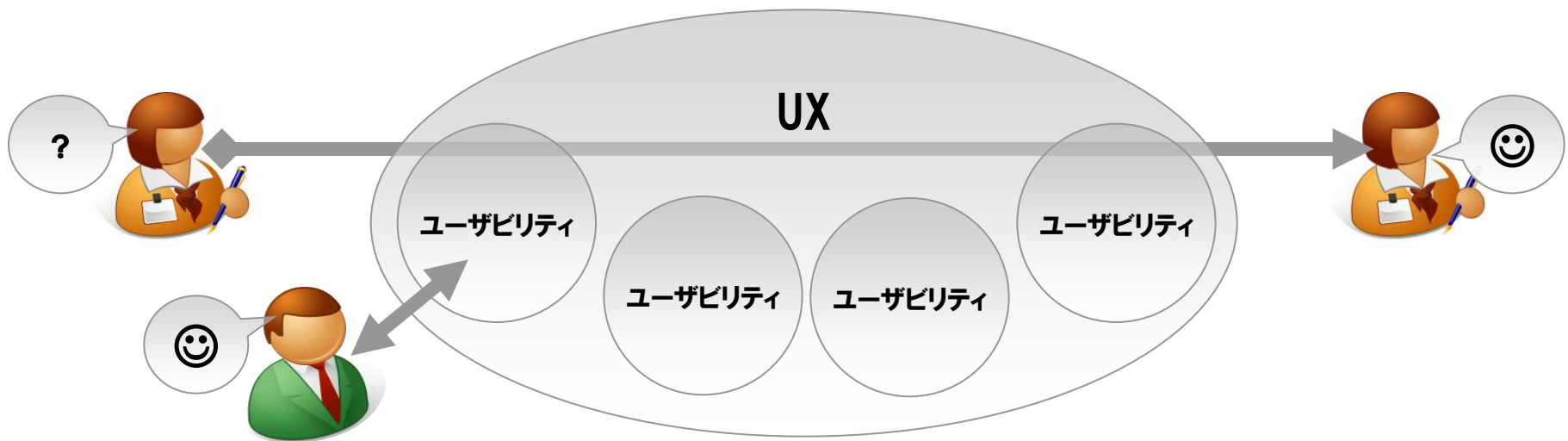
### ☑ ユーザビリティとユーザエクスペリエンス

#### ■ ユーザビリティ

- ユーザにとっての製品やサービスの使いやすさ
- **利用性・利便性・可用性**

#### ■ ユーザエクスペリエンス (UX)

- ユーザが製品やサービスを使って得られる体験
- **楽しさ・面白さ・心地よさ**



### ☑背景

- スマートフォン、タブレットなどの普及
- **売れるものと売れないものの2極化**
- **機能中心から体験価値中心へ**

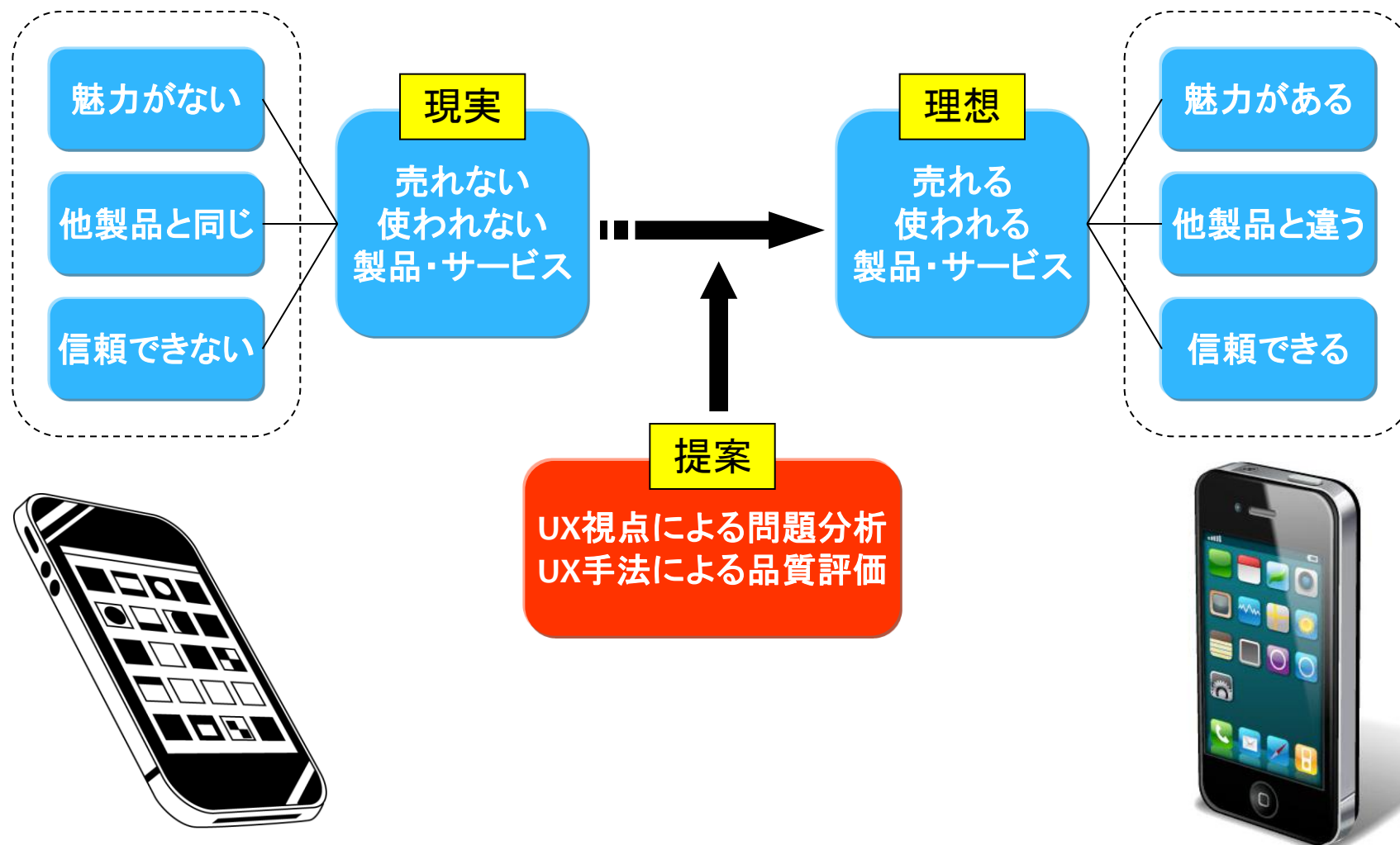
### ☑直感

- 作り手としての直感
  - 機能は実装できても魅力的なのか？
  - 機能は実装できても運用は大丈夫なのか？
- 使い手としての直感
  - 誰が買うの？どう使うの？
  - 他と何が差別化ポイントなの？



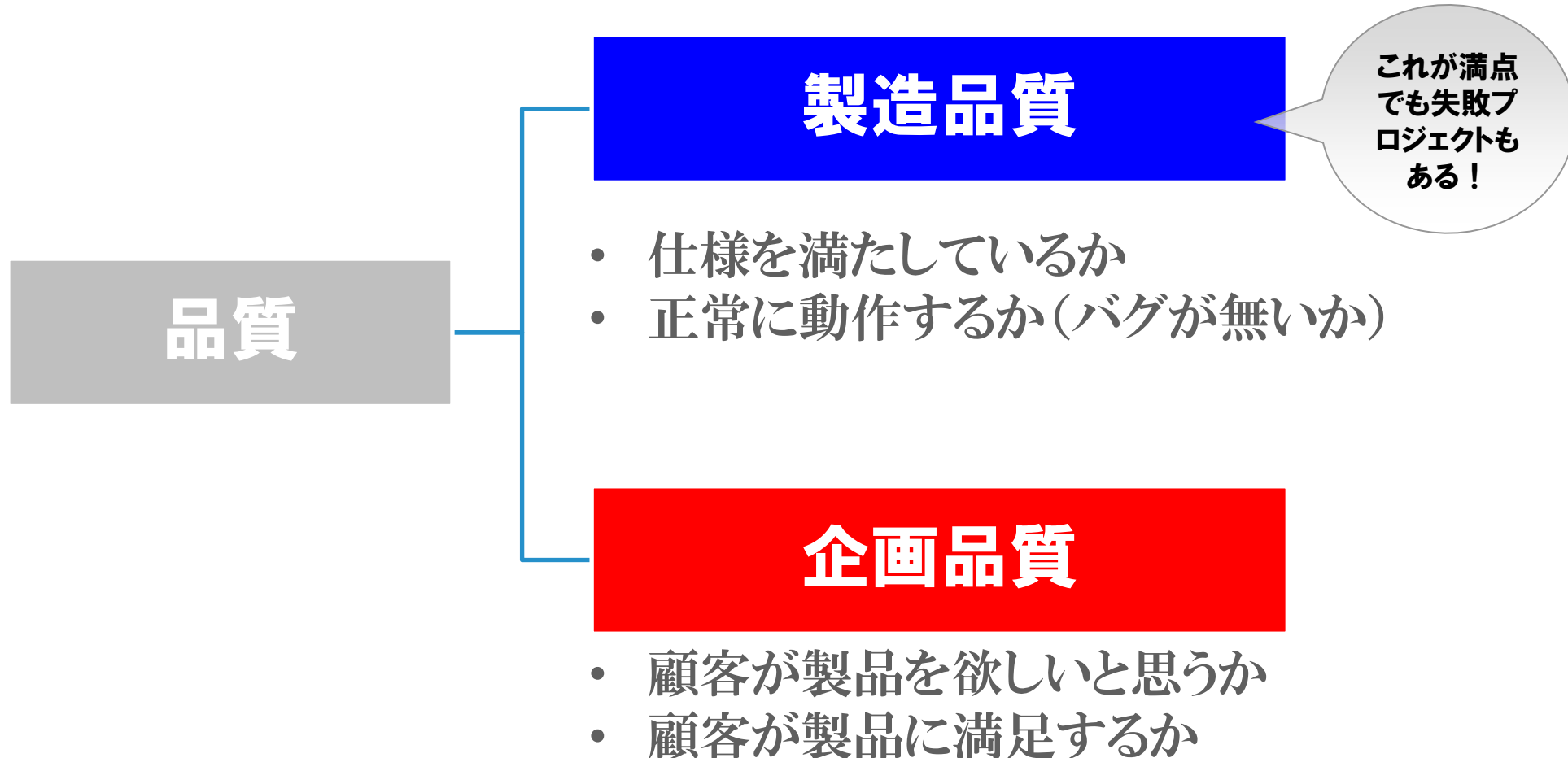
## テーマ選定の背景と目的(2)

### ☑ 目的

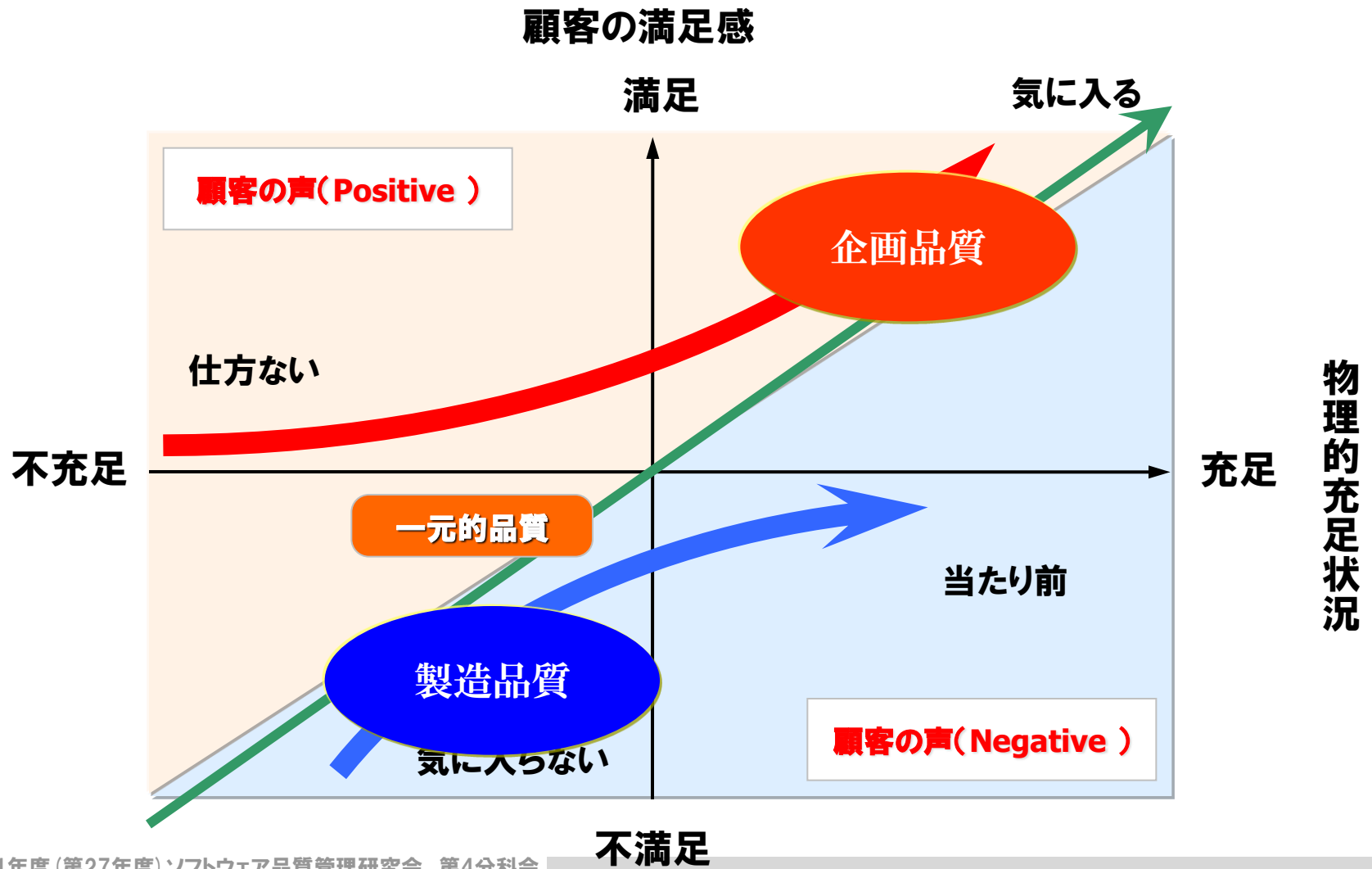


## ☑二つの品質

### ■ プロジェクトの成功と品質の関係



## ☑狩野モデル

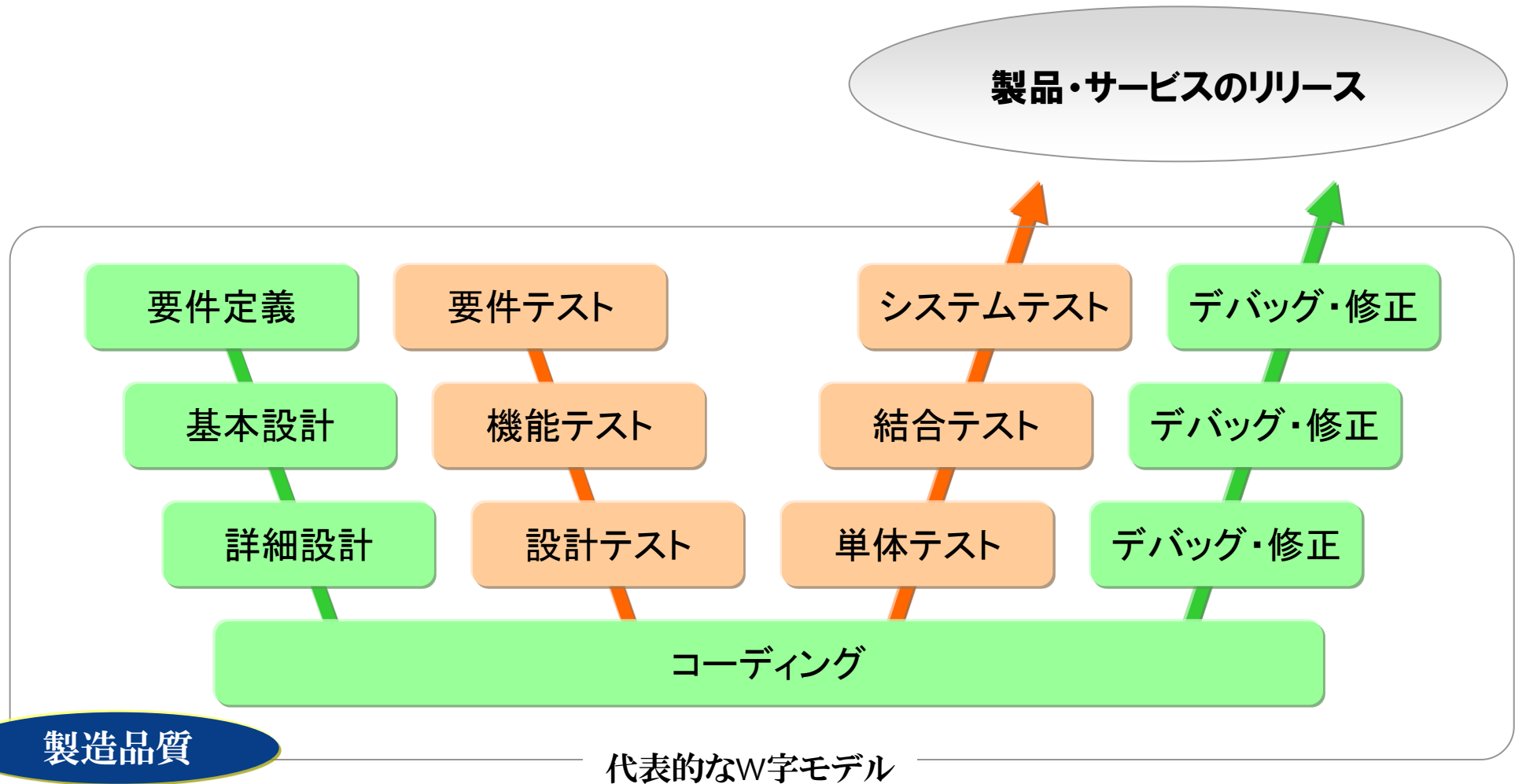






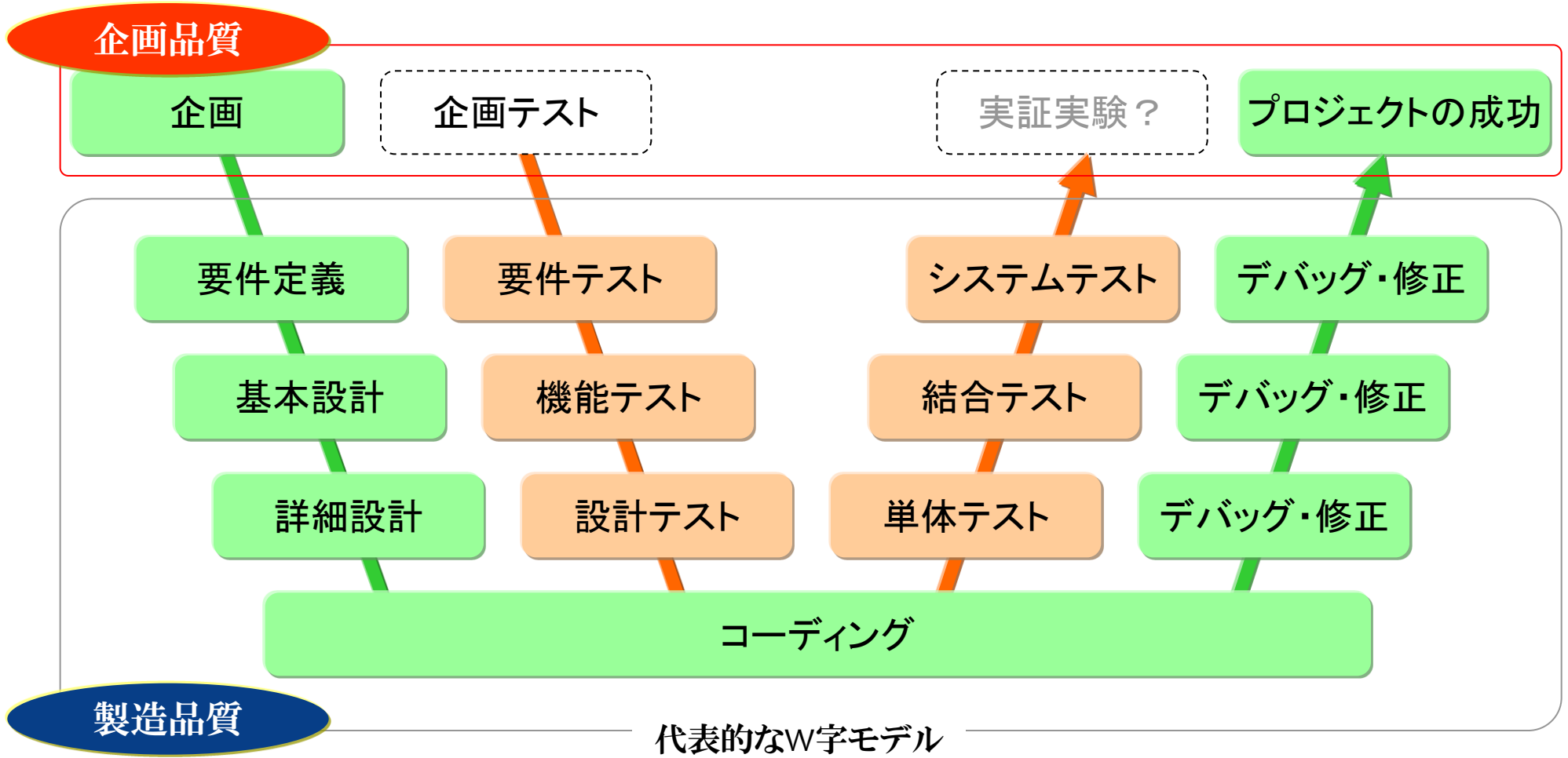
### ☑プロジェクトの品質とは？

#### ■ 多種多様の製造品質の向上策



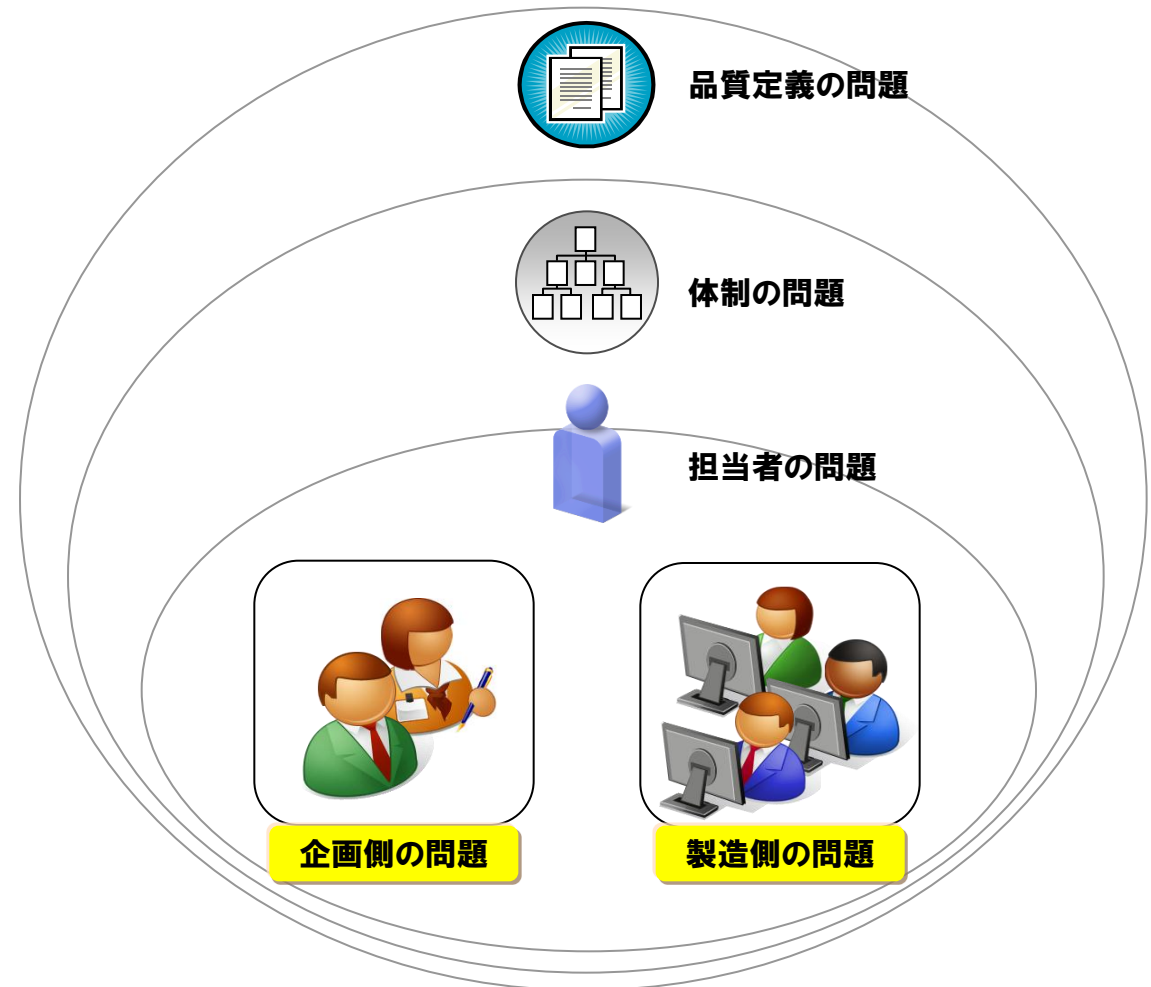
## ☑プロジェクトの品質とは？

- 企画がテストされていない？、企画情報が途切れている？



## ☑ 4つの問題

- 品質定義の問題
- 体制の問題
- 担当者の問題
  - 企画側の問題
  - 製造側の問題



## ☑ 企画の品質とは

### ■ 5W1H

- What(何を)
- Who(誰が)
- Where(どこで)
- When(いつ)
- Why(なぜ)
- How(どうやって)

### ■ 製造側に伝わる形



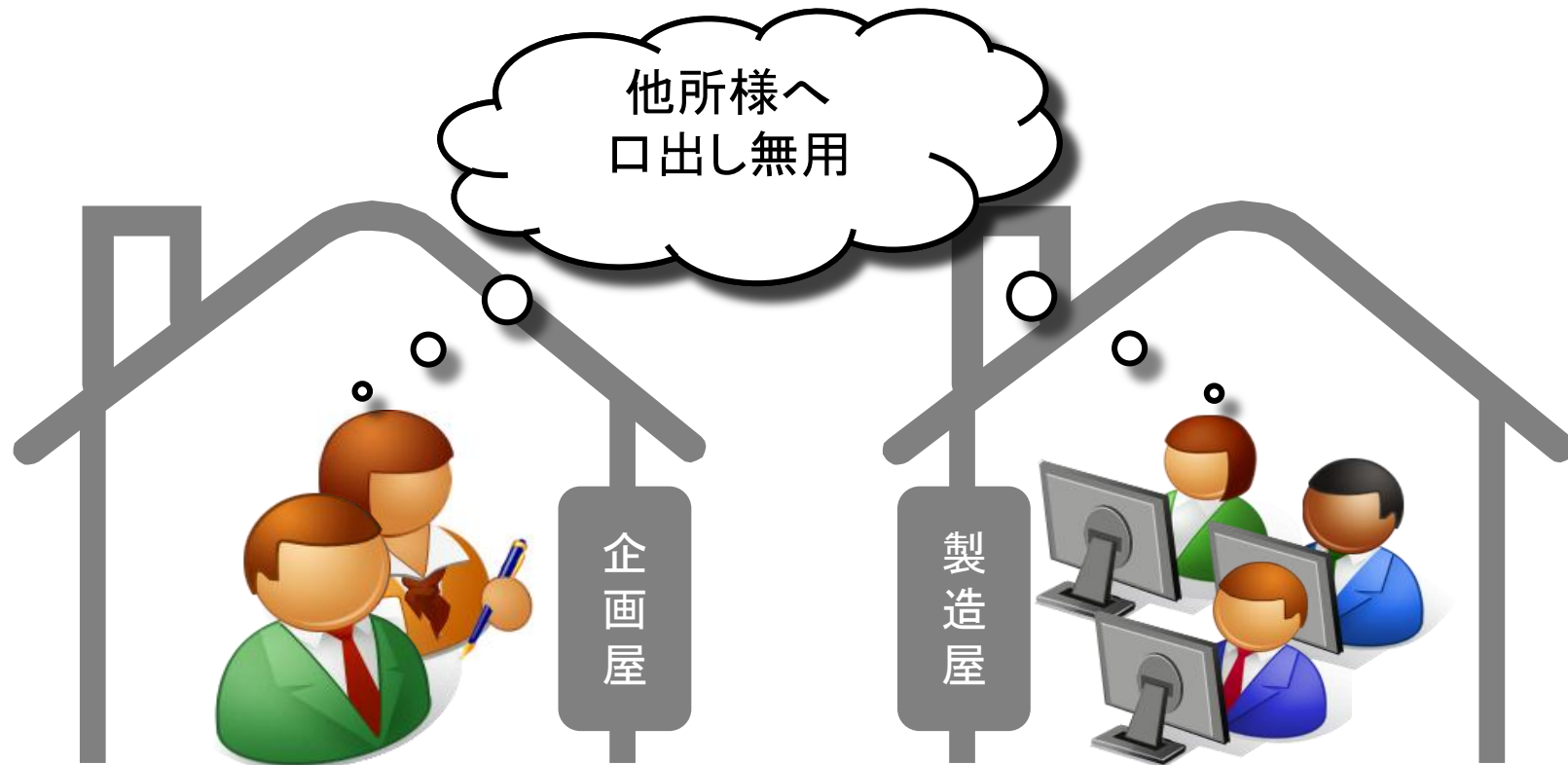
方向性の誤り・利用時の違和感が無い



「品質が良い(バグが無い)」

## ☑ 企画を評価しない/できない組織

- 方法:体制的なもの
- モラル:遠慮/シキタリ/文化



## ☑ 企画の立案

- 見切り発車:よく考えない
- 安易な模倣:成功事例をまねる



巷で  
タブレットが話題です

よし、  
我社でも作ろう！



### ☑ 企画の品質を評価するスキル

- 体制/文化
- モラル



こんな製品は  
どうでしょうか？

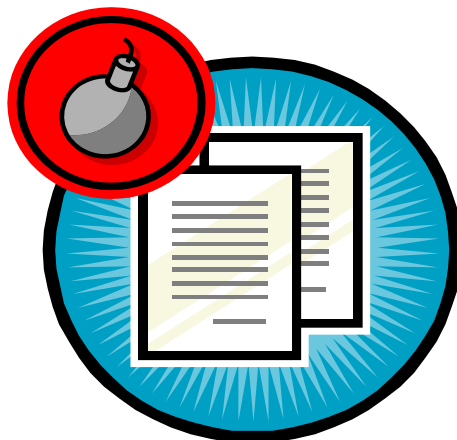


う～ん、  
いいんじゃない？



## ☑ 開発者の姿勢などの心構え

- 鵜呑みにしない姿勢
- 「作る側」という「壁」
- めんどくさく…



うわ～、  
誰が使うんだこれ？

ま、いいや  
仕様通りに作ろう





## ☑ 企画の品質を決める2つの情報

### ■ 対象ユーザに関する情報

→ ペルソナ手法

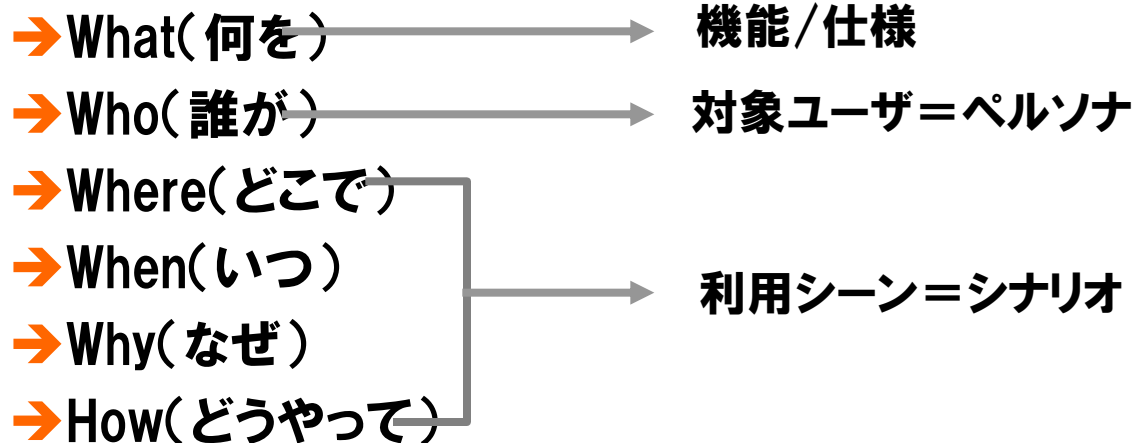
### ■ 利用シーンに関する情報

→ シナリオ法

### ■ 5W1H



企画



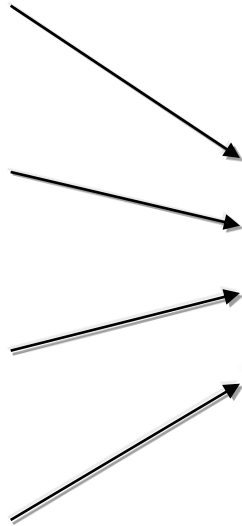
納得して、  
合意して、  
開発(製造)



製造プロセス

## ☑「ペルソナ」とは通常・・・

- 「製品・サービスの利用ユーザー」を想定する(仮想ユーザを創る)



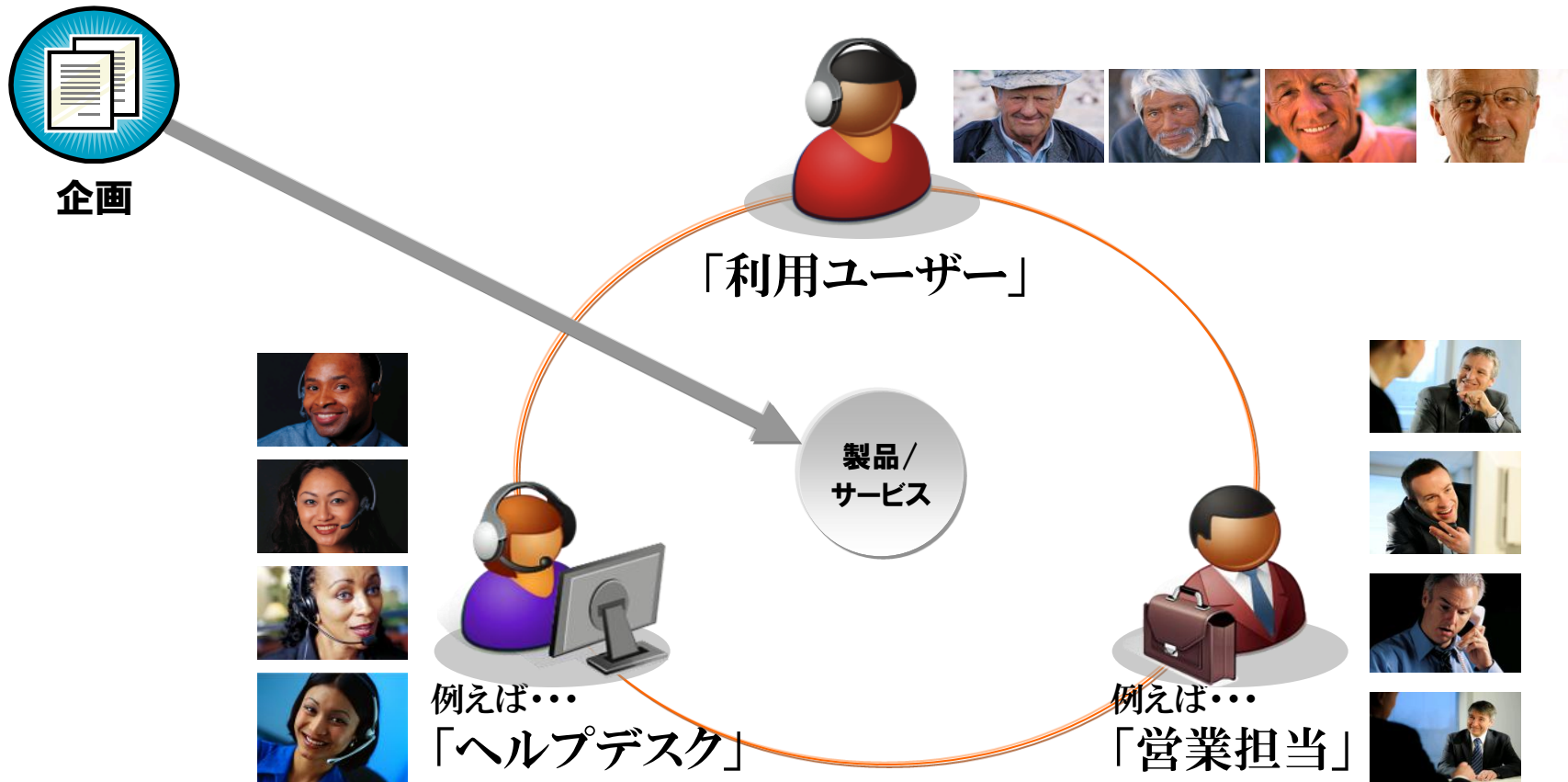
x N

The「利用ユーザー」

このような人に  
使ってほしい  
(このような人なら  
必ず使う)

## ☑そこで「ペルソナ」を拡大して

- 「製品・サービスを取り巻く人々」のペルソナを創る  
→現実的に「まわる」のかを仮想検証する



## ☑「シナリオ」とは通常・・・

### ■「タスクの開始」から「タスクの解決」までが対象

→タスク実行時間内のみが対象

→それ以外は不問



## ☑そこで「シナリオ」も拡大して

- 「タスク」から離れて「『ペルソナ』の生活がどのように変わるか」に着目  
→ペルソナの生活全体を取り上げる



## 例えば、製品の売り場・・・

### ☑一般的な製品の場合



### ☑Apple製品の場合

都合により画像削除  
(1人の顧客に対して1人の販売員が対応しているイメージ)

(アップル –Apple Store– Genius Bar「<http://www.apple.com/jp/retail/geniusbar/>」より)

## ☑一般的な製品の場合

都合により画像削除  
(「最新OSの搭載」をアピールする  
タブレット端末のイメージ)

都合により画像削除  
(「ハードウェアのスペック」をアピールする  
タブレット端末のイメージ)

都合により画像削除  
(「高性能CPU」をアピールする  
スマートフォンのイメージ)

## ☑Apple製品の場合

都合により画像削除  
(携帯端末を操作する男性のイメージ)

都合により画像削除  
(携帯端末を操作する  
母親と娘のイメージ)

都合により画像削除  
(携帯端末を操作する  
母親と娘のイメージ)

一般的な製品の場合

都合により画像削除  
(電子書籍端末のWebサイトに掲載されている、  
端末自身のスペックをアピールする画像)

Kindleの場合

都合により画像削除  
(電子書籍端末のWebサイトに掲載されている、  
「読書」という行動に関連する  
機能についてアピールする画像)

都合により画像削除  
(生活の中での利用シーンイメージ)



☑ やったこと

- UX視点から製品・サービスの品質問題を分析
- UX手法による品質評価を模索

☑ 分かったこと

- 企画品質の重要性
- 企画品質の評価におけるUX手法(ペルソナ・シナリオ)の有用性

☑ 次にやること

- 実際のプロジェクトへの適用、効果検証

企画側の人  
の話も聞いてみたい！

