

Webサイトのユーザ経験 (UX) 設計方法の提案

Group-j1

2009se087 伊藤 まどか

2009se172 桃山 みなみ

目次

- 研究の背景・問題点・課題
- 関連研究
 - UX
 - 人間中心設計プロセス
 - ペルソナ
 - ストーリーテリング
 - ストーリーマッピング
- アプローチと提案方法
- 今後の課題
- まとめ
- 参考文献

研究の背景・問題点・課題

背景



既存のWebサイトには
ユーザが使いづらいと
感じるものがある



原因は開発者側
のユーザ理解



どうしたらユーザへの
理解を深め、よりよい
Webサイトに改良でき
るだろうか

ユーザ満足

ユーザ経験

UX(User Experience)

ユーザーがある製品やシステムを使ったとき
に得られる経験や満足

問題点



Webサイトを開発する際の、開発者のユーザ理解が困難



ユーザ経験を深く理解できる要求獲得手法があまりない

課題



より深いユーザ理解を得るために、開発者に共感を引き出すことのできる手法を
考える

3



ユーザ経験をふまえながらWebの改良を行う方法を考える

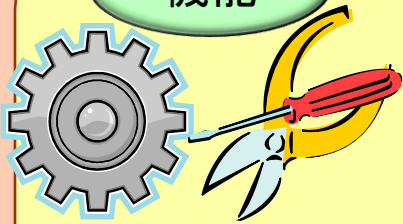
関連研究～ UX (User Experience) ～

UXとは

ユーザがある製品やシステムを使ったときに得られる経験や満足

よいUXをもたらす3つの条件

機能



目標達成のために必要な機能を備えていること

ユーザビリティ



使いやすく最小のステップで目標を実現できること

プラスの感情



感情的にプラスを与えていること

クリアしていることが多い

不十分であることが多い

4 私たちは特に現在十分であるとはいえない「ユーザビリティ」「プラスの感情」の二つの点をユーザ経験を用いたWebサイトにすることで向上させていきたい。

関連研究～ 人間中心設計プロセス～

人間中心設計プロセス

ユーザの体験の軸に,Webサイトを設計・改善するプロセス

解決案が実際に要求を満たすかを検証,改善
手法: ユーザテスト

人間中心設計の
必要性の特定

どう実現するかを決める
手法: 市場環境把握のためのリサーチ

利用の状況の
把握と明示

ターゲットと考える人々の生活行動の観察
手法: ユーザ行動観察調査

要求事項に対する
設計の評価

システムはユーザと
組織の要求を満たす

ユーザと組織の
要求事項の明示

設計による解決
案の作成

具体的な解決案を検討
手法: 要素の構造化, プロトタイピング

どんなターゲットを元にどんな要素を持った製品を提供するかを明確にする
手法: ユーザモデリング, 要求の明示

関連研究～ペルソナ～

ペルソナとは

- 詳細に定義づけられた仮想ユーザ
- 各プロジェクトはものによって3～12つのペルソナ(キャスト)をもち,その中の少なくとも一人中心的な焦点となる主要ペルソナである.

キャスト



主要ペルソナ

システムに合わせて
要素の追加をする

最低でも必要な6つの要素

ユーザ調査の簡単な手順

順序	内容
1	メインとなるユーザグループを定義する
2	ユーザの調査方法を選択する
3	調査を行う
4	定義したユーザグループを検証する

名前 安藤 佳奈

写真



年齢 23歳

居住地 愛知県名古屋市

職業 大学院生

略歴 南山大学学部生→南山大学院生

関連研究～ストーリーテリング～

ストーリーテリングとは

出来事や経験を言葉やイメージを使って伝える方法であり、人々に**共感**を引き出すことができる。近頃UX (User Experience) をよりよいものにするに有効とされ注目されている。

プロセス

集める

ストーリーを聞く
集める
選択する

作る

構成を設定する
構造とプロットを作る

使う

デザイン
アイデア等を
生み出す

共有する

ストーリーを共有
する

ループ

研究では作ったストーリーとペルソナとを組み合わせ、「使う」プロセスで**ストーリーマッピング**を実施する

オーディエンスからのフィードバック

ストーリーの構成要素

- 視点
- キャラクタ
- コンテキスト
- 心的イメージ
- 言葉使い

ダンノースの規範的構造の定義

- 1: タイトル
- 2: 前提 (コンテキスト)
- 3: そして (追加のコンテキスト)
- 4: いつ (イベント)
- 5: それから (結果)
- 6: さらに (もう一つの結果)

関連研究～ストーリーマッピング～

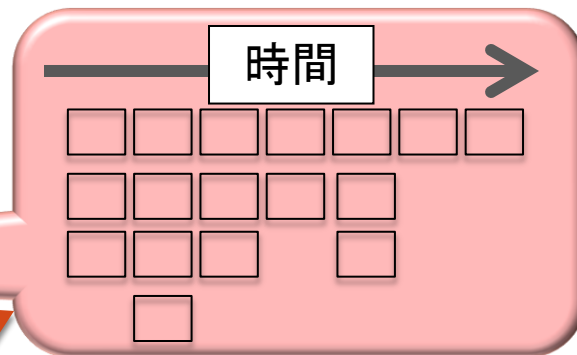
ストーリーマッピングとは

利用者のアクティビティ(振る舞い)に着目しながらユーザストーリーを時間と優先度に着目した**マップにする**ことで、全体像をチーム内で共有でき、より多くのユーザ満足を得られるようにする計画手法

手順

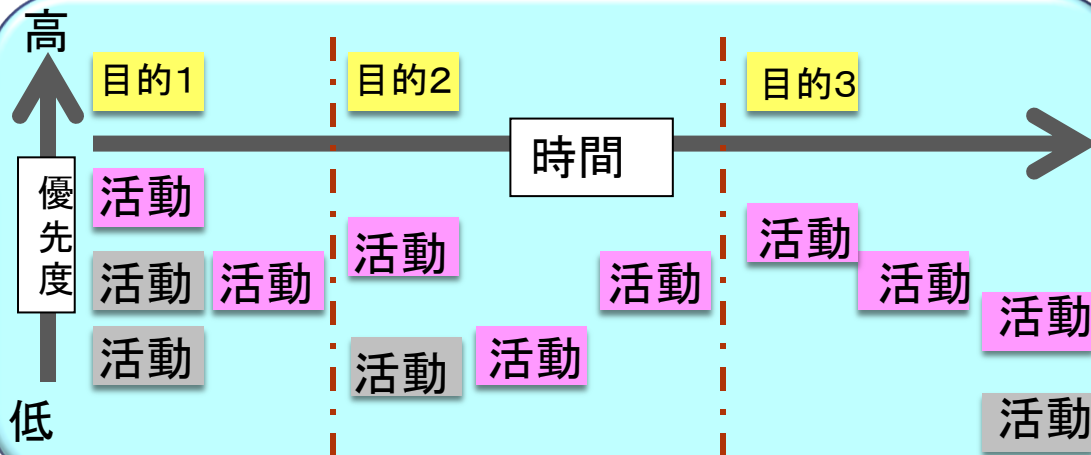
順序	内容
1	ユーザの行動を洗い出す
2	ユーザの行動を整理する
3	活動を動詞で表現する
4	重複するものをマージする
5	優先順位を付ける

付箋に
書き出す



- 1) 似た活動を集める
- 2) 時間軸に沿ったユーザの行動順に並べる

この後、現在のWebの問題点と改善点の抽出がまとめて行えるようなマップの見方を決める



アプローチと提案方法(1/2)

アプローチ

開発者側のユーザ理解を深めるためにペルソナとストーリーマッピングを用いる

提案方法

経験 収集

- 改善したいWebサイトのユーザのユーザ経験を収集
- そのユーザ経験からいくつかを抽出

ペルソナ ストーリー

- ペルソナ作成
- 収集・抽出したストーリーを各ペルソナに与える

ストーリー マッピング

- ストーリーマッピングを行い問題点を得る

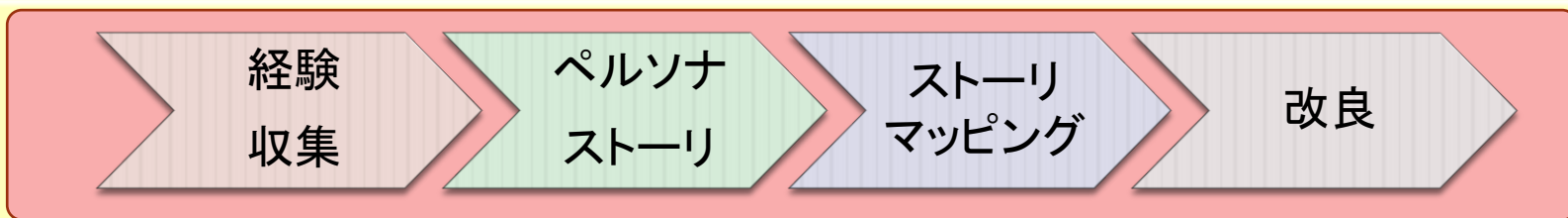
改良

- 改善点を考慮し,Webページの改善を実施する
- 改善後のサイトを利用したユーザに再度調査する

共感
が生まれる

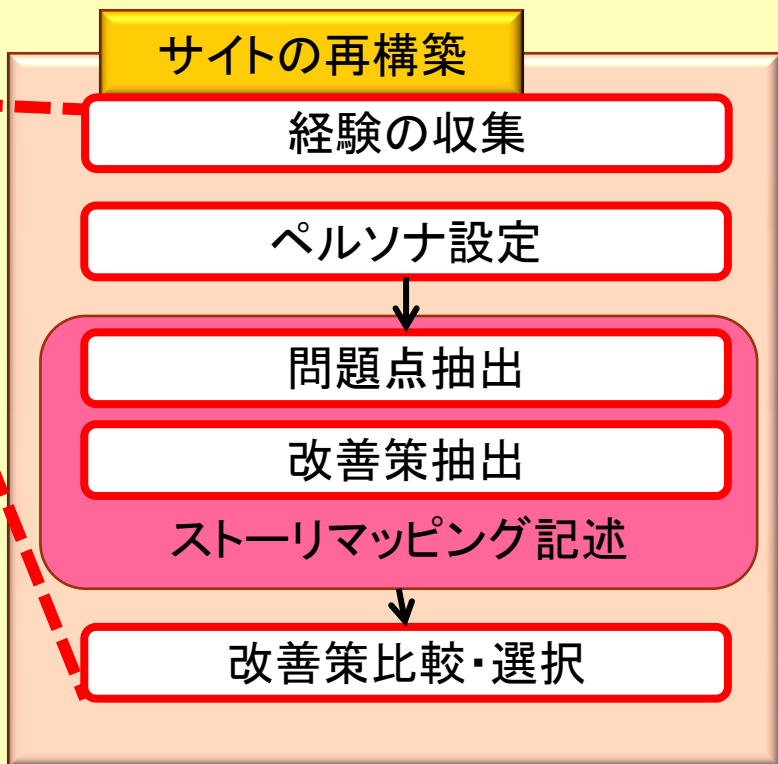
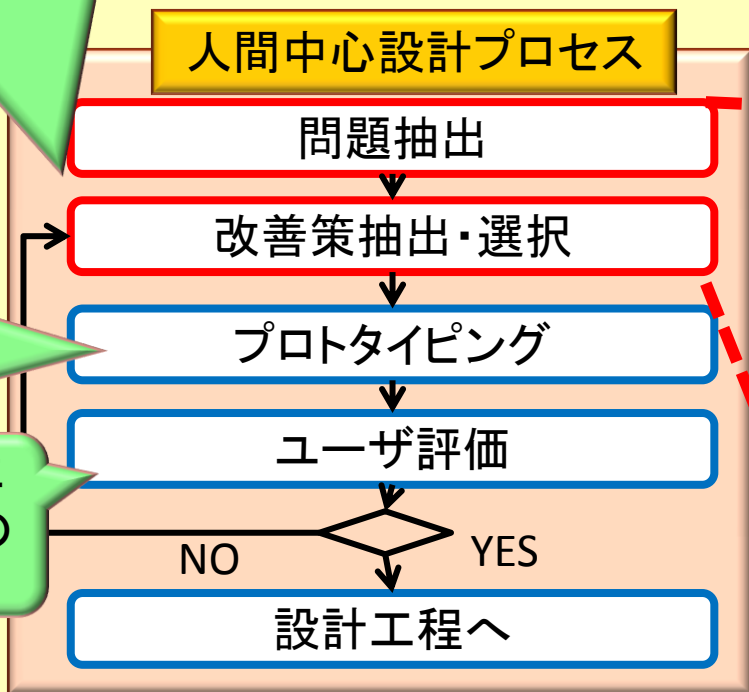
調査の結果
によっては
ここに戻る

アプローチと提案方法(2/2)



- ・利用状況の把握と明示
- ・ユーザと組織の要求事項の明示

提案手法の流れが出てきた過程



- ・設計による解決案の作成

- ・要求事項に対する設計の評価

今後の課題

- **中間発表会まで**

- アプローチの詳細
- ペルソナ・ストーリーテリング・ストーリーマッピングを用いたモデルの作成

- **卒論発表会まで**

- 経験・収集方法の詳細設定
- ユーザストーリーマッピング詳細設定
- 実際に既存のサイトを用いて、提案手法の評価・検証

まとめ

背景

- ユーザが既存のWebサイトが使いづらいと感じる

問題点

- 開発者側のユーザ理解の欠如

目的

- 開発者側がユーザ経験からユーザの理解を深める

提案

- ペルソナ・ストーリーテリング・ストーリーマッピングを用いたUXの向上

今後の課題

- ペルソナ・ストーリーテリング・ユーザストーリーマッピングを用いたモデルの作成

参考文献

- **UXデザインプロジェクトガイド**
カットシステム Russ Unger/Carolyn Chandler著
- **ユーザエクスペリエンスのためのストーリーテリング**
丸善出版 WHINEY QUESENBERRY/KEVIN BROOKS
- **ユーザエクスペリエンスユーザリサーチ実践ガイド**
SESHOEISHA マイク・クニアフスキー著
- **ソフトウェアユーザエクスペリエンス設計**
日経BP社 神原典子著
- **Webサイト設計のためのペルソナ手法の教科書**
毎日コミュニケーションズ Steve Mulder著