

Webサイトのユーザ経験(UX)設計方法の提案

Group-j1

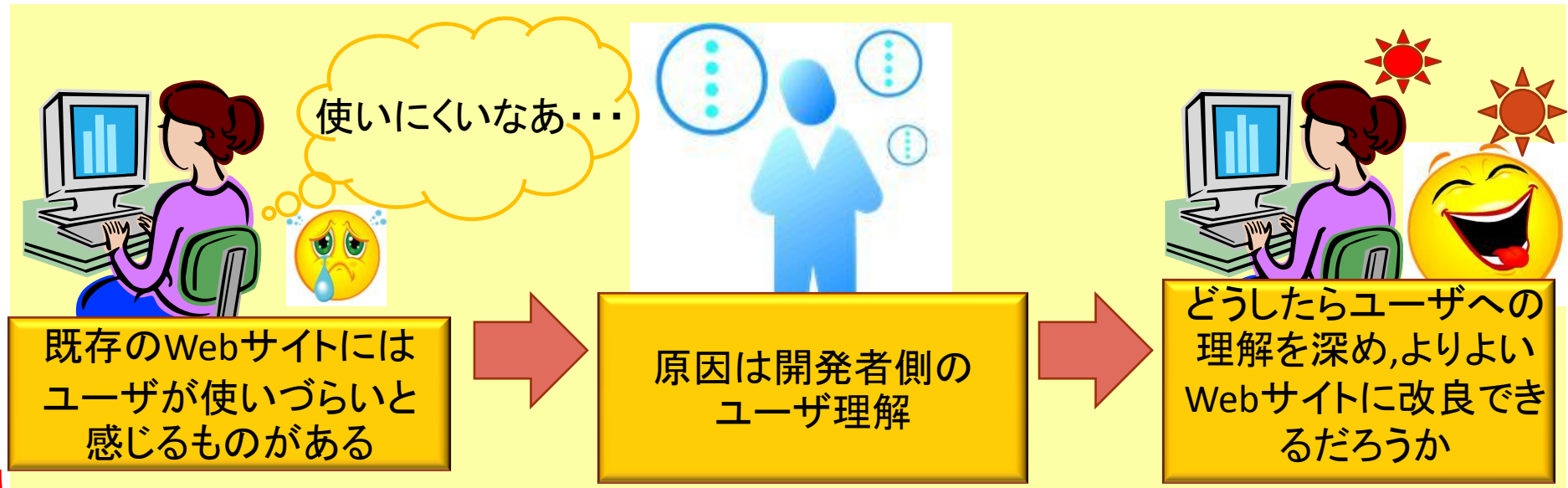
2009se087伊藤 まどか

2009se172 桃山 みなみ

目次

- 研究概要(再掲)
- 研究の流れ
- 前回と今回
- ユーザリサーチ
- 人間中心設計プロセス
- 提案手法
- 考察
- 今後の課題
- 参考文献

研究背景(再掲)



ユーザ満足

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

ユーザ経験

どうやってUXを取り入れるか



1 ユーザの意見を収集してユーザ経験を手に入れる



2 ペルソナを作り,取り入れたユーザ経験をストーリーとしてペルソナに与える

研究の流れ

UXとは
ペルソナ
ストーリーテリング
ストーリーマッピング

通常のプロフィールだけではなく、
ストーリーを付けることでUX (User
Experience) が考慮できる

改善後のWebサイトを利用した
ユーザに再度サーベイを実施

関連研究

各提案手法
の基準・詳
細設定

ユーザ経験
収集・抽出

ペルソナ・
ストーリー作成

ストーリ
マッピング

Webサイト
の再構築

- ユーザ経験収集方法 (改善後含む)
- ストーリ抽出方法
- ペルソナ設定方法
- ストーリ設定方法
- ストーリマッピングの詳細設定

PORTA (南山大学ポータルサイト)での実践

ストーリーマッピングの詳細設定

ストーリーマッピングはまだあまり確立されていない手法なので自分
たちなりの詳細な設定作りを力を入れていく



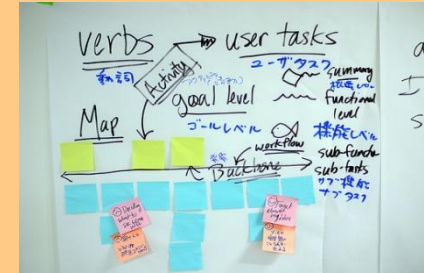
前回と今回

* 赤字は完了した段階 *

前回まで

UXとは
ペルソナ
ストーリーテリング
ストーリーマッピング

- ユーザ経験収集方法(改善後含む)
- ストーリ抽出方法
- ペルソナ設定方法
- ストーリ設定方法
- ストーリマッピングの詳細設定



今回

PORTA (南山大学ポータルサイト)での実践



回答者・目的
の決定

質問の作成

回答の確認

モデルへの
事前調査

ユーザリサーチサーベイ(質問紙調査)の項目を基にアンケートの作成を行う
期待される回答のイメージを掴む

ユーザーリサーチ (8/10のスライドをまとめたもの)

自分たちの中での確認

既存のシステムの**現在のプロセス**を知る

基本的な要求は何か

ユーザのニーズの理解と優先順位

- ・なぜそれが利用されているのか
- ・そこでは何をしているのか
- ・それに関心があるのは誰か

製品に関わるステークホルダは誰なのかを確認する



サーベイ(質問紙調査)

2. 1 知りたいことを書き出す

1の工程を参考に

2. 2 質問のカテゴリを確認する

特徴

- ・人口統計的
- ・技術的

行動

- ・ウェブの使用経験
- ・使用法

意識

- ・満足感
- ・好み
- ・欲求

2. 1で書き出した質問をカテゴリで分け偏りがいないか確認

2. 3 質問を書く

一般的な注意事項

1	質問数は20まで
2	なるべく短くする
3	明確で具体的にする
4	業界用語の使用の禁止
・	・
・	・
・	(他項目今回は省略)

これらの段階を踏んでアンケートモデルを作成していく

人間中心設計プロセス

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

ユーザと組織の要求事項の明示

- 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

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

要求事項に対する設計の評価

- 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

提案手法～流れ～(1/2)

扱うWebページはPORTAを予定

南山大学の生徒



アンケート

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**改良**を実施する
- 改良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

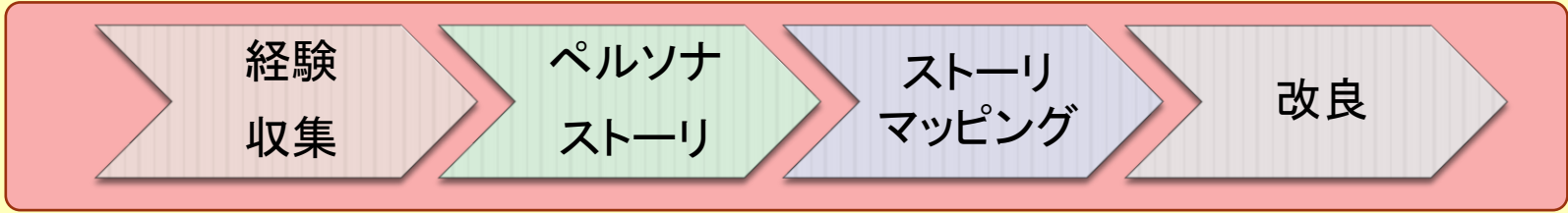
調査の結果
によっては
ここに戻る

ストーリーマッピングが利用できるようになることによって総合的な目を持ちながらの抽出が可能

実践する際に必要な設定をする提案手法

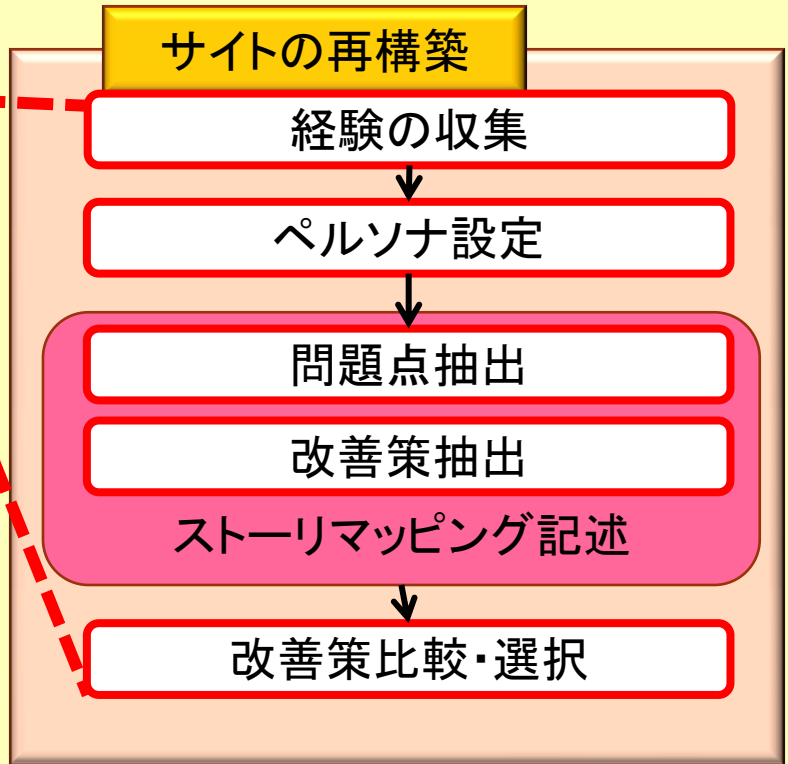
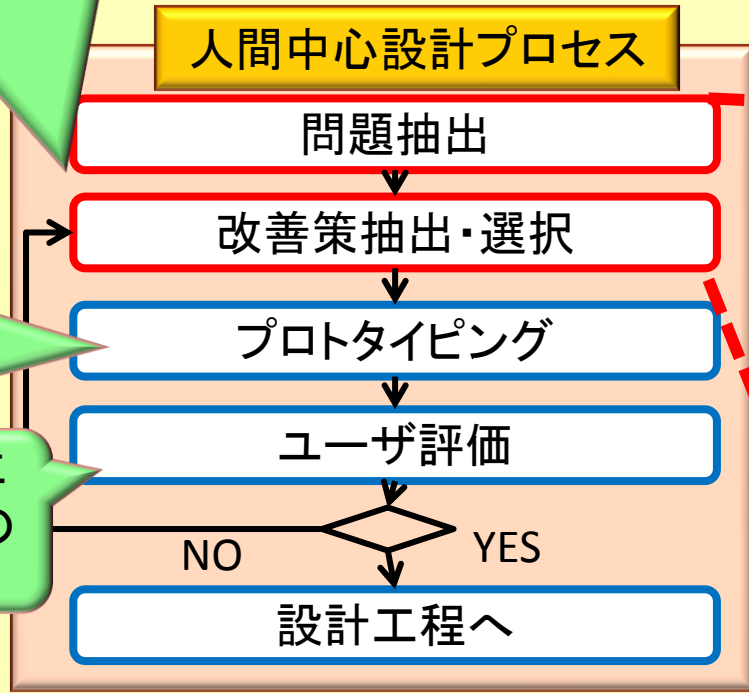
- ユーザ経験収集方法(改善後含む)
- ペルソナ設定方法
- ストーリー抽出方法
- ストーリー設定方法
- ストーリーマッピングの詳細設定

提案手法～流れ～(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

今日やったこと

- ・提案手法がどこから考え出した事かを人間中心設計プロセスをもとに理解を深めた.
- ・アンケートの内容を実際に考え,ペルソナを実際に設定してみる.

今後の課題

* 赤字は完了した段階 *

前回まで

UXとは
ペルソナ
ストーリーテリング
ストーリーマッピング

- ユーザ経験収集方法(改善後含む)
- ストーリ抽出方法
- ペルソナ設定方法
- ストーリ設定方法
- ストーリマッピングの詳細設定

関連研究

各提案手法の基準・
詳細設定

ユーザ経験
収集・抽出

ペルソナ・
ストーリー作成

ストーリー
マッピング

Webサイトの
再構築

今回

PORTA (南山大学ポータルサイト)での実践

関連研究

各提案手法の基準・
詳細設定

ユーザ経験
収集・抽出

ペルソナ・
ストーリー作成

ストーリー
マッピング

Webサイトの
再構築

回答者・目的
の決定

質問の作成

ユーザリサーチサーベイ(質問紙調査)
の項目を基にアンケートの作成を行う

回答の確認

モデルへの
事前調査

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