

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

- 前回まで
- 研究課題
- ユーザシナリオ法
- エスノグラフィー
- エスノグラフィー調査
- 考察
- 今後
- 参考文献

前回まで

- UX
- ストーリテリング
- ユーザストーリーマッピング
- ペルソナ
- 人間中心設計プロセス

研究の背景

- ・どのように「ユーザビリティ」「プラスの感情」を取り入れるかを考えていきたい。
- ・サイトの再構築に向けて、Web サイトにおけるデザインの役割と人間関係について考えていきたい。

研究の課題

- UXを考慮しながら,Webサイトの再構築する際に機能を重視し,開発者側の考えに頼ったサイト構築ではなく,ユーザのプラスの感情や経験を明確に理解し具体的な仕様に生かしWebサイトを構築していく事が重要である.

ユーザシナリオ法(1/4)

ユーザーシナリオ法 (Contextual Inquiry)

Holtzblatt, K.とBeyer, H.が考案し

ユーザーの利用状況を把握・理解するためのユーザー調査手法。

文脈的にユーザ像や利用状況を把握することで、現行サービス・商品の潜在的な問題点やニーズの把握や、新規サービス・商品の企画(発想の手掛り)に役立てることができる。

ユーザーがサイト内でどのような行動をするのかを表したものです。

何ができるか/利用想定シーン

1 ユーザー利用状況(行動)の把握

順序立てて詳細に、観察・インタビューを進めていくことで、実際のユーザーの利用状況について、要約されていない状態で具体的かつ文脈的に把握することができます。

2 サービス・商品の改善点・潜在的ニーズの把握

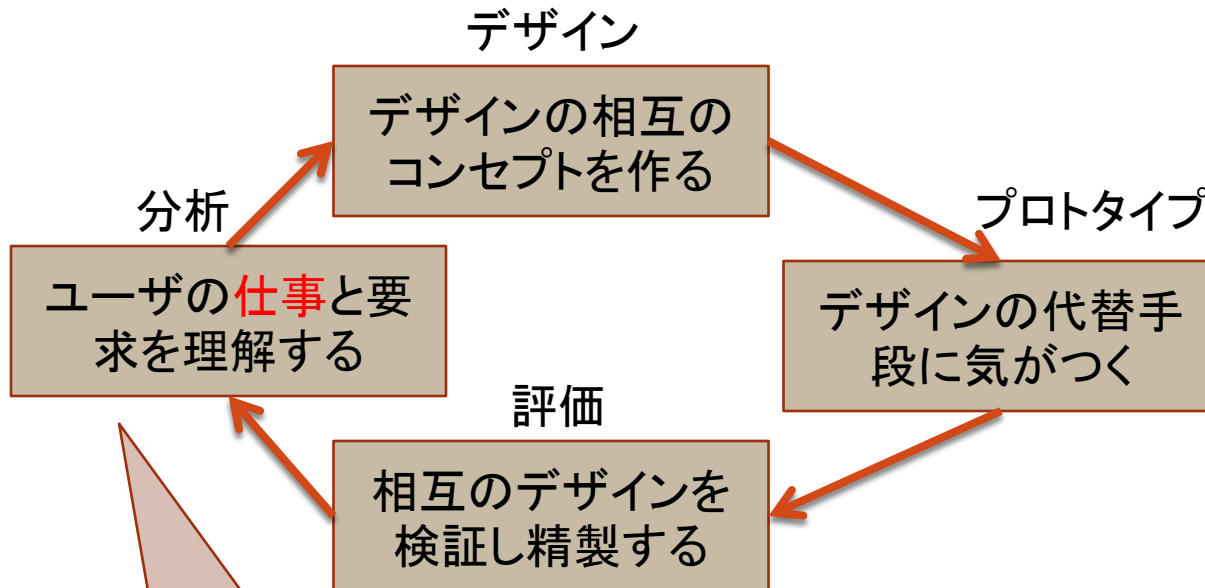
習慣的な行動であるほど、ユーザーは無意識的に実行しており、“何を”しているのか“どうして”その行動をしているのか、ユーザー自ら言葉で表現できません。上記ユーザー利用状況の把握から、ユーザーが意識していない改善点やニーズを読み取ることができます。

利用例・向いているテーマ

サービス・商品の問題点・要求の把握
新規サービス・商品の企画

ユーザシナリオ法(2/4)

ユーザシナリオ法のライフサイクル



現在存在するシステム、製品を使った彼らの現在の**仕事**の分析をするところから始まります。

仕事 (Work) とは
人々が目標を達成することを引き受ける行動。
これらの行動はシステム、製品の利用を含む。

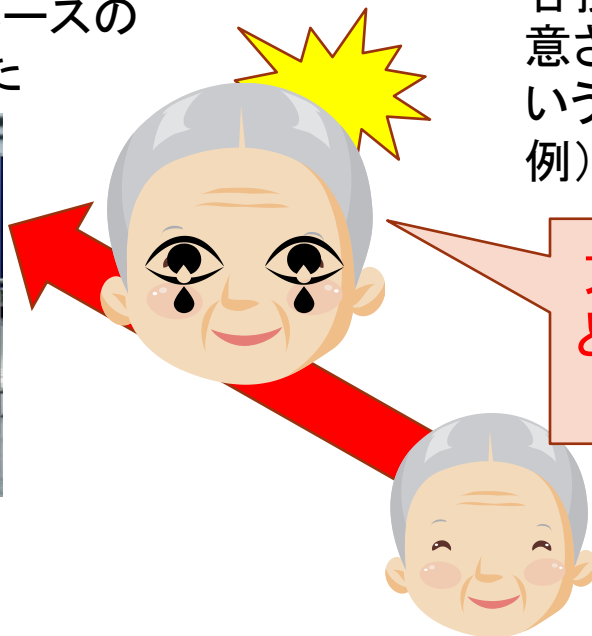
ユーザシナリオ法(3/4)

<真実のストーリー>

アメリカのヴァージニア州で、初めて
選挙の投票にコンピュータベースの
タッチスクリーンが導入された



各投票所には専門の案内人が用意されていたが、利用が難しいという意見が多数出た
例)老人の女性



文字の大きさは良かったけれど色分けがたくさんされていてよくわからなかった

このシステムは文字の大きさには配慮があったが、老人の混乱してしまう色彩感覚までは配慮できていなかった

このシステムを作る際に、女性の年代のグループは意識されていたにも関わらず、このような問題がおこってしまった。これを防ぐためには
調査の量をより豊富にし、調査の中身をより詳細にする必要がある

ユーザシナリオ法(4/4)

人間とコンピュータの相互作用

ユーザシナリオ法

- ・エスノグラフィ(Ethnography)
- ・研究に焦点を当てた人類学のブランチ
- ・様々な人間文化の体系的な記述から派生している

人間とコンピュータの相互作用(HCI: in human- computer interaction)

人間とコンピュータ,あるいは人間と機械の接点におけるインタラクションに関する研究領域

ACM SIGCHIの定義

人間が使用するための対話型コンピュータシステムのデザイン、評価、実装に関連し,それら周辺の主要な現象に関する研究を含む学問分野

エスノグラフィ

エスノグラフィ(Ethnography)

人類学や社会学の領域で用いられる研究手法
=ある文化や社会をじっくりと観察することを通じて、社会の構造のみならず人々の心を理解し、記述する手法

人々の生活を理解することでよりよいデザインやイノベーションを創出する効果的 ツール

エスノグラフィ調査

消費生活の質に注目

人々が製品やサービスを利用し体験する理由やその傾向を、生活という観点から理解しようとする体系的な調査手法

家庭など実際に利用される現場を観察することを通して、ユーザの考えやライフスタイルをより深く理解し、インサイトを導いていく手法

「観察」はデザイン思考的なアプローチを行なう上で最も重要な意味をもっている

エスノグラフィ調査

- 目的

ユーザのインサイトを導出しデザインにイノベーションをもたらすこと

- 家庭への訪問が不可欠

調査に協力してくれる対象者選びや調査の進め方に細心の注意が必要

	一般にインタビュー調査	エスノグラフィ調査
対象者	平均的なユーザ像を想定	ユニークな体験をしている人
調査人数	ある程度の規模	5～6名程度
目的	統計的な意味を求め検証する	デザインにイノベーションをもたらす 仮説発見型

平均的なユーザを望まない

人類学とユーザシナリオの関係

- ITにおいて、単に技術や刺激的なビジュアルだけでなく、文化人類学の知識も重要となってきた。

人類学

人類を対象とする総合的な科学

- ・文化人類学
- ・社会科学
- ・人間学
- ・自然人類学

→ 人類の集団的変異と類似を、とくに文化面について記述し、説明もしくは解釈することを基本的課題とする学問

EX) ユーザーテストをした際

サイトがどのように見られ、どう移動したのかをデータとしてまとめることがある。

人類学的なアプローチも加えらしたら①性別②出身地③年齢に分類して調査する。

場合によっては利用者の背景(生い立ちや趣味・趣向)を考慮した調査も行うこともある。

結果として現れたデータの「なぜ」をサイトに向けるのではなく人間に向けて考えるのが人類学的なアプローチ。

考察

- 要求獲得の段階でユーザストーリーを用いているが、他の段階で活用できないかを調べる
- データの収集方法について、他にも方法がないかを調べる

今後

- 今回学んだペルソナと以前より学んできたストーリーテリングやユーザストーリーマッピングを用いた要求獲得の方法を考えていきたい。
- どのように「ユーザビリティ」「プラスの感情」を取り入れるかを考えていきたい。

参考文献

- ユーザシナリオ法

<http://www.iid.co.jp/service/tool/tool30.html>

- ユーザシナリオ

<http://www.blithe.jp/service/scenario.html>

- IT情報マネジメント用語辞典

<http://www.atmarkit.co.jp>

- liaison-center

<http://www.liaison-center.net/?p=968&lang=en>