

# Webサイトのユーザ経験(UX)設計方法の提案

Group-j1

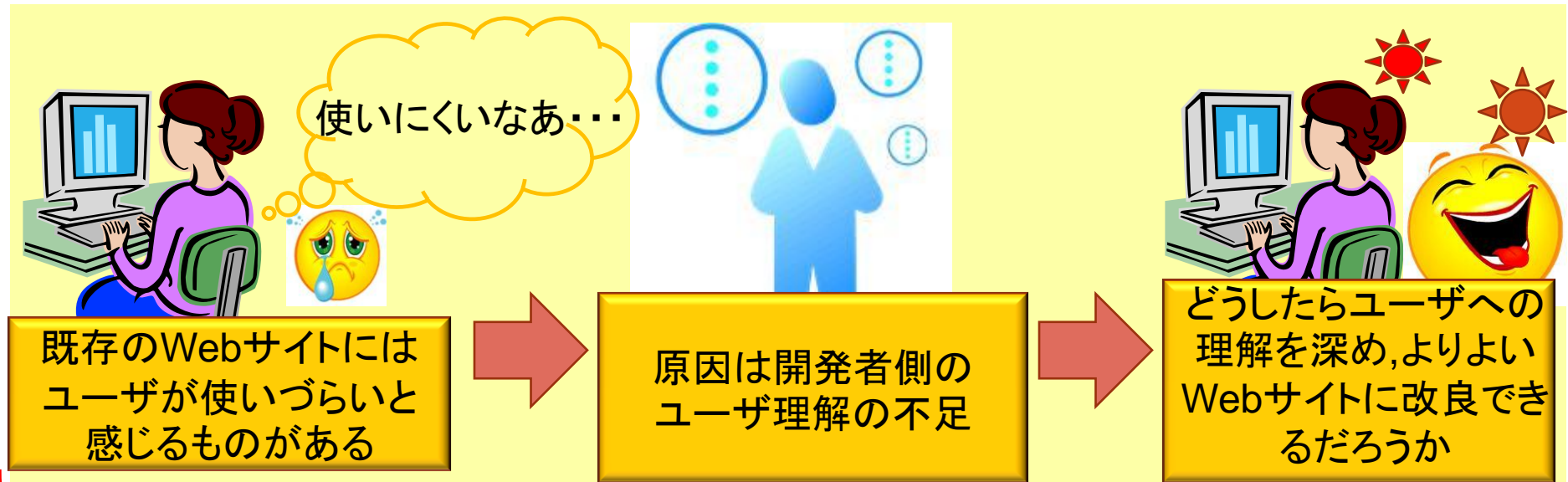
2009se087 伊藤 まどか

2009se172 桃山 みなみ

# 目次

- ◆ 研究背景
- ◆ 研究の流れ
- ◆ UXとは
- ◆ 関連研究
  - ペルソナ
  - ストーリーテリング
- ◆ 提案手法
  - 流れ
  - ペルソナ設定方法
  - ストーリー設定方法
- ◆ 考察
- ◆ 今後の課題
- ◆ 参考文献

# 研究背景



ユーザ満足

UX(User Experience)

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

ユーザ経験

どうやってUXを取り入れるか



ユーザの意見を収集してユーザ経験を手に入れる



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**
- **ストーリー設定方法**
- **ストーリー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

今回の発表では赤いプロセス  
のところを発表

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にも力をいれていく



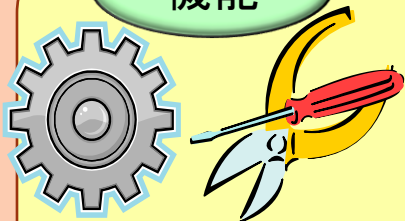
# UX (User Experience) とは

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

不十分な「ユーザビリティ」「プラスの感情」の二つの観点を用いたWebページにすることで向上.

# 関連研究～ペルソナ～ (1/2)

## ペルソナとは

- 詳細に定義づけられた仮想ユーザ
- 各プロジェクトによって3～12つのペルソナ(キャスト)をもつ. その中の少なくとも一人はデザインの中心となる主要ペルソナ.

## 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～ (2/2)

## 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、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ことに有効とされ注目。

## 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

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

ループ

### 共有する

ストーリーを共有する

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)

ストーリーマッピングに関してはもう少し時間をかけて研究する予定

# 提案手法～流れ～ (1/3)

扱うWebページはPORTAを予定

## 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
- ユーザ経験からいくつかを抽出

南山大学の生徒



アンケート

## 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

**共感**  
が生まれる

## ストーリー マッピング

- **ストーリーマッピング**を行い改善点を得る

## 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

調査の結果  
によっては  
戻る

ストーリーマッピングの利用で,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
- ストーリー設定方法
- ストーリー抽出方法
- ストーリーマッピングの詳細設定



# 提案手法～ペルソナ設定方法～(2/3)



## ユーザ調査の簡単な手順

- 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

対象を絞る 例) PORTA ユーザ

例) アンケート, インタビュー等  
今回はアンケートを参考にする

ユーザグループのモデルを固める

## 定型

### 最低でも必要な6つの要素

名前

年齢

居住地

職業

略歴

写真

それに加えて

対象をPORTAにするなら

学部

主に利用  
する内容

履修  
状況

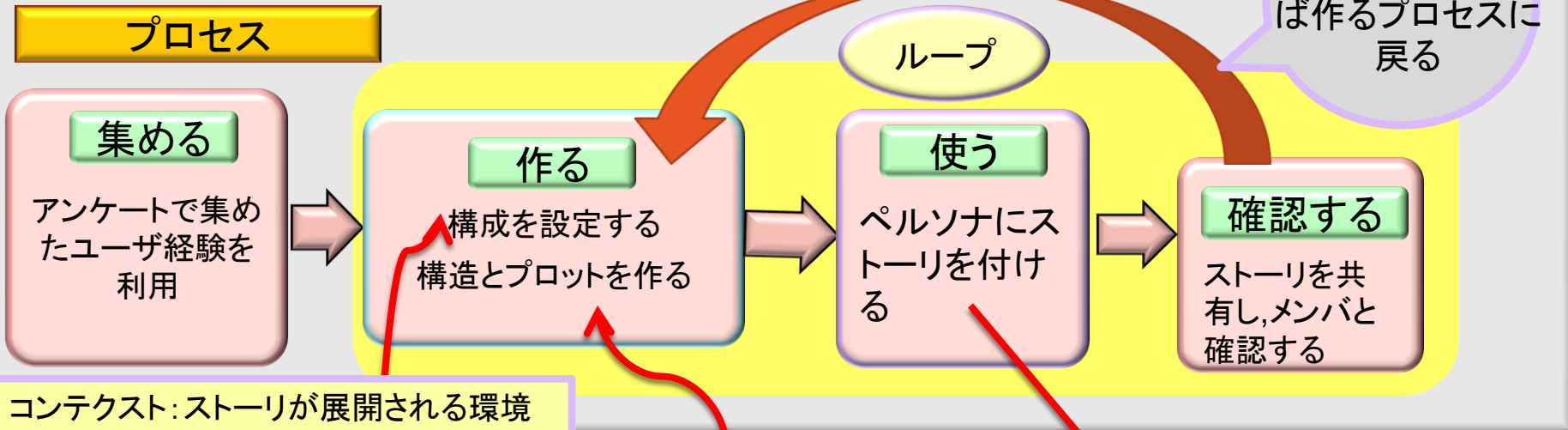
- ・名前
- ・年齢
- ・居住地
- ・職業
- ・略歴
- ・学部
- ・主に利用する内容
- ・履修状況
- ・
- ・



3～12個作成

# 提案手法～ストーリー設定方法～ (3/3)

何か問題があれば作るプロセスに戻る



## 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
- を設定する

## 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)

- ・名前
- ・年齢
- ・居住地
- ・職業
- ・略歴
- ・主に利用する内容
- ・履修状況
- ～ストーリー～

タイトル.....

.....

.....

名前

履修状況

写真

ペルソナを意識して作成

10

これらの項目を利用して  
短いストーリーを作成

# 考察

自分たちの研究の道筋をたてることができたため、  
やるべきことが明確になった

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

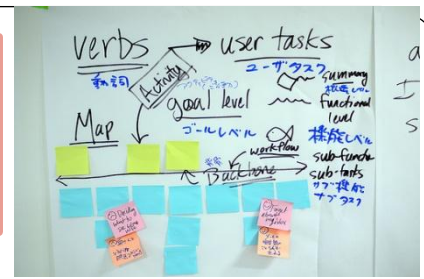
ストーリ  
マッピング

Webサイト  
の再構築

関連研究をまとめ、私たちの研究に必要な提案手法を  
実践をイメージしながら決定することで、実践への準備が着実に進めら  
れるようになる。

# 今後の課題

自分たちで決定したプロセスを徐々に埋めていき、完成させたい



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

今回の発表では赤いプロセス  
のところを発表

次回

「各提案手法の基準・詳細設定」プロセスの

- ユーザ経験収集方法 (改善後含む)
- ストーリ抽出方法

# 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

## ●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

## ●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