

ユーザスタディフォーラム

—人間中心イノベーションをイノベートする

田村 大¹ 野村 早恵子²

¹ 博報堂研究開発局 ² カリフォルニア大学サンディエゴ校

ユーザスタディフォーラムとは

産業界が人間中心のデザイン (HCD: Human-Centered-Design) に向ける眼差しが熱くなっている。米国では、Businessweek や Fast Company のようなビジネス誌で、相次いで HCD を活用した企業の取り組みが特集され、それらの号は、並居る特集を退けて、最も大きな販売部数を稼ぎ出すという^{☆1}。HCD が目指すのは、人間のよりよい経験をデザインすることである。世界的ベストセラー「経験経済」¹⁾で指摘されているように、物質的に十分満たされた現代社会において、新しい市場は経験の創出にこそある。一方、人間の経験は、形のない、インフォーマルな性質を持つ。有望な経験を見出し、モデル化し、形を与える方法論について、先行するマーケティング領域における探求が与えてくれる知見はほとんど存在しない²⁾のが現状である。

本フォーラムでは上述の課題に対し、産学協働の場を設けることで、実践的な解決を生み出すことを目指している。新たな市場を形成する3つの側面、すなわち、人間・ビジネス・技術のトライアングルに対し、人間の側面を重視したアプローチを採るユーザスタディについて、実務者の視点から議論を進めていく。したがって、本フォーラムでは、技術あるいは理論そのものを議論の対象とするのではなく、HCD のプロセスに応じた、生きた検討を重視することを方針に掲げている。

本フォーラムは、計算機科学・認知科学・社会科学の研究者、マーケティング・商品企画の専門家、デザイナーなど、幅広い専門家をコアメンバに迎え、2006年より活動を開始した。

フォーラムで扱うテーマ

ユーザスタディと一口に言っても、その領域は多岐に渡る。そこで本フォーラムで扱う実践的な取り組みの成

果は、ユーザの暗黙的な視点や価値観の発見に重点を置くこととしている。所与の仮説を証明・評価するのではなく、むしろ、先入観を排して現場に入り込み、適切な観測の手法を導入することで、事後分析において価値ある発見に結びつけることが可能なデータの収集を目指す。

特に重視するのが、現場の多様な変数の存在に気づき、柔軟な記述を行うことができる人間の目である。これまで文化人類学や認知科学で重用されてきたエスノグラフィ (行動観察: 文献 4) を参照) を主要な手法として取り入れ、さらに、さまざまなデジタル計測技術を持ち込むことで、人間の直観とデジタル技術がもたらす客観性の高次の相互作用を生み出すことを検討している (例: 図-1)。

事後分析においても同様のアプローチを採用する。すなわち、エスノグラフィの分析枠組みにおいて重視されてきた観察者の (直観的な) 理解・解釈に加えて、データマイニング、統計解析等を適宜取り入れることで、信頼性の高いデザインに貢献し得るユーザの視点や価値観を明らかにすることを目論んでいる。

これまでのフォーラム活動^{☆2}

シナリオ創発ワークショップ

2007年1月24日、文化放送メディアプラスホール (東京都港区) にて、本フォーラムおよび博報堂フォーサイト主催の下、第6回シナリオ創発ワークショップを開催した。

ワークショップのテーマは、ユーザ側にフォーカスしたイノベーションのあり方、すなわち、イノベーション

^{☆1} Corporate Design Foundation の Chairman ・ Peter Lawrence 氏へのインタビューによる。

^{☆2} 第6回シナリオ創発ワークショップ、ソフトウェアジャパン 2007・チュートリアルで紹介は、岡本昌之氏 (東芝研究開発センター知識メディアラボラトリー)、菅坂玉美氏 (富士通研究所ビジネスイノベーション研究所)、松村真宏氏 (大阪大学大学院経済学研究科) による会議録をもとに作成した。

のためのユーザスタディであった。

会議は、「Track1: 理論・技術編」, 「Track2: 実践編」の2部構成とし、それぞれ論文5件・ケーススタディ2件の発表が行われた。また、海外・国内からの招待講演者の発表もなされた。

Track1の招待講演は、Alex S. Taylor (Microsoft Research Cambridge), Laurel Swan (Brunel University) 両氏による、"Designing Domestic Surfaces"であった。両氏は、ロンドンの一般家庭を対象に、2年間に渡り、家庭内での情報媒体(カレンダー、冷蔵庫の側面に貼付されたメモ等)の利用法を観察してきた。両氏は、"Smartness"あるいは"Intelligence"とは何か、という疑問に対し、日常生活の観察を通じて解明していく姿勢で研究に取り組んでいる。"Smart home"のような未来型の実験家屋を構築して最新技術を評価するのではなく、実際の家庭生活に没入して革新的なデザインのエッセンスを発見することで、新たなデジタルシステムの方向性を見出すアプローチだ。今回の発表では、一連の観察研究からデザインされた家庭用電子情報媒体の機能、用いられ方などが紹介された。

Track2の招待講演は、永井一史氏(博報堂デザイン社長)による、「関係性をデザインする」であった。永井氏はまず、デザインとは無限の可能性の中から1つを選んで概念を実体化することであると述べ、その際の思考が100%表現されただけでは不十分で、さらに30%が加わり、ズレが生じることに価値があると論じた。また、デザイナーの創造力は「想像力」であり、心に結んだ像が、



図-1 筆者の1人(田村)が行ったエスノグラフィとデジタル計測の併用例: スーパーマーケットにおける買物客の行動観測を、エスノグラフィ調査、デジタルビデオ記録、生体メトリクス計測を併用して実施した。

時間が経つにつれどう変わるか観察することを「心の棚に置いておく」という言葉を用いて紹介した。講演の最後には、永井氏がこれまで手がけたテレビCMを映しながら、伝えようとしたメッセージが紹介された。

その他、ワークショップの詳細については、情報処理学会より刊行された予稿集³⁾を参照されたい。

ソフトウェアジャパン 2007

2007年1月25日、タワーホール船堀(東京都江戸川区)にて開催されたソフトウェアジャパン2007では、HCDを主題として、HCDのためのユーザ観察・記述手法、HCDに基づくロボットデザインの2つのセッションからなるチュートリアルを行った。

HCDのためのユーザ観察・記述手法のセッションでは、「エスノグラフィの哲学概念、実践法、およびHCDに向けた有効性に関する議論」と題し、エスノグラフィとHCDの実践について山内裕氏(PARC)、および筆者の1人(野村)が講演を行った。両名とも、企業活動を対象に実践的なエスノグラフィ研究を行う学術研究者である。

山内氏によれば、エスノグラフィとは「現場の文化を、そこに所属する人々の視点から理解・経験し、記述することで、現場の本質を浮かび上がらせる(図-2参照)」ことであり、形のない文化を形のある行為を通じて明らかにすることで、これまで意識に上らなかった観点を与えることに意義があるという。野村は、飛行機のcockpitデザインに向け、飛行・シミュレーション時におけるパイロットの観察を行った事例をもとに、さまざまな人工物(ドキュメント等)とのインタラクション、ライフサイクルの観察・記録の手法を紹介し、実践的なエスノグラフィの概略を示した。

エスノグラフィは、課題発見において重要な役割を果たすのみならず、デザインの工程においても観察者自身が積極的に関与することが大きな飛躍をもたらす。野村は、IDEO^{☆3)}によるデザインプロジェクトの模様を紹介した。この事例は、非常に短期間にこれまでの常識を覆すショッピングカートを開発する課題に取り組むチームのデザインプロセスを、ドキュメンタリー映像としてまとめたもので、HCDの模範的なあり方を示すものとして著名である。プロジェクトの成功に向け、さまざまな分野のエキスパートがユーザの立場として参加すること、ユーザの行動や態度を繰り返し観察・理解すること、プロトタイプの実成と評価を通じて改善すること等の重要性が示された。

^{☆3)} 世界最大のデザインファームであり、HCDによるイノベーションの開発で世界的な名声を誇る。詳細は、<http://www.ideo.com/>を参照。

HCDに基づくロボットデザインのセッションでは、ロボットデザインにおいてHCDが果たす役割につき、園山隆輔氏(TDF代表)による講演が行われた。園山氏は、大手家電メーカーのデザイン部門を経て、現在はインタラクティブデザイン、ロボットデザインを中心に、広範な領域で活躍する気鋭のデザイナーである。

園山氏はまず、ロボットの本質的な有用性を考えるには、ロボット単体の存在だけでなく、時間軸とユーザとの関係性が重要、と論じた。たとえば、同じ「手を振る」という動作でも、掌をどちらに向けるか、誰に対して行うかにより、「さよなら」にも「それ違いませ」にもなり得る。また、今後のロボットビジネスを考える上で、市場が確立するのをただ待つのではなく、HCDの意識と経験を活かすことが重要であり、ユーザにとってロボットとは何かを明確にする必要があるという。事例として、2005年の愛知万博で園山氏が手掛けた2つのロボットについて、どのような考えでデザインに取り組んだかが紹介された。万博という究極のハレの場において、世界中から来訪する老若男女に向けたエンタテインメントでありつつ、技術研究のプレゼンテーションを確実に行うことが意識され、斬新なデザインの中に研究内容のコアが光る工夫が伝わってきた。園山氏は、今後、研究者マインドを持ったデザイナーやデザインセンスを持った研究者が、HCDの力を得てより重要な存在になっていくと締めくくった。

質疑応答では、主にHCDの実践に対する積極的な議論が起こり、今後、日本においてもHCDがより重要な概念として取り入れられていくことが予感された。

今後のフォーラム活動

本フォーラムでは、今後も、HCDを目的としたユーザスタディ、フィールドワーク等の実践的な事例・知識・技術を共有・交換する場として、ワークショップ、チュートリアルを開催する計画である。また、今後、wikiを介して国内外のユーザスタディ研究・プラクティスの現状を報告していく予定である。オンライン、オフライン双方で、HCDに関心を持つ研究者・実務家との交流を深めていきたいと考えている。ご興味を持たれた方は、ぜひ<http://www.userstudy.org/>にアクセスしてほしい。

参考文献

- 1) Pine, B. J., Gilmore, J. H., 岡本慶一(訳), 小高尚子(訳): [新訳] 経験経済(原題: The Experience Economy), ダイヤモンド社, 東京(2005).
- 2) 奥出直人: デザイン思考の道具箱—イノベーションを生む会社のつくり方, 早川書房, 東京(2007).
- 3) 田村 大, 野村早恵子(編): 第6回シナリオ創発ワークショップ予稿集, 東京, 情報処理学会(2007).
- 4) 箕浦康子: フィールドワークの技法と実際—マイクロ・エスノグラフィ入門, ミネルヴァ書房, 京都(1999).

(平成19年3月28日受付)

田村 大 (正会員)

HIROSHI.TAMURA@hakuodo.co.jp

東京大学大学院学際情報学部博士課程単位取得退学。現在、(株)博報堂研究開発局・主任研究員。人間の創造性を高める実世界インタラクティブ研究に従事。2006年よりユーザスタディフォーラム共同代表。

野村早恵子

saeko@hci.ucsd.edu

京都大学大学院情報学専攻博士課程修了(情報学博士)。現在、カリフォルニア大学サンディエゴ校認知科学部ポスドク研究員。2006年よりユーザスタディフォーラム共同代表。

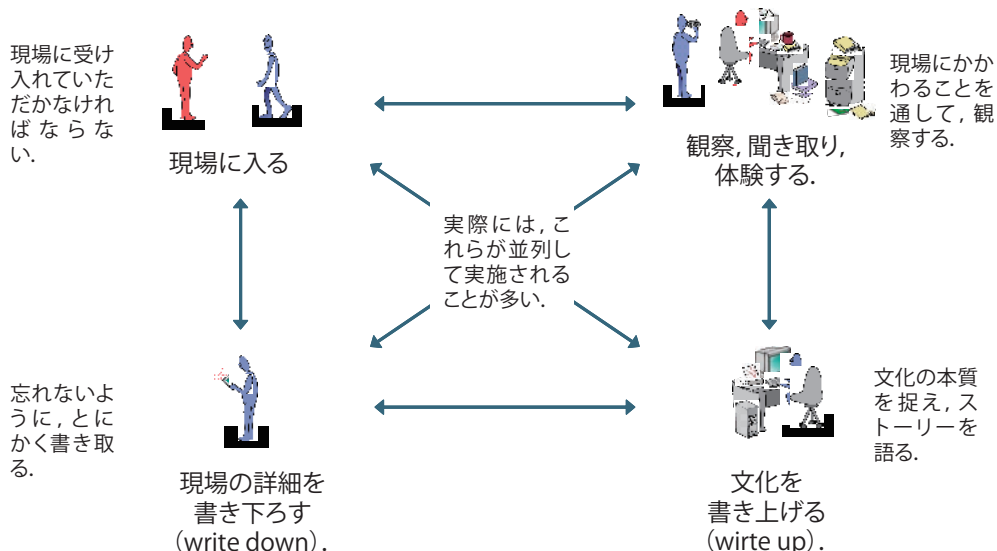


図-2 エスノグラフィのプロセス (山内氏の講演スライドより抜粋)