



細川茂樹 アプリ開発プロジェクト

第5回 座談会「取説の未来」

日時 2012年2月29日

場所 東京御茶ノ水化学会館

文章構成 安齋靖志 (IT・家電ジャーナリスト)

0012

安齋利典 (三菱電機 (株))

市川幸延 (日立アプライアンス (株))

奥平奈生 ((株) 東芝)

中谷桃子 (日本電信電話 (株))

三浦雅子 (ソニー (株))

和田祐子 (ソニー (株))

細川茂樹 (俳優)

平井弘実 (お茶の水女子大学)

河口信夫 (学会誌編集委員会担当理事/名古屋大学)

中島秀之 (学会誌編集長/公立はこだて未来大学)

メーカー担当者、研究者による座談会を実施

中島 『情報処理学会誌』の巻頭コラムを細川さんに書いていただいた縁で、このたびアプリを制作することになりました。シニア層でも取説(取扱説明書)をダウンロードしてスマートフォンで手軽に見ることができるよう、と目標はシンプルで分かりやすいものですが、技術的にはそう簡単にいきません。

開発者の平井さんがアプリの基本形を作ってくれましたが、音声で検索できるようにしたり、携帯のカメラで撮った家電の写真からその取説を探せるようにしたりと、より奥深く機能を実現しようとするばまだまだ可能性はあるでしょう。

我々としては、このアプリをきっかけに家電業界の取説をダウンロードする標準的な方法のようなのができればいいな、という思いがあります。その一方でメーカーの方々にもこうした取り組みに対するご意見があると思いますので、いろいろと意見交換をいたしたいと思います。

細川 いろいろなメーカー、さまざまな立場の方々に集まっただけでうれしいです。理想を実現するのはとても困難だと思いますが、皆さんと一緒に良い方向に進めていきたいです。

河口 私は情報システムの研究者で、スマートフォンのアプリなども開発しています。そちらの面でサポートできることもあるかと参加しました。

平井 私はこのプロジェクトのアプリを実装しました。このアプリがこれからもっと発展して良いものになって、ユーザが使いやすくなればいいなと思っています。

和田 ソニーはクリエイティブセンターというデザインの部門の中に取説部門を設けています。私はその中のパッケージやブランド、グラフィックデザインと取説部門を統合したコミュニケーションデザイン(CD)統括グループにおりまして、私自身はデザイン部門の出身です。取説から遠い部門に始まって今に至っているので、ユーザに近い目線でお話ができるかなと思っています。

三浦 CD統括グループで和田の下にいます。グラフィックデザインと取説部門がミックスしたような編成のチームです。一般カスタマー向け商品の取説を、日本向けだけでなくグローバル向けも含めて作っています。

安齋 私は三菱電機宣伝部のウェブサイト統括センターに所属しています。もともとデザイナーで、7年前にWeb系に移りました。現在は全社のWeb



サイトを統括しています。取説とのかかわりは、Web サイト上でのユーザビリティをかなり気にして作っている点と取説のダウンロードを充実させようとしている点だと思います。

奥平 東芝のCS（カスタマー・サティスファクション）推進部という部署で、お客様からの好感度を上げることをミッションとしています。取説だけではなく、Web での情報公開の強化にも努めています。

Web サイトは各事業部が担当していますが、お客様サポート情報はまだ一元化されておりません。そこで我々はサポート情報を分かりやすく提供できるように励んでいます。

中谷 私はNTTサイバーソリューション研究所に所属し、NTTグループで抱える共通課題に取り組んでいます。取説のレイアウトやデザインのほか、Web サイトのデザイン、スマートフォンの使い方など、人が使いやすいユーザインタフェースについて研究しています。その成果は、NTTグループで提供する取説の一部に反映されています。

横須賀市にある研究所では、ユーザビリティを評価するためにリビングを模したハーフミラーの部屋があります。そこに実際にユーザを連れてきて作業していただき、どういうところでつまづくか、またそのときどんな気持ちになるか、といったことをい

ろいろ調べて、取説やサービスのデザインを研究しています。

市川 洗濯機や冷蔵庫、掃除機などを製造する日立アプライアンスでマニュアルデザインを担当しています。取説だけではなくほかの手段も使って、製品に関する使い方の情報を、いかに分かりやすく伝えるかというのが私の役割です。正しく伝わらないと、快適に使っていただけないのに加え、正常動作品が返品されたり、お客様相談センターへのお問合せが増加したりし、経営面でも問題になります。正常動作品の返品や、お客様相談センターにかかってくる電話を減らすためにも、正確な情報を分かりやすくお伝えることが重要です。

安齋 そのために、Web 上ではFAQを充実させています。

細川 故障の際は、担当者が顧客の自宅を訪ねるのでは？

市川 最近は行かないケースが多いと思います。また、販売店の担当の方が製品機能に詳しくないと、いきなり返品といったことも起きてしまいます。そこで、取説の見直しを行いました。当初の計画通りには、正常動作品の返品やお問合せが減りませんでした。

そのため、次に、お問合せの多い内容や操作手順

などを動画で紹介するDVDを製品に付属するという取り組みを始めています。電子レンジなどの場合、調理の仕方なども入れています。

機器が高機能化して、従来のものから使い方が変わったことで、お客様に誤解が生じやすくなっています。製品の使い方情報をいかに分かりやすく伝えるかを日々模索しています。

この話を伺ったときに、とてもいいことだと思いました。お客様に取説などを見ていただける機会が増えれば、少しでも誤解を減らすことができます。

取説におけるデザインの問題点とは？

細川 先日の新聞に、主婦が使いにくい家電として食器洗い乾燥機、衣類乾燥機、ホームベーカリーが挙げられていたけれど、そのほとんどの人たちは説明書を読んでいないと思うんです。

市川 お客様の立場に立ったとき、もともと取説はあまり読みたくないものだと思います。

細川 取説を読む人が減った、というのは間違いないでしょうね。吟味して買う卓上型の食器洗い乾燥機は85%の人が「また買いたい」と答えていたけれど、市場の約75%を占めるビルトイン型食器洗い乾燥機では取説をしっかりと読んでいないためか、使いこなせている人は少ないみたいだし。

中谷 これまでの経験で、ユーザはネガティブな経験をたくさん味わっているので、取説をあまり読みたくないと思うのでしょうか。手にとりたくなる、さわりたいデザインにしなければいけませんね。

細川 僕は取説をよく読むほうだけど、忘れることも多いから何度も読み返すことになってしまって……。いちいち出してくる手間がなくなればすごくうれしいですね。

中島 私の場合、テレビやビデオなどは数カ月程度取説を出したままにしていますよ。カーオーディオの取説などはしばらく車に置いておいて、大体分かったら家に仕舞うようにして。ちょっと複雑な機器だと、読まずに使えることは少ないね。

安齋 分厚い紙の取説ではなく、Web上でのリフ

アレンス、動画による説明等、Web上でできることは多くなってきていますよね。メーカーのデザイナーや開発者は、基本的に取説がなくても使えるようなものを作りたいと思っているのです。製品に接してすぐに使えるのが理想です。

細川 けど実際には取説がないと使いこなすのは難しいですね。

和田 取説にもいろいろ役割があるのではないのでしょうか。最初につまずかせないための「クイックスタートガイド」などは絶対に付けるべきで、セットアップガイドなども必要です。けれど、それ以降の操作については極端な話、取説がなくてもいいというぐらいに分かりやすいデザインでない。

細川 そうするとデザインに悪影響がでませんか？

和田 そこがデザイナーの腕の見せ所です。他社で取説が付いていないけれど、子供でもある程度まで使えるものもあります。これは私たち業界の中でも驚きでした。現在は商品も複雑になっていますが、みんなが読みたくなるような取説を作っていくことが大事なのでしょうね。

細川 商品の取説に対する予算はあまりないように思いますけど、どう解決しているのでしょうか。モノクロが中心で、カラーにもなかなかできないのではないですか？

三浦 BDレコーダの場合、メインの取説のほかにクイックスタートガイドを用意しています。こちらは取説を読みたくないという人でも気軽に読んでもらうためにカラーにしていますよ。

米国向けの「プロギー」というモバイルHDスナップカメラだと、箱の中には紙切れ1枚しか入っていません。けれども、とりあえず手に取ろうと思ってもらえるような魅力的なデザインで、それをとっかかりにして詳しい情報はWebに誘導していくというアプローチが採られています。

欧州向けホームシアターシステムでは、写真のごとくリアルな絵を用いて、それを1ページずつ見ていくとつなぎ方が分かるようになっているものもあります。

そうした工夫で、取説は厚くて読みたくない、新



しい製品を使いたくないといったハードルを下げる取り組みをしています。

河口 最初から分厚い、読みにくい取説だと読む気がそがれますからね。一定レベルまで使えるようにするには、そういう手法は有効でしょう。

中谷 多くのユーザは、取説が分厚いと読もうとしません。そこで我々の最新の研究では、シニアにテレビでインターネットができる機器を渡し、マニュアルを「少しずつ」お届けするという実験をしました。最初は設定マニュアルだけの紙を1枚渡して、基本的な使い方だけを教えておきます。その後、ほかの使い方を説明した紙を1週間に1枚ずつ3回に分けて送るのです。これはとても喜ばれました。

河口 ユーザが毎週成長するわけですか。

中谷 そう。少しずつスキルアップしていくのです。

和田 ゲームなどは同じスタイルですね。ゲームソフトは「解説書」と呼んでいますが、操作方法程度しか書かれていなくて。ユーザはゲーム内のチュートリアルやミッションをクリアしていくうちにやり方

を覚えていきます。そんなふうにして少しずつ成長していくというのは、まさに「ゲーミフィケーション」だと思います。

中谷 情報が一度にたくさん来るより、この程度ならいいかと思わせることは結構大事ですよ。

安齋 ある意味でユーザを育てることも必要で、リーダーチャリング的側面もあります。

取説アプリの今後の発展性

河口 この取説アプリは、ユーザが使っていて分からないというときにただちに助けてあげたいのです。取説は情報が膨大で大変ですけど、特定の場面に必要なことだけを教えるといったことが、スマートフォンならできるのではないかと期待しています。取説情報がうまく構造化されたら、アプリ側に必要な情報を選べる可能性がでてきますから。

中島 現在、取説は大体PDFで載っているけど、たとえばHTMLやXMLなどになるとやりやすいですね。

和田 ネットの時代となったいま、クラウドを使ってそのようなスタイルで提供することはあるべき姿だと思います。メーカー側からみても、200ページほどの取説を付けたことでお客様からのお問合せをたくさんいただいたことがあります。もし取説アプリがお客様にとって日常のことになれば、我々はお客様からの情報を反映させて常に取説を更新することができますし、ペーパーレスになることでコストダウンにもつながります。非常に魅力的なカタチです。

安齋 ネット上に取説的なものがあれば、検索でほしい・知りたいところを探することができます。PDFではなくHTMLで取説的なものを準備することによりユーザの利便性が向上します。

河口 そのための仕組みを各社別々ではなく同じものにすれば、それが新しい家電リテラシーになっていくでしょう。スマートフォンやパソコンで見ればすぐに分かるようにしていくことは重要です。

中島 デザイナーは人間の目で見やすいものを作るけど、それが機械の敵になっていますよね。ページごとにどこを見ればいいのか人間には分かっても、機械的に判別するのは難しい。そのあたりを両立することはできるのだろうか。つまり統一するとどのメーカーも同じになって面白くなるかといったことはないのですかね。

河口 作法として統一しても、機種によって、メーカーによってそれぞれ表現方法を工夫することはできると思うんですね。

和田 今までの取説の作り方では、1つの書物として順を追って説明してきました。ですが、ネットでは当たり前の「検索」から入ると、そのシナリオは通じなくなってしまいます。1つの規格を作って統一し、各メーカーがその上で提供するカタチは「有り」ではないでしょうか。

中島 取説アプリの使い勝手などについて意見を伺えますか。

和田 取説アプリでは、3操作ほどで取説にたどり着かなければならないでしょうね。アプリの良さを伝えるためには、取説に直結するようなイメージが必要です。

河口 たとえば商品購入時にQRコード（2次元バーコード）やJANコード（国際共通商品コード）をスマートフォンで読み込んでダウンロードするといったことですか？

中島 業界標準などをこちらから提案しましょう。

中谷 スマートフォンのいいところは、対象の近くに行けることです。ちょっと暗い場所で取説アプリを見ながら操作するとか、シチュエーションを想像すればやるべきことが見えてくると思います。

河口 ただし現状のPDF形式では、必要なページや場所にすぐたどり着けるようにはなっていませんよね。

和田 PDFではなく、HTMLなどに変わっていかないと難しいでしょう。紙の取説と同じ作り方では絶対に無理だと思います。

私たちはよく「anytime, anywhere, for anyone」と言いますが、いつでもどこでも欲しい情報が手に入るようにしないと。

中島 昔は「本」を作っていたけれど、これからは1項目だけ読めるような「辞書」を作らなければいけないというわけか。

和田 まさしくそういうことだと思います。

中谷 取説アプリで気になったのがターゲットユーザです。シニア層と若い層とでは情報リテラシーがかなり違います。

中島 検索するなら、少なくとも音声入力が必要でしょうね。

中谷 取説作りで必要なことはターゲットユーザを決めることで、どのレベルに合わせるかが非常に大事です。それによってデザインが大きく変わってきますから。第一段階でターゲットを絞るというのはすごく重要だと思います。

安齋 最初から高齢者と決めずに、一番役に立つ人たちが狙った方がいいですね。必要なとき、対象者に、必要なものを提供するべきです。

中谷 ひとまず出してみて、だれがダウンロードするかを調査するといいですよ。ある特定のユーザに向けた取説をすべて入れて、1～2カ月渡しておくといういろいろなデータがとれます。ユーザテストは重



要なので、早い段階で実施することをお勧めします。

SNS 的なアプローチも重要

中島 コールセンターでユーザの質問に答える個別対応などは、Web でユーザ同士でやってもらう方法もあります。たとえばゲームだと、アイテムの見つけ方などの質問にユーザ同士が答えてくれますよね。

細川 何かあったら、「Yahoo! 知恵袋」に書いてくださいと言うのがいいかもしれませんね(笑)。コールセンターの人はユーザじゃないから、実際には詳しいことは分からないし。

中谷 そういう意味では、この取説アプリもユーザの声を拾う仕組みやコミュニティが重要になると思います。

中島 電子書籍リーダーの「Kindle」で面白いのは、ほかの人がマークしたところをシェアしていることなんですよね。取説もおそらく「ここが分からない」というのをシェアすればほかの人の参考になると思う。

河口 メーカーにも協力してもらえると、お互いメリットになります。

和田 たとえば AV 機器ではテレビやレコーダなど他社の機器と接続する場合がありますが、他社機器

との接続についてはなかなか書くことができません。私はこのアプリにはそういった点に期待しています。

細川 他社メーカーとの取説も、アプリなどでユーザ同士が教え合えばできるかもしれない！

奥平 メーカーは自社で試験したものしか動作保証として載せられないですから。

河口 そこで公式情報と線引きしたユーザ情報として、動作検証の情報を共有すればいいわけですね。オープンソースなどと同じように、メーカーがこのサイトを応援しているという姿勢が重要になります。

平井 自宅の家電を登録しておくで、家電の賢い組合せ方を教えてくれるブログを探せる「家電のレシピ」があれば面白そうですね。取説アプリを広める中で「賢い繋げ方」「賢い使い方」を知りたい人がいるということをユーザに意識させれば、そういった情報を提供してくれる人も増えるのではないのでしょうか。

メーカーの協力も必要になる

河口 取説を置く Web サイトの URL 構造がメーカーごとに違いますが、これも統一してもらえるとありがたいです。機種名やジャンルなどがある程度統一していて、このサイトではこの URL で接続すればよいとなっていると分かりやすい。



たとえばメーカーサイトの下に「/manual」と付けると取説のサイトが出るといったように決めれば、ユーザもアクセスしやすいですね。人間が見るだけでなく、機械が検索しやすいページ構造にすれば、いろいろな人が検索する仕組みを作ってくれます。

市川 どういう形にすればやりやすいのか教えてもらえれば確認します。

中島 情報処理学会標準みたいなものを提案しましょう。

安齋 取説まで到達すればいいというわけではないので、段階が必要だと思います。しかし、このプロジェクトが、まず取説ということであれば、それを実現してから段階的に利便性を高めるべきだと思います。

中島 第一目標は取説までたどり着くことだから、今は型番から取説に接続するためにデータベースを作っているけど、次は、シニア層が使えるように型番を入れる操作を省略したいですね。その先には、今何をしているのか、トラブル時にどうすればいいのかを調べられるようにするという段階が待っている。

細川 アプリとして提供するというのは最初の段階までで、そこからはどんどん進化していくのですね。

中島 このアプリがコアになると思ってもらえれば成功。現在ベータテスト中でいろいろな意見が出ますから。

和田 メーカー側から提案しても、おそらく各社の事情があってまとまりません。Wikipediaがあれだけ利用されているように、みんなが相乗りしやすいサービスを作ってくれたら、そこに乗らない手はないということになると思います。

中島 取説アプリでは、それをねらっている。

河口 メーカー内に応援団がいてくれるとやりやすくなるでしょう。皆さんが問題意識を持っていると感じました。あまり細かく言い出すと大変なので、たとえばまず「/manual」といったところからスタートできればいいですね。

中島 最後に一言あればお聞きしたいです。

細川 いろいろなハードルは残っていますが、今日来られていないメーカーの方々にもぜひ参加したいと思っていただけるようなアプリにしていきたいです。たくさんの開発者の方々に「こんなふうにした方がもっと便利になる」という機能を追加していただき、もっと盛り上げていきたいですね。

(2012年4月2日受付)