特集

「UXが拓く新しいデザインの世界」特集号について

黒須 正明[†1]

[†1]放送大学

HCI（Human Computer Interaction），より広義にはUI（User Interface）の領域でこの10年ほどの間に起こった大きな変化の1つが，関係者の視点がユーザビリティという概念からUX（User eXperience）すなわちユーザ経験という概念に変化してきたことである．このUXという概念には次のような特徴がある．

(1) それが登場する以前に目標とされてきたユーザビリティよりも広い概念である．
(2) 製品品質（設計品質）の重要性もさることながら，利用品質が重要となる．
(3) 設計関係者だけでなく，企画担当者やマーケティング担当者にもかかわりが深い．
(4) 従来の客観的な品質特性だけでなく，嬉しさや楽しさなどの主観的特性，すなわち感性面も重視される．
(5) 期待から購入，そして短期的利用，長期的利用を経たロングスパンのものである．
(6) 市場への迅速な対応のために，短期的な設計開発が求められる．

UXを志向したデザイン（設計）を行うためには，ISO 9241-210:2010が指摘しているような人間中心設計（HCD）のアプローチをとる必要があると認識されている．そこでは，多様な専門分野の人々が，ユーザを巻き込みながら，連携的に，かつ反復的に作業を行う必要がある．しかし，ISOの規格で規定されている通りにはなかなか実行できないのが現場での悩みどころかと思われる．

そこで，本特集では，UXを目指す新しいデザイン（設計）に携わっている方々ご自身が，どのような点に配慮して実際のデザインワーク（設計作業）を行っているか，その活動事例とそこで得られた知見（プラクティス）を集めたいと考えた．なお，ここでデザインというのは，総合的な設計という意味合いが強く，必ずしもデザイナーの担当業務に限定したものではない．

最初の解説論文**「UXの概念―プラクティス論文としての解説―」**は，ゲストエディタである私自身がユーザビリティからUXへの流れをどのように受け止め，解釈し，自分なりに整理してきたかという足跡を記したものである．本誌の読者には，ユーザビリティという用語は耳にしたことがあるがUXというのはよく分からない，という方も多いと思われたので，こうした解説論文を執筆したものである．もちろんUXの解釈にはここで紹介したものとは違うものもたくさんある．All About UXというサイトには，UXの定義が27種類も掲載されているし，その評価手法に至っては82種類も掲載されている（2015年8月時点）．

論文でも触れているUX白書が2011年に刊行され，ある程度の集約は成されたものの，いまだに混沌とした状態は続いている．その意味で，本特集はUXに関する現時点での各人各様の模索と取り組みの記録であるともいえるだろう．

最初の河野他の論文**「デザインの全社推進のための組織マネジメント」**は，UXデザインに取り組むための組織的アプローチに関するものである．企業活動の中で有効なUXデザインを行うためには，意識の高い個人が頑張るだけでは壁にぶつかってしまうことが多い．やはり組織全体としての意識や仕組みの改革を伴わないと実効性に欠けてしまう．UXデザインへの道は組織文化の改革であるともいえるのだ．そのために，著者らは，まず取り組み課題を優先度付けし，人材育成やプロセス整備を行い，さらに効果分析の流れを整備するという緻密なアプローチを取っている．3年間にわたる努力の結果は，顧客からの評価の向上という形で報いられたことが報告されている．

それに続く水本論文と鱗原論文は，それぞれ顧客イメージの明確化や利用品質の評価を行うためのUXデザインの手法に関するものである．

まず水本論文**「業務用製品開発におけるペルソナの活用―人物像を作るのではなく，顧客像を作る―」**は，ターゲットユーザのイメージを具体化する手法であるペルソナの利用について書かれたものである．特に，著者

2015 ©Information Processing Society of Japan

が取り上げている業務用製品は，医療機器だけでなく，ATMや駅の券売機，エレベータなどのように，購入者と利用者が異なっていることが特徴的で，誰についてのペルソナを作ればいいのかがまず問題となる．この問題に対し，著者は，エンドユーザのペルソナと購買決定者のペルソナを作り，さらに業務フローや使用環境などについての情報を整理することが必要であることに気づき，それを実践している．また，この論文ではキャストの設定からペルソナ作成に至る流れが丁寧に書かれており，その意味での参考にもなるだろう．

続く鱗原論文「**UI/UXを測る―いま注目したい品質の視点『利用時の品質』実践事例―**」は，SQuaRE ISO/IEC 25000シリーズの考え方に基づいて使用性（ユーザビリティのこと）と利用時の品質を区別し，特に後者の重要性についての認識から利用時の品質の副特性である効率性指標についてNEM（Novice Expert ratio Method）という手法の有効さを紹介したものである．NEMという手法は，著者が開発したもので，論文では，カーコックピットのインタフェースを特に安全性の確保という目的で適用した事例や，地方自治体のWebサイトのユーザビリティ評価を行った事例が紹介されている．著者は，HCD-NetというNPOにおいて，利用品質メトリクスSIGを立ち上げ，定量的な評価手段の開発に努力しているが，そうした努力の実ることを期待したい．

次の圓城寺，脇阪論文と，池本，井戸論文の2つは，実践事例に関するものである．

最初の圓城寺，脇阪論文「**国内最大規模マーケットプレイスにおけるモバイルUXの取り組み**」は，楽天市場という国内最大規模のマーケットプレイスにおけるUXの在り方を，特にスマートフォンを意識したモバイルUXに関して実践し考察した報告である．著者らは，UXを日常レベル，セッションレベル，ページレベル，インタラクションレベルという4階層に区別し，それぞれの階層におけるUXデザインの工夫点を記述している．また，単に設計するだけでなく，課題発見のためのユーザテストやインタビュー，ABテストなどを実践していることも書かれている．日常，何気なく利用しているECサイトだが，このような努力が集積されたものになっていることが分かりやすく説明されている．

続く池本，井戸論文「**生活家電（ライフスタイル事業）のUXデザイン―クリーナ開発を適用事例として―**」は，市場に普及しすぎた結果，製品間の差異化ができなくなったコモディティの例として生活家電領域におけるクリーナを取り上げ，UXデザインを成功させる要因を探求した報告である．そのためのアプローチとして，著者らは，社会と未来を考える，いまの姿を知る，あらたな姿を描く，あるべき姿を創る，実現し進化させる，という5つのポイントに注目した．具体的な適用対象として，クリーナのグリップ部分に注目し，「らくわざフリーグリップ」と命名されたグリップをモデルチェンジのたびに進化させ，UXの向上を図ってきた．ユーザにおける価値を最大化するというUXデザインの姿勢が明瞭に描かれている．

その後に付いているインタビューでは，鱗原氏と脇阪氏に参加していただいたが，鱗原氏はデザインファームにおける支援型UX，脇阪氏はサービス企業における自社推進型UXを実践しておられる．それぞれの立場から，人間中心設計（HCD）やユーザ中心設計（UCD）への取り組み姿勢，UXプロセスのマネジメント，プロダクトのUXとサービスのUXの違い，UX実践にかかわる人材の問題，UXデザインにおける実践的課題などについて論じていただいた．

本特集の全体を概観すると，UXという新たな目標に向かって，それぞれの立場からそれぞれの考え方に基づいてさまざまなプラクティスが実践されてきたことが分かる．基本，UXというネーミングのとおり，ユーザに密着し，ユーザのことを考えるデザインが重要であり，そのようなアプローチから事業的な成功も生まれてくることが分かる．貴重な機会を与えてくださった情報処理学会の関係者諸氏に謝意を表したい．