

段階的に展開していく AR ギフトボックスシステムの UX デザインを用いた提案と評価

Proposal and evaluation using UX design of AR system unfolding a gift box by stages

西 理沙†
Risa Nishi

曾我 真人‡
Masato Soga

1. はじめに

昨今の SNS（ソーシャルネットワークサービス）の普及速度はすさまじく、利用者数、利用時間共に年々増加傾向にある[1]。SNS を利用する目的として「他者とのコミュニケーション」が挙げることができ、SNS の普及に伴い日常的なコミュニケーションが活発化してきた。そうした現状において、カジュアルギフトと呼ばれる「旅行のお土産」や「訪問時の手土産」、ちょっとしたお礼としての「日常的なプチギフト」の機会が増加しているとの調査結果がある[2]。また、昨今の「インスタ映え」と呼ばれる事情は市場の拡大や現代に生きる人々に意識の変化をもたらした[3]。IT を利用したエンターテインメントが注目される中[4]、これらに関連付けて AR を利用したギフトボックスシステムを提案し、評価する。

2. システムの提案

論本研究で提案するシステムについて述べる。当初提案したシステムはギフトの贈り手側と受取手側の二者によって利用されるものである。ギフトの贈り手側はシステムを利用し、受取手側がギフトボックスを開けた際に表示されるイラストやスタンプ、音声などの AR 演出を入力し、封をする。これを贈り、ギフトの受取手側はシステムに従ってギフトボックスを開封する。その最中に演出を体感できるというものである。

3. UX デザイン

本研究の UX デザインについて述べる。UX デザインとは User Experience Design の略称である。ユーザーの体験を設計することを指す。

3.1 ペルソナの設定

システムを利用するユーザーを詳細に想定するため、ペルソナの設定を行った。ペルソナとは典型的なユーザー像のことを指す。

3.2 カスタマージャーニーマップの作成

ペルソナの設定を基に、システムの利用にあたって想定されるユーザーの行動、思考・感情、課題などを時系列でマッピングするカスタマージャーニーマップを作成した。

4. ギフトボックスデザイン

本システムで使用するギフトボックスの形状の考案と選定について述べる。

4.1 形の提案

開けやすく、その上で開けることが面白いと感じるかを考慮し、下図の 4 案を提案した。

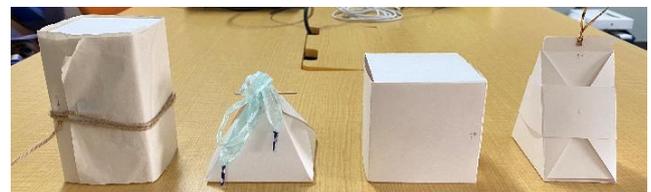


図 1 提案したギフトボックス 4 案

4.2 評価実験

被験者 10 名に対し簡易的な指示のみを頼りに各ギフトボックスを開けてもらい、開封までに経過した時間の計測、開けやすさ、面白さ、使用してみたいか、の尺度で 4 案を順に並べてもらうアンケートを実施した。

4.3 実験結果を基にした形の選定

アンケートの各問において 1 位 4pt, 2 位 3pt, 3 位 2pt, 4 位 1pt とし、各ギフトボックスのポイントを集計した。図 1 に示されるボックスの左から順に A, B, C, D とする。

表 1 アンケート集計結果

	開けやすい	面白い	使ってみたい	時間	合計
A	21	21	21	2	65
B	13	35	25	1	74
C	39	19	17	4	79
D	27	25	27	3	82

ポイントの合計値よりボックス D を本研究で使用することに決定付けた。

5. 受取手側のシステム実装

まずは受取手側のシステムのみを実装し、評価を行った。本システムは Unity と vuforia を用いて構築した。

5.1 システム構成

● アプリケーション

専用のギフトボックスに本システムのアプリケーションを通してカメラを向けると、AR の演出が表示されるようになっている。

†和歌山大学大学院システム工学研究科, Graduate school of Systems Engineering, Wakayama University

‡和歌山大学システム工学部, Faculty of Systems Engineering, Wakayama University



図2 アプリケーション使用中の様子

● ギフトボックス

本システム専用のギフトボックスである。ボックスに描かれたイラストがARマーカークの役割を果たし、開封していくと見えるイラストが変化するため、ARマーカークも変化する、すなわちARの演出も変化するといった仕組みになっている。

5.2 評価実験

受取手側のシステムにおいて行った評価実験について述べる。

5.2.1 評価実験

本実験は被験者8名に対して、突然ギフトをプレゼントされた状況を想定し本システムを利用してもらった。

5.2.2 実験結果

以下に受取手側のシステムの利用に関するアンケート結果を示す。

表2 アンケート質問内容

質問内容	質問番号
このシステムを利用しプレゼントを贈ってみたいと思う	1
このシステムを利用しプレゼントをもらったら嬉しいと思う	2

表3 アンケート結果

質問番号	全く思わない	思わない	どちらともいえない	思う	非常に思う
1	0	0	0	4	4
2	0	0	0	2	6

以下に被験者ごとのSUSの得点図を示す。

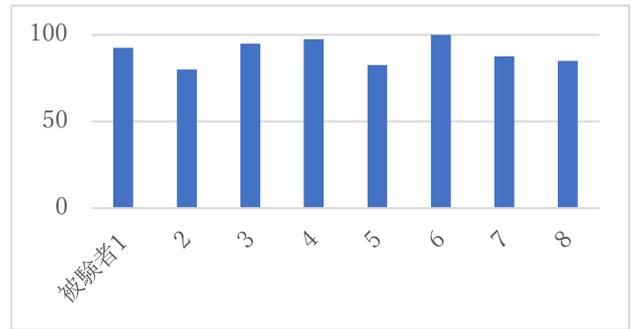


図3 SUSの得点図

6. 考察

6.1 楽しい・面白い体験の提供

アンケート結果や実験中の被験者の反応より、提案するシステムそのものの面白さは十分にあると考える。

6.2 ユーザビリティ評価

現時点ではアプリケーションによる操作がほぼないこと、ボックスの形の選定をしっかりと行ったことが高いユーザビリティ評価に繋がったと考える。

6.3 改善点

受取手側のシステムの評価実験が終了した段階での本システムの改善点を述べる。まず、折角のデジタルコンテンツであるため、演出を一方向で終わらせるのではなく双方向で行えるようにすることで、より気持ちの伝わるシステムになるのではと考える。また、ギフトボックスデザインを1つに決めてしまうのではなく、4案全てにおいてアプリケーションを用いた評価実験を行うべきだったのではとも考える。アプリケーションを利用することで評価が変わる可能性を考慮すべきであった。他にも、UXデザインを活かし切れていない点が挙げられる。

7. システムの見直し

受取手側のシステムの評価を基に、システム全体の見直しを行った。

7.1 UXデザインの見直し

UXデザインを活かしきれていなかった反省より、UXデザインの見直しを行った。

7.1.1 ペルソナ

ペルソナの設定を見直すことで、本システムのメインターゲット層を設定し直した。またそれに伴い、システム全体のデザインも一新し、メインターゲット層である16歳～19歳、女性が使いやすいデザインを目指すこととした。彼女らが頻繁に利用するアプリケーションの傾向から、鮮やかな配色とグラデーションのあるデザインが相応しいと考えた。具体的な配色として、ピンクとオレンジを使用する。これらは色が喚起するイメージに基づき決定した。

[4] ビジネス+IT, エンターテインメントの世界で、AR/VR への「投資合戦」が起きているワケ, 閲覧日 2021-07-21, <https://www.sbbi.jp/article/cont1/34156>



図4 デザイン見直し後のアプリケーション

7.1.2 カスタマージャーニーマップ

カスタマージャーニーマップの見直しを行い、本システムの使用方法を変更した。利用者が自ら印刷し組み立てるキットにすることで手に取りやすさが上がると考えた。

7.2 ギフトボックスの形の見直し

現時点では両手を使用し開封するためスマートフォンスタンドの必要なデザインとなっているが、片手でスマートフォンを持ったまま開けられるギフトボックスの方がより相応しいと考えたため、形の見直しを行うこととした。

8. 今後の方針

本研究の今後の方針について述べる。

8.1 贈り手側のシステムの実装

現時点では受取手側のシステムのみの実装になっているため、贈り手側のシステムも実装を行う。

8.2 ギフトボックスの形の再選定

システムが全て完成した状態で、相応しいギフトボックスデザインを選定する。

8.3 総合した評価

贈り手側のシステム、受取手側のシステム、新たなデザインのギフトボックスが全て揃った状態で、本システムの総合的な評価実験を行う。

参考文献

- [1] 株式会社 ICT 総研, 2018 年度 SNS 利用動向に関する調査, 閲覧日 2021-07-21, <https://ictr.co.jp/report/20181218.html>
- [2] 宣伝会議, データから見える、拡大していく「カジュアルギフト」市場, 閲覧日 2021-07-21, <https://mag.sendenkaigi.com/senden/201806/casual-gifting/013340.php>
- [3] Allied Architects, 「インスタ映え」など、10～50 代男女の Instagram に関する意識・実態を調査, 閲覧日 2021-07-21, <https://www.aainc.co.jp/news-release/2017/01602.html>