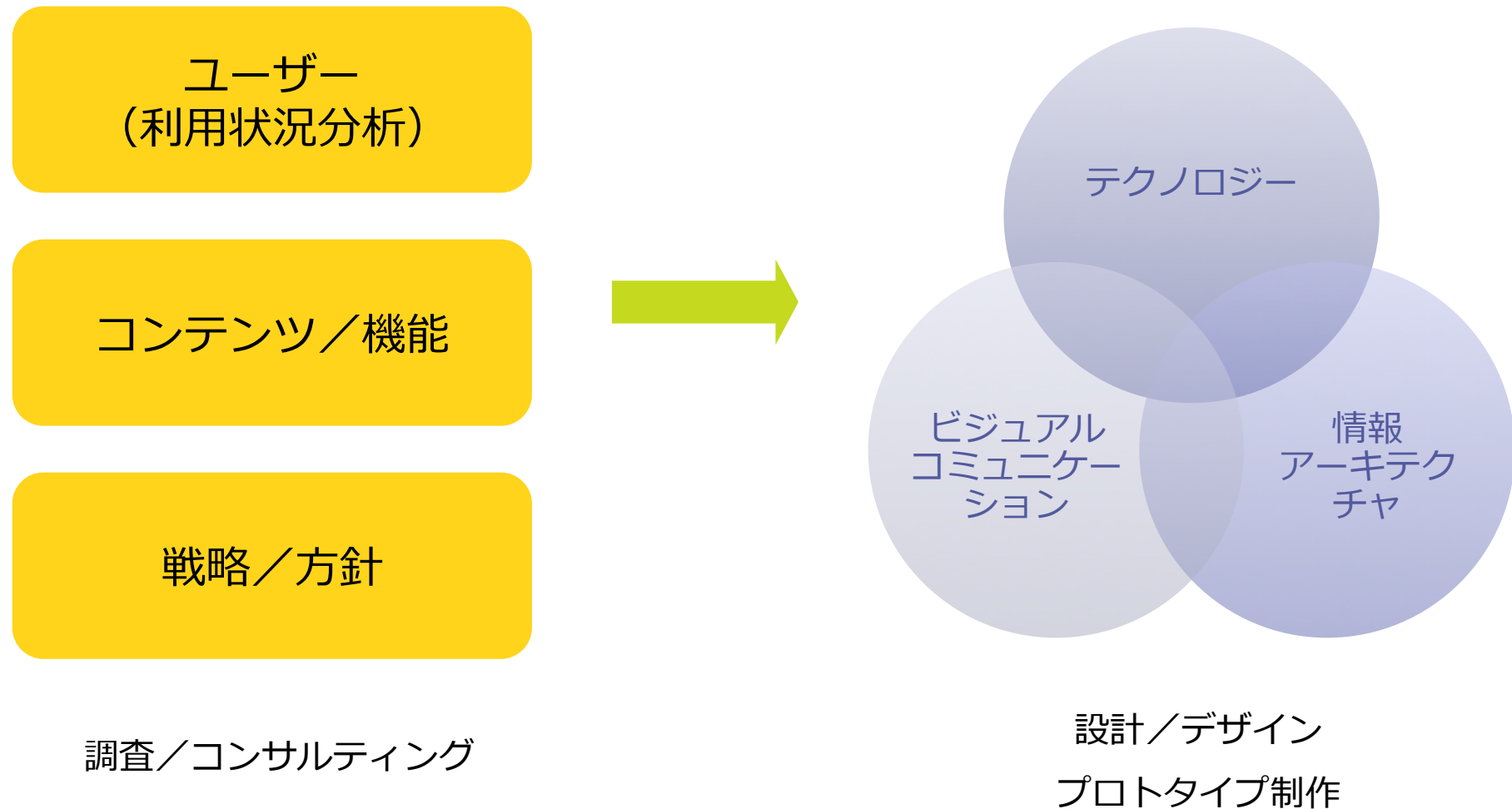

株式会社コンセント ユーザー経験デザインプロセスの紹介

株式会社コンセント

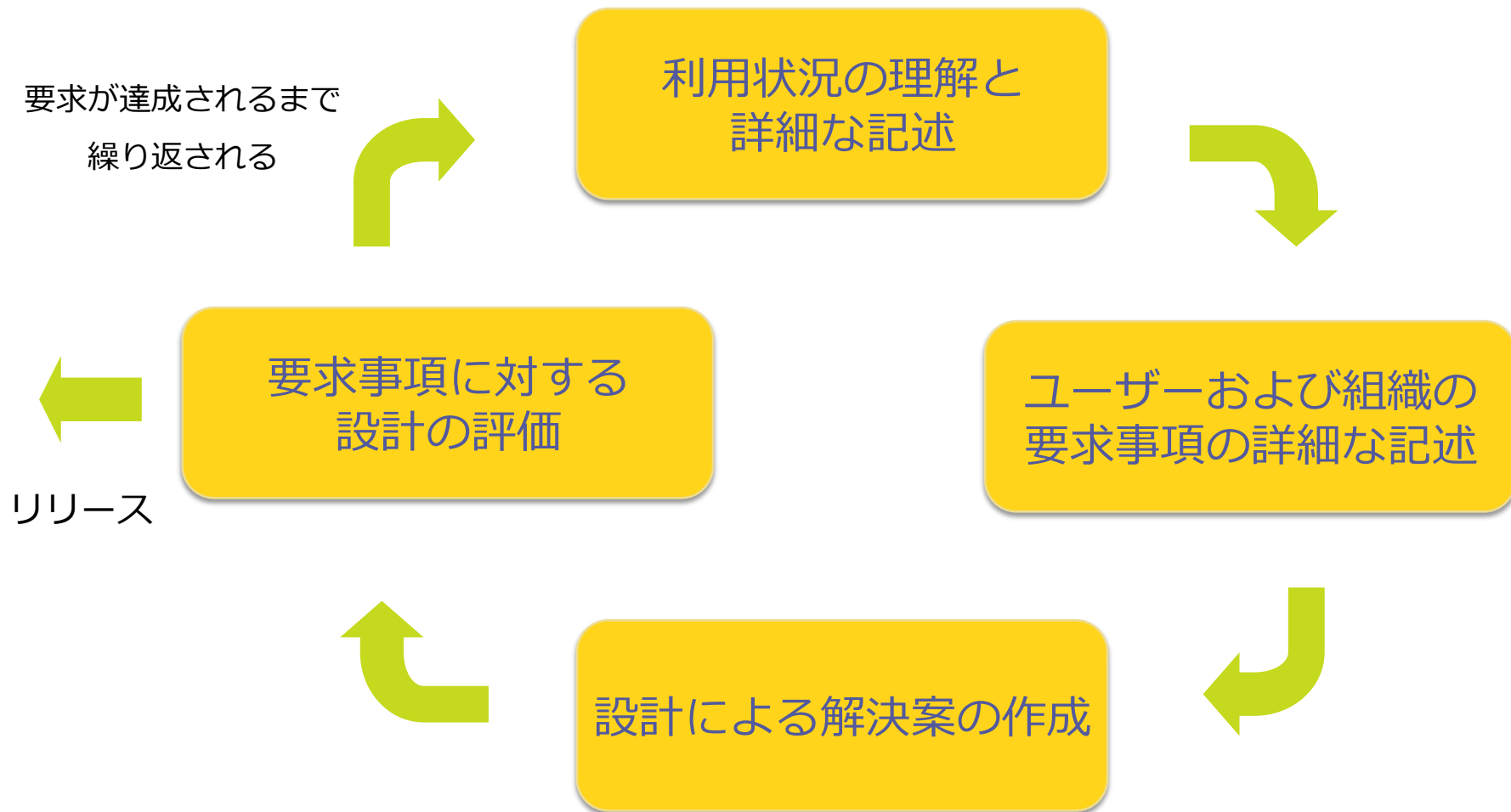
コンセントのサービス

コンセントはビジュアルコミュニケーション、情報アーキテクチャ、テクノロジーを融合して、問題解決を行う、「Web時代の設計事務所」です。



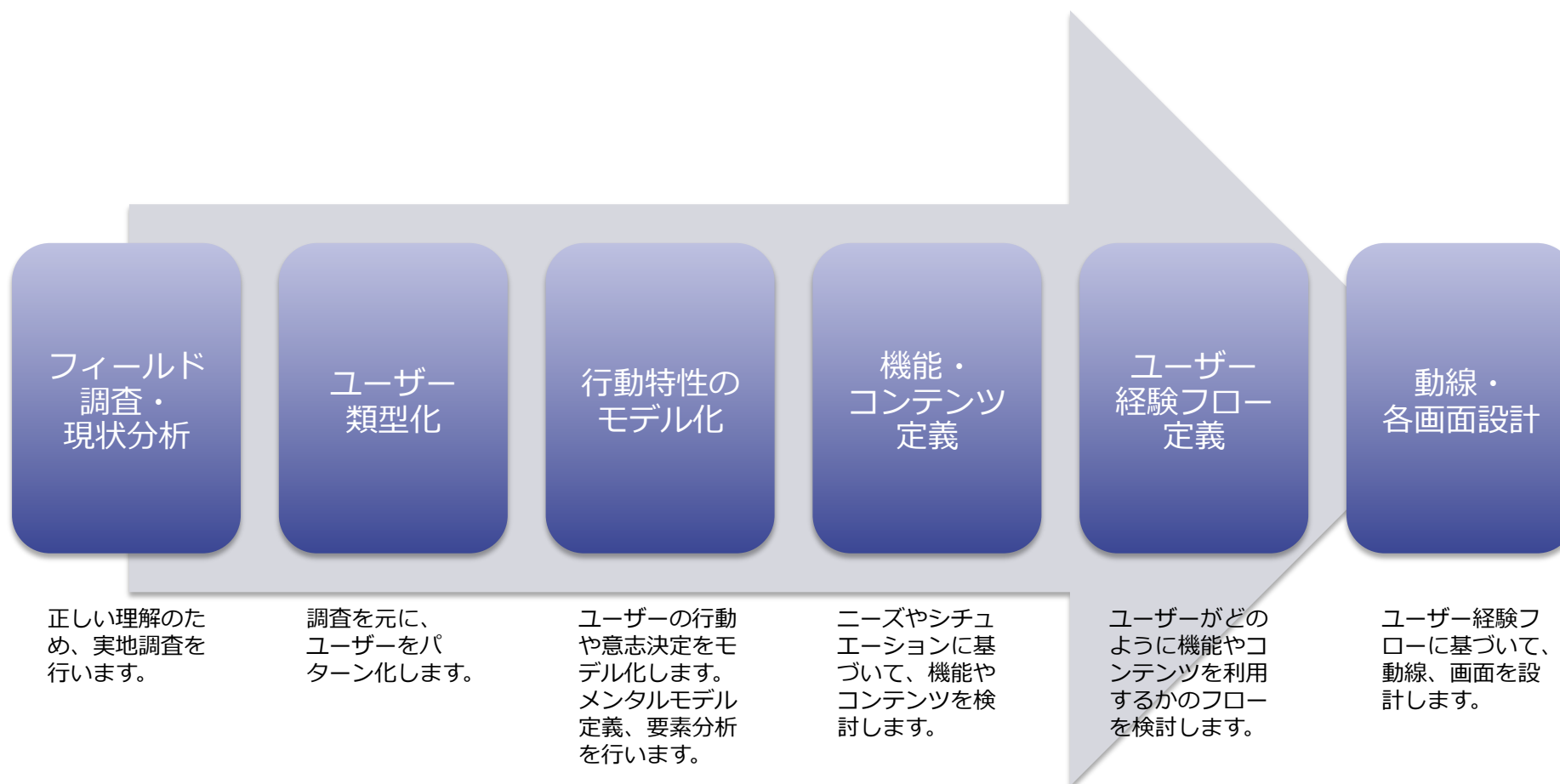
ユーザービリティを考慮したデザインプロセス（ISO13407より）

コンセントでは、人間中心設計のプロセスに基づいたプロジェクト設計を行っています。



ユーザー経験デザインのステップ

ユーザー経験デザインは以下のステップにもとづいて進めます。
適宜定量調査による確認、現状の評価を行います。



ユーザー経験デザイン | サービス内容詳細

フィールド調査・現状分析

- 競合比較調査
- グループインタビュー
- フィールド調査
- ヒューリスティクス分析

ユーザーモデル分析

- ペルソナ定義
- メンタルモデル／要素分析
- 行動シナリオ定義（利用シーン・ニーズの洗い出し）
- シナリオに基づく機能・コンテンツの定義

ユーザー経験フロー定義

- ペルソナごとのサービス利用シナリオの作成
- プロトタイプ制作

ユーザーモデル分析の目的

- ユーザーモデル分析は、参与観察、シャドウイング、自由回答などの文化人類学的手法を用いて、通常の定量的、あるいは定性的調査とは異なるかたちで、製品やサービスが人々の生活のどこで、どのように合致・適合するかを理解するものです。
人々について、また人々が社会とどのように接しているかについて分析を行います。

プロジェクトを通して、人が、道具、サービス、製品とどのように関わっているかを観察し、どういったプロセスで、どこで製品やサービスとの接点をもつか、あるいは離れるか、を理解します。

ユーザーが必要な
機能・コンテンツと、
その利用シーン

ユーザーの内部モデル
(メンタルモデル)

コンテンツ・機能の
優先順位

よりわかりやすい
機能提示のための
表現の方向性

ユーザーモデル分析で
得られる示唆

フィールド調査 コンテクチュアル・インタビュー

- コンテクスチュアル・インタビューは自由回答方式のインタビューをもとにユーザーの行動モデルを作る手法です。
- 従来の設問形式のインタビューや定量調査では発見できなかったような、根本的な問題や、新しいデザインに対してのヒントを得ることができます。
- コンテクチュアル・インタビューでは複数の被験者に対して、2～3時間程度で自由回答方式のインタビューを行い、そこから5種類のワークモデルを構築します。
- おのものの被験者のモデルを統合し、そこから一般化したモデルを構築します。

参考) Contextual Design: Defining Customer-Centered Systems/Hugh Beyer, Karen Holtzblatt

フローモデル

- 役割
- 情報の構造

シーケンス
モデル

- ステップ
- 行動のトリガー

人工物モデル

- メモ等の利用
- その他のものの利用

カルチャー
モデル

- 力関係
- 組織

物理モデル

- 物理的制約
- 動き

5つのワークモデル

ユーザーモデル分析 機能・コンテンツ定義

- 類型化したユーザー像（ペルソナ）ごとに、想定されるシチュエーションを洗い出します。
- ここから、状況に応じたユーザーニーズを抽出し、必要となる機能・コンテンツを定義します。
- モニター調査等で各ユーザー増の絶対数を明らかにすることにより、各コンテンツの重要度が客観的に明確になります。

Project Name | user analysis

page 1

ターゲットユーザー分析

sample

ID	属性名	比率	シチュエーション・特徴	ニーズ	コンテンツ／機能

um_sample.xlsx

2005-2008 © Concent, Inc.

コンセント ターゲットユーザー分析シート

ペルソナの例 | コンサバティブな携帯電話ユーザー

田村大介さん

42才、大手鉄鋼メーカー課長、年収は700万円
神奈川県横浜市中区に戸建ての自宅を持つ
早稲田大学理工学部卒業後、大手製造メーカーへ就職
妻とは大学時代に知り合い、現在7歳の娘がいる
会社からウィルコム携帯を支給され、
自分では3年前に購入したP900iを使っている。
なんとなくだがNTTドコモ以外は地方等で電波の入りが悪いと思っている
毎日片道30分の自動車通勤をしているが、
自宅とのやりとりは悪いとは思いつつも車内から電話をしている。
...

メンタルモデル
要素分析 (例)



ブランド信頼
安全性・快適性

新機能への興味
過剰な装飾



情報アーキテクチャとはなにか

情報アーキテクチャとは「わかりやすさ」「伝わりやすさ」「管理しやすさ」を向上させる技術です。

情報アーキテクチャ

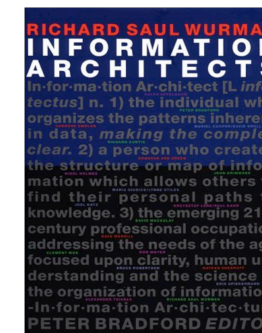
1. 情報システムにおける組織化、ラベリング、ナビゲーションシステムの組み合わせ
2. タスクの遂行およびコンテンツへの直感的アクセスを容易にするため、
情報空間を構造的にデザインすること
3. ウェブサイトとイントラネットの構造化と分類を行う上でのアートとサイエンス、
情報の発見および管理を促進すること
4. デザインと建築の原則をデジタルの景観にあてはめて考えることに焦点を絞った、
新しい学問分野及びコミュニティ



Web情報アーキテクチャ、L. Rosenfeld、P. Morville著、オライリー刊

インフォメーションアーキテクト

1. データに潜む隠れたパターンを整理し、複雑さを明快にする人
2. ユーザーが自分の知識を獲得するための道筋を見つけられるような、構造や地図を作る人
3. 明快さ、理解、情報の整理に特化した、時代の要求によって生まれた21世紀の職業



Information Architects、Richard Saul Wurman著、Watson-Guitt Pubns刊

情報アーキテクチャ設計による問題解決

優れた情報アーキテクチャ設計によって、以下の効果を期待できます。

利用者が目的の
情報へ到達できる

- 使い勝手の向上
- 問い合わせの減少

状況に合わせた
機能提示

- 適切な機能提供
- 利用者満足度の向上

情報の変化・
増減を考慮した
インターフェイス

- 変化する情報に対応
- 長期間にわたっての使いやすさ

情報プロダクトでの情報アーキテクチャ例



情報の追加、変更が
考慮されていない



ボタンに貼り紙

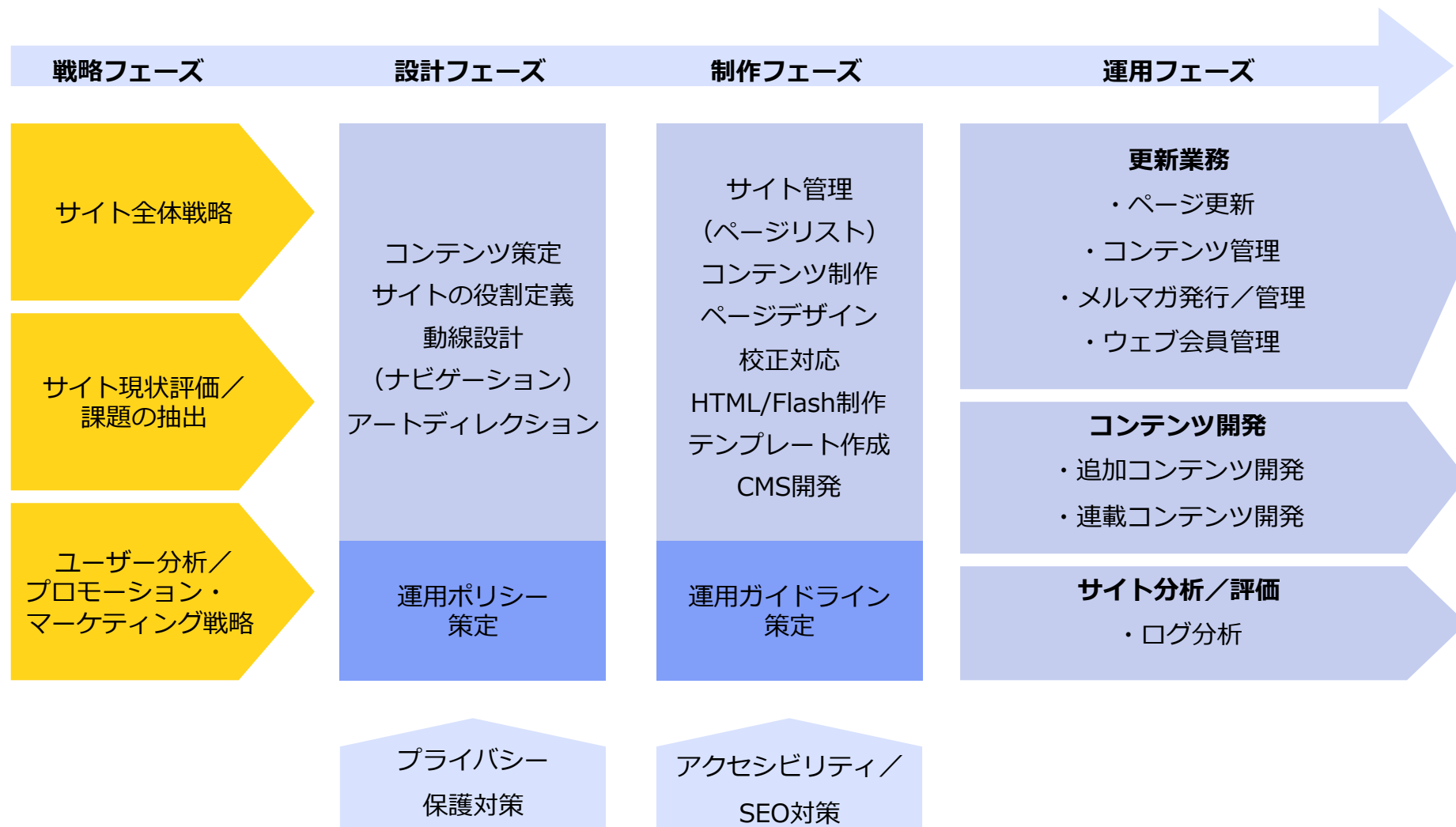
© 東日本旅客鉄道株式会社



ユーザー観察に基づいた
サイン計画
↓
問い合わせが50%減

© MetaData

参考 | コンセントWebサイト構築プロセス

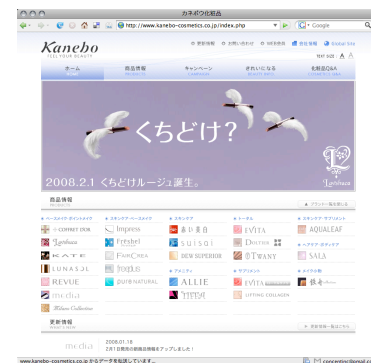


参考 | 株式会社コンセント開発実績



サントリーデスクトップミュージアム

- 小学校高学年～中学生向け総合食育コンテンツ
- フルFlashコンテンツを企画から制作まで行っている
- 2004年から運用



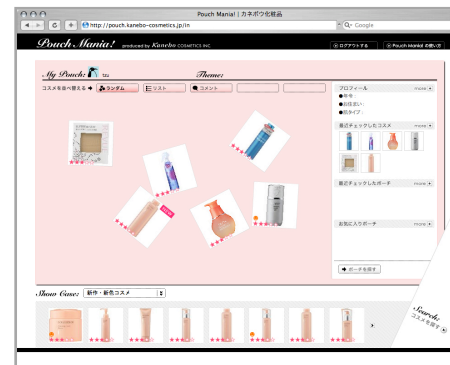
カネボウ化粧品 コーポレートサイト/ブランドサイト

- サイト戦略（国内/国際）
- マーケティング戦略に基づく情報アーキテクチャ設計
- コーポレートサイト/ブランドサイトのアートディレクション



新潮文庫の100冊

- 新潮文庫のキャンペーンサイト
- My本棚機能を持ったSNSサイト
- 企画から、システム構築、Flash制作まで担当



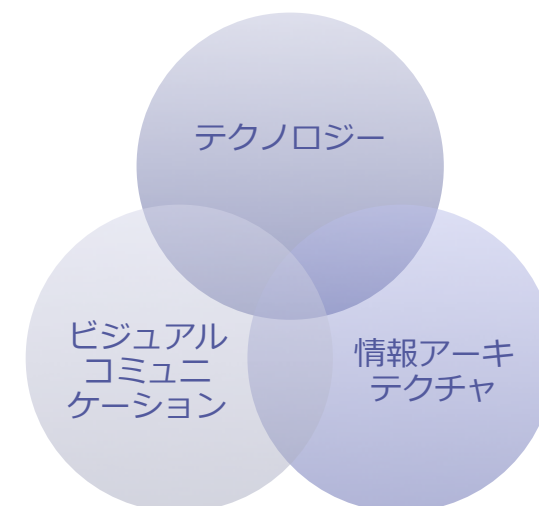
カネボウ化粧品 ポーチマニア

- カネボウ化粧品の化粧品口コミSNSサイト
- フルFlashのポーチインターフェイス
- 化粧品の検索、ポーチ検索、コメント書き込み機能を持つ

コンセントの紹介

2002年、「Web時代の設計事務所」として設立。
ビジュアルコミュニケーション、情報アーキテクチャ、テクノロジーを融合させて、
Webサイト、情報プロダクトを活用した、ユーザーの経験をデザインします。

また、ユーザーモデル分析調査、マーケット調査、ウェブ戦略立案も行い、
トータルにプロジェクトを支援します。



株式会社コンセント (Concent, Inc.)

所在地	〒154-0002 東京都渋谷区代々木1-2-9 森京ビル
設立	2002年1月24日
資本金	2,000万円
代表	長谷川敦士
スタッフ	約35名 (2008年1月現在)
URL	http://www.concentinc.jp/
主要取引先	株式会社リクルート、株式会社カネボウ化粧品、株式会社新潮社、株式会社サントリー、他

