

Web・アプリケーションの 企画・開発における HCDの活動紹介



KEY PERSON INTERVIEW

株式会社グッドパッチ：村越 悟さん

CASE STUDY

株式会社セカンドファクトリー

HCD の困りごと **Q&A** Web・アプリケーション編

KEY PERSON INTERVIEW

株式会社グッドパッチ 村越 悟さん

「チームメンバーへ よりよい姿勢や思考を もたらす鍵となるのが HCD/UXD」

UIに特化した設計・デザインで知られる株式会社グッドパッチに所属する村越 悟さん。個人の活動としてもHCD/UXDの啓蒙に積極的に取り組んでいる村越さんに、WEB・アプリ開発におけるHCDの効果的な導入の方策について伺いました。



「HCD/UXDを広めるべく、ユーザビリティテストに注力」

現在は、どのようなお仕事をされていますか。

東京、ベルリン、台湾に拠点を持つUIデザイン会社グッドパッチにて、執行役員とリードUXデザイナーを兼任しています。弊社の主な事業は、クライアントワークと自社プロダクト開発事業の2つがあり、僕自身はグローバル事業のクライアントワークを統括しています。

クライアントワークでは、新規事業やサービスの立ち上げから関わることも多く、デザイン

と開発の工程に関しては、HCDサイクルも参考にしながら、弊社独自のデザインプロセスを策定・実践しています。デザインプロセスはプロジェクトのキックから、実際の制作工程、運用の工程とを分けてプロセス化しており、社内のメンバーはそのプロセスをベースにプロジェクトを進めています。

前職は大手インターネット企業で、HCD/UXDの推進を担当されていたとか。実際にどのような活動をされていたのでしょうか。

モバイルゲーム開発部門UXデザインチーム

のマネージャーとして、HCD/UXDの考え方と手法を組織の中へ広める活動を担当していました。活動にあたっては、いろいろなプロジェクトに顔を出してHCD/UXDを実践してみると、HCD/UXDをさまざまな人たちに知ってもらい、徐々にHCD/UXDへの理解を深めていくという道筋を意識していました。

参加の敷居を下げて、なおかつ開発者の方たちの負担にならないように、「費用も準備もファシリテーションもすべて僕らのチームで持ちますから参加してください!」と呼びかけて、まずは手軽に導入できるユーザビリティテストを既存・新規のプロジェクト問わず、数え切れ

PROFILE

株式会社グッドパッチ グローバル事業担当執行役員。2004年よりWEBディレクターとして活動、インフォメーションアーキテクトとして多くの企業のコーポレートウェブサイトの活用戦略立案、情報設計、構築に携わる。グリー株式会社でのUXデザインチーム マネージャーを経て、2015年より現職。講演や寄稿などを通じてHCD/UXDの普及・啓蒙にも積極的に取り組んでいる。米国Information Architecture Institute会員。HCD-Net認定人間中心設計専門家。

※掲載内容は取材時(2016年12月)の情報に基づきます

ないほど実施しました。各プロジェクトの開発メンバーと一緒にユーザーの動きを観察し、そこで得た知見を元にディスカッションをすることで、データからは読み取れないユーザーの使い方を発見し、新しい機能の方向性が見出されるという事実を、プロジェクトメンバーに実感してもらうことができました。

この活動を通して、ユーザビリティテストが定着する部署も出てくるなど一定の効果が得られたと思います。また、ビデオカメラや三脚、配線の説明書き、ユーザーインタビューの台本など、ユーザビリティテストに必要なキットを用意して、誰でも気軽に取り組めるような環境

を提供していたこともみんなに受け入れられたコツだと思います。

まずは「知ってもらう」から始めたということですね。そこから活動はどのように発展していったのでしょうか。

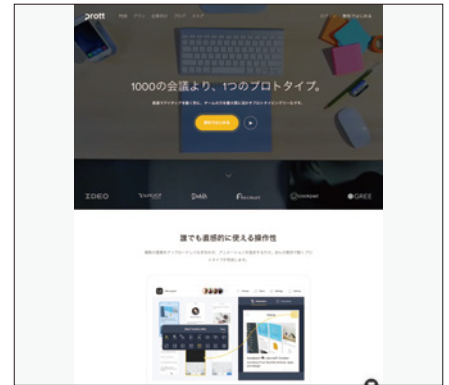
始めた当初はこちらからの社内営業的な取り組みだったものが、だんだん他部署からの相談が増えたり、勉強会に招かれたりするようになるなど、周りからの依頼が多くなり、HCD/UXDに対する期待度が上がっていくのを感じました。それを機にHCDサイクルの導入を一步進めるために、UXデザイナーを開発プロジェクトにアサインし、HCD/UXDをより効果的に活用する形で発展させていきました。また、開発チーム向けにプロトタイピングを用いたネイティブゲームのカジュアルタイトル(課金導線のない小規模ゲーム)を、開発プロセスとして提供する機会もあり、人材教育への貢献という、僕自身が想像していなかった形にも発展していきました。

「HCDサイクルごとに、小さな成功体験を共有」

WEB・アプリの開発やデザインの担当者がHCDサイクルの導入を実践してみたい場合、ポイントのようなものはありますか？

まずはHCDの各サイクルを“分解”することをお勧めします。自分たちのプロジェクトに当てはめた場合、HCDサイクルの各ステップごとに、具体的にはどういう工程があるのかを明確にして実践しましょう。また、実践では、チームメンバーへ“小さな成功体験”をもたらすように意識しながら進めていくことが大切です。さらに各工程を振り返るためのレビューの機会を設けて、各自の成功体験を全員で共有します。「やってよかった感」をメンバーに確実に認識してもらうわけですが、これはプロジェクト内で実践して終わりにならず、メンバーの成功体験に裏付けられたノウハウが残り、次のプロジェクトに生かすことができるというメリットにもなります。社内でHCD/UXDの普及を担う立場にいる人は“小さな成功体験”を心がけるといいでしょう。

また、可能であれば、チームに開発者を最初から巻き込むことも得策です。開発者は常にユーザーに近い目線でプロダクトを見ています。ユーザー視点を知るという観点からも有効な上、今ある課題が技術で突破できるかどうかを早い段階で議論できるため、手戻りや無駄なコ



プロトタイピングツール Prott のウェブサイト

ミュニケーションの削減につながります。

失敗例としてありがちなのが最初からHCDサイクルをぎっちり導入しようとして行き詰まってしまうケースです。大事なことはHCDサイクルを教科書的に寸分違わず実践することではなく、HCD/UXDを活用してビジネスを成功へ導くことです。その認識は持っていた方がいいでしょう。

ビジネスを成功へ導くほかに、HCD/UXDを実践するメリットはありますか？例えばチームにおいてといった視点ではいかがでしょう。

よりよい姿勢や思考をメンバーにもたらすということでしょうか。プロダクトやサービスの成功に多大な影響を与えるビジネスの成長曲線は、関わっている人たちの姿勢や思考が大きく関係しています。具体的には「自分や周りのメンバー一人ひとりが、素晴らしいサービスを実現するためにすべきことをやっているか?」、「自分たちの提供するサービスは、ユーザーのリアルな声に応えるための開発をできているか?」といったものです。こうした姿勢や思考をもたらすためには、チームメンバー間の蜜なコミュニケーションが必要不可欠で、その手段としてHCD/UXDを活用するメリットがあるのではないのでしょうか。

✓ POINT

- 費用、準備、ファシリテーションなど、すべてを用意することで社内へのHCD/UXDの導入を図る。
- “小さな成功体験”を積み重ねて共有することで、HCD/UXDのノウハウ化と継続へつなげる
- HCD/UXDを活用して、メンバーによりよい姿勢や思考をもたらすことができる。

CASE STUDY

株式会社セカンドファクトリー

○事業主体

株式会社セカンドファクトリー：
井原 亮二、東海 連

○紹介サイト

<http://www.qoopa.jp/>

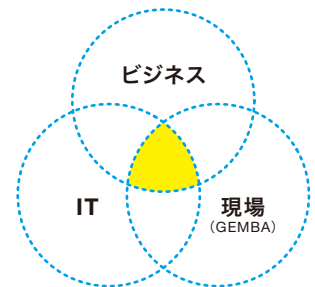


HCDベストプラクティスアワード2015
奨励賞



ステークホルダーの声を 巻き込む共創

人の営みが刻々と変わり続ける状況を前提に、最適なサービスを提供するにはどうすればいいのか——セカンドファクトリーでは、その問いに応えるべく「ビジネス」×「IT」×「現場（GEMBA）」を指針とした共創によるサービス開発を実践している。サービス開発に携わる社員、現場を訪れるお客さま（エンドユーザー）、現場で働く人（スタッフ）、新たな共創パートナーなど、現場に関わる多様な立場の人たちの声を巻き込んだサービスを実現するために、HCDサイクルに基づいた以下の観点にフォーカスして取り組んでいる。



HCDサイクルに基づいた共創の実現

【共創での課題】

HCDサイクルを回すキーワードとして「共創」が重要とされているが、よく起こりがちな課題として以下が挙げられる。

1. 小さくすぐ始め…られない → 市場性への見込みが立ちづらく社内決済が認められない
2. 共創…ではなく分業でお見合い → 進め方・タスクが不明確で、役割の切り分けばかり考える
3. 成果が…なかなか見えない → 打合せ・議論ばかりでなかなか前に進まない

【課題の解決】

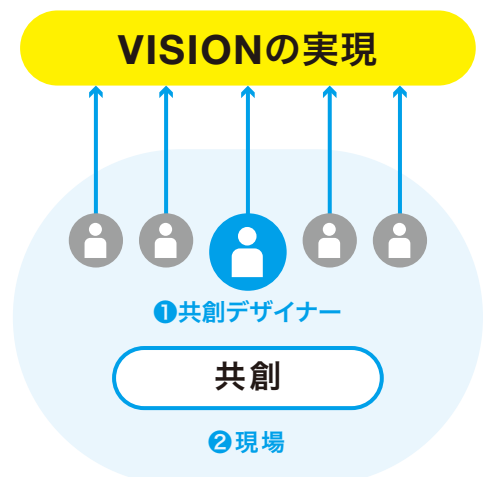
ビジョンおよびそれを実現する仕組み・プランを描き続ける「共創デザイナー」×価値を発揮できる「現場」の組み合わせで課題を発見し解決する。

①共創デザイナー

情報を整理して活動のビジョンや課題発見、課題を解決するための仕組みやプランを描きつづけるデザイナー。共創ではファシリテーターが大事とされるが、場のファシリテーションにとどまらず、具体的な活動の指標を描き可視化してメンバーと合意し、継続的な更新を実施する。

②現場

さまざまなパートナーを巻き込んで価値を発揮できる「場」を用意することで、サービス・モノの検証が可能となる。



クラウドサービス「QOOpa」における共創

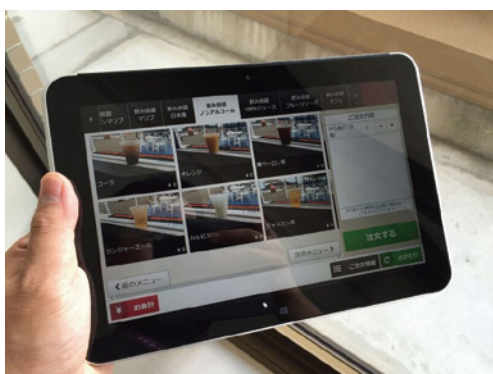
「オーダーエントリーシステム」、「キッチン内オーダー管理システム」、「POSシステム」、「売上確認サービス」といった、飲食店の店舗運営を支援するクラウドサービス「QOOpa」をセカンドファクトリーは提供している。

デザインとエンジニアリングをかけたユーザービリティの高い「使える」UI 開発はこれまでもさまざまな手がけてきたが、QOOpaではサービスの提供当初、現場で満足して使ってもらえる価値を十分に発揮することができなかった。

そのため、セカンドファクトリーでは、「使える」から「活か

せる・使われる」ための開発へと取り組みを変えた。提供するITサービスと現場間に存在するさまざまなギャップを、現場の声を巻き込みながら、埋めていく継続的な「GEMBAデプロイメント」として、クオリティの高いサービス提供をめざしている。

業態や店舗により、刻々と変化する時代の要求により、現場は常に変わり続ける。こうした現場へのサービスリリースを効果的に実現するため、セカンドファクトリー自体が現場（唐揚げ店）を持って取り組めるための環境を用意して、真の顧客目線を体験しながら見識を得て改善活動に取り組んだ。



「QOOpa」のUI



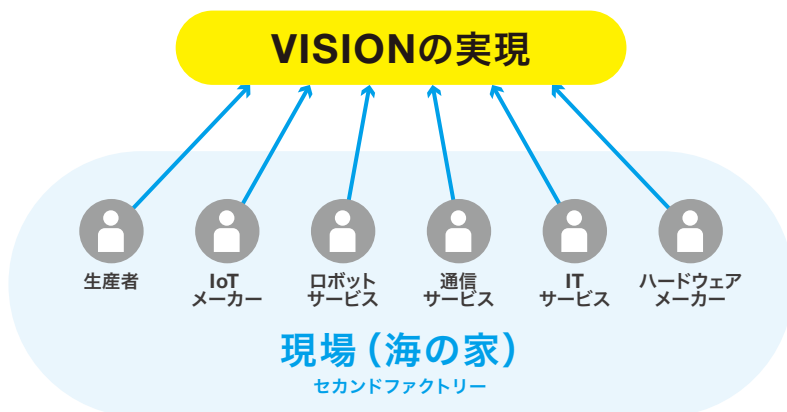
お客様ご利用の画面例



複数企業との共創

セカンドファクトリーは、唐揚げ店、海の家、レストランなどの現場を持つことを強みとして、さまざまな企業と共創した上、リアルな現場に製品やサービスを昇華する活動を続けている。2016年には海の家にて、センシングテクノロジー、ロボットによるサービスが実際の現場において、どういった価値発揮が可能であるか、具体的な実現と共に検証を実践した。

イノベーションを起こすには1社のみでは難しい時代。同じVISIONを持った複数企業が共創活動を実現して、相互に価値発揮しながら取り組む事例として話題になった。



Web・アプリケーション編

HCDの困りごと Q&A

HCDの実践において寄せられる質問と答えをまとめました。

Q. 使いやすく効果的なウェブサービスやアプリケーションを生み出すには？

A. 開発プロセスにHCD (Human Centered Design: 人間中心設計)を導入してください。よりよいUXの実現、ユーザビリティの向上はHCDの得意とする分野です。よりよいUXのためには、局所的なUIの改善だけでなく広い視点でユーザーを知り、カスタマージャーニーとして体験を考える必要があります。HCDサイクルの導入によって、ユーザーの支持を得られるプロダクトマネジメントを実現しましょう。

近年、ウェブサービスやアプリケーションには、テクノロジーだけでなく、優れたユーザー体験 (UX) が欠かせなくなってきました。新しいサービスやアプリケーションの企画、そしてUIデザインには、そもそもそれがユーザーにとってどういった価値があるのか、そしてユーザーのどういった行動に合わせるのかといった、UX観点が必要となります。このUX観点をプロジェクトに取り入れるために考えられたプロセスがHCD (Human Centered Design: 人間中心設計)です。

HCDはもともと、インターネットが普及するより前に、ユーザイン

ターフェイス (UI) を改善するユーザビリティ (使い勝手) の分野から生み出されました。しかし、コンピューターがインターネットに接続され、そしてスマートフォンという個人端末が普及した今、アプリケーション単体のUIを改善し、表面的にユーザビリティをよくするだけでは本当によいユーザー体験を生み出すことはできません。

こういった背景から単なるTIPSではなく、UXをよくするための一連のプロセスとしてHCDはさらに発展してきました。HCDは、ユーザーの観察、ペルソナという形式での要求の明示化、プロトタイプングを含めた解決策の検討、そしてそれらを評価する仕組みから構成されています。

サービス全体で一貫したユーザー体験を提供し、そしてユーザーの状況に合わせたUIを設計するために、ぜひHCDをプロジェクトに導入してください。

Q. イノベティブなアプリケーションやサービスを生み出すには？

A. アプリケーションやサービスを企画する際、事業者のひとりよがりにならずユーザー視点でイノベティブなものにするため、HCDを活用してください。HCDは、デザイン思考に基づいた企画・デザインのプロセスです。組織内で共通のユーザー像を設定しながらイノベティブな製品開発を進めるために、ぜひHCDを導入してください。

今、アプリケーションやサービスには常に新しい視点や、ユーザーへの価値訴求が求められています。AirbnbやUberのようなサービス自体が世の中への新しい価値観提示となるようなものから、スマートニュースやメルカリのように、競合のサービスに対してUIの使い勝

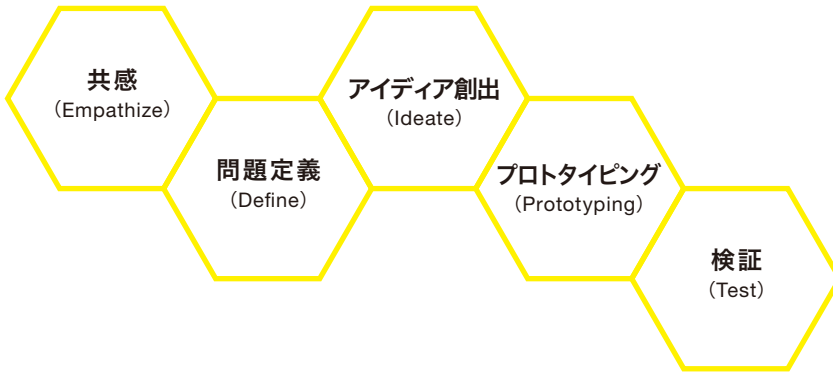
手によって優位性を示しているようなものもあります。このように、サービスやアプリケーションに対して求められるユーザー体験 (UX) はそれぞれ異なっていますが、いずれにしても言えることはこれらのサービスではHCDを活用して新しい視点を獲得し、最適なUXを設計しているということです。特に顧客視点に合わせた最適なUXは、サービスやアプリケーションには欠かせないものとなっています。

また、近年Harvard Business Review誌などで特集が組まれるまでに至った「デザイン思考」と呼ばれるアプローチは、イノベーションのためのこれまでになかった視点獲得の手段として注目を集めています。デザイン思考 (Design Thinking) とは、もともと建築家ピー

ター・G. ロウが定義した「デザイナーの発想のしかた」です。世界的なデザインファームIDEOがこれをイノベーションのための手法として、HCDを基に再定義したものが、現在普及している「デザイン思考」です。

デザイン思考では、利用者の視点を導入し、そこに共感をするとこ

ろから新しい視点、つまりイノベティブな発想を導き出します。このデザイン思考を組織に取り入れるためにもHCDは有効です。HCDのユーザー観察手法や分析手法は、世界中のデザインファームにおいて事業開発のためのツールとして活用されています。新しい視点獲得のためにも、HCDを活用してください。



IDEO社のデザイン思考のデザイン思考5つのステップ (ティム・ブラウン, 2009)

共感 (Empathize)、問題定義 (Define)、アイデア創出 (Ideate)、プロトタイピング (Prototyping)、検証 (Test) の5つのステップ

Q. HCDを組織に導入するには？

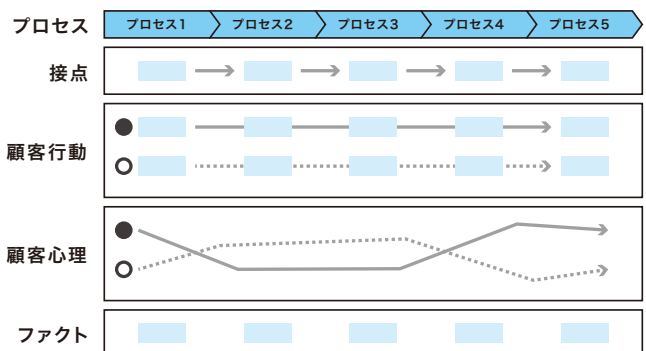
A. まずはできることからやってみましょう。HCDはプロセスですが、すべての手法を実施しないと効果が出ないわけではありません。観察手法やカスタマージャーニーなどの視覚化手法、プロトタイピング手法、評価手法など、効果がすぐに得られる手法から導入してください。HCD-Netでは、研修プログラムや教育プログラムも提供をしています。企業単位での提供も可能ですのでぜひご相談ください。

HCDの導入は、決して0か1ではありません。必要なところにHCDのノウハウを活用してください。HCDには、発想法、評価手法、プロトタイピング手法、また、UXを客観的に指標化するUXメトリクス法など、業務に役立つさまざまな手法が用意されています。これらが必要に応じて取り入れていくことがHCD導入の近道です。

手軽で効果的などころでは、最近普及しているカスタマージャーニーマップ (CJM) 手法などがあります。CJMは、顧客のサービス利用に関するストーリーを、あくまで顧客目線で視覚化をするための手法です。事業者が当たり前と見て見過ごしている制約や業界の事情などを、顧客目線から気付かせる効果があるため、発想の転換や部門間での顧客視点の共有などに役立つことができます。

HCDは開発プロセスの一部であり、すでにさまざまな教育プログラムが用意されています。基本となる考え方から、前提となる認知心理学や人間工学分野の知識、個々の手法に至るまで書籍やセミナーが充実しています。

HCDの普及・啓蒙をミッションとしている組織、NPO法人「人間中心設計推進機構 (HCD-Net)」では、個人向けと法人向けのセミナーなどをはじめとした教育プログラムや書籍の刊行などを行っています。企業ごとにカスタマイズしたプログラムの相談にも対応しておりますので、興味を持たれた組織はぜひご検討ください。



カスタマージャーニーマップ (UXマップ)

サービスの中でも顧客の経験に関わる部分を時間軸に沿って可視化した図です。エクスペリエンスマップやUXマップと同様のマップです。時間軸に沿って、顧客とサービスが触れ合う場所であるタッチポイント (接点) ごとの、顧客の体験を記述します。その下に顧客心理や課題なども記入する場合があります。現状のマップを作成して現状を分析したり、このマップからアイデア発想したりすることができます。

HCD-Netのめざす社会

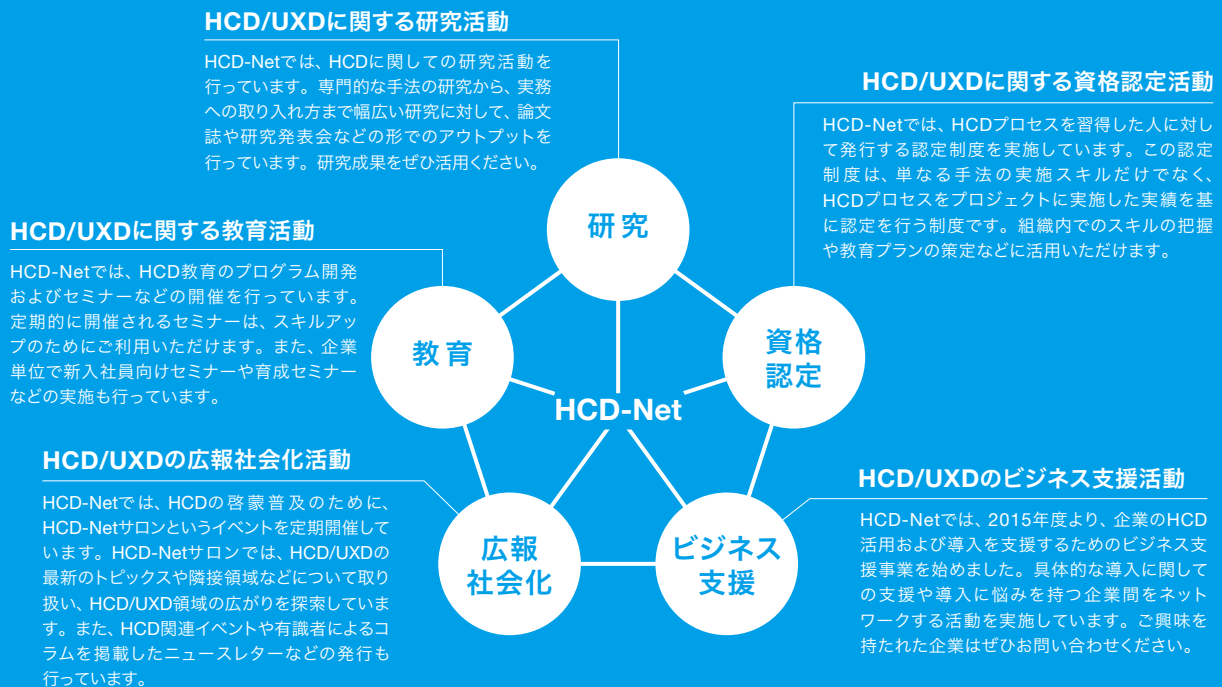
HCD-Netは、HCDやUXDに関する学際的な知識を集め、産学を超えた人間尊重の英知を束ね、HCD/UXD導入に関するさまざまな知識や方法を適切に提供することで、多くの人々が便利に快適に暮らせる社会づくりに貢献します。あわせて経済の発展への寄与と、豊かでストレスのない実りある社会の実現をめざします。

Web・アプリケーションの企画・開発担当者におけるHCD-Netの役割

「イノベティブな製品開発を進めていきたい」、「ユーザーの支持を得られるプロダクトマネジメントを実現したい」、「研修プログラムや教育プログラムを利用してHCD/UXDを導入したい」といった要望に対して、HCD/UXDをテーマにしたセミナーや勉強会などの活動を行っています。

HCD-Netの5つの活動領域

HCD-Netでは、研究分野、資格認定事業、ビジネス支援、広報社会化、教育活動の5つの領域を設けて活動しています。商品・サービスのユーザビリティを向上させる人間中心設計の講演会、セミナー、調査・研究、コンサルテーション、評価・分析、設計・開発支援などに関する事業活動により、広く公益の増進に寄与します。



分野別パンフレットのご案内

パンフレットは「スタートアップ・新規事業」、「ITシステム・製造業」、「Web・アプリケーションの企画・開発」、「マネジメント・経営」、「教員関係者」、「行政・公共サービス」「HCD/UXDの実践者」という分野ごとに作成しています。パンフレットを入手されたいかたは、HCD-Netのウェブサイトよりダウンロードしていただくをお願いします。

■お問い合わせ

特定非営利活動法人 (NPO法人) 人間中心設計推進機構 事務局

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜3-7-18

第2上野ビル7階 エキスパートオフィス新横浜

TEL: 090-8170-2027

e-mail: secretariat@hcdnet.org

www.hcdnet.org