

HCD/UXD実践者の活動紹介



KEY PERSON INTERVIEW

株式会社DeNAトラベル：和田 あずみさん

CASE STUDY

富士通株式会社

HCDの困りごと Q&A HCD/UXD実践者編

KEY PERSON INTERVIEW

株式会社DeNAトラベル 和田 あずみさん

「専門家としての認定が HCD導入の挑戦に つながっている」

株式会社DeNAトラベルでサービス開発を手がける
ウェブディレクター、和田あずみさん。
人間中心設計専門家の認定がどのように役立っているのか？
また、HCDを実践する上での課題や
今後の展望について伺いました。

PROFILE

オンライン旅行会社にて、サービス開発の現場でユーザー調査、要件定義、情報設計、定性・定量評価業務に従事。共創の現場を支援するビジュアルファシリテーションチーム「BRUSH」でビジュアルファシリテーターとして活動中。産業技術大学院大学 履修証明プログラム 人間中心デザイン修了。HCD-Net認定 人間中心設計専門家。

「論拠のあるサービス開発をチームで行っていききたい」

現在は、どのようなお仕事をされていますか。

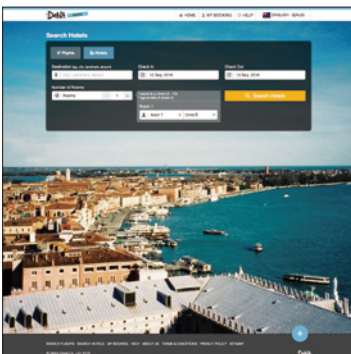
オーストラリア、香港、タイなど5カ国で展開している海外版総合旅行サイト「DeNAトラベル Global」でウェブディレクターを担当しています。具体的な業務では、UXデザイン、ログ解析に基づく分析施策立案、要件定義、UIの情報設計といった内容になります。

人間中心設計（以下、HCD）に興味を持たれたきっかけは？

以前、国内版総合旅行サイト「DeNAトラベル」でスマートフォン向けサイトのサービス開発に携わっていたのですが、上司から突然「ユーザビリティテストやってよ」とかなりラフな感じで（笑）、依頼されたのがきっかけです。「えっ、やったことないんですけど……」と戸惑いはしたものの、本を読みながら2、3名のエンジニアと一緒に取り組んでみました。

すると、ユーザーのニーズに沿った価格表示の仕様など、今まで気付かなかった大事な施策が見えてきて、それが数字的な成果につながったんです。何よりやってみて良さを感じたのは、ユーザビリティテストを通して、エンジニアと一緒に課題認識を共有した上で議論ができたこと。“チームとしてサービスを作る”という一体感を得られた喜びが大きくて、「HCDをもっと学びたい」と考えるようになりました。

それからは本を読んだり、IT企業主催のセミナーで学び続け、より体系的にHCDを会得したい気持ちが芽生えてきたところで、産業技術大学院大学の履修証明プログラム「人間中心デザイン」を受講しました。HCDを理解していくにつれて、「論拠のあるサービス開発をチームで進めていききたい」という想いが、私の仕事の根底にあったのに気付いたのも大きな収穫です。



海外版の「DeNAトラベル」

実際の業務に、どのようにHCDを活用していますか。

例えばオーストラリア版のサイトで宿泊予約サービスを始めたのですが、メインディレクターを務めたこの案件では、仮説出しや仮説に基づいた課題解決策の検討、開発における優先順位の明確化、ユーザビリティテストなどでHCDを活用しています。

具体的には、開発の前段階では、ユーザー調査やログなどのデータから仮説を導き出し、解決策を考えるため壁面一面にストーリーボードを作成。ストーリーボードを前に議論を進め、「この要件は大事だから絶対リリースまでに間に合わせよう」、「この要件は第2フェーズでいいよね」といったようにサービス開発のプロセスを検討していきました。

また、開発終盤には、5人×3サイクルのユーザビリティテストを実施し、ユーザビリティにおける課題の洗い出しと整理を行い、チームに共有しました。こうして業務でHCDを活用することで、チームでの意思決定がスムーズになりましたし、メンバーからは「分かりやすい」といった声もいただきました。論拠を持って開発を進めていけただけでなく、文化や言葉の違うベトナム人のエンジニアと、「今、ユーザーに起きている課題と解決策」を共有できたのも大きな成果でした。

ただ、すべての案件にHCDの全プロセスを導入すべきかということ、自由に時間や人材を割られるわけではないので、必要に応じて適切な手法を用いて対応しています。開発プロセスにおいても、プロトタイプをどの程度作り込むかの見極めなど、要素要素でジャッジが必要ですが、それらを判断するスキルは、HCDを学び、実践を重ねる中で培ってきました。

「いかに当たり前のものとしてHCDを導入できるか」

最近、HCD-Net認定 人間中心設計専門家の資格を取得されました。何か変化はありましたか？

開発業務に5年ほど携わってきた中で、今まで手がけてきた仕事が目に見える形として残せること、自分の仕事について人に説明する際のキーワードが欲しかったことから資格を取りました。現在、社内のHCD専門家は私一人ですが、専門家になったことで「自分が切り開いていく」覚悟が定まり、結果として組織的な協力が得ら

✓ POINT

- HCDを学んで「論拠のあるサービス開発をチームで行っていききたい」という想いに気付いた。
- HCDを活用することでチームでの意思決定がスムーズになり、メンバーからは「分かりやすい」といった声も。
- 組織デザインという長いスパンでのHCDも実践していききたい。

れやすくなった点がありますね。これまで自社では開発中のテストという機能テストが私の担当領域で、ユーザー体験の評価はリリース後に行っていました。しかし、前述の宿泊予約の案件ではテスト自体の内容の裁量を任せられ、外国人対象のユーザビリティテストなど、ユーザー体験の評価を実践する挑戦をしたところ、上司をはじめ想定以上の周囲の協力を得ることができました。その結果チームで今まで以上に多くの知見を共有することができました。

これからも専門家としての知識を業務に生かして、より良いサービス開発を行っていきたいと思いますが、自分からあえて声高に「こうあるべき」と語りはしません。HCDやUXという言葉を使わなくてもみんなユーザーのことを考えていますから、無理強いせずに、いかに当たり前のものとして、開発プロセスにHCDを導入するかを心がけています。「HCD専門家は理論ばかり」と指摘する声もあるようですが、HCDの価値を組織や現場にどうやってアピールするか？ 価値を理解してもらう方法にも、HCDの手法が生かせると思うんです。

HCDを実践する中での課題や、今後の展望を教えてください。

スピーディーな開発かつ数字中心のウェブサービスにおいては、人が案件ごとにアサインされるので、「ここはHCDで助けられるよ!」という項目があったとしても、自分が案件に関わっていないと助け辛い状況はありますね。前述の宿泊予約の案件でもHCD専門家としての関わり方について悩んだ時期がありました。

ただ、自分の専門知識をチームでどう生かしていくかを考えた時に、やるべきなのは、「話し合える関係性を作り、みんなが何を考えているのかをヒアリングし、手を動かし解決策を作ること」——つまり、そのプロセス自体がHCDだと気付いたんです。今後は、組織デザインという長いスパンでのHCDも実践していきたいと考えています。

CASE STUDY

富士通株式会社

○企画・開発
 富士通株式会社：
 岡田 一志、津田 向志
 富士通デザイン株式会社：
 横田 洋輔
 株式会社富士通鹿児島インフォネット：
 小川 似維葉

○紹介サイト
 「AIUEUX」



<http://jp.fujitsu.com/services/application-services/application-development-integration/shaping-next-ux/aiueux/>

HCDベストプラクティスアワード2016
 審査員特別賞



「AIUEUX」を通じた富士通のUX啓発プロモーション活動

UXを分かりやすく伝えるツール開発とUX啓発活動

富士通グループでは、UXに馴染みのない人にもUXの概念を理解してもらうため「AIUEUX」と名付けたツールを開発した。この「AIUEUX」は、「あいうえお」をテーマにしてUXを表す言葉やUXを考える時に大切にすることを簡潔に表現したもので、冊子とカードの2種類が用意されている。身近な言葉である「あいうえお」に置き換えることで、UXを知らない人でも楽しく理解を深められる。



「AIUEUX」冊子はポスターのような体裁に。

HCD-Net評価のポイント

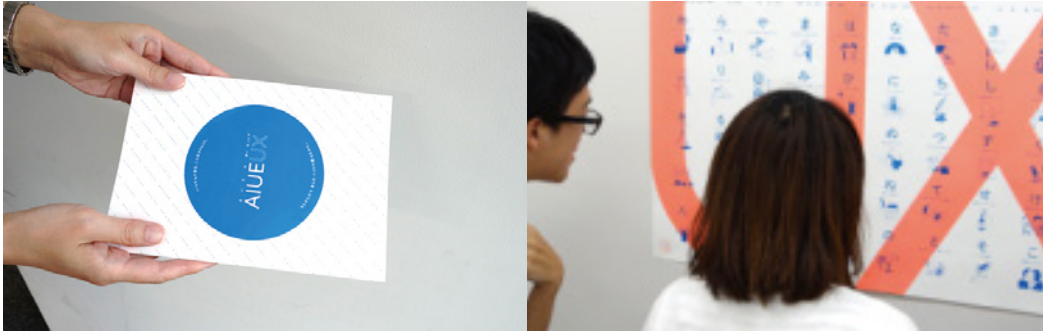
- UXメンバーを核とした多様な人材を巻き込んだプロジェクト
- UXの普及・啓発の活動として大きな効果
- 大企業であるにもかかわらず社内へ広く展開しようとする努力と情熱



使用例

冊子は、広げると五十音すべてが一覧できるポスターのような体裁となっている。職場やワークショップ会場などに貼り出すことでUXに対する興味生まれ、書かれた内容を実践してみる体験を提供する。また、カードは、1文字1カードのつ

くりにすることで、名刺と一緒に渡したり、UXを起点としたアイデアを生み出すための切り口として利用するような使い方を想定している。



冊子

参加者に手渡す、職場やワークショップで貼り出すといったことができる「AIUEUX」の冊子。



カード

名刺と一緒に渡す、アイデア発想の切り口に使うといった使い方ができる「AIUEUX」のカード。



ウェブサイト

ウェブサイトも用意されており気軽に理解を深められる。

成果

- ポスターを200部用意 → 1000部増刷
- WEB訪問者数：約5000人、2万アクセス（2015年6月～）
- HCD成熟度向上
 - ・富士通グループが手がけるUXデザイン適用プロジェクト数が前年度比200%以上に増加。
 - ・ポスターを受け取って頂いた方から、「オフィスにポスター貼りました」「みんな、興味津々です」などの多数のフィードバックあり。

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 ユーザエクスペリエンスデザイン (UXD) に関する最新の研究や動向を手に入れるには？

A. HCD-Netを活用しましょう。HCDやUXDに関する最先端の情報や動向、実践に活用できる知識をHCD-Netの活動を通じて入手することができます。

今はインターネットでほとんどの情報は入手できます。費用もかからず迅速に情報を得るにはとても便利なツールです。でも、できるだけ効率的にかつ精度の高い情報にたどりつくには、それなりの予備知識がないと難しいですね。検索エンジンを使用しても、入力するキーワードに悩んでしまいそうです。それに、インターネットで得られる情報はすべてが本当に正しいのか、信頼性についてはちょっと心配になることもあります。ですので、HCDやUXDについて知りたいことがあったら、HCD-Netという場を最大限に活用しましょう。

HCD-Netでは、HCDやUXDに関する下記の活動を行っています。

- ・研究活動：開発への導入効果についての研究や機関紙の発行
- ・教育活動：セミナーやワークショップの開催
- ・広報社会化活動：行政や産業界に向けたフォーラム、シンポジウムの開催

- ・開発：ツールや手法の収集や開発、人材育成
- ・規格化／認定：人間中心設計専門家・スペシャリスト認定
- ・国際化：海外機関との連携活動

セミナーに参加して新しい話題やキーワード、先事例に触れたり、業務でUXDを実践している方々や教育機関の先生方と会って話ができるイベントに参加して、情報交換や人脈をつくるのもお勧めです。

HCD-Netでは、実務家の育成に力を入れていますので、「人間中心設計 (HCD) 専門家資格認定制度」を設けている他、HCD-Net会員には多様なイベントに参加いただけるよう特典をご用意しています。例えば年2回開催されるフォーラム、シンポジウムをはじめ、各種セミナーやイベントへの参加費用を会員価格にて提供しています。

無理せず楽しくスキルを磨いていきたいですね。UXDの実務家としてより一層成長していけるよう私たちも支援します。

Q クライアントに効果的なコンサルティングやアドバイスをする方法は？

A. まずはクライアントの状況を把握しましょう。その上で、効果的な方法を検討します。クライアントの困りごとは？ UXDでどう解決できる？ クライアントはUXDに関してどの程度の知識や経験を持っていますか？

●クライアントのニーズは何ですか？

クライアントのニーズは、現行サービスの品質を改善したいという具体的な「事業」に関するものから、従業員の意識改革をしたい、何か新しいアイデアを創出したいという「夢」を語るものまでさまざまです。プロジェクトの初期段階で、クライアントのニーズをいかにつかむか、同意するかが、その先の進捗や成果に大きな影響を及ぼします。そのため、クライアントのニーズ把握を重視してください。

ところが、ニーズを明確に持っているクライアントはまれです。経験豊かなインタビュアーが、悩み相談のように相手の話を十分に聞いて、なるべく多くの情報を引き出し、相手の考えを整理することから始める必要があるかもしれません。複数のステークホルダーの話を聞きに、何回も打ち合わせに出向く必要もあるでしょう。

近年、ステークホルダーや有識者を集めて、課題共有やアイディエーションなどを行う「共創ワークショップ」が活発に行われています。事業者とユーザーが一堂に集まり、あいまいで複雑な課題を明確に共有することで、解決に向けた具体的なアクションアイテムにつなぐ成果を生み出しています。クライアントの問題を社会視点から捉える効果もありますので、機会があれば積極的に実施したいものです。

●クライアントはUXDの知識や経験がありますか？

過去にユーザー視点で事業検討やものづくりをした経験があるクライアントや、知識があるメンバーがいるクライアントがUXD導入に期待することは、専門家の想定を大きくずれることはないでしょう。UXDはユーザー視点で企画開発運用する姿勢であって、事業にするまでに費やす作業は、従来の開発と同じようにコツコツ地道に行う必要があります。

UXDの知識や経験がないクライアントは、UXD (あるいはHCD) を魔法の杖であるかのように期待し、ユーザー視点で考える専門家を

に任せれば自動的にUIやサービスの仕様が整うと考えてしまうことがあります。継続的な事業の開発には、技術要件やビジネス要件、ユーザー要件を含めた従来通りの情報が必要であることを、早い段階で伝えてください。

以上のように、相談を受けた初期段階で、「クライアントのニーズ」と「クライアントのUXDリテラシー」を把握すること、クライアント視点で必要なアドバイスや課題共有をすることが、有効なコンサルティングにつながります。

Q ■ HCDやUXDの専門家として認知され、活動していくには？

A. 人間中心設計やUXDは、その活動自体は以前からありますが、役割として認知されてからはまだ日が浅い状況なので、まずは一緒に活動する仲間を見つけて広く普及していくというのはいかがでしょうか。より高い価値を提供できるプロジェクトに専門家として参加するのもお勧めです。

HCD-Netが設けている「人間中心設計 (HCD) 専門家 資格認定制度」では、過去に取り組んできたUXDやユーザビリティの活動を申請書に記入して、その申請書による審査を通して認定されます。あるプロジェクトの中で、ご自身がどのような役割を担い、どのような提案・決定をしたか、また、それぞれにおいて費やした作業時間や量なども含めて、多面的な活動内容が審査では重要視されています。

しかしながら、HCDやUXDの活動は、企業や組織に属している・いないに関わらず、個々人の活動に留まらない、複数の人の活動のつながりによって実現されるものです。プロジェクトによっては連携を前提とした分担作業が求められ、その中でUXDの専門家としての

能力を発揮する必要があるでしょう。

UXDの専門家として認知され、活動を拡大していくには、このつながりを築いて活用していくことが不可欠です。そのためには、まずは過去の取り組みを足がかりとして、HCDやUXDの活動に賛同する仲間を見つけて増やしていきましょう。その仲間と、どのような相手にどのような価値が提供できるかを考えて実行してみましょう。これを繰り返すことで活躍の場が広がっていくのではないのでしょうか。

実践においては、HCDやUXDの導入がなかなか認められないプロジェクトもあると思いますが、だからと言ってあきらめるのではなく、まずは工程の一部分に専門家として参加する活動をしてみてはいかがでしょうか。その際には、高い評価や大きな利益を得られるといった“成果の見えやすい”プロジェクトを選ぶと、専門家の認知につながるのをお勧めです。



HCD-Netフォーラム



ワークショップ

HCD-Netのめざす社会

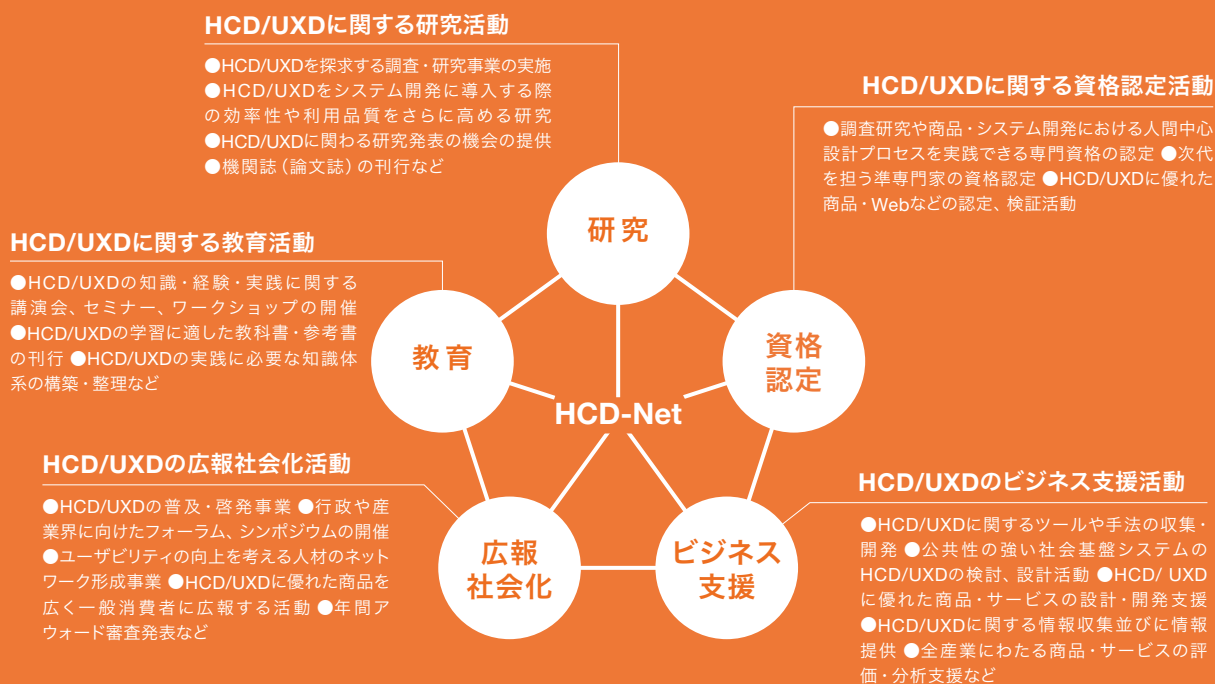
HCD-Netは、HCDやユーザエクスペリエンスデザイン（以下、UXD）に関する学際的な知識を集め、産学を超えた人間尊重の英知を束ね、HCD/UXD導入に関するさまざまな知識や方法を適切に提供することで、多くの人々が便利に快適に暮らせる社会づくりに貢献します。あわせて経済の発展への寄与と、豊かでストレスのない実りある社会の実現をめざします。

HCDやUXDを 実践している方における HCD-Netの役割

「HCDやUXDを実践する役割にある方」、「プロジェクトでHCDやUXDを実践したいが遂行する自信を持ってない方」、「HCDやUXDを通じて業務改善のための知識/経験/実践力を身に付けたい方」などに対し、先行者や専門家による具体的な事例/技術/手法の情報提供・参加者同士の議論・実際に経験する機会の提供等によって、業務に有益な活動を行っていきます。

HCD-Netの5つの活動領域

HCD-Netでは、研究分野、規格化認定事業、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