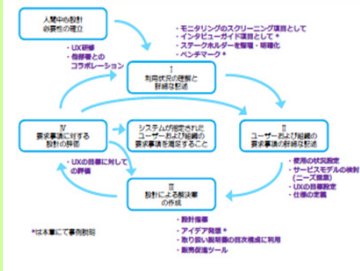
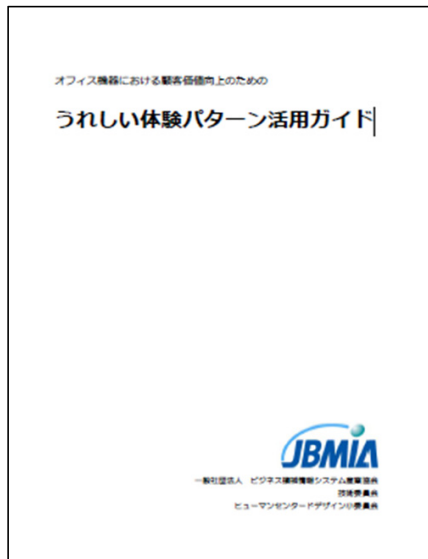


事例名*	いずれかを削除*	記入者氏名*	記入日*
「オフィス機器における顧客価値向上のためのうれしい体験パターン活用ガイド」の開発	自薦	小山文子	2014年 10月 16日
<p><b>推薦理由*：</b> HCD活動として優れている点、今後のご自身の活動において参考になる点などを記述して下さい。 参加企業内におけるHCD推進業務を支援するために、ビジネス機械・情報システム産業協会（JBMIA）の専門委員会という活動の場を利用して、競合メーカーの壁を超えて情報を共有し、課題に取り組み、事務機器業界全体のユーザビリティの底上げに貢献している。成果物は誰もが取得可能な形で一般に公開し、業界内外に対してHCDを広める一助となっている。</p> <p>BtoB製品・サービスにおけるUXに関する事例や手法はあまり発表されておらず、うれしい体験パターンガイドはHCD関係者から評価されている。</p>		<p><b>ISO9241-210で規定するプロセスの特定*：</b> 5つのサブプロセスの中で該当する部分を特定し 活動の詳細をご記述 HCDプロセスの各フェーズで使用可能である。</p> 	
<p><b>最終成果物の概要*：</b> 概要を説明し 成果物を示す画像を貼ってください。ウェブページの場合はURLを明記して下さい。</p> <p>「オフィス機器における顧客価値向上のためのうれしい体験パターン活用ガイド」の発行：2014年事務機器における「UX」に取り組み、顧客価値を向上させる「体験」とはどんなことか、またその抽出方法や、利用法などをドキュメントにまとめた。MFPだけでなく、様々な共用品に利用できる内容となっている。</p> <p>事務機器としての「うれしい体験パターン」を自社の製品にそのまま利用する（1章・2章）、または3章の作り方をもとに、自社製品にフィットする「うれしい体験パターン」を作成することもできる。</p> <p><a href="http://gijutsu.jbmia.or.jp/ureshii_guide.pdf">http://gijutsu.jbmia.or.jp/ureshii_guide.pdf</a></p>		<p><b>専門家としての評価*：</b> 評価するポイントやできばえ、表彰による波及効果などをご記述ください。</p> <p>組織のメンバーに「UX」を説明し、理解してもらうのは大変な労力が必要となる。本ガイドは、エンジニアや営業担当者などが「UX」に気軽に取り組むための足がかりとして利用できるようになっている。事務機器におけるUXを「うれしい体験パターン」として整理し、イラストを用いることで、HCDの専門家でなくてもとっつきやすいよう配慮されている。表彰を受けることで、メーカーを超えた継続的なHCDへの取り組み活動が認知され、各企業において、HCD担当者の活動範囲が広がると考える。</p> <p><b>同意事項*：</b> ご推薦いただいた事例は、推薦者名と共に、HCD-Net内で公開いたします。公開の可否について、以下のいずれかを○で囲んでください。</p>	
受付番号：01		承諾する	

**事例名\***  
「オフィス機器における顧客価値向上のための  
うれしい体験パターン活用ガイド」の開発

**参考資料：**以下の欄内に添付してください。画像は合計1GB以内にしてください。  
**(必須)** 本申請に記載されたプラクティスの成果物（製品やウェブサイトなど）の画像。  
**(任意)** 本申請に記載されたプラクティス事例が紹介されている新聞・雑誌・ウェブページの  
記事や論文など。

**サンプルページ**



目次

はじめに	1
読者のことば	2
<b>1章 うれしい体験パターン</b>	<b>5</b>
オフィス機器における「うれしい体験パターン」	6
項目1：安心感がある	7
項目2：字ばなくてもすぐできる	8
項目3：自分に必要なことがすぐできる	9
項目4：困っても頼れる安心感がある	10
項目5：自分でも頼れる安心感・達成感	11
項目6：無駄が出ない	12
項目7：変更がわり	13
項目8：他人から頼まれる	14
うれしい体験パターンとは	15
うれしい体験パターンの「カード」について	15
うれしい体験パターンの「随筆誌」について	15
「ユーザーエクスペリエンスデザイン (UXD) コンセプト」について	16
<b>2章 使ってみよう</b>	<b>17</b>
うれしい体験パターンの利用	18
プロセスの各ステップで利用する	18
ツールの使いかた：基本編	19
うれしい体験「カード」の利用法 ①	19
うれしい体験「カード」の利用法 ②	19
「随筆誌」の利用法 ①	20
「随筆誌」の利用法 ②	21
ツールの使いかた：応用編	21
ベンチマークでの使いかた	21
アイデア発想としての使いかた	29

3章 作ってみよう

うれしい体験パターンを作ってみよう	32
うれしい体験パターン作成フロー	33
① カスタマージャーニーマップを作る	33
② うれしい体験を抽出する	37
③ うれしい体験をまとめる	38
④ KJ法で集約する（ラベリングする）	39
⑤ ラダーアップする	40
⑥ 随筆誌を作る	42

4章 解説

うれしい体験パターン活用ガイドにあるまでのHCD小委員会の活動	44
ユーザビリティ改善、HCD実践に向けた活動（～2008年）	44
魅力的社員と抱負の地点（2009年）	44
次の10年に向けて～長期的ユーザビリティの検討（2010～2011年）	44
メンタルモデルの精緻化を促進する「うれしい体験パターン」（2012年～）	45
なぜUXDなのか	46
オフィス機器におけるうれしい体験/UXDの特徴	47
メンタルモデルの精緻化とうれしい体験	50
なぜうれしい体験に注目したか	50
オフィス機器のUXDの今後に向けて	51
共用機器と利便性	51
メンタルモデルの精緻化から次のステージへ	52

資料

ツール1：うれしい体験パターン カード集	54
ツール2：随筆誌	71
ヒューマンセンターデザイン小委員会書	75
おわりに—随筆—	76



PDF  
[http://gijutsu.jbmia.or.jp/ureshii\\_guide.pdf](http://gijutsu.jbmia.or.jp/ureshii_guide.pdf)

公開されているページ  
(一番下の方にあります)  
<http://www.jbmia.or.jp/publication/books.htm>

ウェブで取り上げられた記事  
[http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20140727-00000005-zdn\\_pc-sci](http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20140727-00000005-zdn_pc-sci)

受付番号：01