

HCDアワード ベストプラクティス推薦書

\*は記入必須事項です

事例名*	いつれかを削除*	記入者氏名*	記入日*	
株式会社エムティーアイにおける「UXDプロセスの構築」と「UX決裁の制度設計」	他薦	尾形慎哉,三澤直加(グラグ リッド)安藤昌也(千葉工業)	2014年	11月 14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。</p> <p>■HCD導入における組織マネジメント</p> <p>組織にHCD活動を導入する場合、現場レベルではメンバーが各手技法を実プロジェクトで活用できず混乱に陥ったり、経営レベルではその効果が判断できず本格導入に踏み切れなかったりすることがある。しかし、本事例では部長のマネジメントが優れていた。現場レベルでは、実プロジェクトで活用できる手技法を整理したMTI版「UXDプロセス」を構築し、実践でのファシリテートにより現場へ浸透させた。また、経営レベルでは、役員も加わった「UX決裁」という全社的な制度を設計し、各プロジェクトにおいて価値評価→施策評価→UI評価と要所にUXの視点をいれた客観的評価の枠組みを作った。これは、部長が実プロジェクトでの試行錯誤や役員との対話を重ねた結果であるが、HCDを組織に導入する際のマネジメントとして参考になる。</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く</p> <p>■人間中心デザインプロセスの計画</p> <p>組織的に顧客中心のサービス開発を強化させることが求められており、はじめにMTI版「UXDプロセス」の構築を計画し、実行した。その構築には、外部のHCD専門家を招き、適宜アドバイスを受けられる体制をとった。また、経営層・マネジメント層でのHCD研修も並行して実施することを推進し、HCDを組織的に理解できるような活動を行った。</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>■MTI版「UXDプロセスとテンプレート」</p> <p>HCDで用いられる各手技法の活用タイミングを、開発ライフサイクルが短い自社のプロジェクト特性に合わせた形で最適化した開発プロセスを構築した。</p> <p>神戸大学大学院ディスカッション・ペーパー ユーザー起点のサービス開発への移行プロセス-株式会社エムティーアイの事例- (尾形慎哉,堀口麻奈,松尾睦)</p> <p><a href="https://www.b.kobe-u.ac.jp/paper/2013_06.html">https://www.b.kobe-u.ac.jp/paper/2013_06.html</a></p> <p>■「ユーザーセンタードデザイン部」と「UXセンター」の新設</p> <p>これまで下流工程としてのUIデザインやコンテンツ制作だった部署を解体、業務分掌を顧客起点によるデザインマネジメントを部門横断的に実施することとし、実質的には経営直下となるユーザーセンタードデザイン部へ変更。大規模の事業部には「UXセンター」を新設し、UXプロセスやUX決裁の管理運営、UX教育・ファシリテートを実施。</p> <p>MTI Webサイト事業紹介ページ <a href="http://www.mti.co.jp/?page_id=9606">http://www.mti.co.jp/?page_id=9606</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れば、表彰による波及効果などをご記述ください。</p> <p>多数並行して実施されているプロジェクト現場において、開発プロセスが浸透し、各プロジェクトで、利用状況調査や本質的価値からのコンセプト立案、ユーザビリティ評価などが行われるようになった。このように組織としてHCD活動を行う基礎が構築されたことが評価できる。また、本取り組みをはじめたことで、2名の専門家、6名のスペシャリストを輩出した。今後、より高度なビジネス要件への適合や新たな市場開拓に向けたサービス開発組織としての成長が期待できる。</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、以下のいつれかを○で囲んでください。</p>		

HCDアワード ベストプラクティス推薦書

\*は記入必須事項です

受付番号 : 07

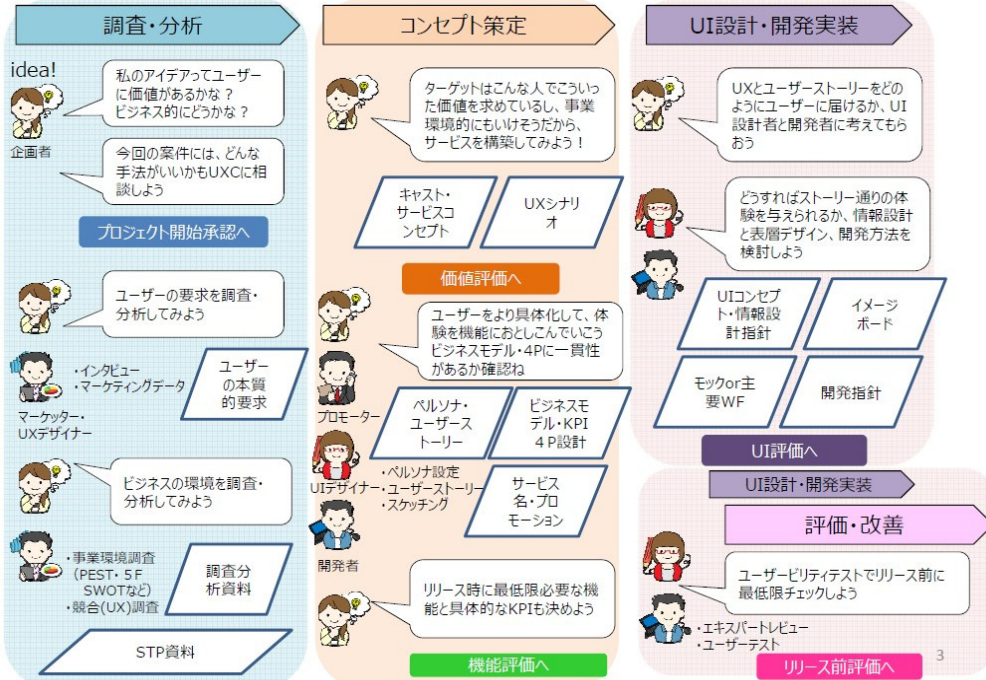
承諾する

**事例名\***  
株式会社エムティーアイにおける「UXDプロセスの構築」と「UX決裁の制度設計」

参考資料：以下の欄内に添付してください。画像は合計1GB以内になしてください。  
**(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。

■ MTI版「UXDプロセスとテンプレート」

新サービス設立までのUXDマップ



**【プロセス6】 既存サービス 施策評価提出資料**

タイトル	作成者	作成日	整理番号
アラーム機能改善P			

この施策で達成したいゴールは何か 何を目的に実施するのか (プロジェクトゴール)

ユーザーが1秒も迷わずにアラームを設定できる  
●●●●●が [ビジネス要件のため別設] ●●●●●の目的のため

ターゲットは誰なのか? 明確に

起床時におけるアラーム利用ユーザー  
「起きたい時刻に確実に起きたい」「朝、起きれるか心配という不安を持ったユーザー  
毎朝起きるためのアラームサービス(ターゲット外)

なぜそのターゲットなのか? サービス全体の戦略からどう紐づくのかを簡潔に

●●●●● [ビジネス要件のため別設] ●●●●●ため、より日常的に利用してもらえユーザーの定着を図る  
●●●●● [ビジネス要件のため別設] ●●●●●の土台作りを行う

この施策で何を一番ターゲットに訴求したいのか

操作が分かりやすく、確実に起こしてくれるアラームだということ

この施策でユーザーはどのような「良い体験」をするのか。ユーザー目線で記載してください

「簡単に設定できた」  
⇒新しい設定や情報過多でよむか

【プロセス6】 既存サービス 施策評価提出資料

ユーザーストーリー (ユーザーの体験を主語で記載すること)	そのユーザーストーリーを実現する施策	KPIと目標数値	計測方法
「アラームが鳴らなくて寝た」 ⇒「アラームが鳴らないアラーム」設定方法に迷うことなく、簡単にアラームを設定することができた	●●●●●はアラーム設定で登録できるよに、それ以外に「詳細設定」してオプション化する	・アラーム設定までにかかる時間 (●分以内) ・アラーム設定ページの離脱率	・ページ滞在時間 ・設定完了ボタン押下率
「時間通りに起きた」 ⇒アラームが鳴らなくて寝た	・アラームの回数に無制限にする ●●●●●を適用する ・二度寝防止機能として●●●●●を導入	・翌日のアラーム設定率 (継続利用率) ・1週間以内のアラーム設定率 (継続利用率)	・アラーム設定が「ON」になっている割合

【プロセス6】 既存サービス 施策評価提出資料

施策のプロモーションとその選択理由	施策実施期間
ルーチン広告内での訴求	9/1 5-19 9/15 常駐保証

ユーザー起点のサービス開発への移行プロセス -株式会社エムティーアイの事例- (尾形慎哉,堀口麻奈,松尾睦)

[https://www.b.kobe-u.ac.jp/paper/2013\\_06.html](https://www.b.kobe-u.ac.jp/paper/2013_06.html)

■ 「ユーザーセンタードデザイン部」と「UXセンター」の新設

MTI Webサイト事業紹介ページ

[http://www.mti.co.jp/?page\\_id=9606](http://www.mti.co.jp/?page_id=9606)

受付番号：07

