

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*	いずれかを削除*	記入者氏名*	記入日*	
(株)デンソー エスノグラフィによるインパネデザインのコンセプト立案	自薦	安藤昌也	2014年	10月 20日
<p>推薦理由*： 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。 車内のインスツルメントパネル全般のインタフェースのあり方を、コンセプトとして導出しており、コンセプトレベルから人間中心設計に取り組む意義を示した事例であると言える。特に、車内のユーザー体験は、車載機器だけでなく、持ち込んだスマートフォンなども含めた多様なデバイスや、同乗者などとの関係の中にあり、かつ運転もしなければならないという、非常に複雑でなかなか調査が難しい。この事例は、複雑な環境にあるユーザーの実態を、エスノグラフィ的フィールドワークで把握し、そこから得られた知見から顧客体験全体をコンセプトとして示し、製品開発の方向性を探索するという一連の流れが参考になる。特に、エスノグラフィにおける対象者の選定方法に対して、具体的なアプローチ法が示されておりこの部分でも参考になる。</p>		<p>ISO9241-210で規定するプロセスの特定*： 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 「利用状況の理解と明示」に相当 ・エスノグラフィ的フィールドワークによる、ユーザーの利用状況の把握 「ユーザーの要求事項の明示」に相当 ・K A法による価値抽出、価値マップ、U X仮説モデルの検討 ・Webアンケートによる価値の確認、コンセプトテスト</p>		
<p>最終成果物の概要*： 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。 ・価値マップ：エスノグラフィで得られた成果を元に、K A法を用いてユーザーの本質的な価値を分析。 ・体験ニーズの仮説モデル：エスノグラフィ、及び価値マップから本質的な体験ニーズの部分に着目し、仮説モデルを構築 ・Webアンケート調査：Webアンケートを用いて、KA法の価値マップおよび仮説モデルを共分散構造分析を用いて分析。併せて、有力な商品コンセプトについての定量的なコンセプトテストも実施 ・コンセプトムービー：仮説モデルに基づいて、具体的な商品がどんな体験を提供するかを示したコンセプトムービーを制作</p>		<p>専門家としての評価*： 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。 製品開発のなかでも最も上流工程であり、具体的な商品開発の前段階から、HCDの観点を導入することの意義を示した事例。従来、この段階の調査は、マーケティングリサーチとして実施されてきたが、エスノグラフィのようにより利用者の文脈を早い段階から考慮することで、より人間中心な製品開発の足がかりを作ることができる可能性を示している。また、表彰により、BtoB企業でもHCDに取り組むモチベーションを喚起することにつながることを期待される。</p> <p>同意事項*： 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>		
<p>受付番号：31</p>		<p>承諾する</p>		

事例名*	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。
株)デンソー エスノグラフィによるインパネデザインのコンセプト立案	(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。
<p>当該事例の掲載論文</p> <p>① 「HCDライブラリー 第3巻 人間中心設計の国内事例」第14章</p> <p>② 安藤昌也, 森敏史, 森卓也, 田窪信夫, 田中哲彦, “自動車に対する意識の違いによる車載インタラクティブ製品の受容性”, ヒューマンインタフェースシンポジウム2013, pp171-176, 2013.</p> <p>③ 安藤昌也, 森敏史, 森卓也, 田窪信夫, 田中哲彦, “エスノグラフィックアプローチによる自動車内インタラクティブ機器のインタフェースコンセプトの検討”, ヒューマンインタフェース学会研究報告集, 15 (2), pp7-16, 2013.</p>	
受付番号 : 31	