ユビキタス時代のためのUDマトリックスの展開 (1)

山崎 和彦(千葉工業大学)

Extended UD Matrix for Ubiquitous Computing Era (1) Kazuhiko Yamazaki (Chiba Institute of Technology)

1. はじめに.

本研究の目的はユニバーサルデザインを实践するための手法を研究することである。ユニバーサルデザインを实践するために、デザインプロセス上にUDマトリックスを活用することが提案され、すでに多くの事例により効果が検証されている。UDマトリックスとは、個々の状況に応じたUDの要求事項を効果的に抽出するための手法である。各行にユーザーグループ、各列にUD原則と操作の個別タスクを分類し、その交差するセルにUDに関する個々の要求事項を記入するものである。

近年はユビキタス時代となり、コンピュータが人間の生活環境の中に埋め込まれ、ユーザーはコンピュータを意識することなく利用できる環境になりつつある。このような背景を考慮して、主に個々の製品開発を対象としていたUDマトリックスに対して、サービスも含めたユビキタス時代を考慮した展開が望まれる。

ここでは、ユビキタス時代を考慮して、対象となるユーザーの表現をできるだけ実在の人物のように精緻に描写するペルソナ手法を活用したUDマトリックスの展開を提案する。その理由として、対象となるユーザー像のとらえかたが、商品開発に関わる多くの人にとって、明確になり、ユーザー情報を具体的で厳密な記述と顔写真など組み合わせて活用することにより、多くの開発関連者に分かりやすいという特徴があるからである。

2. ユビキタス時代とペルソナ手法

ユビキタス時代をユーザー視点でとらえると、いつでも、どこでも、何でも、誰でも、簡単にネットワークコンピューティングの恩恵にあずかれ

ることである。そのような時代では、より対象ユーザーやユーザーの状況を把握して、企画や開発することが重要となる。

そのために最初に重要になることは、対象となるユーザー情報の取得とユーザー情報の表現である。ユーザー情報を取得と表現に分けて考えることにより、ユーザー情報には二つの役割があり、そのためにいくつかの手法があることを分類できる。そして、ユーザー情報を表現するための一つの手法がペルソナ手法である。ペルソナ手法の意味には Goal Directed Design まで含んでいる場合もあるが、ここでは、ペルソナ手法はユーザー情報の表現手法の一つとして位置づける。

ペルソナ手法とは典型的なユーザーを想定して仮想的な個人を厳密に設定し、常にそのユーザーを考慮した設計を行う手法である。「ユーザー情報の表現」のための手法であるが、ユーザー情報を具体的で厳密な記述と顔写真など組み合わせて活用することにより、多くの開発関連者に分かりやすいという特徴がある。

3. UD マトリックスの展開

現在のUDマトリックスのユーザーグループの概念は主に障害という側面より分類をしている。ユビキタス時代を考慮すると、ユーザーの目標、ユーザーの役割、ユーザーの趣味指向など幅広い視点でユーザーグループを検討する必要がある。幅広いユーザーグループを検討する方法として、ペルソナ手法を活用することを提案する。

ペルソナ手法の活用方法は、ユーザーグループを作るために活用することと、図1に示すようにUDマトリックスの表の表現方法にペルソナ手法を

図 1 ペルソナを考慮したUDマトリックス

活用する二つの活用方法を提案する。ここでは、具体的な活用プロセスを以下に示す。

- 1) 関連情報の取得: 対象ユーザーを定義するの
に役立つ関連情報を取得する。特に定量的なユーザー情報があると効果的である。
- 2) ユーザー定義表の作成: 関連情報を活用して対象となるユーザー層を検討するためにユーザー定義表を作成する。ユーザー定義表にはユーザー基本情報、ユーザーの役割、ユーザーの目標、ユーザーの好みの4つの概念を活用する。
- 3) キャスト候補の検討: ユーザー定義表に基づいた対象ユーザーを分類した上で、個々のプロジェクトの要求事項を考慮して、キャストの候補を決定する。
- 4) キャスト候補を対象にユーザー調査の実施: キャスト候補のユーザー属性を考慮して、被験者のリクルーティングをして、キャストに近い人に対して、インタビュー調査やグループインタビュー調査などの定性的調査を実施する。
- 5) キャストの決定: 定性的なユーザー調査結果を活用して、ペルソナの候補となるキャストを複数名設定する。
- 6) 主要ペルソナの決定: キャストの中よりプロジェクトの状況により主要ペルソナを決定する。

主要ペルソナの記述は正確に正しいものであるかよりも特定のディティールまで決めることが重要であり、ペルソナの記述はユーザー調査の調査結果とステレオタイプの概念より決定される。

- 7) UDマトリックスへペルソナの記入：UDマトリックスのユーザーグループへ主要ペルソナと重要となるキャストを記入する。また、従来のUDマトリックスでは、ユーザーグループにはグループ名だけを記入していたが、ペルソナ方の概念を導入して、ペルソナの名前、写真、代表的な特徴などについてもUDマトリックスへ記入する。
- 8) UDマトリックスの活用：UDマトリックスを活用して、商品やサービスの評価、要求仕様検討を行う。その場合、主要ペルソナは主に魅力的価値の検討のために活用して、重要となるキャストとは充足価値の検討に活用する。

4. おわりに

ここでは、ユビキタス時代を考慮したUDマトリックスの展開の方向性とペルソナ手法の活用を提案した。この手法の事例研究により手法の改良と評価を進めるとともに、今後はUDマトリックスのタスクに関して改良を提案する予定である。