

ユーザーエクスペリエンスの向上を目的とした コミュニティ型Webサービス評価サイトの構築

日大生産工(院) ○佐久間 弘司
日大生産工 中村 喜宏

1 まえがき

近年のwebサービスは、ヒューマンコンピュータインタラクションの研究により、人間により使いやすいものへ発展してきた。人間に「使いやすい」と感じさせる為に、認知科学や人間工学等の様々な学際的分野の知識が駆使されてきた。本研究では近年注目されている「ユーザーエクスペリエンス」という概念を中心に取り上げる。この概念は次章で詳細を記述するが、体験の総体であるために定量的に評価しにくい。そこで、web上で様々なサービスを体験した感想や評価を交流できるコミュニティ型Webサービス評価サイトを構築し、ユーザーエクスペリエンスに関する様々なデータを収集して、エクスペリエンスの定量的評価の検討に役立てる。

2 ユーザーエクスペリエンスとは

ある製品やサービスを利用したときや、消費した時に得られる体験の総体のことで、個別の機能や使いやすさのみならず、ユーザーが真にやりたいことを楽しく、心地よく実現できるかどうかを重視した概念である。

ユーザーエクスペリエンスと密接に関係するものでDonald A. Normanが発表した概念として「ユーザー中心設計」がある。これは、ユーザーにとって何が望ましいかを検証しながら開発を進めることによって、製品がユーザーにとって使いにくいものにならないようにするための考え方である。

ユーザーエクスペリエンスの定義は様々なが、以下の要素のバランスを上手く保っている。

・利便性 (Usefulness)

基本的なサービス、特徴、機能が、ユーザーのニーズや目的にどの程度一致しているか。製品に対するユーザーの理性的な認知反応によって示される。

・ユーザビリティ (Usability)

製品がどれだけその性能を発揮できるか、ユーザーは、それぞれどこまで使いこなせるか。実際に見たり触れたりするインタフェースの性能によって示される。

・望ましさ (Desirability)

サイトに対してユーザーがどの程度、主観的・感情的な反応を示すか。サイトとその所有者について、ユーザーが無意識のうちに抱く印象によって示される。1)

3 Webとユーザーエクスペリエンスの関係

近年様々なwebサービスがあるが事実上、どんな場合でも、webサイトは「セルフサービス」の製品である。あらかじめ読んでおく取扱説明書もないし、トレーニングセミナーもない。ユーザー自身が、勘と経験を頼りにサイトと直面していくしかない。一部サービス利用にあたっての解説書が発売されていたりもするが、自力でサイトを理解しなければならない、という状態でユーザーが行き詰るのは好ましくない。2)

ゆえにユーザーが今までwebで体験してきたことを十分に加味し、スムーズに新たなサービスを利用できるようユーザーの感情を考察しながら戦略的に提供されるユーザーエクスペリエンスがwebサイトの成功にはきわめて重要であると言える。

4 Web評価サイト

以上のことからweb上でのユーザーエクスペリエンスの大まかな重要性を理解していたただけと思うが、今回そのweb上でユーザーがサービスごとに体験した情報をリソースとして集め、ユーザーの評価をサービスごとに単純かつ明確に表現することを可能にするwebサービス評価サイトを構築する。図1にサイトのトップページを示す。

Construction of community site for web service evaluation to improve
user experience

Koji Sakuma and Yoshihiro Nakamura

具体的には、ユーザー登録制のSNSサイトという形式で作る。サービスの主軸は、様々なwebサイトの評価の意見交流ができることである。このサイトのサービスを利用する流れとしては図2で示すように、まずユーザーに自分のアカウントを登録してもらう。次にアカウント作成時に作られる自分のプロフィールページに年齢など個人の情報を入力してもらう。このプロフィール情報は、そのユーザーがどのような人物であるかが、より明確である方が好ましい。次に評価を集めたいサイトを決め、そのサイトのコミュニティページを作成してもらう。そして、作成したコミュニティページに利用者を集め、ユーザビリティの面やサービス・サポートの面など様々な方面について評価してもらう。



図1 サイトトップページ

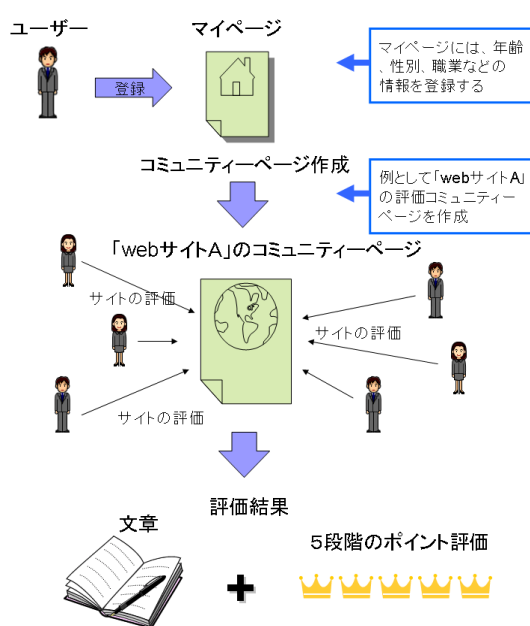


図2 サービスの流れ

5 評価方法

評価方法は、細かいニュアンスや伝えたい体験を正確に述べてもらうための「文章」と見た目で評価がわかりやすい「5段階のポイント評価」で評価を行ってもらう。ポイント評価は、総合得点からユーザビリティなどの個々の評価も行う。そして、評価されたポイントを集計しそれをグラフに直し視覚的な明瞭化を図る。他にも、プロフィールページに登録された情報から、このコミュニティページでサイトの評価を行ったユーザーの情報を詳細に表し、どのユーザー層にどのような評価をされているのかを見ることを可能とする。また、著しく偏向的な評価を下すユーザーは信頼性が疑わしいので、評価を他のユーザーが評価することを可能にする。こうすることで、個々の評価の信頼性を明確にし、荒し行為の抑止力とするのと同時に、信頼性の高いユーザーとの差別化を図る。

6 課題

このサイトは登録ユーザーに依存したサイトなので集客要素が必ず必要になってくる。より多くの情報を得ることで情報量に比例して評価に正確性が増していくので世の中にリリースしていくことを目標としている。正式に世にリリースすることになったとしてもこのままでは、ユーザーが持続して利用し続ける利益が少なく、発展性は見込めない不安がある。現時点では、webサイトに関するクチコミ情報を掲載することを検討する。SNSというコミュニティ型の形をとっているためユーザー同士のコミュニケーションを促進させるサービスも検討する。

5 まとめ

作成するサイトで各サービスにおいてどのユーザー層がどのような体験をし、何を思ったのかを集計する。そこでユーザーの意見を裏付けのない情報ではなく、定量的な数値や信頼性のある情報として明確にし、今後のユーザーエクスペリエンスの研究に役立ていく予定である。

「参考文献」

- 1) James Kalbach, デザイン・ウェブナビゲーション 最適なユーザーエクスペリエンスの設計
- 2) Jesse James Garrett, ウェブ戦略としての「ユーザーエクスペリエンス」5つの段階で考えるユーザー中心デザイン