

## 事例研究 No.12

テーマ：キャノン㈱「プリンタドライバ-GUI制作における Human Centred Design の実践」

発表者：キャノン㈱総合デザインセンター 加藤恵氏

概要：

- ・ H C Dへの取り組み-1-  
背景と目標
  - ・ ISO13407 の発効と J I S 化
  - ・ 商品力向上の手段として活用し推進役となる。
- ・ H C Dへの取り組み-2-  
活動例
  - ‘ 9 7 プリンタドライバ：ユーティリティ評価実施  
B J プリンタ：ユーザー意識評価
  - ‘ 9 8 M F P：ユーザビリティ評価  
スキャナードライバ：ユーザビリティ評価  
プリンタ・ドライバ海外での評価・製品リリース
  - ‘ 0 0 キャノンオフィス関連ソフトの商品企画、ユーザー調査、仕様検討  
に参画。
- ・ U I デザインプロセスへの適用
- ・ プリンタドライバ U I の課題  
製品毎に異なる O S の違い、U I の違い。新 O S 対応。各種自動化。  
製品別、仕向け地別画面の紹介
- ・ ケーススタディ：ドライバソフトの統合・標準化構想

### 1. 利用状況の理解と記述

- ユーザーの特徴や仕事環境などをメンバーによるブレインストーミングで記述した。
- 定型フォーマットの活用
- 定型フォーマットの保存、管理の容易
- 問題点・社内にあるユーザー情報、市場資料などの不足を懸念点として確認
- ユーザーニーズ-キャノンタイプ-  
簡単に目的のプリントができる。いろいろな O S でも O K etc...
- 市場状況の把握
- アンケートの実施
- ユーザー要求事項の分析
- プロパティ設定に関する希望の抜粋。

### 2. ユーザー及び組織の要求の明確化

- a. フィールド調査実施
  - 想定ユーザを対象にフィールド調査を行い、現状把握、ユーザの声を収集。
  - インタビューを行うためにはスキル獲得とノウハウ蓄積が必要。
- b. ユーザー要求記述
  - フィールド調査での生データを、開発メンバーが情報共有する為に「要求事項」  
(資料作成)
- c. 現状のモデル化(図式化)
  - フィールド調査対象の現状をモデル化(図式化)し、開発する製品が解決しようとするポイントを明らかにする。
- d. ドキュメント整理と運用
  - 上記工程で作成してきたドキュメントを、共有情報として有効運用するため整理を行う。

- ・新プリンタドライバのUIコンセプト  
ユーザビリティテスト実施  
プロトタイプ、以前の機種  
タスク作成  
ターゲットユーザの仕事をつタスクに選定。従来と異なつたルールに関する確認。  
被験者の選定（日本 11 名、海外 18 名）  
観察者がコメントする（操作にひっかつた内容）

### 3. 設計解の生成

ここまでの情報をもとに仕様や操作性など、実際の製品にどう反映していくかを決定する。

ユーザー要求の例を抽出し、UI デザイン部分の設計解を試作。

- ・HCD 導入効果  
テストの観察者に対して評価の必要性が認知された。  
社内でのUI デザインに対する取り組み重要性アピールできた。  
開発の早い段階からUI デザイナーの参加要請が増えた。
- ・今後の取り組み  
HCD 初期課程への各部門の積極的な参加が重要。  
ニーズの明確化、要求事項の分析  
従来の企画、販売部門データ収集と異なつた切り口での取り組み。

### 質疑応答

- Q 1 . 全体モデル、マップの作成及び誰が利用しているか？
- A 1 . 仕様を把握する。企画を判断する人からデザイナーまで全体が視覚的に理解しやすい。やりたいことを視覚に訴えることができる。トップも字でなく視覚的に良く理解できる。作成はデザイナーを利用。
- Q 2 . ユーザー要求記述資料はどこでどのように使っているか。
- A 2 . 仕様を作成時の一覧表に役立つ。これをしたいためには何をしなくてはならないか記述してある。実例をたくさん入れていくことにより見る人がわかりやすくなる。仕様策定のための基準。気にしなくてはいけないこと、やりたいことを記述するが重み付けはしない。企画などの打ち合わせで決めていく。次機種で利用。どんどん積み重ねる。重み付けは未だされていない。利用状況の為の忘れ防止メモ。他の説得材料まで未だ機能してない。
- Q 3 . 海外ユーザーの選定はどのようにして行つたのか。
- A 3 . 現地での評価会社に依頼した。BJ ユーザーだけでなく高機能マシンのユーザーにも、お願いした。キャノンユーザーと他社ユーザーと分けて実施した。
- Q 4 . 機能をフルに使っている人はどのくらいいるか。
- A 4 . プロパティを開いたことがある人は 10 分の 1 くらいしかいない。機能を使っただけのように、これがあればこんなに便利だということをアピールしないといけない。機能を知らない人が社内でも多い。
- Q 5 . 客へ機能の情報提供をしなくては？
- A 5 . マイクロソフトとの兼ね合いがある。社内から啓蒙している。
- Q 6 . 利用状況把握のためのフィールド調査はどのようなメンバーで実施していますか。
- A 6 . ソフト等の企画部門の人、開発、デザインが中心で半分以上を占める。  
次にお客様になりそうな印刷屋さんなどをまわっている。キャビネット内を見てオフィスに積んであるものなどから困っていることや何をしたいのかなどを取材する。証拠写真などを撮つて理由を説明できるようにするとよい。

Q 6 . ニフティで調べた内容と現場での整合性はどうか。

A 6 . ニフティは選択肢を示した例でしか答えが得られない傾向にある。どちらが好きかなど単刀直入に聞くにはよい。回答者の年代は若年層が多い。

以上