

# ユーザビリティにおける 日米ユーザーの思考や意識の違い

The difference of the way of thinking and consciousness  
in usability between Japanese and American users.

キヤノン株式会社  
HC品質技術開発部  
ユーザビリティ技術開発室  
梶家 秀彦

**日本のユーザーに使いやすい製品なら、**

**世界の人にも使いやすいのか？**

?

**実際に確かめてみよう！**

そして

**世界に受け入れられる製品を作ろう！**

# 目的

- ユーザビリティについての日本人と米国人ユーザーの思考や意識の差異を知る。

# 検討方法

- 実施時期： 2001年3月～4月
- 場所： 日本(東京)、米国(カリフォルニア州)
- 製品： 家庭用PC周辺機器と米国他社競合機
- モニター： 日本人 5名、米国人10名  
PC 初中級
- タスク： 箱出しから設置完了まで

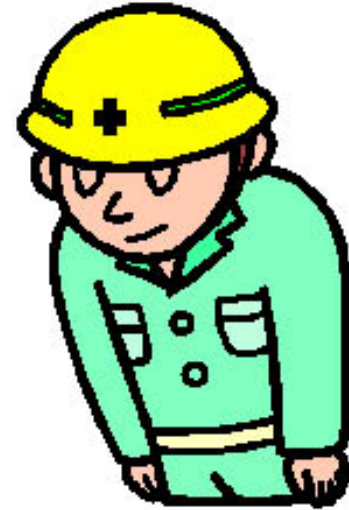
# 結果

日米ユーザーは同じように戸惑いました。

いくつかの部分で違いの抽出をしました。

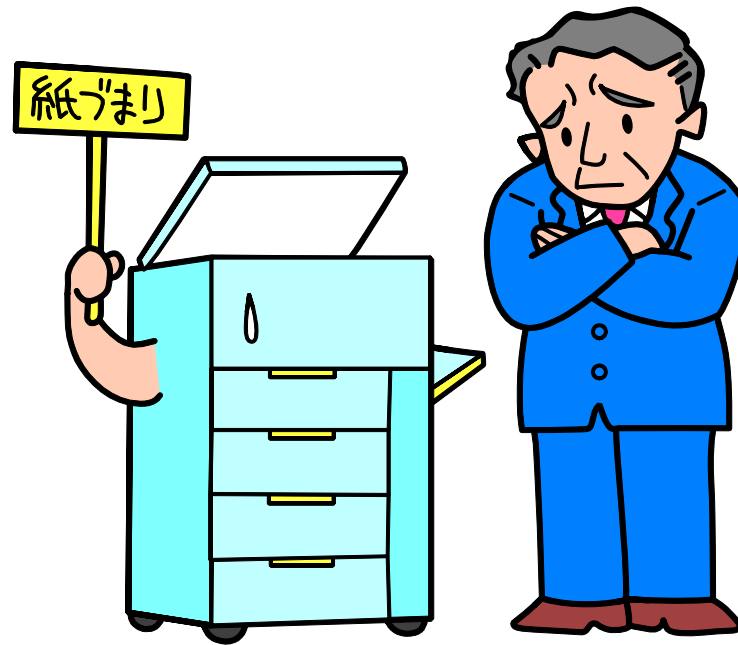
紹介をします。

# おねがい



海外事情に詳しい方にとって？？？な点もあるかと思えます。この場にてアドバイスをいただければ幸いに思います。

# 面倒な作業や困った時



面倒なことになりました。

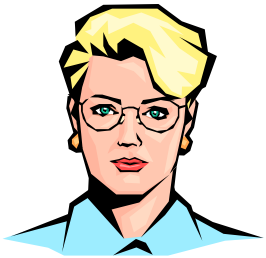
キャサリンさんと千代さんなら？



# 差異1 (戸惑った作業に対する考え方)



## 外向き米国人と内向き日本人



キャサリン

- 私が悪いんじゃない。  
製品のつくりが悪い！この製品は返す！



千代

- 自分が間違えてしまった。すみません。  
辛抱強くこなしていかなくては。。。。

# 自動の機械



機械が勝手に動き出しました。  
その時のキャサリンと千代さんは？

## 差異2 (自動に対する考え)



# 機械が、自動で動く / 勝手に動く

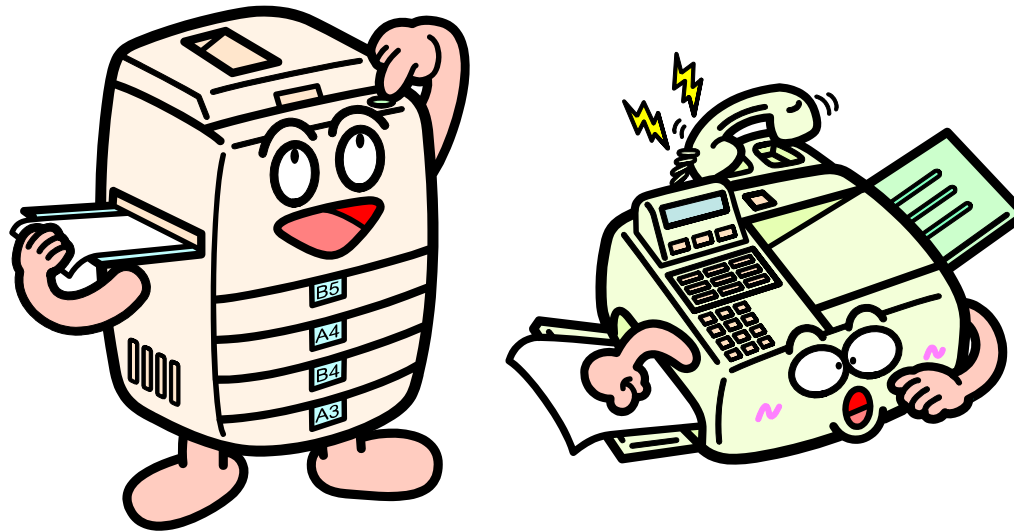


- 機械は自動で動くもの。  
動いてる、動いてる。



- 機械は自分が動かすもの。  
動き出しちゃった。何かミスした？

# 製品の操作



- 製品を動かすのにいろいろと段取りが必要です。
- その時のキャサリンと千代さんは？

## 差異3 (製品の操作フローに対して)



# ワンタッチと論理シーケンス操作



キャサリン

- ワンタッチで操作ができる方がよい。



千代

- ワンタッチがいい。  
けれども、  
手順をふまえて自分で操作することもできます。

# 製品イメージ



- 製品に期待することや重視することは何か?
- キャサリンと千代さんは？

## 差異4 (製品イメージ)



### 基本重視とイメージ重視



キャサリン

- 自分に必要な機能がしっかりしてなきゃそれと、がちりしてなくては。

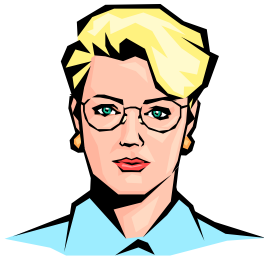


千代

- 機能が多い方が買いでしょう。外観のデザイン、コンパクトなものがいい。



## 差異 (意思表示)



- 意思表示は明確かつ合理的  
この製品は× なのではない。  
ができるものを買う。



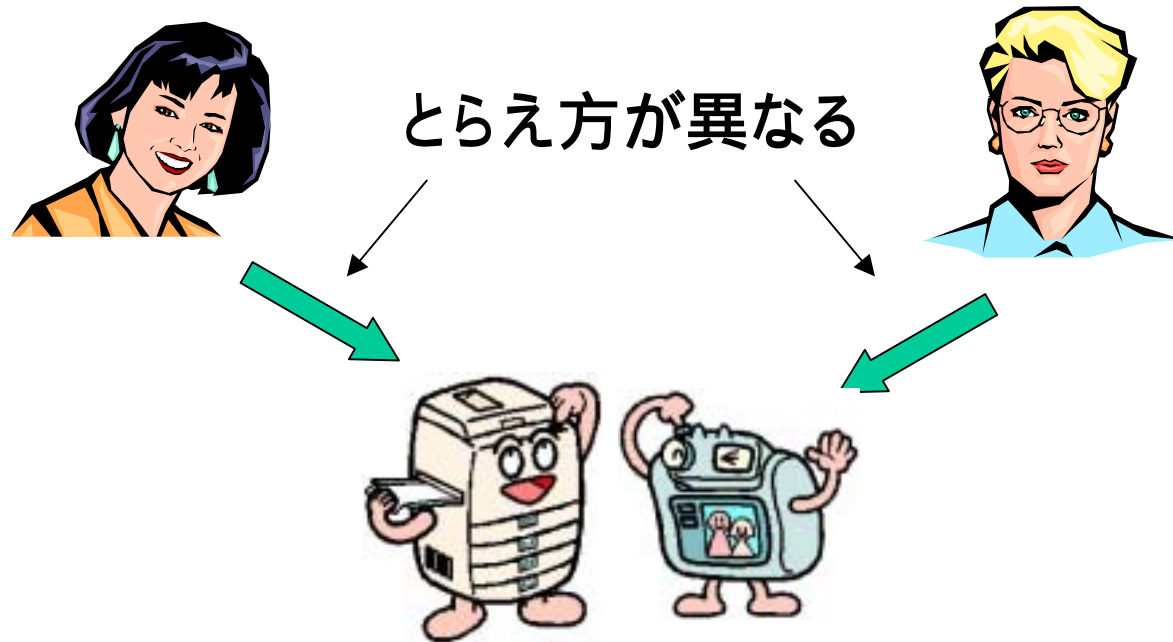
- なんとなくの意思表示  
この製品は な感じ。  
こっちの方がいろいろできそう。



# 違いが生じた背景

千代さん(日本人)の  
生活環境と生活経験

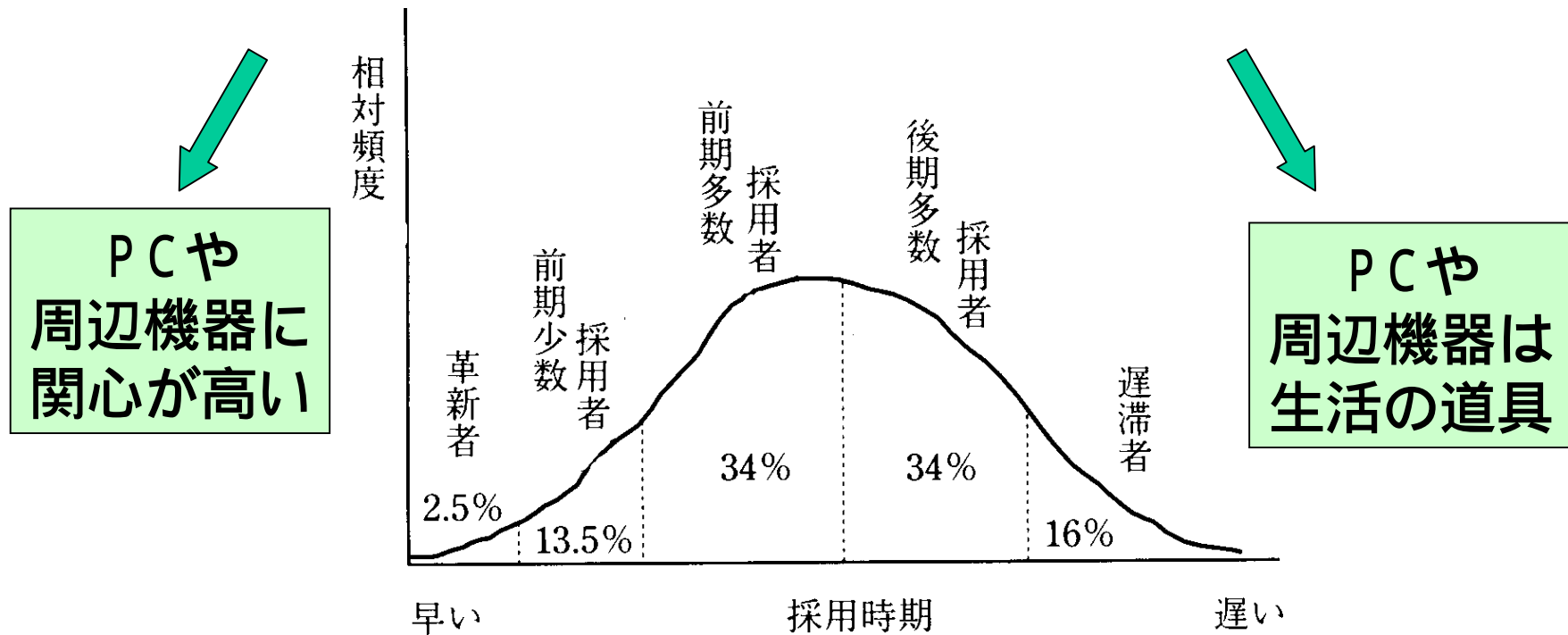
キャサリンさん(米国人)の  
生活環境と生活経験



# 違いの背景

- PCやネットワークの普及状況

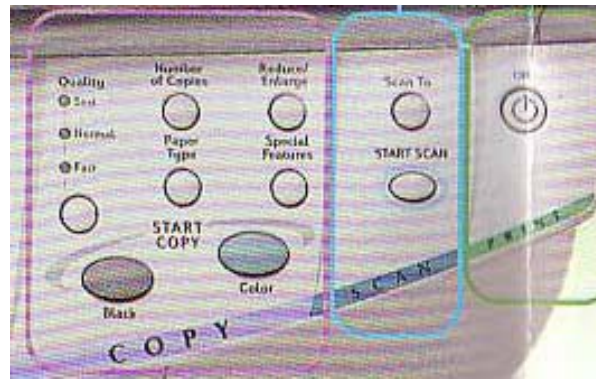
日本では50%、米国では70%超



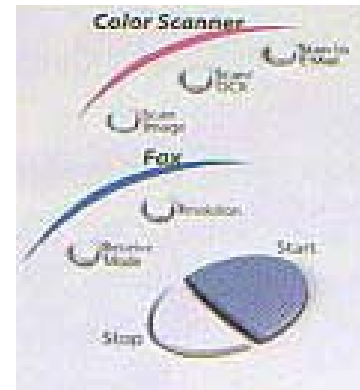
マーケティング論、田村より

# 違いの背景

- ワンタッチの自動化が進んだ社会



ワンアクションで動く。  
ダイレクト型



設定してスタート。  
シーケンス型

# 違いの背景

**Make cleanup faster than ever**

**bissell**  
Detergent™ Plus  
for Carpet and Hard  
Floor Cleaners  
• Deep-cleaning  
double-stroke action  
brush  
• Lightweight  
(11.9/11.9)

**99<sup>99</sup>**

**Dirt Devil**  
12-Air-Vortex™ Suction  
Switch Gear™ Bagless  
Upright  
• Dirt sensor lets you  
know when carpet is clean  
• HEPA filtration traps  
99.97% of dust and  
allergens (1820990)

**189<sup>99</sup>**

**HOVER**  
WindTunnel™ Bagless  
Canister Upright

**229<sup>99</sup>**

**EUREKA**  
Clean up  
in a jiffy  
17 cleaning paths  
Scratch-free  
Micro-filtration  
technology  
On-board tank  
FreeLight™  
FreeLight™

**99<sup>99</sup>**

**HOVER**  
Upright with 3-Point  
Removable Track Clean™  
& Allergen-Block™

**49<sup>99</sup>**

基本機能重視  
しかし、  
丈夫で大きい



**299<sup>99</sup>**

**SUPER CAPACITY  
WASHER WITH  
5 WASH CYCLES**  
• 3 temperature  
selections and  
2 water levels  
(15R312010)

**Whirlpool**

**399<sup>99</sup>**

**2-SPEED OVERSIZE  
CAPACITY WASHER**  
• 10 wash cycles  
• 4 week/time  
temperature selections  
• Infinite water levels  
(17R3201010)

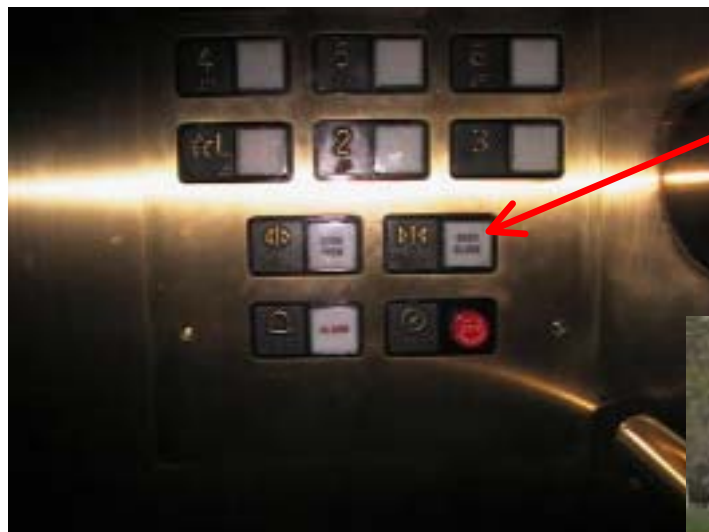
**MAYTAG**  
Performance™

**249<sup>99</sup>**

**EXTRA-LARGE  
CAPACITY DRYER  
WITH 3 DRYING CYCLES**  
• Automatic and  
tend drying  
(11R301410)

**349<sup>99</sup>**

**OVERSIZE CAPACITY  
QUIETSERIES™ DRYER**  
• Auto/need dry  
• Wrinkle release  
Gas dryer priced higher  
(11R2201410)



エレベーター

しっかりした  
押し込み感の  
あるボタン



水飲み場



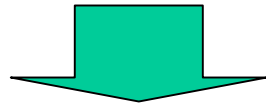
歩行者用信号ボタン

頭より体感重視  
カチン  
ズコン

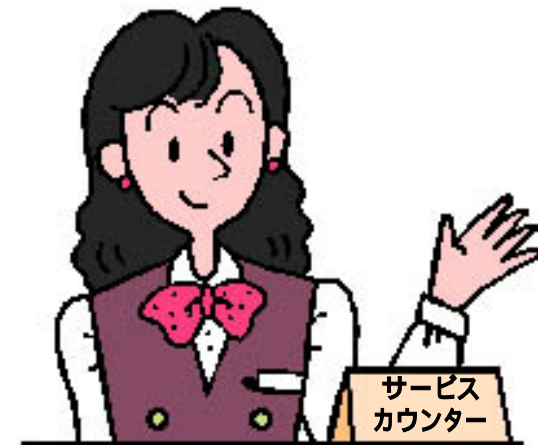
# 違いの背景

- 商品返品システムの浸透

販売店に返品受け付けカウンター  
製品を無条件で返品できる



“使いづらければ返せばいいや”

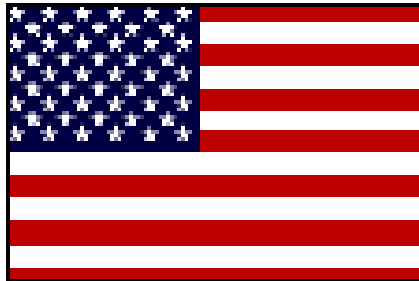




# 違いの背景

- あやまったら負けの文化
- ディベート教育による論理的、合理的考え方

☆ 米国メーカーのブランドイメージ



Made by 米国メーカー



# 今後の取り組み



- 差異の掘り下げと検証の継続
- 製品の企画、設計評価への反映
- 欧州やアジアでの検討



# 終わり

ありがとうございました。

