

# 「ペルソナ／シナリオ」手法を使った Webデザインの教育

近藤 研二

倉敷芸術科学大学芸術学部

(2008年10月1日 受理)

## 1. はじめに

近年、特に人間と対話型操作（インタラクション）を行う機器やシステムのデザインを対象に、「ユーザー・エクスペリエンス」という概念や、「ペルソナ／シナリオ法」というデザイン手法が注目されている。「エクスペリエンス」という概念は、「使いやすさ」や「分かりやすさ」などの概念である「ユーザビリティ」よりもさらに幅広い概念として「楽しく」、「面白く」、「心地よい」経験を提供するというものである。これまでデザインプロセスの考え方は、問題発見から始まって、それをいかに解決する方法を提案していくというものであった。社会が成熟していくに従い、「分かりづらい」、「使いにくい」などのマイナス要因の問題解決は当然の前提条件として、それからさらに、「楽しく」、「面白く」、「心地よい」などのプラス要因が市場でのビジネス上有利に働く重要な要素となってきている。

このような概念を実現するためのデザイン手法として、「ペルソナ／シナリオ」手法はきわめて有効な手法であり、映像デザイン学科 Web デザインゼミにおいても、昨年度から3年生を対象に「ペルソナ／シナリオ」手法を使った課題を実施している。今年度も、岡山県の観光バス部門を持つ企業の Web サイトをモデルとした Web デザイン及びユビキタス技術を使った、観光を切り口としたサービスの企画・デザインを、「ペルソナ／シナリオ」手法を使った課題として実施させた。本論では、今回の課題をとおして「ペルソナ／シナリオ法」を使った Web デザインの効果的な教育の方法について考察する。

## 2. ペルソナ／シナリオ法とは

ペルソナ／シナリオ法とは、ペルソナと呼ばれる仮想のユーザーを想定し、ユーザーが商品やサービスを利用する場面を出来るだけ具体的なシナリオを記述することによって、ユーザーが求めているゴールを実現させるシステムを、適切なものとするデザイン手法である。この手法は、アラン・クーパーが設立したコンサルティング会社クーパー・インタラクション・デザインによって、時間の経過を伴う人間と人間、人間とシステムの双方の対話であるインタラクションデザインの分野で特に有効な手段として開発された。

これまでもデザインの方法として、ユーザーターゲットを設定することは行われてきた

が、その設定のあり方は、市場を大きくセグメントし、たとえば20代後半の女性など非常におおまかな設定を行い、対象となる大方のユーザー層に気に入ってもらえる機能や色や形などを取り入れて商品開発を行うというものであった。それに対して「ペルソナ」手法では、ユーザー像は、マーケティングから起こされたデータを基に仮想の名前や年齢居住地・肩書きなどを具体的に記述し、振る舞い態度、適性、目的、モチベーションなどを仔細に作り上げられる。「ペルソナ」手法を導入することにより、ユーザー像が求めているゴールやモチベーションをより明確にさせ、開発チームの中でのユーザー像の認識を共通化し、開発の方向性がぶれることを防ぐことができるようになる。

また、一方「シナリオ」法は、1990年代にHCI（人間とコンピュータの相互作用）分野で使われていたが、これに「ペルソナ」の概念が組み合わされたものが、「ペルソナ/シナリオ法」と呼ばれている。ペルソナが対象となる商品やサービスを利用する場面を、シナリオとして記述することによって、時間の経過と伴って変化していく状態、人間と人間や、人間とシステムとの関係やそれぞれの振る舞いを効果的に描写することができる。またデザイナーは、ユーザーに対して感情移入しやすくなり、それぞれの状況（コンテキスト）の中で、ユーザーがどう考え、どのように振る舞うかをふまえながらデザインすることが可能となる。

### 3. 課題の概要と目標

携帯電話などの携帯端末を使った、どこでも多様なネットワークにアクセスして、様々な情報を得ることが出来る「ユビキタスネットワーク」は、すでに身近なものなりつつあるが、今後あらゆる生活シーンのなかで、このような技術を使ったこれまでに経験したことのない新たなビジネスやサービスが出現することが予測される。

今年度の3年次対象のWebデザイン実習Iでは、事前にWebサイトのデザインについての相談のあった、両備ホールディングス株式会社観光バス部門のフレンドリーツアー事業部のWebサイトをモデルとして取り上げ、そのサイトのリデザインと、ユビキタス技術を使った観光を切り口としたサービスの企画・提案を課題として実施した。

今回課題として取り組んだフレンドリーツアーの現状のWebサイトは、岡山・倉敷を中心に発着する観光バスツアーのWebページであり、季節毎に企画された各種ツアープランを紹介し、インターネットによる申込も受け付けている。各種ツアープランは多岐にわたり、希望のプランをさがすことは容易ではない。また、このツアーを利用するユーザーは比較的中高年層の割合が多く、アクセシビリティやユーザビリティには特に配慮する必要があった。Web制作には、CSS（カスケーディング・スタイルシート）を使用することとし、「ペルソナ/シナリオ」手法を使う事によって、ペルソナの求めているゴールやモチベーションを明確にして、より満足度の高いWebサイトのデザインを目標とした。

また、「ユビキタス技術」を使ったサービスの企画・提案では、ユビキタス技術に関す

るリサーチをふまえ、観光という切り口の中で、「ペルソナ／シナリオ」手法を使う事によって、観光のあらゆるシーンを想定して、ペルソナが求める快適な観光を実現するサービスの提案を行うことを目標とした。

#### 4. 開発のプロセスとスケジュール

アラン・クーパーらが生み出した、インタラクションデザイン方法論の一部としてのペルソナ／シナリオ法では、「調査」「モデリング」「要件確定」「フレームワークの設定」「精緻化」のプロセスからなっている。

「調査」ではフィールドワーク技法（行動観察、インタビュー）によって、ユーザーの「振る舞いパターン」をもたらして、ユーザーのゴールやモチベーションに関するヒントを得る。「モデリング」では、調査結果を受けてユーザーグループの代表としての架空の人物像としてのペルソナ（ユーザーモデル）を構築する。「要件設定」では、ユーザーとサービスの提供者が求めるゴール（目標）を、ペルソナを登場人物とするシナリオを繰り返し改良しながら作成していく。「フレームワークの設定」では、前行程で作成したシナリオを基にインタラクションデザインの骨組みを作っていく。「精緻化」では、シナリオをさらに詳細に検討しながらビジュアルデザインやエクスペリエンスの細部を組み立てていくというプロセスとなっている。

今年度の3年次対象のWebデザイン実習Iで実施した課題のステップとスケジュールは、できるだけ本来のプロセスに沿ったものとして、下記の表のように実施した。

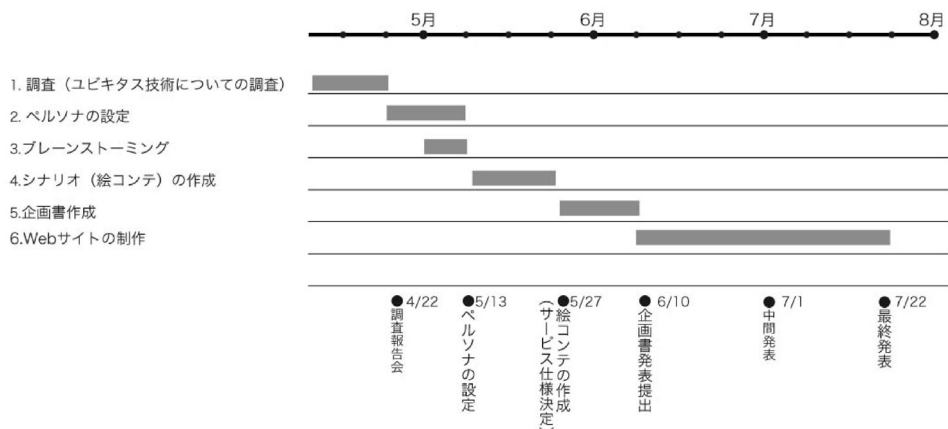


図1 課題スケジュール

##### 4-1. 「調査」

ペルソナは仮想のユーザーではあるが、リアリティーのないペルソナは使い物にならない。事前に対象なるユーザー層に対して行動観察をおこない、質問事項を用意して、インタビューを行う必要がある。今回、観光ツアーに参加して直接バスツアーに参加するユー

ザーに対して調査することが困難であったため、ツアープラン担当者に対して間接的に、ユーザーのプロフィールに関してインタビューを行った。その中で、最近の傾向として、50代以上の女性の利用者が多く、二人以上のグループで参加される傾向があるなどがわかった。

また、「ユビキタス技術」を使ったサービスの企画・デザインの課題でも、「ユビキタス技術」に関するいくつかのキーワードを調査させ発表させることにより、技術の理解を図った。

#### 4-2. 「モデリング」ペルソナの構築

クーパーらが開発したペルソナの構築法では、10~20人の複数のサンプルにおけるユーザーインタビューから見つけ出した行動パターンに基づき、その中から顕著な行動パターンを見つけ、データからディテールを集めてペルソナの全体像を作っていく。最終的には特徴を羅列しただけのリストではなく生きた人間としてあたかも実在する人物のごとく肉付けしてゆき、ペルソナのプロフィールを記述したシートとしてまとめていく。

下記のシートは、5チームの中のCチームのペルソナシートとしてまとめられたものである。今回のペルソナの構築は、ユーザーに直接インタビューすることができなかったため、ツアープラン担当者に対しての間接的インタビューしたものをベースに、チーム毎にペルソナのアイディアを出し合い、その中から最適なペルソナとして構築された。ペルソナが、実在の人物に見えるようにペルソナの性格を考慮して名前を付け、本物らしい写真をさがす。名前と写真が決まったら、細かな個人情報を添え、より現実味のあるペルソナ


 <p>名前：佐藤幸子 年齢：55歳 性別：女性 職業：主婦</p>	<p><b>プロフィール</b></p> <p>夫と息子夫婦、その娘と一緒に暮らし始めて2年目。 夫は三菱で働いているサラリーマン。 息子夫婦と一緒に暮らすようになって家事を嫁が手伝ってくれるようになったので自分の時間が増える。 最近、趣味の家庭菜園にも一区切りが付き、新しい趣味を見つけようと、色々挑戦している。 老化のせいか体が昔ほど思うように動かなくなったのをきっかけに、趣味の一環としてジョギングを始める。 ジョギングは毎朝30分程度行う。 町内会で旅行に行ったのをきっかけに、観光に少し目覚める。 息子に最近ミクシーを紹介してもらうが、ネットにはあまり慣れていないので「読む、書く」の2つくらいしか使いこなせていない。</p>
<p>趣味：家庭菜園・ジョギング・TVドラマ（韓流）</p> <p>好きなTVドラマ：冬のソナタ・春のワルツ</p> <p>性格：はっきりしていないと気に入らない 行動力がある</p> <p>住所：岡山県倉敷市水島東栄町11-1</p> <p>家族構成： 夫（55）、息子（30）、嫁（28）、孫娘（5）</p>	

図2 Cチーム ペルソナシート

にするために、できるだけ具体的なプロフィールを書く。

#### 4-3. 「要件確定」ブレインストーミング

要件確定段階では、製品やサービスがどんなもので何をするものなのかを明らかにしていく。まず要件の方向性を決め、サービスの任務をはっきりさせる。その上でチーム毎にブレインストーミングを行って、ユーザーが求めるゴール、態度、行動にもとづいて、製品やサービスの機能、特徴、コンテンツを絞り出していく。ブレインストーミング (KJ法) では、チームの一員として実際のペルソナが同席しているようにテーブルを囲んで、付箋紙にアイデアを書いて模造紙に貼っていく。チーム毎に100枚程度の付箋紙を配り、アイデアはできるだけ沢山出すように指示した。

出てきたアイデアリストに優先順位をつけて、その中のどこまで取り組むかを決めていく。

#### 4-4. 「要件確定」シナリオの作成

シナリオを繰り返し改良しながら作成していきながら、サービスがどのようにすればペルソナのゴールに達成に近づけるかを考えていく。シナリオをとおしてペルソナのゴールを達成するためのユーザーとシステムの振る舞いをあらわしていく。「要件確定」のためのシナリオは、コンテキストシナリオと呼ばれており、本来製品やインタラクションのディテールを書き込まず、ペルソナが製品とどのようにインタラクションするかを記述するシナリオは、キープースシナリオと呼ばれ、デザインの全体構造をつくる「フレームワークの設定」、「デザインの精緻化」の段階で使用される。

下記はチーム C が作成した Web サイトのためのシナリオの一部である。

.....  
佐藤さん (50 代・女性・専業主婦) と  
新井紀子さん (42 才・女性・エステ店経営) が、  
旅行に行くまでのシナリオ

8 新井さんは「ツアーの方が安心できるからそうしよう!」という事で、各自で行きたいプラン、ツアーを調べることになった。

その日の夜、佐藤さんはさっそく良いツアーがないかを探し始めた。

チラシやパンフレットが手元になかったので、普段はあまり使わないため慣れていないが、インターネットで調べることにした。

ヤフーで「両備バス」と入力して検索をかける。検索結果に表示された中の「両備バスフレンドツアー」というサイトを見つけた。

まず目に入ったのが【今月の一押しプラン】という文字だった。気になってクリックしてみると、両備バスが押しているプランが数件表示されている。

のんびりできそうなものや、ちょっと贅沢なもの、日帰りまで様々だが、画像で名物や景色、旅行の様子がわかりとても興味を持つことができた。

他にもツアーがないかと思い、最初のページに戻る。

トップページには“宿泊”“日帰り”“温泉”“食べ放題”など、大まかなプラン別にメニューが作られている。

そのメニューの中に“両備バスの魅力”というタイトルのバナーの画像があり、気になったのでそのページにアクセスしてみた。

そこではツアーで使用するバスの紹介がされており、外観はもちろんのこと<トイレ付き・ゆったりタイプのシート…>などの設備内容の説明もついていた。

このページのおかげで佐藤さんは、両備バスでのツアーに安心感を覚えた。

右の図は、Cチームが作成した「ユビキタス技術」使ったサービスのシナリオを絵コンテにして表現したものである。本学科の学生は、映像化するツールとしての絵コンテは、あらゆる課題の中で普段から使用しているが、絵コンテを使って映像化してシーンデザインすることにより、ユーザーの利用シーンをより直感的にイメージでき、チーム間で自分たちが開発しようとしているサービスを利用するユーザーがどんなシーンでどんな目的で使うのかを共有化しやすくなる効果がある。

#### 4-5. 「フレームワークの設定」から「デザインの精緻化」

「フレームワークの設定」では、前行程で作成したシナリオを基に機能要件や情緒的的要件を抽出し、デザインのおおざっぱな全体構造を作っていき、キープースシナリオ



図3 Cチーム シナリオ絵コンテ



図4 Cチーム Weデザイン詳細

を反復することにより、インタラクシ  
ョンデザインを精緻化していく。

## 5. おわりに

アラン・クーバーらが開発したペルソ  
ナ/シナリオ法は、本来彼らが開発した  
ゴールダイレクトデザインというインタ  
ラクシジョンデザインの方法論の一部であ  
り、「調査」「モデリング」「要件確定」「フ  
レームワーク」、設定」「精緻化」「開発  
支援」の6段階のプロセスからなるもの  
で、そのプロセスは、今回本学科の学生  
に対し実施させたものに比べると、はる  
かに厳密なものである。ペルソナの設定  
にしても、本来は10~20人の複数のサン  
プルにおけるユーザーインタビューから  
見つけ出した行動パターンを、さまざま  
なワークモデルを用いて構造的分析して  
抽出し、似通った特徴を示すユーザーを  
ひとまとめにしてセグメントしてグル  
ープに分け、それぞれのグループを生きた  
人間を感じさせてくれるペルソナに育て  
ていく。

また、「ペルソナ/シナリオ法」は、ゴー  
ルダイレクトデザインというインタラク  
シジョンデザインの方法論（プロセス）の  
一部で、その中で有効な技術であり手法  
のひとつであり、ペルソナを用いたユー  
ザー行動をシナリオ化することで製品や  
サービスを利用するユーザーの経験を擬  
似体験する事によってユーザーのめざす  
ゴールを実現するユーザーの経験やシス  
テムの振る舞いをデザインすることに真  
の意味があると思われる。

今回、課題の中で実施させた「ペルソ  
ナ/シナリオ法」は、あらゆる面で厳密  
さが欠けていた面が多々あったように  
思えるが、今回実際の企業（両備ホール  
ディングス株式会社



図5 Cチーム ユビキタスサービス

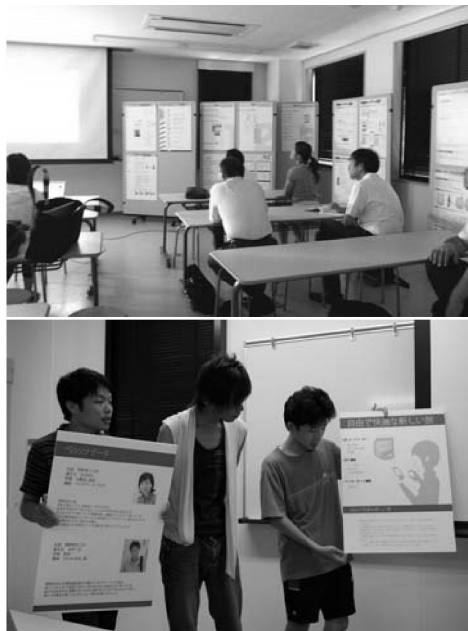


図6 最終プレゼンテーション風景

観光バス部門)のWebサイトを取り上げ、そのスタッフの方々に対してプレゼンテーションさせることにより、教育効果として一定の成果を上げることができた。

#### 参考文献

- ・「Webサイトのためのペルソナ手法の教科書」Steve Mulder, Ziv Yaar著 (株)毎日コミュニケーションズ 2008年
- ・「About Face 3 インタラクションデザインの極意」Alan Cooper, Robert Reiman, David Cronin ASCII 2008年



# Education and Training of Web Design using the Persona/ Scenario Method

Kenji KONDO

*Collage of the Arts*

*Kurashiki University of Science and the Arts,*

*2640 Nishinoura, Tsurajima-cho, Kurashiki-shi, Okayama 712-8505, Japan*

(Received October 1, 2008)

In recent years the concept “User Experience” and the design method “Persona/Scenario” have been spotlighted in the fields of equipment, device and system designing, especially using the “interaction” between man and machine. The “Experience” is a concept designed to provide an “amusing”, “fun”, and “comfortable” experience and thus it is broader than “Usability” which is based on “user-friendliness” and “explicitness.” The way of thinking for the design process used to start from the discovering of issues and problems in order to suggest how to solve these issues and problems. As society became more mature, people started to perceive that solving the negative elements, such as “confusion” and “unfriendliness”, are prerequisites as a matter of course. Positive elements, such as “amusement”, “fun”, and “comfort”, have become important as they create business advantages in the market.

The “Persona/Scenario” method is extremely important in order to realize such a concept, thus, since last year a subject using the “Persona/Scenario” method has been given to 3rd grade students in the Web Design Seminar course of the Video Design Department.

This year again, the same subject was given to students and the students were assigned to plan and design tourism services using the “Persona/ Scenario” method by referring to ubiquitous technologies and the design of a Web site for a company which operates a bus tourism department in Okayama prefecture.

In this article the effective education of web design using the “Persona/Scenario” method will be reviewed through the subjects and assignment given this time.