

ポジションペーパー

尾形慎哉

ogata_shinya@res.otaru-uc.ac.jp

小樽商科大学ビジネス創造センター ユーザーエクスペリエンス研究部門
学術研究員

■バックグラウンド

2000年から7年間、株式会社 U'eyes Design でユーザビリティ開発支援業務に従事。券売機、ATM、カーナビ、携帯電話、自動車コックピット周辺、複合機、などの多様な製品のユーザビリティ評価や調査を担当後、映像検索システムや POS システムの UI の操作性設計の支援業務を行ってきました。

2007年に現所属先に出向し、UI の設計方法論について研究を進めております。

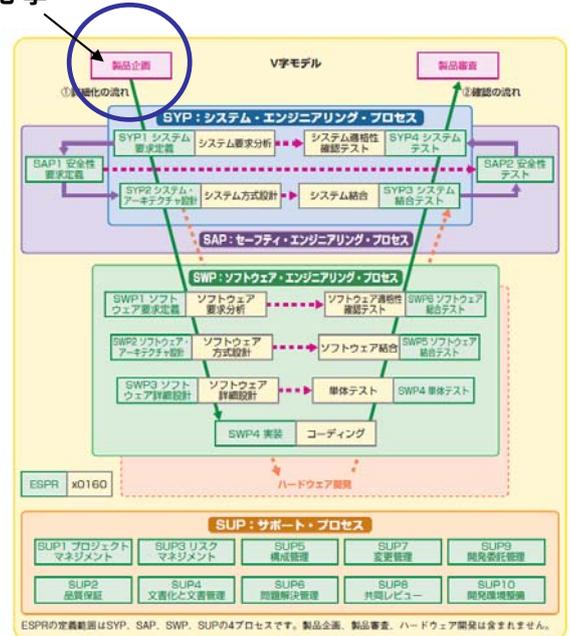
■関心事

私の関心事は、開発プロセスを対象とすると「製品企画」にあります。製品企画で行う活動は様々です。マーケティング調査、アイデア出し、フィジビリティスタディ…。しかし、これらの活動の本質は何でしょうか？そして、我々はその本質を捉えることができているのでしょうか？

私が考える製品企画の本質とは、「人の振る舞いを、有効で、効率的で、満足できる状態に変えるための仕組み」であると捉えています。それは、人の振る舞いが有効ではなく、非効率的で、不満足な状態であれば、どんなに技術的に高度なサービスやシステムを開発したとしても、結果的に使われないものになってしまうからです。

そのようなことを避けるためにも、私は製品企画の本質を捉えるための技術として、モデリングの可能性を感じています。

関心事



組込みソフトウェア向け開発プロセスガイド (ESPR)

■モデリングに対して

私はモデリングとは、「状況・状態を図式化すること」と捉えています。どのような状況・状態を図式化するかということになりますが、対象として着目する視点は工程によって変わってくるものと考えられます。

例えば、製品企画の出発点としては「現状の人の振る舞いがどうなっているか」がモデリングの対象になると思います。現状を把握できなければ、どうすれば理想に近づくことができるかの見通しが見つからないからです。

■プレゼンについて

今回、宣教師という立場でプレゼンさせて頂く内容は、前述の「現状の人の振る舞いがどうなっているか」ということを、居酒屋のサービスを例にミニ・ワークショップを行い、皆さまに体験して頂こうと考えております。それを通して、製品企画の本質とは？ということを議論させて頂ければと思います。