

美しさとユーザビリティの違いがユーザの機器評価に及ぼす影響

今田 沙織

近年、高齢化や消費者ニーズの多様化などを背景に、すべての人にとって使いやすいように配慮されたユニバーサルデザインが広く普及した。ユニバーサルデザインはできるだけ多くのユーザを対象としてユーザビリティ、すなわち使いやすさを向上させることを目指している。しかし、それらがユーザに使いたいと思わせる魅力的なデザインであるとは限らない。本研究では、その重要性が指摘されていながらも研究がまだあまりなされていない、デザインの美しさやユーザの感情に注目した。そして、使いやすいだけでなく、使っていてユーザに魅力を感じさせるユニバーサルデザインについて実験的に検討を行った。

本研究は2つの実験から構成されていた。実験Ⅰでは見た目の美しさがユーザの機器評価に及ぼす影響を調査した。そのために、ユーザビリティは同程度だが美しさの異なる2種類のMP-3プレイヤーをディスプレイ上に提示し、それを使って参加者に課題を遂行してもらった。さらに、操作したプレイヤーについての主観評価をしてもらった。実験Ⅱでは、ユーザの機器評価に及ぼすユーザビリティと美しさの影響を調査するとともに、ユーザの属性による評価の変化を検討した。そのために、ユーザビリティと美しさの高低を組み合わせた4種類のバージョンを持つ、炊飯器の操作部を模したプログラムを実験に用いた。参加者にはそのうちの1つのバージョンを使って課題を遂行してもらい、操作したバージョンについての主観評価をしてもらった。また実験Ⅰと実験Ⅱの両方において、ユーザの魅力評価に影響を与える要因の検討を行った。

その結果、美しい製品や美しいと評価される製品は使いやすいとも評価されるという傾向が見られた。製品の美しさには魅力の評価を高める効果もあり、使用頻度が低いユーザや機器に対して不得意意識を持っているユーザで特に効果が大きかった。また、ユーザビリティが低く美しさの高いバージョンではポジティブな感情が引き起こされ、魅力の評価が最も高くなっていたことから、美しさがユーザビリティにおける不備を十分に補って高い魅力評価へとつなげるということが示唆された。また、操作のおもしろさというユーザの感情に影響を与える要素がこの効果をさらに高める可能性も示された。そして、魅力の評価に対してはユーザビリティの知覚と美しさの知覚、そしてユーザの感情が影響を与えていることが明らかとなった。

以上の結果から、デザインにおける見た目の美しさの効果とその重要性が明らかとなった。たとえユーザビリティが低く多少使いにくい製品であっても、見た目の美しさによって使いやすいと評価されやすくなり、また高い魅力評価へとつなげることができるためである。加えて、感情、特にポジティブな感情をユーザに引き起こすことが製品の魅力を高めるために必要であるということが示された。今後は、操作のおもしろさといったユーザにポジティブな感情を引き起こす要素やユーザの特質による評価の違いを詳細に調査することによって、ユーザと機器との豊かなインタラクションや魅力的なユニバーサルデザインを実現することが望まれる。